

VENDITE AL DETTAGLIO IN GERMANIA: UN'USCITA DAL BLOCCO MOLTO LENTA

24 April 2020

AURÉLIEN DUTHOIT

Senior Sector Advisor

aurelien.duthoit@eulerhermes.com

La Germania è stato il primo grande mercato retail europeo ad eliminare a livello nazionale le restrizioni sui "negozi non essenziali" il 20 aprile, ponendo fine alla chiusura obbligatoria di cinque settimane della maggior parte dei negozi non alimentari. Mentre la mossa è benvenuta per i proprietari di negozi rimasti con zero fatturato ma bollette e scadenze da pagare, crediamo che il settore sia tutt'altro che fuori pericolo. Tenendo conto delle dimensioni del segmento, della stagionalità e delle restrizioni, riteniamo che questa chiusura di cinque settimane di negozi non essenziali può aver costato ai rivenditori tedeschi un fatturato di 26 miliardi di euro.

Un'uscita a due velocità dal blocco. Una delle caratteristiche principali dell'uscita progressiva dal blocco è l'esclusione dei negozi con una superficie superiore a 800 metri quadrati, una decisione contrastata dal più grande ente commerciale del paese (HDE). Poiché le dimensioni medie dei negozi variano notevolmente da un segmento all'altro, si prevede che questa limitazione introdurrà un riavvio a due velocità del settore del commercio al dettaglio. Guardando i dati strutturali sulla superficie del commercio al dettaglio tedesco, troviamo che i rivenditori di mobili sono i più soggetti a soffrire della limitazione con una dimensione media del negozio di circa 1.400 metri quadrati. I grandi magazzini, con una media di 730 metri quadrati, sono al limite così come i rivenditori di elettronica (370 metri quadrati), anche se in misura minore. Nel complesso, troviamo che i segmenti con una dimensione media dei negozi inferiore agli 800 mq rappresentano oltre l'80% del fatturato dei negozi non essenziali.

Preservare la liquidità è la priorità numero uno. Il ritorno alla normalità sarà molto progressivo, con un allontanamento sociale e norme igieniche rigorose che probabilmente dureranno mesi, e la fiducia dei consumatori al minimo. Le misure di sostegno per aiutare le aziende a superare le loro esigenze di finanziamento saranno di fondamentale importanza, così come un attento monitoraggio dei flussi di cassa:

- I rivenditori dovranno innanzitutto finire le scorte e sbloccare il capitale immobilizzato prima di effettuare nuovi ordini. I beni acquistati rappresentano in media circa i due terzi delle spese dei rivenditori, con inventari che vanno dai 40 ai 120 giorni di attività normale tra la grande distribuzione e i vari segmenti. In alcuni settori, anche se pochi, le scorte si deprezzano molto rapidamente (moda, fiori...) e i dettaglianti sono più a rischio di rimanere a corto di liquidità.
- Poiché l'affollamento dei negozi si riprenderà solo gradualmente, è probabile che i proprietari di negozi utilizzino il Kurzarbeit (lavoro a orario ridotto) il più a lungo possibile. Il costo del lavoro, inclusi i contributi sociali, rappresenta in media circa il 15% della spesa totale.
- Per quanto riguarda gli affitti (in media il 5% della spesa totale),

si riscontra che molti conduttori cercano di negoziare i termini o di posticipare il pagamento dell'affitto, anche per le situazioni più floride. La dimostrazione viene dal Regno Unito e dagli Stati Uniti dove i pagamenti puntuali degli affitti sono crollati nelle ultime settimane.

Figura 1 - Top 10 dei segmenti merceologici non essenziali in Germania e superficie media dei negozi

Segment	Average store surface	Estimated 2019 turnover (EUR bn)
Clothing	268	47
Furniture	1,416	32
Information and communication equipment	161	30
Paints, varnishes, building and DIY material	1,365	21
Cosmetic and toilet articles	259	18
Audio and video equipment	371	15
Sporting equipment	215	14
Goods from non-special. stores, non-food predom.	731	13
Flowers, plants, seeds, fertilisers, pet animals	244	11
Electrical household appliances	155	11

Fonti: Euler Hermes, calcoli Allianz Research, Destatis

Figura 2 - Spese dei 10 principali segmenti di beni non essenziali in Germania (% del totale)

Segment	Purchase of goods	Personnel inc. soc. contributions	Rents and leases	Others
Clothing	54%	19%	11%	16%
Furniture	57%	16%	6%	21%
Information and communication equipment	71%	15%	3%	11%
Paints, varnishes, building and DIY material	64%	19%	7%	10%
Cosmetic and toilet articles	67%	15%	6%	12%
Audio and video equipment	76%	11%	3%	10%
Sporting equipment	67%	15%	5%	12%
Goods from non-special. stores, non-food predom.	53%	19%	8%	20%
Flowers, plants, seeds, fertilisers, pet animals	60%	22%	6%	12%
Electrical household appliances	67%	17%	3%	13%

Fonte: Euler Hermes, Allianz Research, Destatis

Queste valutazioni sono, come sempre, soggette alla dichiarazione di non responsabilità fornita di seguito.

DICHIARAZIONI PREVISIONALI

Le dichiarazioni contenute nel presente documento possono includere prospettive, dichiarazioni di aspettative future e altre dichiarazioni previsionali che si basano su opinioni e ipotesi attuali della direzione e comportano rischi e incertezze noti e sconosciuti. I risultati, le prestazioni o gli eventi reali possono differire materialmente da quelli espressi o impliciti in tali dichiarazioni previsionali.

Tali deviazioni possono sorgere a causa, a titolo esemplificativo, (i) cambiamenti delle condizioni economiche generali e della situazione competitiva, in particolare nei mercati del Gruppo Allianz e non, (ii) andamento dei mercati finanziari (in particolare volatilità del mercato, liquidità ed eventi creditizi), (iii) frequenza e gravità degli eventi di perdita assicurata, anche derivanti da catastrofi naturali, e sviluppo delle spese di perdita, (iv) livelli e tendenze di mortalità e morbilità, (v) livelli di persistenza dei fenomeni osservati, (vi) entità delle inadempienze creditizie, in particolare nel settore bancario, (vii) livelli dei tassi di interesse, (viii) tassi di cambio tra cui il tasso di cambio Euro / Dollaro, (ix) modifiche delle leggi e dei regolamenti, comprese le normative fiscali, (x) impatto delle acquisizioni, inclusi i relativi problemi di integrazione, comprese le misure di riorganizzazione e (xi) fattori competitivi generali, da considerarsi su base locale, regionale, nazionale e / o globale. Molti di questi fattori possono essere più probabili o avere conseguenze più accentuate a causa delle attività terroristiche e delle loro conseguenze.

NESSUN DOVERE DI AGGIORNARE

La società non assume alcun obbligo di aggiornare le informazioni o dichiarazioni previsionali contenute nel presente documento, salvo eventuali informazioni che devono essere divulgate dalla legge.