

# Tisková zpráva

## Spotřebitelské klima v Evropě se výrazně zlepšuje

### Výsledky průzkumu GfK zjišťujícího spotřebitelské klima v Evropě za druhý kvartál 2016

29. července 2016

Andrea Winklerová  
Marcom  
+420 296 555 422  
andrea.winklerova@gfk.com

**Praha, 1. srpna 2016 – Ve druhém čtvrtletí se pozornost médií soustředila především na témata, která jsou specifická pro jednotlivé země. Ekonomická a příjmová očekávání i ochota nakupovat se proto v různých evropských státech vyvíjely odlišně. Celkově se však spotřebitelské klima v evropské osmadvacítce v době od března do června 2016 citelně zlepšilo, a sice o 4,1 bodu na úroveň 13,1 bodu.**

Ve druhém kvartálu se v médiích řešilo široké spektrum témat, většinou specifických pro jednotlivé země. Velká pozornost byla věnována také boji proti takzvanému Islámskému státu a souvisejícím teroristickým útokům v Evropě a zejména v Turecku. Před blížícím se evropským fotbalovým šampionátem ve Francii zaměstnávala média, experty na bezpečnost i evropské vlády také otázka, jak zastavit šíření terorismu.

Hodně diskutovaným tématem byla i dohoda o uprchlících mezi EU a Tureckem. Je sice pravda, že díky Turecku nyní do Evropy proudí podstatně méně uprchlíků, ale v Evropě se stále vedou debaty ohledně postoje k Turecku a dodržování základních principů demokracie v této zemi.

V červnu bylo na pořadu dne především britské referendum o setrvání nebo vystoupení z Evropské unie. Na výsledcích tohoto průzkumu se odchod Britů z EU ještě neprojevil, protože šetření již bylo k 23. červnu, kdy se hlasování konalo, uzavřeno. Dá se však očekávat, že nejistota, která momentálně panuje na finančních trzích, se promítne i do nálady evropských spotřebitelů. Dopad rozhodnutí Britů na spotřebitelské klima v jednotlivých zemích bude záviset také na tom, jak citelné budou finanční důsledky tohoto kroku, jak se budou vyvíjet jednání s Evropskou unií a jak se Brexit konkrétně projeví na finanční situaci jednotlivých států.

GfK Czech, s.r.o.  
KAVČÍ HORY OFFICE PARK  
Na Hřebenech II 1718/10  
140 00 Praha 4  
Česká republika

Tel. +420 296 555 111  
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti  
Jednatel:  
RNDr. Tomáš Drtina  
Prokuristé:  
RNDr. Zdeněk Skála  
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána  
v OR MS v Praze,  
Oddíl C, vložka 1326

Informace o aktuálním průzkumu zaměřeném na Brexit, který společnost GfK provedla ve Spojeném království ihned po rozhodnutí o vystoupení z EU, najdete [zde](#).

Vzhledem k tomu, že během posledních tří měsíců vévodila diskuzím v jednotlivých evropských státech především témata místního charakteru (volby v Rakousku a Španělsku, sankce proti Rusku, vyjednávání o dalších platbách EU Řecku, uprchlická krize v Itálii atd.), vyvíjely se ukazatele spotřebitelského klimatu značně rozdílně. Celkově se však spotřebitelské klima v evropské osmadvacítce od března do června 2016 výrazně zlepšilo, a sice o 4,1 bodu na úroveň 13,1 bodu. Jedná se o nejlepší

výsledek od března 2008 (16,8 bodu).

### **Německo – umírněná očekávání růstu**

Ekonomická očekávání německých spotřebitelů ve druhém čtvrtletí znatelně vzrostla o 17,5 bodu na výslednou červnovou hodnotu 18 bodů. Němci tedy v následujícím období očekávají výrazné hospodářské oživení. Ukazatel je však oproti loňskému roku stále přibližně o 7 bodů nižší.

Příjmová očekávání se v červnu vyšplhala na nejvyšší úroveň od sjednocení Německa, a sice 59,6 bodu. Od března si tento ukazatel polepšil o 9,1 bodu. Pozitivní nálada pramení především z dlouhodobého růstu zaměstnanosti v zemi. Přispívá k ní také velká šance na vyjednání vysokých platů v některých odvětvích a výrazné navýšení důchodů od 1. července.

