

Δελτίο τύπου

Ημερομηνία
19 Ιουλίου, 2011

Σπύρος Καμηλέρης
GfK Hellas Ltd
Retail & Technology Division
Τηλ +30 210 7572603
Fax +30 210 7564664
spyros.camileris@gfk.com

Ελπίδες για οικονομική ανάκαμψη στην Ευρώπη

Αποτελέσματα της έρευνας της GfK για το καταναλωτικό κλίμα στην Ευρώπη το δεύτερο τρίμηνο του 2011

Νυρεμβέργη, 18 Ιουλίου 2011 – Η ψυχολογία των καταναλωτών βελτιώνεται σε πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για πρώτη φορά από την έναρξη της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης παρά την αβεβαιότητα που προκαλούν οι συζητήσεις για το σχέδιο διάσωσης της Ελλάδας. Αυτό είναι ένα από τα βασικά ευρήματα της έρευνας της GfK για το καταναλωτικό κλίμα στην Ευρώπη που πραγματοποιήθηκε το δεύτερο τρίμηνο του 2011 και παρέχει μια επισκόπηση ως προς την εξέλιξη των προσδοκιών οικονομικής ανάπτυξης, επιπέδου τιμών, εισοδήματος και πρόθεσης αγοράς των καταναλωτών στην Αυστρία, τη Βουλγαρία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ελλάδα, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, την Ιταλία, την Πολωνία, τη Ρουμανία και την Τσεχική Δημοκρατία. Ο πληθυσμός αυτών των 11 χωρών αντιπροσωπεύει περίπου το 80% του συνολικού πληθυσμού των 27 κρατών-μελών της ΕΕ.

Η οικονομική ύφεση στην Ευρώπη φαίνεται να έχει περάσει πλέον από το χαμηλότερο σημείο της και η οικονομία στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες αρχίζει να ανακάμπτει από τη χειρότερη κρίση της μεταπολεμικής περιόδου. Σε πολλές χώρες τα οικονομικά δεδομένα επιστρέφουν για πρώτη φορά σε ελαφρά ανοδική τάση σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του έτους. Σε καμία περίπτωση ωστόσο δεν έχουν ξεπεραστεί οι συνέπειες από τη χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση. Πολλοί καταναλωτές είναι ακόμα ανήσυχoi και δεν έχουν πειστεί ότι η ανοδική τάση στις χώρες τους θα συνεχιστεί. Ορισμένες χώρες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν δυσκολίες από τη χρηματοπιστωτική κρίση και τις επιπτώσεις της, με κυριότερη την Ελλάδα. Η αβεβαιότητα που επικρατεί στην Ελλάδα για το μέλλον επηρεάζει, όπως επίσης και στην Ιρλανδία και την Πορτογαλία, την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας τους.

Το δεύτερο μείζον πρόβλημα για τους Ευρωπαίους είναι ο πληθωρισμός. Στη Βουλγαρία για παράδειγμα αναμένεται μια γενική άνοδος των τιμών μεταξύ 5% και 6% προς τα τέλη του έτους. Πιο συγκεκριμένα, οι ευρωπαίοι καταναλωτές ανησυχούν για το κόστος των τροφίμων και των καυσίμων.

Προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης: η Κυβερνητική Κρίση ανησυχεί τους Τσέχους καταναλωτές

Σε όλες σχεδόν τις χώρες που περιλήφθηκαν στην έρευνα η ύφεση φαίνεται να έχει υπερβεί πλέον το "ναδίρ". Οι προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης παρουσίασαν άνοδο κατά το δεύτερο τρίμηνο ή παρέμειναν στα επίπεδα που καταγράφηκαν το Μάρτιο. Πολλοί καταναλωτές ελπίζουν ότι η χώρα τους θα μπορέσει να υπερβεί την κρίση το επόμενο διάστημα. Εξαιρέση αποτελούν η Αυστρία, όπου ο δείκτης μειώθηκε σε σύγκριση με τις αρχές του έτους, και η Τσεχική Δημοκρατία. Η Γερμανία εξακολουθεί να ηγείται της ανάπτυξης στην Ευρώπη: ο δείκτης αυτό το διάστημα κυμαίνεται στις 50,3 μονάδες.

