

Tisková zpráva

Spotřebitelské klima v EU je nejlepší za devět let

24. dubna 2017

Andrea Patočková
Marcom
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Praha, 27. dubna 2017 – Pozitivní nálada evropských spotřebitelů se přenesla i do prvního čtvrtletí roku 2017. Již na konci prosince 2016 dosáhlo spotřebitelské klima evropské osmadvacítky nejvyšší hodnoty od ledna 2008. V lednu 2017 stoupl o další dva body na 19,9 bodu a pak se v březnu ustálilo na 18,9 bodu. Toto je jeden z výsledků průzkumu GfK zjišťujícího spotřebitelské klima v Evropě v prvním čtvrtletí 2017.

Pokud jde o ukazatele ekonomických a příjmových očekávání a ochoty nakupovat, ukázala znovu analýza jednotlivých zemí zařazených do průzkumu, jaké rozdíly mezi nimi panují. Tyto rozdíly lze přičíst nerovnoměrnému hospodářskému rozvoji těchto zemí a odlišné situaci na jejich trhu práce. Nejzávažnější celoevropská témata, mezi něž patří brexit, posilování nacionalistických politických stran, nová vláda v USA a válka v Sýrii, tudíž neměla v různých zemích stejný dopad na vývoj jednotlivých ukazatelů.

Německo: ekonomická očekávání se opět zlepšují

V Německu se v prvním čtvrtletí ekonomická očekávání po únorovém poklesu značně zlepšila. Ukazatel stoupl koncem března na 18,1 bodu, což v porovnání s loňským rokem představuje zvýšení téměř o 18 bodů. Nejistota mnoha spotřebitelů spojená s politikou nového amerického prezidenta byla zjevně opět potlačena díky většímu ekonomickému optimismu.

Příjmová očekávání na rozdíl od ekonomických očekávání během prvního čtvrtletí poklesla a na konci března dosáhla 43,4 bodu. Tento ukazatel tedy odráží určitou citlivost německé veřejnosti vůči některým důležitým cenám jako je benzín, diesel nebo topná nafta, protože podle obecného mínění právě ony oslabují kupní sílu příjmů. Celkově však příjmová očekávání zůstávají i nadále vysoká.

Tato poněkud nižší příjmová očekávání však nemají vliv na náladu a chuť německých spotřebitelů nakupovat. Po určitém únorovém poklesu chuť nakupovat znovu vzrostla. Na konci prvního čtvrtletí byla na úrovni 55,5 bodu, a to je o 5,5 bodu výše než vloni.

Francie: zaznamenán pokles všech ukazatelů

Během letošního prvního čtvrtletí se ekonomická očekávání ve Francii v porovnání s koncem roku 2016 zřetelně snížila. Od ledna do konce března tento indikátor poklesl o šest bodů a ocitl se na 11,2 bodu. Ekonomická očekávání jsou však stále mnohem vyšší než před rokem, kdy na konci

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

prvního čtvrtletí byla naměřena hodnota -3,7 bodu.

Příjmová očekávání ve Francii na konci prvního čtvrtletí rovněž výrazně poklesla na -10,9 bodu. Přesto je to ale o více než 11 bodů výše než v předchozím roce. Záporná příjmová očekávání jsou zaznamenávána již od října 2007. Je to důkazem ne příliš optimistického pohledu francouzských spotřebitelů na budoucnost, který je zčásti důsledkem dlouhodobě vysoké míry nezaměstnanosti.

Došlo také k prudkému snížení ochoty nakupovat, jež činila na konci prvního čtvrtletí 8,4 bodu poté, kdy v únoru dosáhla nejvyšší úrovně za 15 let - a sice 18,7 bodu. Je zřejmé, že s blížícími se parlamentními volbami, jež proběhnou v létě, se mezi spotřebiteli šíří určitá nejistota. V porovnání s loňským rokem (0,4 bodu v březnu 2016) je však tento ukazatel stále vysoký.

Velká Británie: rozhodnutí o brexitu zanechává negativní stopu

V důsledku hlasování o brexitu zůstávají očekávání britských spotřebitelů nízká a na konci prvního čtvrtletí byla na úrovni -13,2 bodu. Přestože se tento ukazatel od června 2016, kdy klesl na nejnižší hodnotu za čtyři roky (-28,3 bodu) vzpamatoval, je jeho hodnota ve srovnání s loňským rokem stále nízká; tehdy ekonomická očekávání dosáhla 2,1 bodu.

