



prometeia

bologna  
8 marzo 2013

# Cosmetica e Made in Italy

tempi e modi di attraversamento della crisi a confronto ... e la sfida dell'internazionalizzazione



UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

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.

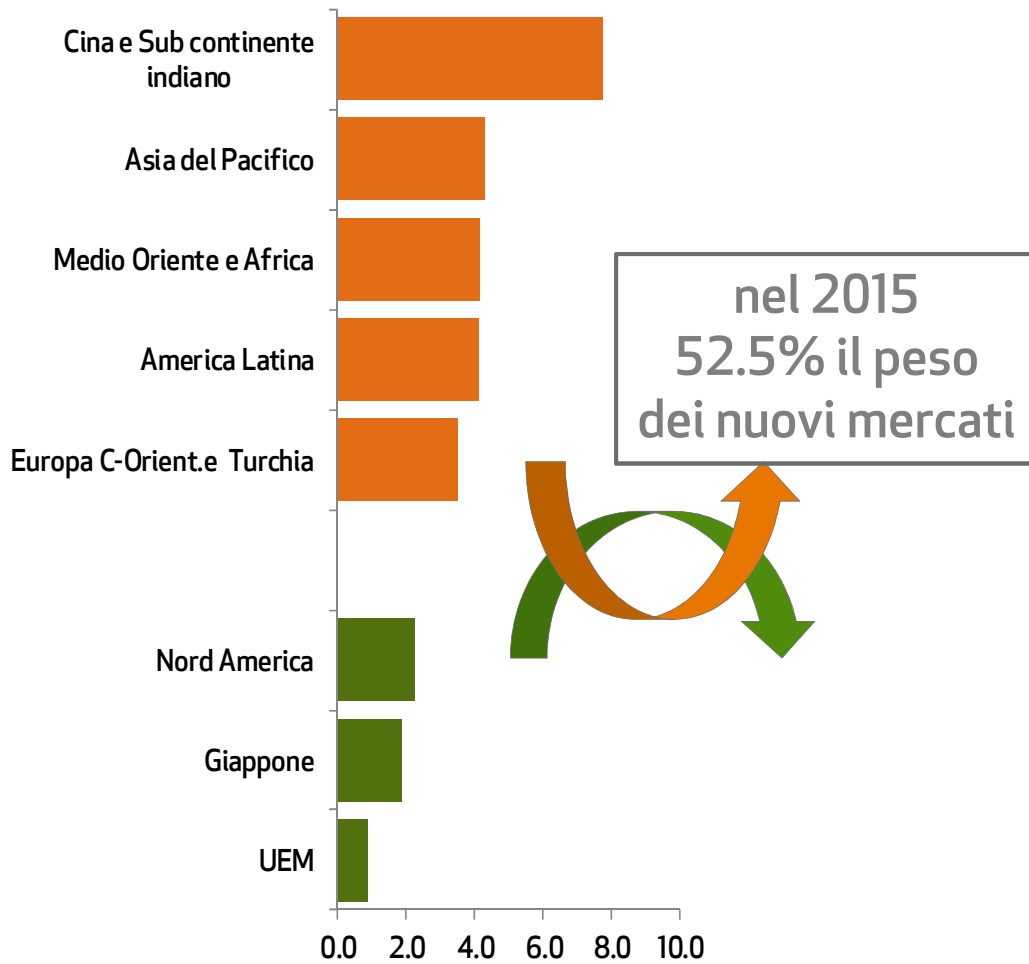
copyright © 2013 prometeia

agenda

- 1 | il quadro macroeconomico e industriale di riferimento
- 2 | cosmetica e made in Italy attraverso la crisi
- 3 | la sfida dell'internazionalizzazione negli scenari per la cosmetica

# il quadro macro verso nuovi equilibri

## PIL, crescita media 2013-2015



fonte: Rapporto di previsione, Prometeia - gennaio 2013  
fonte: elaborazioni Prometeia su dati FMI

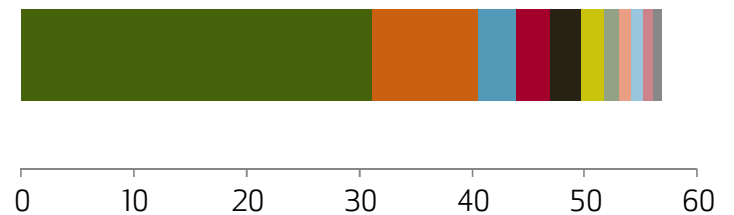
«nuovi» consumatori tra il 2012 e il 2015  
| milioni di individui con un reddito > 30 mila \$ P.P.P

nel 2015  
87 milioni di nuovi consumatori  
potenziali di made in Italy

l'83% verranno dai paesi emergenti  
oltre 1/3 solo dalla Cina  
segono India, Brasile, Russia, Messico...

«nuovi» consumatori tra il 2012 e il 2015  
| milioni di individui con un reddito > 30 mila \$ P.P.P

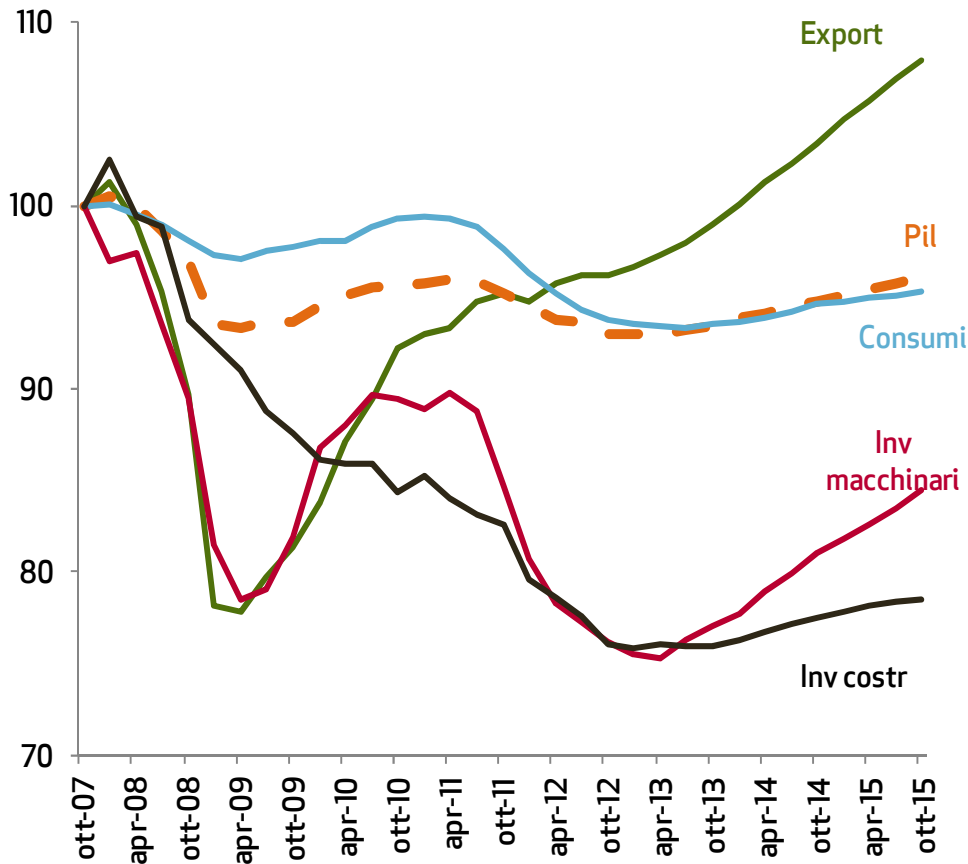
■ China	■ India	■ Brazil	■ Russia
■ Mexico	■ Indonesia	■ Turkey	■ South Africa
■ Bangladesh	■ Thailand	■ Colombia	