Němci se rovněž nebojí utrácet. Za poslední tři měsíce se příslušný indikátor zvýšil o 4,4 bodu na výsledných 54,4 bodu. Vzhledem k velmi dobré situaci na trhu práce se lidé téměř vůbec neobávají ztráty zaměstnání, a proto mají tendenci spíše utrácet ve velkém, než šetřit. Kvůli nízké úrokové sazbě totiž není spoření zdaleka tak lákavé jako nakupování.

### **Francie – zlepšení v nedohlednu**

Ekonomická očekávání Francouzů byla v posledních měsících jako na houpačce. Zatímco loni v listopadu se tento ukazatel pohyboval na úrovni 16,6 bodů, v březnu klesl na -3,7 bodu. Na konci druhého čtvrtletí pak opět vzrostl celkem o 4,2 bodu, takže výsledná hodnota za červen je 0,5 bodu, což je těsně nad dlouhodobým průměrem 0 bodů. Nejvyšší hodnota 12,2 bodu byla zaznamenána loni v květnu. Tento vývoj napovídá, že Francouzi zatím stále nevěří ve stabilní růst ekonomiky.

Pouze hospodářské oživení však může vyřešit vysokou nezaměstnanost, která zemi trápí. Vzhledem k současné situaci není nijak překvapivé, že Francouzi v následujícím období neočekávají zvýšení platů. Přestože příjmová očekávání vzrostla o 9 bodů, ukazatel nadále zůstává v záporných číslech na úrovni -13 bodů.

Ve druhém čtvrtletí se mírně zvýšila i ochota Francouzů nakupovat. Od března vzrostla o 1,6 bodu na výsledné 2 body. V květnu ukazatel dokonce dosáhl nejvyšší hodnoty od prosince 2001, a sice 14,9 bodů.

### **Velká Británie – slabší ekonomická očekávání**

Ekonomická očekávání Britů ve druhém kvartále opět klesala. V červnu se tento indikátor zastavil na -5,9 bodech. To je o 8 bodů méně než v březnu a v porovnání s červnem 2015 činí rozdíl téměř 26 bodů. Nálada spotřebitelů přímo souvisí s hospodářským vývojem země. Zatímco loni rostla ekonomika tempem 1,8 až 3,0 procenta, v prvním čtvrtletí tohoto roku

činil meziroční růst pouze 0,5 procenta.

Naopak příjmová očekávání se mírně zvýšila – od března do června vzrostla o 1,5 bodu na 19,2 bodu. Odpovídající ukazatel si tak od června 2015 polepšil o 7,3 bodu.

Ochota Britů utrácet byla ve druhém kvartálu značně rozkolísaná. Od března klesla o 5,1 bodu na výslednou červnovou hodnotu 6 bodů. Před rokem dosahoval daný ukazatel o 8,6 bodu více.

### **Itálie – velmi malá naděje na zásadní obrat k lepšímu**

Itálie se dlouhodobě potýká s nepříznivou finanční situací kvůli finanční krizi a vysokému počtu uprchlíků, kteří představují velkou zátěž pro státní rozpočet. Italští spotřebitelé proto neočekávají hospodářské oživení. Ekonomická očekávání se v červnu nacházela na úrovni -31,3 bodu, což je o 9,9 bodu méně než v březnu. Loňský červen s -31,9 bodu byl však ještě pesimističtější.

Míra nezaměstnanosti se v posledních měsících mírně snížila, ale s 11,5 procenty stále patří mezi nejvyšší v Evropě. Nelze se tedy divit, že Italové v následujícím období nepočítají se zlepšením svých finančních poměrů. Příjmová očekávání od března klesla o 4,1 bodu na -7,1 bodu.

Navzdory složité finanční situaci a vysoké nezaměstnanosti mají však italští spotřebitelé chuť nakupovat. V červnu byla ochota utrácet na úrovni 20,6 bodu – to je sice o 5,8 bodu méně než v březnu, ale téměř o 16 bodů více než přesně před rokem. Příčinou tohoto chování jsou nejspíš extrémně nízké úrokové sazby, díky nimž si spotřebitelé mohou levně půjčovat na kvalitní produkty a služby. Na jednu stranu je pravda, že je nyní příhodná doba pro větší nákupy, otázkou však zůstává, zda si spotřebitelé mohou drahé produkty a služby skutečně dovolit.

