

Luxembourg, le 12 janvier 2016

Enquête de conjoncture auprès des consommateurs

La confiance des consommateurs s'améliore nettement en décembre 2015.

L'indicateur de confiance des consommateurs établi par la Banque centrale du Luxembourg s'est nettement amélioré en décembre 2015.

Toutes les composantes de l'indicateur ont évolué de manière favorable ce mois-ci, à l'exception des anticipations des ménages sur la situation économique générale au Luxembourg qui ont été abaissées. L'inquiétude des ménages relative au chômage au Luxembourg a une nouvelle fois fortement diminué. Les ménages ont par ailleurs révisé à la hausse leurs anticipations relatives à leur situation financière et, de manière plus marquée, celles relatives à leur capacité d'épargner. Au final, l'indicateur de confiance des consommateurs – qui résulte de la moyenne arithmétique des quatre composantes¹ – s'est inscrit en hausse en décembre 2015.

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
2013	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
	novembre	-5	-20	31	-8	39
	décembre	-4	-25	29	-4	41
2015	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
	décembre	4	-11	15	0	43

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.