

Purchasing Managers' Index®
INFORMAZIONI SENSIBILI AL MERCATO
EMBARGO: 10:10 (ora italiana) / 08:10 (UTC), 4 agosto 2017

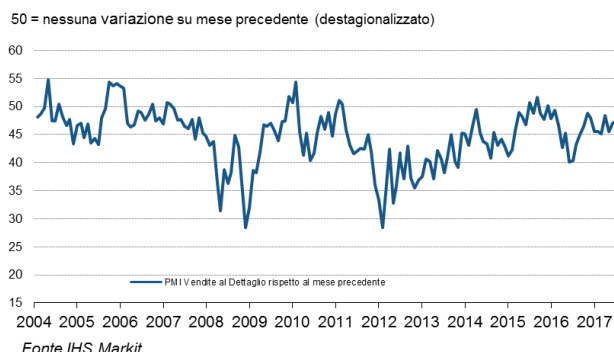
IHS Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Le vendite al dettaglio di luglio calano al ritmo più lento in tre mesi

Punti salienti:

- Il PMI delle vendite al dettaglio di luglio sale a 47.3 da 47.1 di giugno
- Leggero aumento dell'occupazione
- Si abbassa l'inflazione dei prezzi d'acquisto

PMI® IHS Markit sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra il 12 ed il 27 luglio

Dagli ultimi dati dell'indagine PMI® di luglio, è emerso che le vendite al dettaglio in Italia hanno segnato un calo e una forte flessione rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Tuttavia, il tasso di contrazione è stato il più lento in tre mesi e gli organici del settore hanno continuato ad aumentare. Per quanto riguarda gli altri parametri, i dettaglianti hanno indicato un calo dei livelli d'acquisto, mentre i prezzi delle merci acquistate sono aumentate solo modestamente e più lentamente del mese precedente.

L'Indice IHS Markit PMI delle Vendite al Dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, ha registrato 47.3 a luglio, in aumento rispetto a 47.1 di giugno, toccando il

valore più alto da aprile. Tuttavia il PMI è rimasto inferiore alla soglia di non cambiamento di 50.0 per 19 mesi consecutivi. Le aziende monitorate hanno collegato quest'ultima flessione alle basse presenze e al più debole potere di spesa dei consumatori.

In media, le vendite di luglio sono state inferiori allo stesso mese del 2016. Il tasso di contrazione su base annuale è stato il più debole dei tre mesi passati ma comunque notevole.

Generalmente le vendite al dettaglio in Italia non sono riuscite a raggiungere gli obiettivi di vendita prefissati nel mese precedente. Anche se leggermente più debole di ciascuno dei due mesi passati, il divario è stato comunque notevole.

Le aspettative di vendita per il mese prossimo sono, allo stesso tempo, peggiorate fino a toccare il valore più basso in un anno, con una prospettiva media da parte delle aziende di non raggiungere gli obiettivi pianificati. Tra le potenziali minacce alle future vendite sono state menzionate la mancanza di credito, incertezza politica e condizioni meteorologiche sfavorevoli.

Nonostante il forte calo delle vendite, all'inizio del terzo trimestre i dettaglianti italiani hanno continuato ad assumere. Sono 11 mesi consecutivi che il settore sta creando posti di lavoro, anche se a luglio il tasso è rimasto invariato rispetto al ritmo modesto di giugno.

L'attività di acquisto, mantenendo il ritmo di contrazione per l'ottavo mese consecutivo, ha comunque presentato un quadro diverso, diminuendo ad un tasso leggermente più rapido rispetto a giugno.

Come riflesso delle vendite inferiori alle aspettative, l'accumulo di merce invenduta del settore è

continuato ad aumentare, prolungando la sequenza di incremento dei livelli d'inventario a sei mesi.

Anche a luglio la pressione dei costi si è mantenuta modesta nel settore delle vendite al dettaglio. I prezzi medi d'acquisto sono aumentati ad un tasso più lento di giugno, segnando un livello nettamente inferiore alla media di lungo termine. Gli aumenti registrati sono stati attribuiti per lo più all'aggiornamento dei prezzi dei fornitori.

Unitamente al calo-vendite e all'aumento dei prezzi d'acquisto, i dettaglianti hanno segnalato un abbassamento dei margini lordi dovuto a sconti e promozioni. La riduzione è stata forte e quasi invariata rispetto a giugno.

Commento:

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

“Le vendite al dettaglio di luglio hanno continuato a registrare un andamento mensile in calo, ed i commenti raccolti hanno menzionato il debole potere di spesa dei consumatori ed un corrispondente calo delle presenze. I dettaglianti contattati durante l'indagine sono rimasti sotto pressione offrendo sconti e promozioni per supportare le vendite, riducendo conseguentemente i loro margini lordi. Nonostante questo, i target ancora una volta non sono stati raggiunti.

“La buona notizia, comunque, è che il tasso di contrazione delle vendite è rallentato per il secondo mese consecutivo. Inoltre i dati di luglio hanno mostrato un aumento delle assunzioni del settore, anche se marginale, aggiuntosi alla creazione occupazionale registrata nei settori manifatturiero e terziario.”

-Fine-

Per ulteriori informazioni contattare:

IHS Markit

Phil Smith, Principal Economist
Telephone +44-1491-461-009
Email phil.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

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](#).