



market monitor

Focus op duurzame consumptiegoederen/
non-food retail – prestaties en vooruitzichten



Disclaimer

Dit rapport wordt louter ter informatie verstrekt en is niet bedoeld als enige aanbeveling of advies aan de lezer(s) met betrekking tot een specifieke transactie, investering of strategie. Lezers zijn zelf verantwoordelijk voor het nemen van commerciële en andere beslissingen omtrent de verstrekte informatie. Hoewel Atradius al het noodzakelijke heeft gedaan om te verzekeren dat de informatie in dit rapport verkregen is van betrouwbare bronnen, kan Atradius niet verantwoordelijk gesteld worden voor fouten of omissies, of voor de resultaten verkregen door gebruik van deze informatie. Alle informatie in dit rapport wordt gegeven 'zoals ze is', zonder garantie op volledigheid, accuraatheid, tijdsgebondenheid, of op de resultaten verkregen door gebruik van het rapport, en zonder garantie van enige soort, uitdrukkelijk of geïmpliceerd. In geen geval zal Atradius, haar gerelateerde partners of corporaties, of de partners, agenten of werknemers hiervan verantwoordelijk gesteld kunnen worden voor enige genomen beslissing of actie die zij zouden nemen op basis van de in dit rapport verstrekte informatie om het even welke schade het betreft, zelfs wanneer vooraf geïnformeerd over de mogelijke negatieve gevolgen.

Copyright Atradius N.V. 2017

In deze uitgave...

Inleiding	Aanpassen is nodig om te overleven	4
Volledige rapporten		
China	Online verkoop blijft sterk stijgen.....	5
Frankrijk	Groei in alle segmenten in 2016	7
Nederland	Vooruitzichten voor bedrijven blijven moeilijk ondanks verkoopgroei.....	9
Verenigd Koninkrijk	Toenemende onzekerheid zal invloed hebben op de consumentenuitgaven.....	11
Verenigde Staten	Goede verkoopvooruitzichten, maar handelsbeperkingen kunnen de groei belemmeren ..	13
Marktprestaties in een oogopslag		
Duitsland	Stijgende consumentenprijzen kunnen een rem zijn op verdere uitgaven	15
Polen	Overheidssubsidies stimuleren de verkoop.....	16
Marktprestaties in een flits		
	Hongarije, India, Indonesië, Italië, Spanje, Zweden....	17
Overzichtstabel	Overzicht van de prestaties per sector en per land.....	20
Sectorprestaties	Veranderingen sinds februari 2017	22

Op de volgende pagina's geven we aan de hand van de volgende weersymbolen de algemene economische vooruitzichten per sector weer:



Uitstekend



Goed



Redelijk



Matig



Slecht



Aanpassen is nodig om te overleven

Wanneer we (alleen) naar de omzet- en verkoopcijfers voor 2016 kijken, zien de prestaties van de detailhandel in duurzame consumptiegoederen er op het eerste zicht positief uit. De verkoop steeg in de meeste landen die in deze uitgave van de Market Monitor aan bod komen en verwacht wordt dat ze dat opnieuw zullen doen in 2017.

De meeste detailhandelaars in duurzame consumptiegoederen blijven echter met krappe marges werken, doordat de concurrentie tussen fysieke winkels groot blijft. Dit wordt nog verergerd door de toenemende uitdaging die online retailers vormen voor de traditionele winkels: door de prijs transparantie van online retailers blijven de marges onder druk staan in de hele waardeketen.

Het succes en de veerkracht van detailhandelaren in duurzame consumptiegoederen is dan ook steeds meer afhankelijk van hun vermogen om nieuwe strategieën toe te passen, bijvoorbeeld online activiteiten ontplooiën en uitbouwen en/of bijkomende diensten aanbieden. Hiervoor zijn echter financiële investeringen nodig en moeten ze bereid zijn om te veranderen; het valt nog te bezien of veel kleine retailers die het nu al moeilijk hebben over de nodige middelen beschikken om hun activiteiten aan te passen en op die manier concurrerend te blijven.

Indien ze niet bereid of in staat zijn om zich aan te passen aan een volatiel en snel veranderend marktklimaat, kunnen zowel grote als kleine spelers direct in de problemen komen, ongeacht hoe lang ze actief zijn op de markt of hoe succesvol ze in het verleden waren.

China

- Online verkoop blijft sterk stijgen
- Betalingen gebeuren na gemiddeld 60 dagen
- Meeste betalingsachterstanden zijn te wijten aan handelsgeschillen



Overzicht

Beoordeling kredietrisico	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Trend in wanbetaling over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van wanbetaling in de komende 6 maanden			✓		
Trend in insolventies over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van insolventies in de komende 6 maanden			✓		
Financieringscondities	zeer hoog	hoog	gemiddeld	laag	zeer laag
Afhankelijkheid van bankfinanciering			✓		
Algehele schuldenlast van de sector			✓		
Bereidheid van banken om krediet te verlenen aan de sector			✓		
Bedrijfsklimaat	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Winstmarges: algemene trend over de afgelopen 12 maanden			✓		
Situatie algemene vraag (verkoop)		✓			

Bron: Atradius

Tot 2014 had de Chinese detailhandel al een paar jaar lang sterke groeicijfers laten optekenen, dankzij het stijgende besteedbaar inkomen en de toenemende verstedelijking. Sindsdien is de verkoop van duurzame consumptiegoederen echter trager gegroeid, hoofdzakelijk door de teruggelopen economische groei en de toegenomen volatiliteit op de vastgoedmarkt, vooral in derde- en vierderangssteden. De verkoop van huishoudelijke apparaten bleef traag in de eerste helft van 2016, maar herstelde zich naar het einde van het jaar toe, nadat de voorraadproblemen waren verminderd, vooral in de segmenten airconditioners (+33%), wasmachines (+10%) en koelkasten (+7%). Dit herstel is echter te danken aan de vraag naar vervangtoestellen en upgrades en is waarschijnlijk tijdelijk – het houdt naar verwachting aan tot in de eerste helft van 2017 om daarna opnieuw af te zwakken.

Men zou kunnen verwachten dat de huidige inspanningen om het economische evenwicht te herstellen (weg van exportgerichte investeringen naar een meer consumptiegerichte groei) betere

groeicijfers zouden opleveren voor de verkoop van duurzame consumptiegoederen. Maar tot dusver hebben die inspanningen de detailhandel in duurzame consumptiegoederen niet echt geholpen; wegens het gebrek aan een sociaal vangnet blijven Chinese consumenten immers veel sparen. Verder blijft de Chinese overheid vooral de nadruk leggen op infrastructuurinvesteringen (die in 2016 met 17,8% stegen op jaarbasis), die in 2017 de belangrijkste drijvende kracht achter de economische groei zullen zijn. Dat gezegd zijnde kondigde de Chinese Staatsraad in november 2016 verscheidene beleidsmaatregelen aan om het bedrijfsklimaat voor detailhandelaars te verbeteren, onder andere belastingverlagingen en een betere toegang tot bankleningen voor kleine en middelgrote detailhandelaren.

Terwijl de output en totale verkoop van consumptiegoederen nauwelijks toeneemt, kent de online verkoop een snelle groei, ten koste van fysieke winkels, nu China op het punt staat 's werelds grootste e-commercemarkt te worden. Volgens het Chinese Cen-

China: detailhandel

	2016	2017	2018f
Bbp-groei (%)	6,7	6,5	6,2
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	6,0	5,1	5,9
Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	5,6		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	2,6		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	1,6		
Exportgerichtheid	zeer laag		
Concurrentie	zeer hoog		

Bronnen: IHS, Atradius

ter for Information Industry Development (CCID) was de online B2C-markt voor huishoudelijke apparaten (waaronder mobiele apparaten) goed voor RMB 184,8 miljard (EUR 25,3 miljard) in de eerste helft van 2016, een stijging van 35% op jaarbasis. De online verkoop van flatscreen-tv's, airconditioners, koelkasten en wasmachines steeg met meer dan 40%. De verkoop van boilers, afzuigkappen en inbouw-keukenapparatuur groeide zelfs met meer dan 50%.

