

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

Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Ulteriore calo delle vendite al dettaglio nel mese di febbraio

Punti salienti:

- L'Indice PMI delle Vendite al Dettaglio segna i minimi su 5 mesi con 45.5
- Calo più rapido dei livelli d'acquisto e dei margini lordi
- Aumentano i prezzi di acquisto al tasso più rapido in quasi 3 anni e mezzo

PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 10 ed il 24 febbraio

Secondo i dati dell'indagine PMI di febbraio sulle Vendite al Dettaglio, i dettaglianti italiani hanno affrontato un altro mese di calo delle vendite. Quest'ultima contrazione è stata la più netta in cinque mesi ed ha contribuito ad accelerare il declino dei livelli d'acquisto di beni destinati alla rivendita e dei margini lordi. Allo stesso tempo, il settore ha registrato un maggiore aumento mensile dei prezzi medi d'acquisto, con numerosi commenti da parte delle aziende monitorate sul rincaro dei prodotti freschi.

L'Indice Markit PMI delle Vendite al Dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, ha registrato a febbraio 45.5,

valore minimo da settembre dello scorso anno e poco inferiore a 45.6 di gennaio.

Rispetto allo stesso mese dello scorso anno, le vendite sono risultate nettamente inferiori indicando il più rapido tasso di contrazione su base annua in sette mesi. Le aziende che hanno segnalato un calo, lo hanno collegato alle condizioni meteo sfavorevoli, minori presenze e alla diminuzione del potere di spesa dei consumatori.

A febbraio, le vendite sono state generalmente inferiori agli obiettivi. L'indice corrispettivo ha infatti toccato i livelli minimi da luglio 2016 misurando un valore inferiore alla media di lungo termine.

Gli ultimi dati raccolti hanno tuttavia indicato ottimismo tra i dettaglianti sulle aspettative di vendita per il prossimo mese, segnando un record di fiducia su tre mesi.

Promozioni, nuove collezioni e modelli ed il tempo più favorevole sono stati menzionati tra i fattori che più probabilmente supporteranno le vendite nei prossimi mesi. Instabilità politica, pressione fiscale maggiore e aumento del costo del carburante sono stati invece citati come potenziali minacce alle prospettive future.

La flessione delle vendite ha continuato a pesare sull'acquisto di beni all'ingrosso, in calo a febbraio per il terzo mese consecutivo e al tasso più rapido da settembre dello scorso anno. Nel frattempo, i livelli di magazzino, sono leggermente aumentati, rovesciando perciò la contrazione avutasi ad inizio anno.

I dettaglianti hanno indicato a febbraio un forte aumento dei prezzi medi d'acquisto, con un ritmo di incremento vicino al valore più rapido in più di cinque anni, secondo soltanto a quello registrato ad ottobre 2013 con l'introduzione dell'IVA al 22%. Le aziende hanno spesso citato frutta e verdura come i principali carichi di spesa, ma alcuni hanno anche menzionato i rincari sul carburante.

Come riflesso delle vendite in calo e dei costi in aumento, i dettaglianti hanno registrato la più netta contrazione dei margini lordi in cinque mesi, a cui si è aggiunta, dai commenti raccolti, un'altra ondata di sconti.

A febbraio, e per il sesto mese consecutivo, si assiste ad un aumento dei livelli occupazionali del settore delle Vendite al Dettaglio in Italia. Il tasso di creazione dei posti di lavoro è tuttavia rallentato rispetto a gennaio mostrando solo un aumento marginale.

Commento:

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

“Il livello di spesa dei consumatori resta l'anello debole dell'economia italiana. In netto contrasto con le migliorate prestazioni avutesi sia nel manifatturiero che terziario, il settore delle vendite al dettaglio di febbraio continua a calare al tasso più rapido da settembre.

“I dettaglianti stanno inoltre affrontando un'impennata della pressioni sui costi, non soltanto per l'aumento dei prezzi delle materie prime globali ma anche per le recenti rigide condizioni meteorologiche che hanno fatto aumentare i costi dei prodotti freschi locali.”

-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 (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](#).