



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.

Regno Unito

- La crescente incertezza economica avrà un impatto sulla spesa al consumo nel 2017
- Il settore si scontra con l'aumento dei costi dei beni importati
- Probabile aumento dei casi d'insolvenza e dei ritardi di pagamento nel 2017



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

Nel 2016 il settore britannico della vendita al dettaglio non alimentare ha continuato a crescere sotto la spinta del solido aumento dei consumi privati (+2,8%). La spesa al consumo è stata il motore della crescita economica del Regno Unito negli ultimi due anni, sostenuta dal tasso relativamente elevato dell'occupazione e dai bassi livelli d'inflazione. Secondo l'Ente Statistico britannico ONS, i volumi di vendita del retail non alimentare sono cresciuti del 4,3% a dicembre dello scorso anno e molti rivenditori hanno registrato ottimi risultati durante il periodo natalizio. La cifra spesa per i prodotti non alimentari è cresciuta dell'1,2%, mentre i prezzi medi dei negozi sono aumentati dello 0,9%. Le vendite online, che rappresentano circa il 15% della spesa al dettaglio, hanno continuato a registrare un ottimo andamento (+21,3% rispetto all'anno precedente), il che ha ovviamente conseguenze negative sulle imprese che utilizzano i canali di vendita tradizionali.

Il 2017 dovrebbe essere un anno più difficile per la vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo poiché la debolezza della Sterlina britannica sta aumentando la pressione sui prezzi e l'incertezza relativa ai futuri rapporti tra Regno Unito e UE sta avendo ripercussioni sulla spesa per gli investimenti. Ciò potrebbe indurre le imprese a ridurre le assunzioni e a frenare la crescita degli stipendi (che dovrebbero iniziare a registrare una flessione nei prossimi sei mesi) causando, quindi, una contrazione del reddito disponibile. L'aumento del tasso d'inflazione (la previsione per il 2017 è +2,6%) farà salire il prezzo dei beni di consumo, con un impatto sulla spesa al consumo e sulla crescita del PIL. I consumi privati dovrebbero aumentare soltanto dell'1,6% quest'anno e la crescita delle vendite al dettaglio dovrebbe attestarsi allo 0,6%, dopo l'aumento del 2,5% registrato nel 2016.

Regno Unito: negozi al dettaglio

	2016	2017	2018 (previsione)
Crescita del PIL (%)	2,0	1,4	1,2
Crescita valore aggiunto del settore (%)	2,9	1,3	0,6

Quota del settore sul totale dell'economia nazionale (%)	5,6
Crescita media del settore negli ultimi 3 anni (%)	2,6
Crescita media del settore negli ultimi 5 anni (%)	1,6
Livello di orientamento all'export	molto basso
Livello di concorrenza	molto alto

Fonte: IHS, Atradius

L'aumento dei prezzi delle materie prime causato dalla svalutazione della Sterlina sta già spingendo i rivenditori a riconsiderare le loro fonti di approvvigionamento e il prezzo dei prodotti. Nei prossimi anni, la sfida principale per i rivenditori sarà di ottenere una crescita reale a fronte dell'aumento dei prezzi, poiché i costi delle importazioni sono trasferiti sui consumatori. Lo scorso mese di gennaio, i prezzi nel settore dell'arredamento hanno registrato un aumento del 2,5%, il dato più alto degli ultimi cinque anni. Per questo mercato, che ha registrato un'ottima crescita negli ultimi anni, prevediamo che l'aumento dei prezzi avrà un impatto negativo sulle vendite nei prossimi 12 mesi. Anche le vendite di elettrodomestici dovrebbero subire l'effetto dell'aumento dei prezzi di produzione, benché la misura dell'impatto sia ancora da valutare, a causa delle difficoltà dei rivenditori di mantenere i prezzi competitivi.

Nel 2016 le condizioni meteorologiche eccezionali hanno spinto i negozi su strada a lunghi periodi di sconti per smaltire gli stock, contribuendo così ad aumentare la pressione sui margini di profitto, e prevediamo che questa situazione proseguirà anche nel 2017. Inoltre, il prossimo mese di aprile il salario minimo nazionale sarà aumentato a 7,50 Sterline/ora per le persone di età superiore ai 25 anni. Poiché i negozi tradizionali dipendono fortemente dal personale inquadrato nella parte inferiore della scala salariale, l'aumento del costo del lavoro li spingerà a riconsiderare la base dei costi e il portafoglio dei punti vendita, chiudendo quelli che non coprono i costi o che non sono sufficientemente redditizi da giustificare l'esistenza.

I pagamenti nel settore dei beni durevoli di consumo richiedono in media 60 giorni e pur non aspettandoci un aumento significativo di ritardi nel prossimo futuro, è piuttosto probabile un lieve aumento a causa delle crescenti sfide sul mercato. Poiché il mercato britannico della vendita al dettaglio continua ad essere estremamente competitivo e deve confrontarsi con l'aumento dei costi, il cambiamento delle abitudini di acquisto (ad esempio, la maggiore attenzione al prezzo e la quota crescente di vendite online) e la contrazione della spesa al consumo, prevediamo che i casi d'insolvenza subiranno un lieve aumento in questo clima d'incertezza economica.

Manteniamo un approccio neutro nei confronti del segmento dei beni durevoli di consumo e continuiamo a monitorare regolarmente gli sviluppi nel settore attraverso uno stretto contatto con gli acquirenti, in particolare con le imprese fortemente dipendenti da materiali importati, che hanno un portafoglio ampio di punti vendita o livelli elevati d'indebitamento o i cui dati finanziari mostrano segnali di peggioramento. In linea generale, i rivenditori sono disponibili a condividere le informazioni finanziarie riservate e questo ci permette di prendere decisioni informate.

La stagionalità si conferma un fattore critico nel settore britannico della vendita al dettaglio, in particolare durante il periodo natalizio. Incoraggiamo quindi i nostri clienti a considerare con debito anticipo le esigenze legate ai picchi causati dalla stagionalità in modo da consentirci di soddisfare le loro richieste.

Regno Unito: settore dalla vendita al dettaglio di beni durevoli di consumo



Forza

La solida domanda e la fiducia dei consumatori negli ultimi anni hanno contribuito a sostenere il settore

Proposte multi-canale ben sviluppate



Debolezza

Mercato parzialmente saturo

Le preferenze di acquisto si spostano dai negozi tradizionali ai canali online

Esposizione alle crescenti incertezze economiche causate dalla Brexit e dalla svalutazione della Sterlina

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