

## Studio sui bilanci dei retailer italiani del bricolage (2012-2014): crescono i grandi, calano i piccoli

Competitive Data - società di consulenza strategica di marketing e ricerche ed analisi di mercato, che supporta le aziende nei processi di analisi, valutazione e scelta delle decisioni più efficaci per crescere - ha completato l'analisi dei bilanci dei primi 192 distributori di prodotti per bricolage per il triennio 2012-2014, e li ha messi a confronto con la media settoriale e i top performer per 31 indicatori economici e finanziari.

Il settore nel suo complesso registra ricavi in crescita del 5,0% nel 2014, ma con andamenti differenti all'interno delle singole classi di fatturato; le aziende con fatturato inferiore ai 10 mln di euro flettono del 5,3%, quelle con fatturato compreso tra 10 e 50 mln di euro crescono del 3,6%, mentre il cluster di aziende con fatturato superiore ai 50 mln di euro cresce del 8,2%. Aggregando i bilanci delle società che realizzano nel settore una quota superiore al 50% dei ricavi si ottiene il bilancio somma settoriale, con i valori medi di riferimento con cui confrontare le performance aziendali. La foto del 2014 mostra un anno positivo sul fronte redditività, dove si è assistito a una crescita dell'ebitda medio, +11,4%, e una stabilità della marginalità media, data dal rapporto ebitda/vendite, pari al 2,8%. Scendendo più nel dettaglio sono in crescita molti indicatori di redditività a partire dal ROI, in crescita dal 1,5% del 2013 al 2,7% del 2014, il ROA passato dallo 0,5% del 2013 allo 0,9% del 2014, e il ROS passato dallo 0,4% del 2013 allo 0,6% del 2014. Le



aziende top performer, quelle che all'interno del bilancio somma ottengono performance superiori alla media, presentano una dinamica simile, ma una marginalità superiore e in crescita, passata dal 3,3% del 2013 al 4,1% del 2014.

L'analisi dell'area finanziaria mostra sensibili aree di miglioramento. Il rapporto d'indebitamento medio (leverage) torna a crescere, raggiungendo nel 2014 un valore pari a 4,2. La crescita di tale indicatore non è un

fattore positivo, in quanto denota un incremento dell'indebitamento da parte delle imprese analizzate, che registrano debiti complessivi superiori a 4 volte il patrimonio netto. Rimane stabile l'indice di liquidità pari a 0,4, valore che comporta una situazione di squilibrio finanziario; valori superiori a 1 indicano come nella media le aziende siano capaci di far fronte alle passività a breve termine con le attività a breve termine e le scorte di magazzino.

Se si guarda alla ripartizione dei ricavi per area geografica di appartenenza sono le aziende della Lombardia ad esprimere la leadership consolidata con il 54,0% dei ricavi, seguite da Veneto e Lazio entrambe con il 9,0%. Le crescite maggiori, e statisticamente rilevanti, fatte registrare nel 2014 spettano alle aziende dell'Emilia Romagna +17,2%, e Lazio +12,3%.

Per richiedere il report, completo e personalizzabile, maggiori informazioni su [www.competitivestore.it/distribuzione-di-prodotti-per-bricolage](http://www.competitivestore.it/distribuzione-di-prodotti-per-bricolage).

### Vendite al dettaglio: la ripresa dei consumi c'è, ma è lentissima!

Secondo i dati Istat, pubblicati il 25 gennaio 2016, a novembre 2015 l'indice destagionalizzato del valore delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) aumenta dello 0,3% rispetto a ottobre 2015. Nella media del trimestre settembre-novembre 2015, il valore delle vendite registra una variazione nulla rispetto al trimestre precedente. L'indice grezzo del valore del totale delle vendite diminuisce dello 0,1% rispetto a novembre 2014, mentre nei primi undici mesi del 2015, il valore delle vendite segna un aumento tendenziale dello 0,8%. Con riferimento allo stesso periodo, il valore delle vendite per i non alimentari mostra variazioni positive dello +0,6%. L'indice in volume delle vendite al dettaglio registra una variazione positiva rispetto a ottobre 2015 (+0,3%) e una variazione negativa rispetto a novembre 2014 (-1,0%). Nel trimestre settembre-novembre 2015 il volume delle vendite registra una diminuzione dello 0,2% rispetto ai tre mesi precedenti.