



market monitor

Focus op de retail in duurzame consumptiegoederen/
non-food 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.

In deze uitgave...

Inleiding	Grotere verkoop maar geen grotere winst.....	4
Volledige rapporten		
Duitsland	Binnenlandse vraag blijft naar verwachting groot in 2016	5
Nederland	Sterkere groei in 2015, maar ongelijk verdeeld.....	7
Verenigd Koninkrijk	Marges blijven krap	9
Verenigde Staten	Verkoopstijging verwacht de komende jaren.....	11
Marktprestaties in een oogopslag		
Canada	Zwakkere kerstverkoop en waarschijnlijk tot betalingsachterstanden.....	13
China	Tragere, maar nog altijd sterke groei	14
Italië	Concentratieproces op de markt gaat verder	15
Polen	Invoering van een retailbelasting zou ondernemingen kunnen kwetsen	16
Marktprestaties in een flits		
	India, Indonesië, Spanje, Zweden, Vietnam.....	17
Overzichtstabel	Overzicht van de prestaties per sector en per land.....	20
Sectorprestaties	Veranderingen sinds februari 2016	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



Grotere verkoop maar geen grotere winst

In 2016 zouden de meeste retailmarkten voor duurzame consumptiegoederen verder moeten groeien; volgens de Economist Intelligence Unit zou de wereldwijde retailverkoop met 2,7% stijgen. Wat de verschillende regio's betreft, zal Azië opnieuw de sterkste groei van de verkoopvolumes op jaarbasis laten optekenen, dankzij de grote vraag in China en India, maar ook op middelgrote markten zoals Indonesië en Vietnam. Wat Noord-Amerika betreft, blijven de vooruitzichten voor de Amerikaanse retailsector positief, terwijl de situatie in Canada iets moeilijker ligt. De prestaties van de Europese retailers lopen nog altijd uiteen; sommige markten zoals Duitsland doen het goed, terwijl andere markten zoals Italië en Spanje nog altijd niet het niveau van voor de crisis halen.

De marges van wereldwijde retailers van duurzame consumptiegoederen blijven krap op de meeste markten. Ondanks de algemene heropleving blijven de meeste consumenten immers prijsgevoelig. Dat is niet alleen een overblijfsel van de vorige recessie, maar ook het gevolg van de steeds grotere uitdaging die online retailers vormen voor de traditionele winkels: door de transparante prijzen die online retailers bieden aan de consument, staan de marges in de hele waardeketen onder druk.

Net als in 2015 hangt het succes en de veerkracht van retailers van duurzame consumptiegoederen steeds vaker af van hun vermogen om nieuwe strategieën toe te passen, bijvoorbeeld online activiteiten te ontwikkelen en uit te bouwen en/of bijkomende diensten aan te bieden. Fysieke retailers lokken doorgaans ook meer bezoekers in langere verkoopseizoenen. Het valt te bezien hoe vooral kleine spelers met hun vaak zwakkere financiën de verdere uitdagingen in de zeer competitieve detailhandel in duurzame consumptiegoederen zullen aangaan.

Duitsland

- Binnenlandse vraag blijft naar verwachting groot in 2016
- Kleine spelers kunnen moeilijk op tegen marktleiders en e-commerce
- Geen negatieve trends op het vlak van betalingsachterstanden en insolventie



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 het Duitse Bureau voor de Statistiek steeg de omzet van de non-food detailhandel met 3,0% op jaarbasis in 2015; voor 2016 wordt een verdere groei verwacht. De Duitse detailhandel in duurzame consumptiegoederen profiteert van de solide economische prestaties van het land. Verwacht wordt dat de particuliere consumptie met 2,2% zal stijgen in 2016, tegenover 1,9% in 2015.

Volgens onderzoeksinstituut GfK steeg de verkoop van grote elektrische huishoudelijke apparaten met 4,4%, tot EUR 8,7 miljard in 2015, terwijl de verkoop van kleine elektrische huishoudelijke apparaten zelfs met 9,9% steeg tot EUR 4,2 miljard. GfK verwacht dat de verkoop van die producten zal blijven groeien in 2016, dankzij de lage inflatie, de brandstofprijzen en de solide arbeidsmarkt.

Wat de meubelsector betreft, noteerde de BVDM (de Duitse vereniging van meubelfabrikanten) een omzetstijging van meer dan 4% in 2015, tot EUR 32,6 miljard. Voor 2016 verwacht men dat de verkoop opnieuw boven de EUR 32 miljard zal uitkomen. De textielverkoop niverde echter in 2015, vergeleken met 2014.

In alle segmenten van de Duitse detailhandel voor duurzame consumptiegoederen is nog altijd een concentratieproces aan de gang; enkele grote winkelketens genereren het merendeel van de omzet. Kleine en middelgrote retailers kunnen dan ook moeilijk op tegen de snelgroeiende marktleiders. Tegelijkertijd kampen ze met de bijkomende druk van online retailers. Toetreden tot een grote aankooporganisatie is de beste manier voor kleine retailers om op deze zeer competitieve markt te kunnen overleven.

Duitsland: Detailhandel (autosector niet inbegrepen)

	2015	2016f	2017f
Bbp-groei (%)	1,7	1,8	1,6
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	3,1	1,9	1,7

Aandeel van de sector in de nationale economie (%)

3,9

Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)

1,4

Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)

-1,7

Exportgerichtheid

zeer laag

Concurrentie

hoog

Bronnen: IHS, Atradius

De betalingstermijnen bij de detailhandel in duurzame consumptiegoederen liggen nog altijd tussen de 30 en 120 dagen – en soms nog langer – naargelang de marktmacht van afzonderlijke retailers. Over het algemeen schommelen ze echter tussen de 30 en 60 dagen.