Betalingen in de detailhandel in duurzame consumptiegoederen gebeuren na gemiddeld 60 dagen en het aantal betalingsachterstanden is vrij laag. De meeste betalingsachterstanden zijn het gevolg van handelsgeschillen, niet van financiële problemen van kopers. Het aantal wanbetalingen/insolventies in de sector is relatief laag, vergeleken met andere Chinese sectoren; we verwachten niet dat dit zal veranderen in 2017.

Ons acceptatiebeleid voor het segment huishoudelijke apparaten blijft over het algemeen open, aangezien we een verdere stijging van de verkoop verwachten in 2017, vooral als gevolg van de vraag naar vervangtoestellen en productupgrades.

Particuliere detailhandelaren in duurzame consumptiegoederen met een gediversifieerde portefeuille en een hoge hefboomwerking houden we echter nauwlettend in het oog. Door mislukte investeringen en/of de weigering van banken om leningen te verlengen zou de liquiditeit van dergelijke bedrijven onder druk kunnen komen te staan.

Om de margedruk als gevolg van de hogere grondstoffenkosten te verlichten, hebben sectorleiders zoals Midea en Gree preventieve maatregelen genomen om de productprijzen selectief op te trekken. We verwachten dat dit ook in 2017 het geval zal zijn. De mogelijke negatieve gevolgen van stijgende verkoopprijzen zullen echter beperkt zijn. Chinese consumenten zijn minder gevoelig voor kleine prijsaanpassingen bij dure artikelen zoals grote huishoudelijke apparaten en richten zich op het vergelijken van de functionaliteit en waarde tussen de verschillende merken.

Chinese detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

De enorme bevolking van China maakt dit een aantrekkelijke markt

Overheidssteun voor retailers



Zwakke Punten

Tragere economische groei verwacht voor de komende jaren

De Chinese markt blijft zeer gefragmenteerd, met kleine, onafhankelijke retailers in het hele land, voor een bevolking van ongeveer 1 miljard mensen die goederen kopen met ongeveer het bestaansminimum

Bron: Atradius

Frankrijk

- Groei in alle segmenten in 2016
- Betalingen na gemiddeld 45 dagen
- Kleinere en onafhankelijke retailers lopen meer risico



Overzicht

Beoordeling kredietrisico	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Trend in wanbetaling over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van wanbetaling in de komende 6 maanden			✓		
Trend in insolventies over de afgelopen 6 maanden		✓			
Ontwikkeling van insolventies in de komende 6 maanden			✓		
Financieringscondities	zeer hoog	hoog	gemiddeld	laag	zeer laag
Afhankelijkheid van bankfinanciering		✓			
Algehele schuldenlast van de sector		✓			
Bereidheid van banken om krediet te verlenen aan de sector			✓		
Bedrijfsklimaat	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Winstmarges: algemene trend over de afgelopen 12 maanden			✓		
Situatie algemene vraag (verkoop)			✓		

Bron: Atradius

Volgens Gifam (de Franse vereniging van fabrikanten van huishoudelijke apparaten) steeg de verkoop van huishoudelijke apparaten met 1,7% in 2016; kleine huishoudelijke apparaten zetten hun opwaartse trend voort met een groei van 3,2%, terwijl de verkoop van grote huishoudelijke apparaten met 0,8% steeg. De vraag in dit segment wordt gedreven door innovatieve producten.

Volgens IPEA (het onderzoeksinstituut van de Franse meubelsector) groeide de Franse meubelmarkt weer in 2015 en boekte deze een stijging van 2,3% in 2016, in het verlengde van het herstel van de woningmarkt. In de tweede helft van 2016 vertraagde de groei van de meubelverkoop echter, na solide prestaties in de eerste helft van het jaar.

Volgens het onderzoeksbureau GfK groeide de verkoop van consumentenelektronica met 2% in 2016, na vijf jaar van daling, vooral dankzij de overstap naar TNT HD-televisie in april 2016.

Ook het EK voetbal dreef de verkoop van televisietoestellen op (+30% in de eerste helft van 2016).

Net als in andere ontwikkelde markten heerst er in de Franse detailhandel in duurzame consumptiegoederen een zware concurrentie tussen de verschillende distributienetwerken. Die concurrentie wordt nog verder aangewakkerd door het groeiende marktaandeel van online retailers. De verkoopprijzen staan onder grote druk, wat de over het algemeen lage rentabiliteit van de sector verklaart. Gezien de positieve verkoopgroei van 2016 zou de winstgevendheid van bedrijven echter stabiel moeten blijven. Verdere verkoopgroei in 2017 is onzeker, gezien het consumentenvertrouwen geraakt zou kunnen worden door de uitkomst van de presidentiële en parlementaire verkiezingen.

Er is al enkele jaren een concentratieproces bezig op de markt, waarbij bedrijven hun marktaandeel proberen te vergroten en/of een kritisch marktvolume proberen te verkrijgen. De toenemen-

Frankrijk: detailhandel

	2016	2017	2018f
Bbp-groei (%)	1,2	1,1	1,4
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	0,5	0,6	0,9
Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	4,6		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	0,8		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	0,8		
Exportgerichtheid	laag		
Concurrentie	zeer hoog		

Bronnen: IHS, Atradius

de marktconcentratie gaat ook gepaard met allianties; zo lanceerden retailer Casino en meubelketen Conforama in september 2016 een gemeenschappelijk, centraal inkoopbureau om hun inkoop van huishoudelijke apparaten te optimaliseren. Andere retailers breiden hun franchisesysteem uit om hun geografische aanwezigheid te vergroten, waardoor de concurrentiedruk op onafhankelijke groothandelaren en detailhandelaren toeneemt.

De hefboomwerking van retailers in duurzame consumptiegoederen is over het algemeen hoog, gelet op de noodzaak om hun werkkapitaal en voorraden te financieren. Bovendien zijn er piekseizoenen en speciale gebeurtenissen (zoals de overstap naar TNT HD) waarvoor tijdelijk extra voorfinanciering nodig is. Ook zijn leningen nodig om de opening van nieuwe winkels te financieren en zo hun geografische aanwezigheid te vergroten. Banken staan in principe niet weigerachtig tegenover leningen aan de sector, maar hun bereidheid hangt vooral af van de kredietwaardigheid van de retailer.

Betalingen in de sector gebeuren na gemiddeld 45 dagen. Het huidige aantal wanbetalingen is vrij laag en het wordt niet verwacht dat de betalingsachterstanden sterke stijgingen zullen laten zien in 2017. De concurrentie blijft echter wel zwaar en zal vooral gevolgen hebben voor onafhankelijke of kleine retailers.

Hoewel het aantal insolventies daalde in 2016, verwachten we dat ze zullen afvlakken in 2017. Gezien het competitieve en volatile marktklimaat bestaat echter altijd het risico dat belangrijke spelers failliet zullen gaan, zoals de meubelgroep Mobilier Européen in 2014 en Euronics/Logitec (huishoudelijke apparaten) eind 2015.

Over het algemeen hanteren we een neutraal acceptatiebeleid voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen. We hanteren een vrij open acceptatiebeleid voor grote spelers, terwijl we voorzichtig staan tegenover kleine, onafhankelijke spelers; verscheidene onder hen hadden de voorbije jaren al te kampen met een dalende omzet en marges. Dat gezegd zijnde moeten grote retailers vaak voortdurend worden opgevolgd, vanwege hun grotere financiële blootstelling na overnames en grotere hefboomwerking in de aanloop naar piekseizoenen. Over het algemeen concentreren we ons op de veerkracht van afzonderlijke kopers in een zeer competitief marktklimaat, de kwaliteit van de productmix en distributiekanaalen, en het beheer van de werkkapitaalvereisten.