### **Španělsko – umírněná očekávání růstu**

Španělští spotřebitelé předpokládají, že růst ekonomiky bude v následujícím období pouze mírný, ale zároveň by se neměl zastavit. Ve druhém čtvrtletí tak ekonomická očekávání klesla o 5,7 bodu na 16,7 bodu. Ve srovnání s červnem 2015 je hodnota ukazatele nižší o téměř 21 bodů.

Horší jsou i příjmová očekávání, která dosahují hodnoty 13 bodů. Pokles oproti červnu byl však jen nepatrný, konkrétně 1,5 bodu. Loni v červnu se ukazatel pohyboval na podobné úrovni, i když byl o 4,5 bodu vyšší.

Zdá se, že Španělé momentálně nemají peníze na větší nákupy. Ochota nakupovat se ustálila na úrovni -8,2 bodu s tím, že od března se zvýšila pouze o 0,7 bodu. Přesně před rokem byla hodnota tohoto ukazatele o 4,2 bodu nižší.

### **Řecko opět v recesi**

Řekům se stále nedaří vymanit se z důsledků finanční krize. V současné době nejsou patrné žádné nové náznaky naděje na zlepšení, které se loni začaly objevovat. Od loňského června se ekonomická očekávání zhoršila skoro o 35 bodů. Přestože si ukazatel během druhého čtvrtletí polepšil o 5,8 bodu, hodnota -44,8 bodu naznačuje, že vyhlídky nejsou nijak optimistické. V květnu ukazatel klesl na nejnižší hodnotu od února 2012, a to -51,6 bodu.

Ani příjmová očekávání nevypadají lépe. Sice se od března do června také mírně zvýšila (+0,8 bodu), ale výsledná hodnota -44,4 bodu zůstává hluboko v minusu. Ani pro tento indikátor nebyl příznivý květen, kdy se propadl na -48,9 bodu, což je nejméně od srpna 2013. Meziročně došlo k podobnému poklesu jako u ekonomických očekávání (-31,8 bodu).

Ochota nakupovat je tak i nadále nízká. Odpovídající ukazatel se ve druhém kvartále snížil o 7,4 bodu na výsledných -45 bodů, tedy nejméně od srpna 2012 (-51,8 bodu). Od června 2015 pak došlo k poklesu o 27,5 bodu. Řekové jsou tedy v situaci, kdy sotva pokryjí každodenní základní potřeby a nemohou pomýšlet na větší výdaje.

### **Nizozemsko – opatrný optimismus**

Optimistická nálada nizozemských spotřebitelů pomalu opadá. Ekonomická očekávání během druhého čtvrtletí vzrostla o 17,3 bodu, takže v červnu dosáhla 13,2 bodu. Před rokem však byla hodnota tohoto indikátoru o 16,2 bodu vyšší.

Naopak příjmová očekávání stále jednoznačně setrvávají v záporných číslech. V červnu se ukazatel ustálil na úrovni -15,9 bodu, což je o 1,2 bodu méně než na konci prvního kvartálu. V květnu byla dokonce zaznamenána nejvyšší hodnota od října 2013 (-37,5 bodu), a sice -19,5 bodů.

Díky nízké inflaci a minimálním úrokovým sazbám jsou však nizozemští spotřebitelé přesvědčení, že je ideální čas na dražší nákupy. Ochota nakupovat za první čtvrtletí nepatrně vzrostla o 0,3 bodu a v červnu dosáhla úrovně 13,4 bodu, čímž o 6,6 bodu překonala hodnotu z loňského června.

### **Belgie – žádná naděje na oživení**

Přestože ekonomika vykazuje solidní růst, Belgičané podle všeho nevěří, že hospodářské oživení bude pokračovat i v dalších měsících. Ekonomická očekávání od března poklesla o 6,2 bodu na -6,7 bodu. Jedná se o nejnižší hodnotu za poslední tři roky a ve srovnání s červnem 2015 ukazatel oslabil o 25,4 bodů.