Tot dusver bleef het betalingsgedrag in de Duitse sector van de duurzame consumptiegoederen goed en stabiel. Gezien de positieve algemene vooruitzichten voor alle deelsectoren, verwachten we geen grote veranderingen. De insolventie in de sector is laag en er wordt in 2016 geen stijging verwacht.

We beschouwen de detailhandel in duurzame consumptiegoederen nog altijd als een sector met een gemiddeld risico. Ondanks de aanhoudende groei van de verkoop houden we de prestaties van kleine spelers nauwlettender in het oog. Die worden doorgaans meer blootgesteld aan risico's vanwege de buitengewone marktmacht van grote spelers. We zijn ook voorzichtiger bij segmenten die van de weersomstandigheden afhankelijk zijn, zoals de detailhandel in kleding en vrijetijdsartikelen.

We houden de groeiende concurrentie tussen online en fysieke winkels nauwlettend in het oog. Als gevolg van de prijstransparantie, die online retailers aan consumenten bieden, blijven de marges in de hele waardeketen onder druk staan.

In segmenten met een gestaag groeiend aandeel e-commerce (consumentenelektronica, elektrische huishoudtoestellen, kleding) proberen we tussentijdse cijfers te verkrijgen, zodat we voortdurend kunnen nagaan of debiteuren hun marge voldoende groot kunnen houden.

Wanneer bedrijven hun gestegen kosten niet kunnen doorberekenen aan klanten/consumenten of deze niet kunnen compenseren met besparingen elders, kunnen ze om langere betalingstermijnen vragen. We volgen het betalingsgedrag in alle sectoren op de voet en brengen onze cliënten onmiddellijk op de hoogte van elke achteruitgang.

Pas opgerichte bedrijven dekken we niet in hun eerste boekjaar, tenzij ze lid zijn van een bekende groep of een afsplitsing van een gevestigde onderneming zijn.

Duitse detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Veel gevestigde, financieel sterke familiebedrijven

Ervaren en betrouwbaar management



Zwakke Punten

Zware concurrentie voor fysieke winkels vanwege e-commerce

Sterk afhankelijk van consumentenvertrouwen

Bron: Atradius

Nederland

- Sterkere groei in 2015, maar ongelijk verdeeld
- Verdere druk op verkoopprijzen
- Aantal wanbetalingen blijft groot



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 het Nederlandse Bureau voor de Statistiek groeide de non-food detailhandel met 2% in 2015. De verkoopprijzen daalden echter met 0,7% en de verkoopcijfers lagen nog altijd 16% lager dan bij het begin van de economische crisis van 2008.

De groei was ongelijk verdeeld tussen de verschillende deelsectoren. Volgens CBS boekten winkels voor huismeubilair een omzetsijging van bijna 7%, dankzij de heropleving van de Nederlandse woningmarkt. De detailhandel in kleding groeide met 2%, maar had te kampen met dalende prijzen. Bedrijven die huishoudartikelen, consumentenelektronica en doe-het-zelf-artikelen verkopen boekten een omzetsdaling (met respectievelijk 5%, 3% en 2%).

De groeivoorzichten voor 2016 blijven positief; men verwacht dat de Nederlandse particuliere consumptie met 1,7% zal toenemen. Het meubel- en doe-het-zelfsegment zou moeten profiteren van de verdere heropleving van de Nederlandse woningmarkt.

Dat gezegd zijnde, blijft het bedrijfsklimaat naar verwachting uitdagend. Nederlandse consumenten blijven zeer prijsgevoelig en de groeiende marktmacht van grote spelers heeft voor een zware prijenslag gezorgd. In alle segmenten van de detailhandel blijft de concurrentie en de daaruit voortvloeiende druk op de prijzen groot. Ook zullen de winstmarges van veel bedrijven achteruit blijven gaan.

Tegelijkertijd hebben veel retailers een sterke hefboomwerking en zijn ze afhankelijk van bankleningen, terwijl de toegang tot bankkredieten beperkt blijft voor tal van bedrijven. Gebrek aan financiering was een belangrijke drijver voor de insolventies van enkele grotere non-food retailzaken per eind 2015 en begin 2016, zeker in de consumer electronics en textiel- en schoensegmenten.

De moeilijkheden voor veel Nederlandse fysieke retailers worden nog verergerd door de snelle toename van online shopping,

Nederland: detailhandel (autosector niet inbegrepen)

	2015	2016f	2017f
Bbp-groei (%)	2,0	1,7	1,8
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	1,0	1,5	1,8
Aandeel van de sector in de nationale economie (%)			3,0
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)			-2,1
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)			-1,7
Exportgerichtheid			zeer laag
Concurrentie			zeer hoog

Bronnen: IHS, Atradius

zowel wat het aantal verkopen als het verkoopvolume per klant betreft. In 2015 steeg de B2C internetverkoop met 20%. In 2014 shopten reeds 10,6 miljoen Nederlanders online – op een bevolking van circa 17 miljoen. Sommige grote online retailers bieden nu al een volledig assortiment duurzame consumptiegoederen aan als one-stop shop.

