



# ROZLICZENIA NA RYNKU

Analiza branż  
w I półroczu 2021

Towarzystwo Ubezpieczeń  
Euler Hermes S.A.



# Sektor spożywczy



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Wyniki – produkcja i sprzedaż na rynku krajowym jak i na eksport świadczą o dużej odporności branży na kryzys
- Wg. GUS w I kwartale br. sprzedaż żywności, napojów i wyrobów tytoniowych była niższa niż przed rokiem (zwłaszcza styczeń–luty, marzec powolne odwrócenie trendu)
- Spływ należności nie jest tak jednoznacznie pozytywny, co więcej...
- W I kwartale br. średnia wartość trudnych długów wzrosła z 4% w pandemicznych miesiącach 2020 do 5%
- DSO całego sektora spożywczego również wydłużył się w I kwartale 2021 o dalsze 2–3 dni do średnio ok. 55 dni
- Dla porównania – w 2019 roku DSO spadło z 55 do średnio 50 dni, trudne długi były zaś na poziomie niewiele przekraczającym średnio 2% wartości należności (obecnie 5%)
- Wyraźne zróżnicowanie sytuacji pomiędzy poszczególnymi branżami. Najbardziej ucierpiały sektory z dużym udziałem sprzedaży do HoReCa, np. przemysł mięsny (ostatnio zwłaszcza sektor wołowiny), drobiarski i napojów (w tym alkoholi czy kawy/herbaty – spadki sprzedaży r/r)
- Napoje – wzrost trudnych długów o 30% r/r, faktyczna skala przeterminowań i strat jest większa, ale pozornie redukuje ją wydłużenie obiegu należności. DSO wydłużył się w I kwartale 2021 do 80–90 dni (z 35–50 w I połowie ub. roku). Sam termin kredytu kupieckiego to na koniec I kwartału ok. 50 dni!
- Produkcja podstawowych art. spożywczych (uprawy i hodowcy) jest w kryzysie, jakiego nigdy nie widzieliśmy w statystyce niewypłacalności – w I kwartale aż 57 producentów! Problemom ze zbytem towarzyszyły wyższe koszty produkcji (zboża, energia, paliwa)
- Duże spadki cen np. pod koniec 2020 roku średnie ceny sprzedaży drobiu były o 15–20% niższe niż rok wcześniej
- W ślad za tym problemy firm zaopatrujących ich w pasze, nawozy, maszyny i świadczące specjalistyczne usługi

# 57

LICZBA  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
PRODUCENTÓW  
ART. SPOŻYWCZYCH

\* w I kwartale 2021 wg. MSiG

## 50 DNI

ŚREDNI TERMIN  
KREDYTU KUPIECKIEGO

## 55 DNI

ŚREDNIE DSO

## +30%

WZROST POZIOMU  
TRUDNYCH DŁUGÓW  
W SEKTORZE NAPOJÓW



# Sektor spożywczy



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Odporność na zawirowania – oprócz stałości popytu także krótsze, bardziej lokalne (krajowe) łańcuchy dostaw w produkcji podstawowych produktów spożywczych



Dobre wyniki eksportowe – wzrost o ok. 7% w 2020 – konkurencyjność cenowa ma obecnie jeszcze większe znaczenie



Rynek unijny to 80% eksportu polskiej żywności, ale w 2020 rósł też (+17% r/r) eksport na rynki trzecie – osiągnął 6,8 mld Euro (ogółem 34 mld euro)



Rośnie popyt na produkty: ekologiczne, roślinne (białko roślinne – groch etc.) oraz produkty funkcjonalne – prozdrowotne



Zamknięcie HORECA – jeszcze większy wpływ kanału nowoczesnego, dyskontów na wyniki producentów żywności (nie zawsze pozytywny – niska elastyczność cenowa przy mającym miejsce wroście cen art. podstawowych, np. ryb, zbóż etc.)



Wielu dostawców dopiero w 2021 próbuje renegocjować umowy z handlem nowoczesnym – dzielić się z nim ryzykiem wzrostu cen



Ceny cukru wzrosną, bo drożeje produkcja, a zapasy są małe

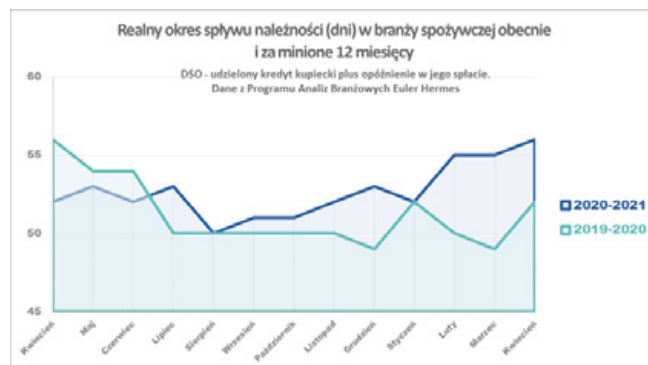
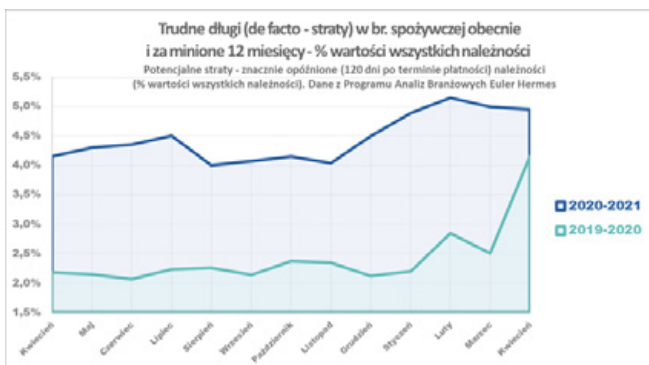


Przetwórcy mięsa również upadają, pomimo sprzyjających im niskich cen skupu – zmiany w zwyczajach (spożyciu mięsa), koncentracja zakupów oraz w eksporcie (utrudnienia po Brexicie) wymuszają koncentrację przetwórstwa wyrobów mięsnych



Oprócz ograniczeń działalności hotelarsko-gastronomicznej (HoReCa) dodatkowe trudności, które dotknęły sektor bezpośrednio jak i pośrednio (obiorycy – handel):

- ASF, ptasia grypa
- niekorzystne zmiany w otoczeniu regulacyjnym (opłata cukrowa, dopłata do alkoholu sprzedawanego w opakowaniach do 300 ml, podatek handlowy, podatek reklamowy)
- podwyższenie płacy minimalnej do 2800 zł
- opłata energetyczna
- Brexit, projekt „czeskich póltek”



# Handel detaliczny



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Sprzedaż detaliczna w I kwartale 2021 – wzrost r/r o 1,2%
- Odreagowanie (po ubiegłorocznych głębokich spadkach) w sprzedaży tekstyliów, odzieży, obuwiu, samochodów.
- Kontynuacja a nawet przyspieszenie wzrostów w dobrach trwałego użytku (meble, RTV, AGD)
- Nadal niższa niż przed rokiem była sprzedaż w grupie farmaceutyki, kosmetyki, paliwa
- Niezależnie od koniunktury na swoje produkty wszyscy dostawcy i producenci z kategorii FMCG powinni zwracać uwagę na to, jak gwałtowna zmiana popytu i zwyczajów zakupowych Polaków w ciągu minionego roku wpłynęły na kondycję sklepów: spadek rentowności wyraźnie odbija się na regulowaniu zobowiązań wobec dostawców – niewypłacalności hurtowni
- Wzrost niewypłacalności odpowiednio dla detalu i hurtu to 28–31% r/r w pierwszych dwóch miesiącach. W marcu – dramatyczny, ponad 100% r/r skok niewypłacalności w handlu
- Pomimo stabilnego popytu na żywność i niewypłacalności w styczniu i lutym (a zapewne i spora część z marca) były efektem drugiego, jesiennego zamknięcia gospodarki – ale co istotne zgłaszane zazwyczaj w czasie jej otwarcia na początku roku
- Duża presja marżowa – dalszy wzrost kosztów (płace – minimalna 2800 zł obecnie), energii, rosnące obciążenia podatkowe), wzrost płac
- Problemy części odbiorców skłoniły producentów do skracania kredytu kupieckiego (np. niektóre kategorie spożywcze czy kosmetyki) w trosce o należności, także w szczycie – IV kwartale...
- Dobry dostęp do finansowania, ale jednocześnie zwiększenie liczby opóźnień w płatnościach (problemem są małe i średnie kwoty)
- Wzrost konsumpcji nie zapobiegł postępującej koncentracji i kłopotom nie tylko małych, ale także największych dystrybutorów detalicznych (hipermarkety – przykładem zastąpienie Tesco mniejszym formatem Netto). Pytanie, czy dokona tego podatek handlowy
- Rosnąca liczba niewypłacalności hurtowni – co dziwne towarów cieszących się popytem w detalu: FMCG (w tym żywności), ale także dóbr trwałego użytku (wyposażenie mieszkań) czy inwestycyjnych (budownictwo – pomimo niezłej koniunktury w sektorze i rozgrzanego rynku mieszkaniowego)

# +1,2%

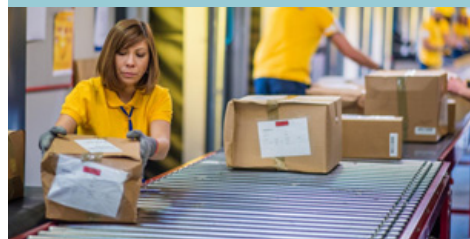
WZROST SPRZEDAŻY  
DETALICZNEJ

# +28–31%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
w styczniu i lutym 2021

# +100%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
w marcu 2021



# Handel detaliczny



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Sektor najbardziej (obok usług) dotknięty kwarantanną – drastycznym ograniczeniem popytu



Sprzedaż na rynku detalicznym zakończyła rok 2021 (bez kolejnych zamknięć) wzrostem na poziomie 4%–5%, ale to wszystko oznacza powrót do poziomu z 2019



Wzrost handlu online w kolejnym lockdownie – w marcu stanowił 9,5% sprzedaży detalicznej ogółem. Największy udział – tekstylia i obuwanie (ponad 30%) oraz książki/prasa (1/4). Nie wszystkie produkty dobrze sprzedają się online (jeśli w ogóle) – np. alkohole



Według szacunków wartość rynku e-commerce na koniec 2020 sięgnęła 100 mld zł



Podział handlu wg sektorów wskazuje na dobry, stabilny wzrost sprzedaży detalicznej żywności. Głównymi zwycięzcami są dyskonty (+7,7% w 2020 r. I +7,9% prognozowane na 2021 r.) – korzystające na łczeniu zakupów, rosnąc dzięki temu także w kategoriach detergentów, kosmetyków, odzieży, zabawek itd.



