



Milano,
21 luglio 2016

Congiuntura, trend e
investimenti
nel settore cosmetico

scenari di medio termine del mercato cosmetico

Giuseppe Schirone

riservatezza

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha quindi limitata significatività e può dar luogo a fraintendimenti. Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento senza la previa autorizzazione scritta di Prometeia.

copyright © 2016 prometeia

agenda

- 1 | **il contesto macroeconomico di riferimento**
- 2 | **i risultati delle imprese cosmetiche al 2014 (aggiornamento)**
- 3 | **le opportunità di crescita sui mercati esteri**

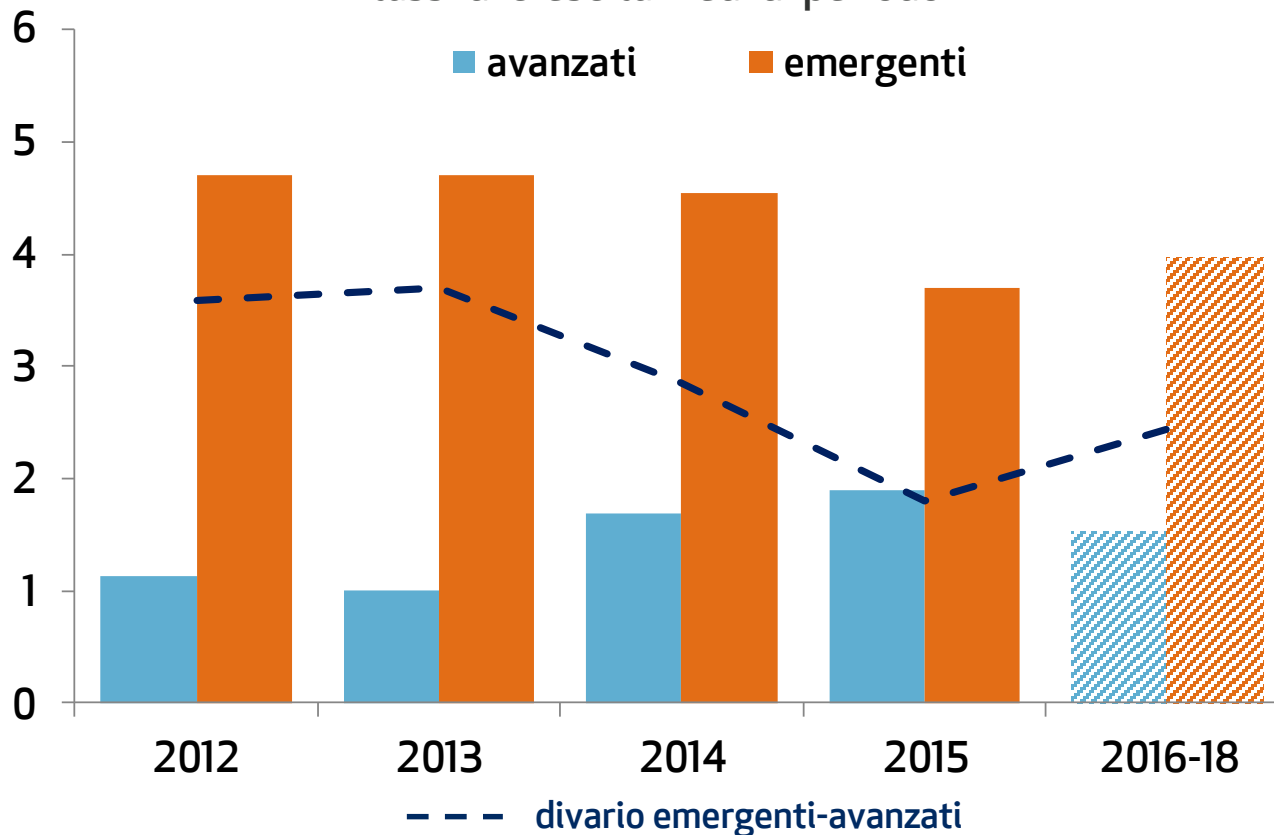
agenda

- 1 | **il contesto macroeconomico di riferimento**
- 2 | i risultati delle imprese cosmetiche al 2014 (aggiornamento)
- 3 | le opportunità di crescita sui mercati esteri

lo scenario internazionale | lieve accelerazione della crescita mondiale solo dal 2017 ma con elevati rischi al ribasso

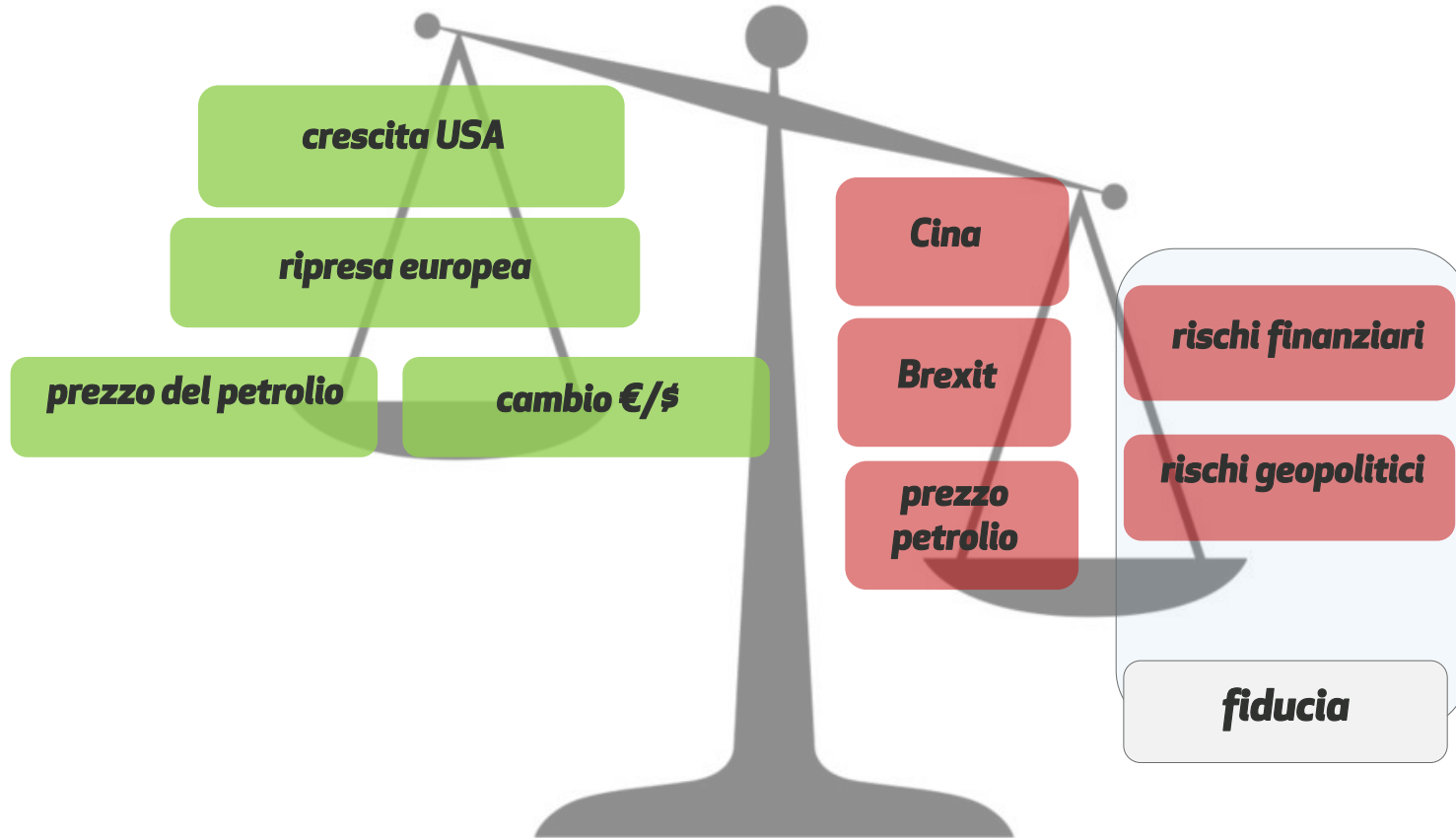
Pil per aree

tassi di crescita medi di periodo



fonte: Prometeia, Rapporto di Previsione - luglio 2016

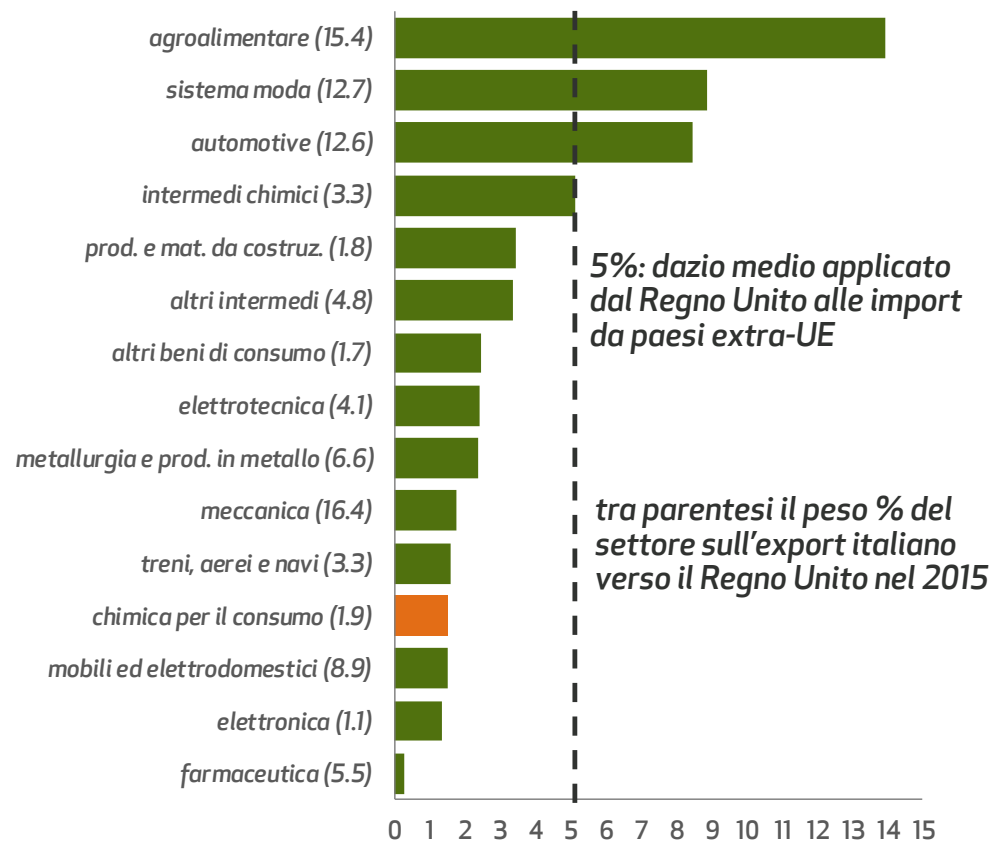
lo scenario internazionale | in equilibrio tra opportunità e rischi



Brexit | implicazioni per l'Italia: dazi per l'uscita dal mercato unico

dazio medio per l'Italia in assenza di libero scambio

livelli delle tariffe in %



fonte: elaborazioni Prometeia su banca dati Fipice e TradeMap

Brexit | implicazioni per l'Italia: svalutazione della sterlina

settori di maggior concorrenza Italia - Regno Unito

alimentare

the e del caffè, prodotti da forno,
bevande alcoliche

beni di consumo

abbigliamento, **cosmesi**,
pharma, gioielleria, attrezzat.
sportive

intermedi

tubi in acciaio, pitture e vernici,
prod. in plastica, prodotti
refrattari,

meccanica

meccanica varia e strumentale,
macchine agricole, da cantiere, di
sollevamento

*altri beni di
investimento*

forniture mediche, mobili per
ufficio, aerospazio

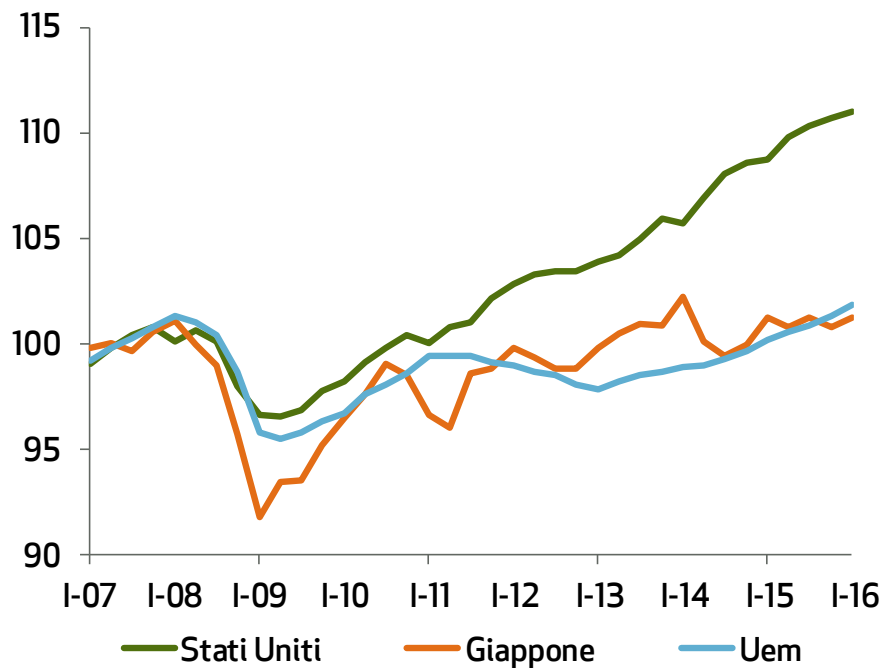
mercati di maggior concorrenza Italia - Regno Unito



non solo nubi | conferma crescita USA e ripresa Europa trainata soprattutto dai consumi (privati e pubblici)