Een ander probleem is de veranderende demografie, dat wil zeggen de toenemende vergrijzing van de bevolking (in 2025 bedraagt het percentage 65-plussers meer dan 20%). Dat zal het winkelgedrag en de toekomstige behoeften van consumenten bepalen. Tegelijkertijd verschuift de bevolking in de richting van de groeiregio's Amsterdam en Rotterdam. Consumenten willen langere openingsuren om te kunnen winkelen wanneer dat hen past.

Het kan niet worden uitgesloten dat bedrijven die zich niet aan de veranderende winkelpatronen willen of kunnen aanpassen vroeg of laat zullen ophouden te bestaan. Deze trend zou vooral gevolgen kunnen hebben voor kleine retailers, die vaak de nodige financiële slagkracht missen om de nodige investeringen te doen.

Ons acceptatiebeleid blijft voorzichtig, gezien de bovenvermelde huidige en toekomstige uitdagingen voor de sector. Het wordt verwacht dat de niveaus van niet-betalingen en insolventies hoog zullen blijven in 2016, en verdere toename van faillissementen kunnen niet uitgesloten worden.

We besteden ruime aandacht aan de omzet en ontwikkeling van de marges van bedrijven, naast hun vermogen om online te verkopen. Gelet op de aanhoudende overcapaciteit, vooral in het segment van fysieke winkels, hangt de veerkracht en overlevingsmogelijkheid van non-food retailers steeds meer af van een succesvolle combinatie van offline (winkelvloer) en online verkoopkanalen. Ook wordt rekening gehouden met de locatie en openingstijden van retailers.

Nederlandse detailhandel in duurzame consumptiegoederen



Sterke Punten

Beter consumentenvertrouwen en
grotere particuliere consumptie in 2016



Zwakke Punten

Druk op marges blijft

Zeer competitief bedrijfsklimaat
Beperkte toegang tot leningen voor
kleine spelers

Bron: Atradius

Verenigd Koninkrijk

- Consumptie blijft groeien in 2016
- Marges blijven krap
- Betalingen gebeuren na gemiddeld 60 dagen



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 2015 groeide de Britse non-food detailhandel verder, dankzij de sterke stijging van de particuliere consumptie met meer dan 3%. Volgens het ONS, het Britse Bureau voor de Statistiek, werd in dit segment 4,5% meer gekocht en 2,6% meer uitgegeven, terwijl de gemiddelde winkelprijzen met 1,8% daalden.

De vooruitzichten voor de verkoop blijven goed; verwacht wordt dat de particuliere consumptie in 2016 met 3% zal stijgen. Deze trend kan echter gecompenseerd worden door een verdere daling van de verkoopprijzen.

Tijdens de laatste economische baisse kende de detailhandel een bijzonder moeilijk bedrijfsklimaat, met een scherpe toename van de insolventie. Veel bedrijven hadden daar geen antwoord op, vaak omwille van een niet-rendabele winkelportefeuille die de retailers niet konden downsizen.

In 2016 zou de druk op de marges kunnen toenemen, door de invoering van het leefbaar loon, dat tot £7,20 per uur zal stijgen in april 2016 en tot £9 tegen 2020.

Betalingen in de detailhandel voor duurzame consumptiegoederen gebeuren na 60 dagen en we verwachten geen sterke toename van de betalingsachterstanden in de nabije toekomst.

De detailhandel voor duurzame consumptiegoederen kent een gemiddeld percentage wanbetalingen/insolvabiliteit ten opzichte van andere Britse sectoren; we verwachten ook geen grote stijging. Door de zware concurrentie in de Britse detailhandel, het veranderende winkelgedrag, dat wil zeggen een stijgende prijsgevoeligheid en een groeiend percentage online detailhandel, zal de insolventie blijven toenemen.

**Verenigd Koninkrijk: detailhandel (autosector niet inbegrepen)**

	2015	2016f	2017f
Bbp-groei (%)	2,2	2,2	2,2
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	2,4	1,9	2,2

Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	5,5
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	2,0
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	1,0
Exportgerichtheid	laag
Concurrentie	hoog

Bronnen: IHS, Atradius

We handhaven ons neutraal acceptatiebeleid voor deze sector. Retailers zijn zich goed bewust van kredietverzekeringen en dus doorgaans bereid om vertrouwelijke financiële informatie mee te delen. Zo kunnen we de meest geïnformeerde beslissingen nemen.

Seizoensgebondenheid is een belangrijke factor in de detailhandel, vooral rond kerstmis. Daarom moedigen we onze cliënten actief aan om ruim op voorhand rekening te houden met seizoenspieken, zodat we aan hun vragen tegemoet kunnen komen.

Britse detailhandel in duurzame consumptiegoederen

Sterke Punten

Sterke vraag en consumentenvertrouwen**Goede investeringen in het multikanalen aanbod****Positieve economische vooruitzichten**

Zwakke Punten

Sommige delen van de markt zijn verzadigd**Evolutie van fysieke winkels naar online verkoop****Kwetsbaar voor plotselinge marktschokken**

Bron: Atradius

Verenigde Staten

- Verkoopstijging verwacht de komende jaren
- Volgens de prognoses zal de insolventieit nivelleren
- Meer problemen voor de segmenten elektronica en speelgoed



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 speelt een belangrijke rol in de Amerikaanse economie. Deze sector is namelijk goed voor ongeveer 2/3 van het bbp en biedt werk aan bijna 16 miljoen mensen. Vijf van de tien grootste retailers ter wereld zijn Amerikaans. De jaarlijkse verkoop steeg met 4,5% tussen 1993 en 2015.