Sprzedawcy sprzętu AGD, RTV i IT zanotowali dwucyfrowe wzrosty w IV kwartale 2020, zarówno dla tych z czystym modelem on-line, jak i dla tych omnichannel. Kontynuacja a nawet przyspieszenie tempa wzrostu r/r w I kwartale



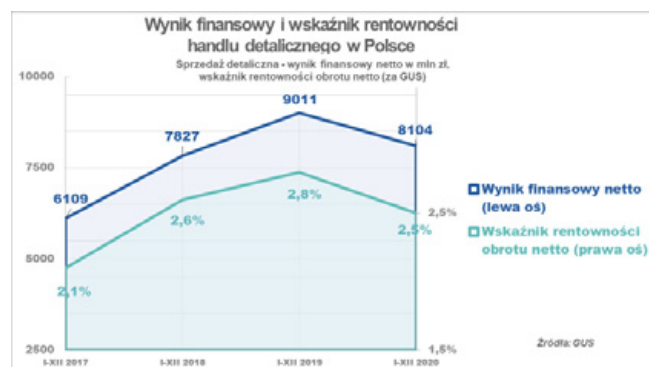
Narodowa, trzecia już kwarantanna w okresie III–IV wptynęła na kondycję łpiących powoli wiatr w żagle detalistów, zwłaszcza tych stawiających na sprzedaż w galeriach handlowych (odzież, obuwanie, wyposażenie mieszkań)



Zapowiedzi (kwiecień) regulacji ustawowych wpływających na podzielenie się kosztami lockdownów /strat przez najemców w galeriach handlowych z ich właścicielami. Nieznany schemat propozycji, wątpliwości prawne (potencjalne pozwy przeciw państwu)



Największym przegranym w 2020 był wyraźnie sektor obuwniczy i odzieżowy, druga blokada zniweczyła ich nadzieje na pokrycie przynajmniej części strat w okresie świątecznym. Początek 2021 też nie był najlepszy – opinie o stracie dwóch kolejnych sezonów (marzec – odbicie, trudno wyrokować jego trwałość)



# Produkcja mat. budowlanych



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- ⤷ Dobra kondycja finansowa firm budowlanych – lepszy start przed sezonem, większa odporność na oczekiwane przez inwestorów upusty – powrót do wyższych cen usług (po zatamaniu w II poł. 2020)
- ⤷ Szybki wzrost wiosną kosztów w budownictwie: prac (1 roboczogodzina 39 zł netto za prace niemetryczne), materiały budowlane również drożeją w tempie szybszym niż jesienią ub. roku
- ⤷ Wzrost kosztów paliw i pracy większy niż cen sprzętu i narzędzi budowlanych, co może ulec zmianie w szczycie sezonu
- ⤷ Jeszcze w 2020 r średnie podwyżki cen materiałów budowlanych były o połowę niższe niż inflacja, która w grudniu wyniosła 2,4%
- ⤷ Przez pierwsze dwa miesiące, w porównaniu z analogicznym okresem 2020, ceny wzrosły średnio o 2,3%, dynamika wzrostu cen przyspieszyła w marcu
- ⤷ Poziom trudnych długów producentów materiałów budowlanych w stosunku do wszystkich ich należności wahał się w przedziale 6,5–8,5% (nieznacznie tylko niżej od średniej rentowności dla produkcji wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych)
- ⤷ Średni wskaźnik PMI dla hurtowników budowlanych w I kwartale 2020 r. był w przedziale 41–49 pkt (na 100) – jest to wciąż niski poziom, sugerujący środki mające chronić należności dostawców
- ⤷ W statystyce niewypłacalności za I kwartał 2021 roku było 48 firm wobec 32 w tym samym okresie ub. rok – wzrost liczby niewypłacalności o 50%
- ⤷ Połowa niewypłacalności to firmy wznoszące budynki, a więc aż połowa to wykonawcy różnych prac specjalistycznych – budowy dróg i autostrad, ale także towarzyszących im instalacji wodno-kanalizacyjnych, oświetleniowo-elektrycznych, rurociągów etc.
- ⤷ Są to efekty pewnego spowolnienia budownictwa w drugiej połowie ub. roku, także z powodu pandemii – mimo, iż budownictwa nie dotykał lockdown, to realizacja kontraktów wydłużała się i pociągła za sobą dodatkowe koszty, które rzadko rekompensowane są w całości przez inwestora

# +50%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
PRODUCENTÓW  
MAT. BUDOWLANYCH

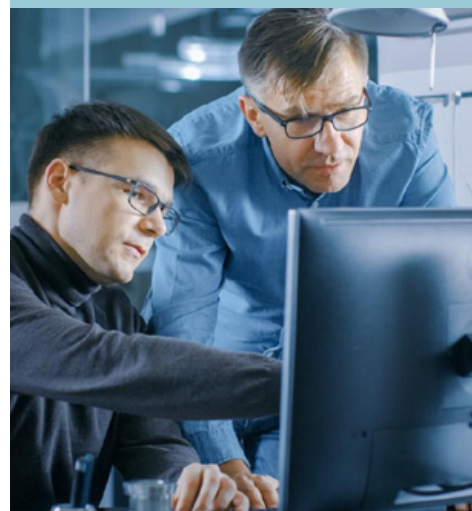
# 41–49 PKT.

ŚREDNIA WARTOŚĆ  
WSKAŹNIKA MORALNOŚCI  
PŁATNICZEJ PMI

# +2,3%

ŚREDNI WZROST  
CEN MAT. BUDOWLANYCH

w styczniu i lutym 2021, r/r



# Produkcja mat. budowlanych



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Budownictwo nie ucierpiało tak bardzo, jak inne sektory w tym usługi, ale efekty kryzysu dotrą do branży z pewnym opóźnieniem – trudno będzie zapętnić portfel zamówień na przyszłe prace



Wyniki finansowe poszczególnych spółek w 2021 będą silnie powiązane z wielkością firmy, strukturą portfela zamówień oraz rodzajem prowadzonej działalności



W segmencie nie mieszkaniowym (inwestycje prywatne) wiele decyzji zamrożono w 2020 i trwa to w 2021 – możliwy spadek rynku o ponad 10%



Krajowa produkcja budowlano-montażowa w okresie styczeń-marzec br. była o 13,2% niższa niż w analogicznym okresie ub. roku (wobec wzrostu o 5,8% przed rokiem)



Utrzymanie wysokich nakładów na inwestycje publiczne w sektorach drogowym, kolejowym, energetycznym i hydrotechnicznym, jednocześnie osłabienie klimatu inwestycyjnego w samorządach oraz w części segmentu prywatnego



Braki surowca – w tym materiałów drewnopochodnych (rekordowy popyt na tarcicę i pochodne ze strony USA) – wpływają na plany produkcyjne i ceny wyrobów (m.in. stolarka drzewiowa) – obawy pogorszenia konkurencyjności a nawet kondycji firm



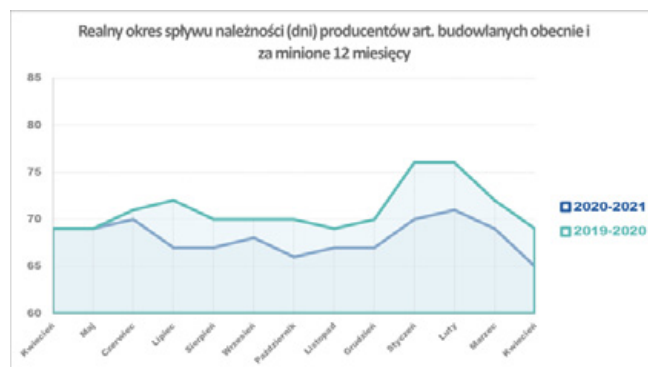
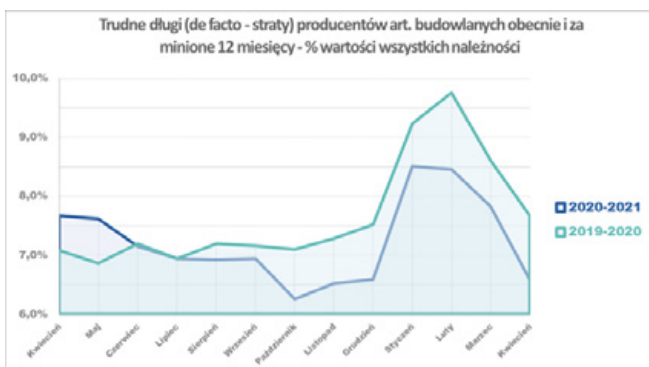
Produkcja obniżyła się r/r w I kwartale we wszystkich działach budownictwa, najwięcej w przedsiębiorstwach specjalizujących się w budowie budynków: -18,9%



Optymizm związany z przyjęciem nowej puli środków unijnych na lata 2021–2027 – wyraźna poprawa sytuacji na rynku spodziewana jest w latach 2022–2023



Ceny zakupów w stolarce to blisko 50% wartości technicznego wytworzenia (TKW) – wzrost cen np. płyt MDF o 70% odczują nie tylko producenci, ale i branża budowlana, remontowa, deweloperzy oraz konsumenci



# Produkcja mat. budowlanych



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Wzrost cen rzutuje również na prace infrastrukturalne – w formule „projektuj i buduj” – w br. znacząco wzrosły cen asfaltu i stali zbrojeniowej, na rentowność wykonawców wpływają też podwyżki cen paliw



Sytuacja geopolityczna – np. aktualne wydarzenia na Białorusi bardzo mocno wpływają na stronę popytową (mniej inwestycji, deprecjacja waluty, inflacji mocno odbijają się na wynikach firm eksportujących na Białoruś)



Obecnie – mało nowych przetargów kolejowych, ale też drogowych



Przeszkodą są koszty zatrudnienia oraz wciąż rosnące ceny materiałów (ich produkcja hamowała wolniej niż innych sektorów, a nawet w ogóle w niektórych kategoriach)



Oficjalna narracja – budownictwo nie ucierpiało na pandemii, nie wstrzymano prac, brak opóźnień



Jednocześnie od listopada widać, iż się tendencja nieco zmienia się i są już oferty przewyższające budżet zamawiającego (drogi) a przedział cenowy kształtuje się na poziomie 80%–140% kosztorysu zamawiającego. Istotne jest, czy są to kontrakty typu projektuj (dodatkowe 12 miesięcy) i buduj (24–36 miesięcy)



Spadająca ilość zleceń, walka ceną o nowe zlecenia (co zagrazi rentowności ich wykonawców), już wyraźnie gorsza płynność wykonawców MSP – w skrócie mało pocieszające perspektywy dla dostawców w budownictwie



Tendencja w I połowie 2020 była niepokojąca – niektóre przetargi rozstrzygano przy 50%–60% ceny szacowanej przez zamawiającego (infrastruktura drogowa) – nieco lepsza sytuacja była po stronie infrastruktury kolejowej – 65%–75% ceny zamawiającego



Niepewna rentowność wykonawców – cena robocizny (obecnie dostępna duża ilość podwykonawców – mniej prac na rynku, oferta podwykonawcy nieco niższa cenowo) – mało realny scenariusz ich utrzymania do ich zakończenia/realizacji finalnej za 2 lata



