

Communiqué de presse

14 octobre 2016

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

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
Tél. +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Le climat de consommation européen selon l'étude de GfK : l'inquiétude a un impact sur le moral des consommateurs

Résultats du troisième trimestre 2016 de l'étude GfK Climat de la consommation en Europe

Nuremberg, le 14 octobre 2016 – Le principal sujet de discussion transnational du troisième trimestre, surtout au début, était la décision des britanniques de quitter l'Union européenne. Sinon, ce sont principalement des sujets nationaux qui ont dominé les conversations dans les différents pays européens. Les indicateurs des anticipations économiques et de revenus, ainsi que la propension à acheter n'ont pas évolué de façon uniforme à travers l'Europe. Dans l'ensemble, le climat de consommation pour l'UE des 28 est passé de 13,1 points à 12,3 points entre juin et septembre 2016.

Le début du troisième trimestre a été marqué par la décision du Royaume-Uni de sortir de l'UE à la fin du mois de juin. Dans presque tous les pays européens, et bien-sûr particulièrement au Royaume-Uni, la confiance des consommateurs et surtout les anticipations économiques ont chuté, de façon dramatique dans certains cas. Le climat de consommation de l'UE des 28 est passé de 13,1 points en juin à 10,0 points en juillet. En septembre, il était revenu à 12,3 points. Déjà en août, les discussions concernant le Brexit étaient toutefois beaucoup moins présentes en Europe. D'autres sujets, en particulier des sujets nationaux, prédominaient. Il ne sera possible d'évaluer avec certitude les répercussions du Brexit sur le moral des consommateurs européens qu'une fois que les négociations concrètes auront débuté et que la sortie du Royaume-Uni approchera.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
T +49 911 395 0

Comité directeur :
Dr. Gerhard Hausruckinger
(Porte-parole du Comité directeur)
Christian Diedrich (Directeur financier)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Président du
Conseil d'administration :
Ralf Klein-Bölting

Tribunal de commerce :
Nuremberg HRB 25014

D'un point de vue économique, l'Europe connaît une évolution positive. Presque tous les pays affichent une croissance économique, et dans certains cas, avec des taux de croissance vraiment impressionnants. Cela se reflète également dans les chiffres du chômage. Dans la plupart des pays, le taux d'emploi augmente tandis que le taux de chômage diminue. Toutefois, ces aspects positifs ne se traduisent pas par une hausse extraordinaire des anticipations économiques et des revenus des consommateurs. De même, la propension à acheter n'a pas toujours été en accord avec l'évolution économique générale de chaque pays. D'autres sujets nationaux semblent également jouer un rôle, tout comme les facteurs psychologiques généraux et les grandes incertitudes, tels que la guerre persistante en Syrie, les attaques terroristes en France et en Allemagne, la montée des partis populistes de droite lors des élections et dans les sondages, et les pro-

chaines présidentielles américaines.

Les Français s'attendent à une baisse des revenus

En France, aucune tendance nette ne s'est dégagée au cours du troisième trimestre pour les anticipations économiques. Alors que l'indicateur était à 3,4 points en juillet, il a brutalement chuté à -2,7 points en août, avant de remonter à 6,8 points en septembre. En tout, l'indicateur a ainsi pris 6,3 points depuis juin. Les Français s'attendent par conséquent à une croissance économique minime au cours des prochains mois.

La situation économique difficile du pays se reflète clairement dans les anticipations de revenus des Français. En raison des taux de chômage élevés et du peu de perspectives de reprise, les consommateurs s'attendent à ce que les revenus continuent de diminuer au cours des mois à venir. L'indicateur a augmenté de seulement 0,9 points depuis juin, restant à -13,9 points en septembre. Il y a ainsi eu une baisse de 6,8 points depuis septembre 2015.

Cependant, la propension à acheter des Français a légèrement augmenté au cours du dernier trimestre. Depuis juin, l'indicateur a connu une hausse de 6,7 points et a été enregistré à 8,7 points en septembre. Il s'agit de la même valeur exactement qu'il y a un an.

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](https://twitter.com/GfK)

Responsable de la législation en matière de presse
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger

Nordwestring 101
90419 Nuremberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com