

# Communiqué de presse

## Le pouvoir d'achat augmente de 4% en Europe

5 novembre 2015

Raphaël Couderc  
Service de Presse  
T +33 01 74 18 61 57  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

### Etude GfK sur le pouvoir d'achat en France et en Europe

**Suresnes, le 5 novembre 2015. Le pouvoir d'achat a progressé d'environ 4% cette année en Europe selon les conclusions de l'Institut d'études GfK. La quantité de revenu disponible pour les européens est de 9 130 milliards d'euros, soit une moyenne de 13 636 euros par individu au sein des 42 pays examinés. La situation géographique est également un facteur clé du pouvoir d'achat des européens. Dans ce contexte, les revenus disponibles en France sont 40% supérieurs à la moyenne européenne avec 19.076 € par personne.**

D'après l'Institut GfK, un total d'environ 9 130 milliards d'euros est disponible en 2015 pour les dépenses et l'épargne des consommateurs européens. Cela correspond à un pouvoir d'achat moyen de 13.636 € par individu au sein des 42 pays étudiés. Les européens disposent de 4,2% de pouvoir d'achat supplémentaire par rapport à l'année précédente.

Pour la Banque centrale européenne, le taux d'inflation en 2015 en Europe sera de 0,2%.

GfK observe de fortes disparités de revenu disponible selon les régions et les pays examinés. Le pouvoir d'achat dans les pays d'Europe de l'Est et du sud de l'Europe a quelque peu progressé malgré les crises économiques.

Un écart important subsiste toutefois entre les niveaux de pouvoir d'achat de ces pays et de ceux des pays d'Europe de l'Ouest et d'Europe du Nord. Il n'existe pratiquement pas de valeurs intermédiaires dans la dispersion des chiffres du pouvoir d'achat entre pays européens. Seule l'Espagne, avec un pouvoir d'achat de 13.203 € par personne, se situe dans la moyenne européenne.

Ainsi, dans le TOP 10 des pays européens, les consommateurs disposent d'une capacité à acheter d'1,5 fois le pouvoir d'achat européen moyen. Pour sa part, le Liechtenstein cumule même 4,5 fois la moyenne européenne. 26 pays se trouvent sous la moyenne européenne.

Les 4 pays les plus peuplés - l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et l'Italie - représentent 40 % de la population européenne et concentrent près de 60 % du pouvoir d'achat du continent européen.

GfK  
40 rue Pasteur  
CS 30 007  
92 156 Suresnes  
France

T +33 01 74 18 60 00  
F +33 01 74 18 72 33  
[fr@gfk.com](mailto:fr@gfk.com)  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

Management Board GfK SE  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausrucking  
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:  
Dr. Arno Mahler

RCS Nanterre B 702 004 235  
SIRET 702 004 235 00041

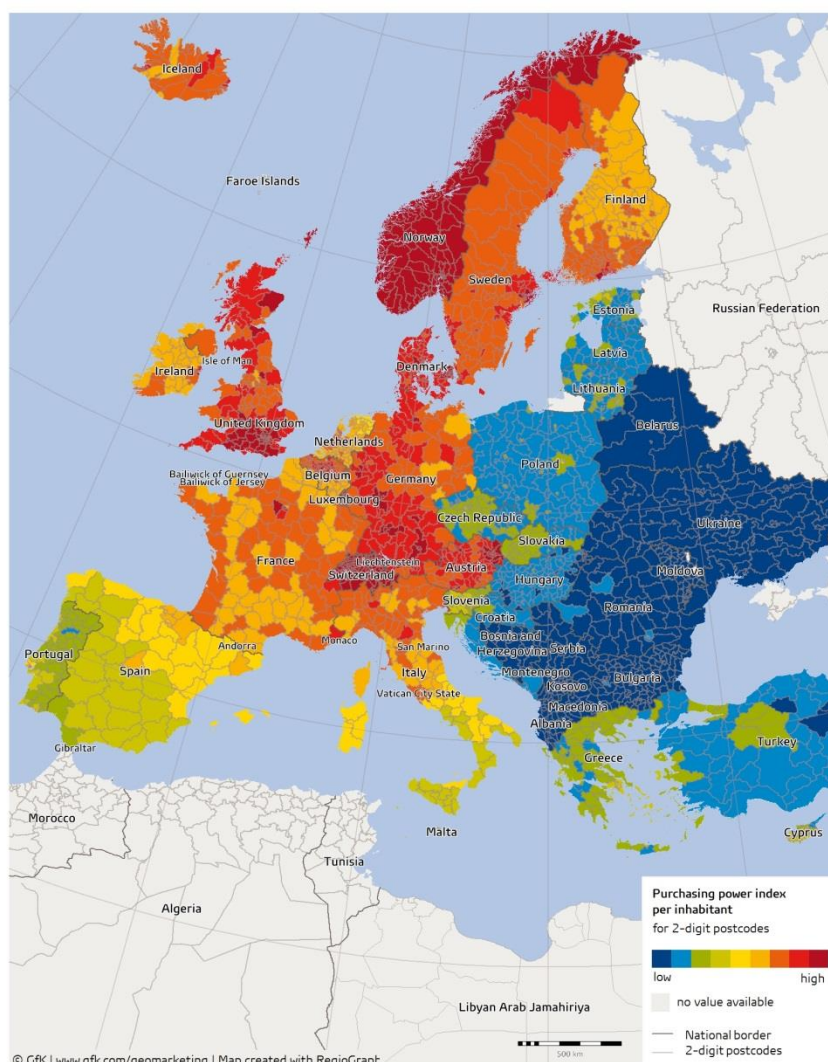
## Top 10 du pouvoir d'achat par pays 2015

