



# 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](http://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](http://www.atradius.it)