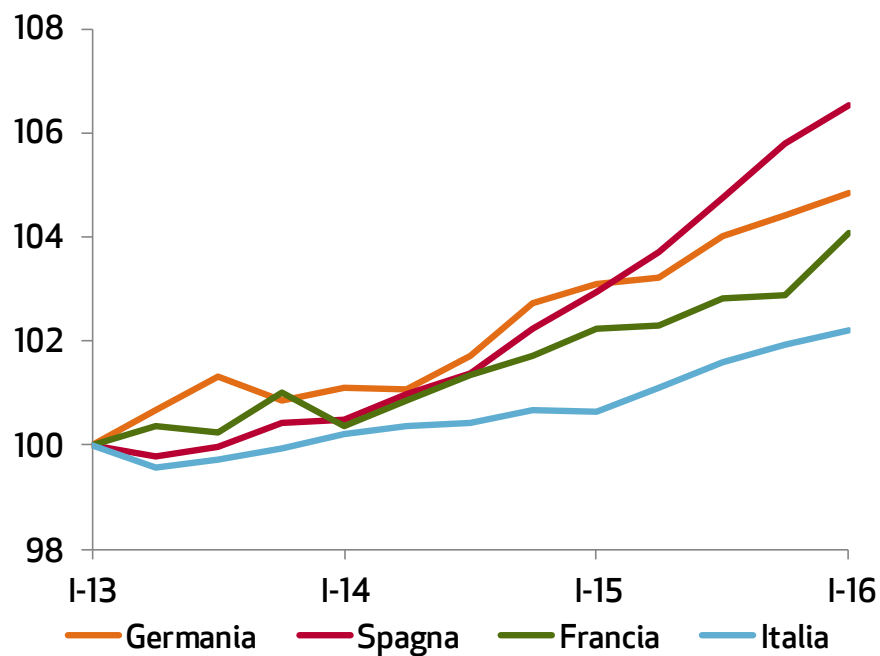
Pil reale

indice 2007=100



consumi delle famiglie

indice 2013=100



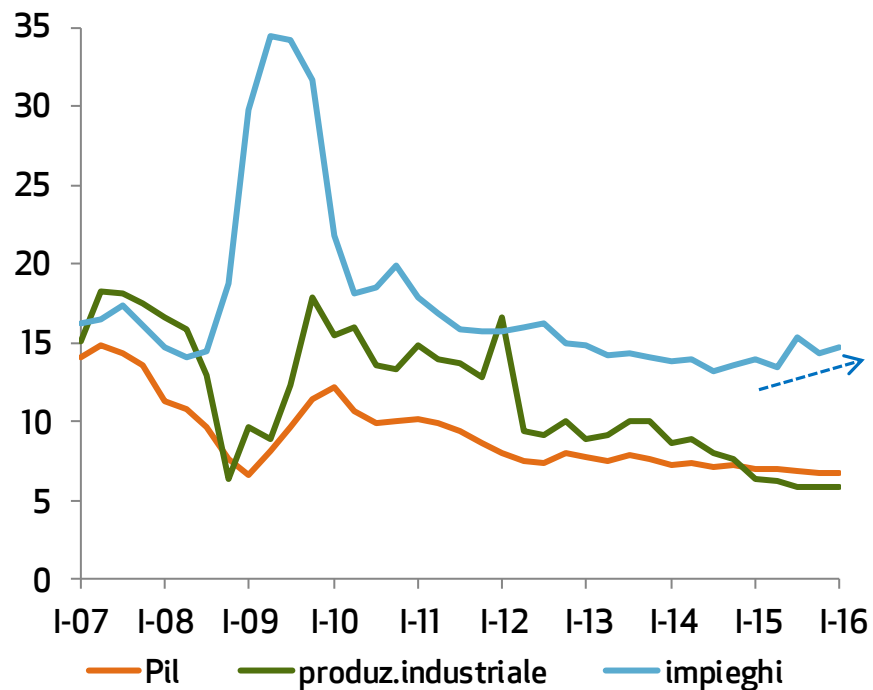
fonte: Uffici statistici nazionali

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Eurostat

non solo nubi | in Cina segnali di stabilizzazione sul fronte reale e finanziario

indicatori congiunturali

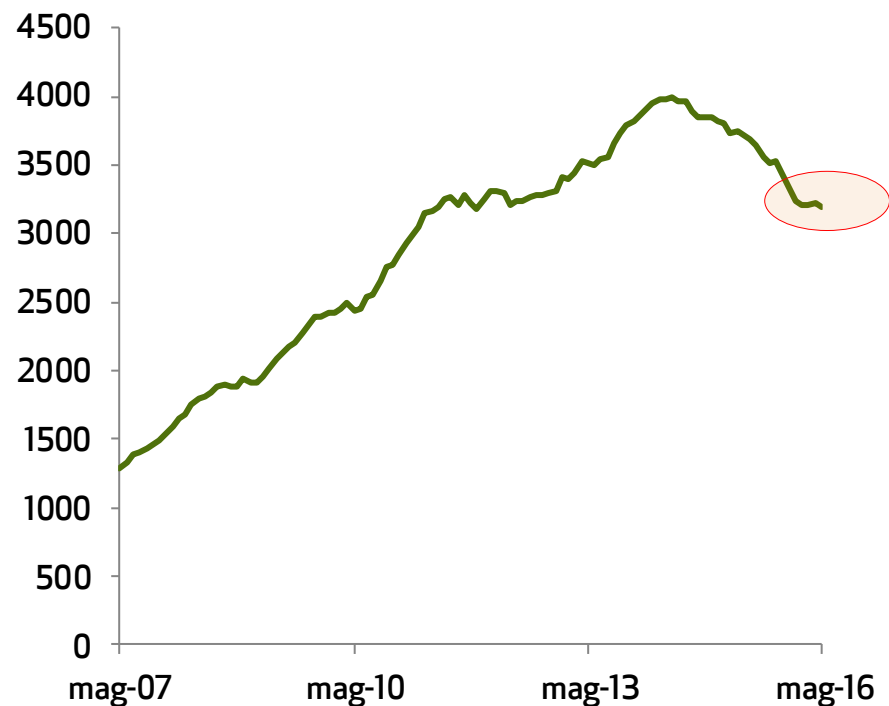
var.% su trimestre corrispondente



fonte: Ufficio statistico cinese

riserve ufficiali

miliardi di dollari

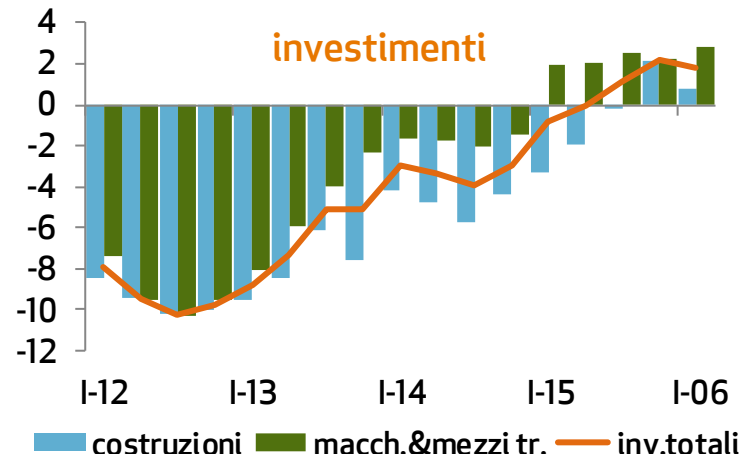
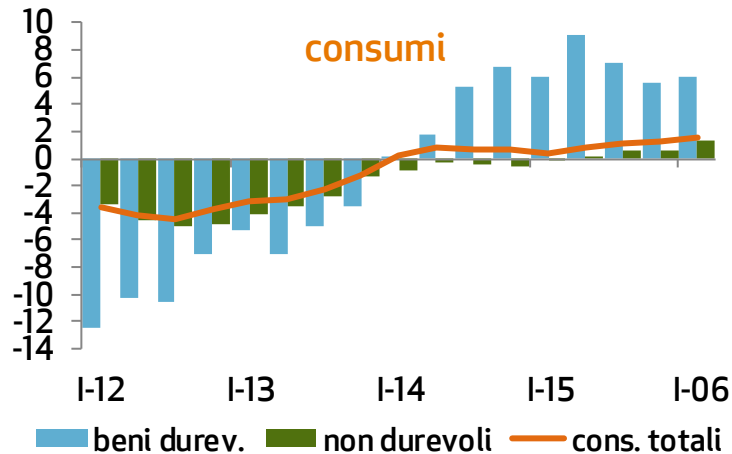
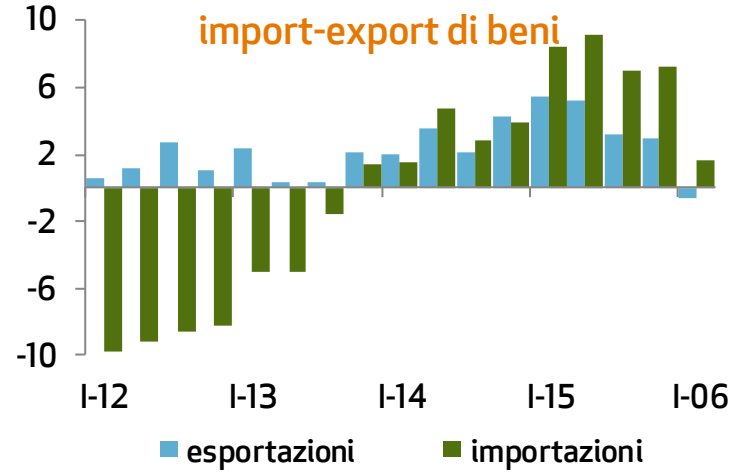
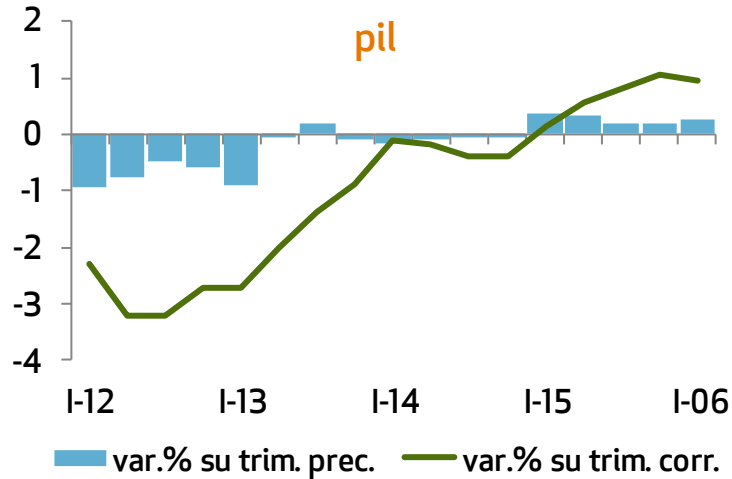


fonte: Banca centrale cinese

Italia: congiuntura | crescita moderata (ma non omogenea) delle componenti di domanda; per l'export difficoltà sui mercati extra-Ue

