

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 09:10 (UTC), 6 febbraio 2018

IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

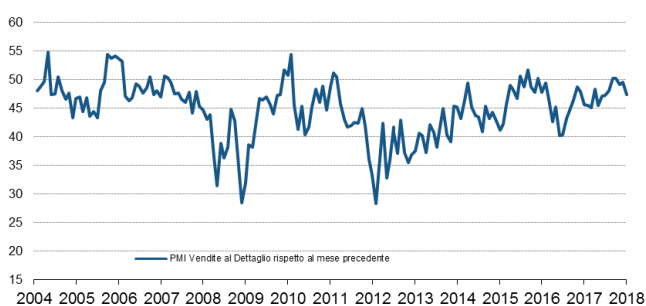
I dettaglianti italiani hanno indicato un difficile inizio del 2018

Punti salienti:

- Calo delle vendite mensili ed annuali al tasso più rapido in sei mesi
- I forti sconti e l'aumento dei costi operativi pesano sui margini
- Le vendite deludono lasciando giacenze eccessive nei magazzini dei dettaglianti

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia

50 = nessuna variazione su mese precedente (destagionalizzato)



Fonte: IHS Markit

Dati raccolti tra il 19 ed il 29 gennaio

Il settore italiano delle vendite al dettaglio ha iniziato il 2018 su una strada difficile, registrando cali delle vendite mensili e annuali. I margini sono rimasti sotto pressione con i dettaglianti che hanno tentato di alleggerire i livelli di magazzino attraverso il meccanismo degli sconti mentre i prezzi medi d'acquisto sono di nuovo aumentati.

L'occupazione ha tuttavia continuato ad aumentare in modo modesto, e le previsioni per il mese prossimo sono apparse positive.

L'Indice PMI IHS Markit delle Vendite al Dettaglio, che monitora i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, ha misurato a gennaio 47.3,

indicando un valore inferiore rispetto a 49.5 di dicembre ed il più basso dallo scorso luglio. E' da novembre che si registrano cali delle vendite su base mensile.

Rispetto ad un anno fa, le vendite su base comparabile hanno di nuovo indicato un forte tasso di contrazione ed il più netto degli ultimi sei mesi.

Le presenze riportate dai dettaglianti monitorati sono apparse inferiori, e gli intervistati hanno collegato il calo delle vendite nei loro negozi anche alla concorrenza online.

In linea con l'andamento dei mesi precedenti, i margini hanno mantenuto una considerevole pressione con i dettaglianti che hanno continuato ad offrire sconti sperando di aumentare le vendite.

Anche i prezzi di acquisto hanno continuato ad aumentare su base mensile, con incrementi riportati su prodotti alimentari (carne, frutta e verdura), sul carburante e sull'energia.

In generale, i prezzi medi di acquisto sono aumentati ad un tasso forte ed in linea con la media dell'indagine.

Tra sconti e aumenti dei prezzi di acquisto, i margini di gennaio hanno indicato il maggior peggioramento da settembre 2016.

Le vendite hanno continuato a deludere considerevolmente le previsioni. Gli ultimi dati hanno indicato che le vendite di gennaio non sono riuscite a raggiungere gli obiettivi pianificati segnando il più grande divario in sette mesi, un risultato che ha deluso molti dettaglianti, visti gli sconti offerti alla clientela.

Il settore ha indicato il quarto aumento mensile consecutivo dell'attività di acquisto. I dettaglianti hanno confermato i loro acquisti programmati, soprattutto per le nuove linee di prodotti.

Tuttavia, il tasso di crescita è stato modesto, soprattutto considerando il continuo aumento delle giacenze, il cui livello si è mantenuto alto, appena inferiore al record di novembre. La causa principale restano le vendite inferiori al previsto.

Infine, all'inizio del 2018 si è registrato il diciassettesimo incremento mensile consecutivo dei livelli occupazionali. Anche se ha indicato il valore più forte da luglio 2006, l'incremento netto si è mantenuto modesto poiché la maggior parte dei dettaglianti non ha indicato cambiamenti degli organici rispetto a dicembre.

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

“Il settore delle Vendite al Dettaglio in Italia ha subito un difficile inizio 2018 con i consumatori che si sono mostrati restii a spendere malgrado i continui sconti offerti sugli articoli.

“Sebbene non sia una vera sorpresa, visto che lo scorso mese le aziende monitorate avevano segnalato che le vendite avrebbero probabilmente mancato gli obiettivi di gennaio, l'entità della contrazione si è mostrata maggiore del previsto lasciando molti esercenti con un accumulo eccessivo di merce.

“Questo pone l'attenzione sull'andamento della pressione dei margini nei prossimi mesi poiché i dettaglianti cercheranno di alleggerire le giacenze offrendo ulteriori sconti per stimolare la domanda.”

-Fine-

Commento:

Per ulteriori informazioni contattare:

IHS Markit

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

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

Michaela Bernardini, Senior Panel Manager
Telephone +44-1491-461-031
Email michaela.bernardini@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'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](#).