

Communiqué de presse

EMBARGO : Ne pas publier avant le: 18 juillet 2018 – 9h CET

18 juillet 2018

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

Stefan Gerhardt
Relations publiques
Tél. : +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Le moral des consommateurs européens en légère amélioration

Résultats du deuxième trimestre 2018 de l'étude GfK Climat de la consommation en Europe

Nuremberg, le 18 juillet 2018 – Le moral des consommateurs européens s'est légèrement amélioré au second trimestre 2018. En juin, le moral des consommateurs mesuré par GfK pour les 28 États membres de l'Union a atteint 23,2 points, en augmentation de +2,6 points par rapport aux données de mars, soit le niveau le plus élevé depuis novembre 2007. La propension à acheter a légèrement diminué au sein de l'UE, bien que la propension à épargner ait également chuté, libérant ainsi plus de liquidités pour la consommation.

Malgré un léger déclin de la propension à acheter et à épargner, le moral des consommateurs européens a augmenté, passant de 20,6 à 23,2 points au deuxième trimestre 2018.

Les perspectives économiques telles qu'évaluées par les consommateurs sont en moyenne plus négatives à travers l'UE qu'en début d'année. Les prévisions économiques ont en effet atteint 7,1 points en juin, une diminution de moitié par rapport aux 15 points enregistrés en mars. Le niveau de confiance dans une dynamique économique positive considérablement diminué, notamment en Allemagne, en France et en Belgique. Les consommateurs espagnols et italiens, en revanche, sont plus optimistes quant à leur activité économique nationale.

Les anticipations de revenus ont peu évolué, la moyenne européenne atteint ainsi 16,8 points en juin, supérieures de +0,5 points à celles de mars. En Espagne, Slovaquie et Grèce, l'indicateur a considérablement augmenté par rapport au premier trimestre. Les consommateurs ont également évalué l'évolution future de leurs salaires de façon plus positive dans ces pays.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tél. : +49 911 395 0

Comité directeur :
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatà Joseph (DAF)

Président du
Conseil d'administration :
Ralf Klein-Bölting

Registre commercial :
Nuremberg HRB 25014

Par rapport au premier trimestre, la **propension à acheter** à quelque peu diminué en juin pour atteindre 17,6 points. Cela représente 2,1 points de moins qu'en mars. Si l'indicateur a chuté de plus de 10 points en Bulgarie et en France, il s'est amélioré en Slovénie et en Espagne.

France : le moral des consommateurs encore en baisse

Déjà au 1^{er} trimestre 2018, le moral des consommateurs français avait chuté, et cette tendance à la baisse a perduré au deuxième trimestre.

Les anticipations économiques ont atteint 14,7 points en juin. Il s'agit d'une diminution considérable par rapport aux 34,5 points de mars. Les consommateurs français évaluent ainsi les perspectives économiques de leur pays sous un jour plus négatif.

Les anticipations de salaires restent négatives et continuent également à baisser. L'indicateur enregistrait -24 points en juin, c'est-à-dire 3,3 points en moins qu'en mars 2018.

Dans le sillage des attentes économiques et salariales, la propension à acheter a également considérablement diminué en France. Avec 4,7 points, l'indicateur s'est réduit aux 2/3 par rapport aux 16,1 points atteints en mars. La propension à acheter a ainsi atteint son niveau le plus bas depuis août 2016.

La victoire de l'Equipe nationale de football en Coupe du Monde redonnera certainement des couleurs aux indicateurs du 3^{ème} trimestre.