Příjmová očekávání rovněž zaznamenala viditelný pokles a na konci čtvrtletí spadla na 1,2 bodu poté, kdy začátkem roku vykázala silný start (11,1 bodu v lednu). V meziročním srovnání to znamená prudký pokles o 16,5 bodu, což ukazuje na rostoucí nejistotu britských spotřebitelů spojenou s ekonomickými důsledky brexitu.

Podobný obrázek lze pozorovat i u ochoty britských spotřebitelů nakupovat, jež během prvního čtvrtletí letošního roku postupně klesala a na konci března se dostala na 4,1 bodu. Vloni tento indikátor ještě vykazoval během prvních tří měsíců roku dvojciferná čísla.

Itálie: nejistota spotřebitelů přetrvává

Pokud jde o ekonomická očekávání, italských spotřebitelů i nadále patří k nejpesimističtějším obyvatelům EU. Na konci března dosáhl tento ukazatel -53 bodů, což je o 30 bodů níže nežli ve stejném měsíci předchozího roku. Italských spotřebitelů evidentně předpokládají, že hospodářská situace jejich země se bude nadále zhoršovat.

Podobně jako ekonomická očekávání jsou i příjmová očekávání italských spotřebitelů spíše negativní, přestože na konci roku 2016 tento indikátor zaznamenal pozitivní výsledek. Na konci čtvrtletí dosáhl hodnoty - 8,9 bodu, a to je skoro o šest bodů méně než přesně před rokem.

Poprvé od května 2015 se ukazatel ochoty nakupovat u italských spotřebitelů vrátil do záporných hodnot, když na konci čtvrtletí klesl na -1,6

bodů. V porovnání se stejným obdobím loňského roku se tak propadl o 28 bodů. To je jasný důkaz nejistoty panující mezi italskými spotřebiteli, kteří větší nákupy odkládají a bedlivě sledují hospodářský vývoj v zemi.

Španělsko: spotřebitelé jsou i nadále opatrně optimističtí

Ekonomická očekávání španělských spotřebitelů zůstala stabilní i v prvním kvartále 2017, kdy koncem března dosáhla 23,3 bodu, což je zhruba na stejné úrovni jako v loňském roce. Indikátor je stále vzdálen od svého historického maxima v prosinci 2015, ale odráží trvalý pozitivní náladu španělských spotřebitelů, kteří očekávají hospodářský růst.

Stejně jako ekonomická očekávání i očekávání příjmová zůstala stabilní, byť je jejich hodnota o něco nižší než ve stejném období loňského roku. Na konci čtvrtletí dosáhl tento ukazatel 10,5 bodu, což je o čtyři body méně než na konci března 2016. Relativně stabilní příjmová očekávání tedy odpovídají i pokračujícímu poklesu nezaměstnanosti ve Španělsku.

Španělští spotřebitelé však stále projevují malou ochotu nakupovat. Tento ukazatel zůstal záporný, i když jen mírně, a zaznamenal o něco lepší skóre než v loňském roce. Na konci čtvrtletí činil -3,7 bodu, a to je o 5 bodů více než před rokem.

Portugalsko: ekonomická a příjmová očekávání rostou

Pokud jde o ekonomická očekávání, zahájili portugalské spotřebitelé nový rok velmi optimisticky. S 29,2 bodu na konci prvního čtvrtletí dosáhl tento ukazatel téměř maxima z ledna 1992 (38,6 bodu) a výrazně překonal loňskou hodnotu, jež na konci března představovala 16,5 bodu.

Příjmová očekávání portugalských spotřebitelů se během prvních tří měsíců rovněž vyvíjela pozitivně a na konci března byla na úrovni 25,5 bodu. Ve srovnání s předchozím rokem to představuje zlepšení o více než pět bodů. Přestože míra nezaměstnanosti patří i nadále k nejvyšším v Evropě, na portugalském trhu práce dochází v posledních letech k výraznému oživení, jež vyvolává naději na vyšší příjmy.