Ο δείκτης κατέγραψε επίσης ιδιαίτερα έντονη ανάπτυξη στην Ισπανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και την Πολωνία. Η Ρουμανία εμφανίζει ισχυρή ανοδική τάση εδώ και 12 μήνες: ο δείκτης εμφάνισε σταθερή άνοδο από τις -71 μονάδες τον Ιούνιο του 2010 στις τρέχουσες -26,2 μονάδες.

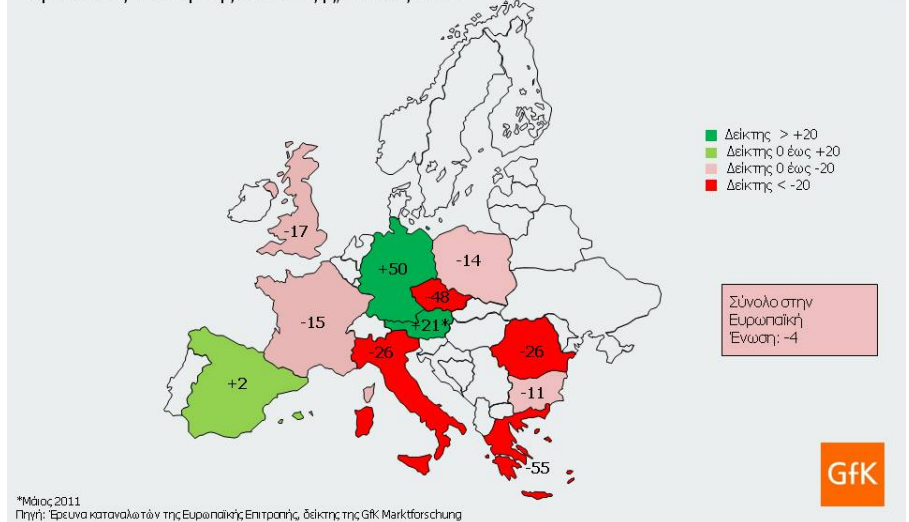
Παρά το αναμενόμενο επίπεδο ανάπτυξης της τάξης του 1,9% για φέτος, ο πληθυσμός της **Τσεχίας** δεν τρέφει ιδιαίτερη εμπιστοσύνη στην οικονομία της χώρας προς το παρόν. Η δυσπιστία αντικατοπτρίζεται στις προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης των καταναλωτών, οι οποίες έφτασαν στο χαμηλότερο τους επίπεδο (-48,1 μονάδες) από τις αρχές του 2006 που ξεκίνησε η καταγραφή. Οι βασικοί λόγοι της αβεβαιότητας αφορούν την ίδια τη χώρα: η τσεχική κυβέρνηση βρίσκεται σε κρίση. Οι πολίτες φοβούνται ότι οι μεταρρυθμίσεις που έχουν ανακοινωθεί, ιδίως στον τομέα των συντάξεων, δεν θα εφαρμοστούν σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα. Η πρόβλεψη για αύξηση της ανεργίας κατά το δεύτερο εξάμηνο του έτους προσθέτει έναν ακόμα λόγο ανησυχίας. Σε συνδυασμό με τις συνεχείς αυξήσεις στο κόστος των τροφίμων και της ενέργειας, αυτές οι προοπτικές οδηγούν τους Τσέχους σε μια μάλλον απαισιόδοξη εκτίμηση της πορείας της εθνικής οικονομίας τους προσεχείς μήνες.