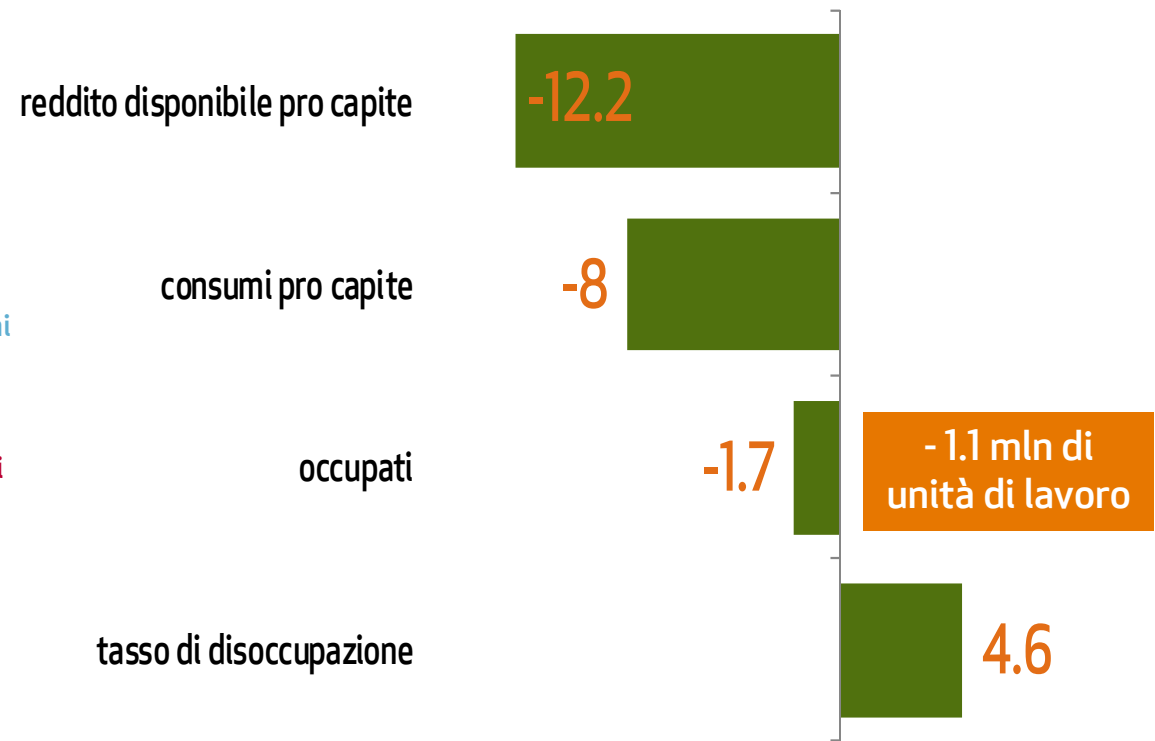
fonte: Esportare la dolce vita, Confindustria - Prometeia

# Italia | uscita dalla crisi dopo l'estate (?), permangono forti criticità soprattutto per la domanda interna

**pil e componenti**  
| livelli, IV trim 2007=100



**reddito, lavoro e consumi nel 2015**  
| variazione rispetto al 2007

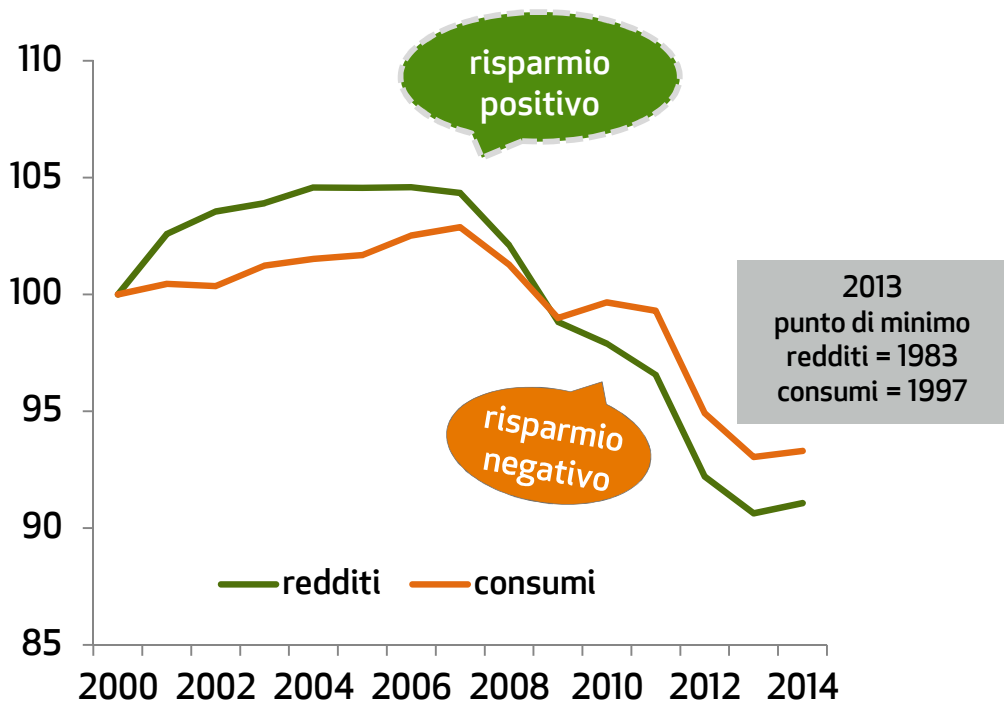


- 1.1 mln di unità di lavoro

fonte: Rapporto di previsione, Prometeia - gennaio 2013

# consumi in Italia | si consolideranno i comportamenti emersi con la crisi

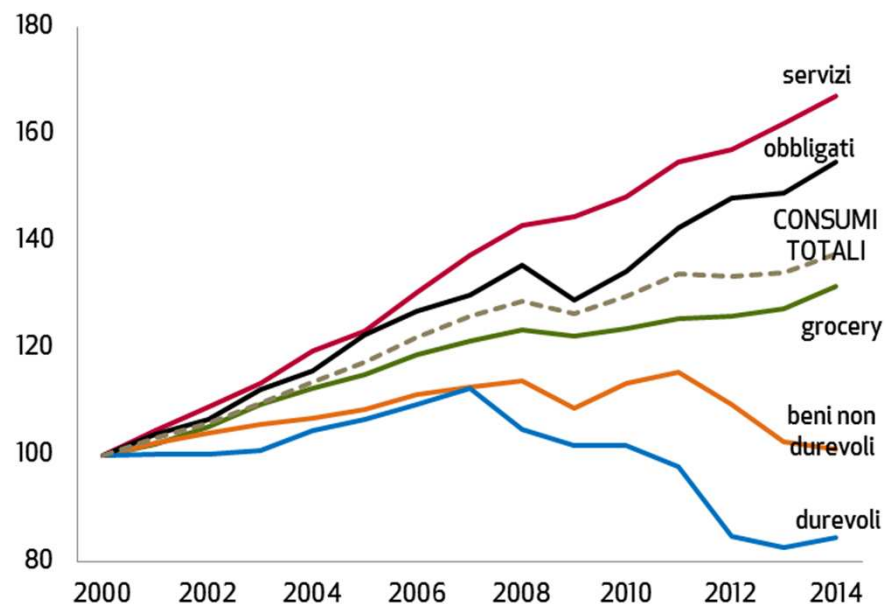
reddito e consumi delle famiglie | 2000=100



fonte: Rapporto di previsione, Prometeia - gennaio 2013  
Club Consumo, Prometeia - agg.to gennaio 2013

- prosegue nel 2013 la contrazione dei consumi delle famiglie
- sembra esaurito il ricorso al risparmio per finanziare i consumi, che crescono solo nelle componenti più rigide

tipologia di consumo | 2000=100



**grocery:**  
alimentari, chimico casa

**beni non durevoli:**  
abbigliamento, libri, giornali, igiene e **cosmesi, profumi**, giocattoli, tessile casa, cancelleria,...

