

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

Markit PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia

Il PMI delle vendite al dettaglio segna la più lenta contrazione delle vendite in cinque mesi

Punti salienti:

- Le vendite su base annuale aumentano grazie alla Pasqua tardiva
- L'occupazione del settore in marginale aumento
- Prezzi d'acquisto in forte e più rapido aumento

PMI® sulle Vendite al Dettaglio in Italia



Dati raccolti tra l'11 ed il 26 aprile

Dalla lettura degli ultimi dati dell'indagine PMI®, le vendite al dettaglio in Italia registrano il calo più lento in cinque mesi. Misurate su base annuale, le vendite sono aumentate marginalmente e per la prima volta in più di un anno grazie soprattutto alla Pasqua tardiva. I livelli occupazionali del settore hanno segnato un nuovo leggero rialzo, mentre i dettaglianti hanno dovuto affrontare un aumento forte e accelerato dei prezzi medi d'acquisto.

L'Indice Markit PMI delle Vendite al Dettaglio, che registra i cambiamenti su base mensile delle vendite comparabili, è salito ad aprile a 48.3, rimbalzando dai minimi in sei mesi di marzo con 45.1 e segnando il più lento tasso di contrazione delle vendite da novembre dello scorso anno.

Anche se in calo su base mensile, a causa della debole domanda da parte dei consumatori e della bassa affluenza, le vendite sono marginalmente aumentate rispetto allo stesso mese di un anno fa. Tale incremento è stato, tuttavia, solo marginale ed è venuto subito dopo il forte calo su base annuale di marzo. I dettaglianti monitorati hanno commentato che la Pasqua tardiva ha in un certo senso distorto i valori delle vendite degli ultimi due mesi.

I dettaglianti sono di nuovo rimasti delusi dai risultati delle vendite di aprile, non raggiungendo nel complesso gli obiettivi pianificati. Lo scarto registrato con le vendite effettive è stato forte e leggermente meno evidente dei valori visti in ciascuno dei due mesi precedenti.

Nel frattempo ad aprile si assiste ad un calo della fiducia sulle prospettive future di vendita. Tuttavia, l'ottimismo è rimasto nel complesso fortemente positivo e superiore all'andamento storico.

La flessione minore delle vendite di aprile ha rallentato il calo dei livelli di acquisto, che hanno mostrato solo una marginale riduzione, la più debole dell'anno in corso.

Nel frattempo, i livelli d'acquisto sono aumentati in sette degli ultimi otto mesi e quest'ultimo incremento è stato uno dei più rapidi degli ultimi nove anni.

Nonostante l'attuale andamento al ribasso delle vendite, i dettaglianti ad aprile hanno continuato ad assumere personale. Le aziende monitorate hanno citato le maggiori necessità aziendali, segnando l'ottavo mese consecutivo di creazione di posti di lavoro nel settore. Eppure il tasso di incremento è rimasto generalmente marginale, pur avendo toccato il record di assunzione dall'inizio dell'anno.

Gli ultimi dati raccolti hanno mostrato un altro calo dei margini lordi medi del settore delle vendite al

dettaglio. Le aziende monitorate lo hanno collegato non solo alla riduzione delle vendite ma anche a politiche di sconto e promozioni. Il tasso di peggioramento è stato forte, rallentando però al ritmo più debole da novembre dello scorso anno.

Un altro fattore aggiuntosi al restringimento dei profitti, è stato l'aumento dei prezzi medi di acquisto del settore. L'incremento, forte e più rapido del mese precedente ma molto più lento del record di febbraio, è stato collegato dalle aziende monitorate all'aggiornamento dei prezzi di listino dei fornitori e all'aumentato prezzo delle materie prime.

Commento:

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

“Il PMI delle vendite al dettaglio di aprile ha toccato un record su cinque mesi, anche se con 48.3 ha continuato ad indicare l'attuale indebolimento dei consumi, restando un peso per la crescita economica.

“I settori manifatturiero e terziario stanno registrando forti riprese, mentre le vendite al dettaglio restano più deboli. Infatti, l'aumento delle vendite su base annuale di aprile può essere largamente attribuito al ritardo del calendario pasquale e la lettura media dell'indice degli ultimi due mesi ha indicato valori inferiori alla soglia di non cambiamento di 50.0”.

-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 (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](#).