

Communiqué de presse

Le climat de consommation dans l'UE à un pic de neuf ans

19 avril 2017

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

Johannes Hackstette
Communications d'entreprise
Tél. : +49 911 395 4238
johannes.hackstette@gfk.com

Nuremberg, le 19 avril 2017 – L'esprit positif des consommateurs européens se poursuit au premier trimestre 2017. Après que le niveau le plus élevé depuis janvier 2008 a été atteint fin décembre 2016, le climat de consommation des 28 pays de l'UE avait encore augmenté de deux points au mois de janvier pour atteindre 19,9 points, avant de se stabiliser à 18,9 points au mois de mars. C'est l'un des résultats qui ressort de l'étude de GfK sur le climat de consommation en Europe au premier trimestre 2017.

Au niveau des indicateurs distincts d'anticipations économiques et de revenus, d'une part, et de la disposition à acheter, d'autre part, des différences significatives apparaissaient autrefois plus clairement dans les analyses individuelles des pays étudiés. Ces différences s'expliquent par des évolutions économiques et la situation du marché du travail qui diffèrent d'un pays à l'autre. L'influence de sujets dominants à l'échelle paneuropéenne, comme le Brexit, la montée des partis nationalistes, le nouveau gouvernement aux États-Unis et la guerre en Syrie n'a dès lors pas touché de la même manière l'évolution des indicateurs individuels dans chaque pays.

Belgique : Les anticipations économiques et de revenus affichent une tendance positive

Les consommateurs belges sont bien plus optimistes en termes d'anticipations économiques à la fin de ce trimestre comparativement à l'année précédente. Avec 13,8 points en mars, l'indicateur était à son plus haut niveau depuis fin 2015. C'est un signe que les consommateurs belges s'attendent à une reprise économique.

Des évolutions positives semblables ont également été constatées au niveau des anticipations de revenus, pour lesquelles la tendance négative qui sévissait ces derniers mois a pris fin et qui se trouvait à nouveau du côté positif en fin de premier trimestre 2017. À 2,5 points, cet indicateur a repris 25 points par rapport à la valeur enregistrée l'année précédente, puisqu'il se situait à - 22,9 % fin mars 2016.

La disposition des consommateurs belges à acheter est restée relativement constante comparée aux mois précédents. Par rapport à l'année précédente, cependant, à la fin du premier trimestre 2017, l'indicateur se situait à 16,6 points, soit presque sept points sous la valeur mesurée en mars 2016.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg, Allemagne
Tél. : +49 911 395 0

Comité exécutif :
Peter Feld (CEO)
Christian Diedrich (Directeur financier)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Président du
Conseil de surveillance :
Ralf Klein-Bölting

Registre du commerce de
Nuremberg HRB 25014



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 ou suivez GfK sur Twitter : www.twitter.com/GfK