

Comunicat de presă

19 aprilie 2017

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

Johannes Hackstette
Corporate Communications
Tel. +49 911 395 4238
johannes.hackstette@gfk.com

Climatul de consum UE la o valoare maximă pe o perioadă de 9 ani

Nürnberg, 19 aprilie 2017 – Dispoziția pozitivă în rândul consumatorilor europeni a continuat în primul trimestru al anului 2017. După cel mai înalt nivel din ianuarie 2008 înregistrat la sfârșitul lunii decembrie 2016, până în ianuarie, climatul de consum pentru cele 28 de țări UE a crescut cu încă două puncte, până la 19,9, menținându-se la un nivel de 18,9 în martie. Acesta este unul dintre rezultatele studiului GfK privind climatul de consum din Europa în primul trimestru din 2017.

În ceea ce privește așteptările diferite privind situația economică și veniturile și indicatorii pentru disponibilitatea de cumpărare, s-au evidențiat diferențe mari în analizele individuale ale țărilor în care s-a efectuat sondajul. Acestea pot fi atribuite dezvoltării economice diferite și situației de pe piața forței de muncă. Influența temelor predominante la nivel paneuropean, cum ar fi Brexit-ul, avântul partidelor naționaliste, noul guvern din S.U.A. și războiul din Siria nu au afectat, prin urmare, în mod egal dezvoltarea indicatorilor în toate țările.

România: Niveluri record ale așteptărilor privind veniturile și disponibilității de cumpărare

La sfârșitul primului trimestru din 2017, așteptările economice ale consumatorilor din România au crescut la 18,3 puncte, un nivel la fel de bun ca cel obținut ultima dată în octombrie 2015. În urmă cu un an, indicatorul se afla încă la 3,3 puncte. În consecință, românii au o imagine mult mai optimistă asupra viitorului decât aveau acum 12 luni.

Așteptările privind veniturile în România se încadrează în acest trend pozitiv, crescând brusc la 33,7 puncte la sfârșitul trimestrului. Aceasta este cea mai mare valoare înregistrată de când țara a fost inclusă pentru prima dată în studiul privind climatul de consum, în mai 2001. Datorită unei scăderi constante a șomajului în ultimii ani, consumatorii români se așteaptă la venituri mai mari.

În acord cu așteptările lor de creștere a veniturilor, consumatorii români sunt, de asemenea, pregătiți din nou pentru a face achiziții mai mari, care le depășesc nevoile zilnice. Situându-se la 16,4 puncte, disponibilitatea de cumpărare înregistrată la sfârșitul lui martie a avut cea mai mare valoare din septembrie 2006.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg, Germania
T +49 911 395 0

Consiliul de administrație:
Peter Feld (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Președinte al
Consiliului de supraveghere:
Ralf Klein-Bölting

Tribunal de înregistrare:
Nürnberg HRB 25014



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>