Pil e componenti

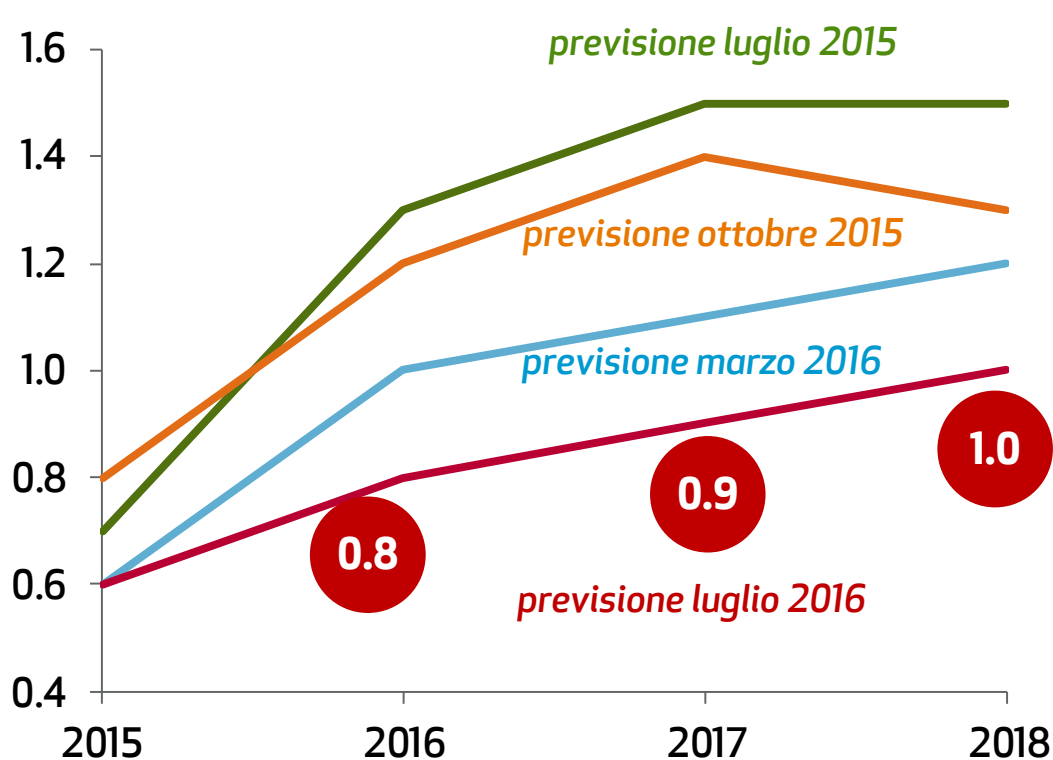
var.% su trimestre corrispondente



Italia: previsione | riviste al ribasso le stime sul Pil

Pil e componenti

var.% media annua



consumi interni

	2016	2017	2018
luglio 2016	1.1	0.9	1.1
marzo 2016	1.4	1.3	1.1

esportazioni

	2016	2017	2018
luglio 2016	1.3	3.5	3.2
marzo 2016	2.8	3.4	3.5

investimenti in macchinari e attrezzature

	2016	2017	2018
luglio 2016	2.4	2.0	2.9
marzo 2016	2.4	3.7	3.6

fonte: Prometeia, Rapporto di Previsione

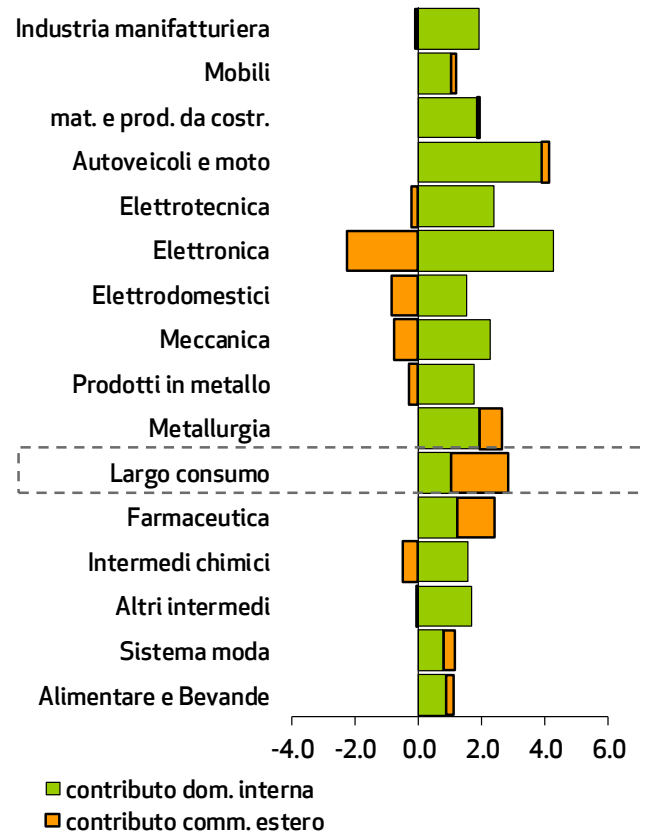
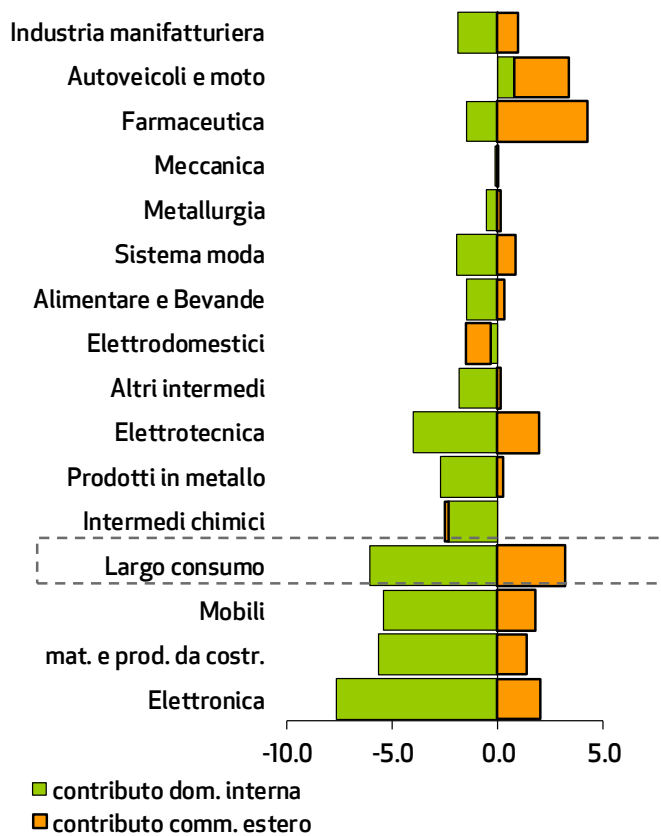
manifatturiero | torna positivo il contributo della domanda interna

contributo alla crescita della produzione

var.% media annua a prezzi costanti

2011-'15

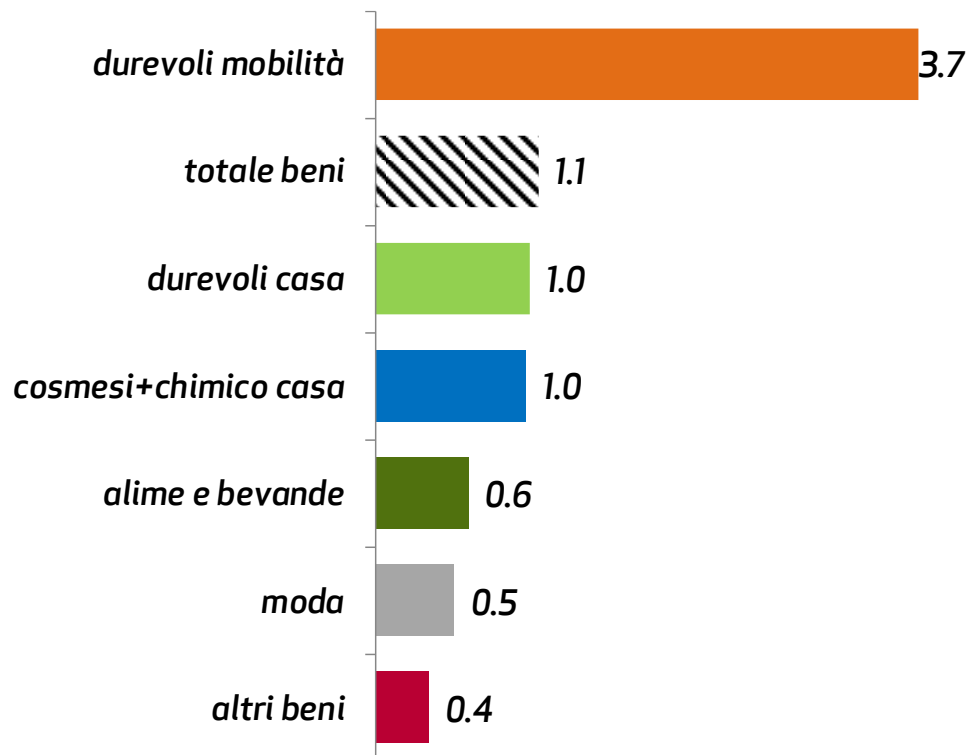
2016-'20



il contributo interno | i consumi...lentamente ripartono

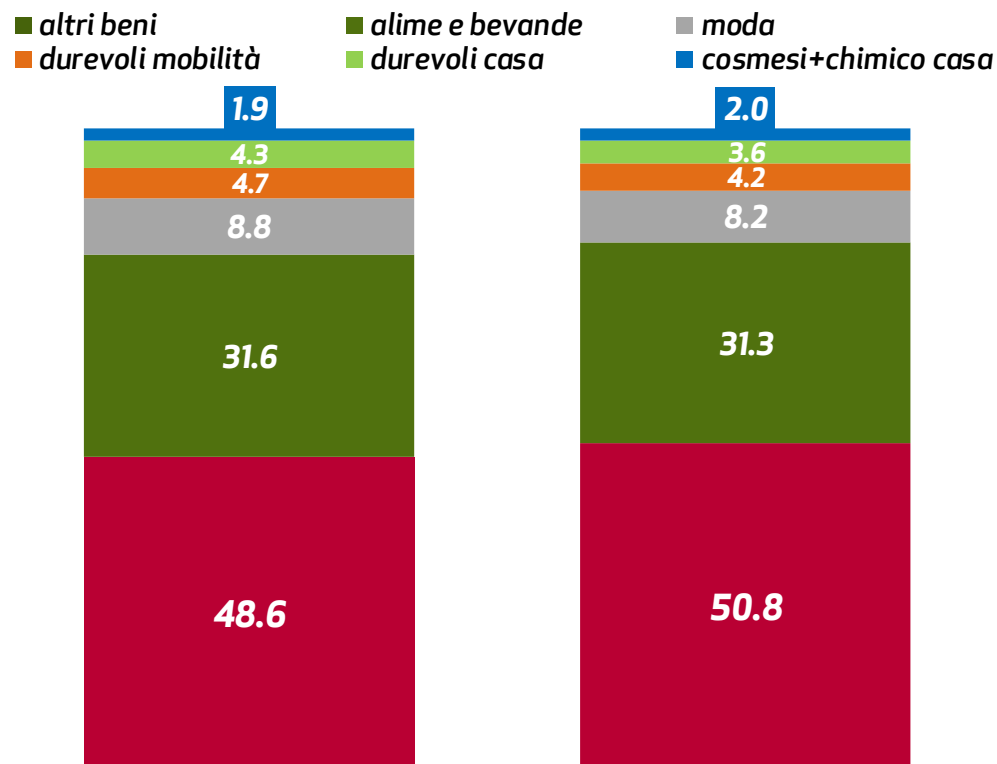
consumi di beni per tipologia

var.% media annua 2016-'19



consumi di beni per tipologia

peso % su totale consumi di beni



2000

2019

fonte: Prometeia, Banca dati ASI

agenda

- 1 | il contesto macroeconomico di riferimento
- 2 | i risultati delle imprese cosmetiche al 2014 (aggiornamento)**
- 3 | le opportunità di crescita sui mercati esteri

filiera cosmetica | il campione di imprese analizzato

Il campione di imprese cosmetiche analizzato

(dati 2014)

	IMPRESE		FATTURATO*	
	n°	%	mil. euro	%
Manifattura cosmetica	234	72.9	5 282	61.2
<i>Produttori</i>	171	53.3	4 226	49.0
<i>Terzisti</i>	63	19.6	1 056	12.2
Importatori/distributori	87	27.1	3 346	38.8
Totale filiera cosmetica	321	100.0	8 628	100.0

* dati di bilancio; il valore del fatturato totale (fonte Cosmetica Italia) è stato di 9.449 milioni di euro

focus sul motore manifatturiero della filiera cosmetica

il cui peso, nel campione analizzato, è aumentato di quasi 2 punti percentuali rispetto al 2012