Franse detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Meer consumentenvertrouwen en meer bestedingen door gezinnen

Marktconsolidatie gaande



Zwakke Punten

Hoge hefboomwerking van veel bedrijven

Zware concurrentie

Consumentenvertrouwen is gevoelig voor mogelijke onzekerheid in de nasleep van de presidentsverkiezingen in 2017

Bron: Atradius

Nederland

- Vooruitzichten voor bedrijven blijven moeilijk ondanks verkoopgroei
- Toenemende concurrentie van buitenlandse retailers
- Daling insolventies houdt waarschijnlijk niet aan



Overzicht

Beoordeling kredietrisico	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Trend in wanbetaling over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van wanbetaling in de komende 6 maanden			✓		
Trend in insolventies over de afgelopen 6 maanden		✓			
Ontwikkeling van insolventies in de komende 6 maanden			✓		
Financieringscondities	zeer hoog	hoog	gemiddeld	laag	zeer laag
Afhankelijkheid van bankfinanciering		✓			
Algehele schuldenlast van de sector		✓			
Bereidheid van banken om krediet te verlenen aan de sector			✓		
Bedrijfsklimaat	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Winstmarges: algemene trend over de afgelopen 12 maanden				✓	
Situatie algemene vraag (verkoop)			✓		

Bron: Atradius

In 2016 profiteerde de Nederlandse detailhandel in duurzame consumptiegoederen verder van het herstel van de binnenlandse economie. Volgens het Nederlandse Bureau voor de Statistiek (CBS) steeg de omzet van non-food winkels met 1,9% in 2016, terwijl de omzet van online winkels zelfs met 19% steeg. Verwacht wordt dat het non-food retailsegment in 2017 verder groeit met zo'n 1,5% à 2,0%. Wat de deelsectoren betreft, verwacht men dat de verkoop van kleding/schoeisel zal afvlakken, terwijl het volume van de offline verkoop van elektronica met ongeveer 2% zal dalen. Meubel- en doe-het-zelfwinkels zouden een verkoopstijging tot 3% moeten boeken, dankzij het verdere herstel van de Nederlandse vastgoedsector.

Het economische herstel, het toegenomen consumentenvertrouwen en de aanhoudende groei van de verkoop vertalen zich echter niet in zorgeloze, positieve vooruitzichten voor Nederlandse non-food retailers. Ondanks de aanhoudende groei van de verkoop blijft het bedrijfsklimaat moeilijk. De totale verkoop

in 2016 lag nog altijd 10% onder het niveau van vóór de crisis in 2008. Als gevolg van de vorige economische crisis blijft de Nederlandse consument zeer prijsgevoelig en is hij gewend geraakt aan permanente aanbiedingen en kortingen, die een negatieve invloed hebben op de verkoopprijzen. De consument vraagt steeds langere openingstijden om te gaan winkelen wanneer dat hem uitkomt, terwijl de veranderende – lees: vergrijzende – bevolking steeds meer een rol speelt (in 2025 is naar verwachting meer dan 20% van de bevolking 65 jaar of ouder).

Tegelijkertijd blijft het koopgedrag van de consument veranderen door het groeiende aanbod van internationale bedrijven (bijvoorbeeld Primark en Zara) en technologische ontwikkelingen. De online verkoop groeit snel (voor 2017 wordt een stijging van 17% verwacht), ten koste van fysieke winkels. Buitenlandse online winkels zoals Alibaba vergroten hun marktaandeel ten koste van lokale bedrijven.

Nederland: detailhandel

	2016	2017	2018f
Bbp-groei (%)	2,1	1,7	1,6
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	1,9	1,2	0,5
Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	3,0		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	1,2		
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	-0,7		
Exportgerichtheid	laag		
Concurrentie	zeer hoog		

Bronnen: IHS, Atradius

In alle segmenten is de concurrentie groot en doet de daaruit voortvloeiende prijsdruk de groei van het verkoopvolume teniet. Dit betekent dat de reeds krappe marges van veel bedrijven onder druk zullen blijven staan. Tegelijkertijd hebben veel retailers een grote hefboomwerking en zijn ze afhankelijk van bankleningen, terwijl veel bedrijven nog steeds een beperkte toegang tot bankkredieten hebben, vooral fysieke winkels.

Volgens het CBS daalde het aantal insolventies in dit segment met 15% tot 952 gevallen (waaronder 449 groothandelaren en 425 detailhandelaren) in 2016. Hiermee noteerde dit segment echter nog altijd het hoogste aantal faillissementen in vergelijking met andere sectoren. In 2017 zou het aantal insolventies in deze sector veel minder moeten stijgen, waarschijnlijk in lijn met de algemene vooruitzichten voor insolventies van Nederlandse bedrijven (-3%). Maar omdat niet alle bedrijven bereid of in staat zijn om zich aan te passen aan het steeds moeilijker bedrijfsklimaat, snel veranderende marktomstandigheden en het veranderende winkelgedrag, zal het aantal insolventies in het non-food retailsegment naar verwachting opnieuw stijgen eind 2017 en in 2018. Dit zou vooral kleine retailers treffen, die vaak niet de financiële slagkracht hebben om de nodige investeringen te doen. Maar uit het recente faillissement van een gevestigde retailer zoals V&D blijkt ook dat zelfs grote bedrijven in de problemen kunnen komen door het gebrek aan een duidelijke productsegmentering en een strategie voor online verkoop.

Voor non-food retailers is de combinatie van een duidelijke productsegmentering en positionering, in combinatie met efficiënte online verkoopkanalen en het vermogen om zich snel aan te passen aan veranderingen op de markt, van het grootste belang om succes te boeken – of om zelfs maar te overleven. Hoewel overnames om groter te worden en aan marktkracht te winnen een sleutel kunnen zijn tot succes, bewijzen sommige recente faillissementen van Nederlandse retailers dat overnames gemakkelijk verkeerd kunnen aflopen in een snel veranderend marktklimaat, vooral wanneer er onvoldoende financiële middelen zijn om in de nodige aanpassingen te investeren. Het loutere bestaan van online verkoopkanalen garandeert niet per se succes: we hebben al gevallen gezien waarbij dergelijke bedrijven in de problemen kwamen door een verkeerde implementatie, bijvoorbeeld geen activiteiten op sociale media en een website die niet up-to-date was of niet goed werkte op een smartphone (terwijl 80% van de Nederlanders een smartphone heeft).

Ons acceptatiebeleid blijft in principe voorzichtig, gezien de huidige en toekomstige uitdagingen voor de sector. Wegens het herstel in de voorbije jaren en de verdere groei die voor 2017 wordt verwacht, hebben we echter besloten om de prestatievooruitzichten voorlopig te upgraden van 'matig' naar 'redelijk'. Bij onze acceptaties in deze sector besteden we bijzondere aandacht aan de omzet en margeontwikkeling van bedrijven, alsook hun productpositionering/-segmentering en hun vermogen om online te verkopen. Ook wordt rekening gehouden met de locatie en openingstijden van de retailer. Essentieel is dat we nagaan of een bedrijf een goede liquiditeitspositie heeft (cash en kredietfaciliteiten) en of het investeringen kan financieren met zijn cashflow in plaats van met bijkomende leningen.