De algemene vooruitzichten voor de Amerikaanse detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijven positief dankzij de solide particuliere consumptie, die met 3% zou groeien in 2016 en 2017, terwijl de inflatie laag zou blijven. Men verwacht dat de ingestelde vraag zal toenemen, door het toenemende consumentenvertrouwen, de relatief lage schuldenlast van de gezinnen en de dalende werkloosheid.

Verwacht wordt dat de totale bedrijfswinst van retailers in deze sector de komende maanden met 5,0%-6,5% zal stijgen, terwijl de inkomsten met 5%-5,5% zullen stijgen. De inkomsten van de

deelsector huishoudartikelen, apparatuur en meubilair zullen de komende maanden naar verwachting met 5-7% stijgen, terwijl de bedrijfswinst met 7-8% zou stijgen.

De consolidatie van de sector consumptieproducten en retail gaat verder in elk segment van de waardeketen. Het aantal fusies en overnames blijft groot, aangezien bedrijven hun stabiele marges en betere balansen in betere productenportefeuilles en een grotere geografische diversiteit willen omzetten.

Voorals retailers van elektronica en speelgoed blijven met zware concurrentie kampen. In beide segmenten is er een grote concurrentiedynamiek tussen online en fysieke retailers. Online verkopen zullen naar verwachting het snelst groeiende segment van de retailsector blijven en het retaillandschap helemaal veranderen. Verwacht wordt dat de kerstverkoop steeds meer zullen afhangen van Cyber Monday dan van Black Friday.

VS: detailhandel (autosector niet inbegrepen)

	2015	2016f	2017f
Bbp-groei (%)	2,4	2,2	2,4
Groei van de toegevoegde waarde van de sector (%)	3,0	3,1	0,0

Aandeel van de sector in de nationale economie (%)	4,7
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 3 jaar (%)	2,2
Gemiddelde groei van de sector over de afgelopen 5 jaar (%)	1,5
Exportgerichtheid	laag
Concurrentie	hoog

Bronnen: IHS, Atradius

Ondanks de overwegend goede vooruitzichten voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen, bestaat er altijd het gevaar dat de verkoopprijzen eronder kunnen leiden, wanneer de vraag onverwachts vertraagt en de concurrentie toeneemt. En terwijl mensen met een hoog inkomen geld blijven uitgeven, dankzij de winst die ze maken op de huizen- en aandelenmarkten, blijven consumenten met een gemiddeld inkomen voorzichtig.

Betalingen gebeuren na gemiddeld 90 dagen. De afgelopen maanden stelden we steeds meer wanbetalingen vast. We verwachten echter niet dat dit nog zal toenemen de komende maanden. De insolventie zal naar verwachting nivelleren in 2016.

Onze vooruitzichten voor de sector van de duurzame consumptiegoederen in het algemeen zijn enigszins conservatief te noemen. Ondanks het algemene herstel blijft deze sector namelijk kampen met een toenemende concurrentie en aanhoudende druk op de prijzen en marges. Bedrijven in deze sector moeten dan ook zorgvuldig worden beoordeeld en hun liquiditeit moet nauwlettend worden opgevolgd.

Sommige deelsectoren doen het beter dan andere: de sterke huizenverkoop zou de vraag naar meubilair en andere huishoudartikelen moeten ondersteunen, maar we blijven voorzichtig wat zeer competitieve segmenten zoals elektronica en speelgoed betreft.

Amerikaanse detailhandel in duurzame consumptiegoederen


Sterke Punten

Toenemende particuliere consumptie en dalende werkloosheid
Verkopers van huishoudartikelen zullen profiteren van de herstellende woningmarkt
Fusies en overnames blijven voor meer inkomsten en winst zorgen


Zwakke Punten

Laattijdige betalingen in de sector
Consumenten met een gemiddeld inkomen geven nog altijd niet graag geld uit

Bron: Atradius

Marktprestaties in een oogopslag

Canada

- Zwakkere kerstverkoppen leiden waarschijnlijk tot betalingsachterstanden en insolventie in 2016
- Retailers vragen om langere betalingstermijnen
- Betalingen worden na gemiddeld 90-120 dagen uitgevoerd



Na een groei van 4,6% in 2014 groeide de Canadese detailhandel in 2015 met 2,6% (tot CAD 505,5 miljard). In datzelfde jaar daalden de winstmarges echter. Ook zakte het Canadese consumentenvertrouwen in december 2015 tot het laagste niveau van de afgelopen twee jaar, wegens de toenemende bezorgdheid over de toestand van de Canadese economie (men verwacht dat het bbp met slechts 1,4% zal groeien in 2016). De detailhandel zou echter blijven groeien dankzij de lage inflatie en lage rentevoeten.

Door de globalisering van aankopen zijn in tal van segmenten de deuren opengegaan voor internationale en cloud/online retailers, vooral omdat Canada naast de VS ligt. Dat zorgde op zijn beurt voor meer concurrentie, winstdruk en nadelen voor bedrijven met een inefficiënte infrastructuur en zwakke kapitalisatie.

Betalingen in de Canadese detailhandel in duurzame consumptiegoederen worden na gemiddeld 90-120 dagen uitgevoerd. Het aantal betalingsachterstanden stabiliseerde in de tweede helft van 2015 – maar door de zwakkere verkoop in december zijn de voorraden waarschijnlijk groot en verwacht men dus meer achterstalligheid. Retailers vragen steeds minder om contante kortingen (vooruitbetalingen) bij leveranciers en eerder om langere betalingstermijnen, bijvoorbeeld om te mogen betalen wanneer de producten verkocht zijn. Dat kan het aantal betalingsachterstanden doen toenemen; maar omdat veel retailers hun voorraden strak onder controle houden (om overaanbod te voorkomen), zijn betalingsherschikkingen nog niet (zo) problematisch.

