

## Communiqué de presse

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)

### **Le climat de la consommation en Europe à son plus haut niveau en neuf ans**

#### **Résultats du quatrième trimestre 2016 de l'étude GfK Climat de la consommation en Europe**

**Nuremberg, 9 février 2017 – Globalement, la confiance des consommateurs en Europe a connu une croissance très positive au cours du quatrième trimestre 2016. L'étude GfK Climat de la consommation des 28 pays de l'UE a progressé de 5,6 points pour atteindre 17,9 points en décembre, sa valeur la plus élevée depuis janvier 2008. Les indicateurs individuels (les anticipations économiques et de revenu et la propension à acheter) n'ont pas évolué de manière uniforme.**

Les sujets qui ont fait majoritairement les gros titres au cours du quatrième trimestre 2016 en Europe ont été la guerre en Syrie, le terrorisme en Europe, l'élection présidentielle américaine fin novembre et la progression constante des partis et des tendances nationalistes dans quasiment tous les pays européens. Cependant il est évident que toutes ces actualités défavorables n'ont pas eu d'impact négatif sur les consommateurs. Il apparaît que les Européens sont de plus en plus sélectifs en ce qui concerne précisément les sujets qu'ils autorisent à avoir de l'influence sur leur vie quotidienne. De ce fait, les indicateurs des anticipations économiques et de revenu et de la propension à acheter n'ont quasiment pas été impactés par la guerre en Syrie, la situation en Turquie, l'élection présidentielle américaine et la menace permanente du terrorisme en Europe. Les chiffres de la croissance économique dans les pays d'Europe ont même joué un rôle encore plus significatif. Par conséquent, le Climat GfK de la consommation des 28 pays de l'UE a progressé de 5,6 points pour atteindre 17,9 points entre septembre et décembre.

#### **Les anticipations économiques et de revenu et la propension à acheter à un taux record en France**

Les anticipations économiques de la population française se sont envolées au quatrième trimestre 2016, les consommateurs estimant que l'économie va considérablement s'améliorer au cours des quelques mois à venir. En conséquence, l'indicateur a grimpé de 13,0 points entre septembre et décembre, pour atteindre 19,8 points, son plus haut niveau depuis août 2007. Cela représente une augmentation de 12,6 points par rapport à la fin de l'année 2015.

GfK SE  
Nordwestring 101  
D-90419 Nuremberg  
Tél. +49 911 395 0

Comité directeur :  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Porte-parole du Comité directeur)  
Christian Diedrich (Directeur financier)  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Président du  
Conseil d'administration :  
Ralf Klein-Bölting

Tribunal de commerce :  
Nuremberg HRB 25014

Les anticipations des consommateurs français en matière de revenu ont également augmenté de 4,3 points au cours du dernier trimestre, pour s'établir à -9,6 points. Bien que cela représente une augmentation par rapport à la fin du troisième trimestre, l'indicateur demeure à 4,7 points en dessous du résultat de l'année précédente. Les consommateurs français s'attendent à une croissance des revenus médiocre depuis octobre 2007, ce qui se reflète dans la valeur négative de l'indicateur. Cela est très probablement imputable au taux de chômage toujours élevé, en particulier chez les jeunes actifs, et à la façon dont l'économie ne parvient pas à progresser de façon notable.

La croissance des anticipations économiques a eu un impact positif sur la propension à acheter des consommateurs français. En décembre, la propension des Français à effectuer de gros achats a progressé pour atteindre son plus haut niveau en 15 ans. Au cours du quatrième trimestre, l'indicateur a augmenté de 4,2 points pour atteindre 12,9 points à la fin de l'année. C'est 17,5 points de plus que l'année dernière à la même période.

#### **À propos de GfK**

GfK est la source d'informations de référence sur les marchés et les consommateurs, qui permettent à ses clients de prendre les bonnes décisions. Plus de 13 000 experts allient leur passion à la longue expérience en matière d'analyse de données de GfK. Cela permet à GfK de fournir des insights internationaux associés à une connaissance des marchés locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme le Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour plus d'informations, veuillez consulter [www.gfk.com](http://www.gfk.com) ou suivez GfK sur Twitter : [www.twitter.com/GfK](https://twitter.com/GfK)

Responsable de la législation en matière de presse  
GfK SE, Corporate Communications  
Jan Saeger

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