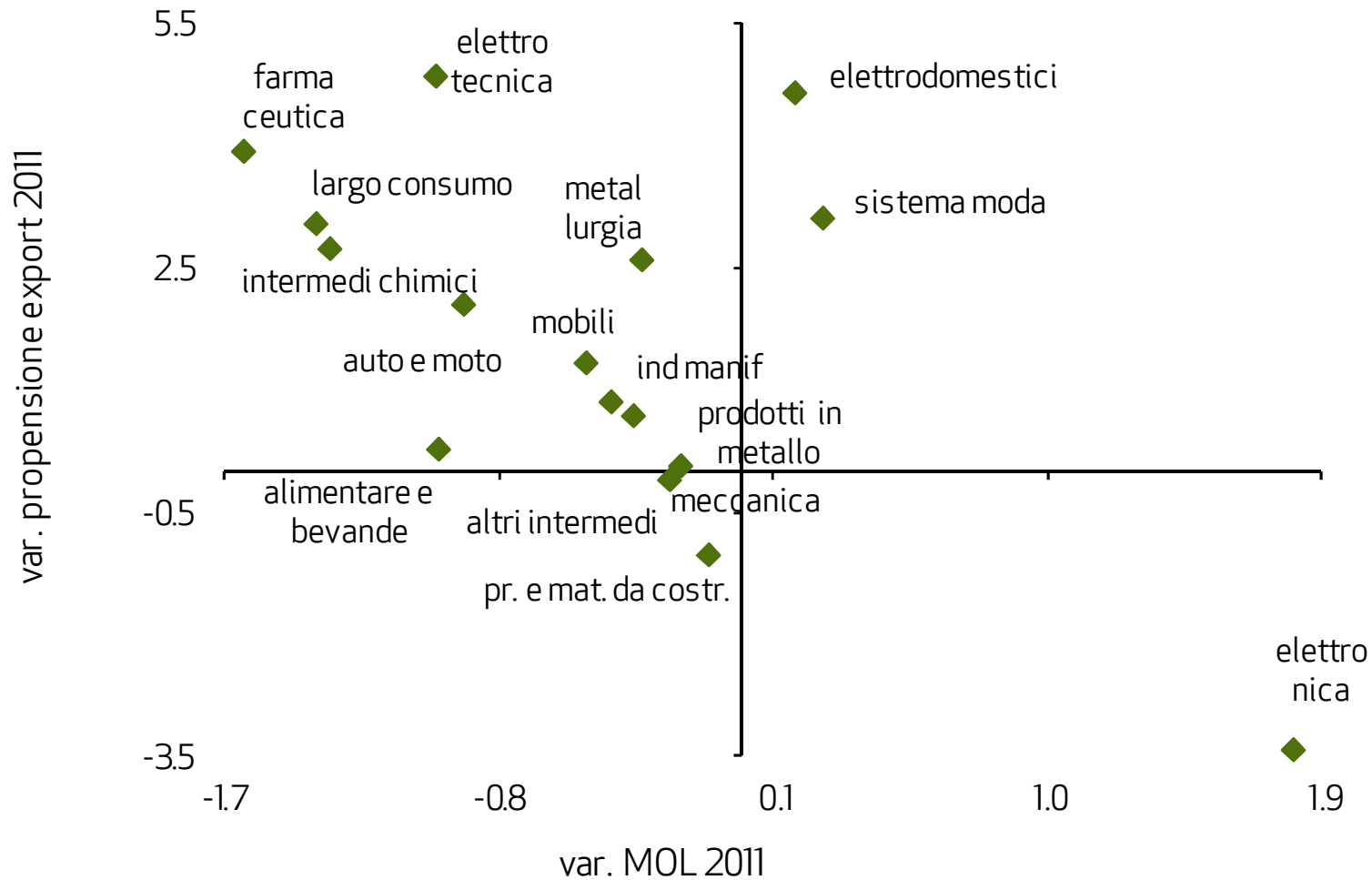
**durevoli:**  
auto, elettrodomestici, mobili, ...

**servizi non obbligati:**  
servizi di ristorazione, servizi di alloggio, barbieri e parrucchieri, servizi telefonici,...

**beni e servizi obbligati (al netto del grocery):** affitti, assicurazioni, carburanti, salute, luce, acqua, gas

# industria | l'export è ormai una strada obbligata, ma più difficile, affollata e meno redditizia (almeno all'inizio...)

2011 | variazione Mol e propensione all'export

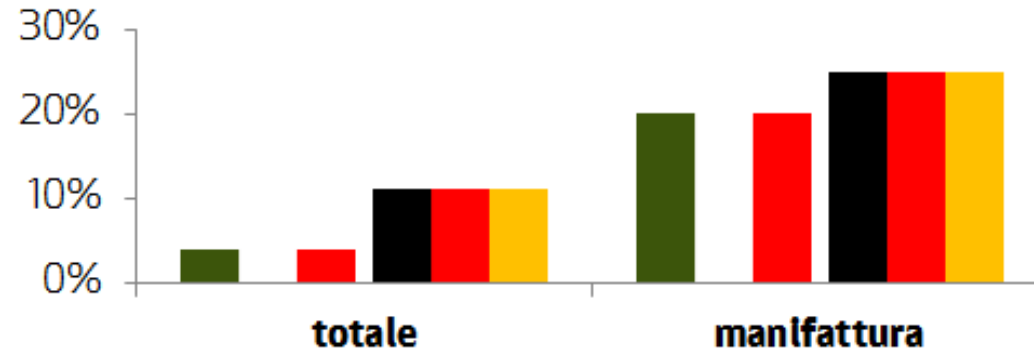


fonte: analisi dei settori industriali, novembre 2012 - prometeia spa - intesa sanpaolo

# industria | le tre «d» che frenano l'export italiano

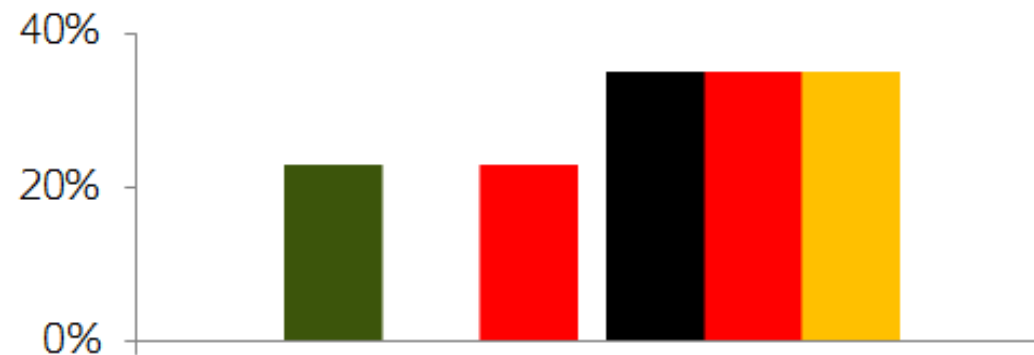
## diffusione

% imprese che esportano



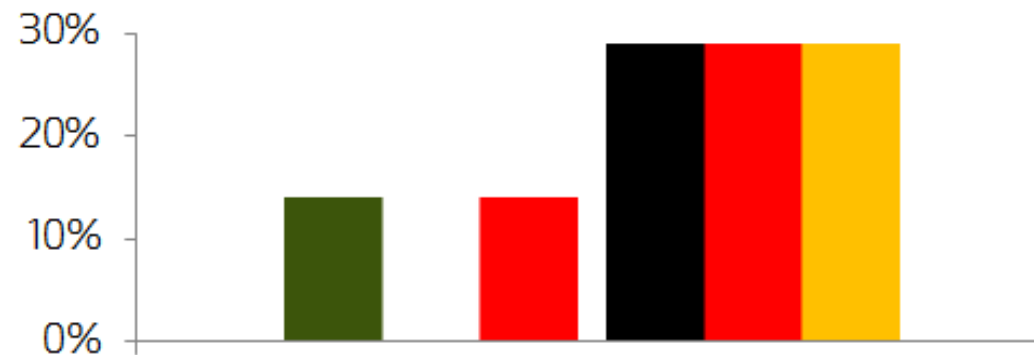
## dimensione

% export delle imprese top 100



## distribuzione

% export di imprese del commercio



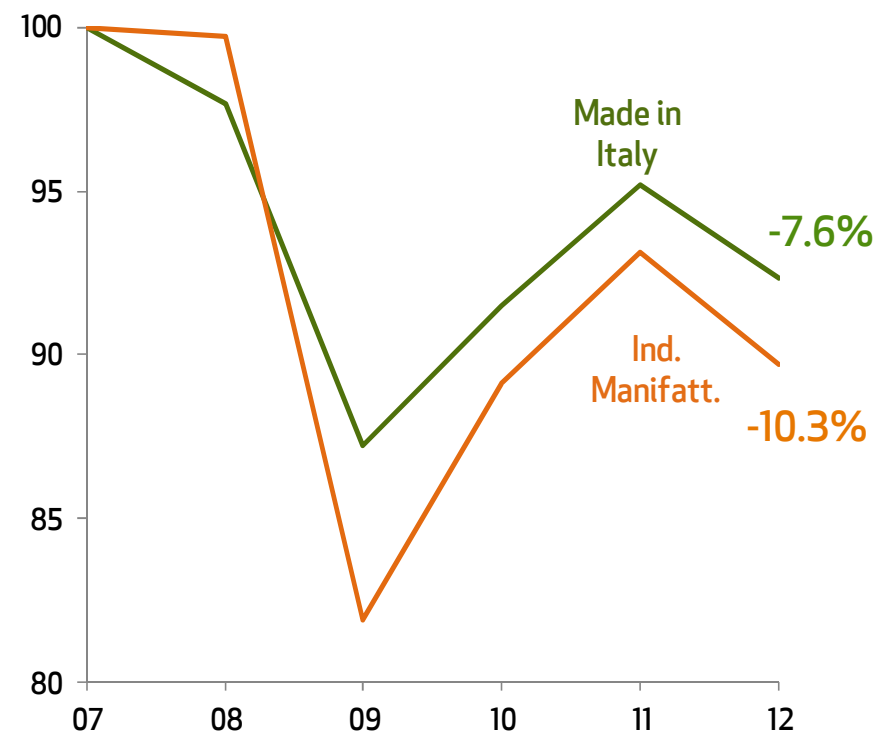
fonte: analisi dei settori industriali, febbraio 2013 - prometeia spa - intesa sanpaolo



