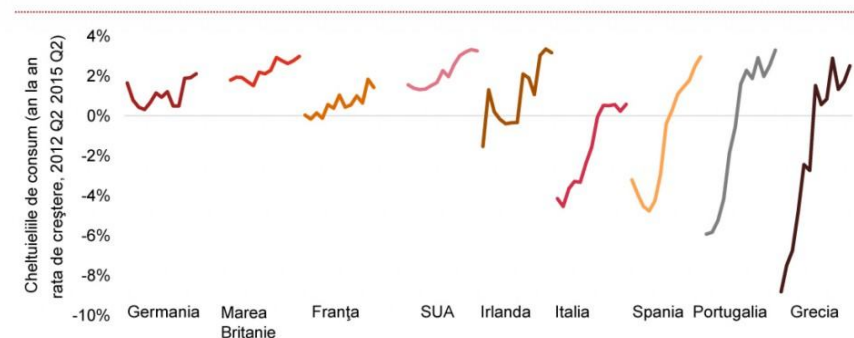


Se vor comporta consumatorii ca Moș Crăciun sau ca Hagi Tudose de sărbători?

Economiștii PwC au analizat tendințele în privința cheltuielilor de consum

Tendințele recente în privința cheltuielilor de consum arată o creștere între 2 și 4% față de anul trecut în termeni reali în cele mai multe economii occidentale (vezi graficul 1), ceea ce reprezintă o veste bună pentru retaileri și companii în perspectiva apropierii sărbătorilor de iarnă.

Fig 1: Economii periferice din Eurozonă au înregistrat o revenire spectaculoasă a consumului



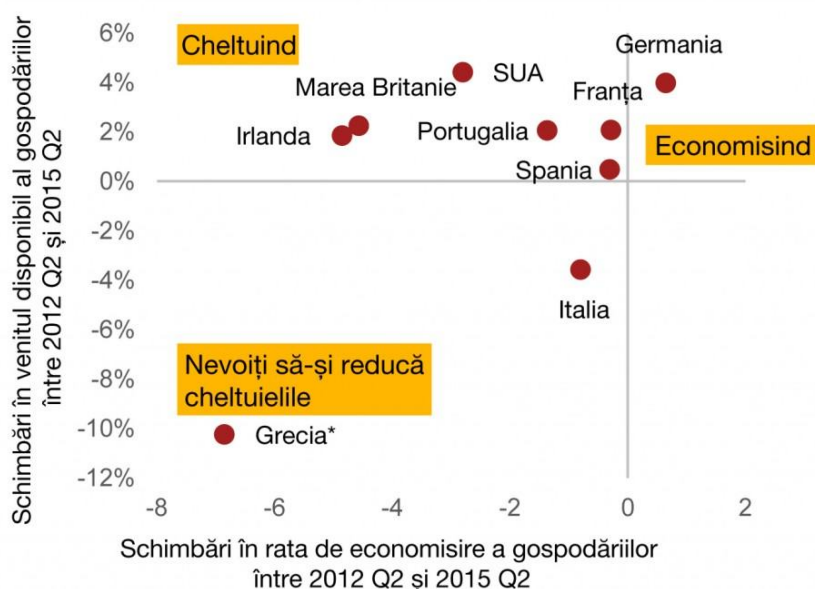
„Cheltuielile de consum sunt fundamentale pentru companii și pentru economii în general, iar în multe dintre statele analizate, consumul reprezintă două treimi din activitatea economică. De asemenea, consumul este principalul motor al veniturilor companiilor, ceea ce se corelează cu intențiile de angajare ale acestora”, a declarat Bogdan Belciu, Partener, Consultanță pentru Management, PwC România.

„În România consumul crește cu 6-7% anual pe fondul creșterii veniturilor populației și al reducerii TVA la alimente. În condițiile în care începând cu 1 ianuarie 2016 se va reduce și cota standard de TVA și vor intra în vigoare majorări salariale semnificative în sectorul public, ne așteptăm la o

creștere susținută a consumului și pe parcursul anului viitor. Din păcate însă, o parte a acestui consum sporit va fi satisfăcută din importuri, ceea ce s-ar putea să antreneze o majorare a deficitului balanței comerciale și chiar presiuni de depreciere pentru moneda națională. România ar trebui să gestioneze cu prudență acest moment de accelerare a creșterii economice pentru a nu reveni la dezechilibrele macroeconomice ce au caracterizat perioada anterioară crizei financiare din 2008-2009”, a precizat Bogdan Belciu.

Potrivit economiștilor PwC, ambele motoare ale cheltuielilor de consum – venitul real disponibil și rata de economisire – au jucat un rol în această tendință ascendentă. Cele mai multe dintre țările analizate sunt într-o poziție favorabilă în care venitul real disponibil al populației a crescut, iar rata de economisire a scăzut, însă în Germania rata de economisire a crescut, în ciuda creșterii veniturilor.

Fig 4: Gospodăriile sunt într-o situație economică relativ mai bună decât în urmă cu trei ani, cu excepția Greciei și Italiei



*Datele din Grecia sunt pentru perioada 2012 Q1 - 2015 Q1

Surse: analiză PwC, Eurostat, US BEA, OECD

Cu toate acestea, Grecia și Italia, rămân într-o situație dificilă, în care veniturile au scăzut, iar consumatorii au

fost nevoiți să-și consume din economii pentru a contrabalansa această situație.

În perioada următoare ne așteptăm la o evoluție pozitivă a consumului în cele mai multe economii dezvoltate. În schimb, unele dintre economiile emergente – precum Rusia și Turcia (din pricina evenimentelor geopolitice) și Brazilia (din pricina problemelor economice) – s-ar putea confrunta cu o scădere a consumului.

„În situația în care consumatorii vor continua să dea dovadă de larghețe în perioada următoare și de mai puțină parcimonie, întregul sector de retail ar trebui să înregistreze vânzări foarte bune în perioada sărbătorilor de iarnă. În schimb, companiile și retailerii din unele economii emergente care se confruntă cu incertitudini geopolitice și economice ar trebui să implementeze planuri de contingență în situația în care s-ar materializa riscurile cu care economiile lor se confruntă”, a conchis Bogdan Belciu.