Survey Nielsen, cresce la fiducia e gli italiani "investono" in viaggi

Dopo le spese essenziali, gli italiani tornano a "investire" nei viaggi e nelle vacanze. Il dato, positivo, emerge dalla **survey “Global Consumer Confidence” di Nielsen relativa al secondo trimestre 2014, eseguita su un campione di 30.000 individui in 60 Paesi del mondo**. L'indice di fiducia dei consumatori italiani, infatti, sale di 6 punti nel nel secondo trimestre 2014 rispetto al primo, posizionandosi a quota 51. Dopo l’India (+7), si tratta dell’incremento più alto a livello globale, che ha positivamente influenzato anche il trend europeo cresciuto a 77 (+2 punti sul 1° trimestre 2014). Con l’Italia registrano valori positivi anche Francia (60) e Regno Unito (90) (rispettivamente +1 e +3 punti sul 1° trimestre), per l’Europa, così come quello degli USA (+4). “I trend positivi di fiducia registrati in Europa e Nord America costituiscono una ventata di ottimismo per quanto riguarda la ripresa economica dei mercati maturi" ha dichiarato **Giovanni Fantasia**, amministratore delegato Nielsen Italia. “In particolare, il miglioramento del clima di fiducia dei consumatori italiani si inserisce all’interno di un contesto politico in cambiamento con l’insediamento di un nuovo esecutivo, che ha promesso l’adozione immediata di misure anti-crisi. **Pur rimanendo ancora vigili nei comportamenti di acquisto e consumo, gli italiani mostrano piccoli segnali di miglioramento sul clima economico e sulla percezione del futuro rispetto al primo trimestre**: segnali di fiducia che vanno colti e soprattutto conquistati, pena la conferma, anche per quest’anno, di un trend di fiducia che ha visto l’Italia scendere ai minimi storici". Sebbene gli italiani siano cautamente ottimisti (il 56% ritiene che dal tunnel della crisi non si uscirà nei prossimi 12 mesi), una volta coperti gli acquisti indispensabili, il 41% dei nostri connazionali (+6 punti rispetto al primo trimestre 2014) dichiara di volere destinare una quota parte di quanto rimasto al risparmio, mentre il 14% (+2 punt) ritiene sia il momento giusto per fare spese extra. **Al secondo posto delle spese, dopo quelle essenziali, si riscontrano quelle dedicate a viaggi e vacanze (31%, +8 punti sul medesimo periodo 2013**). Seguono gli acquisti per abbigliamento (27%), intrattenimento fuori casa (21%), prodotti hi-tech (14%) e le spese per la casa (13%).