Nederlandse handel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Meer consumentenvertrouwen en meer bestedingen door huishoudens in 2017



Zwakte Punten

Druk op de marges houdt aan

Zeer competitief bedrijfsklimaat

Beperkte toegang tot leningen, vooral voor kleine spelers

Bron: Atradius

Verenigd Koninkrijk

- Toenemende economische onzekerheid zal invloed hebben op consumentenuitgaven in 2017
- Sector kampt met hogere kosten voor geïmporteerde goederen
- Meer betalingsachterstanden en insolventies verwacht in 2017



Overzicht

Beoordeling kredietrisico	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Trend in wanbetaling over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van wanbetaling in de komende 6 maanden				✓	
Trend in insolventies over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van insolventies in de komende 6 maanden				✓	
Financieringscondities	zeer hoog	hoog	gemiddeld	laag	zeer laag
Afhankelijkheid van bankfinanciering			✓		
Algehele schuldenlast van de sector			✓		
Bereidheid van banken om krediet te verlenen aan de sector		✓			
Bedrijfsklimaat	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Winstmarges: algemene trend over de afgelopen 12 maanden			✓		
Situatie algemene vraag (verkoop)			✓		

Bron: Atradius

In 2016 liet de Britse non-food detailhandel een verdere groei optekenen, dankzij een sterke stijging van de particuliere consumptie (+2,8%). De voorbije jaren waren consumentenbestedingen de motor van de Britse economische groei, ondersteund door een relatief hoge werkgelegenheid en lage inflatie. Volgens het Britse Bureau voor de Statistiek (ONS) is de verkoop in de non-food detailhandel in december 2016 met 4,3% gestegen op jaarbasis en hebben tal van retailers zeer positieve resultaten geboekt in de kerstperiode. Het bedrag dat aan non-food artikelen werd gependend steeg met 1,2%, terwijl de gemiddelde winkelprijzen met 0,9% stegen. De online verkoop, die ongeveer 15% van de retailuitgaven vertegenwoordigt, deed het opnieuw bijzonder goed, met een stijging van 21,3% op jaarbasis. Hierdoor zullen bedrijven met een meer traditionele, fysieke aanwezigheid ongetwijfeld onder druk komen te staan.

Voor 2017 verwacht men meer uitdagingen voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen, doordat het zwakkere Britse pond een opwaartse druk uitoefent op de prijzen. Ook drukt de onzekerheid over de toekomstige relatie van het Verenigd Koninkrijk met de EU op de investeringsuitgaven. Hierdoor zullen bedrijven waarschijnlijk minder mensen aannemen en zullen de lonen minder snel stijgen; de komende zes maanden zullen de reële lonen naar verwachting gaan dalen, waardoor het besteedbaar inkomen zal verminderen. De hogere inflatie (voor 2017 wordt een stijging van 2,6% verwacht) zal consumptiegoederen duurder maken, wat de consumentenuitgaven en groei van het bbp negatief zal beïnvloeden. Verwacht wordt dat de particuliere consumptie in 2017 met slechts 1,6% zal stijgen en dat de omzetgroei van de Britse detailhandel tot 0,6% zal vertragen, na een stijging van 2,5% in 2016.

Verenigd Koninkrijk: detailhandel

	2016	2017	2018f
Bbp-groei (%)	2,0	1,4	1,2
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	2,9	1,3	0,6

Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	5,6
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	2,6
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	1,6
Exportgerichtheid	zeer laag
Concurrentie	zeer hoog

Bronnen: IHS, Atradius

Wegens de hogere kosten voor geïmporteerde goederen als gevolg van de waardevermindering van het Britse pond, zijn retailers al begonnen hun toeleveringsbronnen voor grondstoffen en de prijzen van hun artikelen te heroverwegen. Echte groei boeken ondanks de hogere prijzen, terwijl de invoerkosten worden doorberekend aan de klanten, zal de grootste uitdaging voor retailers zijn. In januari 2017 stegen de meubelprijzen met 2,5% tot hun hoogste niveau in vijf jaar. Gelet op de goede markt van de voorbije jaren, verwacht men dat prijsstijgingen de komende 12 maanden een negatieve invloed zullen hebben op de meubelverkoop. Tegelijkertijd zal de verkoop van huishoudelijke apparaten naar verwachting ook lijden onder de stijgende invoerprijzen, al is nog niet duidelijk in welke mate, gezien de uitdaging voor retailers om hun prijzen competitief te houden.

In 2016 zorgden abnormale weersomstandigheden voor lange kortingsperiodes in winkels, wat bijdroeg tot de margedruk; men verwacht dat dit ook het geval zal zijn in 2017. Daarbovenop zal het nationale leefbare loon in april 2017 worden verhoogd tot GBP 7,50 per uur voor mensen van 25 en ouder. Aangezien veel fysieke retailers sterk afhankelijk zijn van personeel met een laag loon, zouden die hogere loonkosten hen ertoe kunnen aanzetten om hun kostenbasis en winkelportefeuilles te herzien, door winkels te sluiten die de kosten niet langer dekken of die onvoldoende rendabel zijn om open te houden.

Betalingen in de detailhandel in duurzame consumptiegoederen gebeuren na gemiddeld 60 dagen. Hoewel we voor de nabije toekomst geen sterke toename van het aantal betalingsachterstanden verwachten, is een lichte stijging wegens de komende uitdagingen vrij waarschijnlijk. Aangezien de concurrentie in de Britse detailhandel groot blijft en gelet op de stijgende kosten, de veranderende winkelpatronen (dat wil zeggen grotere prijs-

gevoeligheid en een groeiend marktaandeel voor de online verkoop) en de lagere consumentenbestedingen, zullen insolventies zich blijven voordoen. Door de toenemende economische onzekerheid verwachten we zelfs een lichte stijging.

We handhaven een neutraal acceptatiebeleid voor het segment duurzame consumptiegoederen en blijven de ontwikkelingen in deze sector regelmatig opvolgen, door zoveel mogelijk contact te onderhouden met kopers, vooral zij die sterk afhankelijk zijn van buitenlandse grondstoffen, die een grote winkelportefeuille hebben, die een zware schuldenlast torsen en wiens financiële prestaties verslechteren. Retailers zijn over het algemeen bereid om vertrouwelijke financiële informatie te verstrekken, zodat we een goed gefundeerde en weloverwogen beslissing kunnen nemen.

De seizoensgebondenheid blijft een belangrijke factor in de Britse detailhandel, vooral rond de kerstperiode. Daarom moedigen we onze klanten actief aan om ruim van te voren rekening te houden met seizoenspieken; zo kunnen we ervoor zorgen dat wij in hun vraag kunnen voorzien.

Britse detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Goede vraag en consumentenvertrouwen hebben de sector de voorbije jaren geholpen

Veel investeringen in een multi-channel aanbod



Zwakke Punten

Deels verzadigde markt

Profiel verandert van fysieke winkels naar online winkels

Kwetsbaar voor toenemende economische onzekerheid door de Brexit-beslissing en waardevermindering van het Britse pond

Bron: Atradius

Verenigde Staten

- Goede verkoopvooruitzichten, maar handelsbeperkingen kunnen de groei belemmeren
- Winstmarges blijven onder druk staan
- Meer insolventies verwacht in 2017



Overzicht

Beoordeling kredietrisico	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Trend in wanbetaling over de afgelopen 6 maanden			✓		
Ontwikkeling van wanbetaling in de komende 6 maanden				✓	
Trend in insolventies over de afgelopen 6 maanden				✓	
Ontwikkeling van insolventies in de komende 6 maanden				✓	
Financieringscondities	zeer hoog	hoog	gemiddeld	laag	zeer laag
Afhankelijkheid van bankfinanciering			✓		
Algehele schuldenlast van de sector		✓			
Bereidheid van banken om krediet te verlenen aan de sector			✓		
Bedrijfsklimaat	sterke verbetering	verbetering	stabiel	verslechtering	sterke verslechtering
Winstmarges: algemene trend over de afgelopen 12 maanden				✓	
Situatie algemene vraag (verkoop)			✓		

Bron: Atradius

De detailhandel levert een grote bijdrage aan de Amerikaanse economie; met een omzet van USD 2,6 biljoen vertegenwoordigt deze ongeveer twee derde van het Amerikaanse bbp en bijna 16 miljoen werknemers. Het kerstseizoen is goed voor bijna 20% van de volledige jaaronzet van de Amerikaanse detailhandel. In 2016 steeg de kerstomzet met 3,4%, terwijl de online verkoop met 14% steeg (de snelste groei in vijf jaar) en de verkoop in winkels met 7% daalde. In 2016 steeg de jaaronzet met 3,3%; online retailers boekten een sterke stijging van 11,4% en snoepten meer marktaandeel af van de traditionele winkels, die 5,6% minder verkochten.

