



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.

Indonesia



- Il settore indonesiano della vendita al dettaglio si conferma uno dei più promettenti dell'Asia alla luce della popolazione elevata e della continua espansione del ceto medio, che ha un maggiore potere d'acquisto e abitudini di spesa sempre più improntate alla modernità. Con un aumento di oltre il 5%, nel 2016 i consumi privati sono stati il motore principale della crescita economica.
- Tuttavia, le prospettive per quanto riguarda i consumi privati nel 2017 sono in qualche modo attenuate dalla performance negativa dei settori agricolo e minerario. Anche l'inflazione dovrebbe crescere di oltre il 5% quest'anno a causa dell'aumento dei prezzi di prodotti alimentari, dell'elettricità e delle tasse d'immatricolazione dei veicoli. Ciò avrà un effetto sulla spesa discrezionale per i beni durevoli di consumo.
- Tuttavia i ricavi delle imprese del settore della vendita al dettaglio dovrebbero tornare a crescere nel 2017 grazie alle buone prospettive economiche e all'abbassamento dei tassi d'interesse. La crescita nel settore della vendita al dettaglio si concentrerà soprattutto nei segmenti della grande distribuzione alimentare e dei punti vendita di nuova generazione.
- Molti rivenditori hanno previsto spese in conto capitale nel 2017 per finanziare l'apertura di nuovi locali, soprattutto nelle città e regioni al di fuori del territorio di Giava. Questi piani di crescita fanno affidamento sugli impegni assunti per quest'anno dal Governo a favore dello sviluppo infrastrutturale e logistico delle regioni più remote.
- Le previsioni a lungo termine per il settore della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo si confermano positive alla luce delle riforme strutturali e dell'aumento della spesa in infrastrutture promossi dall'attuale amministrazione. In particolare, per quanto riguarda il settore della vendita al dettaglio, il Governo ha permesso una quota azionaria di proprietà straniera fino al 67% per i negozi con superficie commerciale fino a 2.000 metri quadri, purché ubicati in un centro commerciale.
- I pagamenti richiedono in media 30-60 giorni. Il numero di ritardi di pagamento è piuttosto basso e non ci aspettiamo un aumento delle richieste di risarcimento nei prossimi mesi.
- Il nostro approccio assicurativo nei confronti di questo settore è generalmente positivo, anche se valutiamo con maggiore attenzione gli acquirenti per i quali non sono disponibili informazioni finanziarie e qualitative o che non fanno parte di un gruppo solido.

Italia



- La crescita dei consumi privati in Italia dovrebbe rallentare allo 0,5% nel 2017, dopo l'aumento dell'1,4% dello scorso anno. Tuttavia, la domanda interna di beni durevoli di consumo dovrebbe mantenersi stabile poiché le vendite al dettaglio dovrebbero crescere dell'1,9% e l'inflazione dovrebbe aumentare soltanto dell'1,7%. I margini di profitto dei rivenditori dovrebbero, pertanto, mantenersi stabili.
- A causa della sua dipendenza dal settore immobiliare, il sotto-settore dell'arredamento ha registrato un declino costante fino alla ripresa iniziata nel 2014; nel 2016 la domanda di mobili è cresciuta del 2,2% e sarà ulteriormente sostenuta quest'anno dai nuovi incentivi statali a supporto dei consumi delle famiglie. Le vendite di elettrodomestici hanno registrato una crescita del 2,9% nel 2016 anche grazie agli incentivi statali che sono stati parzialmente confermati per il 2017.
- Il settore della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo continua ad essere molto competitivo e con un livello di frammentazione medio-alto anche dopo le aggregazioni che hanno coinvolto alcuni dei principali operatori. Le imprese più deboli con scarsa solidità finanziaria sono state estromesse dal mercato, mentre altre hanno scelto di fondersi per riuscire a sopravvivere. Si prevede che l'attuale processo di concentrazione proseguirà fino a raggiungere un nuovo equilibrio di mercato, considerato che le dimensioni medie dei rivenditori italiani continuano ad essere inferiori rispetto a quelle dei concorrenti europei.
- I termini di pagamento oscillano, in media, tra i 60 e i 90 giorni. I casi di ritardi nei pagamenti e le insolvenze si sono mantenuti stabili nel 2016 e non ci aspettiamo variazioni significative quest'anno.
- Il nostro approccio assicurativo nei confronti del settore dei beni durevoli di consumo si mantiene generalmente aperto, pur adottando maggiore prudenza nei confronti degli operatori più deboli nella catena di distribuzione, che spesso dispongono di limitate capacità di sopravvivenza a lungo termine in un contesto altamente competitivo.

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