



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.

Spagna



- Nel 2016 le vendite spagnole di beni durevoli di consumo hanno continuato a crescere grazie al buon andamento del PIL e dei consumi privati, all'aumento del livello di fiducia dei consumatori, al basso tasso d'inflazione e alla maggiore disponibilità di credito al consumo. Le vendite del settore spagnolo del retail sono cresciute del 2,6% rispetto all'anno precedente. Il buon andamento delle vendite di beni durevoli di consumo dovrebbe proseguire anche quest'anno, pur se ad un ritmo più contenuto a causa del rallentamento della crescita dei consumi privati e del settore della vendita al dettaglio (rispettivamente, 2,2% e 1,1%).
- La ripresa del mercato immobiliare ha avuto un effetto positivo sulle vendite del settore dell'arredamento. Nonostante il rallentamento registrato nel secondo semestre del 2016, la crescita di fatturato si è mantenuta a livelli positivi. Alla luce delle buone prospettive relative all'attività edilizia, le vendite di mobili dovrebbero continuare a crescere nel 2017.
- Per quanto riguarda il segmento dei grandi elettrodomestici, le vendite sono aumentate del 3,8% in valore nel 2016. Un rallentamento delle vendite nel corso del secondo semestre del 2016 ha determinato una riduzione dei prezzi. Quest'anno il fatturato dovrebbe tornare a crescere, anche se ad un livello inferiore rispetto al 2016.
- I margini di profitto nel settore della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo si sono mantenuti generalmente stabili lo scorso anno, dopo l'aumento registrato nel 2015. In media, i termini di pagamento nel settore oscillano tra 60 e 90 giorni, ma possono arrivare anche ad oltre 120 giorni a seconda del potere di mercato dei singoli rivenditori. Il comportamento in materia di pagamenti del settore è stato relativamente positivo nel 2016 e, alla luce delle prospettive positive, non ci aspettiamo particolari variazioni. Il tasso d'insolvenza è stabile e non prevediamo un aumento significativo dei casi di fallimento.
- In base alle previsioni di ulteriore crescita per quest'anno, il nostro approccio assicurativo si conferma positivo o neutro nei confronti di tutti i sotto-settori. Va ricordato, tuttavia, che la concorrenza nel settore è forte, il rallentamento delle vendite a partire dal secondo semestre del 2016 richiede attenzione e l'industria continua ad essere fortemente dipendente dal credito al consumo. L'attuale ripresa economica della Spagna non è ancora al riparo da eventuali battute d'arresto in un contesto globale maggiormente soggetto ad oscillazioni.

Svezia



- Negli ultimi due anni il settore svedese della vendita al dettaglio è cresciuto più rapidamente rispetto al PIL e quest'anno dovrebbe registrare un aumento del 3,5% grazie al solido andamento dei consumi privati e all'aumento della popolazione.
- Il settore della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo ha beneficiato dei bassi tassi d'interesse, della crescente attenzione verso le nuove tendenze di arredamento e dell'aumento dei prezzi degli immobili. Tuttavia, il rischio di un'eventuale contrazione del mercato immobiliare potrebbe frenare le prospettive di crescita dei settori dell'arredamento e degli elettrodomestici nel 2017.
- Quest'anno i margini di profitto dei rivenditori dovrebbero mantenersi stabili o in lieve contrazione. Mentre la guerra dei prezzi nel settore dell'elettronica di consumo sembra essersi attenuata, il segmento degli articoli sportivi mostra i primi segnali di aumento della concorrenza, presente anche nei settori dell'arredamento e del tessile. Le oscillazioni della valuta hanno condizionato le scelte degli importatori ed esportatori del settore dei beni durevoli di consumo.
- I pagamenti nel settore svedese dei beni durevoli di consumo richiedono in media 45 giorni. Non ci aspettiamo un aumento dei casi di mancato pagamento, mentre il numero d'insolvenze dovrebbe tornare a ridursi dopo la crescita del 4% registrata nel 2016.
- Le imprese di nuova costituzione, in particolare, sono maggiormente a rischio in questo mercato altamente competitivo. I rivenditori online beneficiano generalmente di prospettive migliori grazie alle opportunità di crescita offerte da segmenti a bassa penetrazione. Gli svedesi scelgono sempre più spesso di acquistare online e questo segmento dovrebbe continuare a crescere anche nei prossimi anni. L'effetto della diffusione dell'e-commerce e dello spostamento dei punti-vendita nei grandi centri commerciali fuori città continuerà a trasformare il settore svedese della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo.
- Come nel 2016, il nostro approccio assicurativo si mantiene generalmente positivo nei confronti del segmento degli elettrodomestici e neutro per quanto riguarda arredamento e tessili.

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