prometeia

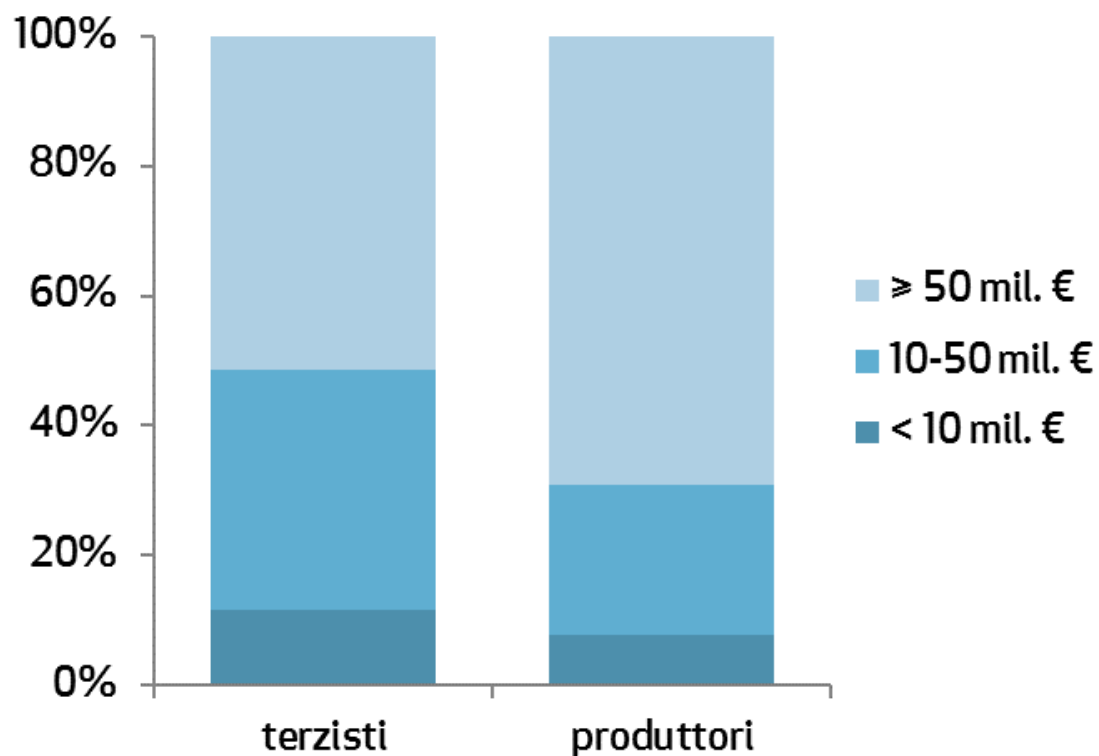
INDUSTRIA
COSMETICA



industria cosmetica | il campione per classi dimensionali

fatturato per classe dimensionale

quote %, campione manifattura cosmetica, anno 2014

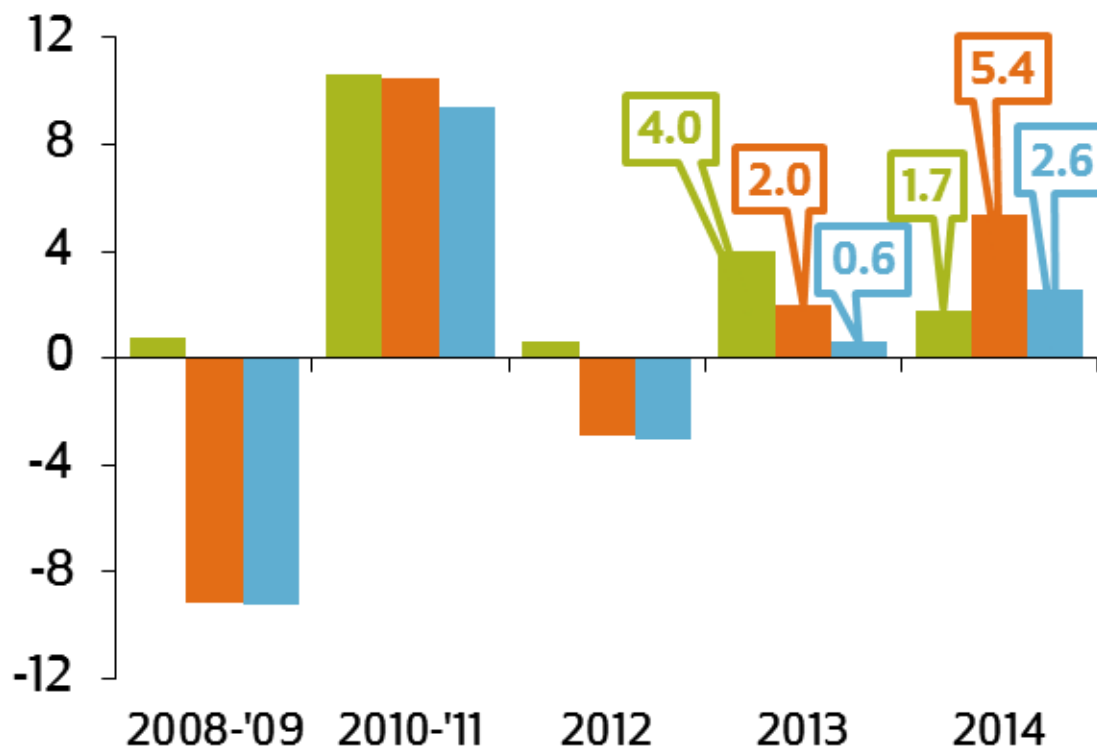


INDUSTRIA COSMETICA

- quasi il 70% del fatturato dei **produttori** è ascrivibile a grandi imprese
- per i **terzisti** tale quota è arrivata a superare il 51% nel 2014 (era il 40% nel 2011); il 37% fa capo alle imprese di media dimensione; in calo soprattutto il peso delle piccole imprese, passato all'11.5% dal quasi 14% del 2011

fatturato | industria cosmetica in continua crescita...

fatturato
var. % medie annue nei periodi indicati



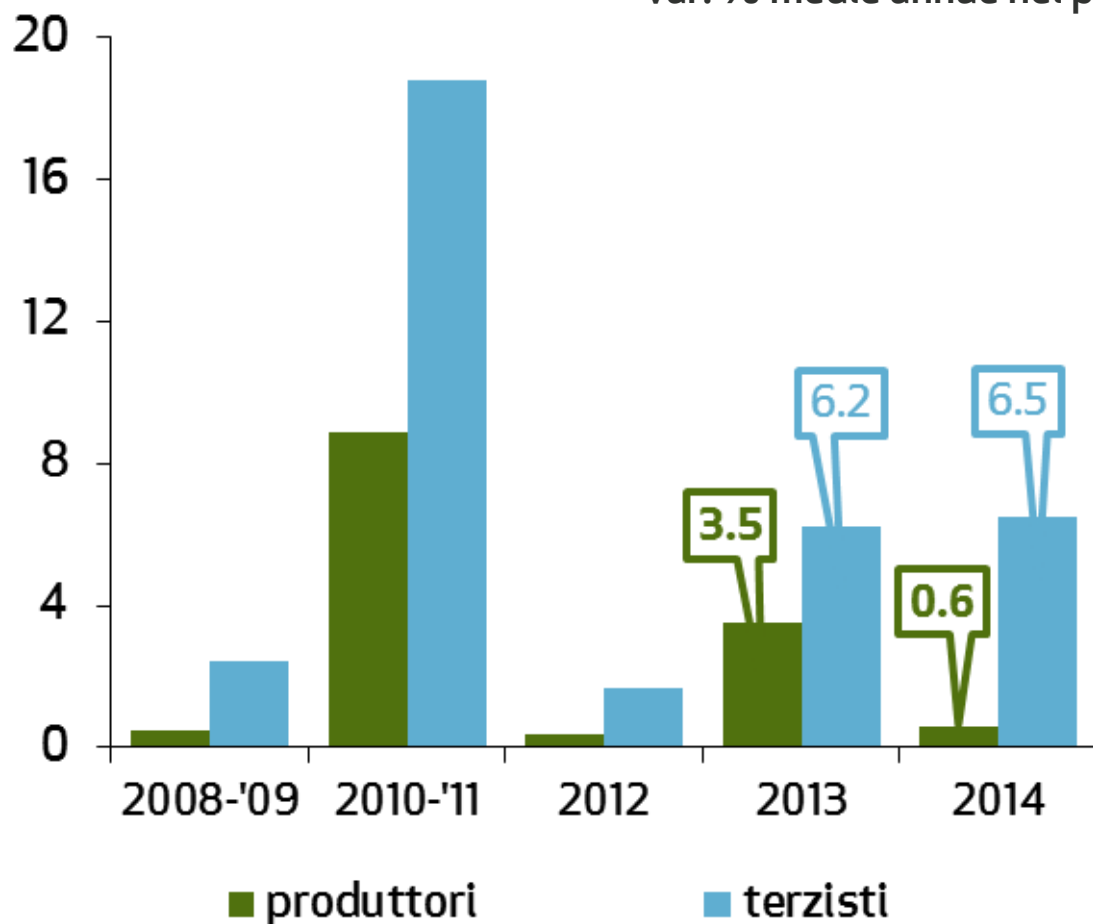
- industria cosmetica
- made in Italy per la persona*
- ind.manifatturiera

- negli ultimi 15 anni l'industria cosmetica ha sperimentato una crescita senza soluzione di continuità - con una buona capacità di tenuta anche nelle recenti fasi cicliche - mostrando performance quasi sempre migliori rispetto ai benchmark analizzati
- il 2014 ha, tuttavia, rappresentato un'eccezione in questo senso

fatturato | ...a diversa velocità per produttori e terzisti

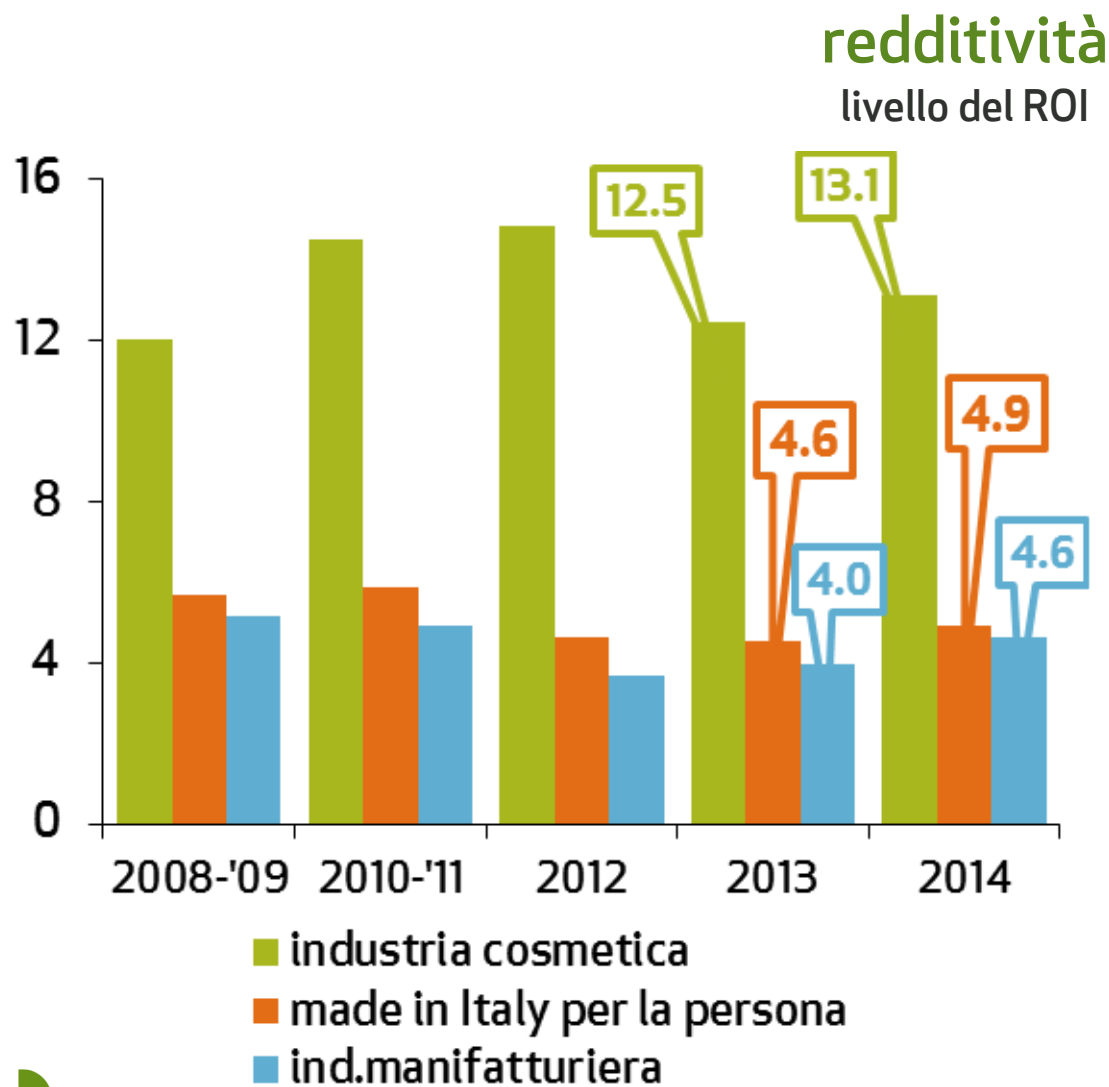
fatturato per comparto

var. % medie annue nei periodi indicati



- i terzisti confermano un ritmo di crescita strutturalmente più elevato rispetto ai produttori
- l'attenuazione della crescita osservata nel 2014 per il complesso dell'industria cosmetica ha risentito di una variazione solo debolmente positiva del fatturato dei produttori, a fronte di un'espansione che si è mantenuta vivace per i terzisti
- rispetto al 2007, al 2014 il fatturato dei terzisti risulta superiore del 70%; l'incremento per i produttori si limita al 25%

redditività | strutturalmente elevata, sebbene in calo nel 2013-'14...

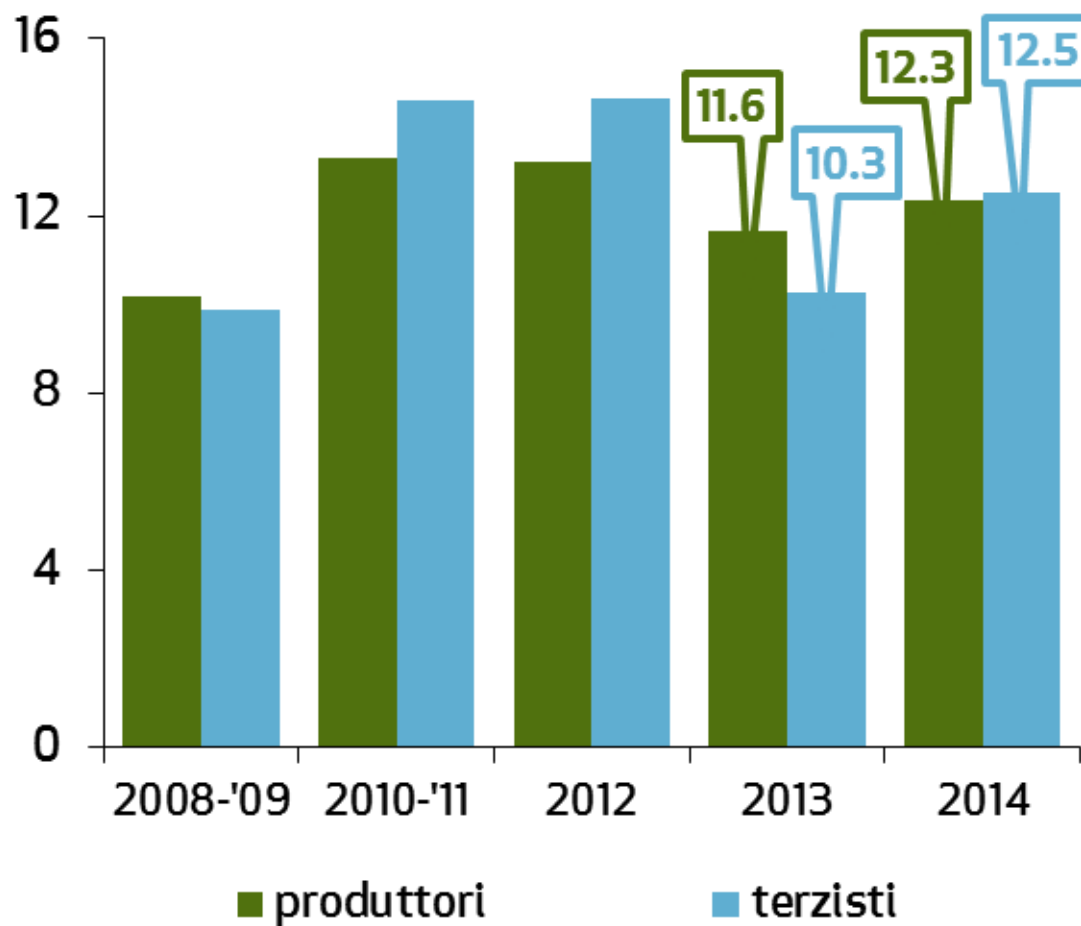


- pur in riduzione rispetto ai livelli del quinquennio 2008-'12, nel 2013-'14 la redditività dell'industria cosmetica si è confermata nettamente superiore - pari a **quasi 3 volte** - rispetto a quella media del made in Italy per la persona e del manifatturiero complessivo

