

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

IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

In calo le vendite al dettaglio di marzo

Punti salienti:

- Sono negativi i valori delle vendite mensili ed annuali
- La colpa attribuita al maltempo ed al minore afflusso di clienti
- I margini restano sotto pressione visto il persistere della tendenza agli sconti

Dati raccolti tra il 12 ed il 27 marzo

Per il settore italiano delle vendite al dettaglio marzo è stato un mese impegnativo, con le vendite in calo sia su base mensile che annuale. Il maltempo, il minore afflusso di clienti e la minore propensione alla spesa tra i consumatori sono stati indicati come i fattori responsabili di tali deludenti risultati.

Ciononostante, i dettaglianti monitorati prevedono una ripresa ad aprile, e questo li ha spinti ad aumentare i livelli d'acquisto e le scorte.

L'Indice PMI IHS Markit delle Vendite al Dettaglio in Italia, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, a marzo è stato pari a 48.0, indicando un calo da 50.4 di febbraio e un calo mensile delle vendite per la quarta volta negli ultimi cinque mesi.

Le vendite sono calate anche rispetto ad un anno fa, e ad un tasso notevole. L'esatto 45% del campione monitorato durante l'indagine di marzo ha indicato tale contrazione, la più forte in 20 mesi.

Alcuni dettaglianti hanno indicato il maltempo, che ha avuto un effetto negativo sulle presenze, come la ragione principale legata alle vendite deludenti di marzo. Detto ciò, anche l'incertezza politica e la ridotta fiducia da parte dei consumatori sono stati indicati come fattori che hanno pesato sulle vendite.

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



I sopramenzionati venti contrari di marzo hanno determinato il forte divario tra vendite effettive e target prefissati. Tuttavia i dettaglianti monitorati hanno indicato anche dei timidi segnali di ripresa negli ultimi giorni prima della Pasqua, in parte dovuti alla speranza di migliori condizioni meteorologiche per le prossime settimane.

Gli ultimi dati riguardanti le previsioni di vendita per il prossimo mese mostrano il più alto livello di fiducia dei dettaglianti dallo scorso novembre.

I tentativi di stimolare le vendite hanno generato prezzi al ribasso anche in quest'ultima dell'indagine. Ciò ha pesato sui margini, che a marzo hanno continuato a diminuire ad un ritmo significativo.

Un altro fattore responsabile del calo dei margini è stato l'incremento dei prezzi di listino dei fornitori, che ha contribuito ad aumentare il costo medio di acquisto da parte dei dettaglianti italiani. L'inflazione generale è rimasta forte, con l'aumento di pane, frutta e carburante rispetto al mese precedente. I prezzi maggiori sono stati in parte causati dall'offerta limitata.

Le positive previsioni di vendita di aprile hanno spinto i dettaglianti italiani ad intensificare gli

acquisti a marzo. Nonostante un rallentamento rispetto al record di febbraio, la crescita si è mantenuta storicamente forte.

Durante il mese di marzo la maggiore tendenza all'acquisto ha determinato l'aumento delle scorte di magazzino, e il secondo maggior aumento di disponibilità di merci per la rivendita registrato nella storia dell'indagine. Le poche vendite hanno inoltre lasciato nei magazzini un eccesso di merci invendute.

A marzo si è registrato un aumento dei posti di lavoro per il diciannovesimo mese consecutivo. I dettaglianti hanno affermato che le assunzioni sono state frutto delle maggiori esigenze aziendali. Tuttavia, la crescita è stata di nuovo modesta e generalmente invariata rispetto a febbraio.

Commento:

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

“Anche a marzo le vendite sono state al di sotto delle aspettative, anche se, secondo i dettaglianti monitorati, il calo è in parte dovuto al maltempo che a sua volta ha limitato le presenze e gli acquisti dei consumatori.”

“Per quanto i dettaglianti prevedono di recuperare nel mese di aprile, le condizioni di base restano generalmente poco promettenti anche in virtù di una propensione alla spesa molto debole da parte dei consumatori.”

“Tale propensione si manifesta nonostante la tendenza continua dei dettaglianti ad offrire sconti e promozioni nel tentativo di alleggerire l'eccesso di scorte di magazzino. Ciò si traduce in un incremento delle giacenze e nella continua riduzione dei margini.”

-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 stagionalizzati 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'edilizia.

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](#).