



Informacja prasowa

Warszawa, 19 marca 2013 r.

Barometr Carrefour – Wskaźnik Koniunktury Konsumenckiej

Carrefour Polska nawiązał współpracę z Instytutem Badań nad Gospodarką Rynkową, który przygotowywać będzie Barometr Carrefour – wskaźnik koniunktury konsumenckiej. Barometr - to comiesięczny wskaźnik koniunktury w sektorze handlu publikowany przez Carrefour 15 dnia każdego miesiąca¹.

Barometr Carrefour² – Wskaźnik Koniunktury Konsumenckiej to nowy projekt opracowywany na zlecenie Carrefour przez IBnGR z częstotliwością miesięczną. Jego zadaniem jest pomiar koniunktury w sektorze handlowym w Polsce. Jest wskaźnikiem równoczesnym (*coincident indicator*) - pokazuje stan koniunktury na bieżąco, a także standaryzowanym, zmieniającym się w przedziale od -100 do +100. Wartości poniżej zera wskazują niekorzystną koniunkturę konsumencką, powyżej – korzystną.

Celem Carrefour jest jak najlepsze poznanie klientów i ich potrzeb. Badania i analizy rynku oraz Barometr Carrefour tworzony przez Polski Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową pozwalają dodatkowo zyskać wiedzę na temat tendencji i zmian na rynku, ma także właściwości prognostyczne, co jest dla nas bardzo ważne – mówi Jean Anthoine, prezes Carrefour Polska.

Wartości Barometru Carrefour obliczane są na podstawie wskaźników związanych z bieżącym stanem koniunktury, siłą nabywczą ludności i zachowaniami konsumentów. Przykładowe zmienne, wykorzystane przy tworzeniu Barometru, to skłonność do zakupów,

¹ Jeśli 15 dzień miesiąca przypadnie na dzień wolny od pracy – Barometr Carrefour publikowany będzie pierwszego dnia roboczego następującym po 15 dniu miesiąca.

² Barometr Carrefour jest wskaźnikiem ogólnej koniunktury konsumenckiej panującej w kraju, nie jest wskaźnikiem koniunktury konsumenckiej w sklepach Carrefour.

bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej, wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu, wartość kredytów i pożyczek udzielonych gospodarstwom domowym, realna dynamika sprzedaży detalicznej towarów czy wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych.

Pierwszy - marcowy Barometr Carrefour – wskaźnik koniunktury konsumenckiej wyniósł 19,7 punktów (w skali od -100 do +100). Oznacza to wzrost wartości Barometru w porównaniu z notowaniem z poprzedniego miesiąca o 2,2 punkty i dalsze utrzymywanie się jego wartości poniżej zera, co oznacza niekorzystny stan koniunktury konsumenckiej.

Na zmianę wartości Barometru w marcu pozytywnie wpłynęły: nominalny wzrost wartości kredytów i pożyczek udzielonych gospodarstwom domowym, wzrost skłonności konsumentów do zakupów, wzrost bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej, realny wzrost dynamiki sprzedaży detalicznej, wzrost liczby pracujących w sektorze przedsiębiorstw oraz spadek inflacji. Wzrost wartości Barometru łagodzony był przez: spadek ogólnego klimatu koniunktury w handlu oraz nominalny spadek przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego brutto w sektorze przedsiębiorstw.

Wyraźnie ujemna wartość Barometru Koniunktury Konsumenckiej stanowi potwierdzenie obserwowanych na rynku tendencji i świadczy o złym stanie koniunktury. Obniżająca się przez cały 2012 rok dynamika spożycia indywidualnego, czyli konsumpcji, była skutkiem spowolnienia wzrostu gospodarczego, wynikającej z niego złej sytuacji na rynku pracy oraz niekorzystnych oczekiwań i prognoz makroekonomicznych.

Według aktualnych prognoz IBnGR, gospodarka polska w 2013 roku znajdować się będzie w niekorzystnej fazie cyklu koniunkturalnego. W pierwszej połowie roku tempo wzrostu gospodarczego utrzyma się na niskim poziomie, co w przeważającej mierze będzie wynikiem niskiego tempa wzrostu spożycia oraz spadku nakładów brutto na inwestycje - zapowiada dr Bohdan Wyżnikiewicz z Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową.