redditività | ...relativamente omogenea tra produttori e terzisti

redditività per comparto

livello del ROI

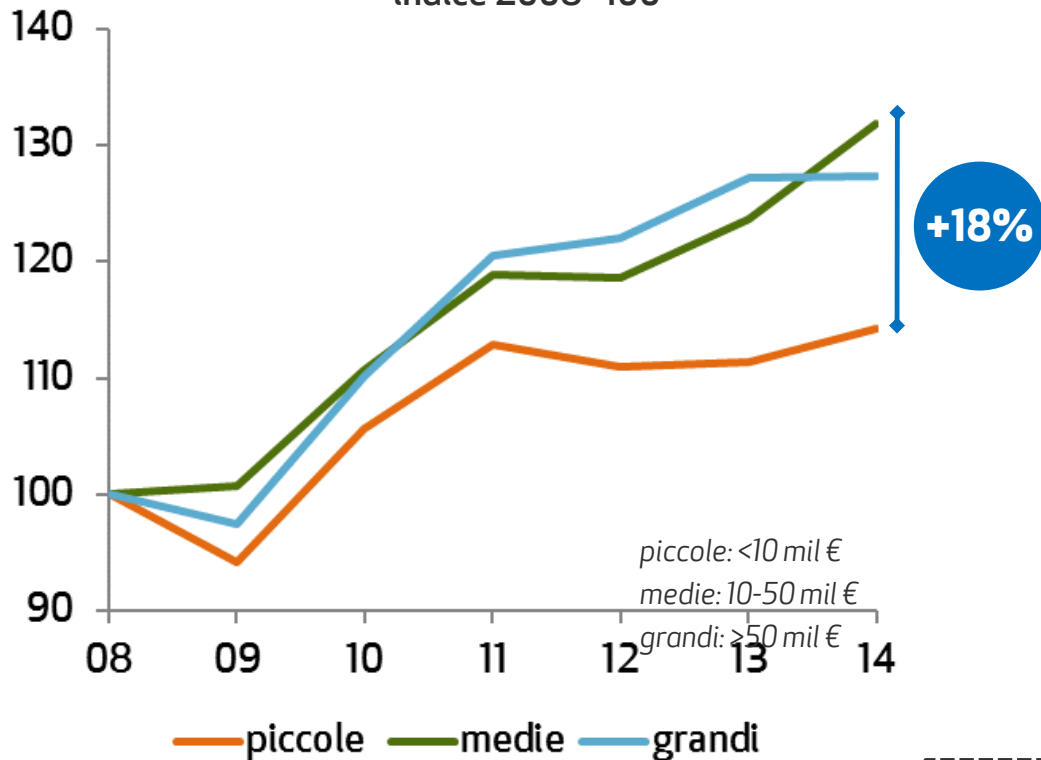


- le differenze di performance osservate in termini di crescita si attenuano nettamente se si guarda alla redditività operativa
- risultati più favorevoli per i terzisti si osservano solo nel triennio 2010-'12
- i produttori hanno «retto meglio» al ridimensionamento di redditività scontato dall'industria cosmetica nel 2013

classi dimensionali a confronto | un buon passo per le medie imprese, anche sul fronte della redditività

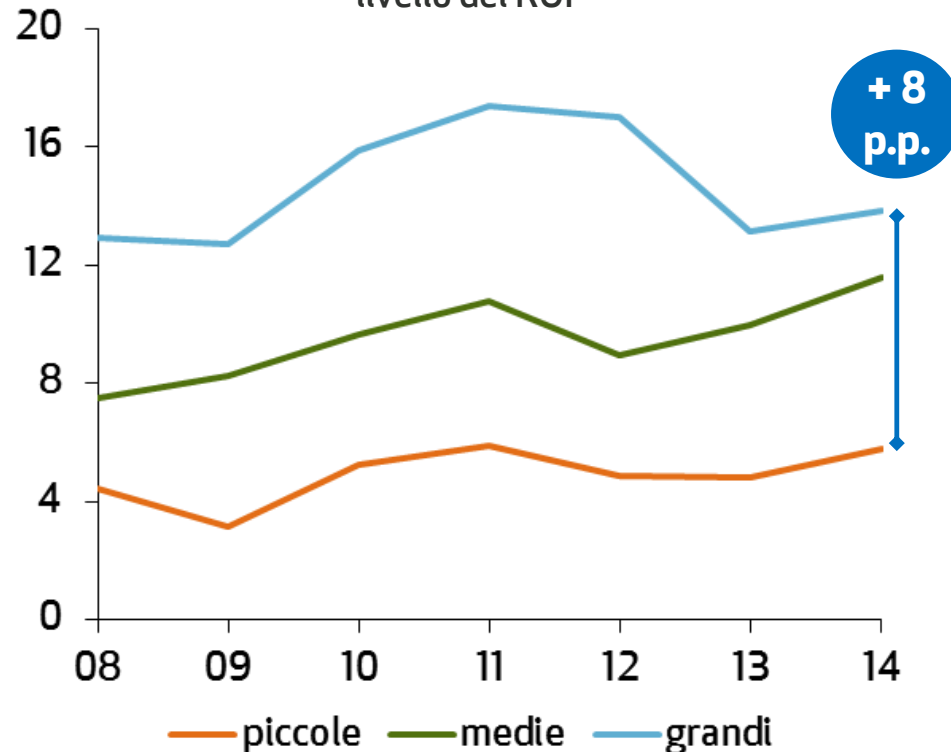
fatturato per classe dimensionale

indice 2008=100



redditività per classe dimensionale

livello del ROI



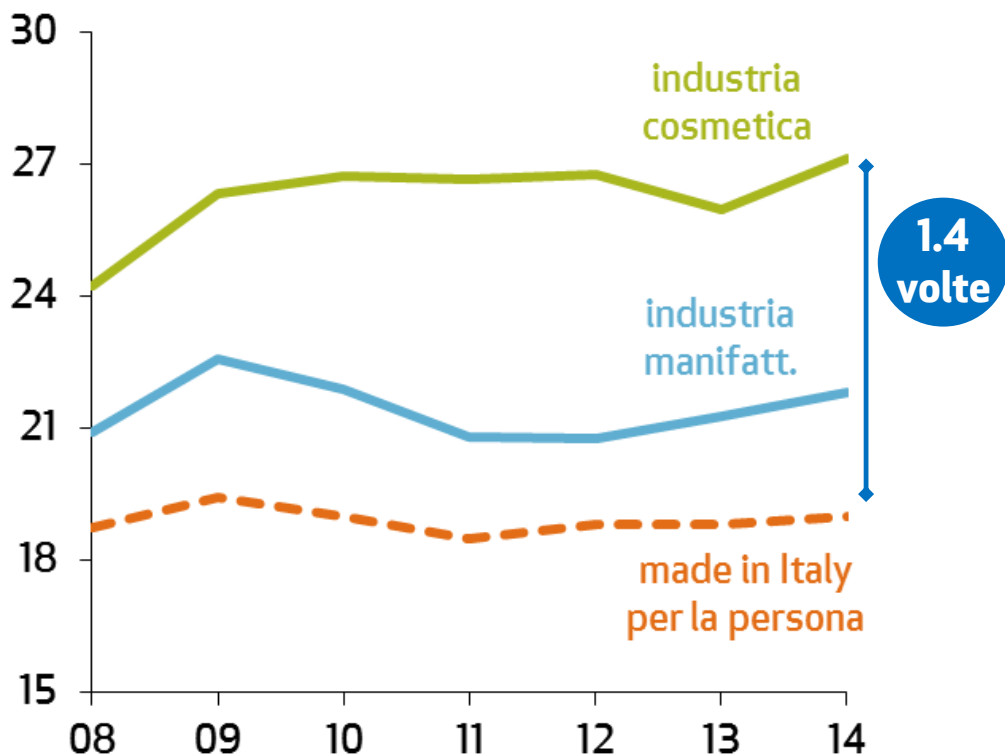
Roi 2014 manifatturiero: **2.4** **4.1** **4.8**

- tra il 2008 e il 2014 le medie imprese hanno saputo stare al passo con le grandi in termini di crescita del fatturato, recuperando anche parte del gap di redditività

valore aggiunto e produttività | si confermano strutturalmente alti

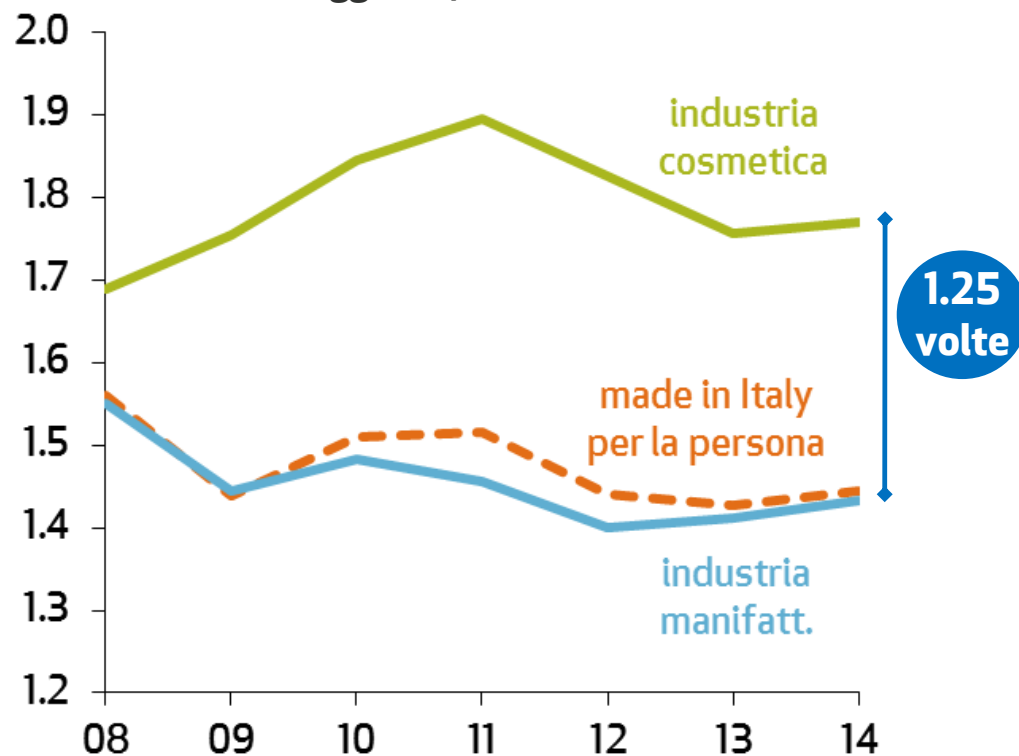
valore aggiunto

in % del fatturato



produttività

valore aggiunto/costo del lavoro

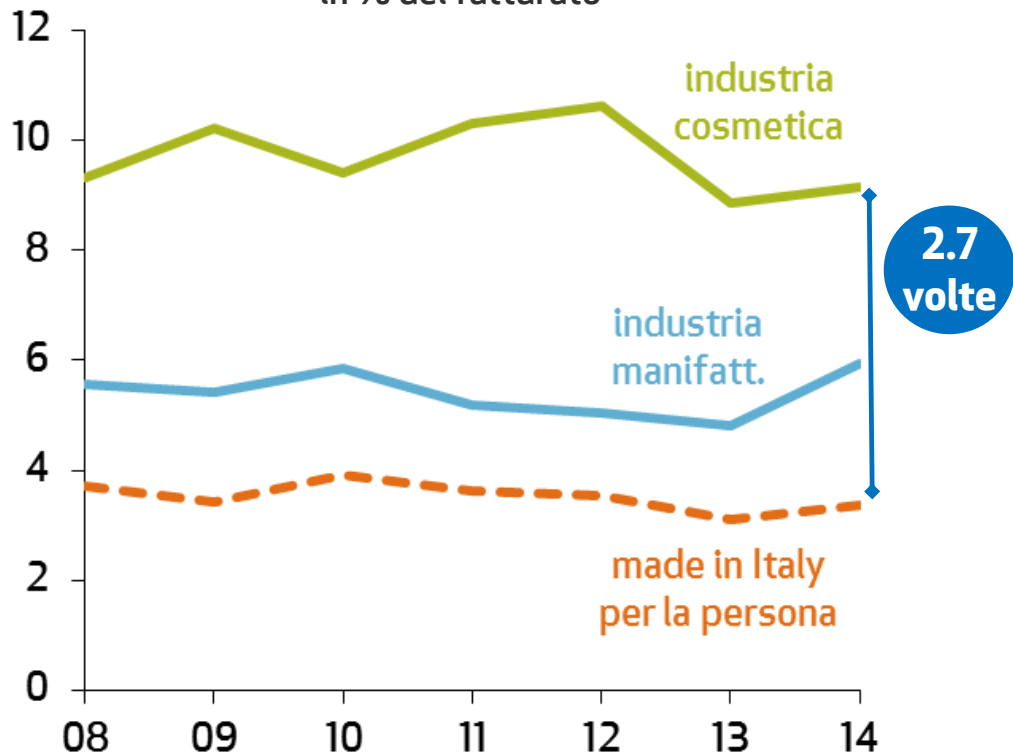


- anche nei dati più recenti l'industria cosmetica conferma un gap positivo in termini di valore aggiunto generato (in rapporto al fatturato) e di produttività del lavoro
- quest'ultima, in particolare, al 2014 risulta superiore di circa il 25% rispetto ai benchmark