# il made in italy per la persona | consolida un ruolo rilevante nel manifatturiero



maggior tenute nella prima fase della crisi  
| fatturato prezzi costanti, anno 2007=100



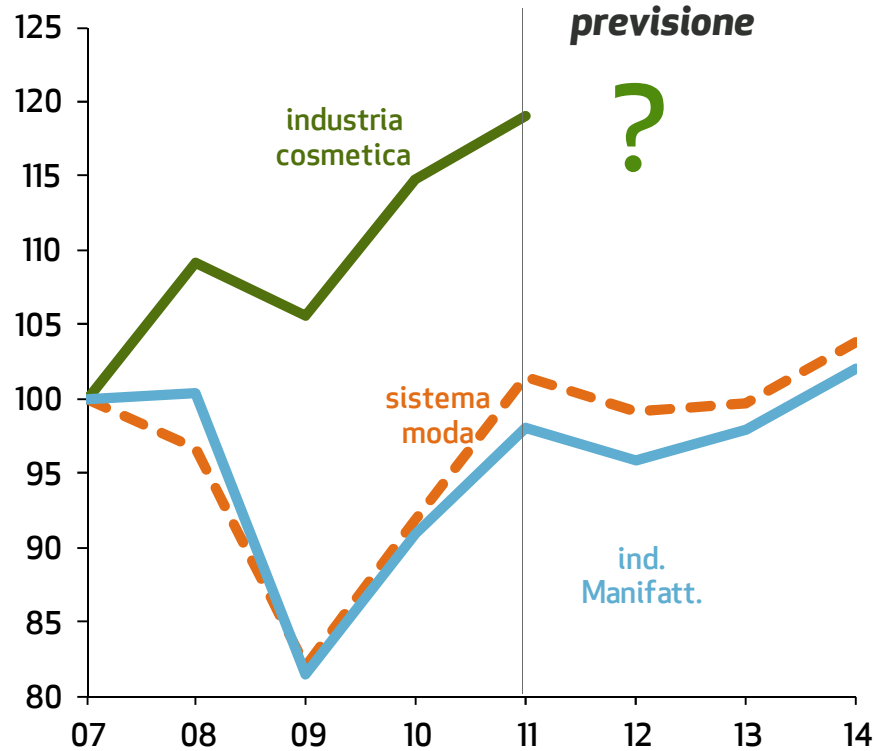
fonte: analisi dei settori industriali, novembre 2012 - prometeia spa - intesa sanpaolo  
analisi dei microsettori, novembre 2012 - prometeia spa

% sul manifatturiero  
anno 2011-12

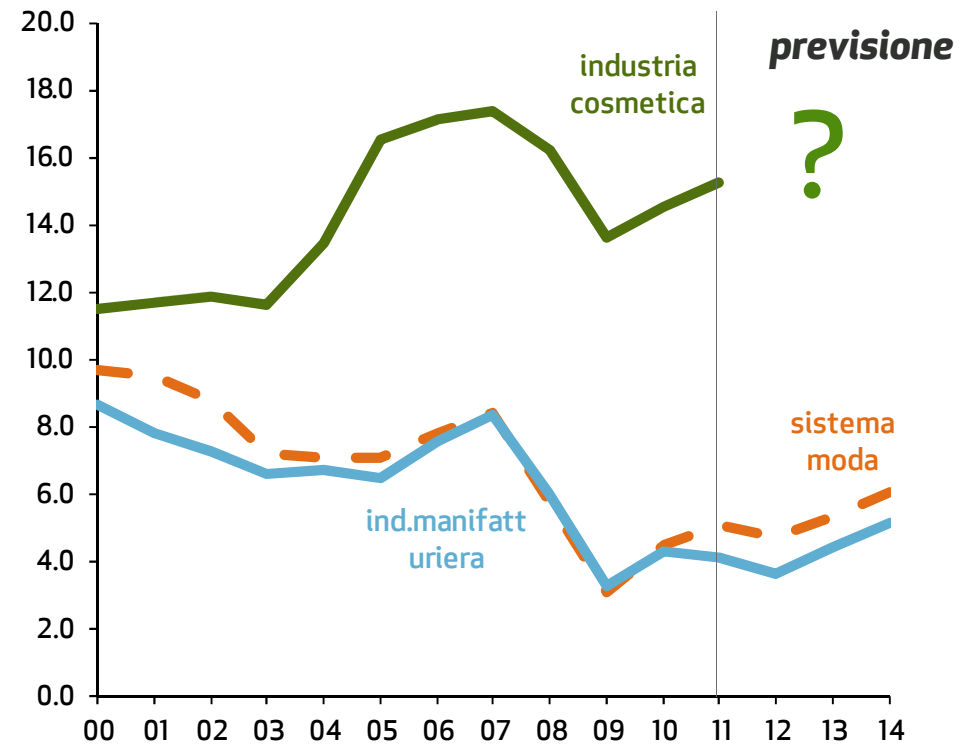


# cosmetica | differenziali positivi rispetto al made in Italy...

evoluzione fatturato  
2007=100, dati di bilancio



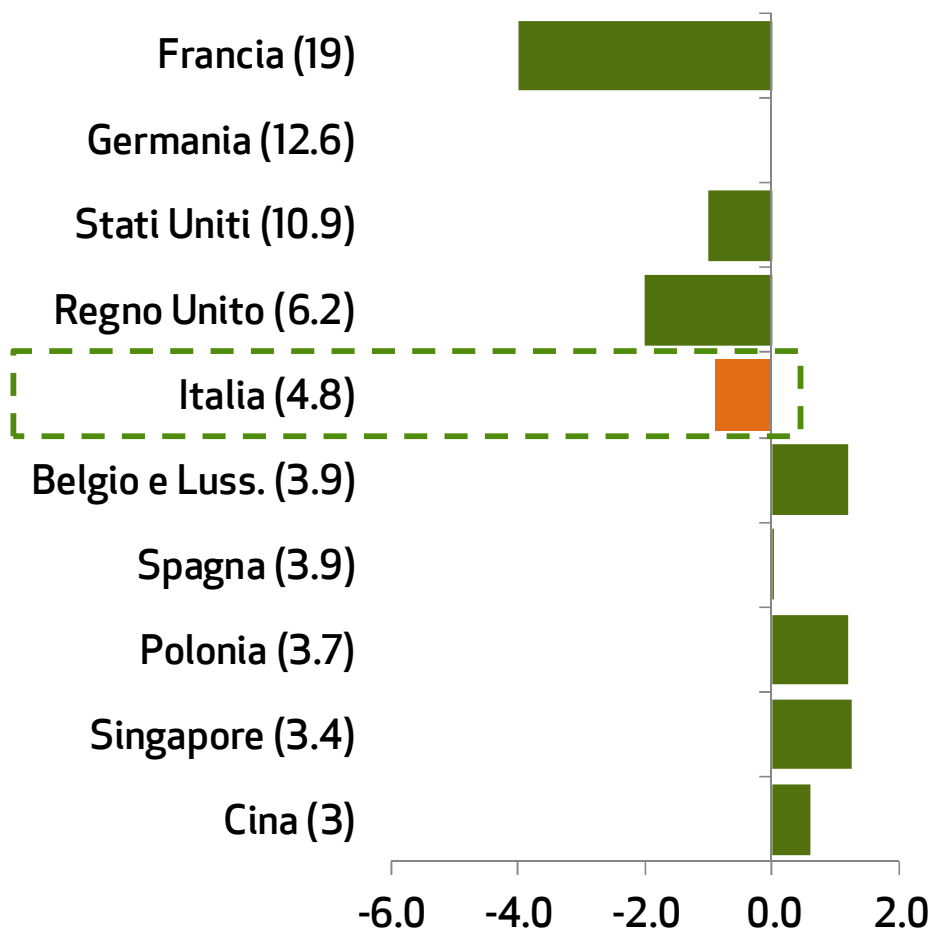
redditività industriale (ROI)