Στην **Αυστρία** ο δείκτης μειώθηκε κατά περίπου 10 μονάδες το δεύτερο τρίμηνο για να φτάσει στο τρέχον επίπεδο των 21 μονάδων. Η συνεχιζόμενη συζήτηση σχετικά με την ευρωπαϊκή χρηματοπιστωτική κρίση και το πολλών δισεκατομμυρίων σχέδιο διάσωσης της Ελλάδας προβληματίζουν τους καταναλωτές. Όπως οι Τσέχοι, έτσι και οι πολίτες της Αυστρίας φοβούνται ότι η οικονομία της χώρας τους θα πληγεί από αυτή την κατάσταση σε βαθμό δυσανάλογο.

Οι προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης στην **Ελλάδα** φάνηκαν να σταθεροποιούνται για λίγο και να παραμένουν σταθερές κατά το δεύτερο τρίμηνο, αν και ο δείκτης παραμένει πάρα πολύ χαμηλός: -54,7 μονάδες. Ωστόσο, τα μέτρα λιτότητας που επέβαλε η ελληνική κυβέρνηση - όρος που τέθηκε από την ΕΕ για την παροχή βοήθειας - σημαίνουν ότι οι Έλληνες πολίτες έχουν να περιμένουν ακόμα μεγαλύτερες περικοπές, γεγονός που θα επηρεάσει σαν ντόμινο την οικονομία της χώρας, ενώ ταυτόχρονα δυναμώνουν οι φωνές αυτών που διαφωνούν. Σε αυτή τη φάση είναι πλέον εξαιρετικής σημασίας να μπορέσει η ελληνική κυβέρνηση να συμπεριλάβει στα μέτρα εξοικονόμησης τους υψηλόμισθους και την οικονομική ελίτ και να αντιμετωπίσει οριστικά την παραοικονομία, διαφορετικά οι προσπάθειες για δημοσιονομική εξυγίανση θα αποτύχουν και δεν θα γίνουν αποδεκτές από τον πληθυσμό.

Προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης στην Ευρώπη

Προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης, Ιούνιος 2011



Προσδοκίες επιπέδου τιμών: οι Βρετανοί ελπίζουν σε μείωση του πληθωρισμού

Σε πολλές από τις χώρες που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα, οι προσδοκίες επιπέδου τιμών των καταναλωτών διήλθαν από το σημείο κορύφωσης και άρχισαν να μειώνονται κατά το δεύτερο τρίμηνο. Η Ιταλία έχει αυτή την περίοδο το χαμηλότερο δείκτη (-18,4 μονάδες). Στη Γαλλία, αν και ο δείκτης παραμένει υψηλός με 32 μονάδες, η κατάσταση έχει βελτιωθεί αισθητά: τον Απρίλιο ήταν στις 49 μονάδες. Οι προσδοκίες επιπέδου τιμών κυμαίνονται επίσης σε υψηλά επίπεδα στην Αυστρία: 30,6 μονάδες. Ο δείκτης αυξήθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Τσεχική Δημοκρατία και την Ελλάδα.

Στο **Ηνωμένο Βασίλειο**, οι προσδοκίες επιπέδου τιμών των καταναλωτών μειώθηκαν περισσότερο από 19 μονάδες μεταξύ Μαρτίου (17,3 μονάδες) και Μαΐου (-1,9 μονάδες). Ο πληθωρισμός παραμένει ωστόσο γύρω στο 4,5% με βασική αιτία το αυξανόμενο κόστος των τροφίμων και των καυσίμων. Μετά από αισθητές αυξήσεις των τιμών τους τελευταίους μήνες, οι καταναλωτές φαίνονται τώρα να περιμένουν αντιστροφή της ανοδικής τάσης. Τα μέτρα λιτότητας της βρετανικής κυβέρνησης, τα σχετικά υψηλά ποσοστά ανεργίας και το εκτεταμένο πάγωμα στις αυξήσεις των μισθών συντελούν επίσης στη μείωση των επιπέδων του πληθωρισμού. Όταν οι καταναλωτές έχουν λιγότερα χρήματα στο πορτοφόλι τους, οι έμποροι δεν μπορούν να μεταφέρουν τις αυξήσεις των τιμών των εμπορευμάτων απευθείας στους πελάτες τους. Κατά συνέπεια είναι πιθανό η σπειροειδής αύξηση των τιμών να συγκρατηθεί το επόμενο διάστημα.

