

Comunicato stampa

Studio GfK sul clima dei consumi in Europa: l'incertezza pesa sulla fiducia dei consumatori

14 ottobre 2016

Rolf Bürkl
Tel. +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
Tel: +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

I risultati dello studio GfK sul clima dei consumi in Europa per il terzo trimestre 2016

Norimberga, 14 ottobre 2016 – La questione transnazionale di punta di questo terzo trimestre (che ne ha dominato soprattutto il periodo iniziale) è stata la decisione del popolo britannico di uscire dall'Unione Europea. Ma il dibattito politico è stato animato anche da tematiche che hanno riguardato più nello specifico i singoli paesi europei. Ne consegue che le prospettive economiche e di reddito e gli indicatori che misurano la propensione all'acquisto hanno evidenziato un andamento tutt'altro che uniforme in Europa. Nel complesso, il clima di consumo per l'EU28 ha subito una contrazione da 13,1 a 12,3 punti nel periodo compreso tra giugno e settembre 2016.

L'inizio del terzo trimestre è stato segnato dai risultati del referendum di fine giugno sull'appartenenza del Regno Unito all'Unione Europea. Ciò ha avuto ripercussioni sulla fiducia dei consumatori e sulle aspettative economiche, nel Regno Unito come in quasi tutti i paesi europei, evidenziando contrazioni particolarmente significative in alcune circostanze. Il clima di consumo per l'EU28 è risultato pari a 10,0 punti a luglio, in calo rispetto ai 13,1 punti del mese precedente. Il dato di settembre mostra invece un parziale recupero a quota 12,3 punti. È bene notare che, già nel mese di agosto, l'intensità del dibattito sulla Brexit si era sensibilmente attenuata nei paesi europei, lasciando spazio a tematiche di stampo nazionale. Le implicazioni della Brexit e l'impatto della stessa sugli atteggiamenti di consumo saranno valutabili con certezza solo una volta avviati i negoziati con Bruxelles e con l'avvicinarsi dell'effettiva data di "uscita".

Sul fronte economico, l'Europa sta attraversando una positiva fase di sviluppo. Quasi tutti i paesi evidenziano segnali di crescita economica, registrando in alcuni casi tassi particolarmente sorprendenti. Questo trend trova riscontro anche nei dati sulla disoccupazione. Il numero di occupati risulta infatti in aumento nella maggior parte dei paesi europei, con una conseguente riduzione dei tassi di disoccupazione. Eppure, tali segnali positivi non sembrano produrre incrementi altrettanto significativi a livello delle aspettative economiche e di reddito tra i consumatori. Anche la propensione all'acquisto non è risultata sempre in linea con la crescita economica evidenziata in ciascun paese. Ciò potrebbe essere imputabile ad aspetti diversi prettamente nazionali, ma anche a fattori psicologici generali e incertezze fondamentali, quali la guerra in Siria, gli attacchi terroristici che

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Norimberga
T +49 911 395 0

Comitato esecutivo:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(portavoce del Consiglio di amministrazione)
Christian Diedrich (CFO)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Presidente del
Consiglio di sorveglianza:
Ralf Klein-Bölting

Tribunale di registrazione:
Nürnberg HRB 25014

hanno colpito Francia e Germania, l'ascesa dei movimenti politici di estrema destra alle elezioni o nei sondaggi e le imminenti elezioni presidenziali americane.

In Italia, le speranze di ripresa sono ancora piuttosto scarse.

Le previsioni non lasciano intravedere alcun segnale di boom economico; almeno non per i prossimi mesi. Le ragioni sono legate alle conseguenze della crisi finanziaria e all'elevato numero di rifugiati. A settembre, le aspettative economiche hanno toccato quota -40,6 punti, ovvero il valore più basso da gennaio 2014. Nel complesso, il dato risulta in calo di 9,3 punti dal giugno di quest'anno, nonché di ben 25,2 punti rispetto a settembre 2015.

Le aspettative di reddito hanno toccato invece i livelli più bassi dal gennaio dello scorso anno (-10,0 punti), e il medesimo indicatore ha evidenziato una contrazione di 2,9 punti da giugno 2016. Le ridotte aspettative di reddito sono il risultato di livelli di disoccupazione sempre elevati o addirittura in aumento.

Se la propensione all'acquisto aveva raggiunto livelli soddisfacenti durante il secondo trimestre, il dato è calato drasticamente di 13,9 punti nel terzo trimestre per poi attestarsi a 6,8 punti a settembre. L'elevata disponibilità ad acquistare registrata negli ultimi mesi pare dunque essersi esaurita.

Informazioni su GfK

Attiva nel campo delle ricerche di mercato, GfK è una fonte affidabile di informazioni su mercati e consumatori che consente ai clienti di adottare decisioni più informate. I nostri 13.000 esperti di ricerche di mercato combinano la propria passione all'esperienza consolidata di GfK nel campo dell'elaborazione dei dati. Un tale approccio ci permette di mettere a disposizione insight globali di primaria importanza, ricavati a partire da informazioni raccolte in oltre 100 paesi. Attraverso tecnologie innovative e dati scientifici, GfK trasforma i big data in smart data, permettendo ai clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e arricchire le esperienze e le scelte dei consumatori.

Per ulteriori informazioni, visitare la pagina www.gfk.com. Seguici su Twitter: [www.twitter.com/GfK](https://twitter.com/GfK)

Persona responsabile ai sensi della normativa tedesca sulla stampa
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger

Nordwestring 101
90419 Norimberga
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com