



# Scenari economici e industriali

milano  
18 luglio 2011

spunti di riflessione su Made in Italy e  
cosmesi

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 © 2011 prometeia

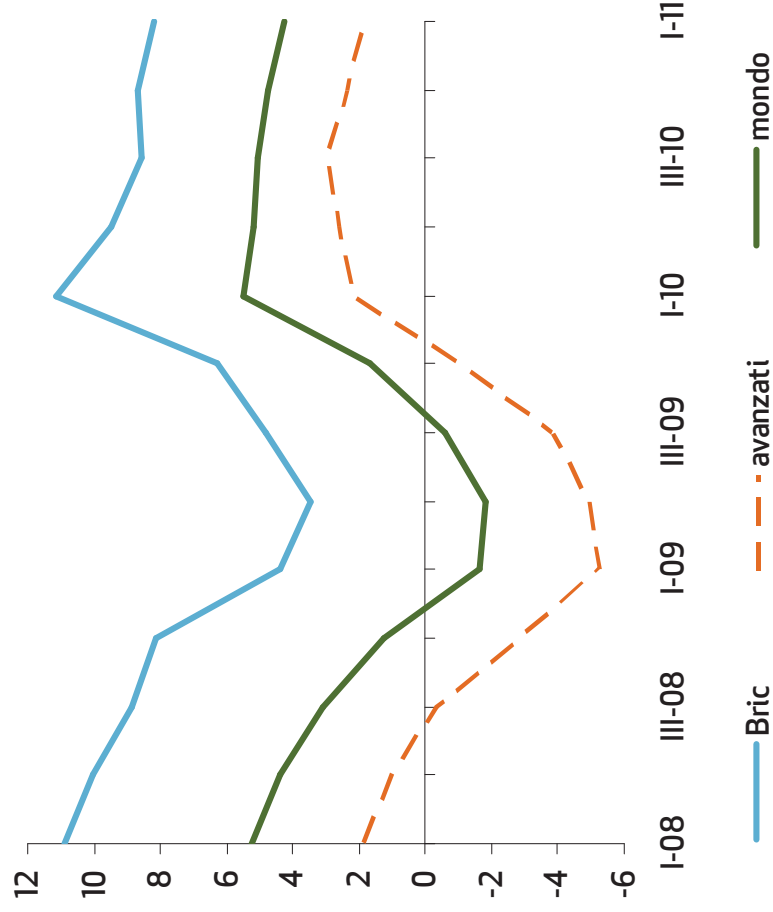


**prometeia**

- agenda
- 1 | il quadro macroeconomico e industriale di riferimento
  - 2 | il made in Italy dopo (?) la crisi
  - 3 | alla ricerca di nuove opportunità
  - 4 | conclusioni

# internazionale | la ripresa perde slancio, aumenta l'incertezza

**PIL**  
var. % sul trimestre corrispondente

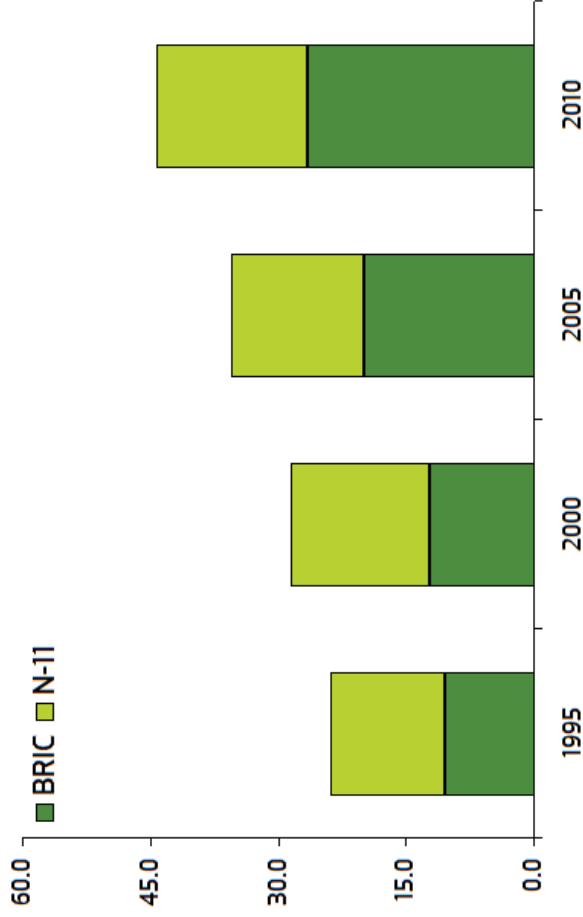


- economia mondiale (soprattutto nei paesi avanzati) "in mezzo al guado"
- la strada verso la ripresa si conferma lunga e accidentata
- aumentano i timori ed i rischi di una ricaduta

fonte: prometeia rapporto di previsione - luglio 2011

# internazionale | il baricentro si sposta verso Oriente

importazioni di manufatti  
quota %



fonte: prometeia, dati mopice

BRIC: Brasile, Russia, India, Cina

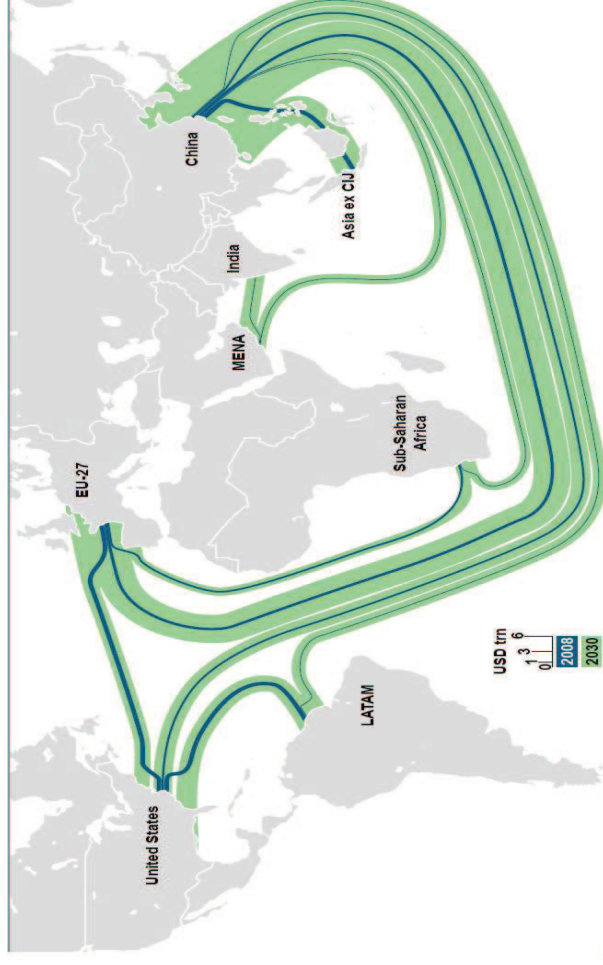
NEXT 11: Bangladesh, Corea del Sud, Egitto, Filippine, Indonesia, Iran, Messico, Nigeria, Pakistan, Turchia, Vietnam

