Studiu GfK: Indicatorul privind încrederea consumatorilor români este determinat de previziuni pesimiste la majoritatea capitolelor



Consumatorii români nu au mai redobândit, în 2018, încrederea în economie pe care au avut-o în anul anterior, devenind reticenti pe fondul tensiunilor de pe piata monetara (cresterea ROBOR) si al situatiei economice incerte, releva un studiu al firmei de cercetare si analiza - GfK privind încrederea consumatorilor.

În aceste conditii, indicatorul *Climatului de Consum* masurat de GfK este înca negativ, situat în zona de pesimism, respectiv (-20,7).

"Indicatorul privind încrederea consumatorilor români este determinat de previziuni pesimiste la majoritatea capitolelor. Doar 11% cred într-o evolutie pozitiva a economiei si în acelasi procent se asteapta ca rata somajului sa scada în urmatorul an. Cu toate acestea, românii arata ceva mai mult optimism atunci când vine vorba despre asteptarile privind situatia propriilor finante. Aproape un sfert dintre ei au încredere ca aceasta va arata mai bine, fata de 19% anul anterior", se arata în raportul GfK.

Chiar daca piata FMCG (Fast Mover Consumer Goods - bunurile de larg consum cel mai des achizitionate n.r.) si cea electro-IT au marcat cresteri în 2018, consumatorii se arata reticenti când vine vorba despre achizitia bunurilor de folosinta îndelungata pe viitor.

Pentru anul 2019, 4 din 10 români (42%) declara ca îsi vor micsora bugetul pentru achizitii precum mobila, masina de spalat etc., aproape la fel de multi fiind cei care spun ca îsi vor mentine constant bugetul pentru astfel de achizitii (41%).

Doar 10% dintre români si-au exprimat intentia de a investi mai mult decât pâna acum.

"Dintr-o perspectiva mai larga, consumul casnic de bunuri de larg consum va fi mentinut în continuare de cresterea venitului disponibil al populatiei, un impact care poate fi compensat de înasprirea termenilor de creditare", se arata în raport.

La nivelul Uniunii Europene, consumatorii sunt preocupati de scaderea nivelului de trai - protestele "Vestelor Galbene" din Franta sau manifestarile împotriva rasismului din Italia, cresterea pretului petrolului si Brexit - evenimente care au dus la coborârea indicelui de încredere pâna la -6.

Rezultatele provin din studiul GfK Omnibus, realizat prin metodologia TAWI (interviuri realizate pe tableta), pe 1020 respondenti, reprezentantiv la nivel national.

Industria bunurilor de larg consum a înregistrat pe parcursul anului 2018 o crestere de aproape 6% comparativ cu 2017, conform studiului GfK Consumer Panel, în timp ce piata românească de bunuri de folosinta îndelungata a marcat o crestere de 13% comparativ cu anul anterior.