autofinanz. e investimenti | in ridimensionamento negli ultimi anni

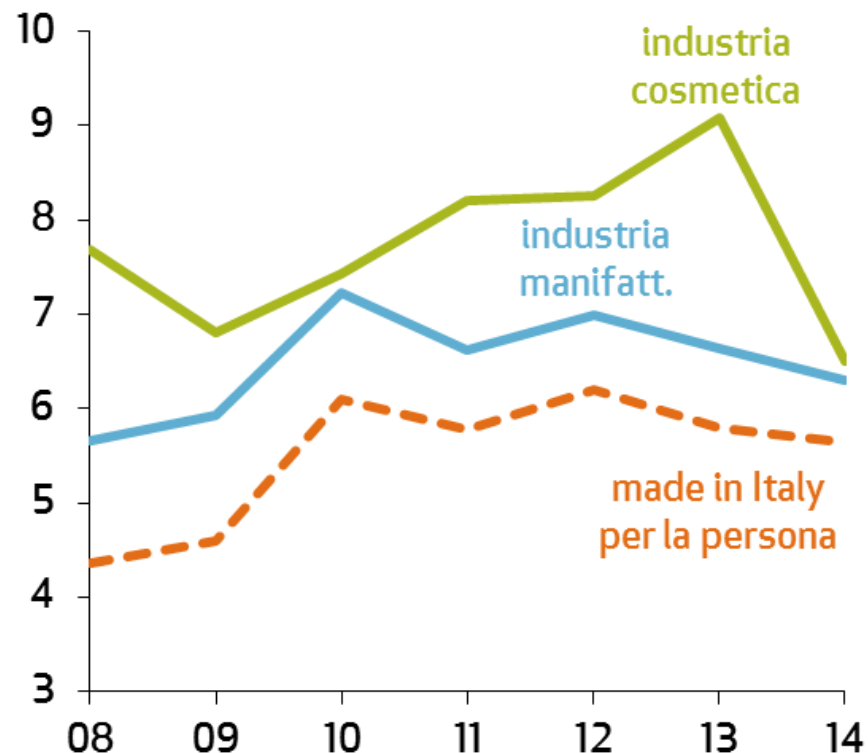
autofinanziamento

in % del fatturato



investimenti

in % del fatturato

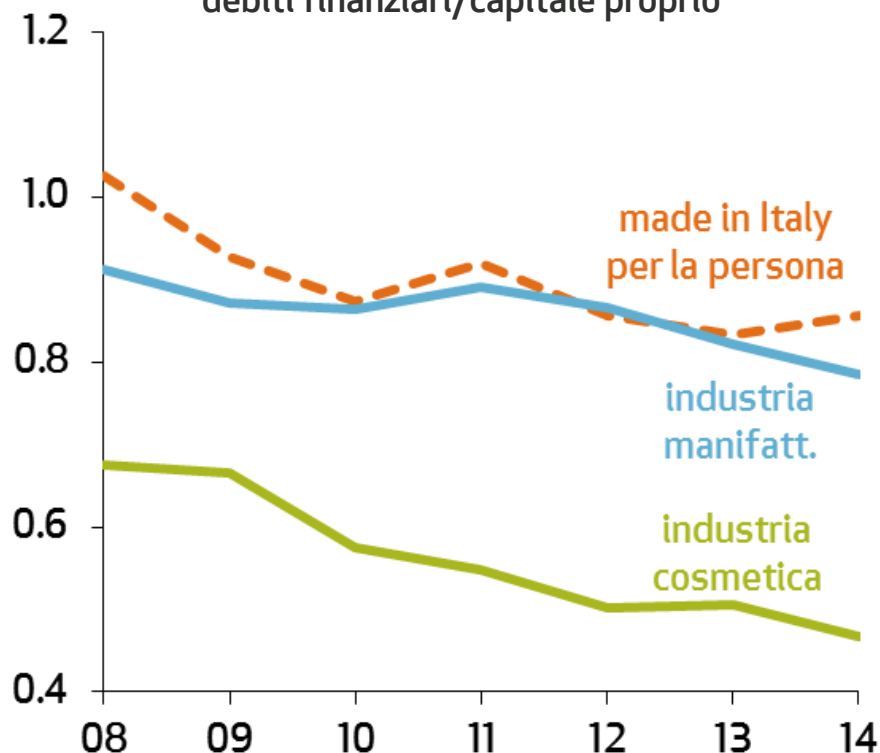


- l'autofinanziamento, sebbene in riduzione nel 2013-'14, rimane pari a quasi 3 volte quello del made in Italy per la persona e 1.5 volte quello del manifatturiero
- a fronte della ridotta capacità di autofinanziamento, gli investimenti (in % fatturato) hanno subito un netto calo nel 2013-'14, comune a produttori e terzisti

leverage e costo del debito | basso ricorso a capitale di terzi

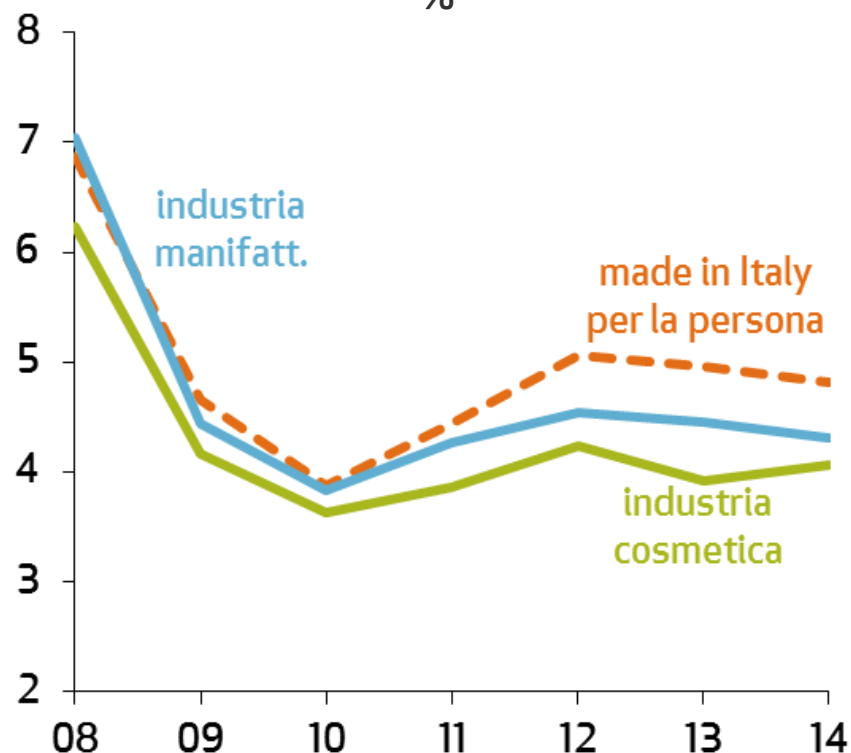
leverage

debiti finanziari/capitale proprio



costo medio del debito

%



- le imprese dell'industria cosmetica mostrano strutturalmente uno scarso ricorso a fonti di finanziamento esterne (in particolare i produttori); il rapporto tra debiti finanziari e capitale proprio risulta, inoltre, in ulteriore riduzione nel periodo analizzato

- il costo del debito risulta sostanzialmente allineato a quello dei benchmark

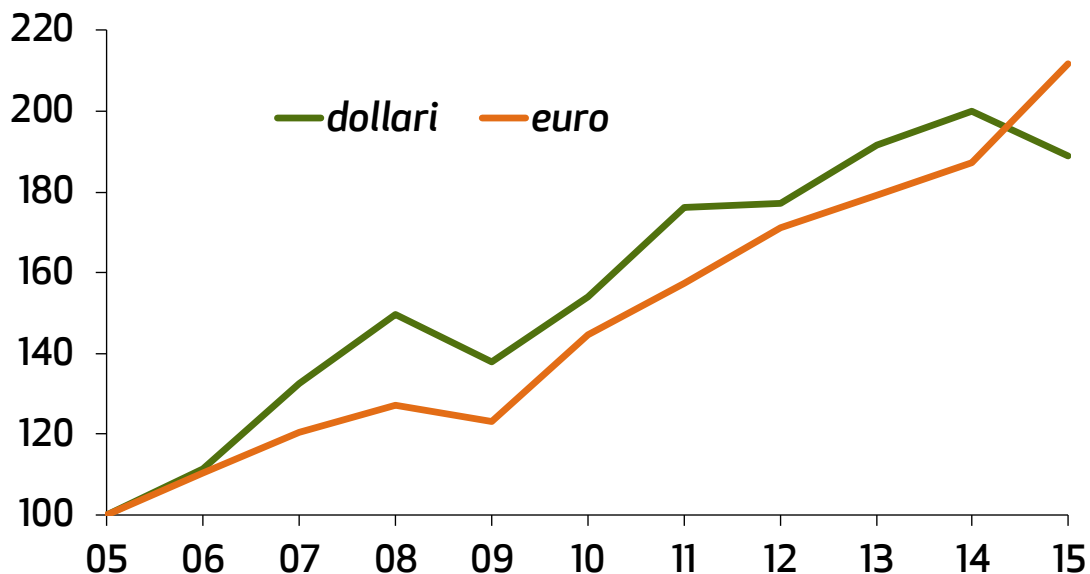
agenda

- 1 | il contesto macroeconomico di riferimento
- 2 | i risultati delle imprese cosmetiche al 2014 (aggiornamento)
- 3 | le opportunità di crescita sui mercati esteri**

commercio mondiale di cosmesi | significativo effetto cambio sull'evoluzione del 2015

