Nielsen, stabile il clima di fiducia dei consumatori italiani

soldi-c34e1a79

La crisi (forse) comincia ad allentare la presa. Un italiano su tre (il 28%) dichiara di non avere rinunciato nei primi tre mesi del 2014 a viaggi e vacanze, voce che, rispetto al 4° trimestre 2013, fa segnare un incremento di 5 punti percentuali, pur se in un periodo di spending review. Le spese di manutenzione per la casa vengono ritenute di primaria importanza da un italiano su 10 (11%, +5 punti percentuali vs. quarto trimestre 2013). Dello stesso tenore i dati che vedono in calo quanti acquistano marchi alimentari più economici (dal 60% del 4° trimestre 2013 al 53% del 1° trimestre 2014). L'indice di fiducia dei consumatori italiani si attesta a quota 45, stabile rispetto alla fine dello scorso anno e alla media complessiva 2013.

I dati emergono dalla survey "Global Consumer Confidence" di Nielsen relativa al primo trimestre 2014, eseguita su un campione di 29.000 individui in 60 Paesi del mondo. «Dalla fotografia scattata da Nielsen attraverso la Consumer Confidence - afferma Giovanni Fantasia, ad Nielsen Italia - si evidenzia una skyline dell'atteggiamento della popolazione che, rispetto al 2013, presenta segnali di discontinuità in territorio positivo. Ci riferiamo, per esempio, alla ritornata voglia degli italiani di viaggiare (ci stiamo avvicinando ai livelli 2010/2011), piuttosto che alla diminuzione delle azioni di risparmio sui marchi alimentari. Allo stesso tempo, non è da trascurare, come emerge dalla nostra survey, che solo il 4% degli italiani ha messo in cima alla scala delle proprie preoccupazioni la stabilità politica del Paese. Era il 10% un anno fa. E' quanto mai importante, allora, mettere in luce quei fattori che inducono a pensare che il Paese stia uscendo dal lungo periodo di crisi, così da rimettere in moto la macchina dei consumi».

Preoccupazioni degli italiani

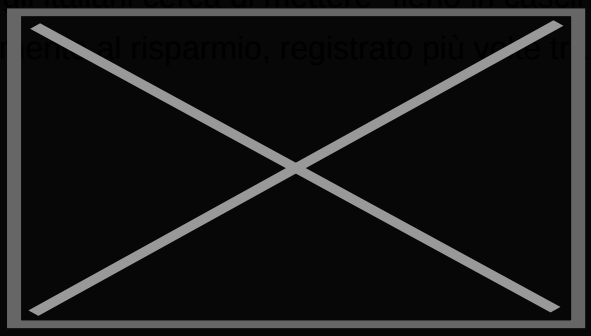
Al primo posto tra le preoccupazioni dichiarate dal campione Nielsen si riscontra quella relativa alla sicurezza del proprio posto di lavoro (28%, +3 punti percentuali vs. 4° trimestre 2013), percentuale tanto più spiegabile con i dati Istat diffusi a febbraio, che attestavano il livello della disoccupazione

italiana al 12,9%.

Segue l'apprensione per la situazione economica del Paese, pari al 12%, in calo di 4 punti rispetto al quarto trimestre 2013 (16%). Oltre al posto di lavoro e alla prospettiva generale del Paese, nella survey di Nielsen emerge che è la salute, a pari merito con l'ansia di saldare i debiti, a preoccupare il 9% del campione. I problemi legati alla famiglia, come l'educazione dei figli e il loro benessere, impensieriscono il 6% degli italiani, così come l'equilibrio tra vita privata e lavoro. In coda alla scala delle preoccupazioni si posiziona l'assillo per l'incremento dei prezzi di luce e gas (5%, -5 p.p. vs. media UE).

Portafoglio e spending review

Una volta pagate le spese essenziali, il 35% degli italiani cerca di mettere "fieno in cassina", risparmiando come e dove può. Da tale orientamento al risparmio, registrato più volte fra gli



intervistati, deriva la decisione di tagliare su de terminate

voci: l'abbigliamento (il 63% degli intervistati), il "ristorante" (61%), il cinema e i concerti (59% degli intervistati). Seguono poi azioni di risparmio su weekend "fuori porta" (46%) e sull'auto (il 42% degli intervistati cerca di risparmiare utilizzandola di meno), mentre il 40% posticipa l'acquisto di beni per la casa.

Dopo le spese essenziali

Un italiano su 4 (il 26%, era il 27% nel quarto trimestre 2013) a fine mese rimane senza soldi da risparmiare, spende cioè tutto lo stipendio. In queste condizioni in Europa mediamente si trova il 21% del campione, 5 punti percentuali in meno rispetto all'Italia. Tuttavia, il nostro risulta in linea con Paesi come Spagna e Gran Bretagna (entrambi al 25%). I più previdenti, facendo uso del denaro rimasto dopo gli acquisti "irrinunciabili", saldano debiti e prestiti (il 15%, dato sensibilmente al di sotto a quello della media europea, pari al 25%). I prodotti tecnologici attirano il 13% del campione nazionale. Da ultimo, fanno registrare un incremento anche quanti investono in azioni o fondi (9%, +3 punti percentuali vs. quarto trimestre 2013).

La percezione della crisi

Le opinioni riguardanti una possibile uscita dalla crisi e dalla spirale recessiva risultano in linea con quanto rilevato a livello europeo: per 6 italiani su 10 la crisi non verrà superata nei prossimi dodici mesi (Europa il 59%).