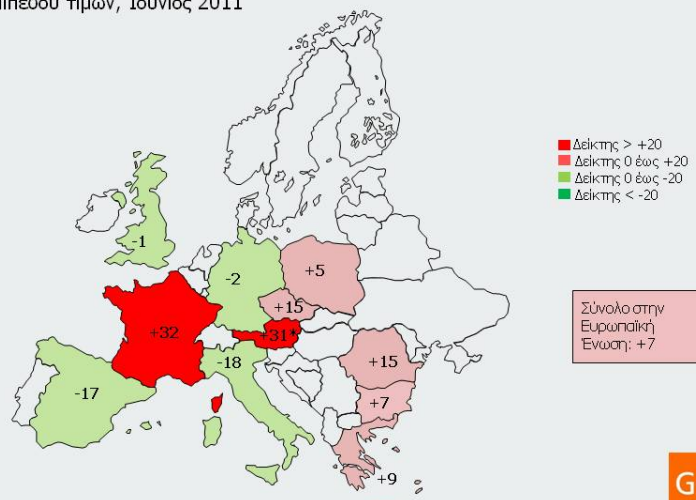
Η εξέλιξη των προσδοκιών επιπέδου τιμών στην **Ελλάδα** εμφανίζεται ασυνεχής. Μεταξύ Απριλίου και Μαΐου ο δείκτης μειώθηκε κατά 15,2 μονάδες για να φτάσει στις -17,6 μονάδες. Τον Ιούνιο ωστόσο οι προσδοκίες επιπέδου τιμών αυξήθηκαν πάλι κατακόρυφα έως τα σημερινά επίπεδα των 8,7 μονάδων. Εδώ διαφαίνεται ο ρόλος των συζητούμενων αυξήσεων στους φόρους στο πλαίσιο του νέου πακέτου μέτρων λιτότητας. Για παράδειγμα, ο ΦΠΑ σε διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες, όπως π.χ. τρόφιμα και ποτά στα εστιατόρια, αυξήθηκε από 11% σε 23%, γεγονός που με τη σειρά του επηρεάζει άμεσα την καθημερινότητα των Ελλήνων. Οι Έλληνες συνηθίζουν να βγαίνουν με την οικογένεια και τους φίλους τους, συνήθεια βαθιά ριζωμένη στη μεσογειακή κουλτούρα τους. Για αυτό το λόγο, οι καταναλωτές νιώθουν έντονα τις επιπτώσεις από την αύξηση του φόρου στον τομέα αυτό. Επιπλέον αναμένεται αύξηση στα είδη καπνού για τις πιο φθηνές μάρκες.

GfK Group

GfK Καταναλωτικό κλίμα Ευρώπης

Προσδοκίες επιπέδου τιμών στην Ευρώπη

Προσδοκίες επιπέδου τιμών, Ιούνιος 2011



*Μάιος 2011

Πηγή: Έρευνα καταναλωτών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, δείκτης της GfK Marktforschung