- i paesi emergenti attireranno oltre la metà delle importazioni (la quota era inferiore al 40% nel 2005)



prometeia

spostamento dei corridoi di scambio

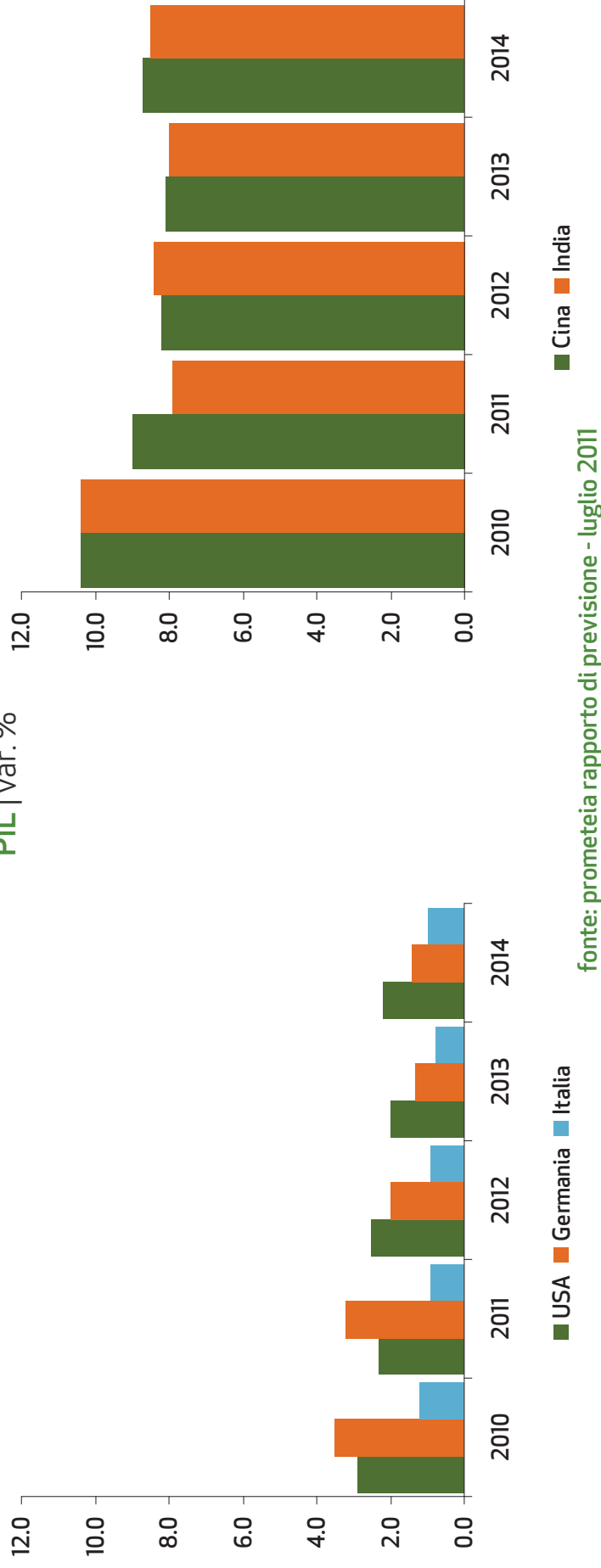


fonte: standard chartered, the super-cycle report

il quadro macroeconomico e industriale di riferimento

# internazionale | un mondo a più velocità

PIL | var. %



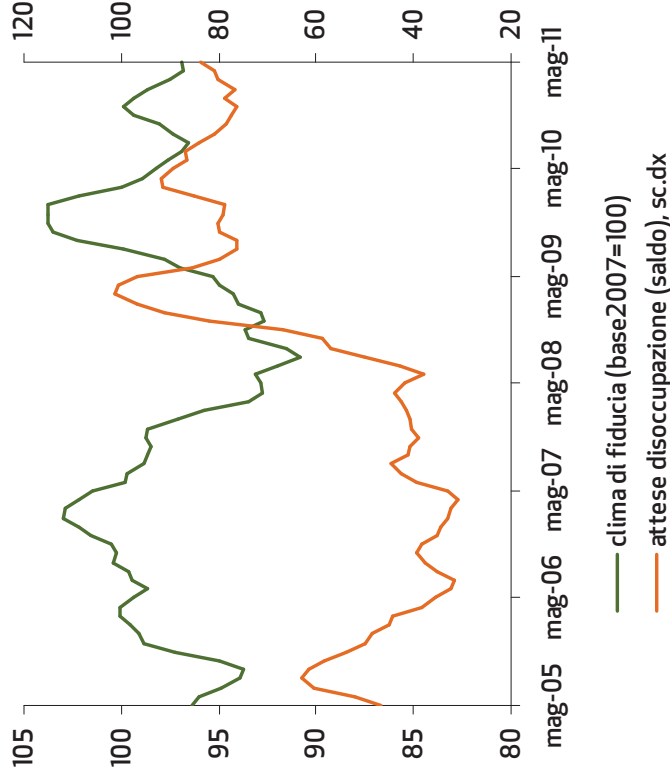
- la crescita del Pil mondiale rimarrà sostenuta (anche se in rallentamento) grazie ai nuovi mercati
- le economie mature saranno (pesantemente) condizionate dalle necessità di aggiustamento delle finanze pubbliche
- in Italia l'uscita dalla recessione rimane un percorso lento e a ostacoli, condizionata da fattori specifici:
  - esportazioni relativamente più sensibili al fattore prezzo
  - inflazione superiore ai partner
  - mercato del lavoro ancora molto debole



**prometeia**

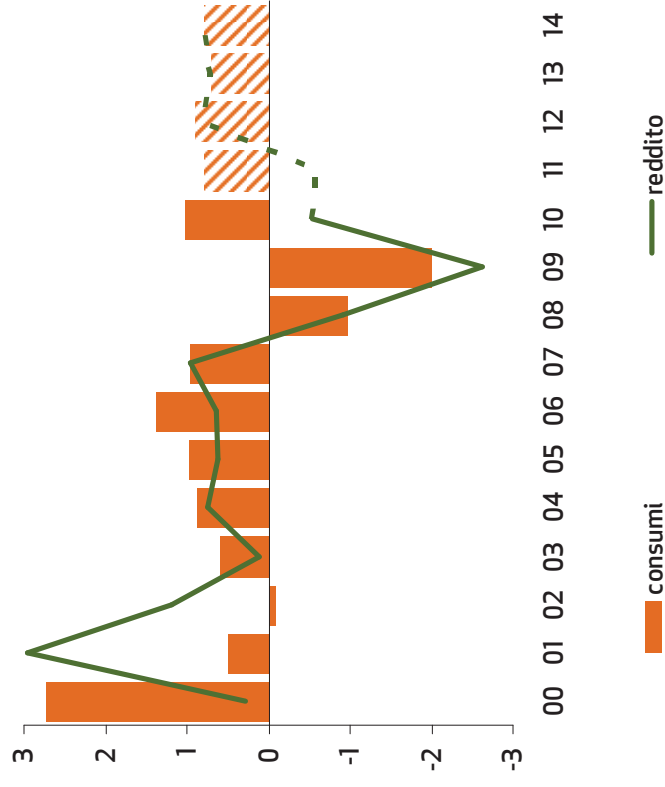
# italia | poche nuove risorse e molti ostacoli per i consumi

**clima di fiducia delle famiglie**  
media mobile a 3 mesi, dati destagionalizzati



fonte: elaborazioni prometeia su dati Istat

**reddito e consumi**  
var.% a prezzi costanti



fonte: prometeia rapporto di previsione - luglio 2011

# driver dei consumi | fra effetti della crisi, fattori strutturali e nuovi bisogni

## fattori negativi

congiunturali

tensioni sui prezzi  
aumentano l'incidenza  
delle spese  
incomprimibili

debolezza dei  
redditi e  
crescente  
disuguaglianza

invecchiamento  
della  
popolazione

elevata  
disoccupazione  
giovane e  
femminile

lenta  
modernizzazione  
dell'offerta di  
servizi alle famiglie

strutturali

-

## quinquennio di bassa crescita

+

nuovi consumatori

cresce il peso delle nuove famiglie (nuclei unifamiliari, senza figli, famiglie di immigrati)