| Rang | Pays            | Pouvoir d'achat par habitant (€) | Indice européen* |
|------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| 1    | Liechtenstein   | 64,900                           | 475.9            |
| 2    | Suisse          | 43,514                           | 319.1            |
| 3    | Norvège         | 30,265                           | 221.9            |
| 4    | Luxembourg      | 28,775                           | 211.0            |
| 5    | Danemark        | 22,794                           | 167.2            |
| 6    | Grande Bretagne | 22,289                           | 163.5            |
| 7    | Autriche        | 22,067                           | 161.8            |
| 8    | Allemagne       | 21,449                           | 157.3            |
| 9    | Islande         | 21,259                           | 155.9            |
| 10   | Suède           | 21,246                           | 155.8            |
|      | Moyenne Europe  | 13,636                           | 100              |

GfK Purchasing Power Europe 2015

\* Index: value per inhabitant / average = 100

## GfK Purchasing Power Europe 2015



## France : Paris dispose du plus fort pouvoir d'achat.

Classée en 13ème position, la France peut compter sur un pouvoir d'achat de 19.076 € par personne, un chiffre supérieur de près de 40 % à la moyenne européenne.

| Rang | Départements    | Population | Pouvoir d'achat par habitant ( € ) | Indice national* | Indice européen * |
|------|-----------------|------------|------------------------------------|------------------|-------------------|
| 1    | Paris           | 2.241.069  | 29.433                             | 154,3            | 215,8             |
| 2    | Hauts-de-Seine  | 1.594.090  | 26.202                             | 137,4            | 192,1             |
| 3    | Yvelines        | 1.413.564  | 24.315                             | 127,5            | 178,3             |
| 4    | Haute-Savoie    | 766.879    | 22.958                             | 120,4            | 168,4             |
| 5    | Val-de-Marne    | 1.349.248  | 21.014                             | 110,2            | 154,1             |
| 6    | Essonne         | 1.247.346  | 20.940                             | 109,8            | 153,6             |
| 7    | Alpes-Maritimes | 1.082.494  | 20.619                             | 108,1            | 151,2             |
| 8    | Rhône           | 1.780.835  | 19.942                             | 104,5            | 146,2             |
| 9    | Haute-Garonne   | 1.295.791  | 19.821                             | 103,9            | 145,4             |
| 10   | Seine-et-Marne  | 1.367.113  | 19.758                             | 103,6            | 144,9             |

| Rang | Villes                   | Population | Pouvoir d'achat par habitant ( € ) | Indice national* | Indice européen * |
|------|--------------------------|------------|------------------------------------|------------------|-------------------|
| 1    | Boulogne-Billancourt     | 322.729    | 29.740                             | 155,9            | 218,1             |
| 2    | Paris (arr. 1 à 20)      | 2.241.069  | 29.433                             | 154,3            | 215,8             |
| 3    | Saint-Germain-en-Laye    | 553.737    | 26.245                             | 137,6            | 192,5             |
| 4    | Gex                      | 85.790     | 25.599                             | 134,2            | 187,7             |
| 5    | Nanterre                 | 851.665    | 25.359                             | 132,9            | 186,0             |
| 6    | Saint-Julien-en-Genevois | 173.239    | 25.228                             | 132,3            | 185,0             |
| 7    | Antony                   | 419.696    | 25.190                             | 132,1            | 184,7             |
| 8    | Rambouillet              | 223.725    | 25.019                             | 131,2            | 183,5             |
| 9    | Versailles               | 358.036    | 24.335                             | 127,6            | 178,5             |
| 10   | Nogent-sur-Marne         | 392.557    | 23.463                             | 123,0            | 172,1             |

Top 10 GfK Purchasing France 2015

\* index: value per inhabitant / average = 100

Avec un pouvoir d'achat de 29.443 € par personne, Paris distance largement les autres départements de l'Hexagone.