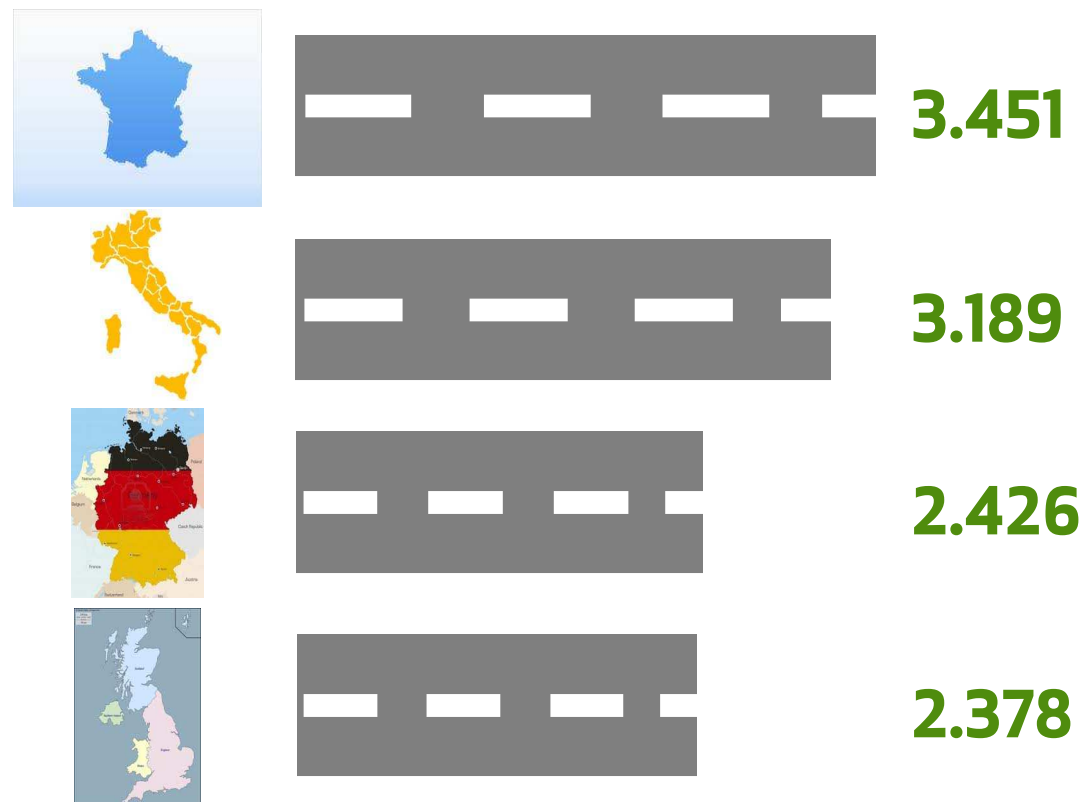
fonte: analisi dei settori industriali, novembre 2012 - prometeia spa - intesa sanpaolo  
per l'industria cosmetica, analisi Prometeia su associati Unipro, marzo 2013 (preliminare)

# cosmetica | grazie ai mercati esteri, sui quali l'industria italiana è ben posizionata e opera già su un ampio raggio...

top esportatori di cosmetici | var. quota 2006-11  
(tra parentesi la quota% nel 2011)



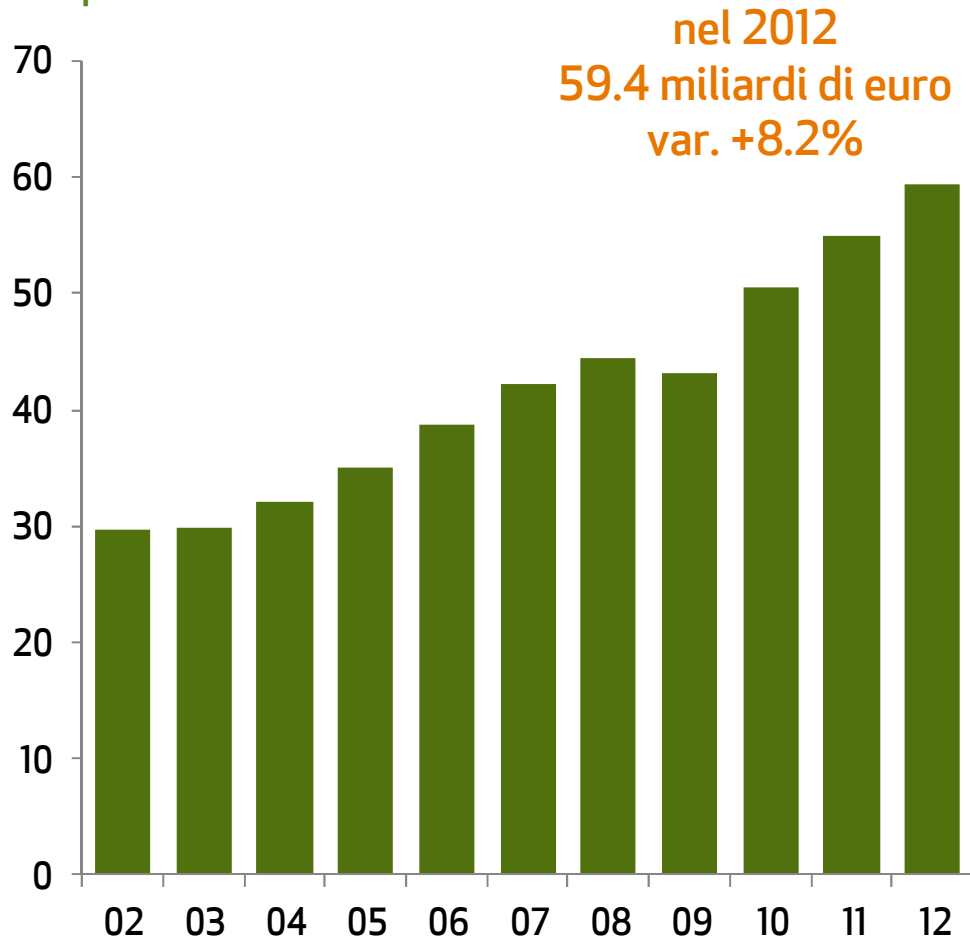
distanza media dei mercati serviti dagli esportatori europei | km. nel 2011