"new senior" e "pantere grigie", anziani alto spendenti e con domanda crescente di consumi

i giovani ricercano tecnologia, innovazione, servizio e luxury goods

nuovi bisogni

innovazione e qualità

servizio e versatilità nel consumo

salutismo, eco sostenibilità ambientale

collegialità nel consumo

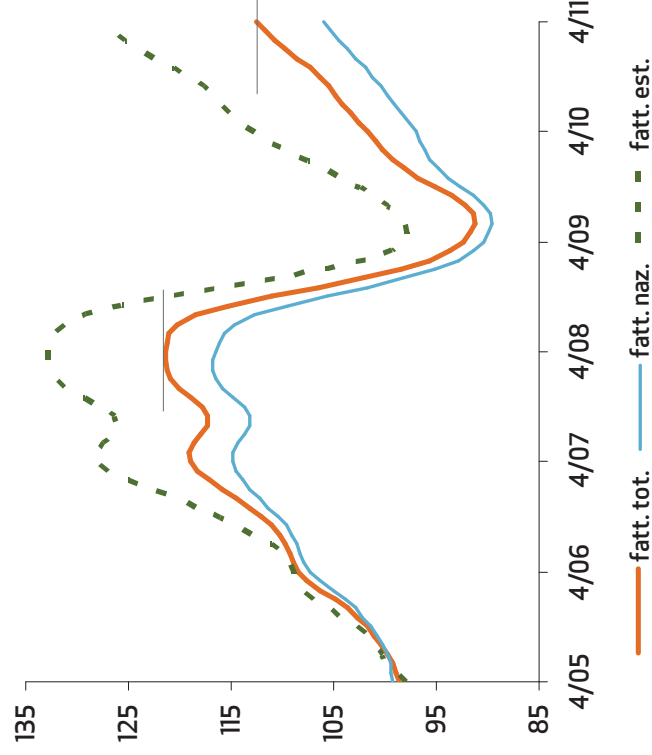
effetti di sostegno



il quadro macroeconomico e industriale di riferimento

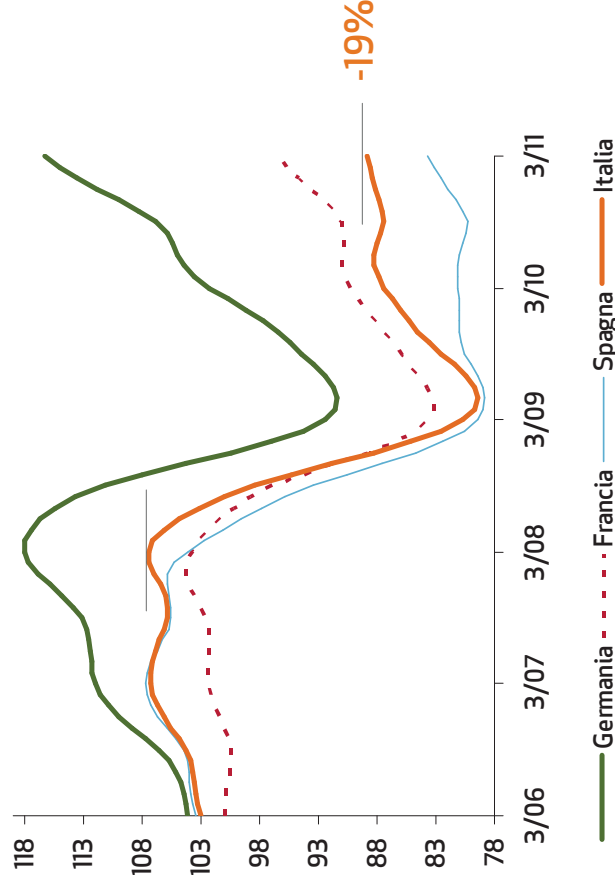
# industria | prosegue la fase di recupero, ma a ritmi meno dinamici dei competitor ...

Italia: fatturato dell'industria manifatturiera  
indici 2005=100; ciclo trend



fonte: elaborazioni prometeia su dati Istat ed Eurostat

Europa: produzione industriale  
indici 2005=100; ciclo trend



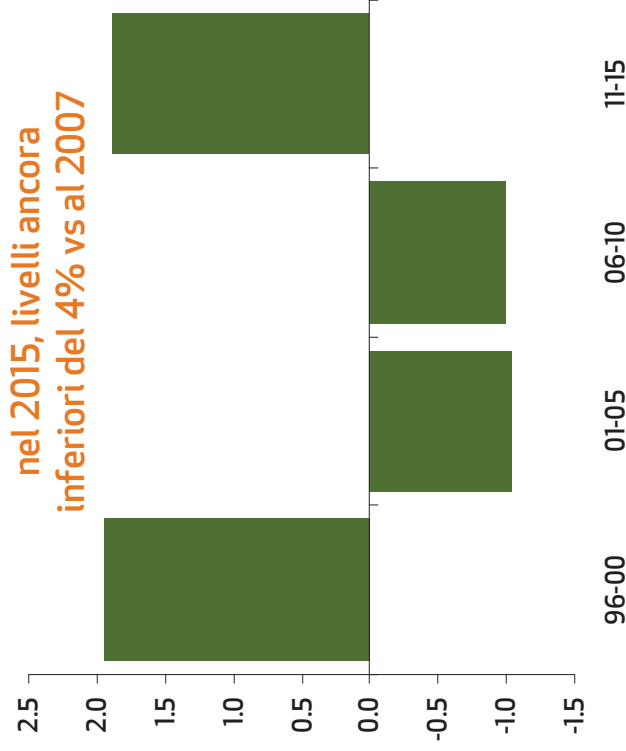
■ la debolezza del mercato interno (consumi e investimenti in costruzione in primis) si conferma un pesante vincolo al recupero dell'industria italiana



prometeia

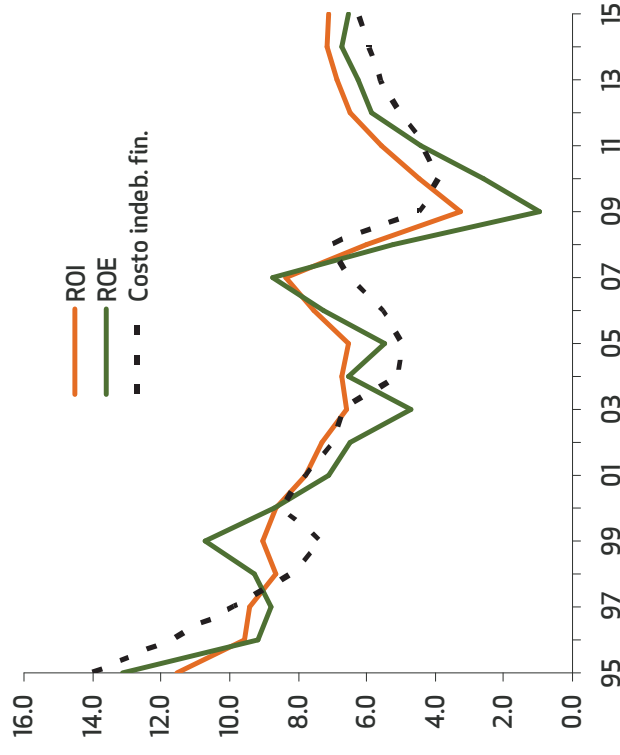
# industria | ... anche sul fronte reddituale

