

Tisková zpráva

KONTAKT:

Lucie Hrušová, lucie.hrusova@nielsen.com tel. +420 737 283 197

ZAČÁTEK ROKU 2013 VE ZNAMENÍ ROSTOUCÍHO OPTIMISMU SPOTŘEBITELŮ **Index důvěry spotřebitelů v prvním čtvrtletí vzrostl o 6 bodů na hodnotu 68**

Praha – 3. 5. 2013 – Oproti velmi pesimistickému závěru roku 2012, kdy v České republice index důvěry spotřebitelů dosáhl nejnižší hodnoty od roku 2005, došlo v prvním čtvrtletí roku 2013 k pozitivnímu obratu a index vzrostl o 6 bodů na hodnotu 68. Kromě Polska, kde index zaznamenal propad, roste důvěra spotřebitelů v celém středoevropském regionu. Na Slovensku vzrostl o 7 bodů na hodnotu 64, v Maďarsku o 6 bodů na hodnotu 43. V Polsku index klesl z hodnoty 68 na 62. Tradičně jeden z nejvyšších indexů v rámci Evropské Unie zaznamenalo Německo – zahájilo rok 2013 s indexem 91, což bylo o 4 body více než v předchozím čtvrtletí.

V České republice byli oproti čtvrtému čtvrtletí roku 2012 spotřebitelé optimističtější ve všech třech oblastech, které ovlivňují výši indexu. Pozitivní vývoj zaznamenala důvěra ve stav osobních financí, možnost kupovat si věci, které spotřebitelé chtějí a potřebují, i možnost udržet si stávající nebo získat nové zaměstnání. 38% respondentů hodnotí stav svých osobních financí jako dobrý nebo výborný. Téměř třetina respondentů si myslí, že je momentálně dobrá doba pro nákupy věcí, které chtějí a potřebují. Nejslabší zůstává důvěra ve stabilitu zaměstnání a případnou možnost získat novou práci – situaci hodnotí pozitivně pouze 13% respondentů. Strach z rostoucí nezaměstnanosti je ještě patrnější v okolních zemích. Na Slovensku hodnotí pracovní vyhlídky pozitivně jen 12% spotřebitelů, v Polsku 6% a v Maďarsku dokonce pouze 4%. Naopak v Německu, kde byla v březnu 2013 po Rakousku druhá nejnižší míra nezaměstnanosti v rámci Evropské Unie (Zdroj: Eurostat), považuje téměř polovina (48%) respondentů pracovní vyhlídky za dobré či výborné.

Rostoucí ceny potravin a energií zůstávají spolu s nejistými pracovními vyhlídkami největšími obavami, které Čechy trápí. I nadále se proto chovají opatrně a omezují své výdaje. V prvním čtvrtletí roku 2013 se zvýšil počet spotřebitelů, kteří zbylé finanční prostředky ukládají do úspor – bylo jich 46%, což je o 12 bodů více než je průměr Evropské Unie. V rámci našeho regionu se podobně chovají Slováci – zbylé prostředky jich do úspor ukládá 44%. V Polsku je



to 33% a v Maďarsku pouze 22%. V Maďarsku, kde je zároveň index důvěry spotřebitelů nejnižší, je nejvyšší podíl spotřebitelů, kterým po zaplacení všech nutných výdajů nezbyvají žádné volné prostředky – je jich 41%. V Polsku se v této situaci nachází 21% spotřebitelů, na Slovensku 18% a v České republice pouze 15%.

O Nielsen studii spotřebitelské důvěry

Studie spotřebitelské důvěry a investičních záměrů společnosti Nielsen je prováděna od roku 2005 a sleduje spotřebitelskou důvěru, hlavní obavy a investiční záměry mezi více než 29 000 internetovými uživateli v 58 zemích světa. Hodnoty indexu spotřebitelské důvěry nad a pod 100 indikují stupeň optimismu a pesimismu. V České republice má online panel pro tuto studii 500 respondentů. Sběr dat pokrývajících čtvrté čtvrtletí roku 2012 probíhal v období od 18. února do 8. března 2013.

O společnosti Nielsen

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) je globální společnost s vedoucím postavením na trhu v oblasti marketingu, poskytování informací o spotřebitelském chování a měření médií.

Působí ve více než 100 zemích světa. Pro více informací navštivte www.nielsen.com.