

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 08:10 (UTC), 5 ottobre 2017

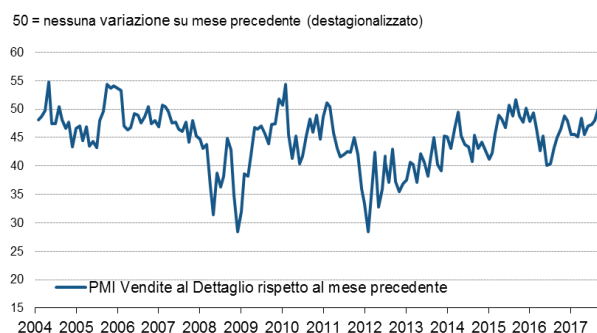
IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Marginale incremento delle vendite al dettaglio di settembre

Punti salienti:

- Primo incremento mensile delle vendite al dettaglio da dicembre 2015
- La politica dello sconto persiste; si riducono i margini lordi
- Inflazione dei prezzi d'acquisto al record in cinque mesi

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 12 ed il 27 settembre

Nel mese di settembre, le vendite su base comparabile in Italia sono aumentate per la prima volta dalla fine del 2015, anche se il tasso di crescita è stato marginale. Il commercio è stato supportato dai continui sconti, che hanno causato l'ulteriore riduzione dei margini lordi dei dettaglianti. Si è registrato un aumento dei prezzi d'acquisto, con il più forte incremento dell'inflazione da aprile, causando pertanto una contrazione dell'attività di acquisto per il decimo mese consecutivo. Con tutto ciò, i dettaglianti hanno comunque visto crescere i livelli dei loro magazzini visto che le vendite sono state di nuovo inferiori alle aspettative.

L'indice Markit PMI del settore delle vendite al dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, ha indicato a settembre 50.2, aumentando da 48.0 di agosto. Anche se marginale, tale aumento su base comparabile è stato il primo registrato dall'indagine da dicembre 2015.

Le vendite, inoltre, se comparate allo stesso mese dello scorso anno, sono state leggermente più alte, registrando una crescita per la prima volta da aprile ed in netto contrasto con le forti contrazioni su base annuale avutesi nei primi mesi del 2017.

Paragonate ai target, le vendite di settembre hanno deluso. Gli ultimi dati hanno mostrato che le vendite effettive sono state considerevolmente minori di quelle pianificate, molto di più dello scorso agosto.

I dettaglianti hanno tuttavia mostrato di essere certi che le vendite di ottobre supereranno gli obiettivi. La fiducia segna infatti una crescita per il secondo mese consecutivo e indica il valore più forte di ottimismo dallo scorso marzo.

Nel mese di settembre i margini lordi dei dettaglianti sono rimasti sotto pressione. Le aziende monitorate hanno dichiarato che, in un clima concorrenziale, l'aumento degli sconti e l'attività promozionale sono stati i motivi principali che hanno causato il restringimento dei margini.

Viste le vendite di settembre inferiori alle aspettative, i dettaglianti hanno registrato l'aumento dei livelli di merce invenduta per l'ottavo mese consecutivo. L'aumento è stato di nuovo forte, ma minore di agosto.

I prezzi medi pagati per beni destinati alla vendita hanno continuato ad aumentare nel mese di settembre. Il listino prezzi dei fornitori è stato aggiornato al rialzo, con i dettaglianti che hanno indicato che i prezzi all'ingrosso di molti beni

alimentari sono aumentati. I livelli generali d'inflazione sono stati i più forti da aprile.

I livelli occupazionali di settembre sono aumentati per il tredicesimo mese consecutivo. Tuttavia, similmente al trend recente, l'aumento è stato di nuovo marginale. Gran parte delle aziende monitorate non ha riportato cambiamenti degli organici nel mese di settembre.

Commento:

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

“Il settore delle vendite al dettaglio di settembre è riuscito a mettere assieme una crescita marginale per la prima volta in 21 mesi. Il che si somma agli ultimi risultati nel complesso positivi registrati nel mercato italiano.

“A settembre sono stati registrati un aumento della fiducia dei consumatori e maggiori presenze, che hanno entrambe fornito al settore uno stimolo positivo, incoraggiando alcuni dettaglianti ad assumere personale.

“Tuttavia, le pressioni della concorrenza, che causano sconti diffusi, unite agli aumenti dei prezzi all'ingrosso, si traducono in un continuo considerevole deterioramento dei margini lordi.”

-Fine-

Per ulteriori informazioni contattare:

IHS Markit

Pau 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 © 2017 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 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](#).