Pokud jde o nákupy, zůstávají Portugalci velmi opatrní, i když ukazatel ochoty nakupovat signalizuje o něco optimističtější přístup než před rokem. V porovnání se stejným obdobím předchozího roku se ochota nakupovat zvýšila na konci března 2017 téměř o 15 bodů na - 9,8 bodu.

Nizozemí: spotřebitelé mají i nadále velkou chuť nakupovat

Holandští spotřebitelé se na ekonomiku dívají stejně optimisticky jako v červnu 2014. Na konci prvního čtvrtletí 2017 byl ukazatel ekonomických očekávání na 31,9 bodu, což je o 36 bodů výš nežli v předešlém roce, kdy na konci března 2016 dosáhl - 4,1 bodu.

Pozitivní pohled na další hospodářský růst je rovněž v souladu s příjmovými očekáváními, i když je tento ukazatel nízký. Dosáhl kladných

čísel poprvé od října 2016, neboť se na konci prvního kvartálu 2017 vyšplhal na 1,1 bodu. Ve srovnání s loňským rokem to představuje zvýšení o téměř 16 bodů. To znamená, že holandsští spotřebitelé znovu očekávají mírné zvýšení příjmů.

Ochota nakupovat se dostala na nejvyšší úroveň od prosince 2000 (45,2 bodu) a na konci čtvrtletí dosáhla 25,8 bodu. I tento ukazatel odráží celkově velmi optimistickou náladu v Nizozemí.

Belgie: ekonomická a příjmová očekávání vykazují pozitivní trend

Pokud jde o ekonomická očekávání, jsou belgičtí spotřebitelé na konci prvního čtvrtletí mnohem optimističtější nežli v loňském roce. Tento ukazatel byl v březnu s 13,8 bodu na nejvyšší úrovni od konce roku 2015. Znamená to, že belgičtí spotřebitelé očekávají ekonomické oživení.

Podobně pozitivní vývoj proběhl i u příjmových očekávání, kde byl přerušen negativní trend posledních měsíců a ke konci prvního čtvrtletí 2017 byl tento ukazatel zase v kladné oblasti. 2,5 bodu znamená, že se dostal o 25 bodů výš než v loňském roce, kdy na konci března 2016 činil -22,9 bodu.

Ochota nakupovat byla u belgických spotřebitelů ve srovnání s předchozími měsíci relativně konstantní. V meziročním srovnání však na konci prvního čtvrtletí 2017 byl tento indikátor na 16,6 bodu, což je téměř o sedm bodů méně nežli v březnu 2016.

Řecko: příjmová očekávání na mnohaletém minimu

V minulém roce se ekonomická očekávání řeckých spotřebitelů mírně zlepšila. V prvním čtvrtletí 2017 se však vrátila na nízkou úroveň, jež byla zaznamenána ve stejné době roku 2016. Koncem března byl tento ukazatel na - 51 bodu, což je jedna z nejnižších hodnot v EU, jež se od března 2016 prakticky vůbec nezměnila. Tehdy to bylo - 50,6 bodu. Slabá ekonomická očekávání jsou odrazem pokračující obtížné hospodářské i politické situace v zemi.

Ještě smutnější obrázek nabízí ukazatel příjmových očekávání řeckých spotřebitelů. Na konci prvního čtvrtletí se propadl na nejnižší úroveň od října 2012. Koncem března byl na - 52,3 bodu, což je o více než sedm bodů níže než v loňském roce. Pokračující napjatá situace na řeckém trhu práce snižuje očekávání spotřebitelů ohledně většího počtu pracovních míst a zvýšení příjmů.

V důsledku toho jsou řečtí spotřebitelé velmi zdrženliví, pokud jde o nákupy jdoucí nad rámec každodenních potřeb. S - 44,6 bodu tento ukazatel vykázal na konci prvního čtvrtletí letošního roku výrazný pokles, a sice o více než sedm bodů v porovnání s březnem loňského roku.

Rakousko: ekonomická očekávání a ochota nakupovat rostou

Co se týče růstu ekonomiky, jsou rakouští spotřebitelé stále optimističtější.