Volgens het Office of the Superintendent of Bankruptcy daalde de insolventie in de detailhandel met 3,9% in de periode

januari-november 2015, ten opzichte van het voorgaande jaar; van 511 naar 491 gevallen. Tegelijkertijd vroegen enkele grotere winkelketens echter om bescherming tegen hun crediteuren of faillissement of kondigden ze winkelsluitingen aan tussen het begin en midden van 2015. Men verwacht dat het aantal gevallen van insolventie in de detailhandel voor duurzame consumptiegoederen pas in 2016 zal nivelleren, gezien de winstdruk bij veel bedrijven, de zware concurrentie en de toenemende druk op fysieke winkels vanwege online retailers. Zwakke spelers die zich niet aan de veranderende marktomstandigheden kunnen aanpassen, kunnen grote problemen verwachten. De schuldenlast als gevolg van insolventie in de detailhandel zal toenemen door faillissementen van grote retailers.

Gelet op deze ontwikkelingen en de volatilité van het consumentenvertrouwen, blijft ons acceptatiebeleid neutraal tot voorzichtig. In het segment van de huishoudelijke apparaten zijn de meeste retailers grote, goed gekapitaliseerde bedrijven. In het meubelsegment staan we voorzigtiger ten overstaan van kleine spelers, omdat financiële gegevens moeilijker te verkrijgen zijn. In het textielsegment zien we dat bedrijven met een smalle specialisatie kwetsbaar zijn voor grote concurrenten met verschillende assortimenten, alsook online retailers. De afgelopen twee jaar waren er enkele faillissementen in deze deelsector. We verwachten dat de resterende marktspeelers veerkrachtiger zullen zijn en een betere kredietkwaliteit zullen hebben.

We houden economische problemen die een nadelige invloed op de prestaties van de sector kunnen hebben nauwlettend in de gaten, zoals een toenemende werkloosheid, de volatiele Canadese dollar, stijgende inflatie en/of andere nadelige economische trends waardoor het consumentenvertrouwen kan afnemen.

China

- **Tragere, maar nog altijd sterke groei**
- **Betalingsachterstanden zullen naar verwachting toenemen**
- **Stabiele winstmarges**



Tot 2014 boekte de Chinese detailhandel enkele jaren lang een sterke groei, dankzij het toenemende besteedbaar inkomen en de groeiende verstedelijking. In 2015 bleef de verkoop van duurzame consumptiegoederen in China groeien, maar trager; in 2014 had de overheid immers de kortingen voor huishoudtoestellen voor gezinnen op het platteland geschrapt. Bovendien waren consumenten door het teruglopende aantal vastgoedtransacties – het gevolg van de baisse op de vastgoedmarkt in 2014/2015 – nog minder geneigd om nieuwe apparaten te kopen, vooral grote apparaten.

Voor 2016 wordt een verdere daling van de groei verwacht, in het verlengde van de verwachte lagere economische groei en particuliere consumptie. De brutomarges in de sector van de duurzame consumptiegoederen schommelen tussen de 20%-30% en zouden de komende 6 maanden stabiel moeten blijven.

Enkele grote binnenlandse spelers blijven aan kop, dankzij hun ruime productassortimenten van grote en kleine apparaten, uitgebreide distributienetwerken over het hele land, sterke penetratie van kleinere steden en landelijke gebieden, en bekende merkreputatie onder lokale consumenten. De prijsconcurrentie is groot, vooral tussen online en offline retailkanalen.

Terwijl grote retailers van stabiele financieringskanalen genieten, kampen kleine, gelocaliseerde retailers met meer uitdagingen. Velen vertrouwen op officieuze kredietverstrekkers, soms zelfs op schaduwbanken. Veel online retailers staan zelf in voor hun financiering via durfkapitaal of private equity. Deze bedrijven proberen voordeel te halen uit lage prijzen om snel te groeien en zo meer investeerders aan te trekken.

Betalingen in de detailhandel voor duurzame consumptiegoederen worden na gemiddeld 60 dagen uitgevoerd en we verwachten dat de betalingsachterstanden de komende maanden zullen toenemen. Het aantal wanbetalingen/insolvabiliteit in deze sector is relatief laag, vergeleken met andere Chinese sectoren. We verwachten niet dat dit zal veranderen. We moeten private-owned retailers van duurzame consumptiegoederen met een hefboomwerking van meer dan 50% echter in het oog houden, gezien de kans dat hun lening niet verlengd wordt.

E-commerce blijft snel groeien in China; we moeten die bedrijven met een kleinschalige verkoop en klein vermogen, maar grote investeringen in hun online platformen dan ook op de voet blijven volgen. Dat kan immers een zware financieringsdruk tot gevolg hebben en, in het slechtste geval, insolvabiliteit indien daarop niet tijdig en efficiënt wordt gereageerd.