# Dystrybucja mat. budowlanych



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Od stycznia do kwietnia ceny wzrosły średnio o 4,2%, czyli już prawie trzykrotnie więcej niż rok temu
- Średni wzrost cen materiałów r/r wynosił na przełomie I i II kwartału 4,2–5%, ceny wzrosły w 19 grupach (spośród 20) – tempo wzrostu trzykrotnie większe niż przed rokiem. Najszybciej drożały wiosną płyty MDF/OSB
- Ceny budowy w budownictwie mieszkaniowym są w I kw. o 7,5–8,4% wyższe niż przed rokiem (tempo z lat ubiegłych, czyli 8–9% rocznie)
- Opinie wykonawców – ceny stali rozregulowują rynek, „sytuacja wymknęła się spod kontroli” – co może wpłynąć na rentowność kontraktów i terminowość rozliczeń
- Przychody dystrybutorów materiałów budowlanych w 2020 roku rosły r/r od 3% do 8%, a nawet więcej (w zależności od wielkości i asortymentu)
- Bilans pierwszego kwartału to o 50% większa r/r liczba niewypłacalności firm budowlanych
- Mimo iż niewypłacalne nie były duże firmy budowlane, o obrotach idących w setki milionów złotych i więcej, to na tle reszty niewypłacalnych firm były one średnio większe, o obrotach kilku–kilkudziesięciu milionów złotych
- Sezonowość branży – ale nawet po jej uwzględnieniu wzrost wartości trudnych długów w lutym i marcu o 2–3% w stosunku do I kw 2020 – zapewne efekt pewnego spowolnienia w produkcji budowlano-montażowej z końcówki ubiegłego roku (przy niskiej sile finansowej wykonawców – braku zakumulowanego kapitału, co przekłada się na rozliczenia z dystrybutorami)

# +50%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
FIRM BUDOWLANYCH

r/r

# 4,2–5%

ŚREDNI WZROST CEN  
MATERIAŁÓW  
W BUDOWNICTWIE

I/II kwartał 2021, r/r

# +7,5–8,4%

WZROST CEN BUDOWY  
W BUDOWNICTWIE  
MIESZKANIOWYM

r/r



# Dystrybucja mat. budowlanych



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Trend jednoczesnego wzrostu cen surowców, ptac, energii i stali spowodować może nie spowolnienie w budownictwie jako wartość/skalę produkcji budowlanej, ale wpłynie znacząco na rentowność wykonawców/ nabywców materiałów budowlanych, maszyn, usług towarzyszących (jak transport)



Gorąco na rynku deweloperskim – tylko w marcu tego roku zaczęli budować ponad 17,8 tys. mieszkań, o 63% więcej niż przed rokiem



Zgodnie z oczekiwaniami spadł udział w produkcji budowlano-montażowej ogółem budynków niemieszkalnych (o 3,5 p.proc. do 32,3%), przy wzroście udziału budynków mieszkalnych (o 1,1 p.proc. do 22,2%)



W 2020 oddano 222 tys. mieszkań – najwięcej od 1979 roku



Marże (wykonawców) w I kwartale nieznacznie spadły, ale zamówienia rosy a obroty w większości branż są wyższe niż średnia z ub. roku. Zleceń jest dużo w branży murarskiej, zbrojeniowej i instalacyjnej



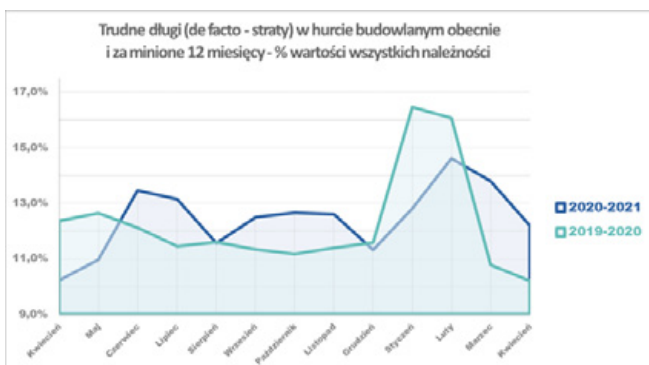
Pogorszenie kondycji finansowej małych i średnich podwykonawców oraz mniejszych wykonawców na poziomie regionalnym, duży wykonawcy – zwiększona konkurencja cenowa



Popyt na usługi remontowe i termomodernizacyjne – nie tylko efekt home office, ale także wzrostu cen energii, który ma postępować – o 40% w ciągu najbliższych kilku lat



Obroty nie rosną jedynie w branży ogrodzeń i podłóg, relatywnie niskie marże mają zaś producenci izolacji i elewacji (~24%)



# Transport drogowy



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Transport drogowy jest raczej wyłączonej z systemu dotacji (oprócz „tarczy antykryzysowej”) i nie oczekuje się, że zmieni się to w perspektywie średnioterminowej
- Pomoc skierowana bezpośrednio do segmentu transportu drogowego: karencja w leasingu operacyjnym oraz wydłużony czas rejestracji sprowadzonego pojazdu – mało w stosunku do strat związanych z pandemią
- Wartość trudnych długów wciąż wyższa niż w porównywalnym okresie sprzed pandemii i utrudnień – w I kwartale i na początku kwietnia wynosiła średnio 3,5–5% wartości należności wobec maks. 2,5% przed rokiem
- Liczba niewypłacalności firm transportowych wzrosła r/r o 88% w I kwartale br., w tym firm przewozów osób. Pociągało to za sobą problemy dystrybutorów m.in. części oraz sprzętu transportowego
- W 2020 wolumen przewozów ładunków spadł w Polsce o 6,8%, wg. GDKiA transport drogowy w I kwartale już rósł (ruch ciężarówek w lutym i w marcu), ale wg. GUS nastąpiło jedynie spowolnienie tempa spadku – transport drogowy zmniejszył się o 2,8% r/r. Spodziewana jest poprawa w 2021 – ruch i liczba przewozów drogowych trwale wzrosnie. Rósł już r/r wolumen przewozów kolejowych
- Zdecydowana poprawa w popycie na przewozy towarowe powinna być już widoczna w II kwartale, także na drogach
- Liczba pasażerów systematycznie rośnie od pięciu miesięcy, jednak w marcu odnotowano spadek w stosunku do poprzedniego roku, kiedy ograniczenia w przemieszczaniu nie obowiązywały jeszcze w pełni

# +88%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
FIRM TRANSPORTOWYCH

r/r

# 3,5–5%

WARTOŚĆ TRUDNYCH  
DŁUGÓW W TRANSPORCIE

w I kwartale 2021

# 2,5%

WARTOŚĆ TRUDNYCH  
DŁUGÓW W TRANSPORCIE

w I kwartale 2020



# Transport drogowy



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Pandemia najmocniej uderzyła w przewoźników pasażerskich. Szczególnie tych, którzy współpracowali z branżą turystyczno-eventową



Rośnie poziom regulacji sektora, rosną koszty (ustawa o systemie monitorowania drogowego transportu towarowego, elektronicznym rejestrze naruszeń i ryzyku utraty licencji itp.)



Transport lotniczy i kolejowy – nawet w przypadku pogorszenia się rentowności firmy mogą liczyć na pomoc państwa (LOT, PKP – quasi monopol państwowy) – chociaż LOT gotowy na upadłość kontrolowaną (przeniesienie majątku i pracowników do innej firmy)



W następstwie wiosennego zamykania granic i wprowadzonych ograniczeń w liczbie pasażerów – poważny problem mają również firmy świadczące przewozy osób na regularnych liniach



Brexit – wzrost liczby wymaganych dokumentów oraz przestojów na granicach i kosztów związanych z tymi realiami



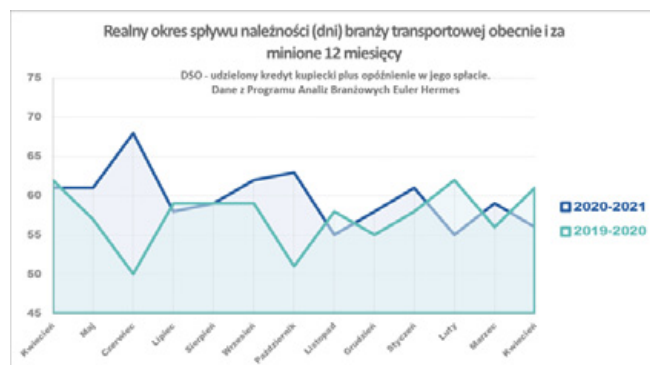
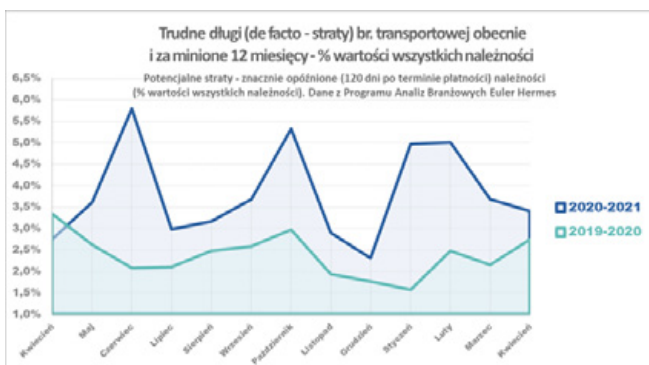
Kolej – zwiększenie inwestycji publicznych, również hojna perspektywa UE na lata 2021–2027 (ekologia)



Obciążenie kosztami stałymi przy minimalnych lub zerowych przychodach – rentowność działalności jest ujemna



Wydatki motywowane ekologią: redukcja emisji CO<sub>2</sub> w transporcie o 20% już do 2025 roku, zakaz ruchu diesli w miastach, unijne regulacje dotyczące międzynarodowego transportu drogowego



# Branża usługowa



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Usługi – odczuwają nie tylko skutki zamknięcia (drugiego jak i trzeciego) gospodarki, ale także kryzysowych budżetów samorządów, firm i konsumentów
- Najwyższy wzrost liczby niewypłacalności w całej gospodarce w usługach – aż o +174% r/r na koniec I kwartału 2021
- Niewypłacalne w tym okresie było 218 firm usługowych wobec 78 przed rokiem
- Bardzo zróżnicowany profil firm z problemami – nie tylko HoReCa
- Na przykład – ograniczenie wydatków samorządów jak i przedsiębiorstw na utrzymanie czystości i zieleni wywołuje widoczną grupę niewypłacalnościach firm zajmujących się tymi właśnie pracami, jak również usługami ochrony czy utrzymania czystości w budynkach
- Pogorszyła się koniunktura w sektorach usług dla firm – widoczne ich oszczędności: niewypłacalności w pośrednictwie pracy, usługach doradczych, księgowych. Dużo gotówki na rynku – problemy firm pośrednictwa finansowego
- Oszczędności konsumentów to m.in. niewypłacalności prywatnych placówek przedszkolnych (trzy niewypłacalności w skali miesiąca), medycznych (zwłaszcza stomatologii czy medycyny estetycznej) czy napraw samochodów (mniej jeździmy, oszczędzamy – zaczynają upadać warsztaty samochodowe, w marcu cztery)
- Problemy budownictwa w końcówce ub. roku i przerwie zimowej przeżyły się w niewypłacalności firm wynajmujących sprzęt budowlany i środki transportu
- Problemy usług w sposób najbardziej oczywisty dotkniętych lockdownem przez zawieszenie działalności: gastronomia, firmy eventowe i cateringowe, beauty (fryzjerstwo, kosmetyka)
- Podawany przez GUS wskaźnik rentowności obrotu netto gastronomi i zakwaterowania na początku roku -7,7% (po drugim, a jeszcze przed trzecim lockdownem), po uwzględnieniu wakacji lepiej, ale daleko od ideału: -3,4% za okres I-IX (wobec +8% w 2019)