Προσδοκίες εισοδήματος: ενδείξεις ανάκαμψης στην Ισπανία

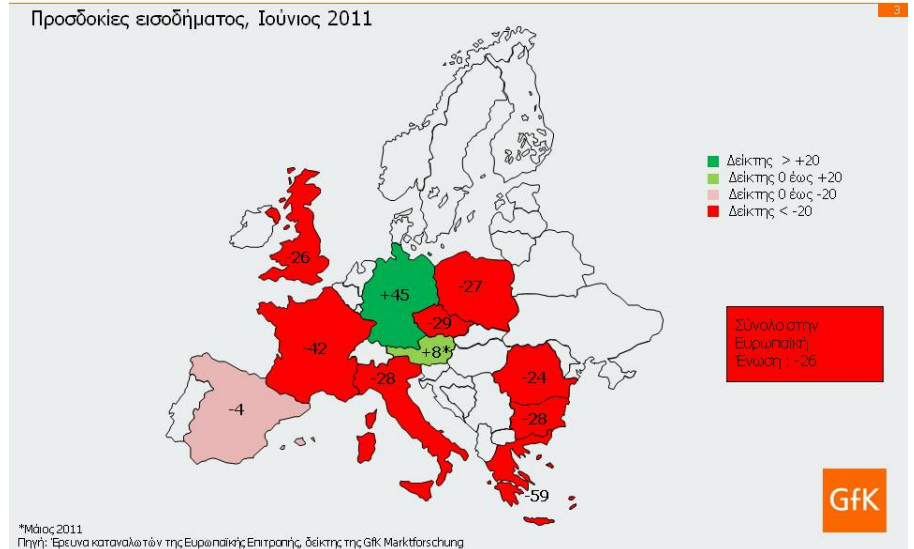
Οι προσδοκίες εισοδήματος εμφανίζουν επίσης βελτίωση σε όλη την Ευρώπη κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2011. Ο δείκτης αυξήθηκε στη Γερμανία, την Ισπανία, την Αυστρία, τη Ρουμανία και την Πολωνία και σε ορισμένες περιπτώσεις η αύξηση ήταν σημαντική. Στις 44,6 μονάδες, η Γερμανία εξακολουθεί να καταγράφει κατά πολύ υψηλότερη τιμή σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες. Ο δείκτης σταθεροποιήθηκε στη Βουλγαρία και την Τσεχική Δημοκρατία, αν και σε χαμηλά επίπεδα, ενώ στη Γαλλία τον Ιούνιο έφτασε στη χαμηλότερη έως τώρα τιμή των -41,9 μονάδων. Μόνο οι Έλληνες είναι πιο απαισιόδοξοι όσον αφορά τις προσδοκίες εισοδήματός τους: η τιμή του δείκτη έφτασε στις -58,6 μονάδες τον Ιούνιο. Τα δραστικά μέτρα του δεύτερου πακέτου λιτότητας, που περιλαμβάνουν αυξήσεις φόρων, νέες περικοπές παροχών και μειώσεις μισθών στο δημόσιο, επιδρούν συνολικά στην ψυχολογία των Ελλήνων.

Οι Ισπανοί πιστεύουν ότι η οικονομία στην **Ισπανία** θα ανακάμψει σταδιακά και ως εκ τούτου αναμένουν βελτίωση της οικονομικής τους κατάστασης. Αν και το ποσοστό ανεργίας αυτή την περίοδο υπερβαίνει το 21%, παρουσιάζει ελαφριά μείωση σε όλους τους τομείς της οικονομίας. Η βελτίωση αποδίδεται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό: την περίοδο αυτή εμφανίζεται και πάλι αυξημένη ζήτηση για εργατικό προσωπικό στην εποχιακή τουριστική βιομηχανία, γεγονός που φυσιολογικά επηρεάζει απευθείας την καταναλωτική δύναμη του εποχιακά απασχολούμενου προσωπικού. Η Ισπανία επωφελήθηκε επίσης από τη μείωση του τουριστικού ρεύματος προς τη Βόρεια Αφρική. Παρόλα αυτά δεν διαφαίνεται ακόμα βελτίωση στη συνολική εικόνα της αγοράς εργασίας που αποτελεί ουσιαστικό όρο για την αποκατάσταση της αισιοδοξίας των ισπανών καταναλωτών.

Στην **Πολωνία** ο δείκτης μειώθηκε στις -47,5 μονάδες τον Απρίλιο και αποτελεί τη χαμηλότερη τιμή από την έναρξη της καταγραφής. Στη συνέχεια αυξήθηκε έως το τρέχον επίπεδο των -27,4 μονάδων. Η οικονομία της Πολωνίας συνήλθε από την παγκόσμια οικονομική κρίση πολύ γρήγορα και πέρυσι κατέγραψε ανάπτυξη 3,8%. Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν βελτιώθηκε κατά περίπου 4,5% εντός του πρώτου τριμήνου του 2011 και οι Πολωνοί ελπίζουν να επωφεληθούν από την ανάπτυξη με αυξήσεις των μισθών τους επόμενους μήνες. Αν και η ανεργία παραμένει σχετικά υψηλή με ποσοστό γύρω στο 13%, η κατά 4,1% αύξηση της απασχόλησης που καταγράφηκε στο πρώτο τρίμηνο του έτους σηματοδοτεί την αρχή της αντίστροφης τάσης.