Voor 2017 blijven de vooruitzichten voor de Amerikaanse verkoop van duurzame consumptiegoederen positief, dankzij de solide particuliere consumptie die het gevolg is van een sterkere woningmarkt, banengroei en hogere lonen. Als het Ameri-

kaanse Congres vroeg genoeg in het jaar belastingverlagingen goedkeurt, kan dat een bijkomende impact op de uitgaven in 2017 hebben. Tegelijkertijd kunnen sneller dan verwachte rentevoetstijgingen de consumentenuitgaven schaden; ook zouden handelsbeperkingen de prijs van ingevoerde duurzame consumptiegoederen kunnen opdrijven en zo de koopkracht van consumenten verminderen.

De Amerikaanse meubelmarkt groeit sinds 2009; in 2017 stijgt de meubelverkoop naar verwachting verder naarmate de verkoop van woningen stijgt en consumenten weer meer geld uitgeven aan meubelen. Hoewel de online verkoop snel toeneemt in dit segment, geven veel consumenten nog steeds de voorkeur aan het online opzoeken van producten, maar deze in de winkel te kopen. Innovatieve producten die meubelen koppelen aan smartphones of die meubelen met technologie en modeontwerp

Verenigde Staten: detailhandel

	2016	2017	2018f
Bbp-groei (%)	1,6	2,3	2,4
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	2,5	2,8	3,0

Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	4,7
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	2,7
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	2,0
Exportgerichtheid	laag
Concurrentie	hoog

Bronnen: IHS, Atradius

combineren, doen het goed. De verkoop van consumentenapparatuur in de VS groeide verder in 2016 en zal naar verwachting licht groeien in 2017; grote apparaten blijven het beter doen dan kleine.

Dat gezegd zijnde zullen Amerikaanse retailers van duurzame consumptiegoederen last blijven hebben van een zeer competitief klimaat, met verdere margedruk in 2017 door de veranderende voorkeuren van klanten, waaronder een verdere stijging van de online verkoop. Verwacht wordt dat e-retailing het snelst groeiende verkoopkanaal blijft en het retail-landschap verandert, door de komende zeven jaar een marktaandeel tot 20% te veroveren. Vooral in de segmenten elektronica en speelgoed is de concurrentie tussen online en fysieke retailers zwaar. Internationale retailers van gespecialiseerde producten zouden hinder kunnen ondervinden van de verdere waardering van de USD ten opzichte van het Britse pond en de euro. Een sterkere munt kan ook gevolgen hebben voor de flagship stores in toeristische centra zoals New York, doordat dit de verkoop aan toeristen kan afremmen.

Retailers die worden geconfronteerd met een verschuiving van de winkelgewoonten en attitudes van klanten, in de richting van discretionaire uitgaven, reageerden hierop door over te stappen op omni-channel modellen om de klanten holistische diensten aan te bieden, zowel online als via fysieke winkels. Hoewel shoppers nooit volledig zullen afstappen van fysieke winkels, verwachten ze wel dat retailers een handig online alternatief aanbieden.

In 2016 was het grote aantal sluitingen en faillissementen van winkels een indicatie van verschuivende voorkeuren van consumenten en de toenemende online concurrentie. Vorig jaar was er bijna een verdubbeling van het aantal faillissementen van Amerikaanse retailers met minstens USD 250 miljoen aan schulden; het overschot aan beschikbare winkelruimte in de VS en de zwaardere concurrentie zouden tot het faillissement van enkele grote spelers en sluitingen van winkels kunnen leiden in 2017. Betalingen gebeuren na gemiddeld 90 dagen en verwacht wordt dat de betalingsachterstanden zullen toenemen in 2017.

Onze vooruitzichten voor de sector van de duurzame consumptiegoederen in het algemeen blijven licht conservatief. Ondanks de algemene opleving van de verkoop wordt de sector immers nog altijd gekenmerkt door een grotere concurrentie en aanhoudende prijs- en margedruk. Bedrijven in deze sector moeten dan ook nauwgezet worden beoordeeld en hun liquiditeit moet nauwlettend worden opgevolgd. Bepaalde deelsectoren worden positiever bekeken dan andere: hoewel een sterke verkoop van woningen de vraag naar meubelen en andere woningartikelen zou moeten ondersteunen, staan we voorzichtiger tegenover segmenten zoals elektronica en speelgoed.

Amerikaanse detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Een accommoderend monetair beleid zou het koop- en leengedrag van consumenten moeten ondersteunen

Bedrijven die woningartikelen verkopen, zullen profiteren van de betere woningmarkt en dalende werkloosheid

Fusies en overnames zullen de omzet en winst verder opdrijven



Zwakke Punten

Zware concurrentie voor fysieke winkels, verergerd door de verschuiving naar online shoppen

Sneller dan verwachte rentevoetverhogingen door de Fed en handelsbeperkingen zouden de groei van de sector kunnen hinderen

Het uitgavengedrag van consumenten verandert en verschilt nu van het gedrag vóór de kredietcrisis in 2008

Bron: Atradius

Marktprestaties in een oogopslag

Duitsland

- **Stijgende consumentenprijzen kunnen een rem zijn op verdere uitgaven**
- **Kleine, fysieke winkels blijven het moeilijk hebben**
- **Betalingstermijnen schommelen tussen 30 en 60 dagen**



Volgens het Duitse Bureau voor de Statistiek steeg de omzet van de non-food detailhandel in 2016 met 1,6% op jaarbasis – het zevende jaar groei op rij. In 2017 wordt een verdere groei verwacht. De Duitse detailhandel in duurzame consumptiegoederen profiteert van de solide economische prestaties van het land; in 2017 stijgt de consumptie van huishoudens naar verwachting met 1,6%, na een groei van 1,8% in 2016. De vraag wordt gedreven door het lage werkloosheidspercentage en de toegenomen koopkracht van gezinnen. De stijgende consumptieprijzen (die naar verwachting tot 2,1% zullen in 2017, na een stijging van 0,5% in 2016 en 0,2% in 2015) zouden echter een rem kunnen zijn op verdere uitgaven.

Voor het meubelsegment noteerde de BVDM (de Duitse vereniging van meubelfabrikanten) in 2016 een omzetstijging van 2,5%, tot EUR 33,4 miljard. Voor 2017 verwacht men een omzet van meer dan EUR 34 miljard. Volgens de ZVEI (de Duitse vereniging van de elektrische en elektronische sector) steeg de verkoop van grote elektrische huishoudelijke apparaten door fabrikanten met bijna 5% in de eerste helft van 2016, terwijl de verkoop van kleine elektrische huishoudelijke apparaten door fabrikanten met 3% steeg.

In alle segmenten van de Duitse detailhandel in duurzame consumptiegoederen is een concentratieproces bezig, waarbij een paar grote winkelketens de meeste omzet boeken. Kleine en middelgrote detailhandelaren hebben het dan ook nog altijd moeilijk om op te boksen de snel groeiende marktleiders. Tegelijkertijd kampen ze met extra druk van online winkels (in 2016 liet de online verkoop opnieuw een meer dan gemiddelde groei optekenen, met meer dan 10%). We mogen dan ook beperkte toekomstperspectieven verwachten voor kleinere, fysieke winkels in deelsectoren, waarin e-commerce zijn marktaandeel snel heeft uitgebreid (bijvoorbeeld consumentenelektronica, elektrische huishoudelijke apparaten, meubelen, vrijetijdsartikelen, kleding), vooral in segmenten waarin de ontwikkeling van de verkoop sterk afhankelijk is van de weersomstandigheden (kleding, vrijetijdsartikelen). De beste manier voor kleine detailhandelaren om op deze zeer competitieve markt te overleven is lid te worden van een grote aankoopvereniging en met e-commerce te concurreren door een uitstekende service te bieden, bijvoorbeeld advies, gemakkelijk retourneren van goederen, enzovoort.

