

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 09:10 (UTC), 7 novembre 2017

IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Secondo mese consecutivo di incremento delle vendite al dettaglio a ottobre

Punti salienti:

- Crescita su base mensile sostenuta, ma le vendite al dettaglio calano rispetto ad un anno fa
- Le calde temperature di ottobre responsabili del calo su base annuale
- I prezzi d'acquisto in rialzo record da febbraio

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 12 e il 27 ottobre

Per il secondo mese consecutivo ad ottobre le vendite al dettaglio su base annuale in Italia aumentano. Le aziende campione lo attribuiscono alle maggiori presenze e alla costante attività promozionale. La crescita è stata tuttavia marginale con vendite in calo rispetto ad un anno fa e il non raggiungimento dei target prefissati. Alcuni dettaglianti hanno affermato che le inusuali calde temperature di ottobre hanno contribuito sulle vendite.

Nel contempo, l'inflazione dei prezzi di acquisto è accelerata al record su otto mesi ed i margini lordi

hanno continuato a restringersi, mentre l'occupazione ha indicato un altro leggero incremento.

L'Indice IHS Markit PMI delle Vendite al Dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, si è spostato su 50.3 ad ottobre, con un marginale aumento rispetto a 50.2 di settembre. Anche se in leggera crescita, gli ultimi dati hanno indicato per la prima volta un aumento consecutivo mensile dall'inizio del 2011.

Al contrario, paragonando i dati ad un anno fa, le vendite di ottobre sono risultate in leggero calo dopo il lieve incremento rilevato a settembre.

Nonostante l'attività promozionale e i commenti relativi alle maggiori presenze, le vendite comparabili di ottobre hanno continuato a disattendere i target previsti. I dettaglianti sono apparsi delusi di non aver almeno eguagliato i livelli di vendita dello scorso anno, anche se alcuni di essi hanno dato la colpa all'insolito caldo di ottobre.

Per quanto riguarda gli obiettivi per il prossimo mese, i dettaglianti hanno mostrato grande fiducia che le previsioni di vendita di novembre verranno superate.

In quest'ultima indagine, i dettaglianti hanno continuato a spingere le vendite con nuovi sconti e promozioni. L'effetto sui margini lordi è stato di nuovo notevole visto che l'indagine di ottobre ha registrato una nuova forte contrazione, anche se la più debole da aprile.

Per la prima volta in poco meno di un anno, nel mese di ottobre si è registrato un leggero incremento dei livelli di acquisto. Alcuni dettaglianti hanno visto aumentare i loro acquisti a causa delle maggiori vendite.

L'aumento dell'attività di acquisto e, in alcuni casi, le vendite inferiori agli obiettivi, hanno causato in quest'ultima indagine l'accumulo delle merci destinate alla vendita, segnando il nono mese di aumento delle giacenze. Quest'ultima espansione è stata inoltre forte e più accentuata di settembre.

Nel mese di ottobre si è registrata un'altra accelerazione dell'inflazione dei prezzi medi con commenti da parte delle aziende monitorate sull'aumento del prezzo del carburante e dei beni alimentari (sono stati menzionati latticini, frutta e verdura). Il tasso di incremento è stato il più forte da febbraio.

Continua il marginale aumento dell'occupazione. Per il quattordicesimo mese consecutivo il livello di creazione occupazionale di ottobre ha indicato un aumento. Il fattore principale che ha motivato le assunzioni è legato alle maggiori necessità aziendali. Tuttavia, l'aumento netto è stato di nuovo marginale.

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 ottobre ha indicato andamenti contrastanti. Se da una parte assistiamo ad una lieve ma positiva crescita delle vendite su base mensile dovuta ad un aumento generale della domanda e dell'affluenza e alla migliorata fiducia dei consumatori, i volumi sono tuttavia inferiori ad un anno fa.

“Ciò è in parte dovuto al clima insolitamente più caldo di ottobre, secondo il parere di alcuni dettaglianti, ma ha anche contribuito un livello deludente della domanda correlato ad un'economia interna ancora contenuta.

“Sono sicuramente evidenti gli svariati incentivi offerti ai consumatori. Tale processo ha però avuto un impatto negativo sui loro margini di guadagno.”

-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](#).