Ke konci prvního čtvrtletí vzrostla ekonomická očekávání na 11,3 bodu, což v porovnání s předchozím rokem představuje zvýšení o 29,5 bodu. Je zřejmé, že po loňských prosincových volbách Rakušané očekávají růst ekonomiky.

Příjmová očekávání nabízejí poněkud smíšený obraz. Před rokem byl tento ukazatel na 36,5 bodu, to je nejvyšší hodnota od zahájení výzkumu v roce 1995. Koncem prvního čtvrtletí 2017 ukazatel poklesl o 12,7 bodu, což je částečně spjato s relativně vysokou nezaměstnaností, jež v Rakousku dlouhodobě přetrvává.

Co se týká ochoty nakupovat, rakouští spotřebitelé jsou od začátku roku opět poněkud optimističtější, byť na konci prvního čtvrtletí byl ukazatel o něco nižší, neboť dosáhl 19,2 bodu. Přesto však je mnohem výše než před rokem, kdy koncem března dosáhl jen 6,1 bodu.

Polsko: spotřebitelé očekávají další zvyšování příjmů

Ekonomická očekávání polských spotřebitelů jsou vysoká díky pokračujícímu hospodářskému růstu, i když tento ukazatel během prvního čtvrtletí 2017 poněkud poklesl. S 21,7 bodu téměř dosáhl úrovně loňského roku (22,9 bodu na konci března 2016).

Polští spotřebitelé rovněž očekávají pokračující zvyšování svých příjmů. Ve srovnání se zbytkem Evropy byly během prvních tří měsíců roku zaznamenány historicky nejvyšší hodnoty. V lednu dokonce tento ukazatel dosáhl nejvyšší hodnoty zaznamenané v Polsku za 15 let, neboť se vyšplhal na 47,8 bodu. Koncem března byl stále ještě na 31 bodech, což zhruba odpovídá úrovni loňského roku.

Ochota nakupovat v porovnání s loňským rokem prudce stoupla. V březnu 2016 byla hodnota ukazatele 7,3 bodu a na konci prvního čtvrtletí letošního roku dosahovala 18,8 bodu. Pozitivní vývoj tohoto ukazatele je důsledkem dobré hospodářské situace, historicky nejnižších úrokových sazeb a zlepšení situace na trhu práce.

Česká republika: příjmová očekávání jsou na historickém maximu

Koncem března dosáhla ekonomická očekávání českých spotřebitelů nejvyšší úrovně od ledna 2016, a sice 37,2 bodu. Během prvních tří měsíců letošního roku vykazuje tento indikátor vzestupný trend a na konci kvartálu byl o 14 bodů výše než ve stejném období loňského roku. To podtrhuje pozitivní očekávání Čechů, pokud jde o růst ekonomiky v následujících měsících.

Rostoucí optimismus českých spotřebitelů je patrný i u jejich příjmových očekávání. Hodnota 59,5 bodu zaznamenaná v únoru představuje historické maximum tohoto indikátoru. Na konci prvního čtvrtletí byl ukazatel stále ještě na 48 bodech. Tato cifra je jen o něco nižší než 52,4 bodu zaznamenaného na konci března 2016.

Loňský pozitivní trend u ochoty nakupovat pokračoval i během prvních tří měsíců roku 2017, přičemž na konci čtvrtletí indikátor mírně poklesl na 19,1 bodu. I když jde oproti loňskému roku o snížení zhruba o šest bodů, je to ve srovnání s předchozími roky stále ještě vysoká hodnota.

Slovensko: nálada spotřebitelů se stále zlepšuje

Po velmi silné druhé polovině roku 2016 ekonomická očekávání slovenských spotřebitelů v prvních třech měsících roku letošního mírně poklesla. Na konci března však tento ukazatel zůstal na 19,6 bodu, což je o malinko výš než vloni, kdy byla koncem března zaznamenána hodnota 16,3 bodu. Slováci tudíž ve své zemi i nadále očekávají solidní hospodářský růst.

Rovněž příjmová očekávání slovenských spotřebitelů zůstala vysoká a zaznamenala na konci prvního kvartálu hodnotu 29,2 bodu. To je o více než šest bodů více než vloni. Nehledě na přetrvávající vysokou míru nezaměstnanosti zapůsobila jako určitá vzpruha zlepšující se situace na trhu práce a pokles inflace.