# +174%

WZROST LICZBY  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
FIRM Z BRANŻY  
USŁUGOWEJ

na koniec I kwartału 2021, r/r

## 218

LICZBA NIEWYPŁACALNYCH  
FIRM USŁUGOWYCH

na koniec I kwartału 2021

## 78

LICZBA NIEWYPŁACALNYCH  
FIRM USŁUGOWYCH

na koniec I kwartału 2020



# Branża usługowa



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Lockdown praktycznie do połowy maja – pomimo odłożonego popytu, wyczekiwania klientów na otwarcie gastronomii i innych usług wiele firm nie miało i szybko nie będzie mieć wystarczającej siły finansowej do pokrycia długów wynikających z dotychczas ponoszonych kosztów stałych



Wzrost kosztów zatrudnienia – przekwalifikowanie w międzyczasie m.in. pracowników gastronomii, obecnie problemy nawet ze znalezieniem pracowników wraz z otwarciem



Dyskusyjna głębokość – realna finansowa siła odłożonego popytu na usługi poza aspektem psychicznym (nie w aspekcie oszczędności, ale powszechności skłonności do ponoszenia wydatków)



Wciąż wiele firm/biur pracuje w trybie zdalnym, nie rośnie zatrudnienie grup osób zwolnionych w ub. roku (młodzi pracownicy – umowy „śmieciowe”), brak powrotów do dużych aglomeracji osób które je opuściły w ub. roku (młodzi pracownicy, studenci)

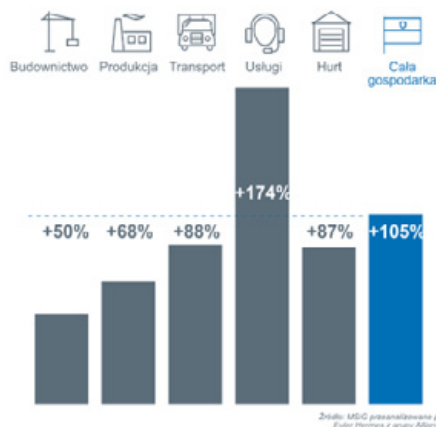


Duży wzrost cen usług turystycznych – kwestia popytu, a nie korzystania z subsydiów publicznych w postaci tzw. bonu turystycznego

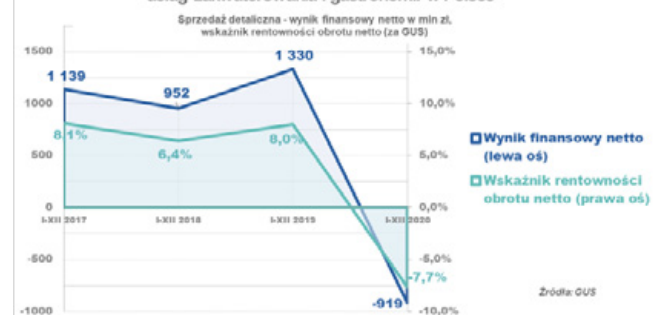


Szukanie możliwości dodatkowych przychodów – catering zaczął dostarczać dania do handlu, hotele na większą skalę organizować imprezy zamknięte (komunie etc.)

Zmiana liczby niewypłacalnych firm (r/r) w poszczególnych sektorach w I kwartale 2021



Wynik finansowy i wskaźnik rentowności usług zakwaterowania i gastronomii w Polsce



# Farmacja



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Świadoma polityka sprzedażowa – ciąg dalszy efektywnego monitorowania okresu obiegu należności, a obecnie także już trudnych długów
- Co istotne – pomimo dużego popytu związanego z pandemią (m.in. leki OTC), nie ma poprawy r/r w porównaniu do I kwartału 2020, czyli sprzed pandemii
- Wpływ ma na to odłożony popyt w ochronie zdrowia – kilkudziesięcioprocentowe spadki liczby zabiegów kardiologicznych itd., analogicznie także usług podstawowych – w tym stomatologicznych, estetycznych etc.
- Odłożony popyt w ochronie zdrowia – ryzyko dla dostawców, wskazane jest bieżące monitorowanie odbiorców wyrobów medycznych, leków, wyposażenia gabinetów (maszyny, meble etc.), środków czystości i innych
- Nie tylko odłożony popyt, ale i jego efekty – niewyptacalności (w samym styczniu) w ochronie zdrowia jak praktyka lekarska, pielęgnarska, opieka nad osobami starszymi, gabinety medycyny estetycznej a nawet szpitale
- Inny spodziewany efekt odłożonego popytu w ochronie zdrowia to wzrost rynku farmaceutycznego w okresie nawet nie po, ale w trakcie wychodzenia z pandemii

SYTUACJA NA RYNKU FARMACEUTYCZNYM POZOSTAJE BEZ ZMIAN POMIMO ZWIĘKSZONEGO POPYTU

r/r



# Farmacja



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Rynek jest stabilny, podzielony na dużych producentów (głównie międzynarodowe koncerny) i trzy duże hurtownie (polski kapitał)



Niski udział kosztów materiałowych – nawet jeśli 80% substancji czynnych jest importowanych z Azji a ich ceny wzrosły



Konsolidacja rynku aptecznego, rosnąca pozycja sieci drogerijno-aptecznych – konkurencja odbierająca aptekom wysokomarżowy segment kosmetyków specjalistycznych



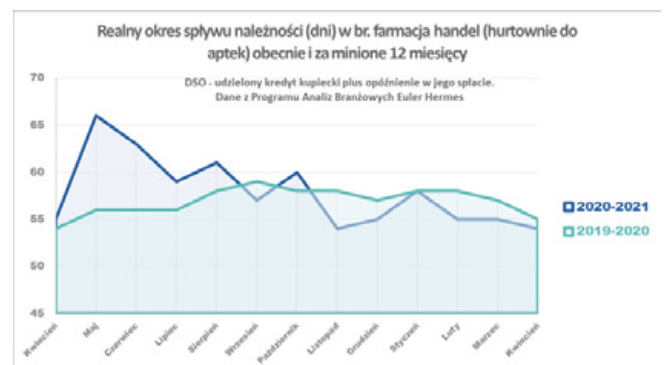
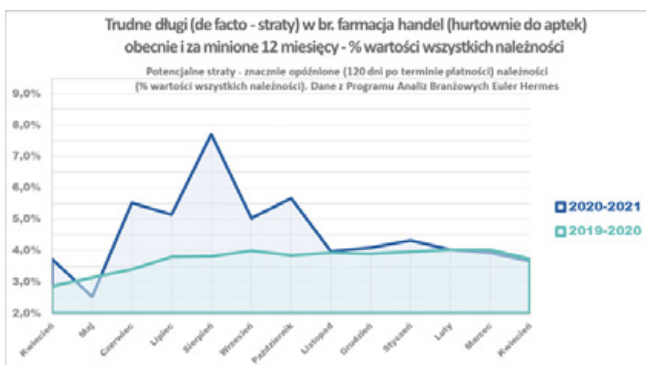
Hurt – wpływ na rentowność ma ścisła kontrola państwa nad cenami leków refundowanych (malejąca średnia marża) oraz wyższe koszty operacyjne – specjalne procedury na czas pandemii oraz wzrost płac



Dużym wyzwaniem dla sektora farmaceutycznego w 2021 r. będzie prawdopodobnie rewizja systemu marż – potrzeba zapewnienia stabilizacji na rynku aptecznym i pokrycia stale rosnących kosztów przez farmaceutów



Dodatkowo – wciąż niepewne regulacje i ich egzekwowanie w odniesieniu do aptek należących do nie-farmaceutów





# Sektor kosmetyczno-higieniczny



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- DSO nadal nie jest tak krótkie, jak na początku pandemii, powróciło a nawet przekracza minimalnie średni wskaźnik z ub. roku (marzec/kwiecień)
- Gorzej jest z trudnymi długami – wciąż ich poziom przekracza o ok. 1% poziom z ubiegłego roku (czyli – dwukrotna wartość)
- Wzrost wartości trudnych długów, nie przesądzając, czy jest to w większym stopniu efektem spadku popytu konsumenckiego, czy jednak problemów części detalistów (handel tradycyjny i galerie handlowe)
- De facto straty (należności przeterminowane ponad 120 dni po terminie płatności) stanowiły w I kwartale średnio około 2,7% należności dostawców produktów kosmetycznych i higienicznych
- Lockdowny nie sprzyjały sprzedaży – spadek należności bieżących ze średnio 92% wartości należności przed rokiem do ok. 87% obecnie (kwiecień)
- Pogorszenie wszystkich kluczowych wskaźników średniego spływu należności branży kosmetyczno-higienicznej sprawia, iż skumulowany wskaźnik moralności płatniczej jej odbiorców również spadł r/r z 84 punktów do 80 (kwiecień)



# 2,7%

NALEŻNOŚCI  
PRZETERMINOWANE  
PONAD 120 DNI PO  
TERMINIE PŁATNOŚCI

procent ogółu należności

# 87%

WARTOŚĆ NALEŻNOŚCI  
BIEŻĄCYCH

# 80

WSKAŹNIK MORALNOŚCI  
PŁATNICZEJ PMI

w kwietniu 2021

# Sektor kosmetyczno-higieniczny



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Zapotrzebowanie na środki dezynfekujące i higieniczne – stopniowo zmniejsza się, znaczne zapasy



Utrzymanie, a nawet zwiększenie popytu na środki czystości (pobyty w i praca w domach), ale za to spadki w kategorii kosmetyków (analogicznie jak w odzieży/obuwiu)



Najbardziej ucierpiąły kosmetyki upiększające – zapewne w związku z mniejszą mobilnością społeczną



Ponowny lockdown sektora beauty (drugi i trzeci) utrudniał sprzedaż produktów profesjonalnych, ponowne otwarcie 26 kwietnia (tylko w 11 województwach, reszta z opóźnieniem)