fatturato deflazionato  
var. %



nel 2015, livelli ancora inferiori del 4% vs al 2007

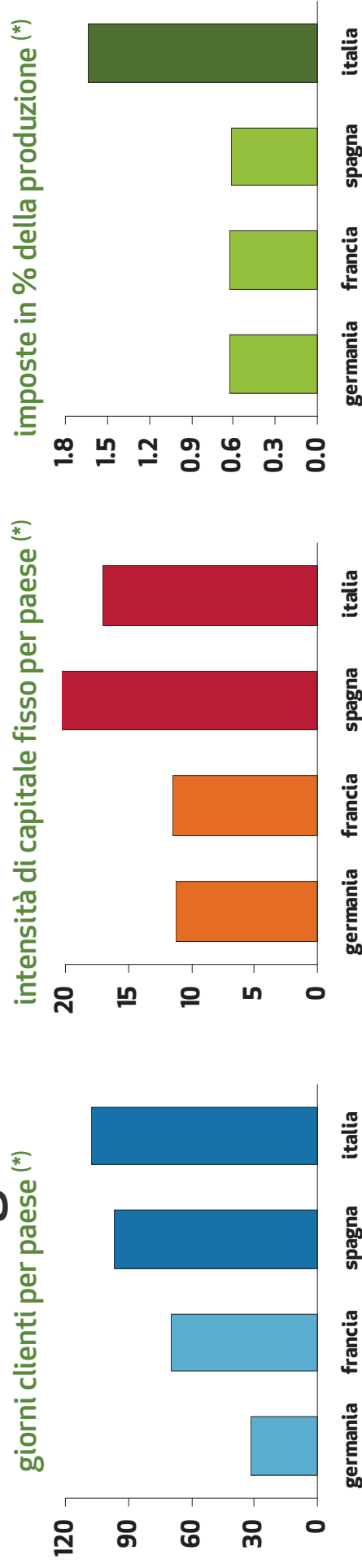
Roi, Roe e costo del debito  
livello degli indici



fonte: analisi dei settori industriali, maggio 2011 - prometeia spa - intesa sanpaolo

- la debolezza del mercato interno renderà cruciale rafforzare l'export e intercettare le nuove direttrici di domanda mondiale
- il rialzo dei costi di approvvigionamento ed i nuovi benchmark di prezzo sui mercati condizioneranno la redditività delle imprese

# industria | le "note" zavorre del "sistema paese" che continuano a gravare sui conti aziendali



(\*) dati riferiti agli anni 2006-'08, elaborazioni su valori mediani

fonte: analisi dei settori industriali, maggio 2011 – prometeia spa - intesa sanpaolo

- tempi di incasso decisamente molto elevati, rispetto ai 30 giorni della Germania
- oltre 3 mesi, che salgono addirittura a 4 se si considerassero le sole Pmi
- difficoltà comune alla Spagna

- un'intensità di capitale fisso più elevata, che riflette dimensioni medie aziendali più contenute e la conseguente scarsa possibilità di sfruttare le economie di scala e/o di scopo
- difficoltà comune alla Spagna

- peso della fiscalità superiore a quello di tutti i principali competitor europei



## il made in Italy dopo la crisi | struttura e indicatori economici

	Fatturato		Esportazioni		Saldo commerciale		Aziende numero (anno 2009)	Addetti
	mln €, 2010	var.% su 2007	mln €, 2010	var.% su 2007	mln €, 2010	var.% su 2007		
Tessile	24 611	-15.2	8 345	-19.6	2 669	-38.4	18 567	153 644
Abbigliamento	27 317	-11.2	12 254	-10.2	2 290	-43.8	42 949	274 297
Calzetteria	1 968	-33.6	934	-1.9	590	-8.7	1 624	16 725
Maglieria esterna	4 197	-1.5	2 597	-11.8	554	-49.0	7 289	44 498
Pelletteria	4 777	-3.9	3 055	2.1	1 266	-6.3	7 052	34 303
Calzature	13 887	0.3	7 415	-5.0	3 020	-22.2	13 060	113 037
<b>Cura persona e casa: Cosmesi*</b>	<b>10 067 8 589</b>	<b>2.9</b>	<b>3 561 2 391</b>	<b>3.0</b>	<b>1 165 826</b>	<b>-2.8</b>	<b>1 486</b>	<b>27 240</b>
Gioielleria e bigiotteria	6 914	-16.3	4 321	-7.9	2 996	-10.1	10 481	47 257
<b>Totale Made in Italy</b>	<b>93 738</b>	<b>-9.7</b>	<b>42 482</b>	<b>-9.4</b>	<b>14 549</b>	<b>-26.9</b>	<b>102 508</b>	<b>711 002</b>
<i>Manifatturiero</i>	<i>831 592</i>	<i>-10.6</i>	<i>309 739</i>	<i>-7.2</i>	<i>32 483</i>	<i>-28.1</i>	<i>529 213</i>	<i>4 321 970</i>
Incidenza % sul totale manifatturiero	11.3		13.7				19.4	16.5

\* Stime Unipro

Fonte: analisi dei microsettori (maggio 2011 – prometeia spa) e UNIPRO

- Il 45% del fatturato del sistema moda Made in Italy si genera sui mercati esteri (il 28% per la cosmesi)

