

Comunicat de presă

Climatul de consum în UE la nivelul cel mai înalt în ultimii nouă ani

February 9, 2017

Rolf Bürkl
Tel. +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
Tel. +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Rezultatele studiului GfK privind climatul de consum în Europa pentru al patrulea trimestru din 2016

Nuremberg, 9 februarie 2017 – În ansamblu, încrederea consumatorilor din Europa a trecut printr-o creștere pozitivă semnificativă în al patrulea trimestru din 2016. Climatul de consum GfK pentru cele 28 de țări UE a crescut cu 5,6 17,9 puncte în decembrie, fiind cea mai valoare de după ianuarie 2008. Indicatorii individuali – estimările economice și cele cu privire la venituri, cât și tendința de a cumpăra – nu s-au dezvoltat în mod uniform.

Subiectele care au dominat știrile în Europa în trimestrul patru din 2016 au fost războiul din Siria, terorismul în Europa, alegerile prezidențiale din SUA la sfârșitul lunii noiembrie, și apariția continuă a partidelor și naționaliste în aproape fiecare țară europeană. Totuși, este evident că toate aceste știri negative nu au reușit să influențeze consumatorii. Se pare că europenii sunt tot mai selectivi în ceea ce privește subiectele de care se lasă influențați în viața lor de zi cu zi. Ca urmare, indicatorii privind estimările economice și cele cu privire la venituri, și tendința de cumpăra au rămas în mare măsură neafecțați de războiul din Siria, evenimentele din Turcia, alegerile prezidențiale din SUA și amenințările continue de terorism în Europa. Din contră, cifrele de creștere economică în fiecare țară au avut un rol mai semnificativ. În consecință, climatul de consum GfK pentru cele 28 de țări UE a crescut cu valori de la 5,6 puncte până la 17,9 puncte între lunile septembrie și decembrie.

Estimările economice din România sunt modeste în pofida condițiilor financiare bune

Cu toate că economia în România a avut o creștere semnificativă în 2016, în al patrulea trimestru al anului estimările economice cu privire la consumatorii români au scăzut cu 7,6 puncte față de aceeași perioadă în 2015. Indicatorul s-a oprit la 3,0 puncte în decembrie, care este în contrast cu cele 10,6 puncte obținute cu un an în urmă.

Veniturile estimate ale românilor au suferit o scădere ușoară în al patrulea trimestru al anului, iar indicatorul a scăzut cu valori de la 1,4 puncte până la 19,4 puncte între septembrie și decembrie. În comparație cu aceeași perioadă din anul precedent, acesta totuși înseamnă o creștere de 4,5 puncte. Nivelul puternic general se datorează în parte ratei șomajului. Conform Comisiei Europene acesta s-a oprit la 5,9 procente și s-a aflat la

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

Consiliul de administrație:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(Purtător de cuvânt al Consiliului de administrație)
Christian Diedrich (CFO)
David Krajicek
Alessandra Cama

Președinte al
Consiliului de supraveghere:
Ralf Klein-Böling

Tribunal de înregistrare:
Nürnberg HRB 25014

cel mai scăzut nivel n ultimii opt ani (trimestrul patru din 2008: 5,7 procente).

În martie 2016 tendința de a cumpăra a crescut la 3,5 puncte, pășind din nou pe teritoriu pozitiv pentru prima oară după octombrie 2008. Indicatorul a crescut în mod constant până în noiembrie, când a atins 10,5 puncte (cea mai valoare de după august 2008). La sfârșitul anului însă a scăzut semnificativ cu 12,5 puncte, până la -2 puncte.

Despre GfK

GfK este sursa de încredere pentru informații relevante despre piață și consumatori, care permit clienților săi să ia decizii mai inteligente. Peste 13.000 de experți din domeniul studiului de piață își combină pasiunea cu experiența de lungă durată a GfK în știința datelor. Acest lucru permite GfK să furnizeze perspective globale esențiale asociate cu informații despre piețele locale pentru peste 100 de țări. Utilizând tehnologii inovatoare și știința datelor, GfK transformă date de amploare în date inteligente, permițând clienților săi să-și îmbunătățească avantajul competitiv și să îmbogățească experiențele și opțiunile consumatorilor.

Mai multe informații sunt disponibile la www.gfk.com. Urmăriți-ne pe Twitter: <https://twitter.com/GfK>

Persoană responsabilă în conformitate cu legea presei din Germania
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com