Προσδοκίες εισοδήματος στην Ευρώπη

Προσδοκίες εισοδήματος, Ιούνιος 2011



Πρόθεση αγοράς: η αύξηση των τιμών εξελίσσεται σε πρόβλημα στη Βουλγαρία

Η σταδιακή βελτίωση της οικονομικής κατάστασης και η αναμενόμενη επιστροφή σε υψηλότερα εισοδήματα επηρεάζουν την πρόθεση αγοράς. Η τάση φαίνεται να "έπιασε πάτο" στις περισσότερες χώρες και ο δείκτης πλέον είτε αυξάνεται ελαφρώς είτε σταθεροποιείται. Έτσι, η Γερμανία κατέγραψε την υψηλότερη τιμή στις 35,1 μονάδες, ενώ η Ελλάδα βρίσκεται στο αντίθετο άκρο της κλίμακας με -41,8 μονάδες με αμέσως επόμενο το Ηνωμένο Βασίλειο στις -41,5 μονάδες.

Στη **Βουλγαρία** ο δείκτης μειώθηκε κι άλλο το δεύτερο τρίμηνο, όχι όμως τόσο απότομα όσο πριν. Η πτώση του από το Μάρτιο ήταν σχεδόν 6 μονάδες και αυτή την περίοδο κυμαίνεται στις -3,1 μονάδες, το χαμηλότερο επίπεδο από το Φεβρουάριο του 2005. Ο πληθωρισμός μπορεί εν δυνάμει να εξελιχθεί σε σοβαρό πρόβλημα στη Βουλγαρία το επόμενο διάστημα. Ποσοστό πληθωρισμού μόλις κάτω από το 6% αποτελεί απειλή τόσο για την πολιτική σταθερότητα της χώρας όσο και για τις προοπτικές της για σταθερή ανάκαμψη. Με δεδομένο ότι τα καθαρά διαθέσιμα εισοδήματα μόλις και μετά βίας καλύπτουν τα βασικά έξοδα διαβίωσης και ότι αυτό δεν αναμένεται να αλλάξει στο προβλεπόμενο μέλλον εξαιτίας των υψηλών ποσοστών πληθωρισμού, οι καταναλωτές δεν θεωρούν αυτή την περίοδο κατάλληλη για σημαντικές αγορές πέρα από τις απολύτως βασικές. Προτεραιότητά τους είναι να μπορέσουν να εξυγιάνουν τον οικιακό τους προϋπολογισμό.

Οι συζητήσεις περί νέων μέτρων λιτότητας στην **Ελλάδα**, στα οποία περιλαμβάνονται αυξήσεις φόρων, περικοπές παροχών και αυξήσεις σε διάφορες εισφορές, οδήγησαν στη συρρίκνωση της πρόθεσης αγοράς κατά 13,7 μονάδες έως την τρέχουσα τιμή των -41,8 μονάδων.

Η έρευνα

Τα παραπάνω ευρήματα έχουν ληφθεί από την έρευνα "GfK Consumer Climate MAXX survey", η οποία πραγματοποιείται με συνεντεύξεις καταναλωτών σε όλες τις χώρες την Ευρωπαϊκής Ένωσης κάθε μήνα για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Οι μηνιαίες συνεντεύξεις κατανέμονται μεταξύ των παρακολουθούμενων χωρών ως εξής:

Αυστρία	1.500
Βουλγαρία	1.000
Γαλλία	3.300
Γερμανία	2.000
Ελλάδα	1.500
Ηνωμένο Βασίλειο	2.000
Ισπανία	2.000
Ιταλία	2.000
Πολωνία	1.000
Ρουμανία	1.000
Τσεχική Δημοκρατία	1.000

Υπεύθυνος για πληροφορίες: Rolf Bürkl, τηλ. +49 911 395-3056, rolf.buerkl@gfk.com

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τους επιμέρους δείκτες σε επισκόπηση:

Προσδοκίες οικονομικής ανάπτυξης	Ο δείκτης αυτός βασίζεται στις εξής ερωτήσεις προς τους καταναλωτές: "Πώς πιστεύετε ότι θα εξελιχθεί η γενική οικονομική κατάσταση τους επόμενους 12 μήνες;" (θα βελτιωθεί σημαντικά - θα βελτιωθεί λίγο - θα παραμείνει περίπου η ίδια - θα χειροτερέψει λίγο - θα χειροτερέψει σημαντικά - δεν γνωρίζω)
Προσδοκίες επιπέδου τιμών	Ο δείκτης αυτός βασίζεται στις εξής ερωτήσεις προς τους καταναλωτές: "Πώς πιστεύετε ότι θα εξελιχθούν οι τιμές των καταναλωτικών αγαθών τους επόμενους 12 μήνες σε σύγκριση με τους προηγούμενους 12 μήνες;" (θα αυξηθούν πιο γρήγορα από πριν - θα αυξηθούν με τον ίδιο περίπου ρυθμό - θα αυξηθούν πιο αργά σε σχέση με πριν - θα παραμείνουν περίπου οι ίδιες - θα μειωθούν - δεν γνωρίζω)
Προσδοκίες εισοδήματος	Ο δείκτης αυτός βασίζεται στις εξής ερωτήσεις προς τους καταναλωτές: "Πώς πιστεύετε ότι θα εξελιχθεί η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας τους επόμενους 12 μήνες;" (θα βελτιωθεί σημαντικά - θα βελτιωθεί λίγο - θα παραμείνει περίπου η ίδια - θα χειροτερέψει λίγο - θα χειροτερέψει σημαντικά - δεν γνωρίζω)
Πρόθεση κατανάλωσης και αγοράς	Ο δείκτης αυτός βασίζεται στις εξής ερωτήσεις προς τους καταναλωτές: "Πιστεύετε ότι αυτή η περίοδος είναι κατάλληλη για σημαντικές αγορές;" (ναι, είναι κατάλληλη περίοδος - δεν είναι ούτε κατάλληλη ούτε ακατάλληλη περίοδος - όχι, είναι κακή περίοδος για αγορές - δεν γνωρίζω)



Ο Όμιλος GfK

Ο Όμιλος GfK προσφέρει τις θεμελιώδεις γνώσεις που χρειάζεται η βιομηχανία, το εμπόριο, οι εταιρίες παροχής υπηρεσιών και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προκειμένου να λάβουν αποφάσεις σχετικά με την αγορά. Παρέχει μια εκτενή γκάμα πληροφοριών και συμβουλευτικών υπηρεσιών στους τρεις επιχειρηματικούς κλάδους: Custom Research (Εξατομικευμένη έρευνα), Retail (Λιανικό εμπόριο) και Technology and Media (Τεχνολογία και MME). Πρόκειται για την τέταρτη μεγαλύτερη εταιρία έρευνας αγοράς παγκοσμίως με παρουσία σε 100 χώρες και με περισσότερους από 10.000 εργαζόμενους. Οι πωλήσεις του Ομίλου GfK το 2010 ανήλθαν σε 1,29 δις ευρώ. Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε το δικτυακό μας τόπο: www.gfk.com. Ακολουθήστε μας στο Twitter: www.twitter.com/gfk_group.

Προς τους συντάκτες: *Για περαιτέρω πληροφορίες παρακαλούμε απευθυνθείτε στη GfK Hellas: **Κο Σπύρο Καμηλέρη** (τηλ. 210 75 72 603 Spyros.Camileris@gfk.com)*