



market monitor

Analisi della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo non alimentari: performance e previsioni



Esonero di responsabilità

I contenuti del presente documento sono forniti ad esclusivo scopo informativo. Ogni informazione qui contenuta non è assolutamente intesa a fornire alcuna indicazione in merito ad una specifica transazione, investimento o strategia a nessuno dei lettori del presente documento. Le informazioni fornite saranno utilizzate dai lettori a loro personale discrezione. Nonostante sia stato adottato ogni accorgimento per garantire che le informazioni contenute in tale documento provengano da fonti sicure, Atradius non è responsabile di eventuali inesattezze o omissioni, o dei risultati ottenuti dall'utilizzo di tali informazioni. Ogni informazione contenuta nel presente documento è fornita in modo oggettivo, senza alcuna garanzia, espressa ovvero tacita, di completezza, accuratezza, validità neanche in ordine ai risultati raggiunti con l'uso di tali informazioni. In nessun caso Atradius, i soggetti con cui ha rapporti di partnership o collaborazione, o i propri partner d'affari o agenti o impiegati sono responsabili nei confronti di terzi in ordine a decisioni prese o azioni intraprese in riferimento alle informazioni contenute nel presente documento o in riferimento ad eventuali danni conseguenti, particolari o similari, anche se avvisati in ordine all'eventualità di tali danni.

Copyright Atradius N.V. 2017



Per riuscire a sopravvivere bisogna adeguarsi

Se si guarda (esclusivamente) al fatturato e al volume d'affari del 2016, le prestazioni dei rivenditori dei beni durevoli di consumo possono sembrare, a prima vista, soddisfacenti. Le vendite sono aumentate nella maggior parte dei paesi trattati in questo numero di Market Monitor, e ci si attende che continuino a crescere nel 2017.

Tuttavia, i margini di profitto della maggior parte dei rivenditori dei beni durevoli di consumo sono esigui poiché la concorrenza tra i rivenditori su strada rimane agguerrita, ed è aggravata dalla sfida crescente operata dai rivenditori online: la politica della trasparenza dei prezzi ai consumatori portata avanti dai rivenditori online mantiene alta la pressione sui margini di profitto lungo tutta la catena del valore.

Pertanto, il successo aziendale e la resilienza dei rivenditori dei beni durevoli di consumo dipendono sempre più dalla loro capacità di adottare nuove strategie, come ad esempio costruire ed espandere il loro business online e/o offrire servizi aggiuntivi. Tuttavia, questo richiede la volontà di cambiare, così come investimenti finanziari, e resta, quindi, da vedere se molti dei piccoli commercianti già in difficoltà, abbiano i mezzi per riallineare le loro attività al fine di rimanere competitivi.

La mancanza di volontà o di mezzi necessari per adattarsi ad un contesto di mercato volatile e in continuo cambiamento può nel breve periodo comportare gravi problemi tanto per i grandi quanto per i piccoli rivenditori, indipendentemente da quanto siano avviati sul mercato o da quanto successo abbiano avuto in passato.

Francia

- Crescita in tutti i segmenti nel 2016
- I pagamenti richiedono in media 45 giorni
- I piccoli rivenditori indipendenti sono maggiormente a rischio



Panoramica

Valutazione Rischio Credito	Forte miglioramento	Miglioramento	Stabile	Deterioramento	Forte deterioramento
Tendenza nei mancati pagamenti degli ultimi 6 mesi			✓		
Evoluzione nei mancati pagamenti per i prossimi 6 mesi			✓		
Tendenza nei fallimenti degli ultimi 6 mesi		✓			
Evoluzione nei fallimenti per i prossimi 6 mesi			✓		
Condizioni di finanziamento	Molto alto	Alto	Media	Basso	Molto basso
Livello di dipendenza dal sistema bancario		✓			
Indebitamento complessivo del settore		✓			
Livello di disponibilità delle banche a fornire credito a questo settore			✓		
Situazione Settore	Forte miglioramento	Miglioramento	Stabile	Deterioramento	Forte deterioramento
Margine di profitto: tendenza degli ultimi 12 mesi			✓		
Situazione generale della domanda (vendite)			✓		

Fonte: Atradius

Secondo l'Associazione francese dei produttori di elettrodomestici (GIFAM), le vendite del segmento sono cresciute dell'1,7% lo scorso anno: i piccoli elettrodomestici hanno confermato l'andamento positivo registrando una crescita in valore del 3,2%, mentre le vendite di grandi elettrodomestici hanno registrato un aumento dello 0,8%. La domanda in questo segmento è sostenuta dai prodotti innovativi.

L'Istituto francese di ricerca nel settore dell'arredamento (IPEA) ha evidenziato che il mercato francese dei mobili è tornato a crescere nel 2015 e ha registrato un aumento del 2,3% nel 2016, in linea con la ripresa del settore immobiliare. Tuttavia, le vendite del segmento hanno subito un rallentamento nel secondo semestre del 2016, dopo la solida performance dei primi sei mesi dell'anno.

Secondo l'Istituto di ricerca GfK, le vendite di elettronica di consumo sono cresciute del 2% nel 2016 dopo cinque anni di flessione, grazie soprattutto al passaggio al digitale terrestre in alta definizione (TNT HD) nell'aprile dello scorso anno, mentre i Campionati europei di calcio hanno dato un impulso alle vendite di televisori (+30% in volume nel primo semestre del 2016).

