

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 08:10 (UTC), 6 giugno 2018

IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Le vendite al dettaglio di maggio peggiorano ancora

Punti salienti:

- Basse presenze, instabilità politica e ricavi sotto pressione portano al calo delle vendite
- L'aumento dei costi mette i margini lordi sotto pressione
- Viste le vendite deludenti, i dettaglianti restano con un eccesso di giacenze

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra l'11 ed il 29 maggio

Visto il calo sia delle vendite annuali che mensili, il settore delle vendite al dettaglio in Italia nel mese di maggio è rimasto in zona contrazione. Gli obiettivi pianificati precedentemente non sono di nuovo stati raggiunti, mentre i margini hanno subito una forte pressione visto l'aumento dei costi operativi e degli sconti.

Tra prospettive future incerte, i livelli d'acquisto sono stati di nuovo ridotti, mentre le vendite deludenti hanno contribuito ad un nuovo accumulo di articoli in giacenza. Purtroppo le aziende hanno aumentato i livelli occupazionali nel corso del mese.

L'Indice PMI IHS Markit delle Vendite al Dettaglio in Italia, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, si è posizionato a maggio su 47.3, segnando un rialzo rispetto a 42.7 di aprile ma restando comunque inferiore alla soglia cruciale di non cambiamento di 50.0. E' il terzo mese consecutivo che il settore registra un calo.

Le vendite sono diminuite anche rispetto ad un anno fa, mantenendo un andamento ormai consolidato da ottobre 2017. Le aziende monitorate hanno parlato di minore presenza dei consumatori nel mese di maggio, mentre altre hanno citato i redditi sotto pressione e le attuali incertezze economiche.

Rispetto alle previsioni, le vendite hanno continuato a registrare risultati molto minori delle attese. Alcune aziende monitorate hanno espresso delusione in merito alle mancate vendite, segnalando i fattori contrari precedentemente citati. Ci si aspetta che giugno sia un mese migliore per il settore con più di un quinto delle aziende intervistate che prevedono vendite migliori rispetto agli obiettivi.

L'indagine di maggio ha indicato che i dettaglianti hanno continuato a subire una forte pressione dei margini. Secondo quanto detto dalle aziende monitorate, la ragione principale del peggioramento dei margini è legata agli attuali sconti, dovuti agli sforzi di incoraggiare le vendite.

Alcune aziende hanno anche osservato un aumento dei costi operativi. Secondo gli ultimi dati, i prezzi medi all'ingrosso hanno subito il più rapido incremento dallo scorso novembre. E' stato spesso citato il maggiore costo del carburante colpevole di aver spinto in alto i prezzi, ed alcune aziende hanno menzionato l'aumento del listino prezzi da parte dei fornitori.

La delusione dei dettaglianti delle vendite mancate rispetto a quanto precedentemente pianificato, ha lasciato di nuovo il settore con un livello eccessivo di scorte. Il livello dei magazzini di maggio è aumentato per il sedicesimo mese consecutivo, anche se quest'ultimo rialzo è stato il più debole da settembre.

Allo stesso tempo, l'attività di acquisto del mese ha continuato a ridursi, viste le vendite inferiori e la volontà di smaltire le giacenze. Il tasso di contrazione è stato forte, ma molto più lento del mese precedente.

Infine, gli ultimi dati hanno mostrato che le aziende monitorate hanno continuato ad assumere nel mese di maggio. Inoltre, il tasso di crescita è stato netto, ed il migliore nella storia dell'indagine.

Commento:

Paul Smith, Director presso la IHS Markit, e autore del report PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia, ha dichiarato:

"In un contesto sempre più carico di incertezze politiche ed economiche, il settore delle vendite al dettaglio a maggio ha sofferto una fase di stallo. Le vendite hanno continuato a diminuire sia su base mensile che annuale, con diffuse citazioni sulle basse presenze durante il mese.

"Il rialzo del prezzo del carburante, che ha aumentato i margini dei dettaglianti e allo stesso tempo ha pesato sui redditi delle famiglie, ha aggiunto pressione sul settore sommandosi a prospettive estremamente incerte."

-Fine-

Per ulteriori informazioni contattare:

IHS Markit

Paul Smith, Director
Telephone +44-1491-461-038
Email paul.smith@ihsmarkit.com

Michaela Bernardini, Senior Panel Manager
Telephone +44-1491-461-031
Email michaela.bernardini@ihsmarkit.com

Joanna Vickers, Corporate Communications
Telephone +44-207-260-2234
Email joanna.vickers@ihsmarkit.com

Note per gli Editori:

L'acronimo "PMI" sta per *Purchasing Manager's Index*, un tipo di indagine nata originariamente per tracciare le condizioni degli affari nel settore manifatturiero. La IHS Markit ora adotta il termine "PMI" per descrivere la metodologia utilizzata per le indagini svolte anche nel settore dei servizi, nel settore edilizio e nel settore delle vendite al dettaglio.

