

TALSMANDENS GRUPPE
SPRECHERGRUPPE
SPOKESMAN'S GROUP
GROUPE DU PORTE-PAROLE
GRUPPO DEL PORTAVOCE
BUREAU VAN DE WOORDVOERDER

**INFORMATION
INFORMATORISCHE AUFZEICHNUNG
INFORMATION MEMO**

**NOTE D'INFORMATION
NOTA D'INFORMAZIONE
TER DOCUMENTIE**

Brussels, August 1974

RESULTS OF THE SEVENTH CONSUMER SURVEY

In the second half of May 1974 the seventh consumer survey was carried out for the Commission of the European Communities. The information obtained is based on interviews of some 40 000 households selected as a representative sample. In addition to the former five countries (Germany, France, Italy, the Netherlands and Belgium) this time Denmark and Ireland took part in the survey.

Consumers in most countries took a less gloomy view of the general economic situation in May than immediately following the height of the oil crisis at the beginning of the year (see Table 1). European consumers still have little confidence certainly in the economic future; in all countries the majority of households expected a further deterioration in the economic situation over the next twelve months, although no longer as clearly as at the beginning of the year (see Table 2). The main worry was the threat to jobs (see Table 3).

A certain ray of hope is to be seen in the fact that inflationary expectations of even faster price rises have diminished (see Tables 4 and 5).

Consumers' assessments of their own financial position was not nearly so unfavourable as their assessments of the general economic situation. Certainly - and in particular in Ireland, and Italy, but also in Germany, Belgium and France - the majority of households still felt worse off financially than a year earlier as a result of price rises. Only in the Netherlands and Denmark were favourable and unfavourable views of income trends more or less in balance. Though most consumers did not expect any increase in real income in the months to come, it is noticeable nevertheless that less pessimism exists regarding income expectations (see Table 7).

The information in Table 8 provides the first indication that the postponement of purchases, which was particularly widespread in Germany and in the Netherlands, is decreasing. The proportion of households which feel that the present time is a good time for major purchases is tending to rise;

.../...

only in France, where so far the postponement of purchases had not in any case been as pronounced as in the other member countries, is a rather more cautious consumer behaviour discernible (see Table 8). Purchasing intentions also confirm the expectation of a further slight increase in the propensity to consume. Consumers in Europe are planning on major purchases, such as cars, deep-freezers, washing machines, colour television sets or dishwashers, to a greater extent than at the beginning of the year. As compared with May last year however purchasing plans for almost all the consumer durables covered have diminished.

Results as regards saving also point to another slight increase in the propensity to consume. Readiness to save appears to be diminishing, in face of the less-pronounced need for prudence, and increasing doubts as to the reasonableness of saving money.

TALSMANDENS GRUPPE
SPRECHERGRUPPE
SPOKESMAN'S GROUP
GROUPE DU PORTE-PAROLE
GRUPPO DEL PORTAVOCE
BUREAU VAN DE WOORDVOERDER

INFORMATION
INFORMATORISCHE AUFZEICHNUNG
INFORMATION MEMO

NOTE D'INFORMATION
NOTA D'INFORMAZIONE
TER DOCUMENTIE

Bruxelles, Août 1974

RESULTATS DE LA SEPTIEME ENQUETE DE CONJONCTURE AUPRES DES CONSOMMATEURS

Au cours de la seconde moitié de mai 1974, une enquête de conjoncture auprès des consommateurs européens a été effectuée pour la septième fois à la demande de la Commission. Les résultats des enquêtes se basent sur des interviews menées auprès de 40.000 ménages choisis de façon représentative. Cette fois, en plus des 5 anciens pays membres (Allemagne, France, Italie, Pays-Bas et Belgique), le Danemark et l'Irlande ont également participé à l'enquête.

Le pessimisme des consommateurs européens à l'égard de la situation économique générale était moins prononcé en mai dans la plupart des pays qu'immédiatement après le point culminant de la crise du pétrole au début de l'année (voir tableau 1). Toutefois, la confiance des consommateurs européens dans une amélioration de l'évolution de l'économie au cours des prochains mois est toujours très faible ; dans tous les pays, on note une prédominance - moins nette toutefois qu'au début de l'année - des ménages qui s'attendent plutôt à une nouvelle détérioration de la situation économique (voir tableau 2). C'est surtout l'évolution de l'emploi qui suscite des craintes (voir tableau 3).

On peut voir un élément encourageant dans la diminution du pourcentage des ménages qui s'attendent à des hausses encore plus importantes des prix - cette attente constituant un facteur de soutien de l'inflation - (voir tableaux 4 et 5).

Les jugements des consommateurs sur leur propre situation financière sont de loin beaucoup moins défavorables qu'en ce qui concerne l'évolution économique générale. Cependant, on constate toujours une prédominance - surtout en Irlande et en Italie, mais aussi en Allemagne, en Belgique et en France - des ménages qui estiment que leur situation financière s'est détériorée par rapport à l'année précédente par suite des hausses de prix.

Ce n'est qu'aux Pays-Bas et au Danemark que les jugements positifs et négatifs sur l'évolution financière s'équilibraient plus ou moins. Même si on ne s'attend pas encore pour les prochains mois à un accroissement des revenus réels, il n'en reste pas moins que c'est dans le domaine des revenus que les prévisions sont les moins pessimistes (voir tableau 7).

Les résultats des enquêtes repris au tableau 8 font apparaître les premiers indices d'une atténuation de la réserve observée jusqu'ici, surtout en Allemagne et aux Pays-Bas, en matière d'achats : le pourcentage des ménages qui pensent qu'il convient d'effectuer actuellement des achats importants est en augmentation ; ce n'est qu'en France, où cette attitude réservée était jusqu'à présent moins prononcée que dans les autres Etats membres, qu'on constate un léger revirement dans le sens d'une plus grande prudence (voir tableau 8). Les indices d'une légère reprise de la propension à consommer sont également confirmés par les intentions d'achat : les consommateurs européens envisagent en plus grand nombre qu'au début de l'année d'effectuer des achats importants (automobile, congélateur, machine à laver, télévision en couleurs, lave-vaisselle). Toutefois, pour la quasi-totalité des biens de consommation durables enquêtés, les intentions d'achat sont en retrait sur celles de mai 1973.

Les résultats de l'enquête au sujet de l'épargne vont également dans le sens d'une légère reprise de la propension à consommer : la propension à épargner semble diminuer non seulement du fait que les motifs de prudence ont perdu de leur acuité, mais aussi du fait que les doutes quant à l'utilité de l'épargne se sont accrus (voir tableaux 9 et 10).