Jak dodaje Bohdan Wyżnikiewicz, w drugiej połowie roku sytuacja będzie się stopniowo poprawiać. Pomimo jednak wzrostu dynamiki produktu krajowego brutto, nadal nie będzie ona zadowalająca. Spodziewać się należy przyspieszenia tempa wzrostu zarówno konsumpcji jak i inwestycji, chociaż to ostatnie utrzyma wartości ujemne co najmniej do końca roku. Na bardziej znaczącą poprawę sytuacji gospodarczej poczekać trzeba będzie przynajmniej do roku 2014

Wykres Wartości Barometru Koniunktury Konsumenckiej w latach 2005-2013

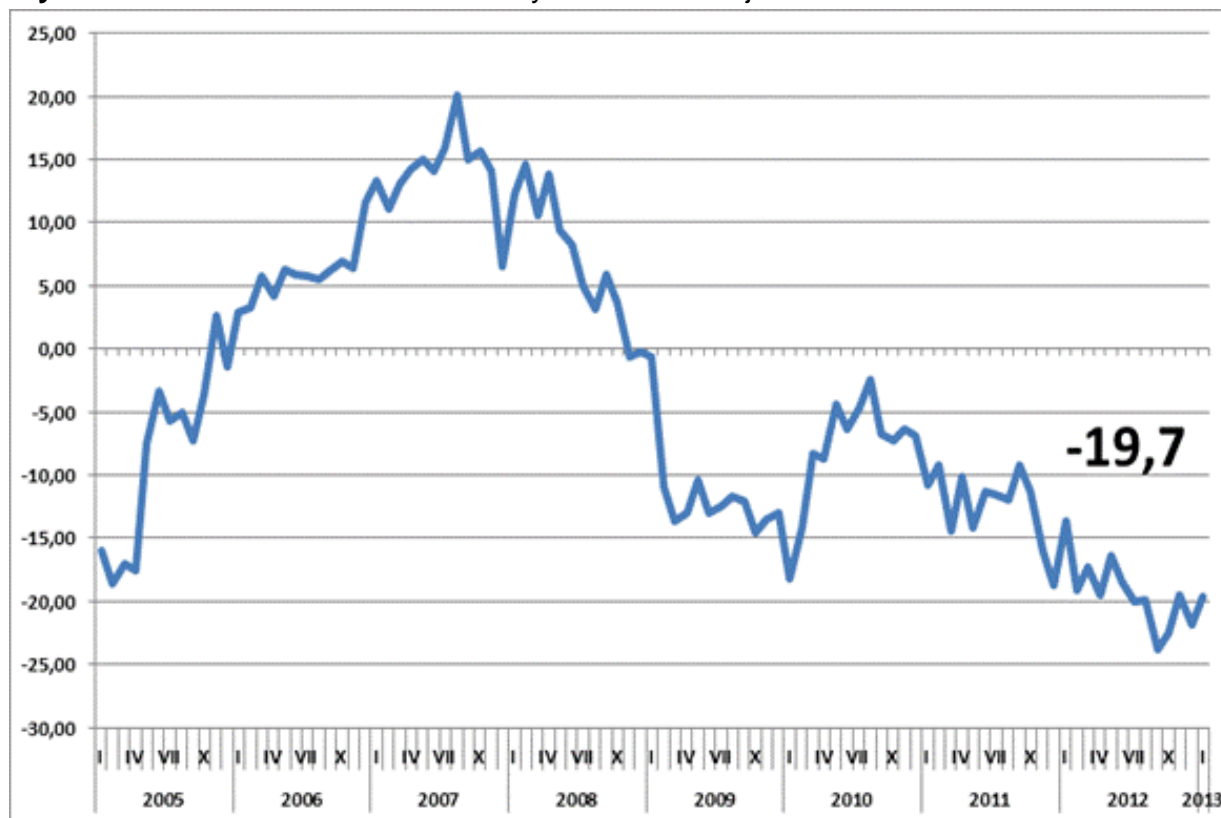


Tabela Zmiany składników cząstkowych BKK i ich wpływ na jego wartość

Nazwa zmiennej	Przyjęty przedział zmienności	Poprzednia wartość	Aktualna wartość	Wpływ na zmianę BKK
Skłonność do zakupów	[0, 200]	83,1	85,6	0,50
BWUK	[-100, +100]	-31,0	-30,8	0,04
Koniunktura w handlu	[-100, +100]	-12,8	-16,8	-0,80
Nominalna dynamika kredytów i pożyczek	[80, 160]	100,1	101,9	0,36
Realna dynamika sprzedaży detalicznej	[80, 140]	96,4	102,4	1,60
Dynamika liczby pracujących	[90, 110]	99,6	99,4	-0,14
Dynamika cen konsumpcyjnych	[100, 105]	102,4	101,7	2,24
Nominalna dynamika wynagrodzeń	[95, 115]	102,4	100,4	-1,62
Łączna zmiana wartości BKK				+2,19

Dodatkowe informacje:

Donata Wancel, Biuro Prasowe Carrefour, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy

e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com