15 Dicembre 2009

Vendite al dettaglio italiane

Area Research, Intelligence & Investor Relations

MONTE DEI PASCHI DI SIENA
BANCA DAL 1472

Summary

- Nei primi 9 mesi del 2009, in Italia **il valore delle vendite al dettaglio si è contratto in media del 2,10%,** dopo un calo dello 0,23% nel 2008. La contrazione del valore delle vendite nel 2009 non ha risparmiato nessun comparto, anche se **l'abbigliamento e le calzature hanno registrato la flessione più marcata**. **Sorprendono il comparto degli elettrodomestici ed in particolare quello della profumeria,** che calano meno del farmaceutico.

- Come da attendersi**, la crescita della disoccupazione ha acuito la flessione del valore delle vendite**, ma il forte **recupero della fiducia dei consumatori**, considerato un buon anticipatore dell'andamento delle vendite al dettaglio nei mesi futuri, avvalora l'ipotesi di un **lento miglioramento**.

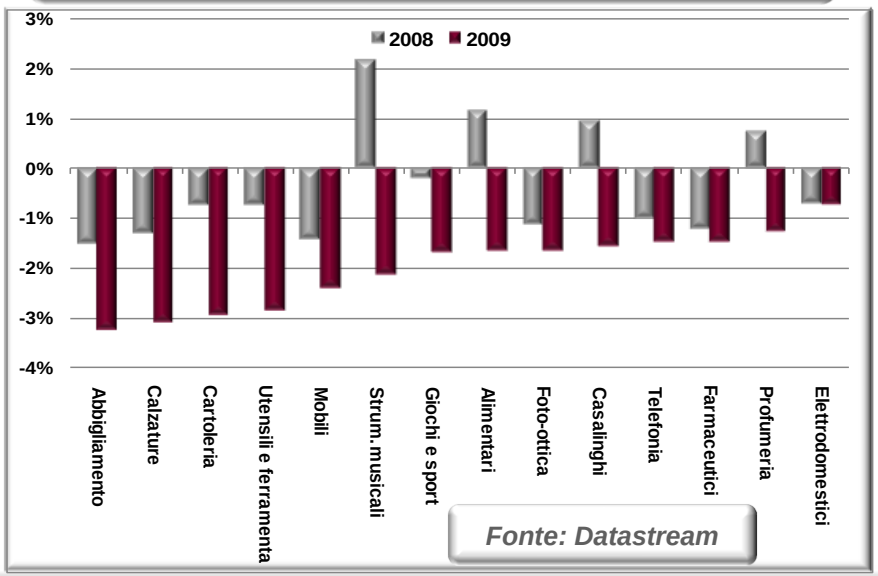
- **Secondo nostre stime,** il tasso di crescita tendenziale delle vendite al dettaglio italiane tornerà in **territorio positivo a metà 2010. Casalinghi, giocattoli, farmaceutici e strumenti musicali sono i comparti che sembrano aver già invertito la rotta.**

- Anche quest'anno il deterioramento del mercato del lavoro peserà sulle **vendite natalizie**, sebbene le nostre attese siano per un modesto **incremento su base** congiunturale (+0,05% m/m), grazie a livelli dei prezzi ancora contenuti. Si tratta comunque di un **tasso di crescita del valore delle vendite al dettaglio ben lontano da quello del biennio pre-crisi** (+0,9% m/m nel mese di dicembre 2005 e +1% m/m nel dicembre del 2006).

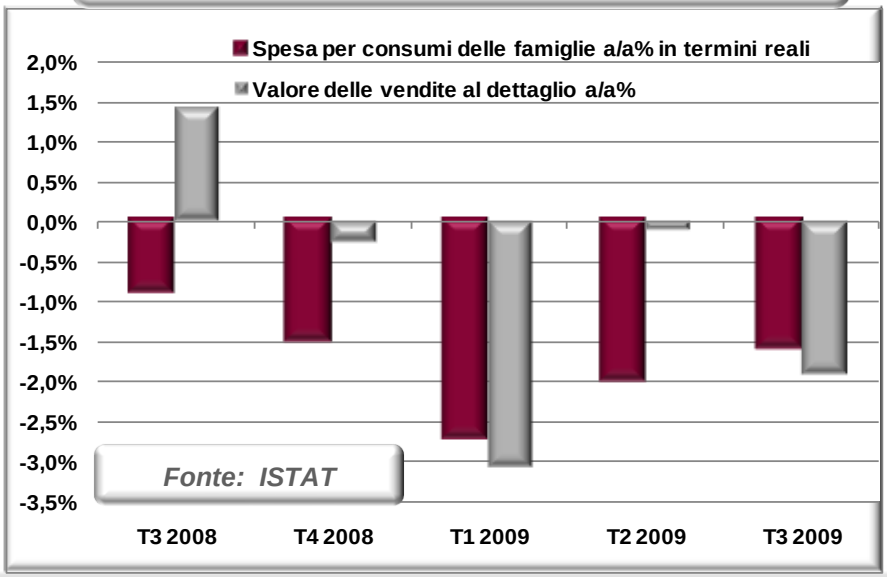
Le vendite al dettaglio per tipologia di merce

