

Luxembourg, le 7 décembre 2015

Enquête de conjoncture auprès des consommateurs

La confiance des consommateurs se redresse en novembre 2015.

L'indicateur de confiance des consommateurs établi par la Banque centrale du Luxembourg s'est redressé en novembre 2015.

Toutes les composantes de l'indicateur ont évolué de manière favorable ce mois-ci, à l'exception des anticipations des ménages sur leur situation financière qui ont été abaissées. Les ménages ont révisé à la hausse leurs anticipations relatives à la situation économique générale au Luxembourg et à leur capacité d'épargner. L'inquiétude des ménages relative au chômage au Luxembourg a pour sa part sensiblement diminué en novembre. Au final, l'indicateur de confiance des consommateurs – qui résulte de la moyenne arithmétique des quatre composantes – s'est inscrit en hausse en novembre 2015, après trois mois consécutifs de baisse.

Les résultats corrigés des variations saisonnières sont repris dans le tableau ci-dessous:

		Indicateur de confiance des consommateurs	Anticipations sur les douze prochains mois			
			Situation économique générale au Luxembourg	Chômage au Luxembourg	Situation financière des ménages	Capacité d'épargner des ménages
2013	novembre	0	-10	33	1	41
	décembre	-2	-11	32	-2	39
2014	janvier	-2	-11	34	-4	42
	février	-1	-9	32	-6	42
	mars	-2	-11	31	-7	42
	avril	-6	-20	35	-7	39
	mai	-4	-14	36	-6	40
	juin	0	-8	29	-2	41
	juillet	-4	-9	38	-9	40
	août	-7	-18	38	-7	37
	septembre	-9	-20	42	-9	37
	octobre	-4	-15	33	-7	39
2015	novembre	-5	-20	31	-8	39
	décembre	-4	-25	29	-4	41
	janvier	-4	-23	25	-7	41
	février	1	-15	21	-4	42
	mars	-3	-18	24	-5	36
	avril	1	-6	25	-2	35
	mai	3	-7	19	1	36
	juin	1	-9	21	-2	36
	juillet	3	-9	23	-3	45
	août	2	-8	26	-1	41
	septembre	0	-11	27	-3	41
octobre	-1	-12	29	0	35	
novembre	1	-10	22	-1	38	

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.