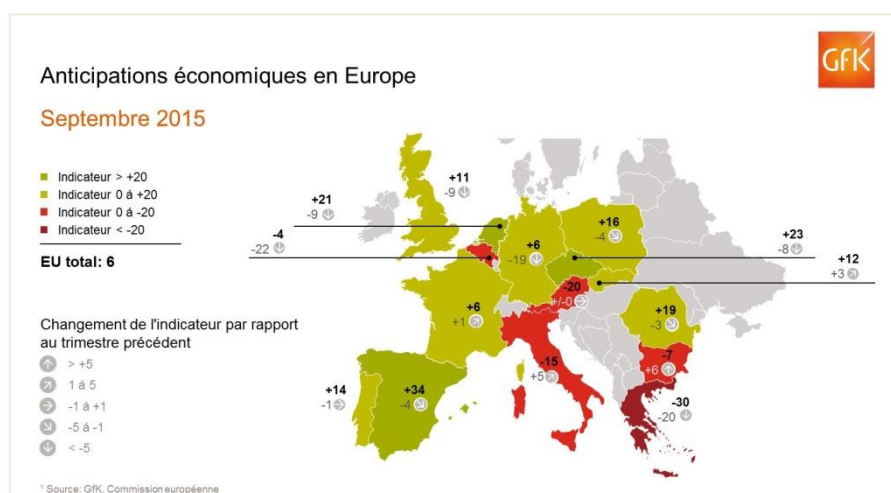
En moyenne, les habitants de la capitale française disposent d'un pouvoir d'achat 1,5 fois plus élevé que la moyenne nationale et deux fois plus élevé que la moyenne européenne.

Le Pas-de-Calais ferme la marche avec un pouvoir d'achat de 15.688 € par personne, soit environ 18 % de moins que la moyenne nationale, et exactement dans la moyenne UE-28.

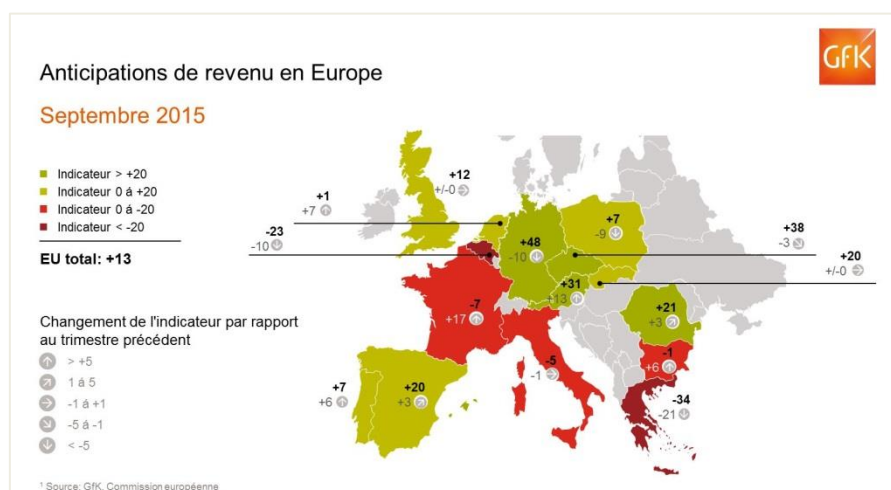
Avec 19.006 € par personne, les habitants du département des Pyrénées-Atlantiques disposent d'un niveau de pouvoir d'achat correspondant à la moyenne nationale française.

