

## Съобщение за пресата

February 9, 2017

Rolf Bürkl  
Tel. +49 911 395 3056  
[rolf.buerkl@gfk.com](mailto:rolf.buerkl@gfk.com)

Ursula Fleischmann  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395 2745  
[ursula.fleischmann@gfk.com](mailto:ursula.fleischmann@gfk.com)

GfK SE  
Нордвестринг 101  
D-90419 Нюрнберг  
Тел. +49 911 395 0

Управителен съвет:  
д-р Герхард Хаусрукингер  
(Говорител на Управителния  
съвет)  
Кристиан Диедрих (Главен  
финансов мениджър)  
Давид Краичек  
Александра Кама

Председател на  
Надзорен съвет:  
Ралф Клеин-Бьолтинг

Съд на регистрация:  
Нюрнберг HRB 25014

### **Потребителският климат в ЕС на най-високо равнище от девет години насам**

**Резултати от проучването на GfK на потребителския климат в Европа за четвъртото тримесечие на 2016 г.**

**Нюрнберг, 9 февруари 2017 г. – Като цяло при доверието на потребителите в Европа се наблюдава много положителен растеж през четвъртото тримесечие на 2016 г. Потребителският климат според GfK за 28-те държави от ЕС е нараснал с 5,6 пункта до 17,9 пункта през декември, най-високата му стойност от януари 2008 г. насам. През годината отделните показатели – икономически очаквания и очаквания относно доходите, и покупателна склонност – не се развиват еднакво.**

Темите, доминиращи заглавията в Европа през четвъртото тримесечие на 2016 г., бяха войната в Сирия, тероризмът в Европа, президентските избори в САЩ в края на ноември и непрекъснатият възход на националистическите партии и тенденции в практически всички европейски държави. Съвсем очевидно е, че всички тези отрицателни новини не са засегнали потребителите. Изглежда, че европейците стават все по-избирателни по отношение на това кои теми допускат да им влияят в ежедневието. В резултат на това показателите за икономически очаквания и очаквания за доходите, и за покупателната склонност не са засегнати в значителна степен от войната в Сирия, събитията в Турция, президентските избори в САЩ и текущата заплаха от тероризъм в Европа. Вместо това цифрите за икономическия растеж в отделните държави имат по-значима роля. В резултат на това, според проучването на GfK, потребителският климат за 28-те държави от ЕС е нараснал с 5,6 пункта до 17,9 пункта между септември и декември.

**Очакванията по отношение на доходите са на най-високото си равнище от девет години насам в България**

Българската икономика продължава своя растеж. За последната година и половина брутният вътрешен продукт е нараствал с над три процента на тримесечие спрямо същото тримесечие на предходната година. Въпреки това изглежда, че населението остава твърде скептично относно това дали икономическият растеж ще продължи. Въпреки че икономическите очаквания непрекъснато нарастват от октомври 2014 г. насам, като през декември 2016 г. достигат само 0,9 пункта, показателят трудно достигаше положителни стойности през 2016 г. През ноември обаче той достигна 1,6 пункта, своето най-високо

ниво от февруари 2011 г.

През четвъртото тримесечие на 2016 г. очакванията за доходите също нараснаха, достигайки 19,7 пункта до края на годината, най-високата стойност от 2007 г. (21,3 пункта). Това е със 7 пункта повече, отколкото през септември и представлява увеличение с 15,8 пункта в сравнение с декември 2015 г.

Покупателната склонност сред българите също се е увеличила през 2016 г., нараствайки с цели 9 пункта през четвъртото тримесечие до 30,2 пункта през декември. Това е с 23,8 пункта повече в сравнение с предходната година и представлява най-високата стойност от септември 2008 г. насам (45,9 пункта). Това може ясно да се обясни с ниското ниво на безработица, което според данни на Европейската комисия, остава 7,5 %, най-ниско от третото тримесечие на 2009 г. (7,1 %) насам. Повечето работни места означават по-сигурен доход за хората, което им дава повече увереност при планирането на големи и скъпи покупки.

### **За GfK**

GfK е надежден източник на актуална информация за пазара и потребителите, предоставяща на своите клиенти възможността да вземат по-интелигентни решения. Над 13 000 експерти в областта на проучването на пазара съчетават общите си познания с дългогодишния опит на GfK за анализ на местните пазари. Това позволява на GfK да осигурява жизненоважна глобална информация от над 100 страни. Чрез използването на иновативни технологии и научни методи за събирането и обобщаването на данни, GfK превръща данните с голям мащаб в интелигентни данни, давайки възможност на своите клиенти да подобрят конкурентоспособността си и да обогатят своя опит и възможностите за избор на потребителите.

Допълнителна информация е налична на: [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de). Следвайте ни в Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://twitter.com/gfk_de)

Отговорно лице съгласно германския Закон за пресата  
GfK SE, Корпоративни комуникации  
Ян Зегер

Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
T +49 911 395 4440  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)