importazioni mondiali cosmetica

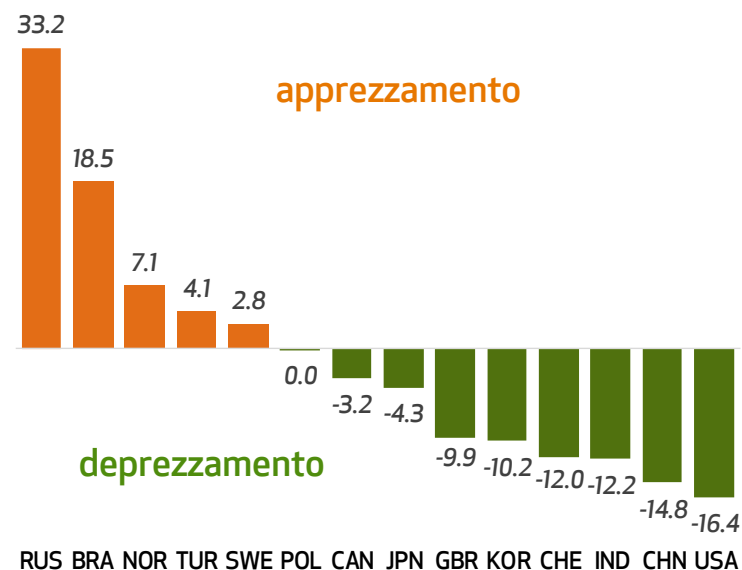
Prezzi correnti, indice 2005=100



Fonte: Prometeia, banca dati FIPICE

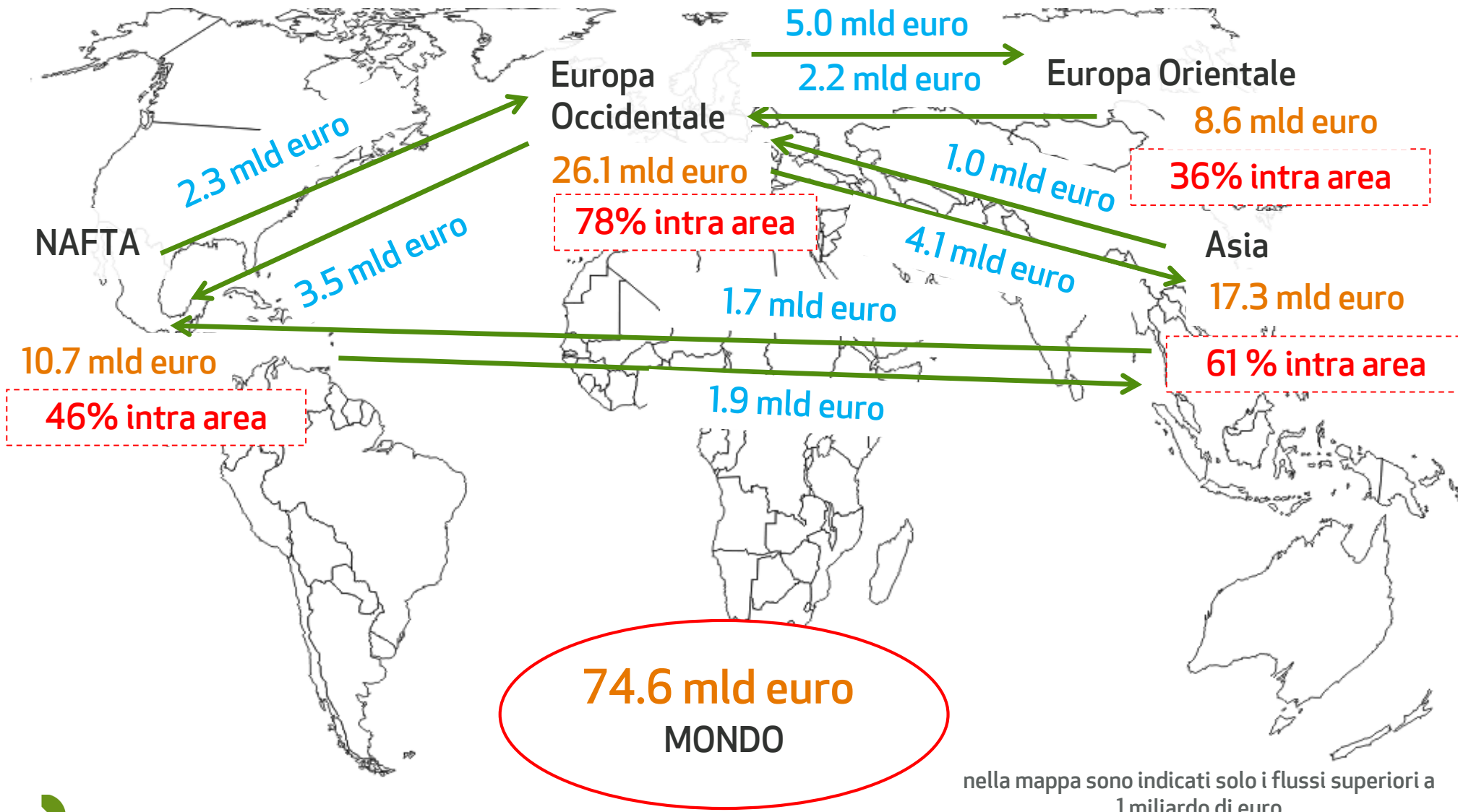
cambio euro/principali valute

var.% 2014-'15



Fonte: Prometeia-ISP, Analisi dei settori industriali, maggio 2016

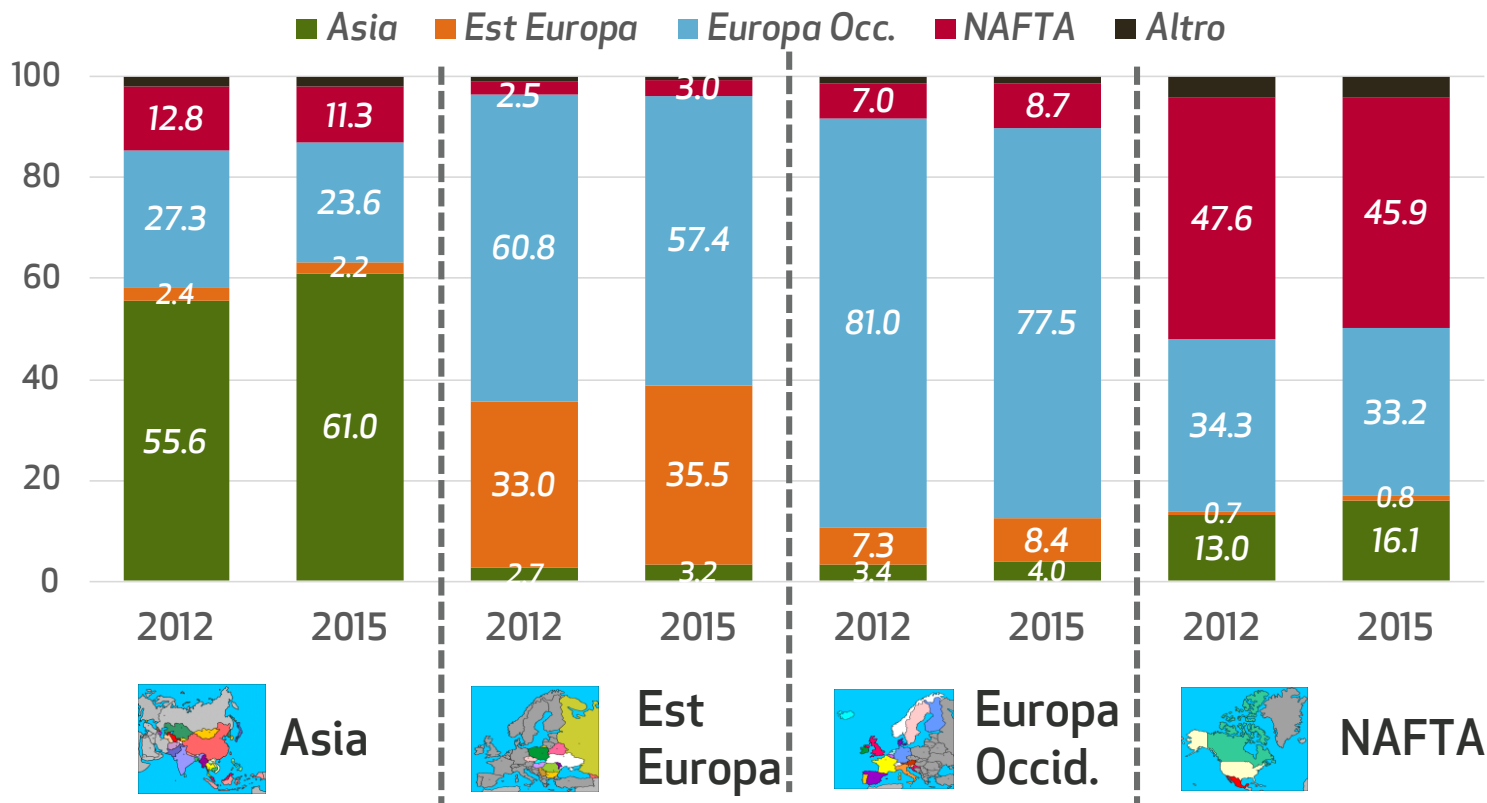
commercio mondiale | flussi tra aree nel 2015...



...e rispetto al 2012 | aumentano i flussi intra-area nel continente asiatico erodendo quote ai produttori occidentali...

composizione geografica importazioni cosmetica

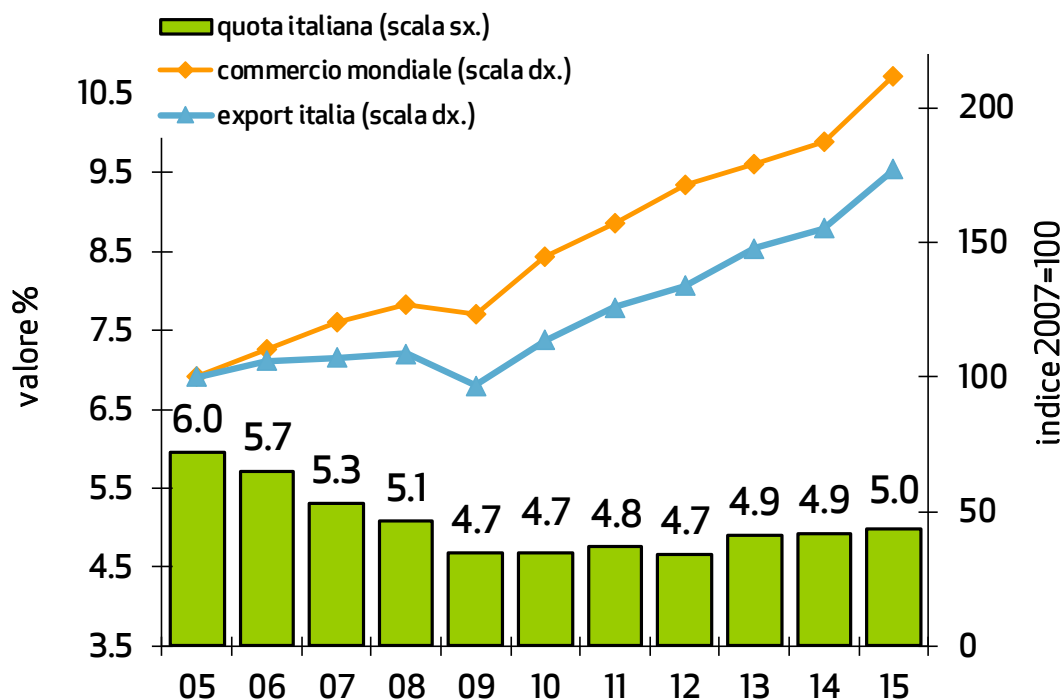
valori %



...ma non ai produttori italiani | terzo anno consecutivo di crescita superiore alle import mondiali...

importazioni mondiali ed export italiano di prodotti cosmetici

var.% e quota % su flussi a valore



commercio mondiale nel 2015

**74.6 miliardi di euro
+13.0%**

esportazioni italiane nel 2015

**3.8 miliardi di euro
+14.3%**

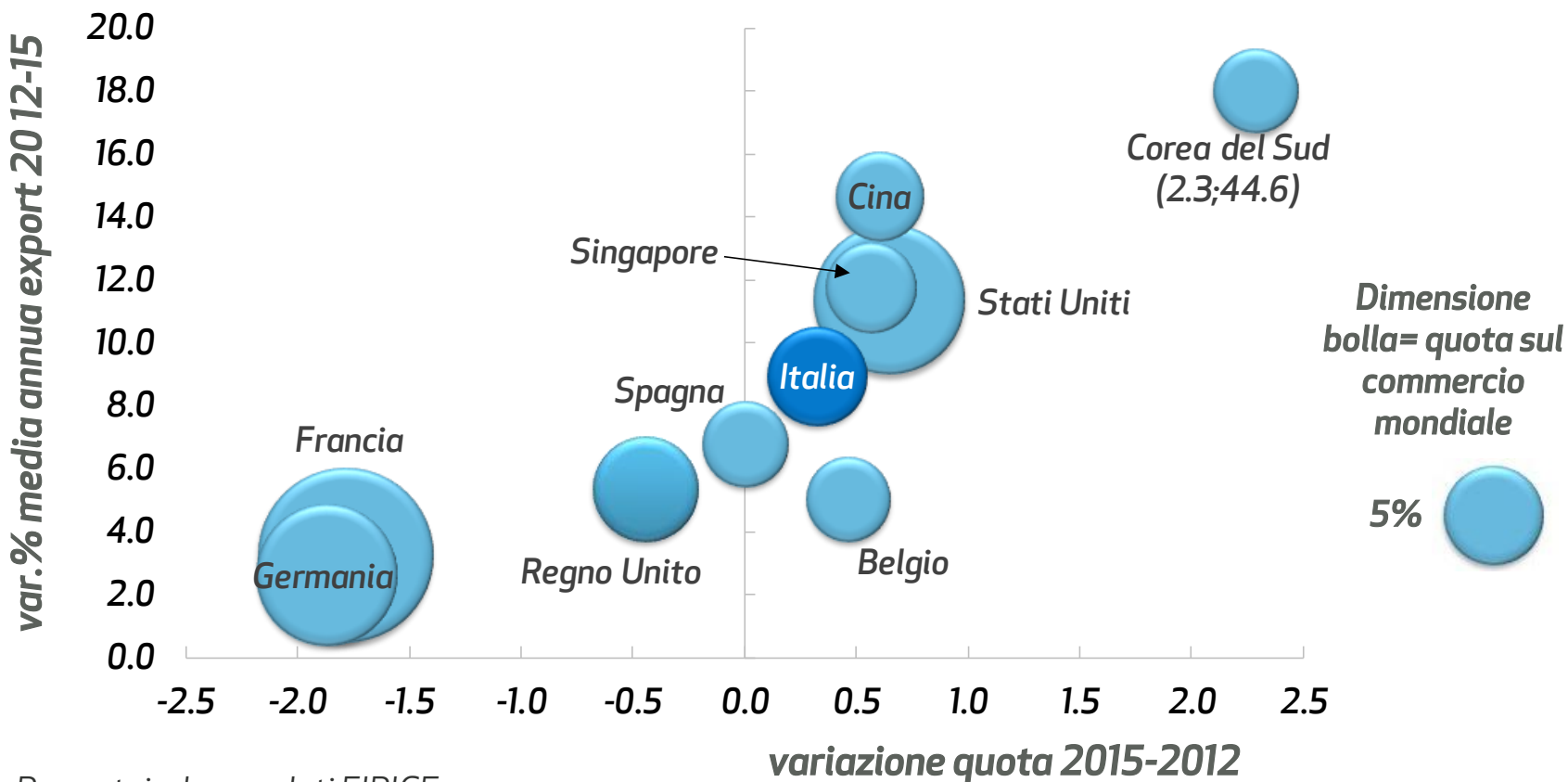
(5° esportatore mondiale)

Fonte: Prometeia, banca dati FIPICE

...e l'Italia guadagna quote | a scapito dei principali competitor europei

performance dei principali esportatori

evoluzione export a valore e quote di mercato

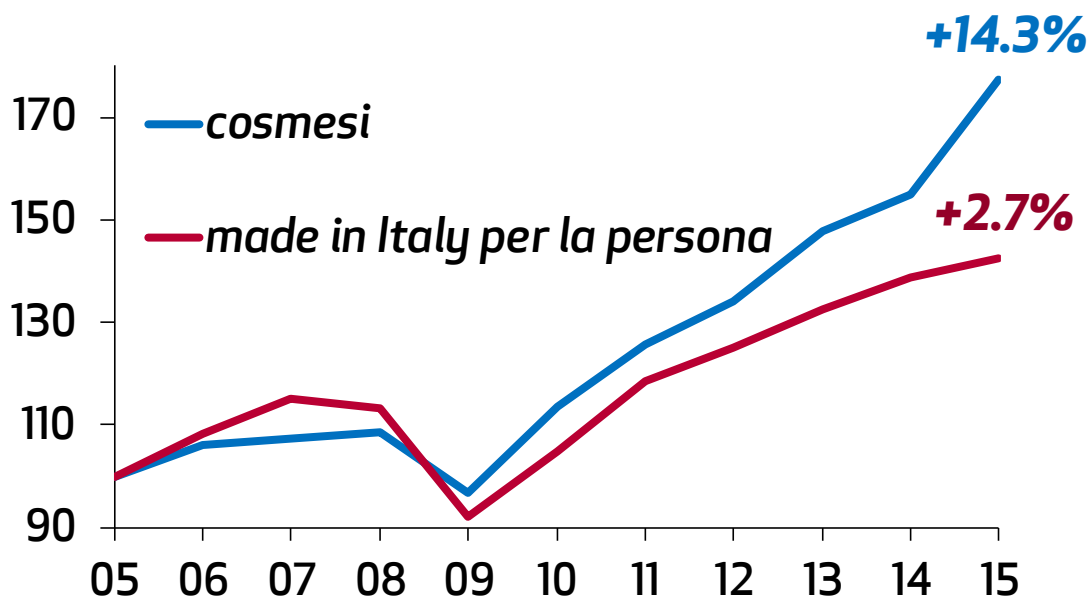


Fonte: Prometeia, banca dati FIPICE

cosmesi e Made in Italy per la persona | si amplia la forbice con gli altri settori...