Per il PMI del settore delle vendite al dettaglio in Italia, la IHS Markit ha messo insieme un gruppo di aziende dettaglianti campione, tra esse ci sono sia grosse catene di negozi che dettaglianti più piccoli, in modo da assicurare una rappresentazione bilanciata della struttura reale del settore delle vendite al dettaglio nel paese. Allo stesso modo la composizione del gruppo di aziende in termini geografici e di classificazione del dettagliante (ovvero il tipo di prodotti venduti) viene monitorata in modo da assicurare una rappresentazione accurata.

La IHS Markit si accerta che la struttura nel tempo rimanga corretta e che il livello di risposte rimanga sufficientemente alto da generare dati economici affidabili.

La raccolta dei dati avviene nella seconda metà di ogni mese per mezzo del completamento di questionari da parte delle aziende campione.

Le percentuali fornite dalle aziende che riportano un miglioramento, peggioramento o una situazione stabile per ciascuna variabile del sondaggio sono convertite in un'unica cifra per variabile che è l'indice di diffusione". Questi indici variano da 0 a 100, con letture di 50.0 che

indicano l'assenza di cambiamenti rispetto al mese precedente. Letture al di sopra di 50.0 indicano aumenti rispetto al mese precedente e letture al di sotto di 50.0 indicano diminuzione. Maggiore è la divergenza da 50.0, maggiore sarà il cambiamento segnalato.

La metodologia include la valutazione automatica di ogni risposta al sondaggio in modo da assicurare che l'effetto di ciascuna risposta sul numero finale sia proporzionale alla dimensione dell'azienda che ha fornito le risposte.

Dove necessario gli indici sono stati destagionalizzati per tenere in considerazione le variazioni stagionali annue previste per quel periodo dell'anno.

L'uso della metodologia dell'indice di diffusione significa che i risultati del *PMI* del settore delle vendite al dettaglio sono direttamente paragonabili ai *PMI* di altri settori come il manifatturiero, quello dei servizi o l'edilizio.

La IHS Markit non effettua correzioni ai dati dopo la pubblicazione, ma i fattori stagionali, dove applicabile, possono essere modificati di tanto in tanto andando quindi a cambiare l'intera serie di dati destagionalizzati. I dati storici che riguardano i principali valori (grezzi), la prima pubblicazione di dati destagionalizzati, e i successivi dati corretti sono disponibili per gli abbonati IHS Markit. Per informazioni contattare economics@ihsmarkit.com.

IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) è un leader mondiale in informazioni essenziali, analisi e competenze che offrono soluzioni per le principali aziende ed i mercati che guidano l'economia mondiale. L'azienda fornisce informazioni di ultima generazione, analisi e soluzioni ad aziende, enti finanziari e governativi, migliorandone l'efficienza operativa e fornendo una visione approfondita capace di generare decisioni ben consapevoli e sicure. IHS Markit ha più di 50000 clienti tra aziende ed istituzioni governative, compreso l'80 per cento di Fortune Global 500 ed i più importanti istituti finanziari mondiali.

IHS Markit è un marchio registrato di IHS Markit Ltd e/o delle sue società affiliate. Tutti gli altri nomi di aziende e prodotti possono essere marchi dei rispettivi proprietari © 2018 IHS Markit Ltd. Tutti i diritti riservati

PMI

Disponibili in oltre 40 Paesi e principali regioni come l'Eurozona, le indagini economiche Purchasing Managers' Indexes® (PMI®) sono diventate le più seguite a livello mondiale dalle banche centrali, dai mercati finanziari e da coloro che prendono decisioni nel mondo degli affari grazie alla capacità che hanno di fornire indicatori mensili di trend economici unici, aggiornati, ed accurati. Per maggiori informazioni consultare il sito <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

I diritti di proprietà intellettuale per il Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio appartengono, o sono utilizzati su licenza della IHS Markit. Ogni utilizzo non autorizzato, includendo senza limiti la copia, distribuzione, trasmissione o qualsiasi altro utilizzo dei dati, non è permesso senza il previo consenso della IHS Markit. La IHS Markit non ha alcuna responsabilità, dovere o obbligazione riguardo al contenuto e alle informazioni (dati) qui presenti contenenti errori, imprecisioni, omissioni o ritardi dei dati o per qualsiasi azione intrapresa con il loro utilizzo. In nessun caso IHS Markit sarà responsabile per danni speciali, incidentali o consequenziali all'utilizzo dei dati. Purchasing Managers' Index® e PMI® sono sia marchi registrati, o utilizzati su licenza della Markit Economics Limited. IHS Markit è un marchio registrato della IHS Markit Ltd e/o delle sue società affiliate.

Se preferite non ricevere questo comunicato stampa da IHS Markit, contattate joanna.vickers@ihsmarkit.com per leggere le norme sulla privacy, [cliccate qui](#).