

Bratislava, 3. novembra 2021

Kedy sa vráti maloobchod do normálu?

Protipandemické opatrenia tvrdo zasiahli aj retailové reťazce, najmä odevy a segment luxus. Podiel e-commerce vzrástol, ale maloobchod čelí ďalším nástrahám.

Maloobchod, s výnimkou predaja potravín a drogérie, sa tiež dopadom pandémie nevyhol. Najmä opatreniami jednotlivých krajín týkajúcimi sa obmedzovania predajného času, či priamo dočasného uzatvárania obchodov. Ako ukazuje najnovšia analýza nadnárodnej spoločnosti Coface, vplyv pandémie na sektor sa však v jednotlivých krajinách a segmentoch veľmi líši. *„Aj keď niektoré krajiny v roku 2020 zaznamenali nižší maloobchodný predaj, v iných bol efekt nulový a dokonca v severoeurópskych krajinách mala koronakríza na maloobchod pozitívny efekt. Vplyvy sú tiež rôzne podľa segmentov, no najviac zasiahnuté boli obchody s oblečením,*“ konštatuje generálny riaditeľ Coface pre Slovenskú republiku a Česko Ján Čarný. Nadnárodná spoločnosť je globálnym lídrom v poistení pohľadávok firiem a manažovaní ich kreditného rizika.

Kto sa prvý spamätá

Ako vyplýva z údajov Coface, COVID-19 by už mal mať obmedzený vplyv na maloobchodný sektor, pričom najviac postihnuté segmenty sa zotavia hneď, akonáhle sa situácia zlepší. *„Prekážkou úplného zotavenia maloobchodného sektora už v roku 2021 by mohlo byť pokračujúce prerušenie námornej dopravy, ktoré spôsobuje problémy s dodávkami, a tiež vyššia inflácia,*“ konštatuje Ján Čarný. Ako sa pridáva ekonóm spoločnosti Coface Erwan Madelénat, napriek tomu, že maloobchodný sektor bol zasiahnutý krízou COVID-19 (zatváranie obchodov, nárast online nákupu), dokázal by sa rýchlo a plne zotaviť, nebyť prerušenia odvetvia dopravy a vyšších cien komodít. *„Vyššie sadzby a ceny komodít, ako aj dlhšie dodacie lehoty tlačia ceny nahor v celom dodávateľskom reťazci a spôsobujú nedostatok tovaru, čo je skutočnou hrozbou pre sektor a čo môže oddialiť jeho úplné zotavenie,*“ komentuje Erwan Madelénat.

Dopad retailu sa v krajinách líši

V mnohých krajinách obchody pocítili pokles maloobchodných tržieb už počas prvého lockdownu na jar 2020, situácia tržieb za celý rok 2020 je tak kontrastnejšia. Coface si všimol tri kľúčové body: *„Tým prvým je fakt, že COVID-19 mal v niektorých krajinách negatívny vplyv na tržby retailu, ale slabší, ako sa očakávalo,*“ konštatuje Ján Čarný. Väčšina krajín tak zaznamenala v maloobchode v 2. štvrtroku 2020 pokles tržieb, ale zotavil sa a vplyv bol počas nasledujúcich lockdownov už slabší. *„Faktom ale je, že v niektorých krajinách sa tento vplyv pandémie na maloobchodný sektor nedostavil,*“ podotýka. Prekvapivo, v niektorých krajinách sa počas pandémie retail dokonca posilnil, najmä v severnej Európe. *„Hlavným dôvodom je, že severoeurópske krajiny majú v lete zvyčajne „turistický deficit“, keď z týchto krajín vycestúva viac ľudí, ako do nich cestuje. Vlni mali tieto krajiny kvôli obmedzeniam cestovania viac spotrebiteľov ako obvykle,*“ vysvetľuje Ján Čarný. Situácia sa tiež mení v závislosti od segmentov - maloobchodníci s textilom a odevmi patria medzi najpostihnutejšie pandemiou. *„Obchody s oblečením*

sa stali najčastejšie terčom protikaranténnych opatrení z dôvodu uzatvárania prevádzok. Keďže väčšina ľudí pracovala z domu, impulzov na nákup oblečenia bolo menej," podotýka Ján Čarný. Podľa údajov Coface sa predaj v obchodoch s oblečením vlani znížil v členských krajinách EÚ o 24 % a v USA dokonca o 29 %. „Očakáva sa však, že tieto tržby sa zlepšia, akonáhle sa situácia zlepší. Na plné zotavenie vplyva viacerých faktorov. Ak budú firmy pokračovať v home office svojich zamestnancov aj po pandémie, tržby sa naplno neobnovia," upozorňuje Ján Čarný.

