



market monitor

Analisi della vendita al dettaglio dei beni durevoli di consumo: 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.



Aumentano le vendite, ma non crescono i profitti

Nel 2016 le vendite nella maggior parte dei mercati dei beni durevoli di consumo dovrebbero continuare a crescere: secondo i dati dell'Economist Intelligence Unit, le vendite globali faranno registrare un aumento del 2,7%. Tra le diverse regioni, l'Asia crescerà maggiormente in termini di volume, grazie non soltanto alla solida domanda da parte di Cina e India, ma anche di mercati minori come Indonesia e Vietnam. Nel Nord America, le prospettive per la vendita al dettaglio si confermano positive, mentre in Canada la situazione appare meno favorevole. Per quanto riguarda l'Europa, la performance varia da paese a paese: in Germania, il settore dei beni durevoli di consumo sta registrando una solida crescita, mentre in altri mercati, come Italia e Spagna, le vendite sono ancora inferiori ai livelli pre-crisi.

Nella maggior parte dei mercati, i margini di profitto dei rivenditori continuano ad essere sotto pressione poiché, nonostante la ripresa generale, i consumatori restano molto attenti al prezzo. Non si tratta soltanto di un retaggio della recente fase di recessione: la concorrenza tra i negozi "su strada" è sempre più forte ed è aggravata dalla crescente presenza dei rivenditori online. Inoltre, la trasparenza in materia di prezzi, resa possibile dal proliferare degli operatori "virtuali", contribuisce ad acuire la pressione sui margini di profitto lungo l'intera catena del valore.

Come già nel 2015, il successo e la sopravvivenza delle imprese di questo settore dipendono dalla capacità di adottare nuove strategie quali, ad esempio, l'espansione dei canali di vendita online e/o l'offerta di servizi aggiuntivi al cliente. I negozi tradizionali tenderanno inoltre a realizzare il maggior volume di vendite durante i periodi dei saldi o delle vendite promozionali. Resta da vedere come gli operatori più piccoli, spesso finanziariamente deboli, sapranno rispondere alle continue sfide di un mercato sempre più competitivo.

Uno sguardo all'andamento dei mercati

Canada

- Il basso livello delle vendite natalizie potrebbe provocare ritardi nei pagamenti e insolvenze nel 2016
- Dilazione dei termini di pagamento per i rivenditori al dettaglio
- I pagamenti richiedono, in media, 90-120 giorni



Nel 2015 il settore canadese del commercio al dettaglio è aumentato del 2,6% (attestandosi a 505,5 miliardi di dollari canadesi), dopo la crescita del 4,6% nel 2014. Tuttavia, lo scorso anno i margini di profitto hanno registrato una diminuzione e nel mese di dicembre la fiducia dei consumatori canadesi è scesa al livello più basso negli ultimi due anni a causa del clima d'incertezza nei confronti della crescita economica del Canada (il PIL dovrebbe aumentare soltanto dell'1,4% nel 2016). I bassi tassi d'interesse e d'inflazione dovrebbero comunque sostenere la crescita delle vendite nel settore della vendita al dettaglio.

La globalizzazione dei canali di acquisto ha aperto molte prospettive per i rivenditori internazionali e online, soprattutto grazie alla vicinanza con gli Stati Uniti. Ciò ha determinato l'aumento della concorrenza e della pressione sui margini di profitto, con un impatto negativo sulle imprese con infrastrutture insufficienti e a bassa capitalizzazione.

I pagamenti nel settore canadese del commercio al dettaglio dei beni durevoli di consumo richiedono in media 90-120 giorni. I casi di ritardo nei pagamenti si sono stabilizzati nel 2° semestre del 2015; tuttavia, la contrazione delle vendite registrata nel periodo natalizio ha fatto aumentare i livelli d'inventario e non si può escludere una crescita dei casi d'insolvenza. I rivenditori cercano di evitare i pagamenti anticipati e chiedono ai propri fornitori di pagare soltanto una volta effettuata la vendita. Questa variazione dei termini di pagamento potrebbe comportare un aumento dei ritardi; tuttavia, poiché molti rivenditori hanno migliorato i propri livelli d'inventario per evitare un eccesso d'offerta, l'eventuale riprogrammazione dei pagamenti non dovrebbe per il momento rappresentare un problema.

Secondo l'Ufficio del Sovrintendente al Fallimento, tra gennaio e novembre 2015 il numero di casi d'insolvenza nel settore della vendita al dettaglio ha registrato una riduzione del 3,9% rispetto

all'anno precedente (da 511 a 491 casi). Tuttavia, alcune grandi catene del settore hanno presentato istanza di fallimento o annunciato la chiusura di punti-vendita tra l'inizio e la metà del 2015. Il numero di casi d'insolvenza nel settore dei beni durevoli di consumo dovrebbe mantenersi stabile nel 2016 poiché i margini di profitto di molte imprese sono sotto pressione, la concorrenza è forte e le vendite online stanno mettendo a dura prova i negozi tradizionali. Le imprese più deboli che non sono in grado di adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato si troveranno in grave difficoltà. L'eventuale fallimento delle imprese più grandi avrebbe un forte impatto sul settore della vendita al dettaglio e porterebbe a un aumento del numero di casi d'insolvenza.

Alla luce di questi sviluppi e delle oscillazioni del livello di fiducia dei consumatori, il nostro approccio assicurativo si mantiene tra il neutro e il prudente. Nel segmento degli elettrodomestici, la maggior parte dei rivenditori sono società con buona capitalizzazione, mentre per quanto riguarda l'arredamento, adottiamo maggiore prudenza nei confronti dei piccoli operatori a causa della difficoltà di accedere ai loro dati finanziari. Nel sotto-settore tessile, le imprese altamente specializzate appaiono più vulnerabili rispetto ai concorrenti con un'offerta più diversificata o ai rivenditori online. Questo sotto-settore ha registrato molti casi di fallimento negli ultimi due anni e le imprese superstiti dovrebbero poter contare su una maggiore elasticità e una migliore qualità creditizia.

Monitoriamo con attenzione i fattori economici che potrebbero avere un impatto negativo sulla performance del comparto, quali aumento della disoccupazione, oscillazioni del dollaro canadese, crescita dell'inflazione e/o congiunture economiche negative che potrebbero minare ulteriormente la fiducia dei consumatori.

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