



NOTA ECONOMICA

CONGIUNTURA, TREND E INVESTIMENTI NEL SETTORE COSMETICO

Le prime elaborazioni dell'indagine congiunturale elaborata dal Centro Studi e Cultura d'Impresa, pur in attesa di una doverosa costruzione di serie storiche, consentono da oggi un'analisi più dinamica del comparto e delle evoluzioni che lo caratterizzano.

I dati preconsuntivi per il 2001 e le previsioni per il 2002 confermano i trend degli ultimi trimestri, dove si registrava un andamento sostenuto dalla domanda pur in presenza di tensioni legate, a livello internazionale, agli avvenimenti terroristici del settembre 2001, e, a livello interno, alla temuta contrazione delle opzioni di spesa dei consumatori e al passaggio all'Euro.

Di fatto, si è assistiti ad un andamento asimmetrico della domanda rispetto ad altri beni di consumo. La temuta reazione agli eventi successivi alla tragedia dell'11 settembre si è trasformata per i cosmetici in una accelerazione della domanda, spinta dal cosiddetto "effetto coccole", o effetto consolatorio, o nesting, dall'inglese "nido", voglia di restare a casa e circondarsi di affetti (e beni) più vicini alla persona.

Il mercato interno di prodotti cosmetici cresce pertanto nel 2001 del 6,2% con un volume prossimo alla soglia degli 8 mila milioni di Euro, trend che, pur in presenza di segnali prudenziali, secondo le indicazioni del Panel di Unipro, dovrebbe confermarsi nel 2002 con una crescita attorno al 5%.

In materia di canali di vendita, sono la Grande Distribuzione e la Profumeria che condizionano in termini di volume il significativo incremento dei consumi, anche se va osservato che l'erboristeria, citata per la prima volta nelle elaborazioni di canale, e i professionali sono i canali che fanno registrare le dinamiche di crescita più evidenti.

Simmetricamente alla crescita della domanda ha fatto seguito l'incremento del fatturato industriale, cresciuto di quasi otto punti percentuali nel 2001 con un volume di oltre 6700 milioni di Euro, con una previsione di crescita analoga nel 2002.

Come accaduto per i più recenti esercizi, a formare la performance dei fatturati di comparto hanno contribuito, in termini di dinamica, più le vendite all'estero, cresciute del 18% nel 2001, che non le vendite nel mercato interno, cresciute del 6,2%.

A conferma del significativo impatto dei mercati esteri sull'andamento del settore, si osservano i dati di commercio estero forniti dall'Istat: si dilata la forbice tra l'incremento delle esportazioni e il rallentamento della crescita delle importazioni, solo + 2,7% nel 2001; nel 2002 la tendenza dovrebbe confermare analoghi ritmi di crescita con positivi impatti sulla bilancia commerciale il cui attivo è quasi raddoppiato nel 2001.



La parte più esplicita dell'indagine congiunturale Unipro consente di valutare i trend degli ultimi trimestri e le relative previsioni, in attesa di poter costruire una serie storica che consenta di indicizzare le risposte.

Tralasciando il terzo e il quarto trimestre dell'esercizio appena concluso, occorre soffermarsi sulle indicazioni del primo trimestre del 2002 che confermano le indicazioni già elaborate alla fine del 2001 e autorizzano le positive attese per il 2002: crescita dell'8% rispetto al primo trimestre 2001 con una dinamica più evidente per le vendite previste all'estero.

Il commento a queste prime indicazioni del panel deve tener conto del peso che le vendite natalizie hanno avuto nell'ultima parte del 2001 e della ripresa registrata dai mercati internazionali dopo la pausa legata ai noti eventi terroristici. Altrettanto evidente è la capacità competitiva acquisita dalle imprese del comparto che, oltre a difendere le quote del mercato interno, hanno saputo erodere quote di posizione sui mercati internazionali, a testimonianza di una capacità industriale acquisita in maniera strutturale e non più episodica.

Proprio per conoscere più a fondo la struttura delle aziende del comparto si è analizzato l'atteggiamento e la sensibilità degli imprenditori relativamente all'evoluzione nel 2002 di alcuni parametri:

OCCUPAZIONE

La percentuale delle risposte è significativamente positiva, più della metà confermano un livello occupazionale costante, mentre oltre il 46% delle risposte prevede un incremento della forza-lavoro. A spiegare questo andamento ci soccorrono alcune evidenti considerazioni: sicuramente un clima più positivo in seguito ad alcune proposte del governo in materia di flessibilità; inoltre è evidente lo spostamento di forza lavoro da aziende commerciali ai contoterzisti, non a caso il Gruppo che all'interno del panel ha evidenziato i ritmi di crescita più sostenuti in materia di occupazione e di allargamento della capacità produttiva.

Non ultimo, è in corso in questi anni un sostenuto processo di informatizzazione delle aziende produttrici con inevitabili incrementi di personale specializzato.

INVESTIMENTI IN MACCHINARI E ATTREZZATURE

Considerando che mediamente gli investimenti del settore sono superiori al tre per cento del fatturato con incrementi significativi negli ultimi esercizi, non stupisce il dato percentuale della previsione di aumento degli investimenti in macchinari e impianti, cioè l'ampliamento di capacità produttiva: oltre il 58% delle risposte, contro solo il 6,1% che prevede una diminuzione e il 36,7% che prevede un andamento costante. A condizionare le risposte hanno contribuito sicuramente gli andamenti crescenti della domanda sia interna che internazionale, ma soprattutto gli stimoli delle recenti disposizioni della Finanziaria in materia di defiscalizzazione.



INVESTIMENTI IN MANUTENZIONE

Del tutto coerente rispetto alla precedente tipologia di investimenti è il risultato relativo alla previsione di ottimizzazione della capacità produttiva esistente, che registra quasi il 60% delle risposte legate ad un andamento costante, mentre poco meno del 40% prevede una crescita di questi investimenti.

INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO

Senza un'adeguata qualificazione del processo produttivo le imprese di settore non avrebbero potuto conquistare le attuali posizioni di mercato: non stupisce quindi il dato sulla previsione di aumento degli investimenti in ricerca e sviluppo, oltre il 60% delle risposte, a testimonianza di un'attenzione alla qualità di prodotto e, ovviamente, di servizio, che le aziende cosmetiche esprimono da ormai diversi anni.

INVESTIMENTI IN COMUNICAZIONE

Per supportare efficacemente la propria produzione, in un momento di positiva congiuntura dei consumi, è necessaria una particolare attenzione alla comunicazione, una tipologia di investimento ritenuta secondaria fino a poco tempo fa. Oggi l'attenzione ad ogni elemento comprendente il marketing mix è perfettamente estesa ai vari aspetti di promozione pre e post vendita : per queste ragioni viene espresso una percentuale di aumento di questo tipo di investimento di quasi il 49% contro il 41,8% delle risposte legate alla voce « costante ».

GRADO UTILIZZO DEGLI IMPIANTI

Il settore cosmetico da diverso tempo registra una elevata percentuale di utilizzo degli impianti, stimolata attorno al 90% della capacità massima. Le previsioni di aumento dell'utilizzo, confermate dal 47,4% del panel, attestano uno stato di positivo andamento congiunturale anche se alcuni commenti evidenziano il rischio di saturazione e quindi di difficoltà di adeguamento all'aumento della domanda. Il rischio, come si è visto analizzando gli investimenti in macchinari e impianti, sembra circoscritto, data la significativa propensione all'allargamento della capacità produttiva.