Ons acceptatiebeleid voor het segment van de huishoudelijke apparaten blijft over het algemeen open, omdat we verwachten dat de verkoop verder zal stijgen, vooral door de vraag naar vervanging en productupgrades. Als gevolg van technologische upgrades van consumententoestellen, zijn producten steeds vaker uitgerust met geavanceerde functies en kosten ze meer. Dat zal de komende jaren de waardegroei ondersteunen. Terwijl we neutraal staan tegenover het meubelsegment, hanteren we een restrictief acceptatiebeleid ten overstaan van de deelsector textiel, als gevolg van de overcapaciteit

Italië

- Bescheiden groei verwacht in 2016
- Concentratieproces op de markt gaat verder
- Bijzondere aandacht voor fraudeproblemen



Men verwacht dat de detailhandel in duurzame consumptiegoederen een bescheiden groei zal kennen in 2016, aangezien de particuliere consumptie met 1,4% zal stijgen. Zowel de vraag als de winstmarges zouden naar verwachting stabiel moeten blijven.

Wegens zijn afhankelijkheid van vastgoed, kromp de deelsector meubelen elk jaar tot 2014, ondanks de dalende verkoopprijzen (min 40% de afgelopen 6 jaar). In 2014 was er een heropleving, maar die volstond nog niet om de daling van de voorgaande jaren te compenseren.

In het segment huishoudelijke apparaten was er een bescheiden heropleving in 2015, deels dankzij enkele overheidsstimuli voor de vervanging van witgoed.

De zware concurrentie leidde tot marktaanpassingen: zwakke spelers met weinig financiële slagkracht zijn verdwenen, terwijl andere bedrijven voor een fusie met een sectorgenoot opteerden om te kunnen overleven. Men verwacht dat dit concentratieproces zal blijven duren tot een nieuw evenwicht op de markt is bereikt (vergeleken met andere EU-landen is de gemiddelde grootte van Italiaanse retailers zeer klein). Het percentage online verkopen neemt nog toe.

De betalingstermijnen liggen doorgaans tussen de 60 en 90 dagen. Het aantal betalingsachterstanden daalde in de tweede helft van 2015, maar zou de komende maanden moeten nivelleren. Voor 2016 wordt geen sterke toename van de insolventie verwacht.

Ons acceptatiebeleid voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijft over het algemeen voorzichtig, wegens de nog altijd beperkte heropleving van de particuliere consumptie en het feit dat kleine spelers vaak de kritieke massa missen voor hun voortbestaan op lange termijn in een zeer competitief klimaat.

Bijzondere aandacht wordt besteed aan fraudeproblemen in de detailhandel voor elektronica; sommige kleine kopers boeken zeer goede financiële resultaten en prestaties die niet de sectortrend volgen.

Polen

- Verdere groei verwacht in 2016
- Invoering van een retailbelasting kan de marges van ondernemingen kwetsen
- Betalingstermijnen bedragen gemiddeld 60 dagen



In 2015 groeide de detailhandel in duurzame consumptiegoederen verder, dankzij de sterke groei van het bbp (met 3,5%) en de sterke particuliere consumptie. Volgens het Bureau voor de Statistiek steeg de detailhandel in meubilair en huishoudelijke apparaten met 4,3% en de verkoop van textiel, kleding en schoenen met 8,2%.

Gezien de positieve economische vooruitzichten voor 2016 – het bbp en de particuliere consumptie zouden opnieuw met meer dan 3% moeten stijgen – verwacht men een verdere groei van de verkoop van duurzame consumptiegoederen.

Uit jaarrekeningen blijkt dat de winstmarges in 2015 stabiel bleven of iets daalden. Een marktaanpassing, ten gevolge van enkele grote faillissementen in 2013 en 2014 en de toenemende vraag, gaf de overige spelers voorlopig wat meer ademruimte.

Betalingen worden na gemiddeld 60 dagen uitgevoerd. Maar dat is sterk afhankelijk van het soort goederen – van 30 dagen voor elektronica en kleine apparaten tot 180 dagen voor grote apparaten. De afgelopen zes maanden daalde het aantal betalingsachterstanden; dat zou de komende maanden moeten nivelleren. De insolventiestrend ging er in 2015 verder op vooruit en verwacht wordt dat het aantal faillissementen van retailers van duurzame consumptiegoederen de komende maanden nivelleert.

De kloof tussen sterke en zwakke retailers van duurzame consumptiegoederen wordt echter groter. Later dit jaar of in 2017 kunnen we verdere problemen verwachten. Men verwacht dat de kosten voor bankleningen zullen stijgen als gevolg van nieuwe belastingen op banken.

Tegelijkertijd wil de overheid in 2016 een bijkomende belasting heffen op retailers, volgens de grootte van hun omzet. De precieze toepassing van deze belasting ligt nog niet vast, maar waarschijnlijk zullen alleen zeer kleine retailers hiervan worden uitgesloten, terwijl de geplande belasting van 0,7% tot 2% gevolgen zou hebben voor de winstmarges van middelgrote en grote retailers, gezien de zwakke rentabiliteit van de sector (minder dan 1% voor de meeste retailers van huishoudelijke apparatuur).

Ook is de export van huishoudelijke apparatuur gedaald sinds de wijziging van de btw-regels in juli 2015 en als gevolg van acties van fabrikanten, om de export door Poolse retailers te ontmoedigen (de verkoopprijzen in Polen liggen nog steeds lager dan in West-Europa, wegens de lagere persoonlijke inkomens).

Omdat de verkoop blijft groeien, maar ook gelet op de bovenvermelde uitdagingen, blijft ons acceptatiebeleid voor de detailhandel in duurzame consumptiegoederen neutraal.

