

Luxembourg, le 31 mars 2016

Enquête de conjoncture auprès des consommateurs

La confiance des consommateurs poursuit son amélioration en mars 2016.

L'indicateur de confiance des consommateurs établi par la Banque centrale du Luxembourg a enregistré une nouvelle amélioration en mars 2016.

Toutes les composantes de l'indicateur ont évolué de manière favorable ce mois-ci, à l'exception des anticipations des ménages relatives à leur capacité d'épargner qui ont été abaissées.

En mars, les ménages ont nettement révisé à la hausse leurs anticipations relatives à la situation économique générale au Luxembourg et à leur situation financière. Leur inquiétude face au chômage au Luxembourg a quant à elle sensiblement baissé par rapport au mois précédent. Au final, l'indicateur de confiance des consommateurs – qui résulte de la moyenne arithmétique des quatre composantes¹ – a enregistré une nouvelle hausse en mars 2016.

Les résultats sont repris dans le tableau ci-dessous :

¹ Les quatre composantes de l'indicateur de confiance des consommateurs sont corrigées des variations saisonnières.

		Anticipations sur les douze prochains mois					
		Indicateur de confiance des consommateurs	Situation économique générale au Luxembourg	Chômage au Luxembourg	Situation financière des ménages	Capacité d'épargner des ménages	
2014	mars	-2	-12	32	-7	44	
	avril	-6	-19	35	-6	36	
	mai	-4	-14	36	-8	41	
	juin	0	-9	30	-3	43	
	juillet	-3	-8	38	-8	41	
	août	-7	-18	38	-7	36	
	septembre	-8	-19	41	-8	35	
	octobre	-3	-16	33	-7	43	
	novembre	-6	-21	31	-8	37	
	décembre	-4	-25	28	-5	41	
	2015	janvier	-3	-23	24	-7	41
		février	0	-15	21	-4	42
mars		-2	-17	24	-4	36	
avril		1	-7	24	-2	35	
mai		2	-7	20	0	36	
juin		1	-8	23	-2	36	
juillet		2	-10	24	-2	45	
août		1	-9	26	0	41	
septembre		0	-10	27	-2	41	
octobre		-1	-12	28	0	35	
novembre		1	-10	21	-1	38	
décembre		5	-10	12	-1	43	
2016	janvier	6	-4	10	0	38	
	février	8	-6	11	1	46	
	mars	10	-3	7	5	45	

Note : Les soldes relatifs à la situation économique générale, à la situation financière et à la capacité d'épargner des ménages représentent l'écart entre les pourcentages pondérés des consommateurs qui anticipent une amélioration et les pourcentages pondérés des consommateurs qui anticipent une détérioration sur les douze prochains mois. En ce qui concerne la question relative aux anticipations en matière de chômage, une augmentation témoigne au contraire d'une évolution défavorable, alors qu'une diminution indique une évolution favorable des attentes.

L'indicateur de confiance des consommateurs résulte de la moyenne arithmétique des quatre composantes : situation économique générale au Luxembourg, chômage au Luxembourg (signe inversé), situation financière des ménages et capacité d'épargner des ménages.

Pour toute information supplémentaire nous sommes à votre disposition
au numéro de téléphone 4774-4243 /-4265.



Département Relations internationales et communication

Section Communication L-2983 Luxembourg

Télécopieur: +352 4774-4910

info@bcl.lu