Pokud jde o příjmová očekávání, nejsou belgičtí spotřebitelé vůbec optimističtí. Přestože si tento indikátor připsal 5,3 bodu, byl v červnu na úrovni -17,6 bodu, tedy stále hluboko v záporných hodnotách.

Pouze ochota nakupovat se v červnu se 13 body pohybovala výrazně nad dlouhodobým průměrem 0 bodů. Zároveň je ale třeba říct, že oproti březnu ztratil tento ukazatel 10,5 bodu. Většina Belgičanů si sice myslí, že je příhodná doba pro utrácení vyšších částek. Vzhledem k tomu, jak pesimisticky vidí další vývoj ekonomiky i své osobní finanční situace, je však otázkou, zda se budou tímto názorem řídit.

### **Rakušané očekávají výrazné zvýšení příjmů**

Rakušané v následujícím období neočekávají hospodářské oživení, ale nálada se pozvolna zlepšuje. Ekonomická očekávání v červnu vzrostla na -8,1 bodu, což oproti březnu představuje zlepšení o 10,1 bodu a zároveň se jedná o nejvyšší hodnotu od srpna 2014.

Přestože spotřebitelé nevěří ve zlepšení ekonomiky, předpokládají, že jejich příjmy vyskočí prudce nahoru. I když tento ukazatel od března do června ztratil 8,5 bodu, výsledná hodnota 28 bodů je poměrně vysoká. Ve srovnání s červnem 2015 jsou příjmová očekávání vyšší o 10,3 bodu.

Díky naději na zvýšení platů a mezd jsou Rakušané rovněž ochotnější vydávat peníze za drahé produkty a služby. Ochota nakupovat od března vzrostla o 17,1 bodu a v červnu se tak nacházela na úrovni 23,2 bodu. V květnu byla hodnota tohoto ukazatele dokonce 25,5 bodu – nejvíce od listopadu 2012 (26 bodů).

### **Polsko – rekordně vysoká příjmová očekávání**

Víra Poláků v silný ekonomický růst mírně zeslábla. Ekonomická očekávání byla v červnu na úrovni 16,8 bodu – to je sice slušný výsledek, ale oproti březnu se jedná o pokles 6,1 bodu. Vysoké tempo růstu hrubého domácího produktu v předchozích čtvrtletích však napovídá, že ekonomika se bude zlepšovat i během následujících měsíců, i když ne tak dynamicky jako v loňském roce.

Vzhledem k výborným hospodářským výsledkům se nelze divit, že polští spotřebitelé očekávají výrazný nárůst platů a mezd. Příjmová očekávání od března vzrostla o 1,9 bodu a v červnu tak dosáhla úrovně 35,4 bodu. Ve srovnání se stejným měsícem loňského roku jde o zvýšení o 19 bodů. V dubnu se příjmová očekávání vyšplhala až na 44,1 bodu, což je nejvyšší hodnota od ledna 2002, kdy byl průzkum zahájen.

Ochota nakupovat nicméně zůstává stále nízká. Od března klesla o 1,4 bodu na výslednou červnovou hodnotu 5,9 bodu. I přes pozitivní vývoj, který se projevuje rostoucími mzdami a klesající nezaměstnaností, nemají Poláci pocit, že je příhodná doba na větší výdaje.

### **Češi věří v dlouhodobý růst**

Silný hospodářský růst utvrdil české spotřebitele v názoru, že ekonomice se bude dařit i v následujícím období. Ekonomická očekávání od března

mírně stoupla o 2,8 bodu na výsledných 25,6 bodu. Ve srovnání s červnem 2015 se však jedná o pokles o 5,7 bodu. Optimistická nálada Čechů je zcela pochopitelná vzhledem k tomu, že Česká republika se aktuálně může pochlubit nejnižší nezaměstnaností ze všech zemí EU.

V důsledku pozitivního hospodářského vývoje očekávají Češi citelné zvýšení platů a mezd. Indikátor příjmových očekávání sice od března zaznamenal ztrátu 8,8 bodu, ale výsledná hodnota 43,6 bodu je stále velmi vysoká.