Marktprestaties in een flits

India



- De verkoop van duurzame consumptiegoederen blijft sterk groeien. Volgens de India Brand Equity Foundation zou de verkoop in boekjaar 2016 goed zijn voor USD 12,5 miljard; in 2015 was dat nog USD 9,7 miljard. Ongeveer twee derde van de inkomsten zijn afkomstig van de stedelijke bevolking in India, dankzij het toenemende besteedbaar inkomen, gemakkelijk te verkrijgen leningen en toenemende populariteit van e-commerceplatformen.
- De winstmarges blijven naar verwachting stabiel in 2016, maar de concurrentie is zwaar. Indiase consumenten blijven zeer prijsgevoelig; de verkoopprijs blijft de belangrijkste factor bij aankopen.
- Hoewel het Indiase segment van fabrikanten van duurzame consumptiegoederen vooral door grote, financieel sterke spelers gedomineerd wordt, blijven veel retailers sterk afhankelijk van de financiering van hun werkkapitaal.
- Betalingen worden na 60 – 90 dagen uitgevoerd. Het betalingsgedrag in dit segment is doorgaans gemiddeld te noemen, in het segment van de kleine distributeurs zijn er meer betalingsachterstanden.
- Ons acceptatiebeleid voor grote fabrikanten van duurzame consumptiegoederen en winkelketens die financieel sterk staan of deel uitmaken van een grote groep, is over het algemeen open. We blijven echter voorzichtiger ten overstaan van kleine en middelgrote retailers; deze werken doorgaans met kleinere marges en kampen met verschillende leveranciers, een zwaardere concurrentie en volatiele prijzen. We blijven voorzichtig ten overstaan van bedrijven met een hoge hefboomwerking in dit segment. Naast financiële gegevens houden we ook rekening met de relatie tussen de klant en koper en de gevestigde commerciële ervaring.
- We zien veel verkeer in het e-commercesegment waar de blootstelling snel toeneemt en er veel uitdagingen blijven wat de toewijzing van capaciteit betreft.

Indonesië



- De Indonesische detailhandel in duurzame consumptiegoederen liet de voorbije jaren een sterke groei optekenen, dankzij de steeds grotere middenklasse met hun grotere koopkracht. In 2015 vertraagde de groei echter, door de zwakke economische groei en muntdevaluatie. Dat gezegd zijnde, verbeterde het consumentenvertrouwen in het begin van 2016, dankzij de lagere brandstofprijzen.
- De winstmarges van bedrijven blijven naar verwachting stabiel in 2016, na de zwakkere marges in de tweede helft van 2015. Hoewel de lagere olieprijs de logistieke en distributiekosten hielpen verlagen, wordt de markt overspoeld door lokale en buitenlandse spelers. De instroom van goedkope merken uit China heeft de concurrentie in het lagere en mid-densegment doen toenemen, terwijl bedrijven in het hoge segment zullen blijven groeien, zolang ze zich onderscheiden en zich op premium producten concentreren.
- De meeste kleine retailers van duurzame consumptiegoederen maken nog altijd gebruik van interne financiering of aandeelhouders voor hun werkkapitaal, terwijl middelgrote of grote ondernemingen gebruik maken van bankleningen. Banken zijn doorgaans bereid om leningen te geven aan bedrijven, vooral nadat de Centrale Bank begin 2016 de standaardrente verlaagde.
- Betalingen in deze sector worden na gemiddeld 30-60 dagen uitgevoerd. Het aantal betalingsachterstanden is vrij laag en het aantal wanbetalingen zou de komende maanden niet moeten toenemen.
- Ons acceptatiebeleid voor deze sector is over het algemeen open, maar we staan voorzichtiger tegenover kopers, wanneer financiële en kwaliteitsvolle informatie ontbreekt, bijvoorbeeld in verband met sterke steun van een groep.

Zweden



- De afgelopen vijf jaar groeide de Zweedse detailhandel in duurzame consumptiegoederen met ongeveer 2%, wat min of meer te vergelijken is met de groei van het nationale bbp. Men verwacht dat het Zweedse bbp met 3,2% zal groeien in 2016, en dat de particuliere consumptie hoog zal blijven.
- De bedrijfswinst zou stabiel moeten blijven. Hoewel de prijzenoorlogen in de elektronica-sector voorbij zijn, zijn er toch tekenen van een toegenomen concurrentie in de detailhandel in sportartikelen. Retailers van meubels en mode/textiel kampen momenteel met een moeilijker bedrijfsklimaat, als gevolg van de zware concurrentie. De volatiele wisselkoersen hadden ook gevolgen voor invoerders en uitvoerders van duurzame consumptiegoederen.
- Betalingen in de Zweedse detailhandel in duurzame consumptiegoederen worden na gemiddeld 45 dagen uitgevoerd. Het aantal wanbetalingen zal naar verwachting niet stijgen in 2016, terwijl de insolventie in dit segment met ongeveer 10% zou moeten afnemen.
- Vooral voor pas opgerichte bedrijven zijn de risico's groter op deze zeer competitieve markt. De vooruitzichten 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. Het dubbele effect van een toenemende e-commerce en de verhuizing van winkels naar grote winkelcentra buiten de stad zal de transformatie van de Zweedse detailhandel in duurzame consumptiegoederen blijven bepalen.
- We hanteren een over het algemeen open acceptatiebeleid voor huishoudelijke apparatuur, maar een neutraal acceptatiebeleid voor meubilair en textiel.