Wsparcie sektorowe w tarczy 9.0 dla sektora beauty – oczekiwanie na wypłaty w czerwcu: zwolnienie ze składek ZUS, postojowe dla prowadzących działalność gospodarczą, dotacja do 5000 zł dla mikro i małych przedsiębiorców, dopłata 2000 zł do wynagrodzeń



Wnioski o wypłaty (i środki) – po wiosennym lockdownie, a nie wtedy kiedy były najbardziej potrzebne. Szacunki strat (wg. Beauty Razem) są cztery razy wyższe niż oczekiwana pomoc



Silna pozycja marek rodzimych oznacza, iż rynek dostawców jest dosyć rozdrobniony

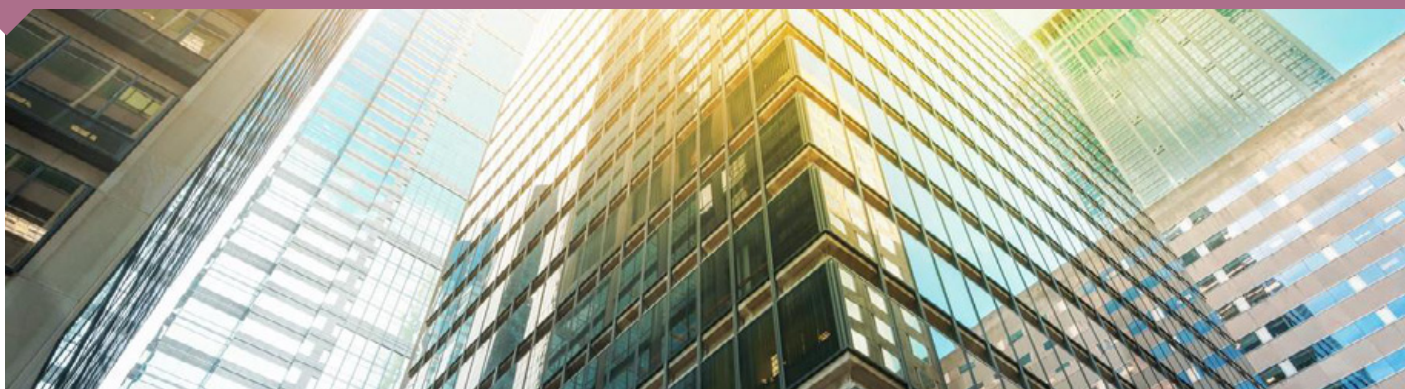


Efekt tączenia przez konsumentów zakupów: konsumenci ograniczali liczbę wyjść i różnicowanie sklepów – na korzyść dyskontów

# Sektor kosmetyczno-higieniczny



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Koncentracja dystrybucji jeszcze przyspieszyła – dyskonty mają największy udział oraz odnotowały największy, kilkunastoprocentowy wzrost wartości sprzedaży



Spadki popytu na kosmetyki nie rozkładały się równomiernie, a najmocniej dotknięte nimi były sklepy mniejsze, handel tradycyjny



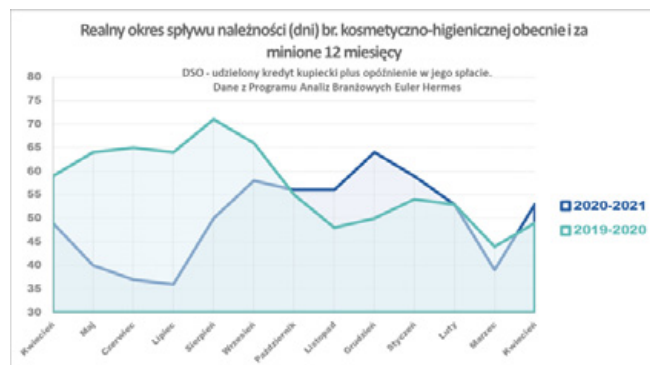
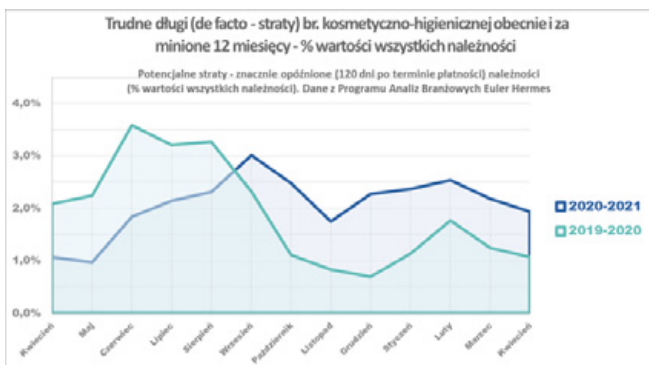
Nowe regulacje – akcyzowe już od 1 lipca tego roku, w znacznym stopniu dotyczą przedsiębiorców z sektora kosmetycznego (m.in. deklaracje akcyzowe będą składane także przez podmioty niebędące podatnikami akcyzy, zmiana form rejestracji akcyzowej etc.)



Zmiany zwyczajów zakupowych – stosunkowo mniej zakupów impulsywnych, czemu sprzyja też rozwój e-commerce



Zgodnie z regulacjami unijnymi i krajowymi firmy będą musiały inwestować w środki trwałe i w nowe technologie, aby zrealizować cele Europejskiego Zielonego Ładu (wdrażanie proekologicznych rozwiązań w produkcji)



# Tekstylia i obuwie



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- ⊗ Trudne długi najbardziej rosy w ub. roku, od początku 2021 następuje ich ograniczenie, na wiosnę poziom ok. 7,5% wartości ogółu należności
- ⊗ Średni okres obiegu należności skrócony – już nie blisko 180-dniowy, ale nadal ok. 6-miesięczny
- ⊗ I kwartał: wzrost, ale z poczuciem jeszcze większych możliwości zaprzepaszczonych z powodu twardych lockdownów w kraju i na innych rynkach europejskich – przedłużonych częściowo na II kwartał
- ⊗ Drastycznie ograniczona dostępność finansowania – problemy z finansowaniem nakładów na rozwój biznesu i wyjście z nową ofertą
- ⊗ Kwiecień to zauważalnie większy niż średnia rynkowa wzrost cen odzieży i obuwia (ale po ich spadkach w marcu i poprzednich miesiącach)
- ⊗ Wzrost cen wiosną – efekt odłożonego popytu (przynajmniej „sezonowy”) w warunkach ograniczonej jeszcze podaży: sprzedaż tekstyliów, odzieży i obuwia w I kwartale większa r/r o 93% (po spadku przed rokiem o 50%)
- ⊗ Efekt problemów z popytem z ub. roku – niewypłacalności dystrybutorów odzieży, obuwia i tekstyliów w I kwartale, pomimo bieżących wzrostów sprzedaży

# 7,5%

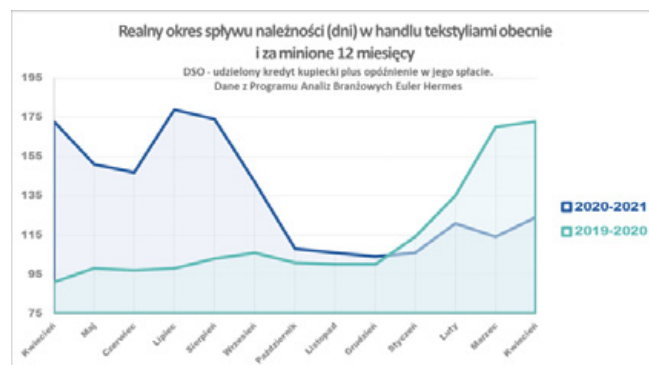
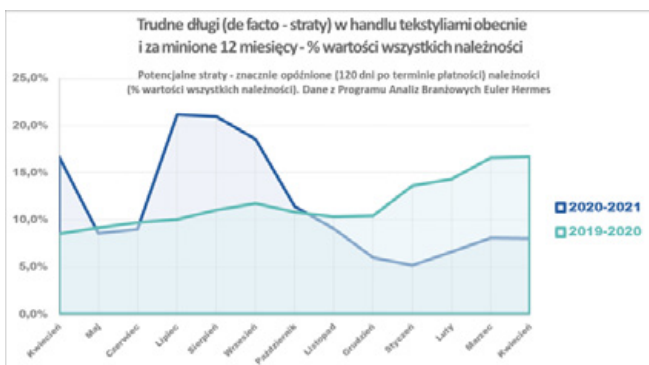
NALEŻNOŚCI  
PRZETEMINOWANE  
PONAD 120 DNI PO  
TERMINIE PŁATNOŚCI

procent ogółu należności

# +93%

WZROST SPRZEDAŻY  
TEKSTYLIIÓW I OBUWIA

w I kwartale 2021, r/r



# Tekstylia i obuwie



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



3/4 Polaków w wieku 18–65 lat kupowało w ciągu ostatniego roku odzież online, a nieco ponad połowa obuwie (badanie ARC Rynek i Opinia). 1/3 deklaruje zmniejszenie wydatków na odzież



Wysokie stany magazynowe detalistów to ich niższe zakupy w kolejnych miesiącach – odbija się to na dostawcach/producentach tekstyliów i hurtownikach z branży



Polski sektor tekstylny-obuwniczy: wrażliwszy na obecną sytuację bardziej niż średnio w UE, ponieważ dwukrotnie wyższy jest w nim udział firm MSP (mniejsza siła finansowa)



Wykorzystanie mocy produkcyjnych na poziomie średnio 25–30% – duże redukcje zatrudnienia, zyski ze sprzedaży masek nie kompensują strat, ale pozwoliły niektórym przetrwać



Ucieczka do przodu – jeszcze większa presja eksportowa krajowych producentów jak i importerów/dystrybutorów pod markami własnymi



Majowe otwarcie galerii handlowych nie spowodowało znaczącego wzrostu popytu na odzież (po wzrostach w marcu) – sondaże wskazują odregowanie i przeznaczenie oszczędności (nawet 100 mld zł na rachunkach plus dodatkowe kilkadziesiąt mld zł w gotówce) na usługi – w tym turystykę, a nie na zakupy odzieży, obuwia i środków trwałych!