Betalingen in de detailhandel in duurzame consumptiegoederen gebeuren over het algemeen na gemiddeld 30 à 60 dagen; ze kunnen echter tot meer dan 120 dagen oplopen, afhankelijk van het marktvermogen van afzonderlijke detailhandelaren. Tot dusver is het betalingsgedrag in de Duitse sector van de duurzame consumptiegoederen goed en stabiel gebleven. We verwachten geen grote veranderingen, aangezien de algemene vooruitzichten voor alle deelsectoren positief zijn. Het aantal insolventies in de sector is laag en we verwachten geen stijging in 2017.

We beschouwen de detailhandel in duurzame consumptiegoederen nog steeds als een sector met een gemiddeld risico. Ondanks de aanhoudende groei van de verkoop volgen we de prestaties van kleine spelers nauwlettender op, omdat ze doorgaans meer aan risico's worden blootgesteld vanwege de marktdominantie van grote spelers. We staan ook voorzichtiger tegenover segmenten die afhankelijk zijn van de weersomstandigheden, zoals kleding en vrijetijdsartikelen. We houden de groeiende concurrentie tussen online en fysieke winkels nauwlettend in het oog. Als gevolg van de prijstransparantie, die online winkels bieden aan de consument, blijven de marges in de hele waardeketen onder druk staan.

In segmenten waarin het marktaandeel van e-commerce gestaag groeit, proberen we tussentijdse cijfers te verkrijgen om voortdurend te controleren of kopers hun marges wel voldoende ruim kunnen houden. Wanneer bedrijven de hogere kosten niet kunnen doorberekenen aan klanten/consumenten of dit met besparingen elders kunnen compenseren, kunnen ze langere betalingstermijnen aanvragen. We volgen het betalingsgedrag in alle deelsectoren nauwlettend op en brengen onze klanten onmiddellijk op de hoogte van elke verslechtering.

We dekken geen pas opgerichte bedrijven in hun eerste jaar, tenzij ze lid zijn van een bekende groep of een dochteronderneming zijn van een gevestigd bedrijf.

Polen

- Overheidssubsidies stimuleren de verkoop
- Opgedreven belastingcontroles vormen een probleem voor retailers
- Bedrijfsmarges bleven stabiel in 2016



Volgens het Poolse Bureau voor de Statistiek liet de detailhandelverkoop in 2016 een stijging van 5,7% optekenen op jaarbasis, terwijl de verkoop van meubelen en huishoudelijke apparaten met maar liefst 9% steeg. Dit was vooral te danken aan een nieuw kinderbijslagprogramma dat medio 2016 werd gelanceerd door de overheid, waarbij gezinnen 500 zloty (circa 115 euro) per maand krijgen voor elk tweede en daaropvolgend kind, tot aan de leeftijd van 18. Gezien de positieve economische vooruitzichten voor 2017 – verwacht wordt dat het bbp en de particuliere consumptie opnieuw met meer dan 3% zullen stijgen – wordt een verdere groei van de verkoop van duurzame consumptiegoederen verwacht.

De staatsfinanciën van Polen kwamen echter onder druk te staan door de toegenomen overheidsuitgaven, bijvoorbeeld voor het kinderbijslagprogramma. Daarom heeft de overheid de belastingcontroles opgedreven en de wetgeving aangescherpt om de belastingontvangsten te laten toenemen. Dit betekent dat er, ondanks de goede verkoopvooruitzichten, onder retailers een grote onzekerheid heerst in verband met fiscale kwesties. Belastingcontroleurs richten zich vooral op bedrijven die handel drijven in IT en consumentenelektronica; in 2016 verplichtte de rechtbank een van de drie grootste IT-distributeurs om zich te herstructureren, vanwege fiscale problemen.

In december 2016 werd Polen door de EU-commissie verplicht om een progressieve retailbelasting, die in september 2016 was ingevoerd, op te schorten tot januari 2018, wegens vermoede inbreuken op de EU-regels inzake overheidssteun en oneerlijke concurrentie. De maatregel zou retailers belast hebben op basis van hun omvang; hij zou dus geen gevolgen hebben gehad voor kleine retailers, maar wel voor middelgrote en grote retailers.

In 2016 bleven de winstmarges van retailers in duurzame consumptiegoederen stabiel, dankzij hun solide verkoopprestaties. Er waren geen grote veranderingen qua marktstructuur, meer in het bijzonder grote faillissementen, fusies of allianties.

Betalingen gebeuren na gemiddeld 60 dagen, maar veel hangt af van het soort goederen – van 30 dagen voor elektronica en kleine apparaten tot 180 dagen voor grote apparaten. Het aantal betalingsachterstanden en insolventies in deze sector is laag en er worden geen grote stijgingen verwacht in 2017. Ondanks de invoering van een bijkomende bankenbelasting in 2016, heeft de verwachting dat de loonkosten zouden stijgen, zich nog niet gematerialiseerd.

Vanwege de aanhoudende stijging van de verkoop, maar ook rekening houdend met de bovenvermelde uitdagingen zoals opgedreven belastingcontroles, blijft ons acceptatiebeleid voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen neutraal/gematigd positief. Voor het meubelsegment hanteren we een soepeler acceptatiebeleid, aangezien bedrijven in deze deelsector minder te kampen hebben met btw-problemen.

Marktprestaties in een flits

Hongarije



- De voorbije drie jaar boekte de Hongaarse detailhandel in duurzame consumptiegoederen een groei van meer dan het EU-gemiddelde. In 2016 steeg de non-food retailverkoop met 6,8%, dankzij een solide groei van de particuliere consumptie met 4%, die het gevolg was van een lage inflatie en toenemende werkgelegenheid.
- In 2017 zou de detailhandel in duurzame consumptiegoederen verder moeten groeien, maar minder sterk, terwijl de groei van de particuliere consumptie enigszins zal vertragen.
- De markt voor duurzame consumptiegoederen wordt gekenmerkt door een grote prijsconcurrentie, die is toegenomen door het grotere belang van online verkoop; die steeg met 24% in 2016. Online transacties waren goed voor 3,9% van de volledige detailhandel in 2016, tegenover 3% in 2015. Doordat de toegenomen prijsconcurrentie momenteel meer dan gecompenseerd wordt door de toename van de vraag, blijven de winstmarges van bedrijven verbeteren.
- Retailers proberen hun voorraden op een beheersbaar niveau te houden, maar sommige spelers zijn onvoldoende gekapitaliseerd en hebben dan ook behoefte aan extra financiering door banken of leveranciers. Banken zijn doorgaans bereid om leningen te verstrekken aan deze sector.
- Betalingen in de Hongaarse detailhandel in duurzame consumptiegoederen gebeuren na gemiddeld 60 dagen. Het aantal betalingsachterstanden neemt niet toe, maar de huidige toestand in de meubelsector is wel zorgwekkend; bijna 3% van alle facturen wordt pas na meer dan 90 dagen betaald. Het aantal insolventies in deze sector is te vergelijken met andere Hongaarse sectoren en voor 2017 wordt geen stijging verwacht.
- Net als in 2016 hanteren we een over algemeen open acceptatiebeleid voor huishoudelijke apparatuur en een neutraal beleid voor meubelen en textiel. We concentreren ons doorgaans op de achtergrond van de eigenaars/directie en de belangrijkste trends op het vlak van verkoop en rentabiliteit.
- Belastingontwijking/belastingfraude is een probleem in deze sector, door het feit dat de Hongaarse btw van 27% een van de hoogste ter wereld is. Een snelle reactie is dan ook nodig wanneer zich ongewone gebeurtenissen voordoen in verband met een koper (bijvoorbeeld een plotselinge verandering van naam, eigenaar, managementstructuur, hoge dividenden, een verdacht hoge omzet- of winststijging, enzovoort).

