

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 09:10 (UTC), 6 febbraio 2017

Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Il PMI delle vendite al dettaglio indica i valori minimi degli ultimi quattro mesi, registrando un calo delle vendite più rapido

Punti salienti:

- L'Indice PMI delle Vendite al Dettaglio di gennaio scende a 45.6
- Il più rapido incremento dei prezzi d'acquisto da ottobre 2013
- I livelli occupazionali del settore continuano ad aumentare

PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 12 e il 27 gennaio

Le vendite al dettaglio del primo mese del 2017 in Italia sono diminuite, secondo i dati *PMI®* raccolti nell'ultima indagine. Si tratta del calo su base mensile più netto da settembre scorso e, unito al forte rialzo dei prezzi d'acquisto, ha prodotto nel settore margini lordi più bassi. Ciononostante, il livello occupazionale ha continuato ad aumentare per il quinto mese consecutivo.

L'indice Markit PMI delle Vendite al Dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, è diminuito a gennaio ai minimi in quattro mesi con 45.6, rispetto a 47.9 di dicembre. Quest'ultima contrazione è stata in parte collegata al maltempo e alla minore affluenza.

Anche le vendite su base annua sono nettamente calate, e le aziende intervistate lo hanno collegato non solo al maltempo ma anche al basso potere di spesa dei consumatori.

Come riflesso del calo-vendite, i dettaglianti non sono stati capaci di raggiungere gli obiettivi pianificati a gennaio. Sebbene il divario tra vendite effettive e pianificate abbia misurato il valore minimo in cinque mesi, è stato comunque considerevole.

La fiducia dei dettaglianti rispetto alle prospettive di vendita del mese prossimo è risultata quasi invariata rispetto all'indagine precedente, con i dati di gennaio che hanno mostrato un livello di ottimismo modesto in linea con la media della serie storica.

I fattori menzionati dalle aziende monitorate che probabilmente influenzeranno le vendite nei prossimi mesi sono: le condizioni meteorologiche più favorevoli, promozioni, nuove collezioni e modelli, maggiore fiducia. Instabilità politica e costi maggiori del carburante sono viste invece come potenziali minacce per le prospettive future.

La flessione delle vendite ha causato una contrazione degli acquisti delle merci all'ingrosso tra i dettaglianti italiani, per il secondo mese consecutivo. Quest'ultima è stata la flessione più forte da settembre dello scorso anno ed ha contribuito al primo calo dei livelli d'inventario in cinque mesi.

In aggiunta al quadro d'insieme, a gennaio si assiste ad un forte e accelerato aumento dei prezzi medi d'acquisto affrontati dai dettaglianti. Il tasso di incremento registrato è stato il più alto da ottobre 2013. Numerose sono state le aziende monitorate che hanno aumentato i prezzi di listino, facendo

particolare riferimento agli effetti dei rincari del carburante e dei prodotti alimentari.

Le difficili condizioni operative affrontate dai dettaglianti sono state evidenziate dall'ulteriore forte calo dei margini lordi. La portata di tale contrazione si è contenuta generalmente nei limiti della media del 2016. Così come vendite minori e costi maggiori, i dettaglianti hanno citato anche l'uso di promozioni e sconti.

Nonostante l'attuale flessione del settore, i livelli occupazionali di inizio anno delle vendite al dettaglio sono rimasti in rialzo, aumentando per il quinto mese consecutivo. Detto ciò, il tasso di creazione di posti di lavoro ha mostrato solo un leggero incremento, seguendo un trend comune all'attuale sequenza.

Commento:

Phil Smith, economista presso la IHS Markit, e autore del report Markit *PMI*® sulle Vendite al Dettaglio in Italia, ha detto:

"I dati PMI di gennaio hanno mostrato un difficile inizio dell'anno del settore delle vendite al dettaglio, registrando il più rapido tasso di contrazione mensile delle vendite dallo scorso settembre e una pressione dei costi che ha toccato il record in più di tre anni. Detto ciò, è difficile stabilire quanto questo risultato possa essere attribuito alle severe condizioni meteorologiche di gennaio."

"I segnali indicano, comunque, una strada difficile da percorrere per il settore, con le previsioni IHS Markit per il 2017 di un misero 0.4% di aumento degli acquisti da parte dei consumatori."

-Fine-

Per ulteriori informazioni contattare:

IHS Markit

Phil Smith, Economist

Telephone +44-1491-461-009

Email phil.smith@ihsmarkit.com

Michaela Bernardini, 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 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 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 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 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 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 © 2017 IHS Markit Ltd. Tutti i diritti riservati.

PMI

Ora disponibili per oltre 30 Paesi e principali regioni come l'Eurozona, *Purchasing Managers' Indexes*® (PMI®) sono diventate le indagini economiche 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 visitate <http://www.markit.com/product/pmi>

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](#).