

Comunicato stampa

La fiducia dei consumatori UE è in rialzo, ma gli italiani restano pessimisti sulla ripresa

9 Febbraio, 2017

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

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

Presentato da GfK l'indice di fiducia dei consumatori europei per il quarto trimestre 2016

Norimberga, 9 febbraio 2017 – Nel quarto trimestre del 2016, la fiducia dei consumatori europei ha registrato complessivamente un trend fortemente positivo. A dicembre l'indice di fiducia rilevato da GfK è passato da 5,6 a 17,9 punti, il valore più alto da gennaio 2008. Italia in controcorrente rispetto alla media europea: aspettative economiche in forte calo nel nostro Paese, mentre rimangono in area positiva la propensione all'acquisto e le aspettative di reddito.

Nel quarto trimestre del 2016, l'opinione pubblica europea si è confrontata con temi quali la guerra in Siria, il terrorismo in Europa, le elezioni presidenziali americane e la continua crescita di movimenti e partiti nazionalisti in quasi tutti i Paesi europei.

Gli sviluppi politici e gli avvenimenti negativi degli ultimi mesi non sembrano però aver intaccato la fiducia dei cittadini europei. Nel complesso, infatti, negli ultimi quattro mesi del 2016 l'indice di fiducia dei consumatori rilevato da GfK per 28 Paesi UE ha registrato una crescita significativa, passando da 5,6 a 17,9 punti.

Sembra quindi che gli europei siano sempre più selettivi rispetto ai temi che possono influenzare la loro quotidianità. Nella maggior parte dei Paesi, infatti, gli indicatori relativi alle aspettative economiche e di reddito e alla propensione all'acquisto sono rimasti inalterati, nonostante i fatti turbolenti degli ultimi mesi. I dati sulla crescita economica dei singoli Paesi mostrano comunque un panorama abbastanza disomogeneo.

Gli italiani si aspettano un notevole peggioramento della situazione economica

Continua il trend negativo per le aspettative economiche degli italiani, che ha caratterizzato la maggior parte del 2016. Rispetto a settembre, l'indicatore ha subito un leggero rialzo (+2,4 punti), raggiungendo i -38,2 punti, ma rimanendo comunque in area negativa. Nell'ultimo trimestre del 2016 l'Italia ha registrato la valutazione peggiore tra tutti gli Stati europei.

Sembra evidente che i consumatori italiani prevedano un significativo e costante deterioramento della situazione economica nel proprio Paese. A novembre 2016, con -41,6 punti, l'indicatore GfK per l'Italia ha raggiunto il livello più basso dal 2013.

GfK SE
Nordwestring 101
D-90419 Norimberga

Tel. +49 911 395 0

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

Presidente del
Consiglio di sorveglianza:
Ralf Klein-Böiting

Tribunale di registrazione:
Norimberga HRB 25014

La portata di questo radicato pessimismo nei confronti del futuro è particolarmente evidente se si confrontano i dati di dicembre 2016 con quelli di dicembre 2015, quando l'indicatore delle aspettative economiche si attestava a -1,4 punti, 37 in più di quelli attuali.

Nonostante questo, nel quarto trimestre del 2016 si sono registrati dati positivi per quanto riguarda le aspettative di reddito degli italiani. Il relativo indicatore è infatti passato dai -10 punti di settembre ai 3,2 di dicembre (+13,2 punti), rientrando finalmente in area positiva. A dispetto delle previsioni pessimistiche sulla crescita economica, i consumatori italiani sembrano credere che i loro redditi rimarranno stabili. Ciò potrebbe essere dovuto all'andamento del tasso di disoccupazione in Italia, rimasto costante all'11,6% durante tutto il 2016.

Dopo una leggera decrescita nel mese di settembre, il desiderio di spesa degli italiani ha avuto un leggero recupero nel quarto trimestre dell'anno. Nel complesso, la propensione all'acquisto è aumentata di 4,8 punti, raggiungendo a dicembre gli 11,6 punti. Si tratta comunque di 13 punti in meno rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Informazioni su GfK

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i "Big Data" in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto 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