Sygnalizowane są nadmierne zapasy – dalsze minimalne zmniejszenie wykorzystania mocy produkcyjnych



Korzyści z zawirowań spowodowanych wojną handlową z Chinami i zerwaniem łańcuchów dostaw: wielu odbiorców z Europy Zachodniej może poszukiwać na przyszłość bliższych (pewniejszych) lokalizacji produkcji, przy niewiele wyższej cenie, ale za to o wyższej jakości

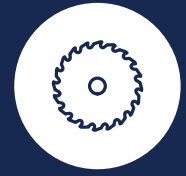


Na popyt wpływa nadal duży odsetek osób pracujących zdalnie, z domów



Oczekiwany wzrost obrotów w całym 2021 o 15% r/r – powrót do poziomu sprzed kryzysu dopiero w 2023

# Branża metalowa



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

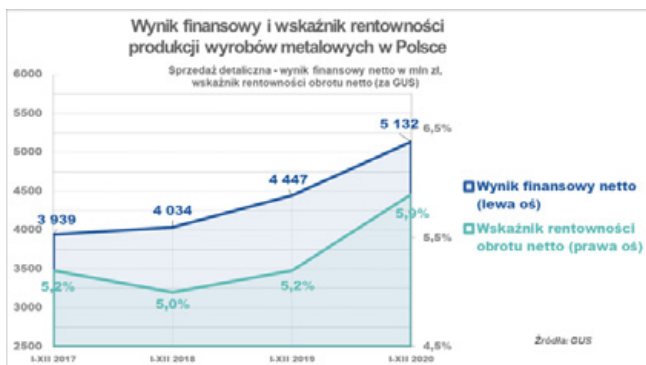
- Duży popyt (inwestycje infrastrukturalne + mieszkaniowe) plus świadoma polityka sprzedażowa i rosnące szybko ceny złożyły się na bieżącą wyraźnie lepszą płynność finansową w sektorze wiosną 2021
- W krótkim okresie (I–II kw. 2021) poprawa rentowności zarówno hut, jak i dystrybutorów za sprawą gwałtownego wzrostu cen stali (50–100%) i szerzej metali (duży bonus – dystrybutorzy sprzedawali zapasy zakupione po znacznie niższych cenach)
- W kolejnych kwartałach perspektywa jest bardziej ryzykowna (spodziewana jest pozytywna ewolucja cen, ale bez gwarancji m.in. ich akceptacji przez rynek, stopnia spekulacji w obecnej sytuacji, jak i kiedy odwróci się trend cenowy)
- Produkcja stali w Polsce (i w UE) w styczniu–lutym jeszcze spadła (gdy na świecie już rosta o 4,8% r/r), a wg. Worldsteel zaczęła rosnąć dopiero w marcu – w UE o 17,5% r/r (I kw. +3,1% r/r)
- Mimo pozytywnych trendów (wzrost cen, bieżąca i przyszła produkcja „zabukowane”), sektor metalowy nadal jest bardzo zmienny i postrzegany jako ryzykowny

# +3,1%

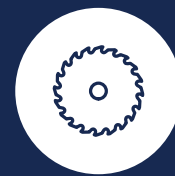
WZROST  
PRODUKCJI STALI  
W POLSCE

# 50–100%

WZROST CEN STALI  
I–II kwartał 2021



# Branża metalowa



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



W krótkim okresie (I-II kw. 2021) poprawa rentowności zarówno hut, jak i dystrybutorów za sprawą gwałtownego wzrostu cen stali (50–100%) i szerzej metali (duży bonus – dystrybutorzy sprzedawali zapasy zakupione po znacznie niższych cenach)



Dodatkowa opłata energetyczna od br. – potencjalny wzrost kosztów producentów o 1,1 mld zł, obniżone rozporządzeniem rządu o obniżce przy tzw. płaskim zużyciu energii (energochłonne przedsiębiorstwa)



Przyszłe zmiany cen stali nie są znane – niepewna jest m.in. długotrwałość odbicia produkcji RTV/AGD, stąd wiele sprzecznych prognoz dalszej ewolucji zapotrzebowania i cen. Wpływa to na finansowanie – z wieloma restrykcjami i oczekiwaniem przez banki dodatkowych zabezpieczeń



W kolejnych kwartałach perspektywa jest bardziej ryzykowna (spodziewana jest pozytywna ewolucja cen, ale bez gwarancji m.in. ich akceptacji przez rynek, stopnia spekulacji w obecnej sytuacji, jak i kiedy odwróci się trend cenowy)



Obecny poziom podaży jest niewystarczający (po spadku produkcji o 11,9% w ub.r.), aby pokryć rosnące zapotrzebowanie na stal i odbudowę niezbędnych zapasów (elastyczność w zaopatrywaniu – duża różnorodność asortymentowa)



Perspektywa – o jej zmienności świadczą dyskusje, czy wzrost cen utrzyma się do końca II kwartału, chociaż za kontynuacją przemawiają duże zaległości we wznowianiu produkcji w hutach oraz wciąż ograniczona podaż vs. popyt



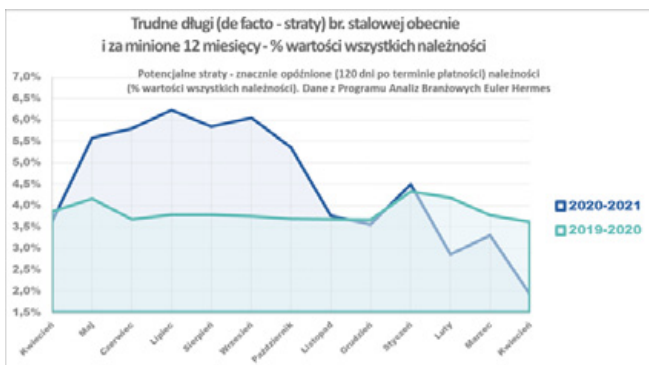
Nadal koszty koniecznych nakładów (ekologia) będą wpływać na rentowność producentów stali, podobnie jak wysokie ceny uprawnień oraz cen energii



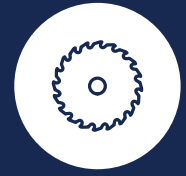
Pandemia wyłączyła szacunkowo 30% światowych mocy produkcyjnych, ale budownictwo prawie nie zmniejszyło produkcji (zapotrzebowania), a motoryzacja i AGD/RTV podniosły się szybciej od oczekiwań – stąd historycznie niski poziom zapasów i wzrost cen od końca 2020



Obawy o skalę spekulacji stojącej za wzrostem cen – mogącej skutkować gwałtownymi korektami „bańki” (jak w 2008–2009)



# Branża metalowa



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Na większej konkurencyjności rynku dostawców metali korzystali w ub. roku ich przetwórcy – dzięki temu osiągnęli wyższą rentowność obrotu netto (przy jednocześnie spadku tychże obrotów – zmniejszeniu części zamówień, np. ze strony motoryzacji czy produkcji maszyn dla przemysłu i Horeca). Pozytywny wpływ na ich rentowność w poprzednich kwartałach niwelują jednak obecne podwyżki cen



Dostęp do finansowania – bardziej restrykcyjna polityka banków, przedłużane kredyty w niższych limitach i na krótszy okres



Pandemia zweryfikowała plany inwestycji budowlano-infrastrukturalnych zarówno samorządowych jak i w sektorach najbardziej dotkniętych skutkami Covid-19 co niewątpliwie wpłynie na poziom konsumpcji stali



Przemysł stalowy jest ściśle powiązany z sektorem samochodowym, budowlanym, maszynowym i Horeca – wszystkie te branże stoją przed trudnymi wyzwaniami na 2021



Wzrost kosztu energii oraz wprowadzane opłaty mocowe wpłyną negatywnie na rentowność producentów, a w pewnym stopniu i przetwórców (jeśli odbicie – popyt nie będzie rósł dynamicznie)



# Branża RTV i AGD



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Wydłużenie DSO za sprzęt RTV w IV kwartale 2020 należy do przeszłości – obecnie obieg należności jest krótszy niż w końcówce ub. roku, jak i w porównaniu do wiosny 2020 (o średnio 5 dni)
- Skróceniu w handlu elektronika użytkową uległ zarówno średni termin udzielanego kredytu kupieckiego, jak i opóźnienie w regulowaniu należności (minimalnie, gdyż i tak jest ono krótkie – średnio to tylko 3 dni)
- Wydłużenie obiegu należności w poprzednim kwartale przyczyniło się również do ustabilizowania poziomu trudnych długów
- W branży AGD w okresie pandemii nie zaobserwowano istotnych zmian w oferowanych terminach płatności – skróciło się za to średnie opóźnienie w ich regulowaniu (z 8 do 4 dni w ciągu roku)
- Wciąż jednak DSO w AGD to ok. trzy miesiące, a poziom trudnych długów to średnio 2,6% należności branży (dwukrotnie więcej niż 1,3% w RTV)
- Sprzedaż RTV, AGD w I kwartale 2021 r/r wzrosła o 39,0% (wobec spadku o 16,7% przed rokiem)



# +39%

WZROST  
SPRZEDAŻY SPRZĘTU  
RTV I AGD

# 90 DNI

PRZYBLIŻONA  
WARTOŚĆ DSO W AGD

# 2,6%

POZIOM TRUDNYCH  
DŁUGÓW W BRANŻY

# Branża RTV i AGD



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Polskie fabryki wyprodukowały w 2020 roku 30 mln sztuk sprzętu AGD, czyli o 3% więcej niż rok wcześniej. Przychody branży wzrosły do 33 mld zł



Wartość polskiego eksportu dużego sprzętu AGD po raz pierwszy w historii przekroczyła 20 mld zł (4,6 mld euro)



To wzrost o 6% w stosunku do 2019 r. – eksport to 91% przychodów polskich producentów AGD



Problemy z łańcuchem dostaw części i z cenami metali – p.w. w 2020, ale w roku 2021 nie zanoszą na definitywny koniec takich utrudnień



Po zniesieniu lockdownów i wraz ze wzrostem mobilności na znaczeniu mogą zyskać usługi, np. podróże wakacyjne, kosztem dotychczas realizowanego popytu, czyli elektroniki i AGD. Łącznie na duży i mały sprzęt AGD w kraju wydano 13,6 mld zł, czyli o 14% więcej niż rok temu – w 2021 dynamika sprzedaży AGD będzie mniejsza, spodziewamy się wzrostu „jedynie” o kilka procent



Gwałtowny wzrost cen stali w ostatnim czasie będzie miał negatywny wpływ na rentowność producentów sprzętu AGD



Na plus – dobry dostęp do finansowania, wsparcie macierzystych grup



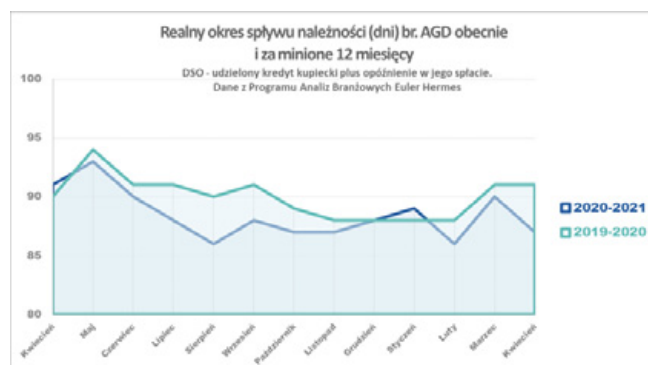
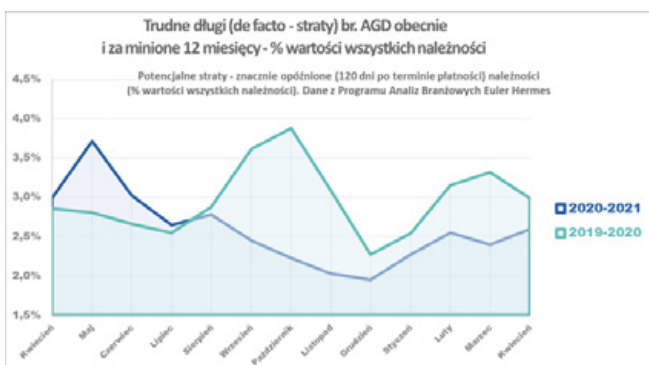
Duża część obrotów przeniesiona do kanału e-commerce – wygrały firmy, które miały dobrze zorganizowany ten kanał sprzedaży oraz logistykę



Rosnące koszty recyklingu i wymogi dotyczące oszczędności energii



Nowe prawodawstwo UE: naprawa wszystkich urządzeń gospodarstwa domowego, zapewnienie dostępności części zamiennych przez okres 10 lat od zakupu sprzętu!