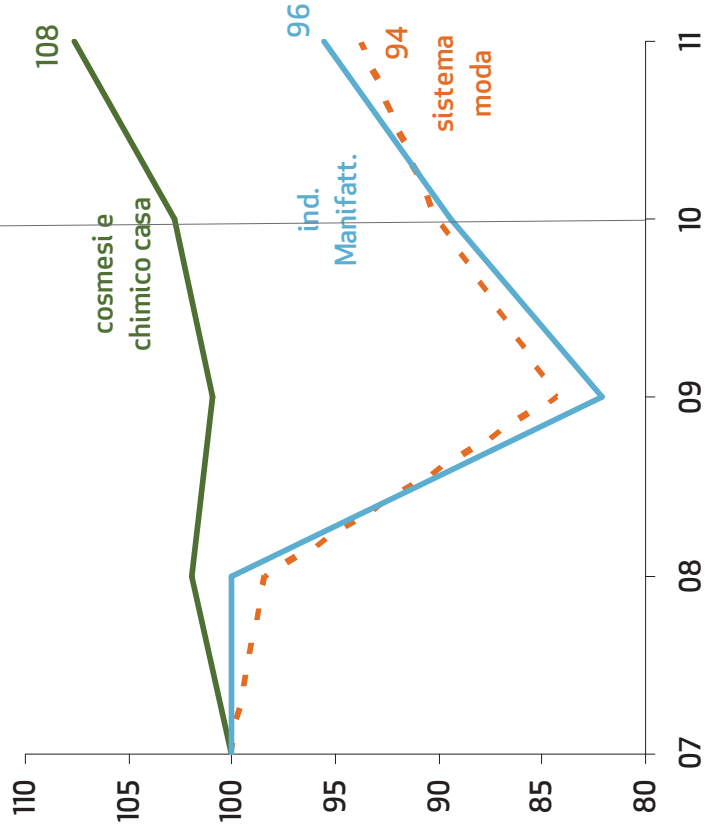


**prometeia**

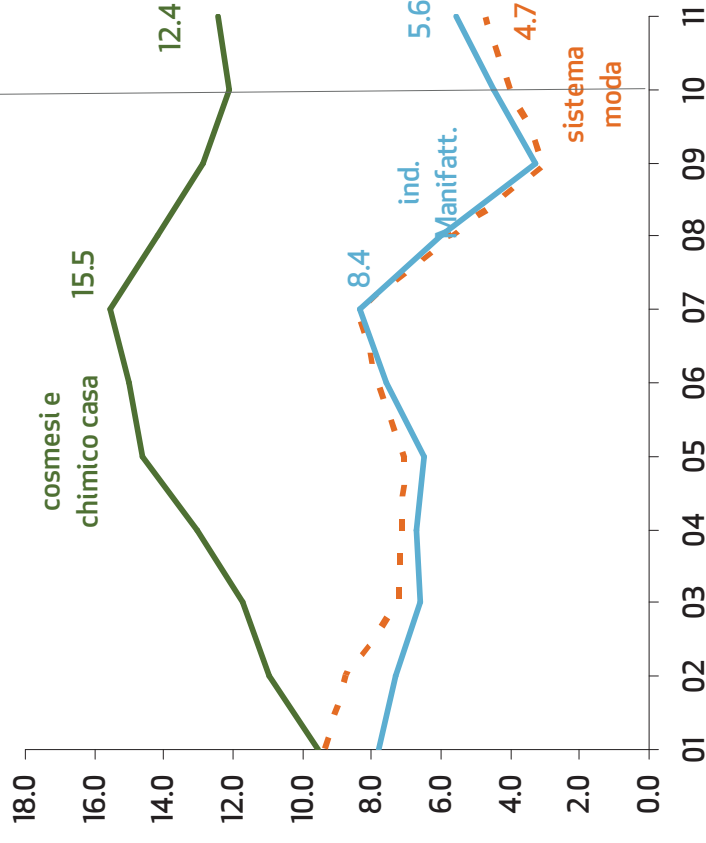
il made in Italy dopo (?) la crisi

# il percorso di recupero per il made in Italy | differenziali positivi per cosmetici e chimico casa

evoluzione fatturato  
2007=100



Redditività industriale (ROI)

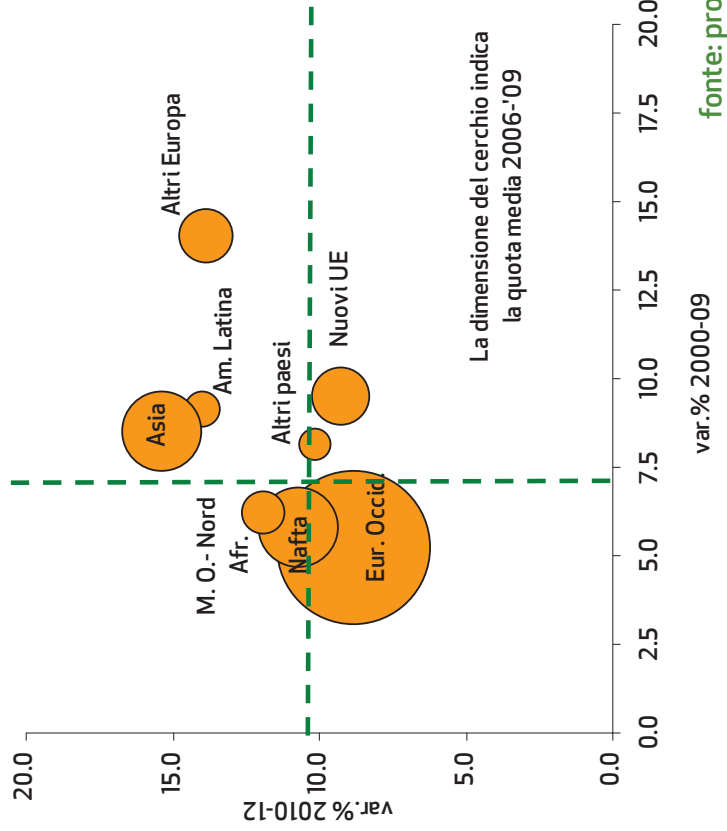


fonte: analisi dei settori industriali, maggio 2011 - prometeia spa - intesa sanpaolo

alla ricerca di nuove opportunità

# le opportunità sui mercati esteri | ad est, le aree più dinamiche

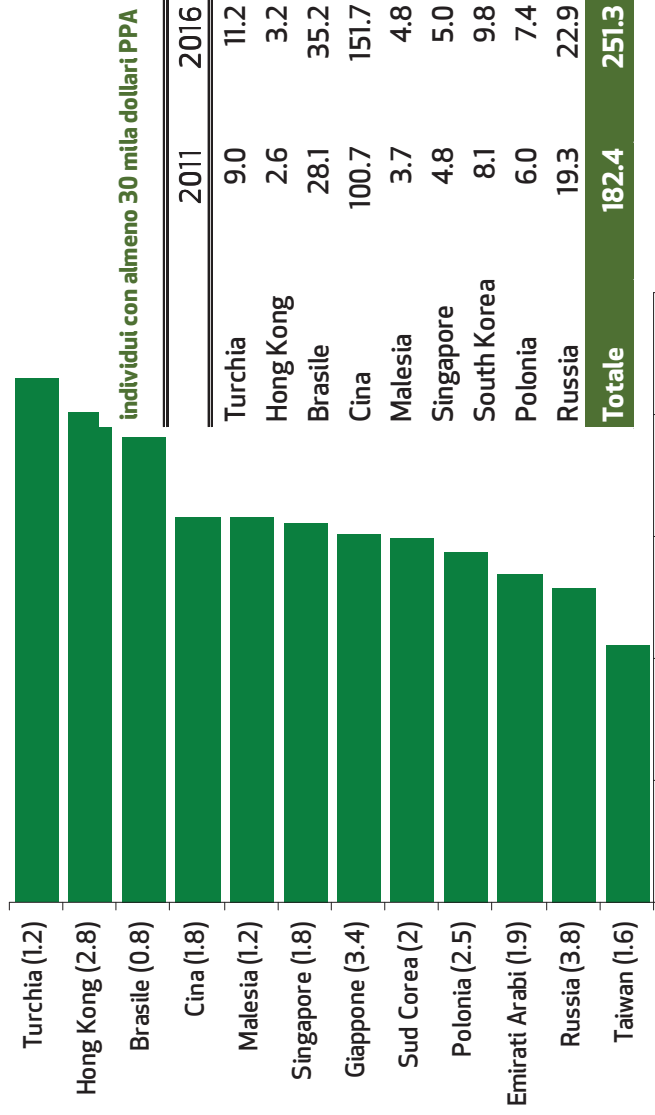
import mondiale beni per la cura persona e casa  
var.%, la linea tratteggiata indica il totale



fonte: prometeia, dati mopice

- già nel 2012 quasi il 17% delle importazioni mondiali saranno attivate dai mercati asiatici

i paesi più dinamici tra i primi 25 mercati  
var.% 2010-12 (tra parentesi la quota media 2010-12)



