

Lipcowy Barometr Carrefour: ożywienie będzie, ale nie spektakularne

Lipcowa wartość Barometru Carrefour – Wskaźnika Koniunktury Konsumenckiej wzrosła w porównaniu z notowaniem z poprzedniego miesiąca o 1,9 punktu i wyniosła -11,0 punktu (w skali od -100 do +100). W drugiej połowie 2013 roku spodziewane jest nieznaczne ożywienie gospodarcze – na poziomie pomiędzy 1 a 2 procent – wynika z analiz IBnGR.

Na zmianę wartości Barometru Carrefour pozytywnie wpłynęły: wzrost skłonności konsumentów do zakupów, wzrost bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej, poprawa ogólnego klimatu koniunktury w handlu, wzrost realnej dynamiki sprzedaży detalicznej oraz spadek inflacji. Wzrost wartości Barometru łagodzony był przez: spadek nominalnej dynamiki wartości kredytów i pożyczek udzielonych gospodarstwom domowym oraz spadek nominalnej dynamiki przeciętnych wynagrodzeń brutto w sektorze przedsiębiorstw. Neutralne dla wartości Barometru było utrzymanie się na niezmiennym poziomie dynamiki liczby pracujących w sektorze przedsiębiorstw.

To już kolejny wzrost notowania Barometru Carrefour – Wskaźnika Koniunktury Konsumenckiej – w czerwcu jego wartość wzrosła (w porównaniu z majem) o 2,6 punktu. Pomimo drugiego z rzędu wzrostu notowania Barometru, jego wartość nadal znajduje się znacząco poniżej poziomu neutralnego, czyli zera. Stanowi to potwierdzenie obserwowanej na rynku dominacji negatywnych czynników i świadczy o utrzymywaniu się złego stanu koniunktury gospodarczej. Warto jednak zwrócić uwagę, że obecna wartość wskaźnika znalazła się na poziomie najwyższym od września 2011 roku. Może to stanowić zapowiedź poprawy koniunktury i powolnego wzrostu dynamiki spożycia indywidualnego, czyli konsumpcji, w najbliższych miesiącach. Oczekiwanie takie zgodne jest z aktualnymi prognozami IBnGR, według których w drugiej połowie 2013 roku powinno rozpocząć się ożywienie gospodarcze.