Spanje



- In 2015 liet de detailhandel in duurzame consumptiegoederen een positieve trend optekenen, met een sterke groei dankzij het economische herstel in Spanje, een fiscaal expansiebeleid, lagere olieprijsen en een bescheiden heropleving van de woningmarkt. Vooral de detailhandel in huishoudelijke apparatuur en meubilair profiteerden daarvan.
- De trend voor 2016 is ook positief, hoewel men een vertraagde groei van de retailverkoop verwacht ten opzichte van 2015, door aanslepende politieke problemen (geen enkele partij heeft de meerderheid in het parlement) en groeiende onzekerheid over de internationale economie. Hoewel de koopkracht erop vooruitgegaan is en de werkloosheid gedaald is, blijven deze verbeteringen vatbaar voor een terugval.
- In 2015 waren de financiële instellingen steeds vaker geneigd om leningen te geven aan retailers, maar sinds het begin van 2016 werden ze weer selectiever. De winstmarges in de sector van de duurzame consumptiegoederen namen doorgaans toe in 2015 en zouden stabiel moeten blijven in 2016.
- In 2015 was het betalingsgedrag in de detailhandel voor duurzame consumptiegoederen relatief goed. We noteerden een dalend aantal wanbetalingen en betalingsachterstanden in 2015; we verwachten dat het aantal betalingsachterstanden de komende maanden niet zal toenemen. Betalingen in de sector worden na gemiddeld 90 dagen uitgevoerd.
- De situatie op het vlak van insolventie is stabiel, er worden geen grote stijgingen van het aantal faillissementen verwacht.
- Ons acceptatiebeleid blijft neutraal voor alle grote deelsectoren van de detailhandel in duurzame consumptiegoederen. Ondanks de recente heropleving, blijft de concurrentie op de markt zwaar, en blijft het huidige economische herstel vatbaar voor tegenslagen. De sector blijft sterk afhankelijk van consumentenkredieten en de prestaties van nog altijd zwakke sectoren (bijvoorbeeld vastgoed en woningen).

Vietnam



- De vraag naar duurzame consumptiegoederen blijft toenemen in Vietnam, dankzij de groeiende middenklasse, stijgende levensstandaard, jonge bevolking en snelle verstedelijking.
- De groei prognoses voor 2016 blijven goed en de bedrijfswinst zou stabiel moeten blijven. Aanhoudende problemen met distributienetwerken en logistiek zouden het groeipotentieel echter kunnen drukken. De concurrentie is zwaar en neemt nog toe, terwijl lokale spelers te maken krijgen met steeds meer grote buitenlandse spelers, bijvoorbeeld uit Frankrijk, Zuid-Korea en de VS.
- Veel lokale retailers van duurzame consumptiegoederen hebben een hoge hefboomwerking, maar de banken zijn doorgaans bereid om leningen te verstrekken.
- Betalingen in deze sector worden na gemiddeld 30-60 dagen uitgevoerd. Betalingen in deze sector vertragen soms, maar niet in die mate dat het een wanbetaling wordt. Het aantal wanbetalingen zou de komende maanden niet moeten stijgen.
- Ons acceptatiebeleid voor deze sector is over het algemeen erg open. Bij onze beslissingen vertrouwen we vooral op jaarrekeningen en onze ervaring in deze sector.

Vooruitzichten prestaties sectoren per land

Maart 2016

	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

UITGEREIDE RAPPORTEN

MARKTPRESTATIES IN EEN
OOGOPSLAG

MARKTPRESTATIES
IN EEN FLITS

OVERZICHTSTABEL

SECTORPRESTATIES

Voeding	Machines	Metaal	Papier	Diensten	Staal	Textiel

Uitstekend

Goed

Redelijk

Matig

Slecht



Sectorprestaties

Veranderingen sinds februari 2016

Europa

Nederland

Metaal



Verlaagd van redelijk naar matig

Staal



Verlaagd van redelijk naar matig

De Nederlandse staal- en metaalindustrie kampt met lagere verkoopprijzen als gevolg van de vertraging van de economie in China en het grotere aanbod van goedkope Chinese metaal-/staalproducten in Europa. Een ander probleem is de lagere vraag naar staal en metalen vanwege de olie- en gassector.

Verenigd Koninkrijk

Metaal



Verlaagd van redelijk naar slecht

Staal



Verlaagd van matig naar slecht

Beide sectoren hebben te lijden onder de lage staalprijsen op internationaal vlak, die te wijten zijn aan de toegenomen export vanuit China. Samen met de hoge bedrijfskosten op de Europese markt heeft dit tot een moeilijk handelsklimaat voor Britse metaal- en staalbedrijven gezorgd. Vooral staalproducenten moeten al enkele jaren hun kosten zien te beperken omwille van de steeds hogere energie- en milieukosten.

Noord- en Zuid-Amerika

Brazilië

Duurzame consumptiegoederen



Verlaagd van matig naar slecht

Elektronica/ICT



Verlaagd van matig naar slecht

De aanhoudende recessie heeft het aantal kredietverzekeringsclaims in beide sectoren sterk doen stijgen.

Papier



Verlaagd van redelijk naar matig

Tal van bedrijven in deze sector gaan er sterk op achteruit door de hoge energieprijzen.

Verenigde Staten

Machines/Engineering



Verlaagd van goed naar redelijk

Bedrijven in deze sector boeken minder omzet omdat er minder vraag is naar machines vanuit de landbouw-, mijnbouw- en energiesector.

Azië/Oceanië

Japan

Machines/Engineering



Verlaagd van goed naar redelijk

Deze sector heeft te lijden onder de dalende vraag vanuit China. Vooral de deelsectoren bouw en industriële machines worden hierdoor getroffen.

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