fonte: Confindustria - Prometeia, Esportare la dolce Vita, luglio 2011

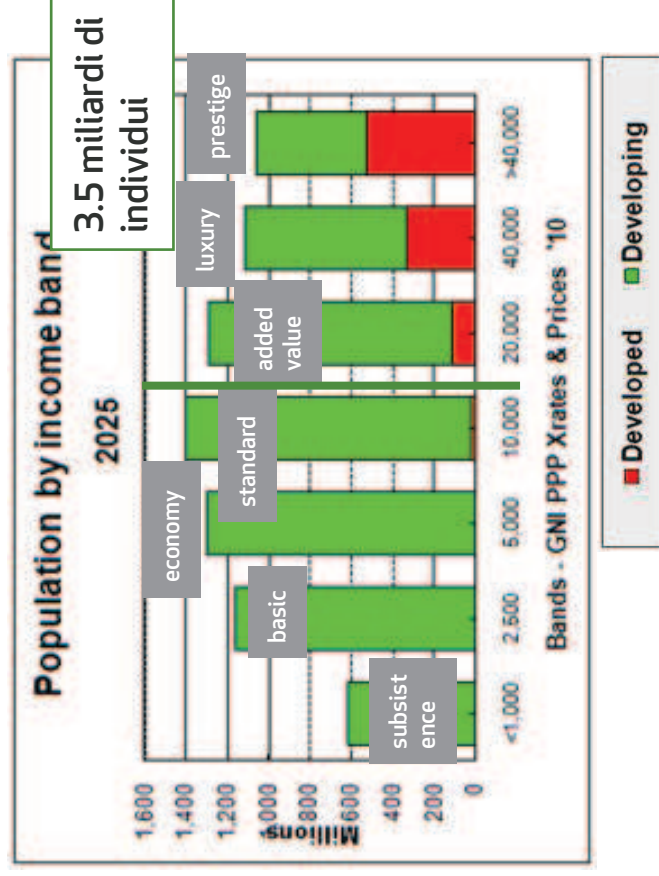
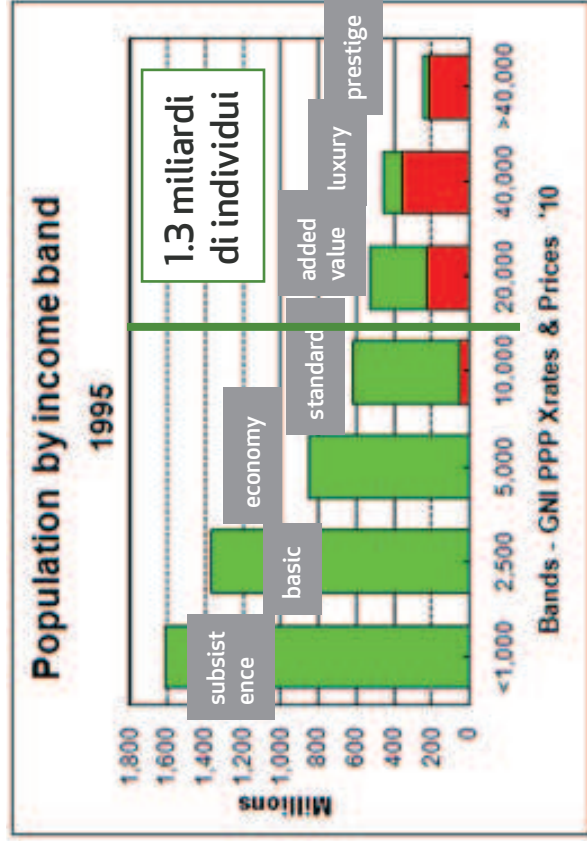
- oltre 250 milioni di potenziali consumatori di prodotti "belli e ben fatti" nei mercati più dinamici per il sistema "cura persona e casa"



prometeia

alla ricerca di nuove opportunità

## le opportunità sui mercati esteri



fonte: retail Futures workshop – TLE STRATEGY – aprile 2011

- nel 2010, il 30% della popolazione mondiale ha comprato prodotti “basic” o “economy” ... mentre 1 miliardo di persone ha vissuto con 1 \$ al giorno (o meno)
- entro il 2025, la maggioranza della popolazione mondiale potrà permettersi l'acquisto di prodotti di marca e/o a valore aggiunto (“prestige” vs “masstige”)



**prometeia**

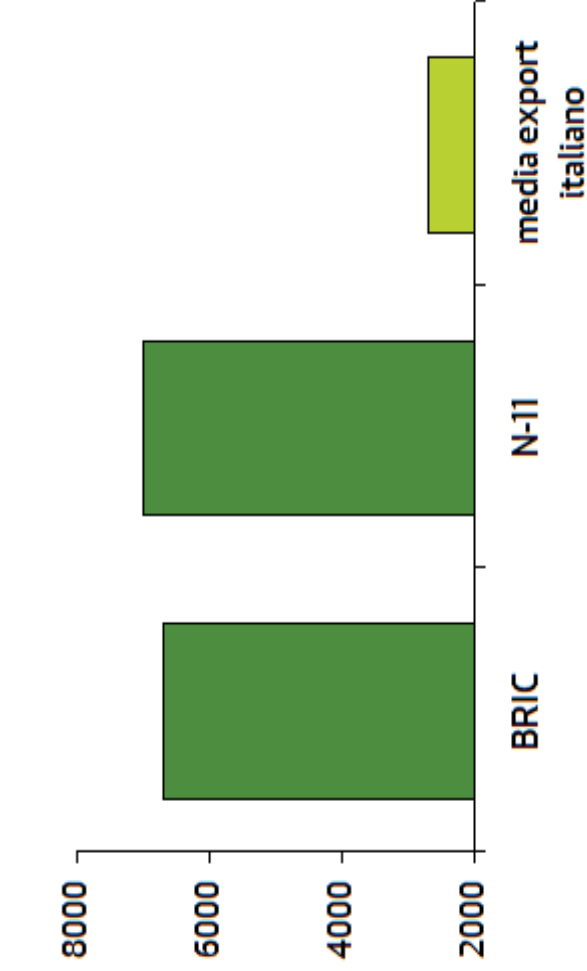
alla ricerca di nuove opportunità

# le opportunità sui mercati esteri | occorre un cambio di passo ...

per l'Italia i nuovi centri della crescita sono lontani ...

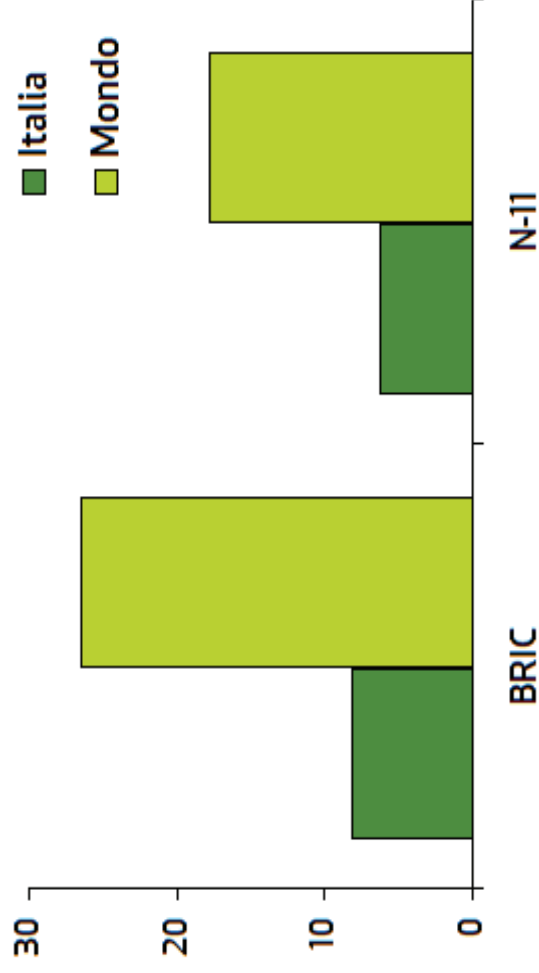
... geograficamente ...