# Branża RTV i AGD



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



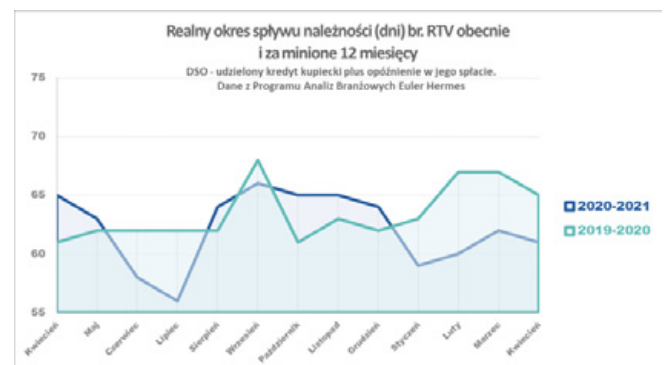
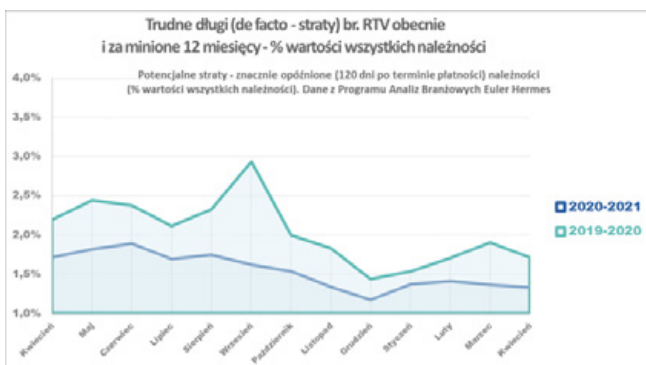
Wysoka sezonowość (najwyższa sprzedaż w IV kwartale) którą pogłębi odbicie w usługach (bieżące wydatki przerzucone na sektory usług, w tym turystyka, HoReCa, beauty) – potencjalne wahania/spadki popytu w II/III kwartale



Elektronika (RTV) – duża presja na marże, wysoka konkurencyjność wraz z otwieraniem gospodarek (m.in. presja ze strony konkurencji azjatyckiej, także w AGD) – negatywny wpływ na rentowność sektora



Producenci AGD/RTV ograniczyli koszty stałe (zwolnienia, zmniejszenie godzin pracy), niemniej jednak duża presja na marże i wysokie nakłady na innowacje wymuszają większe potrzeby gotówkowe – finansowanie kredytem nie tylko kapitałochłonnych inwestycji ale także bieżących potrzeb



# Branża opakowań



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- Zacieśnienie polityki sprzedażowej wobec nieprzewidywalnej sytuacji na rynku – problemów sektora MSP, długów z ostatnich kwartałów i końca programów pomocowych z jednej strony a także z powodu drugiej, pozytywnej strony jak dużej ilości gotówki, końca okresów zamknięcia i bardziej długotrwałego odbicia
- Rosnąca produkcja i sprzedaż, w tym eksportowa, zwiększają popyt na opakowania, ale jest to jednocześnie większe saldo kredytu udzielonego odbiorcom – stąd dążenie do zmniejszenia jego kosztu jak i ryzyka ekspozycji
- Średnie opóźnienie w spłacie należności spadło na wiosnę o połowę (z 11 do 6 dni)
- Wciąż utrzymuje się podwyższony poziom trudnych długów (na początku roku nawet 3%, na wiosnę średnio 2% wobec 2,3–1,7% przed rokiem). Jest to pokłosie trendów rynkowych – rosnącej liczby niewypłacalności, a nawet fali przyspieszonej restrukturyzacji w sektorze MSP
- Świadoma polityka kredytowa uczestników Programu Analiz Branżowych Euler Hermes możliwa była dzięki dużemu popytowi – rynkowi producenta (przy wzrostach obrotów r/r w przedziale 40–60%)
- Mocna pozycja dostawców opakowań i ich świadoma polityka sprzedażowa znajduje potwierdzenie także we wzroście wartości należności bieżących, wynoszących obecnie 92% wartości należności wobec odpowiednio 85% przed rokiem

# 2–3%

NALEŻNOŚCI  
PRZETEMINOWANE  
PONAD 120 DNI PO  
TERMINIE PŁATNOŚCI

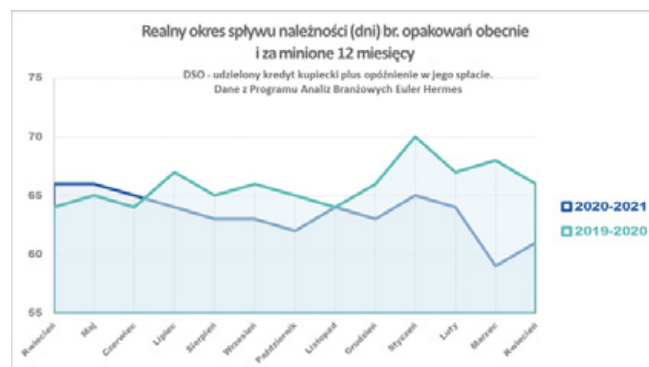
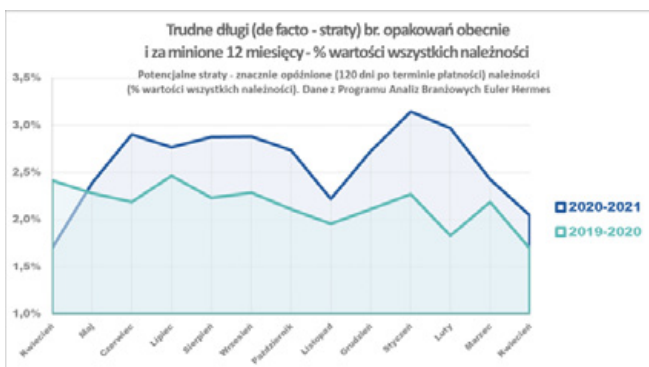
procent ogółu należności

# 6 DNI

ŚREDNIE OPÓŹNIENIE  
W SPŁACIE NALEŻNOŚCI

# 92%

WARTOŚĆ NALEŻNOŚCI  
BIEŻĄCYCH W BRANŻY



# Branża opakowań



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Popyt nie jest na pewno problemem dla wytwórców opakowań – sprzyjał mu zwiększony udział sprzedaży wysyłkowej i nieznaczne tylko spadki w sektorze dóbr konsumpcyjnych, m.in. żywności i kosmetyków



Ceny i podaż surowców – dobry popyt, ale rosnące koszty produkcji, a nawet straty...



Rynek wytwórcy sprzyja monitorowaniu i dyscyplinowaniu odbiorców, jednak tylko do pewnego stopnia – podobnie jest z możliwością przenoszenia na odbiorców drastycznie rosnących cen surowców do produkcji opakowań



Najbardziej ewidentny jest wzrost cen w kategorii homopolimerów (folie BOPP, formy wtryskowe). Poliester odnotowuje wzrosty ale też mniejsze wahania niż polietylen (bardziej HDPE niż LDPE). Oprócz tego są problemy z podażą – skutek zapotrzebowania z Azji



Produkcja opakowań w Polsce zużywa aż 1/3 z 3,5 mln ton tworzyw sztucznych zużywanych na polskim rynku



Podobnie w niektórych rodzajach produkcji opakowań kartonowych, w których okres oczekiwania na surowiec wydłużył się ze zwyczajowych 10 dni do 1,5 miesiąca



Cykliczne wahania cen papieru – odczuwalny także przez sektor opakowań i higieniczny, będące obecnie na szczycie – ceny celulozy gwałtownie rosły od początku 2021, chociaż lockdown dużych gospodarek zachodnioeuropejskich sprzyjał spłaszczeniu popytu i stabilizowały ceny



Długoterminowe kontrakty na rzecz dużych producentów spożywczych czy sieci detalicznych ograniczają przestrzeń do adekwatnego wzrostu cen



Część producentów przy braku zgody odbiorców na wystarczający wzrost cen ograniczyło produkcję



Roczna produkcja opakowań w Polsce to około 6 mln ton, a sektor ten w krajowym przetwórstwie przemysłowym sięga 3,4%. Szacowana wartość polskiego rynku opakowań to około 46 mld PLN



Zgodnie z regulacjami unijnymi i krajowymi firmy będą musiały inwestować w środki trwałe i nowe technologie, aby zrealizować cele Europejskiego Zielonego Ładu (wdrażanie proekologicznych rozwiązań w produkcji)



# Branża meblarska



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY



- Mniejsza od oczekiwanej skala spadku przychodów w I kwartale 2021
- Wysokie koszty – regulowanie znacznych zobowiązań wobec dostawców (ceny drewna, płyt – gwałtownie drożące), pracowników (często utrzymujących miejsca pracy) oraz wobec banków (duże zobowiązania – nakłady inwestycyjne w ostatnich latach)
- Kryzys wywołany pandemią COVID-19 zaburzył kondycję przemysłu drzewnego, przejściowe problemy dostępności surowca, monopol Lasów Państwowych (90% dostaw) i zaciekła konkurencja o drewno podnosząca jego ceny
- Proeksportowy charakter branży – nawet do 95% produkcji trafia na eksport, czemu nie sprzyja obecne umocnienie złotego (od listopada)
- Jaka jest płynność producentów mebli – jak płacą za komponenty do ich produkcji: zmalało znacznie tempo redukcji wartości trudnych długów – obecnie w kwietniu to 3,7% (a gdy w drugiej połowie ub. roku wynosiły średnio 3% wartości ogółu zobowiązań producentów mebli). Przed rokiem trudne długi miały wartość 4% ogółu należności za komponenty meblowe
- W odpowiedzi na ten wzrost wartości nieściągalnego salda od producentów mebli, dostawcy komponentów skracali obieg należności – skuteczniej monitorując opóźnienia i skracając kredyt kupiecki. DSO spadło w efekcie z 70 dni w kwietniu 2020 do 59 dni (średnia rynkowa) w kwietniu br.
- Nie wszyscy producenci mebli (a raczej stosunkowo niewielu) płacą gorzej – świadoma polityka sprzedażowa dostawców, ale i jej akceptacja (w odpowiedzi na popyt) przez producentów mebli pozwoliła zwiększyć wartość należności bieżących za komponenty meblowe z 80% ogółu należności przed rokiem do 90% obecnie, w IV 2021