## Climat de la consommation en France : la disposition à acheter connaît son plus haut niveau depuis 14 ans

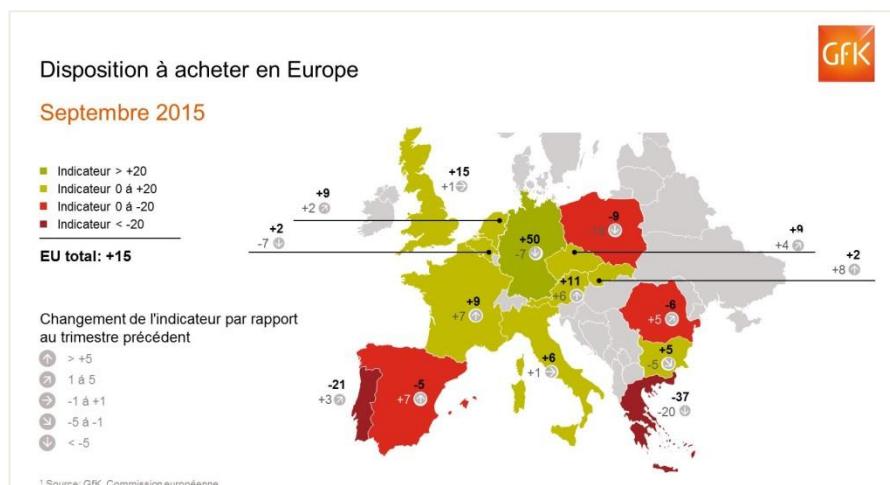
Selon les résultats de l'enquête GfK Consumer Climate, au troisième trimestre 2015, les **anticipations économiques** françaises se sont à nouveau stabilisées pendant l'été 2015. En septembre, l'indicateur se situait à 6,1 points, soit 0,6 de plus qu'en juin. On peut en conclure que les Français s'attendent à voir leur pouvoir économique stagner ou légèrement augmenter. Il y a un an, en septembre 2014, l'indicateur comptait presque 33 points de moins.



Même si jusqu'à présent, les consommateurs français ne s'attendent pas à une hausse importante des salaires, les **anticipations de revenu** ont quand même augmenté de façon prononcée au troisième trimestre. Gagnant 16,6 points, il atteint les 7,1 en septembre. Il y a un an, les attentes en termes de revenus se situaient encore à -36,4 points.



La **disposition à acheter** affiche un développement positif au troisième trimestre 2015. En septembre, elle se situait à 8,7 points, soit près de 7 points de plus qu'en juin. L'indicateur a ainsi atteint sa valeur la plus élevée depuis décembre 2001. À l'époque, il se situait à 17,2 points.



## Illustrations Haute Définition

Téléchargez les cartographies et tableaux en HD pour les études [Purchasing Power Europe](#) et [Consumer Climate Europe Q3 2015](#)

## A propos de l'étude GfK Purchasing Power 2015

GfK Purchasing Power est une mesure du revenu disponible par habitant après déduction des taxes et contributions charitables. L'étude indique par personne, des niveaux de pouvoir d'achat par an en euros. Les chiffres du GfK Purchasing Power reflètent le revenu nominal, ce qui signifie que les valeurs n'ont pas été ajustées par rapport à l'inflation. L'étude s'appuie sur les statistiques des revenus, de frais mensuels récurrents (loyer, coûts énergétiques, contributions aux assurances, fonds de retraite privés, autres dépenses comme les frais de voyage et de transport), des taux d'imposition, des prévisions et des prestations gouvernementales par des instituts économiques. L'étude GfK Purchasing Power est calculée chaque année pour 42 pays d'Europe, offrant une couverture complète jusqu'au niveau des municipalités par l'intermédiaire de GfK GeoMarketing. Pour en savoir plus, visitez [www.gfk.com/marketdata](http://www.gfk.com/marketdata)

### **À propos de l'étude GfK Consumer Climate Europe**

Les résultats de l'étude GfK Consumer Climate Europe sont extraits d'une enquête auprès des consommateurs menée dans tous les pays de l'UE pour la Commission européenne. Environ 40 000 personnes sont interrogées dans les 28 pays chaque mois. Ces répondants sont représentatifs de la population adulte de l'Union européenne. Les indicateurs de l'étude Consumer Climate Europe sont fondés sur des sondages mensuels portant sur le moral des consommateurs. Ils traitent de la situation économique générale dans les différents pays et de la situation des ménages.

### **A propos de GfK**

GfK fournit une information de référence sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les 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 en savoir plus, visitez [www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr) et suivez nous sur [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK)

### **Contacts**

GfK  
Service de Presse  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes - France  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

[LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#) | [G+](#)

Raphaël Couderc  
Tel. +33 (0) 1 74 18 61 57  
Mob. +33 (0) 6 47 55 73 21  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

Cornelia Lichtner  
Public Relations Manager,  
GfK Geomarketing  
76646 Bruchsal, Germany  
T +49 7251 9295 270  
[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)  
[www.gfk.com/geomarketing-de](http://www.gfk.com/geomarketing-de)