India



- In de eerste tien maanden van 2016 liet de verkoop van duurzame consumptiegoederen een solide groei zien. Ongeveer twee derde van de omzet wordt gegenereerd door de Indiase stadsbevolking, dankzij het toenemende besteedbaar inkomen, gemakkelijke leningen en de groeiende populariteit van e-commerceplatformen.
- De overheidsbeslissing in november 2016 om bepaalde biljetten af te schaffen (biljetten van 500 en 1.000 roepie) had echter een grote invloed op de verkoop; in de detailhandel worden veel transacties immers contant betaald. Over alle regio's heen werden kleine winkels zwaarder getroffen dan grote winkels.
- Sinds januari 2017 begon de detailhandel in duurzame consumptiegoederen zich te herstellen, vooral in stedelijke gebieden waar consumenten zich snel aanpassen aan alternatieve betalingskanalen. Verwacht wordt dat in boekjaar 2016-2017 de verkoop met 10%-15% zal stijgen.
- Men verwacht dat retailers voordeel zullen halen uit de geplande implementatie van een landelijke belasting op goederen en diensten in 2017, die de belastingdruk zou helpen verlichten en de logistieke en transactiekosten zou helpen verlagen. De overheidsinvesteringen in de elektrificatie van plattelandsgebieden zouden de vraag naar duurzame producten in de toekomst moeten helpen opdrijven. De marktliberalisering in enkele segmenten voor duurzame goederen heeft echter al een groot aantal buitenlandse spelers aange trokken. Dit zal voor meer concurrentie zorgen op het vlak van efficiëntie en prijzen.
- Betalingen gebeuren na gemiddeld 60 à 90 dagen. Het betalingsgedrag in dit segment is over het algemeen te vergelijken met andere sectoren; in het segment van de kleine distributeurs zijn er meer betalingsachterstanden. In 2017 zou het aantal betalingsachterstanden en insolventies moeten afvlakken.
- We hanteren een over het algemeen open acceptatiebeleid voor grote, financieel gezonde winkelketens. We staan echter voorzichtiger tegenover kleine en middelgrote retailers, aangezien zij doorgaans met een beperkte marge werken en te lijden hebben onder de verscheidene inkoopcontracten, zwaardere concurrentie en volatiele prijzen.

Indonesië



- De Indonesische detailhandel blijft een van de meest belovende sectoren in Azië, dankzij de grote bevolking en groeiende middenklasse met een toenemende koopkracht voor huishoudens en steeds moderner bestedingsgedrag. De particuliere consumptie, die met meer dan 5% steeg in 2016, was een belangrijke drijvende kracht achter de economische groei.
- Voor 2017 zijn de vooruitzichten voor de particuliere consumptie echter minder gunstig, door de aanhoudend slechte prestaties in de mijnbouw- en landbouwsector. Ook wordt verwacht dat de inflatie in 2017 zal stijgen tot meer dan 5%, als gevolg van de hogere voedselprijzen, hogere elektriciteitsstarieven en inschrijvingskosten voor voertuigen. Dit zal gevolgen hebben voor de discretionaire uitgaven van huishoudens met betrekking tot duurzame consumptiegoederen.
- In 2017 zou de detailhandel opnieuw meer winst moeten boeken, dankzij de nog altijd positieve economische vooruitzichten en lagere rentevoeten. De groei in de detailhandel zal zich grotendeels laten zien in de segmenten levensmiddelen en moderne, op winkels gebaseerde retailers.
- Sommige retailers hebben al laten weten dat ze in 2017 gaan investeren in nieuwe winkels, vooral om kleinere steden en regio's buiten Java te bedienen. Die groeiplannen liften mee op de plannen van de overheid om dit jaar te investeren in infrastructuur en logistiek in meer afgelegen regio's.
- De vooruitzichten op lange termijn voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijven positief, te midden van de structurele hervormingen en toegenomen infrastructuuruitgaven door de huidige regering. Wat de detailhandel in het bijzonder betreft, laat de overheid nu toe dat maximaal 67% van een winkel met een verkoopoppervlakte van 400 vierkante meter tot 2000 vierkante meter in handen is van buitenlanders, op voorwaarde dat deze winkel zich in een winkelcentrum bevindt.
- De gemiddelde betalingstermijn in de sector is momenteel 30-60 dagen. Het aantal betalingsachterstanden is vrij laag en het aantal wanbetalingen stijgt naar verwachting niet de komende maanden.
- Over het algemeen hanteren we een open acceptatiebeleid voor deze sector, maar we staan wel voorzichtiger tegenover kopers indien er geen financiële en andere kwalitatieve informatie voorhanden is, zoals de steun van een sterke groep.

Italië



- Voor 2017 verwacht men dat de groei van de particuliere consumptie in Italië zal vertragen tot 0,5%, na een groei van 1,4% in 2016. De binnenlandse vraag naar duurzame consumptiegoederen zou echter stabiel moeten blijven, dankzij de verwachte omzetstijging van 1,9%; de inflatie stijgt naar verwachting slechts licht, met 1,7%. De winstmarges van retailers zouden stabiel moeten blijven.
- Door zijn afhankelijkheid van vastgoed had de deelsector meubelen tot 2014 te lijden onder jaarlijkse dalingen. In 2014 werd het herstel ingezet; de vraag naar meubelen steeg met 2,2% in 2016 en zal aanhouden in 2017 dankzij nieuwe overheidsstimulansen om de particuliere consumptie te ondersteunen. In het segment huishoudelijke apparaten steeg de omzet met 2,9% in 2016, ook dankzij enkele overheidsstimulansen, die deels bevestigd zijn voor 2017.
- De detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijft een zeer competitieve sector, met nog steeds een gemiddeld tot hoog niveau van versnippering, ook na enkele grote fusies bij de topspelers. Zwakke spelers met weinig financiële slagkracht zijn verdwenen, terwijl andere bedrijven kozen voor een fusie om te overleven. Verwacht wordt dat het huidige concentratieproces zal aanhouden tot een nieuw marktevenwicht wordt gevonden, aangezien de gemiddelde grootte van Italiaanse retailers klein blijft in vergelijking met hun Europese tegenhangers.
- De betalingstermijnen schommelen doorgaans tussen 60 en 90 dagen. Het aantal betalingsachterstanden en insolventies bleef stabiel in 2016; voor 2017 worden geen grote veranderingen verwacht.
- Ons acceptatiebeleid voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijft doorgaans open, maar we staan wel voorzichtiger tegenover zwakke spelers in de distributieketen, die vaak niet de kritische massa hebben om lang te overleven in een zeer competitieve omgeving.

Spanje



- In 2016 liet de verkoop van duurzame consumptiegoederen een verdere stijging noteren, dankzij de solide groei van het bbp en de particuliere consumptie, het grotere consumentenvertrouwen, de lage inflatie en de toegenomen beschikbaarheid van consumentenkredieten. In 2016 steeg de Spaanse detailhandelverkoop met 2,6% op jaarbasis. Verwacht wordt dat de verkoop van duurzame consumptiegoederen blijft groeien in 2017, zij het trager dan vorig jaar, door de verwachte vertraging van de groei van de particuliere consumptie en detailhandelverkoop, tot respectievelijk 2,2% en 1,1%.
- Het herstel van het vastgoedsegment had een positieve invloed op de verkoop op het vlak van woninginrichting. Ondanks een vertraging in de tweede helft van 2016, blijft de omzetgroei toch solide. De positieve vooruitzichten op het vlak van vastgoed doen vermoeden dat de meubelverkoop verder zal groeien in 2017.
- In 2016 steeg de verkoop van grote huishoudelijke apparaten (witgoed) met 3,8% in waarde. Een vertraging van de verkoop in de tweede helft van 2016 leidde tot lagere verkoopprijzen. In 2017 zou de omzet opnieuw moeten aantrekken, maar onder het niveau van 2016 blijven.
- De winstmarges in de detailhandel in duurzame consumptiegoederen bleven over het algemeen stabiel in 2016, na een stijging in 2015. Betalingen in de sector gebeuren na gemiddeld 60 à 90 dagen; ze kunnen echter oplopen tot meer dan 120 dagen, afhankelijk van de marktmacht van individuele retailers. Het betalingsgedrag in de sector was relatief goed in 2016; er worden geen grote veranderingen verwacht, aangezien de algemene prestatievoorzichten positief blijven. Ook het aantal insolventies bleef stabiel, er wordt geen grote toename van het aantal faillissementen verwacht.
- Ons acceptatiebeleid blijft positief tot neutraal voor alle deelsectoren, gezien de verdere groei die in 2017 wordt verwacht. De concurrentie op de markt blijft echter zwaar en de vertraging van de omzetgroei sinds de tweede helft van 2016 moet worden gemonitord. Ook blijft de sector sterk afhankelijk van consumentenkredieten. Het huidige economische herstel in Spanje blijft gevoelig voor tegenslagen in een volatieler internationaal klimaat.