# 3,7%

NALEŻNOŚCI  
PRZETEMINOWANE  
PONAD 120 DNI PO  
TERMINIE PŁATNOŚCI

procent ogółu należności  
w kwietniu 2021

# 59 DNI

ŚREDNIE DSO

w kwietniu 2021

# 90%

WARTOŚĆ  
NALEŻNOŚCI  
BIEŻĄCYCH W BRANŻY

w kwietniu 2021

# Branża meblarska



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



Pandemia – wbrew obawom utrzymała a nawet zwiększyła popyt na meble i art. wykańczania wnętrz z powodu zamknięcia ludzi w domach



Najmocniej zyskiwały meble tańsze – z uwagi na najszybszy wzrost zakupów przez internet, na czym zyskiwali konkurencyjni cenowo dostawcy z Polski



Wzrost eksportu w 2020 o 3% – oprócz utrzymania/zwiększenia popytu wpływały na to także mniejsze niż spodziewane rygory lockdownu (m.in. wyłączenie z niego sklepów meblowych na części rynków) oraz kurs euro korzystny dla eksporterów przez większą część 2020



Dobre perspektywy długoterminowe wzrostu obrotów polskiego eksportu mebli: dostęp do surowca, zainstalowane moce produkcyjne nowoczesnej infrastruktury, wysoka kultura techniczna oraz korzystna lokalizacja, rosnące ostatnio wsparcie państwa w promocji (m.in. na inne kontynenty – w tym do USA)



Pomimo dobrej dotychczasowej kondycji są też pewne utrudnienia w perspektywie krótkoterminowej: spodziewany ograniczony apetyt konsumentów, spodziewany koniec boomu remontowo-budowlanego (a nie jego jeszcze większe zintensyfikowanie)



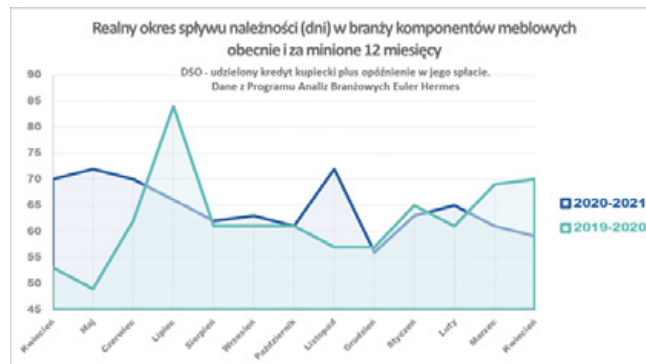
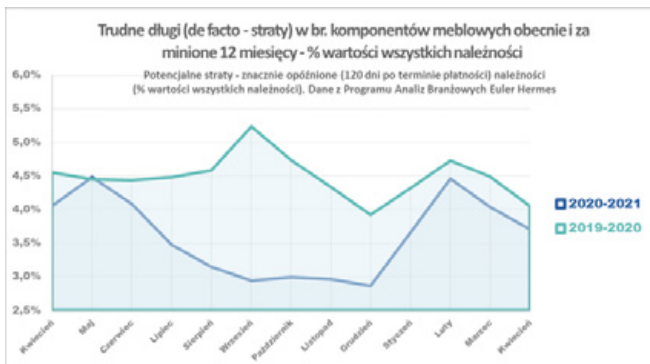
Wraz z zamieraniem pandemii – zmiana nawyków konsumentów, skierowanie ciężaru wydatków na niedostępne dotychczas usługi



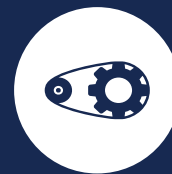
Kumulacja problemów gospodarczych w wielu krajach (wygaszanie programów wsparcia dla firm, jak i w utrzymaniu miejsc pracy) również wpłynie na apetyt konsumentów i zakończyć może boom meblowy czy remontowy



Ryzyko – prognozowany spadek PKB na Zachodzie wyraźnie wyższy niż w PL, ponadto odłożony tam w dużo większym stopniu niż w Polsce wzrost niewypłacalności, który przypadnie na lata 2021–2022 – istotne przełożenie na branżę meblarską, tak silnie uzależnioną od eksportu



# Automotive



## PŁYNNOŚĆ FINANSOWA BRANŻY

- ⊙ Liczba zarejestrowanych nowych samochodów w 2020 roku spadła o 21,98%. Bieżący popyt generują głównie klienci instytucjonalni (77,1% wszystkich rejestracji)
- ⊙ Szacunki IBRM Samar – liczba rejestracji w 2021 roku powinna wzrosnąć o 9,9%, ale wg DGC Dealer Consulting prawie połowa dealerów samochodowych spodziewa się pogorszenia kondycji finansowej swoich firm w 2021
- ⊙ Stabilizująca (po raz kolejny) rola przemysłu niemieckiego – największy odbiorca polskich części motoryzacyjnych, w największym stopniu eksportujący swoje samochody do Azji i USA (a popyt tam skurczył się w dużo mniejszym stopniu niż w Europie, wcześniej się też odbił)
- ⊙ 25 niewypłacalności firm związanych z motoryzacją po 4 miesiącach 2021 (sprzedaż i dystrybucja pojazdów, sprzedaż części, konserwacja i naprawa pojazdów, dystrybucja olejów i paliw)



# 25

LICZBA  
NIEWYPŁACALNOŚCI  
W BRANŻY

po 4 miesiącach 2021

# -21,98%

SPADEK LICZBY  
REJESTRACJI  
SAMOCHODÓW

w 2020, r/r

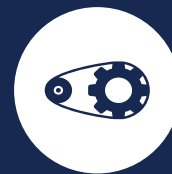
# +9,9%

SZACOWANY WZROST  
LICZBY REJESTRACJI  
SAMOCHODÓW W 2021

wg DGC Dealer Consulting



# Automotive



## PERSPEKTYWY I WYZWANIA RYNKOWE



W pierwszym półroczu 2020 produkcja motoryzacyjna spadła o 51,9%, ogromne ożywienie w drugiej połowie roku, ale w całym 2020 roku spadek produkcji samochodów o prawie 25% i niewielki wzrost produkcji silników



Duże wahania i niepewność kondycji odbiorców części (na montaż) – po spadkach zamówień ich wzrosty, ale wielu producentów końcowych odczuwa różne zawirowania związane z zerwaniem łańcuchów dostaw i ograniczoną dostępnością komponentów, co wpływa na ich zamówienia i regulowanie zobowiązań za nie



Wzrost konkurencji na rynku aftermarket – kilku producentów ściśle skoncentrowanych na producentach OEM rozważa wejście na rynek wtórny dla zdywersyfikowania odbiorców i ustabilizowania zamówień



Import samochodów używanych w 2020 roku spadł o 16% (bezpośrednie przełożenie na popyt na części i usługi warsztatowe) – mimo tego dwie największe hurtownie na polskim rynku odnotowały wzrost przychodów w 2020 r. Inter Cars (największa hurtownia) odnotował wzrost o 4,1%, a Auto Partner o 12,9%



Niższy popyt – spadek przebiegów/wykorzystania samochodów w czasie pandemii



Brexit – jak dotąd mało odczuwalny, ale w lipcu, kiedy zostanie wprowadzona pełna dokumentacja celna, mogą pojawić się kolejne problemy i koszty



Producenci i hurtownicy opon odnotowali spadek sprzedaży w 2020 o prawie 20%



W dłuższej perspektywie – niższa zamożność społeczeństwa może prowadzić do większego wykorzystania części zamiennych i wzrostu popytu na produkty oferowane przez sektor posprzedażowy



Wg szacunków rynek polskich producentów części motoryzacyjnych wzrósł o około 2% w 2020



Rosnący trend carsharingu – w dłuższym terminie wpłynie na popyt na auta i części zamienne

# PODEJMIJ DECYZJĘ I UBEZPIECZ SWOJĘ NALEŻNOŚCI

Towarzystwo Ubezpieczeń  
Euler Hermes S.A.

Al. Jerozolimskie 98  
00-807 Warszawa  
Tel. +48 22 233 44 44  
info.pl@eulerhermes.com  
eulerhermes.pl

**ŚLEDŹ NAS  
W SOCIAL MEDIACH**



## UWAGA DOTYCZĄCA STWIERDZEŃ WYBIEGAJĄCYCH W PRZYSZŁOŚĆ

Stwierdzenia zawarte w niniejszym dokumencie mogą zawierać perspektywy, stwierdzenia dotyczące przyszłych oczekiwań oraz innego rodzaju stwierdzenia wybiegające w przyszłość, oparte na aktualnych opiniach i założeniach kierownictwa firmy, obejmujących znane i nieznanne czynniki ryzyka oraz niepewności. Rzeczywiste wyniki, rezultaty lub zdarzenia mogą w istotnym zakresie odbiegać od wyrażanych lub przewidywanych w takich stwierdzeniach, między innymi z powodu: (i) zmian ogólnych warunków ekonomicznych i sytuacji konkurencyjnej, w tym w szczególności warunków ekonomicznych i sytuacji konkurencyjnej w kluczowych sektorach działalności Grupy Allianz oraz na kluczowych dla niej rynkach, (ii) wyników osiąganych na rynkach finansowych, również ze względu na niestabilność i płynność rynku oraz zdarzenia związane z kredytami, (iii) częstotliwości oraz zakresu zdarzeń objętych ochroną ubezpieczeniową, w tym zdarzeń powodowanych przez klęski żywiołowe oraz wiążących się ze wzrostem wydatków na likwidację szkód, (iv) poziomów i tendencji śmiertelności i chorobliwości, (v) poziomu powtarzalności zdarzeń, (vi) w szczególności w działalności bankowej, skali ryzyka kredytowego, (vii) poziomu stóp procentowych, (viii) kursów wymiany walut, w tym m.in. kursu wymiany EUR/USD, (ix) zmian przepisów prawa i regulacji, w tym regulacji podatkowych, (x) wpływu przejęć spółek, w tym także kwestii związanych z integracją, i środkami reorganizacji, oraz (xi) ogólnych czynników związanych z konkurencją na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym i/lub globalnym. Wystąpienie wielu z tych czynników może być bardziej prawdopodobne lub mogą one przyjmować bardziej wyraźną postać na skutek działań terrorystycznych i ich konsekwencji.

## BRAK OBOWIĄZKU AKTUALIZACJI

Spółka nie zobowiązuje się do aktualizowania stwierdzeń lub informacji wybiegających w przyszłość zawartych w niniejszym dokumencie, z wyjątkiem informacji, które podlegają ujawnieniu zgodnie z przepisami prawa.