➢ **Nei primi 9 mesi del 2009, il valore delle vendite al dettaglio si è contratto in media del 2,10%,** dopo un calo dello 0,23% nel 2008. La contrazione del valore delle vendite nel 2009 non ha risparmiato nessun comparto, anche se i settori più penalizzati sono stati quelli **dell'abbigliamento e delle calzature** (con flessione di oltre il 3% a/a), seguiti dalla cartoleria (-2,93%), utensili (-2,86%) e mobili (-2,41%). **Sorprendono gli elettrodomestici (-0,74%) e la profumeria (-1,27%), che registrano flessioni addirittura inferiori al farmaceutico** (-1,48%), la cui domanda, per definizione, è piuttosto rigida e non molto sensibile a variazioni di reddito. Flessione mediamente marcata per il **comparto alimentare** (-1,66%). Sebbene tale comparto comprenda beni di primaria necessità, **l'elevata sostituibilità che lo caratterizza ha generato uno spostamento della domanda verso beni meno costosi all'interno dello stesso comparto**.

Italia: valore delle vendite al dettaglio a/a% per comparto merceologico



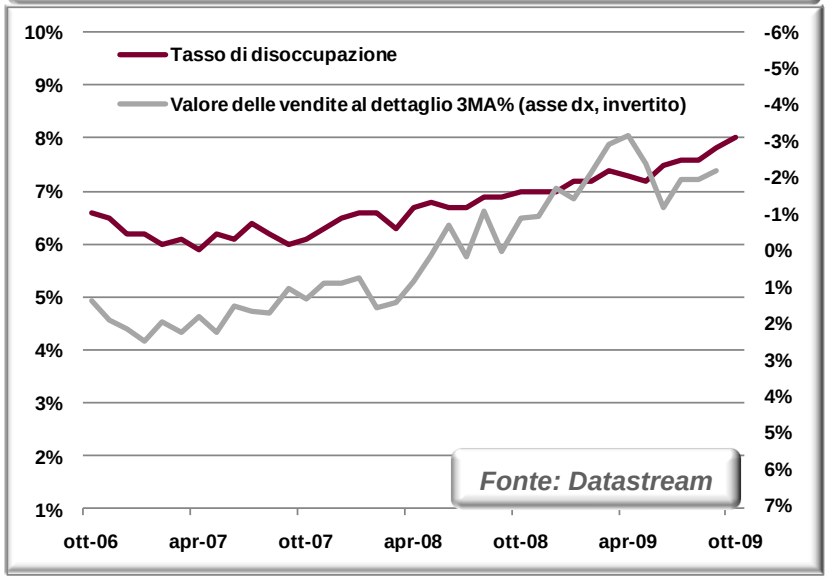
Italia: valore delle vendite al dettaglio a/a% e consumi delle famiglie