Come in altri paesi, il settore francese della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo è caratterizzato dalla forte concorrenza tra le diverse reti di distribuzione, a cui si aggiunge la crescente quota di mercato dei rivenditori online. I prezzi di vendita sono sotto pressione e ciò spiega il tasso di redditività generalmente basso nel settore.

Francia: negozi al dettaglio

	2016	2017	2018 (previsione)
Crescita del PIL (%)	1,2	1,1	1,4
Crescita valore aggiunto del settore (%)	0,5	0,6	0,9

Quota del settore sul totale dell'economia nazionale (%)	4,6
Crescita media del settore negli ultimi 3 anni (%)	0,8
Crescita media del settore negli ultimi 5 anni (%)	0,8
Livello di orientamento all'export	basso
Livello di concorrenza	molto alto

Fonte: IHS, Atradius

Tuttavia, grazie alla crescita delle vendite registrata nel 2016, la redditività delle imprese dovrebbe rimanere stabile. Non è possibile prevedere un'ulteriore crescita delle vendite nel 2017, poiché la fiducia dei consumatori potrebbe essere influenzata dal risultato delle elezioni presidenziali e parlamentari.

Da circa due anni il mercato sta attraversando un processo di concentrazione poiché le imprese cercano di aumentare le loro dimensioni e/o quota di mercato. La crescente concentrazione del mercato è inoltre accompagnata da alleanze commerciali: ad esempio, a settembre 2016 il rivenditore Casino e la catena di arredamento Conforama hanno lanciato una centrale di committenza comune allo scopo di ottimizzare gli acquisti di elettrodomestici. Altri rivenditori espandono il loro sistema di franchising per estendere la presenza geografica, facendo aumentare la pressione sui rivenditori e grossisti indipendenti.

Nel complesso, gli operatori della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo sono fortemente indebitati, a causa della loro necessità di finanziare le esigenze di capitale circolante e gli inventari. Inoltre, i picchi stagionali e gli eventi speciali (ad esempio, il passaggio al TNT HD) richiedono temporaneamente pre-finanziamenti aggiuntivi. I prestiti sono anche necessari per finanziare l'apertura di nuovi punti vendita in modo da estendere la presenza geografica. Le banche non sono, in linea di principio, riluttanti a concedere prestiti al settore, ma la loro disponibilità dipende essenzialmente dall'affidabilità creditizia del singolo rivenditore.

I pagamenti nel settore richiedono in media 45 giorni. Il livello attuale di notifiche di mancato pagamento è piuttosto basso e non ci aspettiamo un aumento significativo di ritardi nei pagamenti nel 2017, anche se la concorrenza resterà forte, soprattutto a discapito dei piccoli rivenditori indipendenti. I casi d'insolvenza nel settore hanno registrato una riduzione nel 2016 e dovrebbero stabilizzarsi nel 2017. Tuttavia, trattandosi di un mercato altamente competitivo e soggetto a oscillazioni, non si può escludere il rischio di fallimenti importanti, come dimostrano i casi del gruppo di arredamento Mobilier Européen nel 2014 e di Euronics/Logitech (elettrodomestici) alla fine del 2015.

In linea generale, il nostro approccio assicurativo nei confronti del settore dei beni durevoli di consumo si conferma neutro. Adottiamo un approccio più positivo nel caso degli operatori più grandi, mentre prestiamo maggiore cautela nei confronti dei piccoli rivenditori indipendenti in quanto molti hanno registrato una riduzione di fatturato e una contrazione dei margini di profitto negli ultimi due anni. Non va dimenticato, tuttavia, che i grandi operatori richiedono un'attenzione costante a causa della maggiore esposizione finanziaria a seguito di acquisizioni e al tasso d'indebitamento più elevato prima dei picchi di vendita stagionali. In linea generale, ci concentriamo sulla resilienza del singolo acquirente in un contesto commerciale altamente competitivo, sulla qualità del mix di prodotti e dei canali di distribuzione e sulla gestione delle esigenze di capitale circolante.

Francia: settore dalla vendita al dettaglio di beni durevoli di consumo



Forza

Miglioramento del livello di fiducia dei consumatori e aumento della spesa delle famiglie

Continua il processo di consolidamento del mercato



Debolezza

Indebitamento elevato di molte imprese

Forte concorrenza

La fiducia dei consumatori è esposta a potenziale incertezza in vista delle elezioni presidenziali del 2017

Fonte: Atradius

Nel caso in cui troviate il Market Monitor uno strumento utile, potete visitare il nostro sito web www.atradius.it dove troverete numerose pubblicazioni Atradius dedicate all'analisi di ciò che accade all'economia globale, rapporti paese, consigli per una efficace gestione dei crediti e tanto altro ancora.

Su Twitter? Segui [@Atradius](https://twitter.com/atradius) o cerca [#marketmonitor](https://twitter.com/hashtag/marketmonitor) per rimanere aggiornato con l'ultimo numero

Segui Atradius sui Social Media



@atradius



Atradius



atradius

Atradius
800 34 34 00

Atradius
Via Crescenzo, 12
00193 Roma
Tel. +39 06 68812.1

Atradius
Via R. Bracco 6
20159 Milano
Tel. +39 02 63241601

www.atradius.it