Nezaostává ani ochota nakupovat. Přestože se od března snížila o 3,9 bodu, i konečná červnová hodnota 21,8 bodu představuje velmi slušný výsledek. Čeští spotřebitelé se podle všeho domnívají, že nastal ten správný čas pro utrácení vyšších částek. V květnu byla hodnota tohoto ukazatele 27,6 bodu, tedy nejvíce od září 2007.

### **Slováci doufají ve více pracovních příležitostí**

Slováci očekávají, že solidní hospodářský růst bude pokračovat i nadále. Ekonomická očekávání se během druhého kvartálu zvýšila o 6,6 bodu, takže v červnu činila 22,9 bodu. V meziročním srovnání došlo k nárůstu o 13,2 bodu.

Přestože míra nezaměstnanosti se pohybuje na poměrně vysoké hodnotě 10 procent, během posledních měsíců vytrvale klesá, což dává slovenským spotřebitelům naději na vyšší platy a mzdy. Příjmová očekávání od března vzrostla o 4,5 bodu a v červnu se tak dostala na úroveň 27,4 bodu.

V souvislosti s tím se v červnu mírně zvýšila i ochota Slováků nakupovat, a to o 3,1 bodu na výsledných 15 bodů. Oproti stejnému měsíci loňského roku byl zaznamenán nárůst o 20,4 bodu. V květnu se indikátor dokonce vyšplhal na 22,6 bodů a dosáhl nejvyšší hodnoty od loňského února.

### **Informace o studii**

Zjištění studie GfK Consumer Climate Europe vycházejí z průzkumu prováděného ve všech zemích Evropské unie jménem Evropské komise. V tomto průzkumu je každý měsíc dotazováno okolo 40 000 spotřebitelů z 28 zemí, kteří představují reprezentativní vzorek dospělé populace EU.

Ukazatele spotřebitelského klimatu v Evropě vycházejí z průzkumů spotřebitelské nálady prováděných každý měsíc. Cílem průzkumu je zjistit celkovou ekonomickou situaci v jednotlivých zemích i v samotných domácnostech.

Dotazování probíhá jednou měsíčně, především v rámci omnibusových průzkumů. Jedná se o průzkum zjišťující odpovědi na několik otázek, který se provádí buď telefonicky, nebo formou osobního rozhovoru.

Z celkového počtu 12 otázek se pro studii GfK Consumer Climate Europe vybírá pět, jež mají největší význam pro spotřebitelské klima.

### **Způsob výpočtu vybraných pěti ukazatelů (ekonomická očekávání, cenová očekávání, příjmová očekávání, ochota nakupovat a tendence spořit)**

Pro výpočet ukazatelů se používají takzvané čisté celkové hodnoty. Podíl spotřebitelů, kteří odpoví záporně (např. finanční situace rodiny se /významně/ zhorší) se odečte od podílu těch, kteří odpoví kladně (např. finanční situace rodiny se /významně/ zlepší).

V dalším kroku je tato čistá celková hodnota standardizována s použitím zavedených statistických metod a je převedena tak, aby dlouhodobý průměrný ukazatel byl 0 bodů a aby bylo dosaženo rozsahu teoretických hodnot od +100 do -100 bodů. Empirické zkušenosti získávané od roku 1980 však ukazují, že skutečně reálné hodnoty se pohybují v rozsahu od +60 do -60 bodů.

Pokud je ukazatel kladný, znamená to, že hodnocení spotřebitelů u této proměnné je v dlouhodobém srovnání nadprůměrné, a naopak pokud je ukazatel záporný, je hodnocení podprůměrné. Díky standardizaci je možné srovnávat ukazatele z různých zemí, neboť rozdíly v odpovědích vycházející z rozdílu v mentalitě se vykompenzují a zásadní trend vývoje ukazatele zůstává nezměněn.

### **O společnosti GfK**

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouholetými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte [www.gfk.com/cz](http://www.gfk.com/cz), nebo sledujte GfK na Twitteru: [twitter.com/GfK\\_Czech](https://twitter.com/GfK_Czech).

Odpovědnost podle tiskové legislativy:  
GfK SE, Corporate Communications  
Jan Saeger  
Nordwestring 101  
D-90419 Nuremberg  
Tel. +49 911 395-4087  
[press@gfk.com](mailto:press@gfk.com)