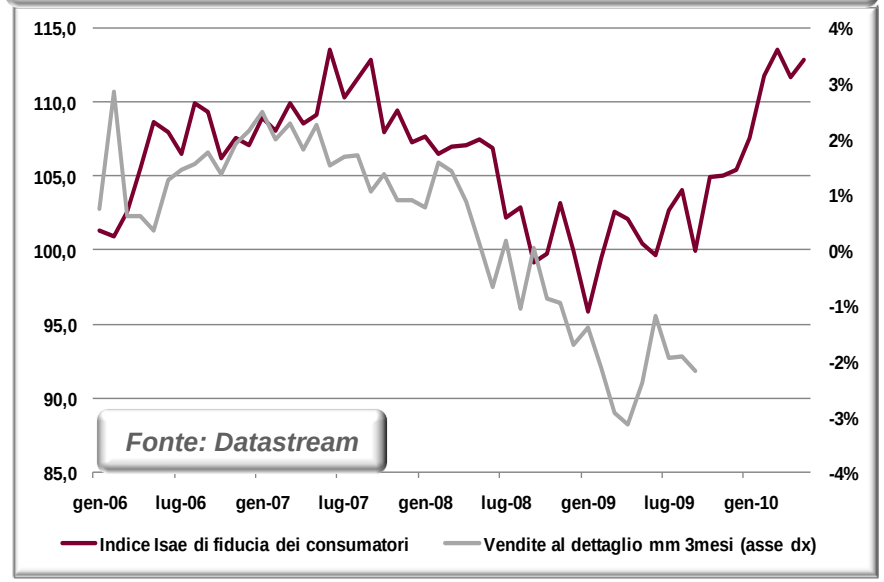
La previsione per il 2010

- **Il deterioramento del mercato del lavoro ha aggravato la flessione del valore delle vendite al dettaglio**. Da inizio anno il tasso di disoccupazione è cresciuto di quasi un punto percentuale (da 7,2% di gennaio, all'8% di ottobre) e le vendite al dettaglio, come da attendersi, hanno accelerato la caduta. **Il tasso di disoccupazione continuerà a crescere nei prossimi mesi**, fintanto che la ripresa economica non si sarà consolidata.
- **La disoccupazione in crescita peserà sulle vendite, che rimarranno molto deboli per tutto il 2009, ma la fase di contrazione più marcata dovrebbe essere superata**. L'indice di fiducia dei consumatori diffuso dall'Isae, che anticipa di circa un semestre l'andamento delle vendite al dettaglio, prevede un recupero. Secondo nostre stime, il tasso di crescita tendenziale delle vendite al dettaglio tornerà in territorio positivo a metà 2010.

Vendite al dettaglio e tasso di disoccupazione

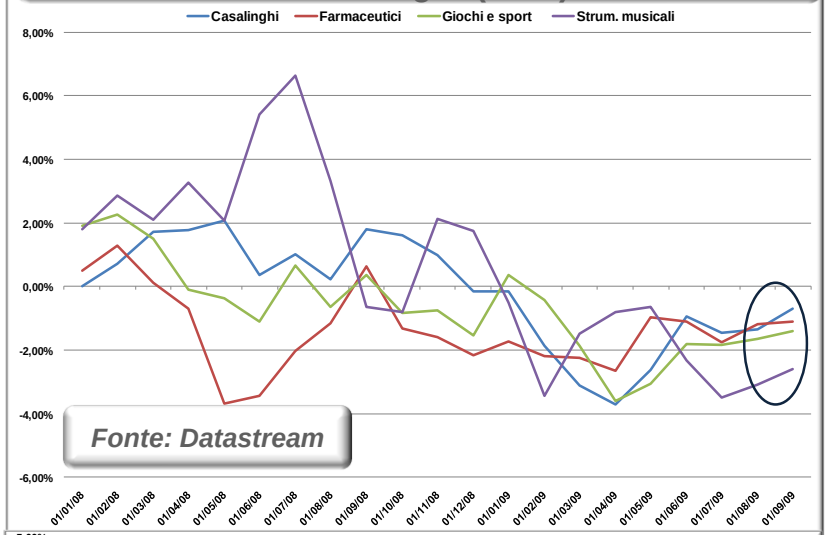


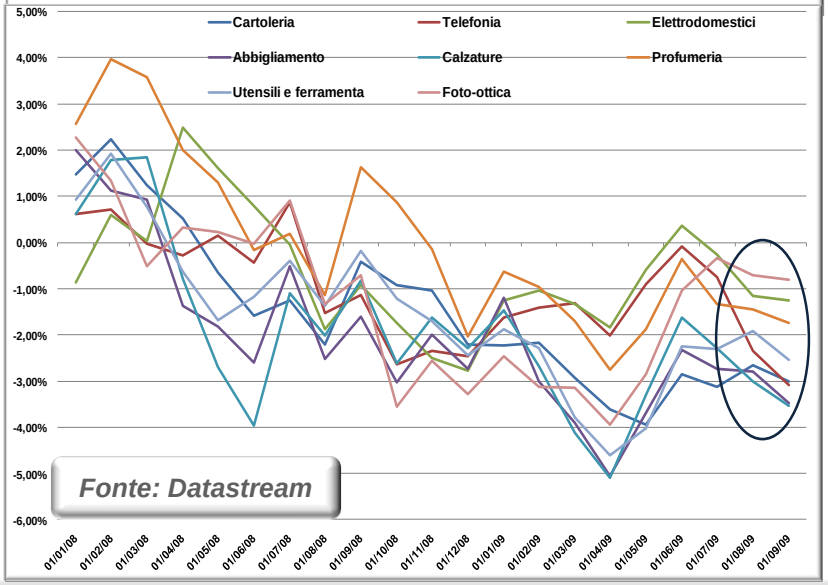
Vendite al dettaglio e fiducia dei consumatori (Isae)



