

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 08:10 (UTC), 7 maggio 2018

IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Considerevole il calo delle vendite al dettaglio di aprile

Punti salienti:

- Crolli record per le vendite annuali e mensili
- Forte peggioramento dei margini lordi
- Le scarse vendite lasciano i dettaglianti con un eccesso di scorte

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 12 ed il 26 aprile

Il secondo trimestre del 2018 ha avuto un difficile inizio per il settore delle vendite al dettaglio in Italia, registrando un considerevole calo delle vendite sia mensili che annuali mentre i commenti delle aziende monitorate hanno citato il forte calo delle presenze dovuto all'incertezza economica e al clima politico.

I volumi di vendite più scarsi delle attese hanno lasciato un livello eccessivo di merce invenduta nei magazzini dei dettaglianti, scoraggiando l'attività di acquisto. Con l'ulteriore aumento dei costi operativi e le continue promozioni, i margini lordi hanno indicato il maggior peggioramento in quasi quattro anni e mezzo.

L'Indice PMI IHS Markit delle Vendite al Dettaglio in Italia, che registra i cambiamenti su base mensile

delle vendite comparabili, con 42.7 ha indicato ad aprile un forte calo rispetto a 48.0 di marzo e ha toccato il valore minimo da luglio 2016.

Su base annuale, le vendite sono diminuite anche di più, anche se la contrazione è parzialmente dovuta alle differenze tra il calendario pasquale 2017 e 2018. Eppure, il campione monitorato ha notato che nell'attuale clima di incertezza politica in Italia, le presenze sono state nettamente inferiori. La forte pressione della concorrenza è stato l'altro fattore citato come causa della tendenza negativa delle vendite.

Se paragonate alle aspettative, le vendite sono state nettamente inferiori ed i dettaglianti sono generalmente rimasti delusi di non aver raggiunto gli obiettivi e di non essersi avvicinati ai piani di vendita prefissati.

Il campione monitorato prevede un maggio migliore, citando come ragioni di ottimismo le speranze di maggiore stabilità politica, il lancio di nuovi prodotti e migliori prospettive di una maggiore crescita economica.

L'indagine di aprile ha mostrato che i margini lordi dei dettaglianti italiani hanno continuato a peggiorare e ad un tasso considerevole, il maggiore in quasi quattro anni e mezzo. Sono rimaste le attività promozionali il fattore chiave che ha inciso principalmente sui margini.

C'è anche chi ha riportato quanto i maggiori costi operativi abbiano ridotto i margini, causati in parte da un nuovo forte aumento dei prezzi medi d'acquisto di merce destinata alla rivendita. Alcune aziende hanno aggiunto che i prezzi maggiori delle materie prime sono passati nella filiera e, tra i commenti, alcuni hanno citato l'aumento del prezzo del carburante.

Gli scarsi volumi di vendita di aprile si dice abbiano lasciato livelli eccessivi di magazzino nell'ultima indagine. L'accumulo di merce invenduta è aumentata per il quindicesimo mese consecutivo, anche se quest'ultimo incremento è stato il più debole dallo scorso settembre.

La più lenta crescita delle merci in giacenza riflette parzialmente il calo dell'attività d'acquisto. I dettaglianti hanno affermato di aver ridotto i livelli di acquisto all'ingrosso a causa del forte calo delle vendite durante il mese.

Infine, nel mese di aprile si è registrato un nuovo incremento dell'occupazione del settore, anche se marginale visto che la grande maggioranza dei dettaglianti (93%) ha mantenuto gli organici invariati.

Commento:

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

“Le indagini di aprile hanno di nuovo evidenziato il precario stato del consumo nazionale nelle famiglie

italiane, con vendite in netto calo sia su base mensile che annuale.

“Se la contrazione è stata peggiorata dalla differenza del calendario pasquale tra il 2018 ed il 2017, l'andamento sottostante le vendite è stato sempre più debole dall'inizio di quest'anno riflettendo il ristretto potere di spesa dei consumatori ed in più le attuali incertezze politiche, ora che il paese è in attesa della formazione di un nuovo governo.

“Oltretutto, visti gli sforzi fatti per sostenere la redditività con i magazzini carichi di merce, i crescenti costi operativi e le attuali pressioni sui margini, sembrano poche le prospettive di sollievo per i dettaglianti.”

-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 chiave ed istituzioni governative, compreso l'85 per cento di Fortune Global 500 ed i più importanti istituti finanziari mondiali. Con la sua sede principale a Londra, la IHS Markit si impegna a mantenere una crescita sostenibile e proficua.

IHS Markit è un marchio registrato di IHS Markit Ltd. 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 presa con il loro utilizzo. IHS Markit non 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.

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