esportazioni Made in Italy per la persona

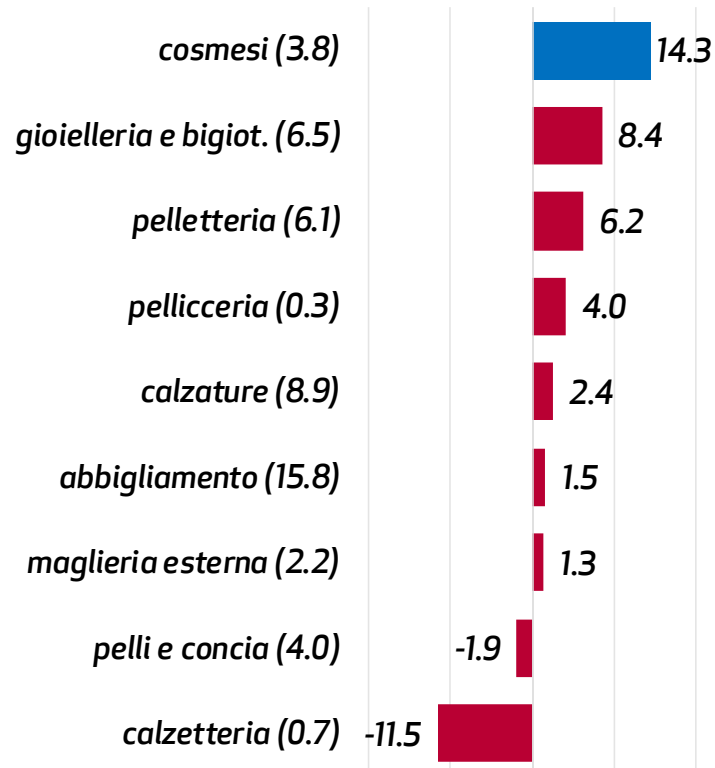
Indice 2005=100



Fonte: Prometeia, banca dati FIPICE e Analisi dei microsettori, giugno 2016

performance 2015 per settore

var.% export a valore (tra parentesi miliardi di export 2015)

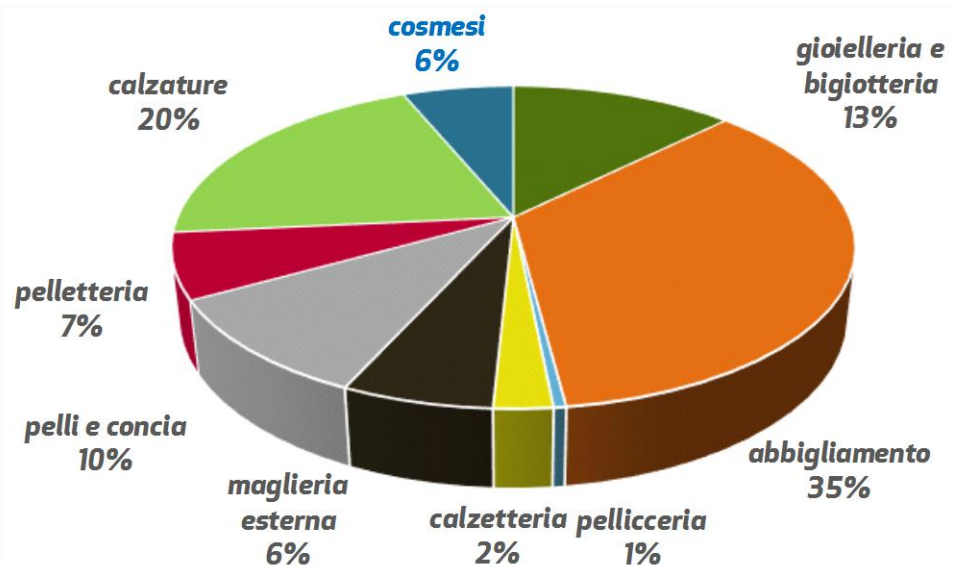


...e aumenta il peso della cosmesi | in 10 anni passa dal 6% all'8% la quota della cosmesi sull'export di Made in Italy per la persona

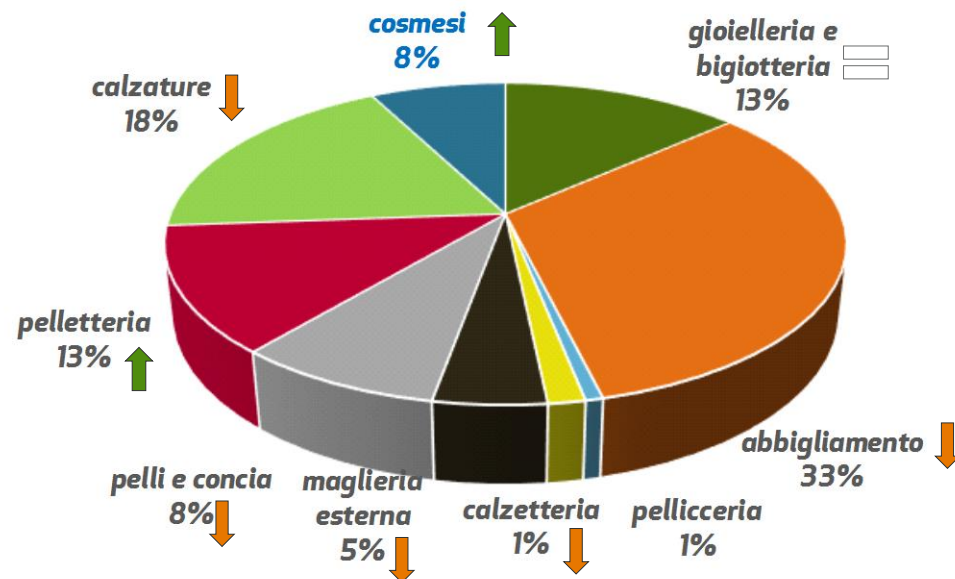
esportazioni Made in Italy per la persona

peso % sul totale

2005

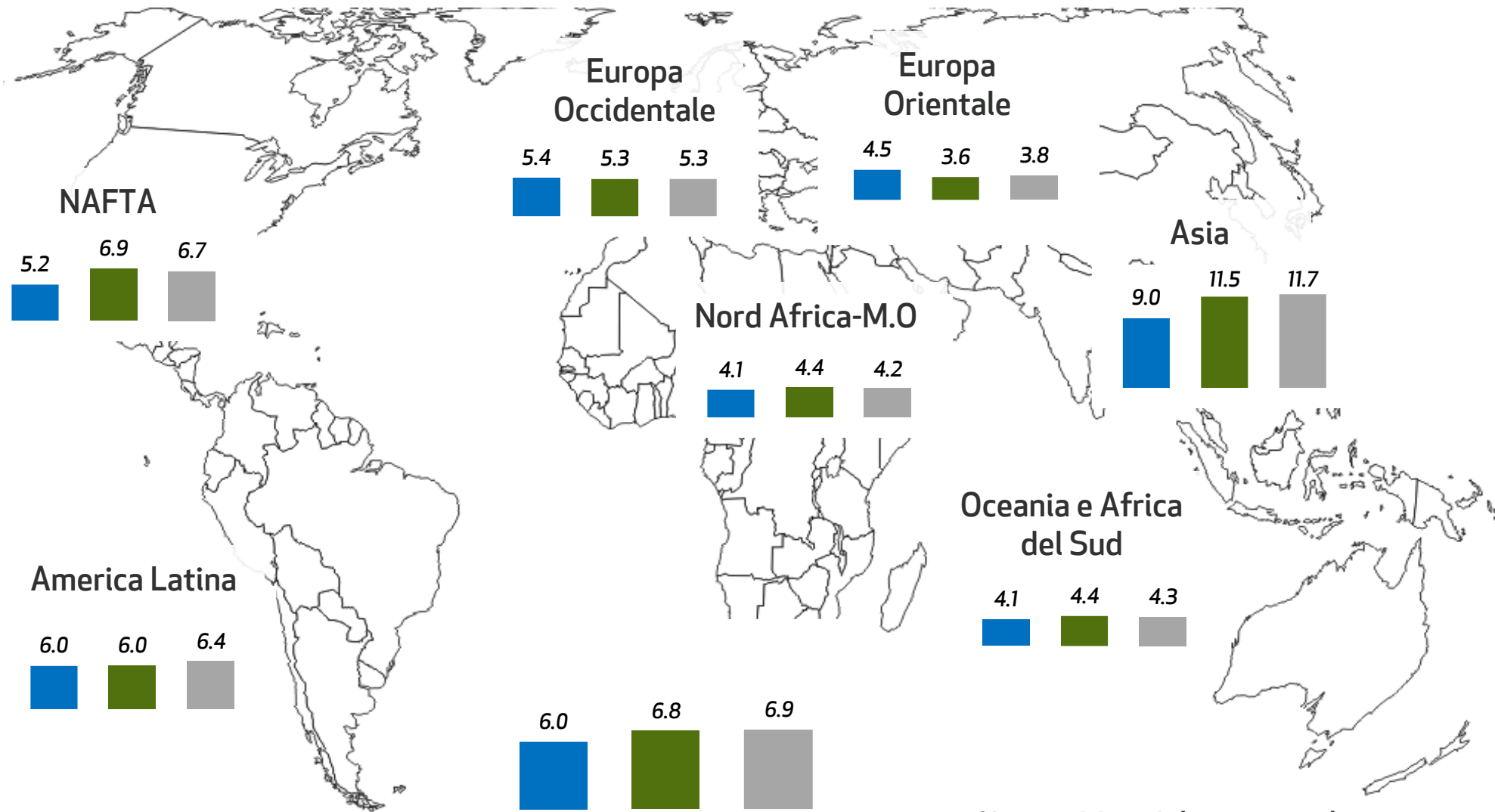


2015



Fonte: Prometeia, banca dati FIPICE e Analisi dei microsettori, giugno 2016

commercio mondiale | la mappa delle opportunità



var.% import dal mondo (prezzi costanti)

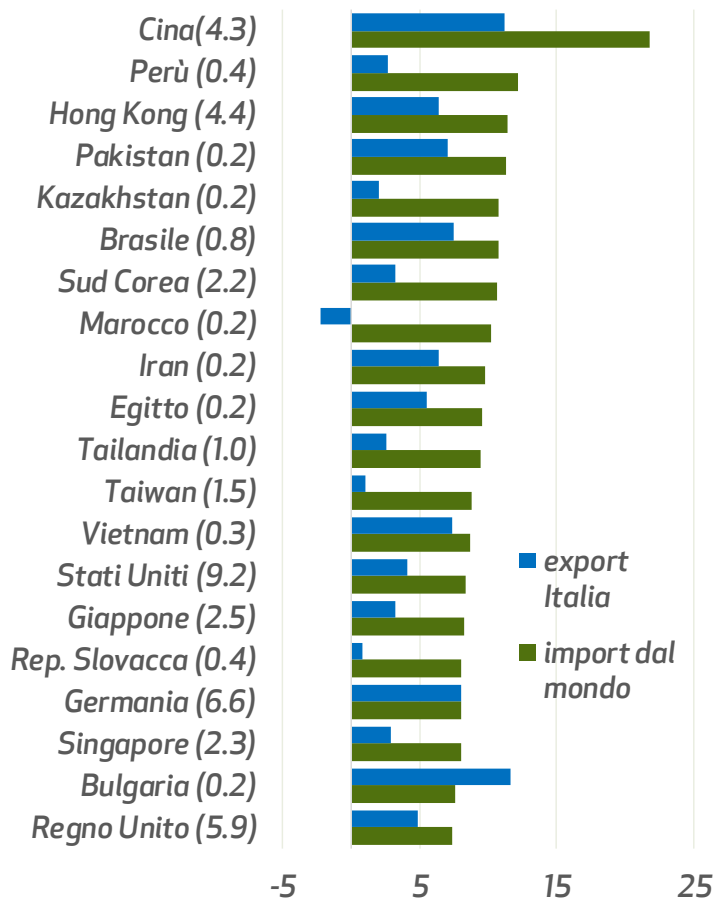
2016 2017 2018

Fonte: Prometeia, modello Mopice
prometeia

export gap | colmare il gap vale 170 milioni di euro in 3 anni

top 20 mercati più dinamici e performance italiana

var.% media annua 2016-'18 in valore (tra parentesi il peso del paese sulle import mondiali nel 2015)



20 Paesi

(43% delle importazioni mondiali)

**colmare il gap = 170
milioni di export
aggiuntivo nel 2016-'18**

(4.5% dell'export 2015)

sintesi | contesto, risorse e sfide per la cosmesi (to be continued...)



macroeconomia

- crescita lenta (new normal), trainata dalle componenti «endogene»
- incertezze che contengono altre incertezze



Made in Italy (benchmarking)

- contesto più favorevole sul mercato interno
- cosmesi «premiata» nel paniere di consumo delle famiglie italiane



analisi bilanci

- negli anni 2000+, la cosmesi ha mostrato una crescita dei ricavi quasi sempre superiore ai benchmark...non così nel 2014
- «terzisti» e medie imprese in evidenza
- si conferma un gap positivo in termini di valore aggiunto (1,4X) e di produttività (1,25X) e autofinanziamento (2,5X)



Internazionalizzazione

- commercio mondiale «booming» nel 2015 (almeno in euro)...e l'Italia guadagna quote
- cresce il peso degli scambi regionali (soprattutto in Asia)
- attese di rallentamento degli scambi nel 2016-18
- la sfida per le aziende italiane: ridurre ulteriormente l'export gap (~170 milioni di euro)





contatti

giuseppe.schirone@prometeia.com
manager

prometeia

via Marconi 43, 40122 **Bologna**
tel. +39 051 6480911, fax + 39 051 220753

via Brera 18, 20121 **Milano**
tel. +39 02 80505845, fax +39 02 89074658

info@prometeia.com
www.prometeia.com