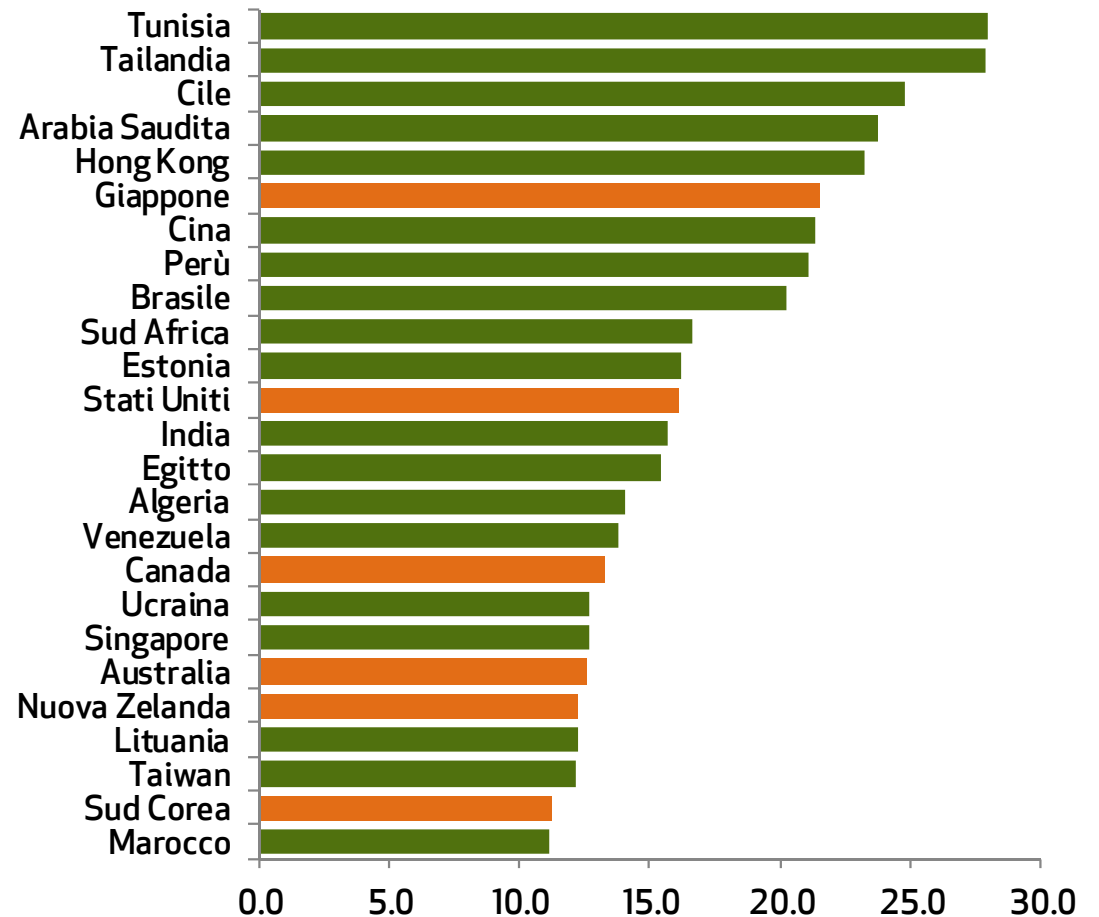
fonte: analisi prometeia su dati Gti

# cosmetica | un solo anno di «stop» nel commercio mondiale nell'ultimo decennio ... e nel 2012 si sfiorano i 60 mld di euro

importazioni mondiali di prodotti cosmetici  
| miliardi di euro



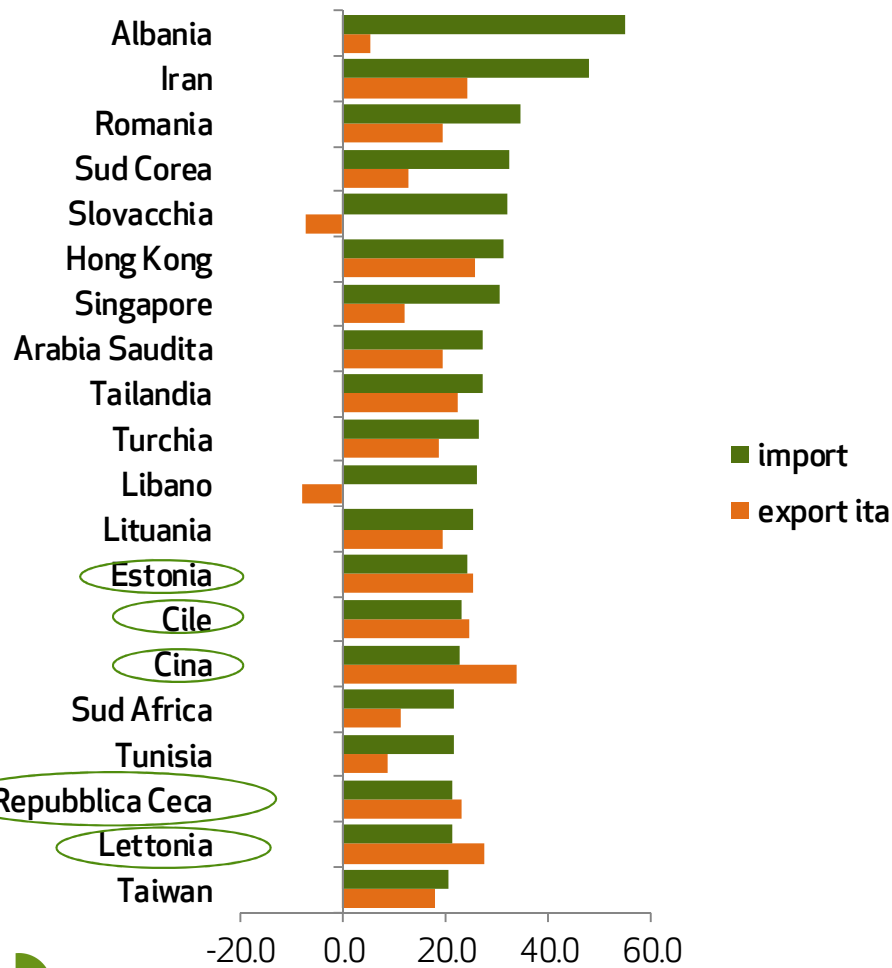
i 25 paesi più dinamici nel 2012  
| var.%, euro correnti



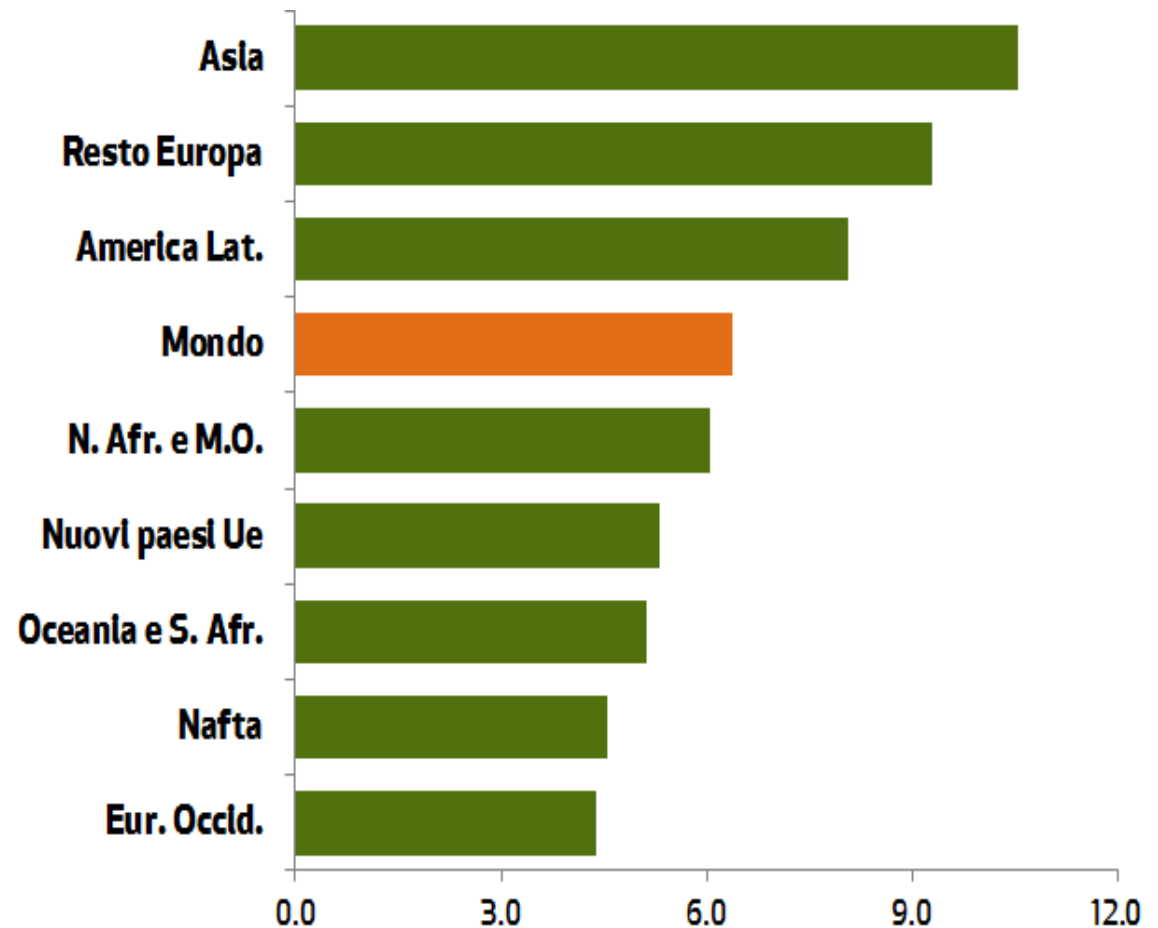
fonte: analisi prometeia su dati Gti (dati preliminari per il 2012)