Wykres Wartości Barometru Koniunktury Konsumenckiej w latach 2005-2013

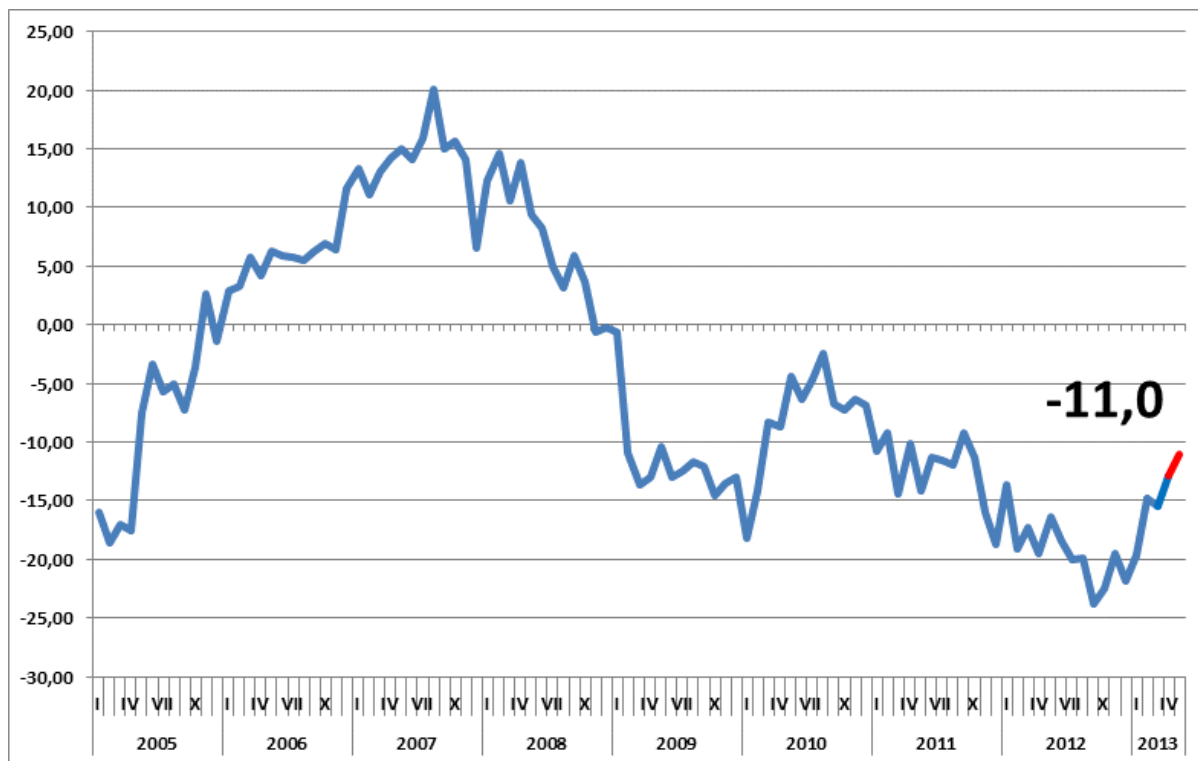


Tabela Zmiany składników cząstkowych BKK i ich wpływ na jego wartość

Nazwa zmiennej	Przyjęty przedział zmienności	Poprzednia wartość	Aktualna wartość	Wpływ na zmianę BKK
Skłonność do zakupów	[0, 200]	89,0	92,1	+0,61
BWUK	[-100, +100]	-30,2	-27,9	+0,46
Koniunktura w handlu	[-100, +100]	-8,2	-6,2	+0,40
Nominalna dynamika kredytów i pożyczek	[80, 160]	101,9	100,7	-0,23
Realna dynamika sprzedaży detalicznej	[80, 140]	100,1	101,2	+0,29
Dynamika liczby pracujących	[90, 110]	99,2	99,2	0,00
Dynamika cen konsumpcyjnych	[100, 105]	100,8	100,5	+0,96
Nominalna dynamika wynagrodzeń	[95, 115]	103,0	102,3	-0,58
Łączna zmiana wartości BKK				+1,91

Naszym atutem jest to, że cały czas wnikliwie obserwujemy rynek i na bieżąco dostosowujemy naszą strategię do zmieniających się realiów gospodarczych. Barometr Carrefour pozwala nam zyskać wiedzę na temat tendencji i zmian na rynku, ma także właściwości prognostyczne, co jest istotne przy podejmowaniu strategicznych decyzji

dotyczących kierunków rozwoju firmy na polskim rynku – mówi **Jean Anthoine, prezes Carrefour Polska**

Słabe wyniki pierwszego półrocza sprawiają wprawdzie, że w całym 2013 roku tempo wzrostu gospodarczego będzie najniższe od ponad dekady, jednak w kolejnych kwartałach sytuacja będzie się poprawiać.

*W pierwszej połowie roku tempo wzrostu gospodarczego utrzymywało się na poziomie poniżej jednego procenta, a w drugiej połowie powinno ono osiągnąć poziom między 1 a 2 procent. Ożywienie nie będzie zatem spektakularne – zapowiada **dr Bohdan Wyżnikiewicz, wiceprezes Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową.***

W drugiej połowie roku wzrośnie zarówno dynamika konsumpcji jak i inwestycji. Tempo wzrostu inwestycji utrzymywać się będzie jednak nadal na poziomie poniżej zera, a tempo wzrostu konsumpcji będzie dodatnie, choć na niewysokim poziomie. Bardziej znaczącego ożywienia spodziewać się należy dopiero w 2014 roku. Poprawa sytuacji na rynku pracy oraz lepsze nastroje w gospodarce przyczynią się do wzrostu spożycia oraz odwrócenia negatywnych tendencji w kształtowaniu się popytu inwestycyjnego.

Barometr Carrefour – Wskaźnik Koniunktury Konsumenckiej opracowywany jest na zlecenie Carrefour przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową z częstotliwością miesięczną. Jego zadaniem jest pomiar aktualnego stanu 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 na niekorzystną koniunkturę konsumencką, powyżej – korzystną.

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, 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.

Kontakt dla mediów:

Donata Wancel, Manager ds. Komunikacji Korporacyjnej, 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