



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.

Cina

- Continua la forte crescita delle vendite online
- I pagamenti richiedono in media 60 giorni
- La maggior parte dei ritardi di pagamento è causata da controversie commerciali



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

Fino al 2014 il settore cinese della vendita al dettaglio aveva registrato, per diversi anni, una solida crescita grazie all'aumento del reddito disponibile e alla crescente urbanizzazione. Da allora l'andamento delle vendite dei beni durevoli di consumo ha subito un rallentamento, soprattutto a causa della flessione del tasso di crescita economica e della maggiore volatilità del mercato immobiliare, in particolare nelle città di terza e quarta fascia. Le vendite di elettrodomestici si sono mantenute scarse nel primo semestre del 2016 per poi registrare una ripresa verso la fine dell'anno a seguito della riduzione di problematiche relative agli stock, in particolare nei segmenti dei condizionatori d'aria (+33%), delle lavatrici (+10%) e dei frigoriferi (+7%). Tuttavia tale ripresa è sostenuta dalla domanda per la sostituzione e l'aggiornamento di prodotti obsoleti, e pertanto dovrebbe essere di natura temporanea e perdurare per la prima metà di quest'anno per poi ridursi nuovamente.

L'attuale politica di riequilibrio dell'economia (con pochi investimenti orientati all'export ma orientata ad una crescita maggiormente legata ai consumi) dovrebbe favorire l'aumento delle vendite dei beni durevoli di consumo: in realtà, al momento questa politica non sta sostenendo il settore della vendita al dettaglio in quanto, a causa dell'assenza di una rete di protezione sociale completa, il tasso di risparmio dei consumatori cinesi si mantiene elevato. Il Governo cinese continua a porre particolare enfasi sugli investimenti infrastrutturali (cresciuti del 17,8% nel 2016) che rappresenteranno il principale fattore di crescita economica nel 2017. Detto questo, a novembre dello scorso anno il Consiglio di Stato cinese ha annunciato una serie di politiche di supporto volte a migliorare il contesto commerciale del settore della vendita al dettaglio, tra cui la riduzione delle aliquote fiscali e un migliore accesso al finanziamento bancario per i rivenditori medio-piccoli.

Cina: negozi al dettaglio

| | 2016 | 2017 | 2018 (previsione) |
|--|------|------|----------------------|
| Crescita del PIL (%) | 6,7 | 6,5 | 6,2 |
| Crescita valore aggiunto del settore (%) | 6,0 | 5,1 | 5,9 |

| | |
|--|-------------|
| 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

Se da una parte le vendite totali di beni durevoli di consumo registrano una crescita modesta, la vendita al dettaglio online sta attraversando una fase di rapida espansione a discapito delle imprese tradizionali e la Cina è ormai prossima a diventare il mercato dell'e-commerce più grande a livello mondiale. Secondo il CCID (China Center for Information Industry Development), il mercato dello shopping B2C online per quanto riguarda gli elettrodomestici (inclusi i dispositivi mobili) ha toccato 184,8 miliardi di Renminbi (25,3 miliardi di Euro) nel primo semestre del 2016, con una crescita del 35% rispetto all'anno precedente. Le vendite online di televisori piatti, condizionatori d'aria, frigoriferi e lavatrici sono cresciute di oltre il 40%, mentre le vendite di scaldabagni, cappe aspiranti ed elettrodomestici da incasso sono aumentate di oltre il 50%.

I pagamenti nel settore cinese dei beni durevoli di consumo richiedono in media 60 giorni e il numero di notifiche di mancato pagamento è piuttosto basso. La maggior parte dei ritardi di pagamento è causata da controversie commerciali piuttosto che da reali difficoltà finanziarie degli acquirenti. Il tasso d'insolvenza/fallimento del settore è relativamente basso rispetto a quello di altri comparti industriali cinesi e non prevediamo variazioni nel 2017.

Il nostro approccio assicurativo si mantiene generalmente positivo per quanto riguarda il segmento degli elettrodomestici, poiché è prevista per quest'anno una crescita delle vendite grazie soprattutto alla domanda per la sostituzione degli apparecchi obsoleti.

Monitoriamo tuttavia con attenzione i rivenditori indipendenti di beni durevoli di consumo che hanno un portafoglio di attività diversificato unito a forte indebitamento. Per queste imprese, l'assenza d'investimenti e/o la stretta creditizia potrebbero determinare seri problemi di liquidità.

Nell'ottica di mitigare la pressione sui margini di profitto causata dall'aumento dei costi delle materie prime, alcuni leader di mercato, tra cui Midea e Gree, hanno adottato misure preventive di aumento dei prezzi e prevediamo che questa situazione proseguirà anche nel 2017. Il potenziale impatto negativo causato dall'aumento dei prezzi sarà comunque limitato, poiché i consumatori cinesi non sono particolarmente sensibili a lievi variazioni di prezzo per i prodotti di fascia alta, come ad esempio i grandi elettrodomestici, ma sono particolarmente attenti al confronto delle funzionalità e del valore aggiunto tra le diverse marche.

Cina: settore dalla vendita al dettaglio di beni durevoli di consumo



Forza

La vastità della popolazione rende la Cina un mercato interessante

Sostegno del governo per i rivenditori



Debolezza

E' previsto un rallentamento della crescita economica per i prossimi anni

Il mercato cinese è estremamente frammentato, caratterizzato da piccoli rivenditori indipendenti in tutto il paese che riforniscono una popolazione di circa 1 miliardo di persone che acquistano merci quasi a livello di sussistenza

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