# prospettive | ...ma occorrerà fare altra strada, per cogliere in futuro le opportunità dei mercati più dinamici

I mercati più dinamici (22% del commercio mondiale) e le performance dell'export italiano | var. % media annua 2010-12, euro correnti

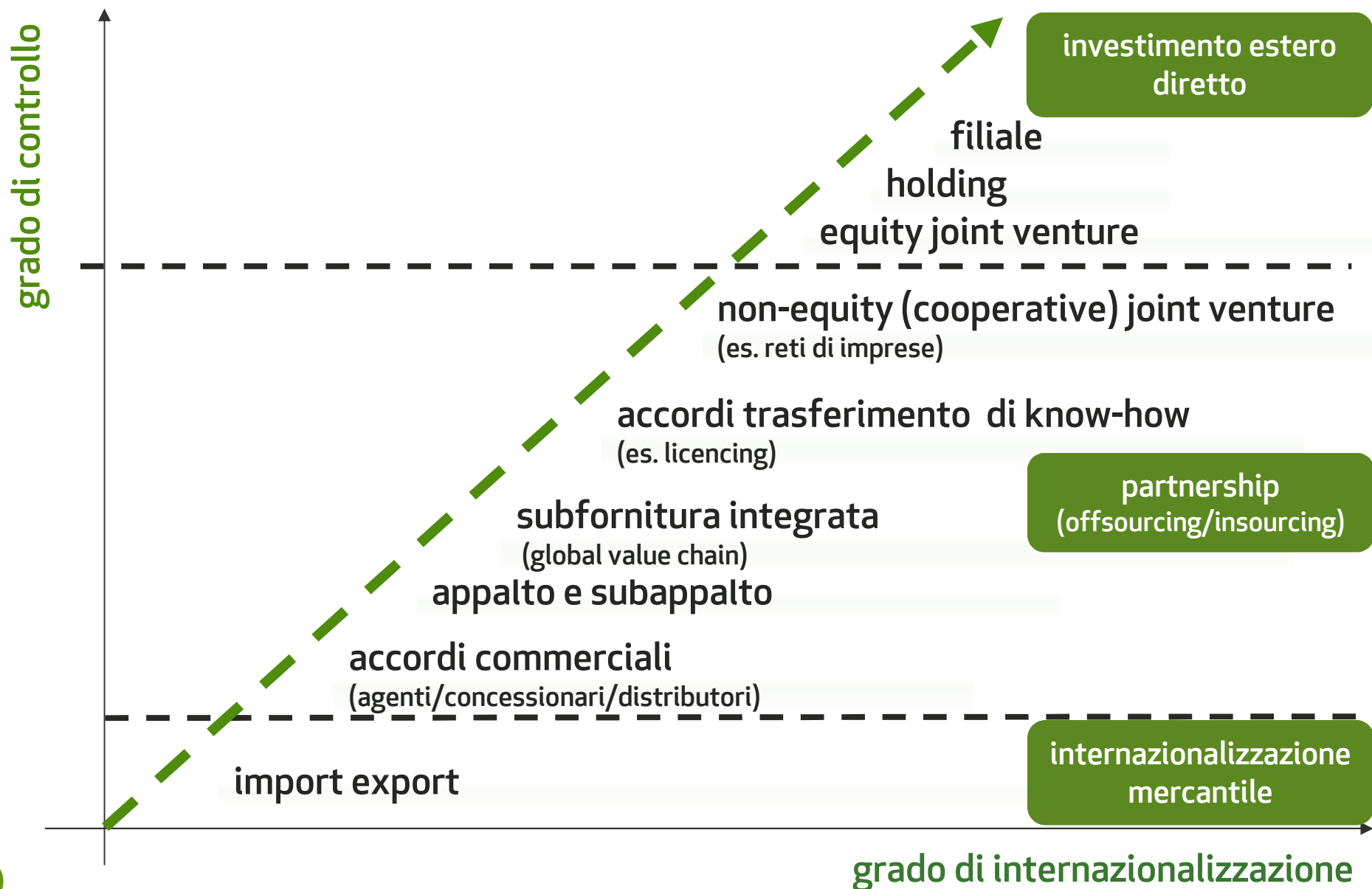


importazioni mondiali di prodotti cosmetici | var. % media annua 2013-15, prezzi costanti

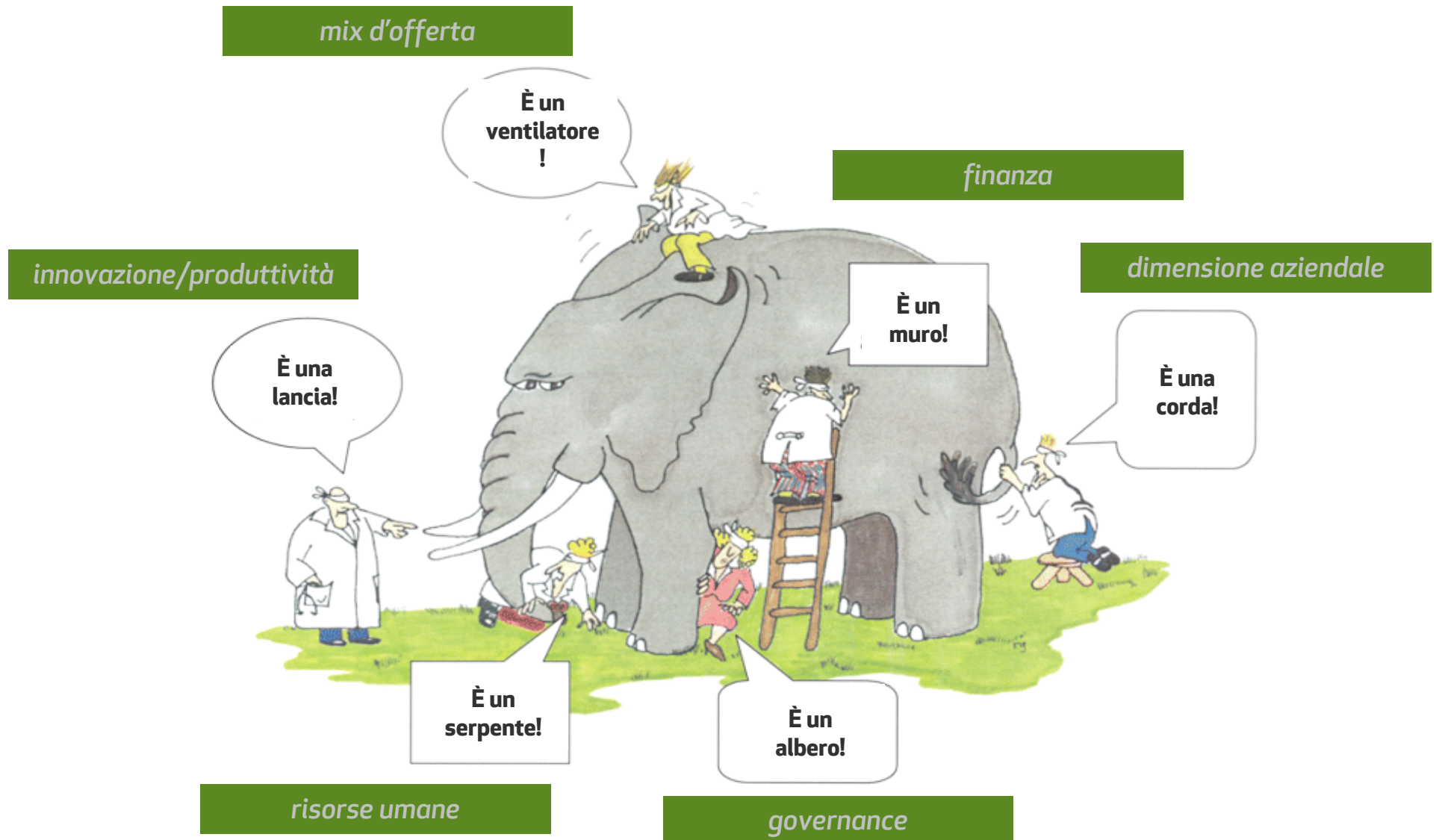


fonte: analisi prometeia su dati ISTAT e Gti (dati preliminari per il 2012)