Samozrejme, obchody s potravinami zaznamenali počas pandémie najvyšší rast. Za rok 2020 to bolo +4 % v eurozóne a +11 % v USA. Dôvodom bol nákupný ošiaľ spotrebiteľov a ich nadmerné predzásobovanie sa, ako aj zatváranie reštaurácií.

Hoci je retail zvyčajne odolnejší voči krízam, pandémia predstavuje vážnu výzvu najmä pre segment luxusu, a to nielen z dôvodu uzatvárania prevádzok, ale aj cestovným obmedzeniam. Vlani len v prvom polroku počas prvej vlny pandémie kvôli karanténe klesli tržby LVMH o 27 %, Kering ich mal nižšie o 30 % a Hermès o 25 %. Hoci majú opäť rastúcu trajektóriu, zotavenie nemusí byť rovnomerné, závisieť bude od značky.

E-commerce vzrástol, ale...

Analytici Coface sa pozreli aj na vplyv e-commerce na pokles tržieb retailu, keďže počas pandemických opatrení mnohí spotrebiteľia vo svete uprednostnili nákup cez internet, resp. ten bol jedinou možnosťou nakupovania. „Trend rastu e-commerce na úkor kamenných pobočiek nie je nič nové, no rast za rok 2020 bol oveľa silnejší než obvykle, a preto z neho mali viac prospech spoločnosti elektronického obchodu, ako napr. Amazon, než tradiční predajcovia. Hoci aj tí investovali do infraštruktúry online predaja, napríklad Walmart," podotýka Ján Čarný. V roku 2020 sa čisté tržby Amazonu zvýšili o 38 % na 386 miliárd USD. V prípade spoločnosti Walmart sa celkové tržby počas roka zvýšili o 6,7 %, zatiaľ čo tržby z elektronického obchodu sa v rovnakom období zvýšili o 79 %. V eurozóne bol objem online predajov v roku 2020 v priemere o 23 % vyšší ako v roku 2019.

Celkovo sa tak rast podielu elektronického obchodu v maloobchode zvýšil vlani v EÚ o 2,4 percentuálneho bodu po raste +0,6 pb v roku 2019. V Číne bol rast ešte výraznejší, +4,8 pb v roku 2020 po +1,6 pb v roku 2019 a v USA +2,7 pb v roku 2020 po +1,3 pb rok predtým. No kým prvý lockdown priniesol aj vrchol tržieb v EÚ, USA či Kanade, následne tržby z e-commerce začali mierne klesať. „Hoci podiel online predaja na maloobchodných tržbách bude pokračovať a je možné, že prípadná ďalšia vlna pandémie by ho opäť zvýšila, z dlhodobého hľadiska naň bude mať pandémia obmedzený vplyv," podotýka Ján Čarný.

Vplyv cien za logistiku

Zvýšenie cien za prepravu však bude tlačiť na spotrebiteľské ceny, pretože výrobcovia a maloobchodníci časť zvýšenia nákladov prenášajú na ceny. Maloobchodný sektor by teda mohol byť ovplyvnený problémami v preprave a vyššími cenami komodít, tento účinok však tiež nemusí byť homogénny. Viac sa dotkne predajcov odevov, pretože ich dopyt je silne elastický. Podobne môže spotrebiteľský sentiment ovplyvniť aj inflácia.



P R E S S R E L E A S E

KONTAKT PRE MÉDIÁ:

Slávka Boldocká - 0918805510, slavka@mediamedia.sk

Coface: for trade – Stavíme obchod spoločne

70 rokov skúseností a precízne vybudovaná sieť urobili spoločnosť Coface ikonou v oblasti úverového poistenia, riadenia rizík a globálnej ekonomiky. S ambíciou stať sa najúspešnejším globálnym obchodným poisťovacím partnerom v priemysle, odborníci spoločnosti Coface pracujú v rytme svetového hospodárstva a podporujú 50 000 klientov pri budovaní úspešných, rastúcich a dynamických podnikov. Služby a riešenia skupiny chránia a pomáhajú spoločnostiam prijímať kreditné rozhodnutia s cieľom zlepšiť ich schopnosť predávať na domácom aj exportnom trhu. V roku 2017 spoločnosť Coface zamestnávala ~4 100 ľudí v 100 krajinách a zaznamenala obrat vo výške 1,4 miliardy EUR.

www.coface.com

COFACE SA. je kótovaná na Euronext Paris – Compartment A
ISIN: FR0010667147 / Ticker: COFA