(distanze in km dall'Italia)



... ed economicamente

(peso % sugli scambi di merci)



fonte: prometeia, dati Mopice



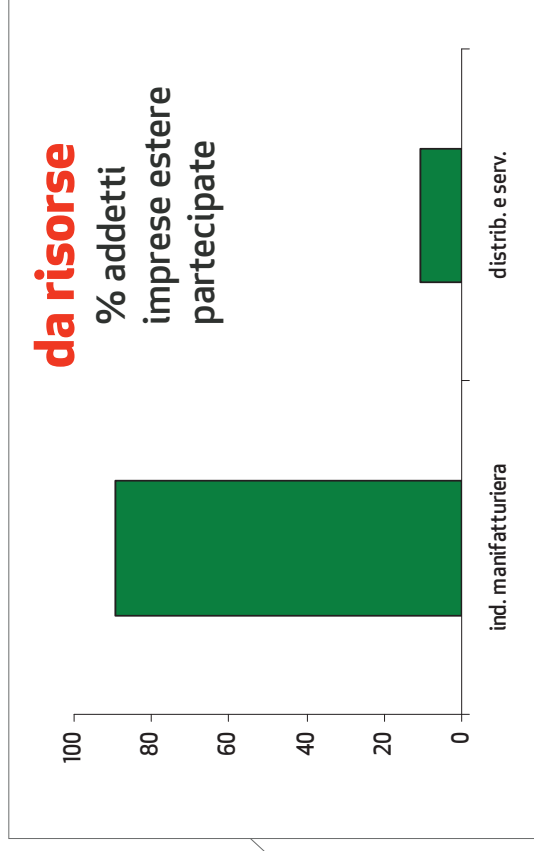
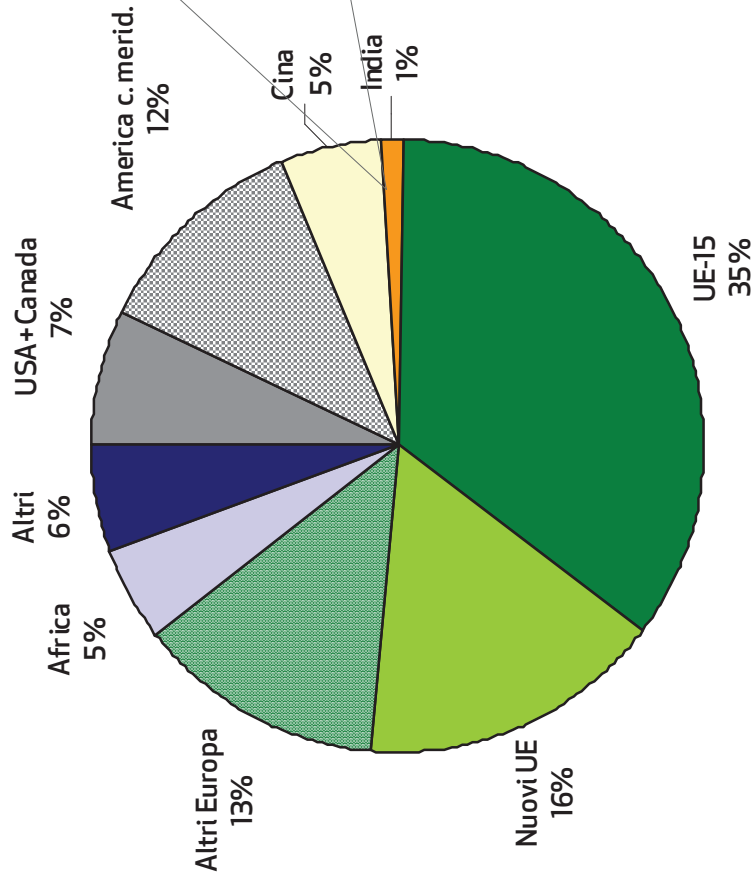
prometeia



