

Sussurri & Grida

Nielsen, cresce la fiducia dei consumatori

(m.sab.) Secondo la «Global Consumer Survey» di Nielsen, società leader nelle ricerche di mercato, nel quarto trimestre 2016 l'indice di fiducia dei consumatori italiani è cresciuto di un punto rispetto al trimestre precedente (58 punti contro 57), tuttavia registra un rallentamento rispetto allo stesso periodo del 2015, quando raggiunse quota 61, il picco più alto mai toccato in Italia dal 2010. L'indice si mantiene in ogni caso su livelli sufficientemente elevati e soprattutto molto lontani dal minimo assoluto di 39 punti toccato nel quarto trimestre 2012. All'interno della Survey, il dato italiano della fiducia dei consumatori viene confrontato con quello della media europea, che raggiunge un valore sensibilmente più elevato, 81 punti. A trainare la fiducia europea la Germania (101) e il Regno Unito (102). Rimane consistente il gap che divide l'Italia dalla Francia (66 punti) e dalla Spagna (86); l'unico Paese europeo con un livello di fiducia inferiore a quello italiano è la Grecia (53 punti).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