# export e/o investimenti diretti | dove, cosa, come?

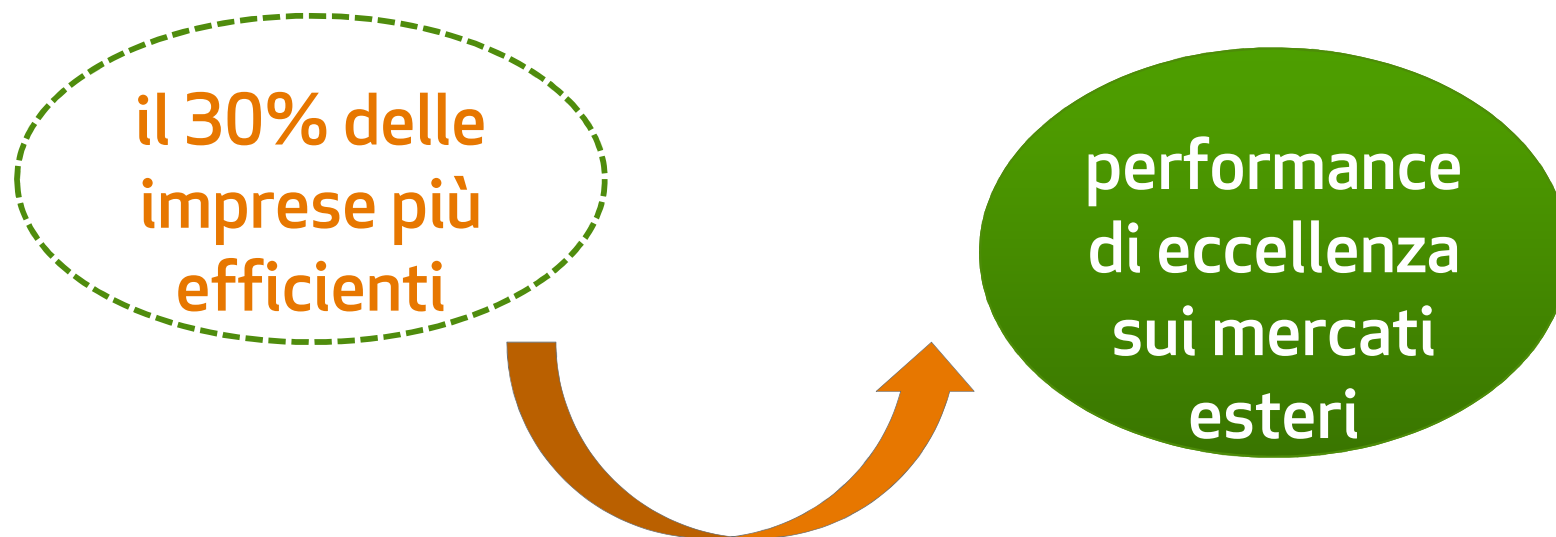


# export e/o investimenti diretti | è fondamentale individuare il punto di vista «corretto» con cui guardare a ciascun mercato



# la sfida dell'internazionalizzazione | un' elevata produttività aziendale è condizione necessaria per competere sui mercati esteri...

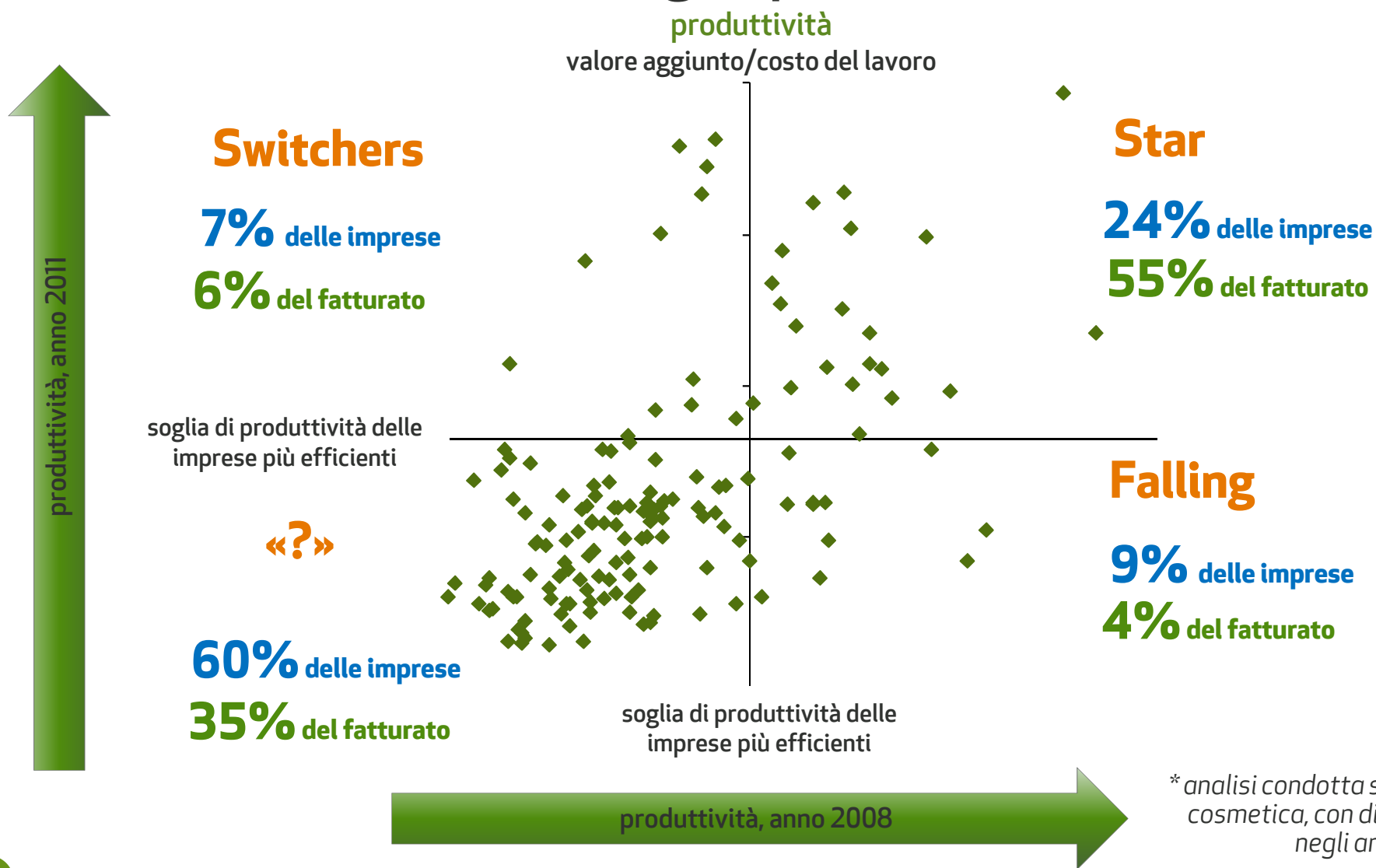
da uno studio\* condotto su 15 mila imprese a livello europeo, emerge come la competitività sui mercati esteri sia funzione di un elevato livello di produttività aziendale



*\* fonte: Brugel Blueprint Series Volume XII, The triggers of competitiveness: the EFIGE cross-country report*



# imprese della cosmetica\* | mappatura della produttività tra il 2008 e il 2011, in base a soglie per internazionalizzazione



\* analisi condotta su 174 imprese di della cosmetica, con disponibilità di bilanci negli anni 2008-11

# la sfida dell'internazionalizzazione negli scenari per l'industria cosmetica | progetto UNIPRO-Prometeia

leggere

l'ambiente competitivo in cui si troveranno ad operare le aziende della cosmesi

cogliere

le specificità settoriali della cosmesi nel contesto del sistema moda

comprendere

gli economics delle imprese in vista degli sforzi da compiere sul fronte dell'internazionalizzazione

individuare

gli spazi di crescita potenziale sui mercati esteri

costruire

traiettorie di crescita possibili sulla base delle scelte effettuate (o non effettuate) dalle imprese della cosmesi



# Arrivederci a giugno 2013

**giuseppe schirone**

manager

tel. +39 051 648 0911

giuseppe.schirone@prometeia.it

**patrizia di cicco**

senior economist

tel. +39 051 648 0410

patrizia.dicicco@prometeia.it

**Bologna, via Marconi 43**

**Milano, via Gonzaga 7**

**[www.prometeia.it](http://www.prometeia.it)**