alla ricerca di nuove opportunità

# le opportunità sui mercati esteri | ... e un nuovo approccio ai mercati

le partecipazioni estere di imprese italiane per destinazione geografica



**a mercato**

fonte: ICE

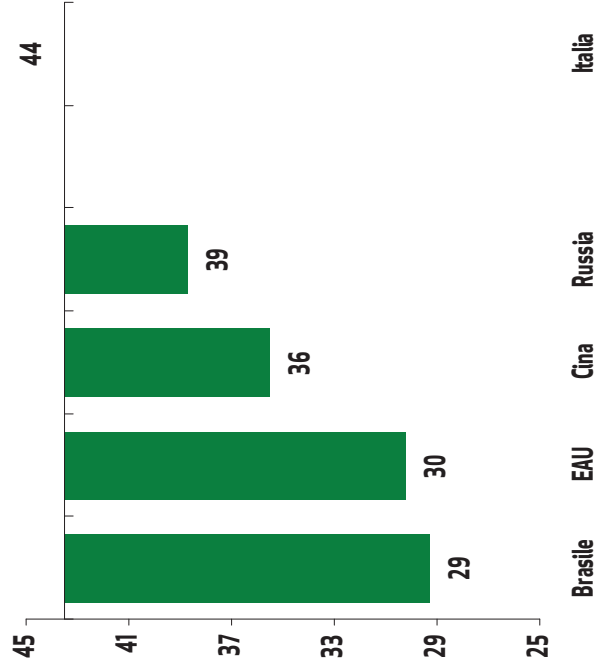


**prometeia**

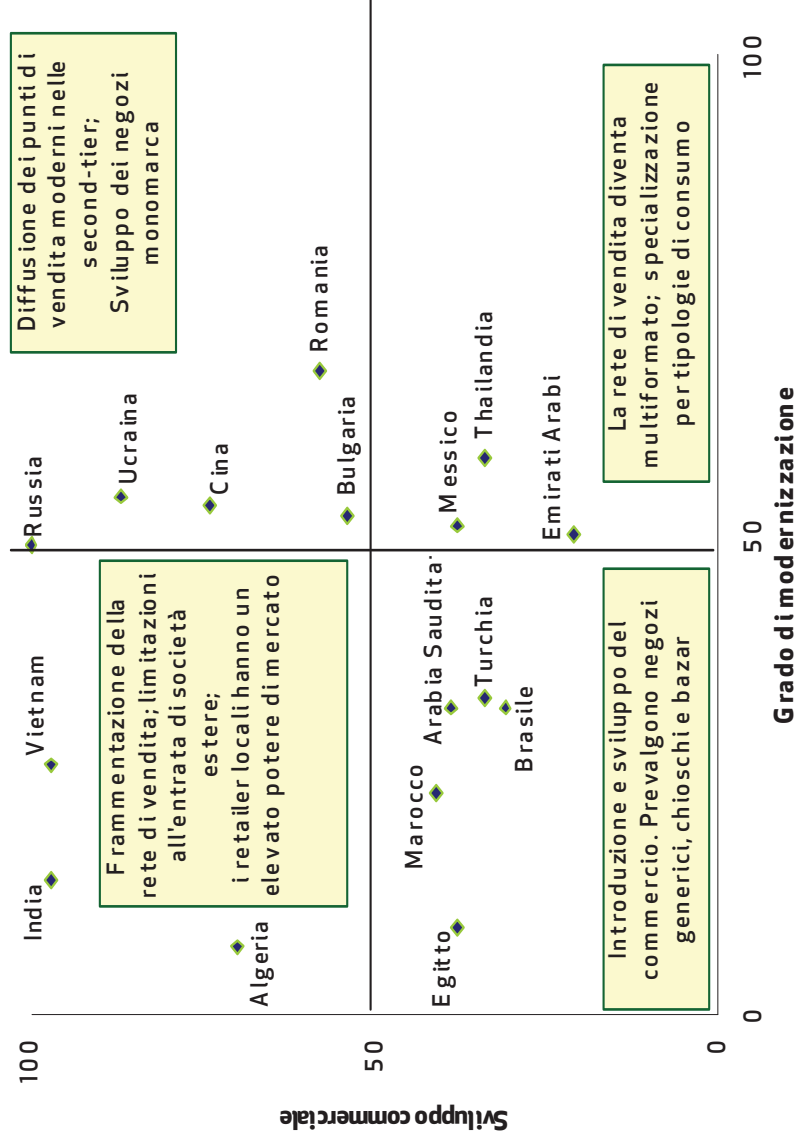
alla ricerca di nuove opportunità

# le opportunità sui mercati esteri | ... per interagire con i nuovi consumatori e con i diversi sistemi distributivi

età mediana della popolazione | anni



mappa dei sistemi distributivi nei paesi emergenti



fonte: prometeia e World factbook - CIA

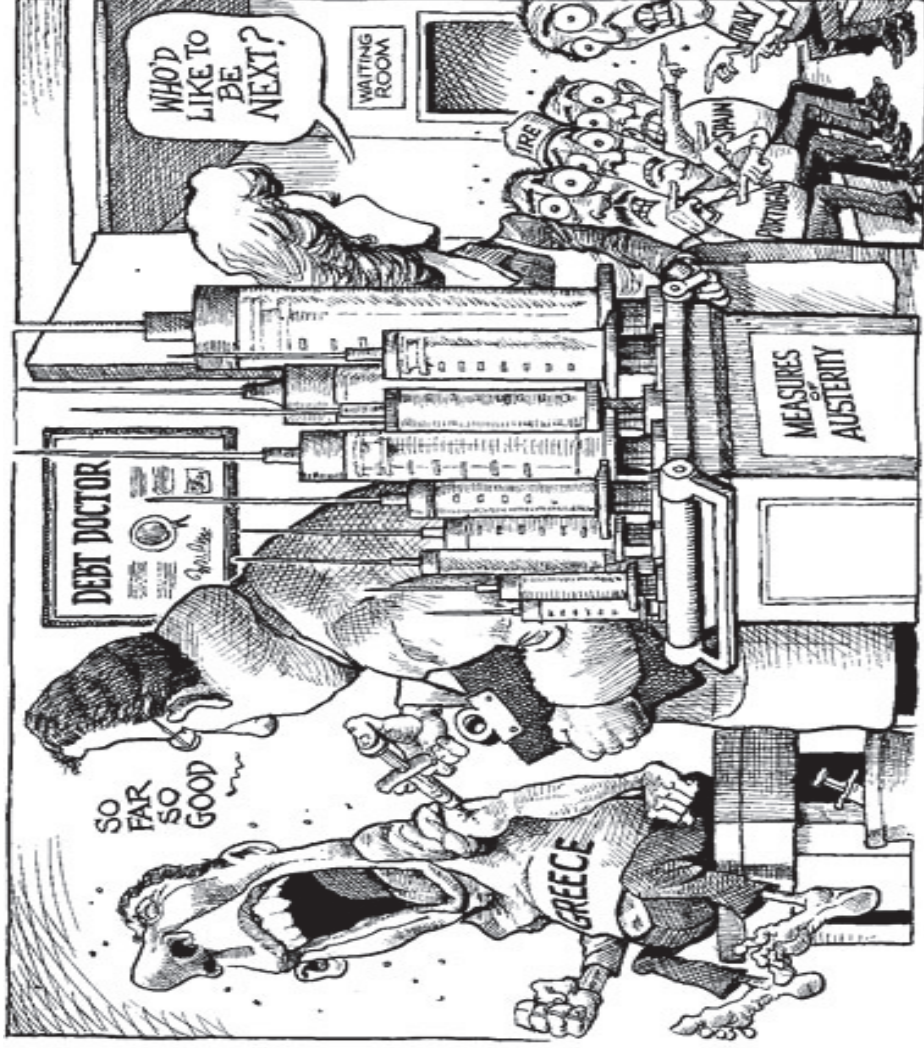
fonte: elaborazioni prometeia su dati AT Kearny



**prometeia**

conclusioni

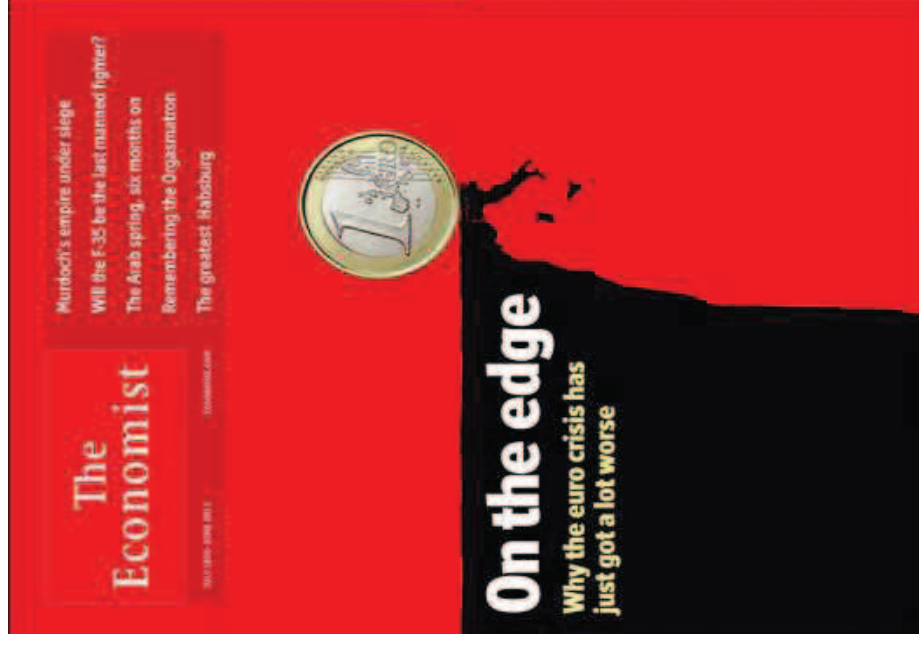
## conclusioni | rischi ...



Fonte: The Economist – 2 luglio 2011



prometeia



Fonte: The Economist – 16 luglio 2011

conclusioni

## conclusioni | ... opportunità ...



prometeia



# Maggiori informazioni?

**giuseppe schirone**  
manager

tel. +39 051 648 0911

[giuseppe.schirone@prometeia.it](mailto:giuseppe.schirone@prometeia.it)

**patrizia di cicco**

senior economist

tel. +39 051 648 0410

[patrizia.dicicco@prometeia.it](mailto:patrizia.dicicco@prometeia.it)

**Bologna, via Marconi 43**  
**Milano, via Gonzaga 7**  
**Roma, via Tirso 26**

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