Na konci prvního čtvrtletí 2017 se na Slovensku zvýšila i ochota nakupovat, a sice o 13,1 bodu, což v porovnání s předchozím rokem (11,9 bodu) představuje mírný nárůst. Rostoucí příjmy a klesající nezaměstnanost zřejmě ukazují na to, že slovenští spotřebitelé získávají dojem, že si mohou opět dovolit větší nákupy.

Slovinsko: ochota nakupovat na desetiletém maximu

V prvním čtvrtletí 2017 byla ekonomická očekávání slovinských spotřebitelů výrazně vyšší než vloni. Tento ukazatel dosáhl koncem března 19,1 bodu. Ve srovnání s loňským rokem to představuje nárůst o více než 29 bodů, kdy se na konci března propadl na -10,3 bodu.

Příjmová očekávání v porovnání se stejným obdobím loňského roku rovněž odrážejí zlepšení nálady slovinských spotřebitelů. Na konci čtvrtletí dosáhl tento ukazatel 23,5 bodu, téměř o 10 bodů více nežli koncem března 2016.

Na konci prvního kvartálu 2017 dosáhla ochota slovinských spotřebitelů nejvyšší úrovně od srpna 2007. 15,5 bodu znamená, že tento ukazatel za loňský rok vzrostl o víc než 13 bodů. Slovinci si tedy velké nákupy opět dokáží představit a nemusejí je odkládat na později. To zcela zjevně ukazuje na optimističtější vyhlídky pro Slovinsko.

Bulharsko: spotřebitelská nálada se v porovnání s loňským rokem zlepšila

Ekonomická očekávání bulharských spotřebitelů během prvních dvou měsíců letošního roku nejdříve dosáhla nejvyšší hodnoty za několik let, ale pak se znovu v březnu propadla do záporných čísel na -2,3 bodu. Bulharští spotřebitelé zjevně nedokáží zatím odhadnout, jak dlouho potrvá

hospodářský růst posledních let. Přesto si však na konci kvartálu tento ukazatel vedl o dobrých 3,5 bodu lépe než v předchozím roce.

Zlepšující se ekonomický výkon a pokračující snižování nezaměstnanosti má pozitivní vliv na příjmová očekávání. V únoru tento ukazatel dosáhl 26,1 bodu, což je nejvyšší hodnota od června 2005 a potom ke konci čtvrtletí klesl na 18,4 bodu. To je stále ještě relativně vysoká hodnota v porovnání s březnem 2016, kdy příjmová očekávání byla na úrovni 3,9 bodu.

Podobný trend se dal pozorovat i u ochoty nakupovat mezi bulharskými spotřebiteli. Tento ukazatel po dobrém startu na začátku roku o něco klesl a na konci čtvrtletí činil 14,3 bodu. Ve srovnání s loňským rokem to však představuje značné zlepšení o více než 13 bodů.

Rumunsko: rekordní hodnoty u příjmových očekávání a ochoty nakupovat

Koncem prvního čtvrtletí 2017 stoupla ekonomická očekávání rumunských spotřebitelů na 18,3 bodu na úroveň, jež byla naposledy dosažena v říjnu 2015. Před rokem tento indikátor představoval 3,3 bodu. Rumuni tedy na budoucnost pohlízejí pozitivněji než před rokem.

Příjmová očekávání v Rumunsku tento pozitivní trend potvrzují, neboť ke konci čtvrtletí prudce stoupla na 33,7 bodu. To je nejvyšší hodnota zaznamenaná od chvíle, kdy bylo Rumunsko poprvé zařazeno do výzkumu spotřebitelského klimatu v květnu 2001. Díky stabilnímu poklesu nezaměstnanosti v posledních letech očekávají rumunští spotřebitelé vyšší příjmy.

V souladu s očekáváním vyšších příjmů jsou rumunští spotřebitelé opět připraveni dělat větší nákupy, které nepředstavují jen věci každodenní spotřeby. Ochota nakupovat zaznamenala koncem března 16,4 bodu, což je nejvyšší hodnota ukazatele od září 2006.

O GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouhodobými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte www.gfk.com/cz, nebo sledujte GfK na Twitteru: twitter.com/GfK_Czech