I comparti che hanno già invertito la rotta

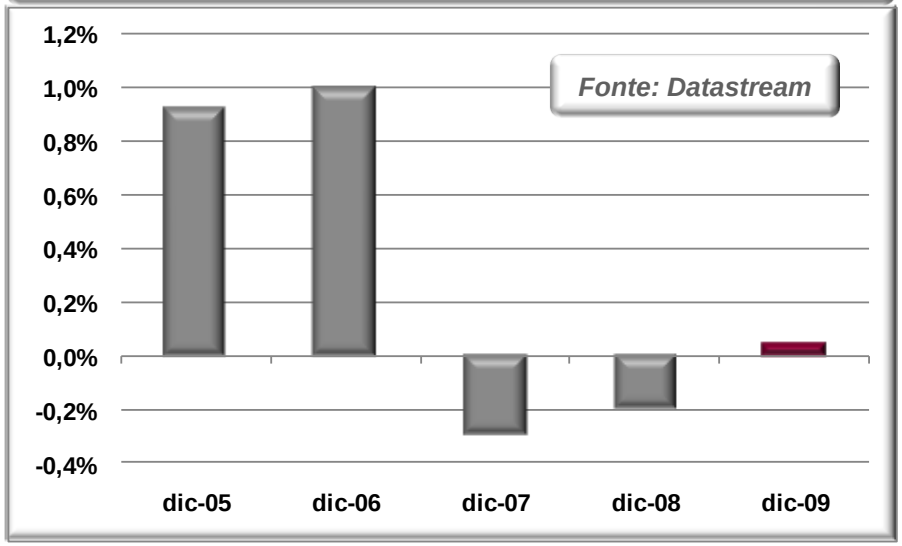
Valore vendite al dettaglio nei comparti merceologici (a/a%)





- **Casalinghi, giocattoli, farmaceutici e strumenti musicali** sono i comparti che sembrano aver già invertito la rotta (grafico a fianco).
- Anche quest'anno la crescente disoccupazione peserà sulle **vendite natalizie**, sebbene le nostre attese siano per un modesto **incremento su base** congiunturale (+0,05% m/m). Si tratta comunque di un **tasso di crescita ancora lontano da quello del biennio pre-crisi** (+0,9% m/m nel mese di dicembre 2005 e +1% m/m nel dicembre del 2006).

Vendite al dettaglio var. congiunturale di dicembre



Disclaimer

This analysis has been prepared solely for information purposes. This document does not constitute an offer or invitation for the sale or purchase of securities or any assets, business or undertaking described herein and shall not form the basis of any contract. The information set out above should not be relied upon for any purpose. Banca Monte dei Paschi has not independently verified any of the information and does not make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained herein and it (including any of its respective directors, partners, employees or advisers or any other person) shall not have, to the extent permitted by law, any liability for the information contained herein or any omissions therefrom or for any reliance that any party may seek to place upon such information. Banca Monte dei Paschi undertakes no obligation to provide the recipient with access to any additional information or to update or correct the information. This information may not be excerpted from, summarized, distributed, reproduced or used without the consent of Banca Monte dei Paschi. Neither the receipt of this information by any person, nor any information contained herein constitutes, or shall be relied upon as constituting, the giving of investment advice by Banca Monte dei Paschi to any such person. Under no circumstances should Banca Monte dei Paschi and their shareholders and subsidiaries or any of their employees be directly contacted in connection with this information.

Contacts

Contacts

Head of Research Intelligence & IR

Alessandro Santoni

Research e Intelligence

Stefano Cianferotti

Investor Relations

Elisabetta Pozzi

Macroeconomia e Congiuntura

Lucia Lorenzoni

Rating e Debito

Simone Maggi - Paola Fabretti

Mercati Creditizi

Marcello Lucci – Antonella Rigacci – Raffaella Stirpe

Distretti e Territori

Pietro Ripa – Giuseppe Alfano

Autori Pubblicazione
Lucia Lorenzoni
Email: lucia.lorenzoni@banca.mps.it
Tel:+39 0577-294591

Si ringrazia Ilaria Petraglia per la preziosa collaborazione alla realizzazione del report.

MONTE DEI PASCHI DI SIENA

BANCA DAL 1472

www.mps.it