Zweden



- De Zweedse retailsector is de voorbije jaren sneller gegroeid dan het nationale bbp en zal in 2017 naar verwachting met 3,5 % groeien, opnieuw dankzij de solide groei van de particuliere consumptie en de bevolking.
- De detailhandel in duurzame consumptiegoederen profiteerde van lage rentevoeten, een sterke trend op het vlak van woninginrichting en stijgende vastgoedprijzen. Het risico op een verslechtering van de vastgoedmarkt zou de groeivoorzichten voor het segment meubelen en huishoudelijke apparatuur in 2017 kunnen temperen.
- In 2017 zou de winst van retailers stabiel moeten blijven of licht dalen. Hoewel er nu minder prijzenoorlogen zijn in de detailhandel in elektronica, zijn er aanwijzingen voor een grotere concurrentie in de detailhandel in sportartikelen. Meubel- en mode-/textielwinkels kampen momenteel ook met een moeilijker bedrijfsklimaat als gevolg van de zware concurrentie. De volatiele wisselkoers heeft een zeker effect op importeurs en exporteurs van duurzame consumptiegoederen.
- Betalingen in de Zweedse detailhandel in duurzame consumptiegoederen gebeuren na gemiddeld 45 dagen. Het aantal wanbetalingen stijgt naar verwachting niet in 2017, terwijl het aantal insolventies zou moeten dalen na een toename van 4% in 2016.
- Vooral pas opgerichte bedrijven lopen meer risico op deze zeer competitieve markt. De bedrijfsvooruitzichten voor online retailers zijn doorgaans goed, aangezien er nog altijd groeimogelijkheden zijn in segmenten met een lage marktpenetratie. De Zweden kopen steeds vaker online en het online segment zou de komende jaren verder moeten groeien. Deze groeiende e-commerce en de verhuizing van winkels naar grote winkelcentra, weg van de steden, zal een invloed blijven hebben op de Zweedse detailhandel in duurzame consumptiegoederen.
- Net als in 2016 blijft ons acceptatiebeleid over het algemeen open voor huishoudelijke apparatuur, terwijl het neutraal blijft voor meubelen en textiel.



Vooruitzichten prestaties sectoren per land

April 2017

Landbouw Automotive/
Transport Chemie /
Farmacie Bouw / Bouw-
materialen Duurzame
consumptiegoederen Electronica /
ICT Financiële
diensten

	Landbouw	Automotive/ Transport	Chemie / Farmacie	Bouw / Bouw- materialen	Duurzame consumptiegoederen	Electronica / ICT	Financiële diensten
België							
Denemarken							
Duitsland							
Frankrijk							
Hongarije							
Ierland							
Italië							
Nederland							
Oostenrijk							
Polen							
Portugal							
Rusland							
Slowakije							
Spanje							
Tsjechië							
Turkije							
VK							
Zweden							
Zwitserland							
Brazilië							
Canada							
Mexico							
VS							
Australië							
China							
Hong Kong	N/A						
India							
Indonesië							
Japan							
Nieuw-Zeeland							
Singapore							
Taiwan	N/A						
Thailand							
VAE							

INHOUDSOPGAVE

UITGEBREIDE RAPPORTEN

MARKTPRESTATIES IN EEN
OOGOPSLAG

MARKTPRESTATIES
IN EEN FLITS

OVERZICHTSTABEL

SECTORPRESTATIES

Voeding Machines Metaal Papier Diensten Staal Textiel

Uitstekend

Goed

Redelijk

Matig

Slecht

INHOUDSOPGAVE

UITGEBREIDE RAPPORTEN

MARKTPRESTATIES IN EEN OOGOPSLAG

MARKTPRESTATIES IN EEN FLITS

OVERZICHTSTABEL

SECTORPRESTATIES

Sectorprestaties

Veranderingen sinds februari 2017

Europa

België

Staal



Verhoogd van redelijk naar goed

Het aantal kredietverzekeringsclaims daalde in het vierde kwartaal van 2016 en de sector profiteert van een toegenomen verkoop en hogere prijzen.

Tsjechië

Staal



Verhoogd van matig naar redelijk

Het aantal kredietverzekeringsclaims steeg minder dan oorspronkelijk verwacht, terwijl de vraag weer is hersteld, het voorraadbeheer is verbeterd en de marges zijn toegenomen na een herstel van de verkoopprijzen.

Duitsland

Chemie/Farmacie



Verhoogd van goed naar uitstekend

De meeste bedrijven boeken zeer positieve verkoopprestaties en solide winstmarges, terwijl het aantal insolventies in deze sector zeer laag is.

Nederland

Duurzame consumptiegoederen



Verhoogd van matig naar redelijk

Zie het artikel op pagina 9.

Voeding



Verhoogd van goed naar uitstekend

Metaal



Verhoogd van matig naar redelijk

Staal



Verhoogd van matig naar redelijk

Al deze sectoren profiteerden van het economische herstel en bedrijfsklimaat in 2016, en de vooruitzichten blijven gunstig. Het aantal insolventies is gedaald tot het niveau van voor de crisis.

Polen

Duurzame consumptiegoederen



Verhoogd van matig naar redelijk

Zie het artikel op pagina 16.

Slowakije

Staal



Verhoogd van matig naar redelijk

Het aantal kredietverzekeringsclaims steeg minder dan oorspronkelijk verwacht, terwijl de vraag weer is hersteld, het voorraadbeheer is verbeterd en de marges zijn toegenomen na een herstel van de verkoopprijzen.

Azië/Oceanië

Japan

Diensten



Verhoogd van redelijk naar goed

De sector human resources in de dienstensector profiteert van een tekort aan arbeid in Japan en er is een sterke vraag in het online advertentiesegment. De toename in het aantal toeristen dat Japan bezoekt zorgt voor een positief effect op de segmenten die gerelateerd zijn aan de reissector.

INHOUDSOPGAVE

UITGEBREIDE RAPPORTEN

MARKTPRESTATIES IN EEN
OOGOPSLAG

MARKTPRESTATIES
IN EEN FLITS

OVERZICHTSTABEL

SECTORPRESTATIES

Hebt u deze Market Monitor met interesse gelezen? Kijkt u dan ook eens op onze website www.atradius.nl. U vindt hier nog meer Atradiuspublicaties die zich richten op de mondiale economie, waaronder diepgaande landenrapporten, advies over creditmanagement en artikelen over actuele busnessttopics.

Actief op Twitter? Volg [@atradiusNL](https://twitter.com/atradiusNL) of zoek op [#marketmonitor](https://twitter.com/hashtag/marketmonitor) om up to date te blijven met de nieuwste versie.

Volg Atradius op Social Media



[@atradiusNL](https://twitter.com/atradiusNL)



[Atradius-Nederland](https://www.linkedin.com/company/atradius-nederland)



[atradiusNL](https://www.youtube.com/atradiusNL)

Atradius N.V.
David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam
Postbus 8982 · 1006 JD Amsterdam
Nederland
Tel.: 020 553 9111

info@atradius.nl
www.atradius.nl