

I dati emergono dalla Global Consumer Confidence Survey realizzata da Nielsen su un campione di oltre 30.000 individui in 63 Paesi, tra i quali l'Italia.

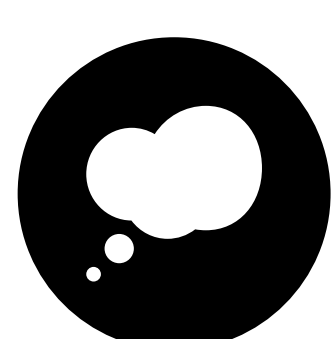
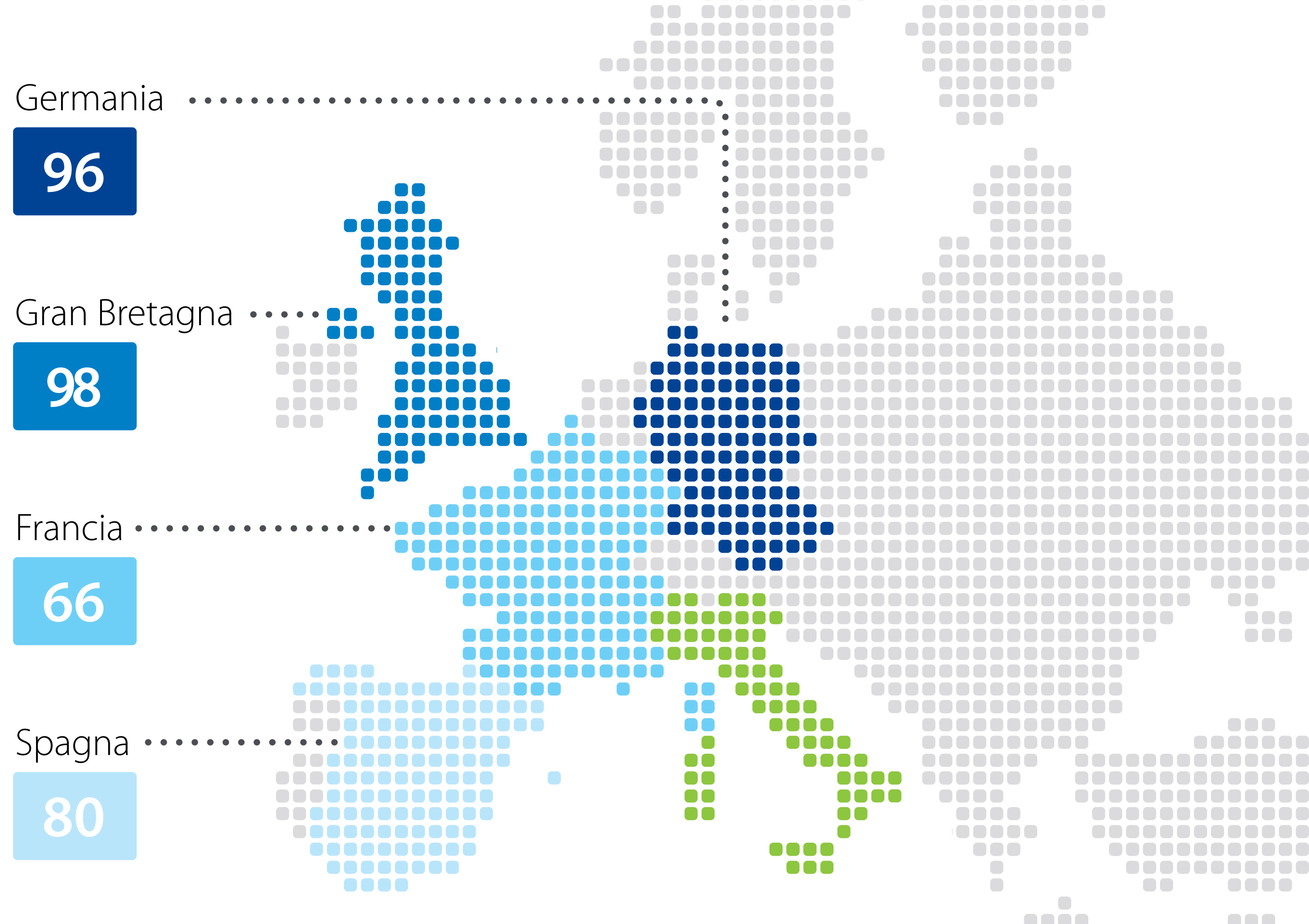
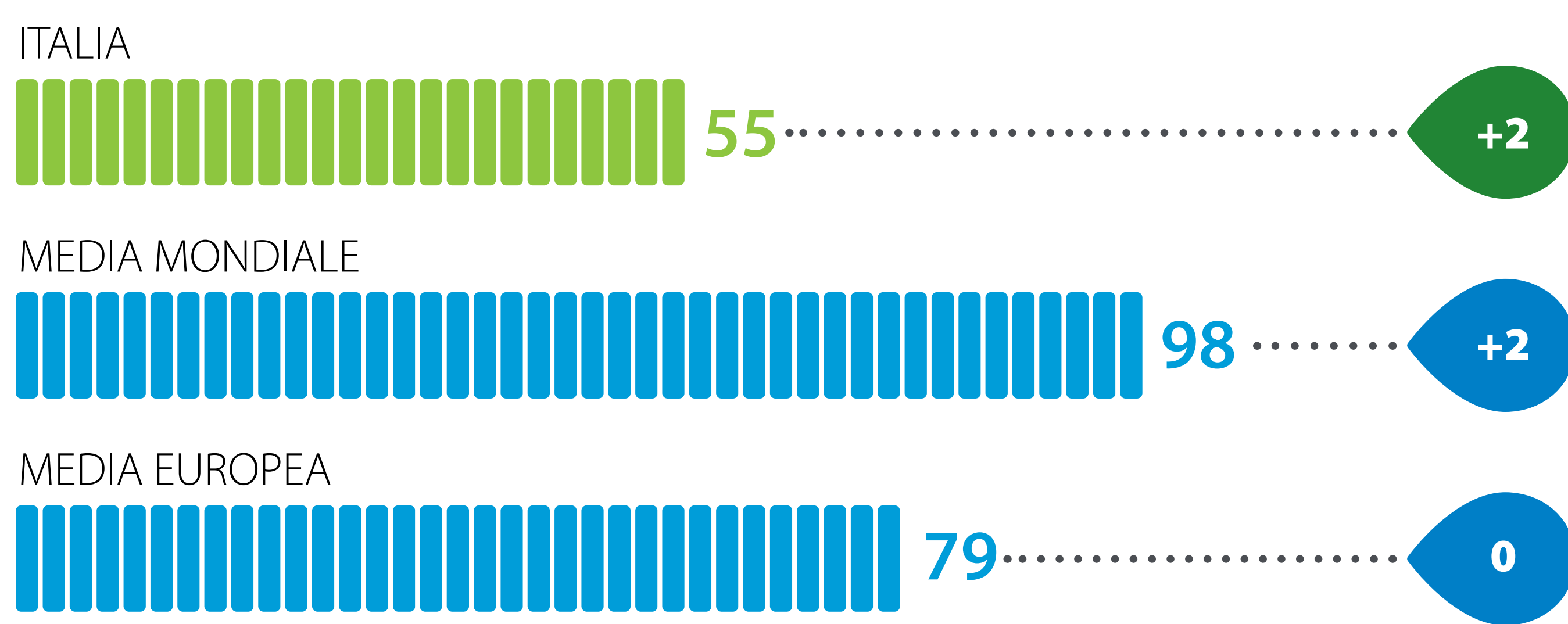


LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI

In Italia e nel mondo

Q2 2016

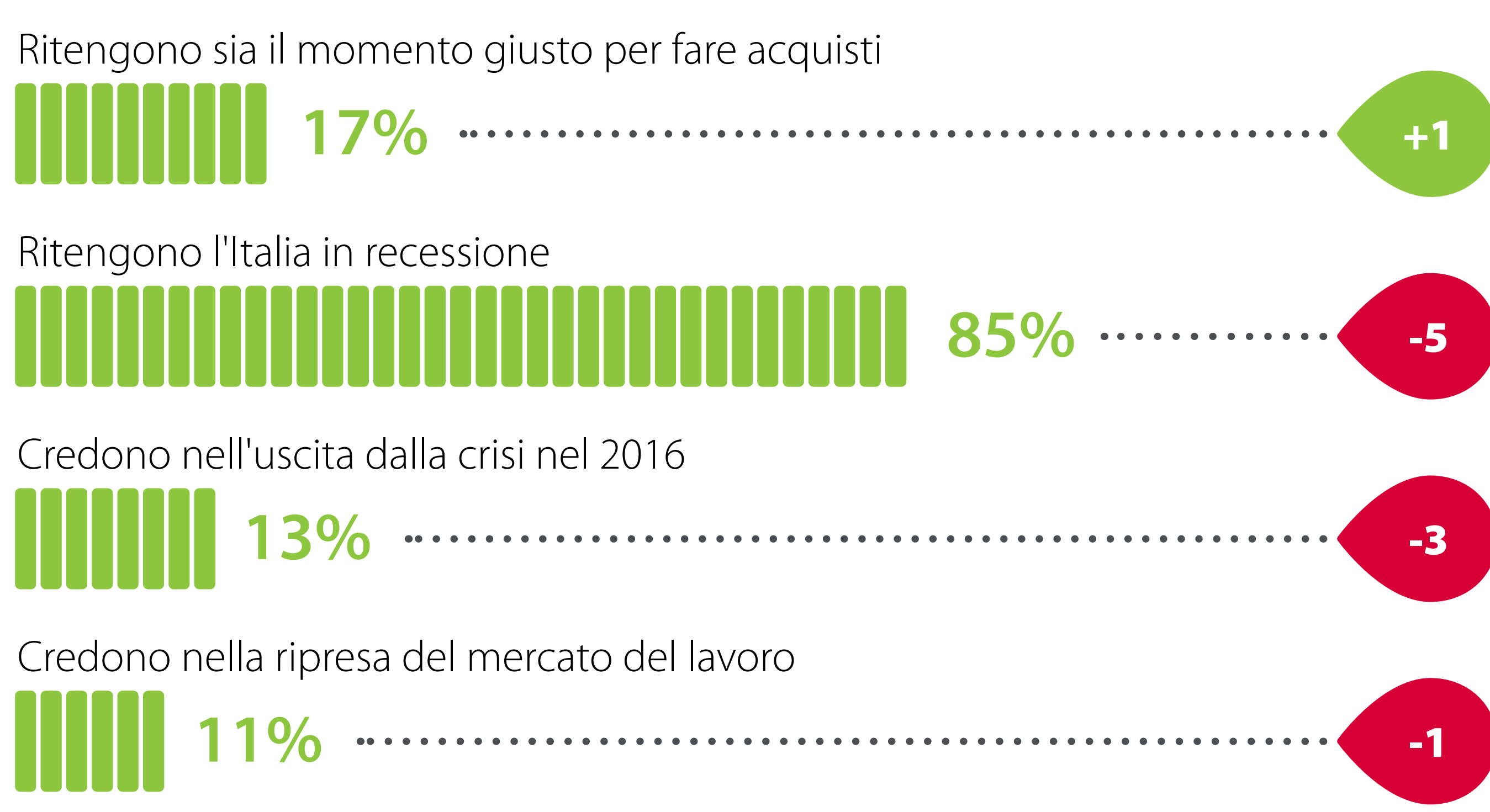
Rispetto a Q2 2015



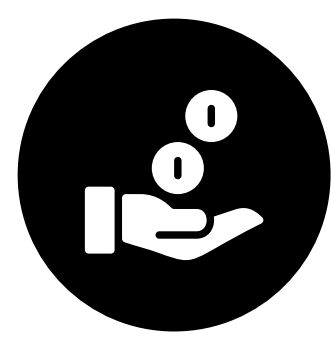
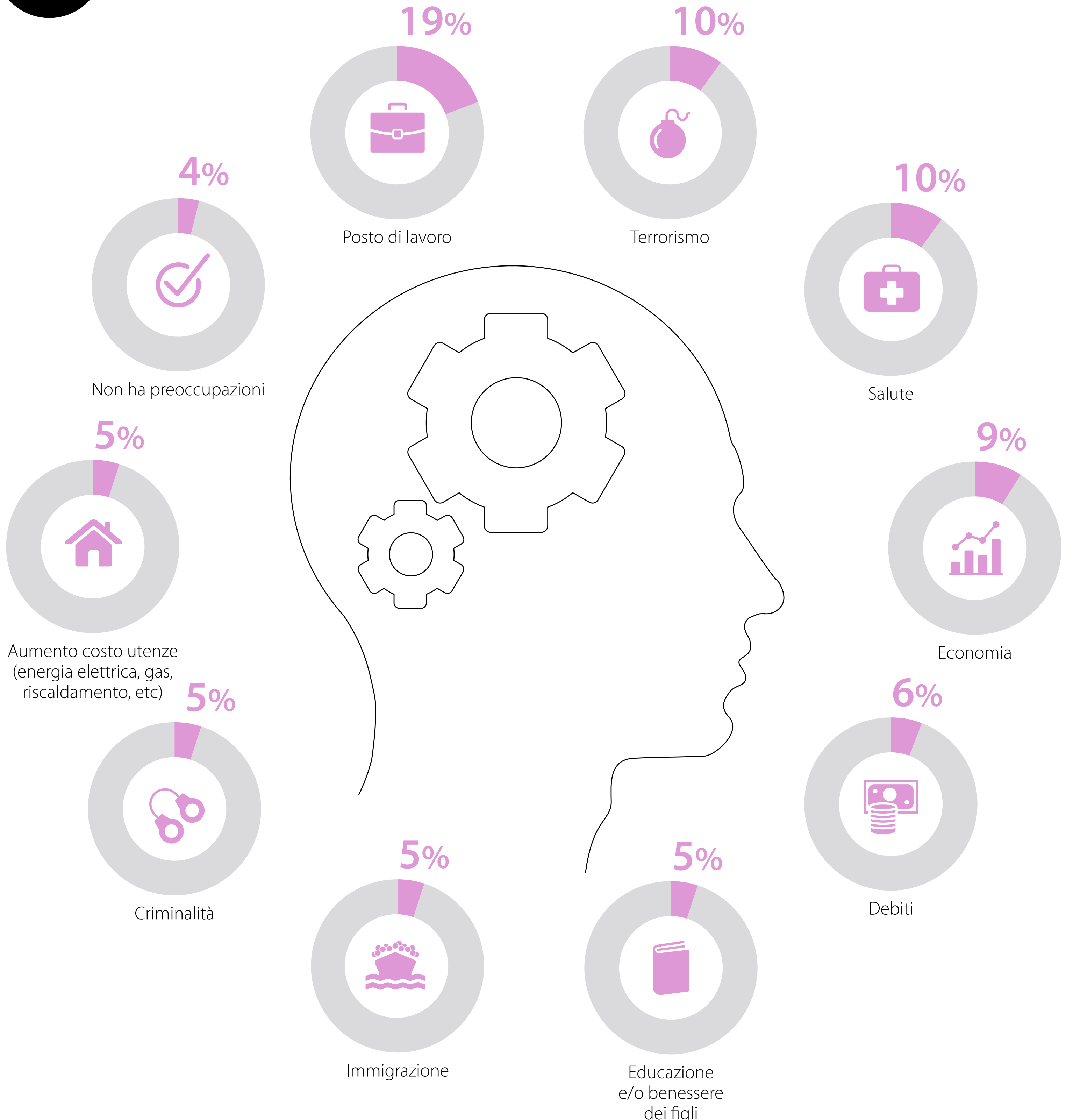
IL PENSIERO DEGLI ITALIANI

Q2 2016

Rispetto a Q2 2015



LA PRIMA PREOCCUPAZIONE



LA PROPENSIONE AL RISPARMIO

Il 61% degli italiani adotta delle misure per risparmiare, un dato positivo (essendo il 69% un anno fa)

Misure adottate per risparmiare

Utilizzo denaro restante

