

1 febbraio 2018

Analisi di bilancio dell'industria cosmetica

Evoluzione dei principali KPI
per dimensione e canale di vendita

relatore:

Gian Andrea Positano

Centro Studi e Cultura d'Impresa

DIAMO I NUMERI

34 — +10 — 65 — 2.500

questa è la 34^
presentazione
della
Congiunturale

Variazione % del
contoterzismo nel
2017 con proiezioni
altrettanto positive

% della
concentrazione delle
dieci destinazioni
delle **esportazioni**

è il preconsuntivo, in
milioni di euro, della
bilancia commerciale
dell'industria cosmetica
(export-import)

OBIETTIVI DELL'ANALISI DI BILANCIO

- Evidenziare elementi caratteristici del settore, analizzandone gli economics;
- Studiare i differenti cluster sia commerciali che dimensionali;
- Elaborare confronti con settori contigui (es. abbigliamento, calzature, occhialeria....);
- Proporre uno studio specifico del settore.

Il **progetto** consiste nell'analisi e lo studio delle voci di bilancio aggregato del settore cosmetico, con valutazioni per insiemi di imprese relativamente omogenee per permetterne il confronto attraverso indicatori delle chiavi di prestazione (KPI).

IL DATABASE DI RIFERIMENTO

Il database Plimsoll “Cosmetici e prodotti per toeletta” che dava origine a indicatori non coerenti i plausibili, è stato accuratamente perimetrato utilizzando le seguenti chiavi di ricerca:

- Società Attive;
- Società con fatturato superiore agli 800mila euro;
- Codice Ateco 20.42.00 + Società con descrizione nell’oggetto sociale delle seguenti parole ;chiave: *produzione prodotti cosmetici, fabbricazione prodotti cosmetici, prodotti per toeletta, produzione o fabbricazione saponi* + soci Cosmetica Italia.

Si è individuata una base confrontabile di **535 aziende** con un fatturato aggregato, in larga parte caratterizzato da produzione cosmetica, prossimo ai 13.000 Mio euro, rappresentate da **375 aziende associate** a Cosmetica Italia. Anni elaborati: 2012, 2013, 2014, 2015 e 2016. Viene proposta l’elaborazione del 2008 per valutazioni a cavallo della crisi.

LA QUALITÀ DELLO SCREENING PRE-ANALISI

VALORI ECONOMICO-PATRIMONIALI E INDICATORI	VALORE 2016 IMPRESE PRODUTTRICI DI COSMETICI (749 IMPRESE)	VALORE 2016 IMPRESE CON ATTIVITÀ PREVALENTE LA PRODUZIONE DI COSMETICI (535 IMPRESE)
Fatturato medio (milioni di euro)	39,3	33,0
EBITDA (milioni di euro)	4,5	4,2
EBITDA/Fatturato (indice)	11,5	12,7
ROS - Redditività delle vendite (indice)	4,0	4,1
ROI - Redditività del capitale investito (indice)	2,3	4,2
ROE - Redditività del capitale proprio (indice)	9,1	9,2
Copertura degli immobilizzi (indice)	3,1	3,2
Costo lavoro medio per addetto (euro)	43.897	43.311
Retribuzione media per addetto (euro)	35.182	33.823
Ricavi pro-capite (euro)	412.275	374.698
Valore aggiunto pro-capite (euro)	83.117	81.348
Giorni di scorta media (indice)	55	57
Grado di innovazione (indice)	10,4	10,7
EBITDA/Oneri Finanziari (indice)	44,5	44,1
Leverage (indice)	4,8	5,4

**PERIMETRO
DI ANALISI**

STRUTTURA PATRIMONIALE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

ATTIVITÀ

VALORI % FATTO 100 TOTALE ATTIVO

2016

2008

IMMOBILIZZAZIONI

45,2

36,8

ATTIVO CIRCOLANTE

54,3

62,5

RATEI E RISCONTI

0,5

0,7

PASSIVITÀ

VALORI % FATTO 100 TOTALE PASSIVO

2016

2008

PATRIMONIO NETTO

53,4

37,5

FONDI RISCHI E ONERI

3,1

2,9

TRATTAMENTO
FINE RAPPORTO

1,7

3,1

DEBITI

41,3

56,2

RATEI E RISCONTI

0,5

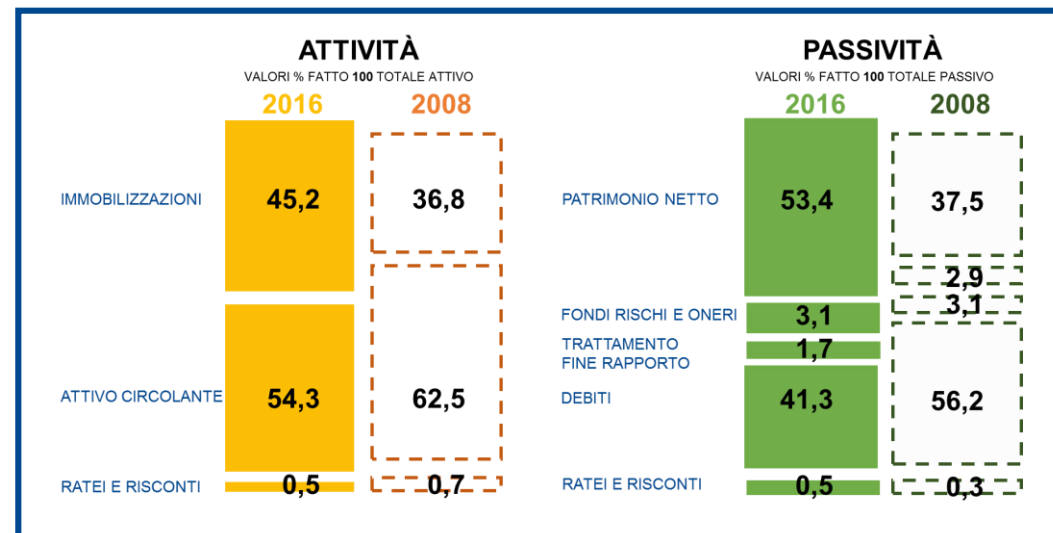
0,3

STRUTTURA PATRIMONIALE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

LE **IMMOBILIZZAZIONI** CRESCONO PROPORZIONALMENTE SIA IN QUELLE MATERIALI CHE IMMATERIALI.

L'**ATTIVO CIRCOLANTE** HA UN PESO MINORE, RISPETTO AL 2008, DOVUTO SIA ALL'UTILIZZO DELLE **LIQUIDITÀ**, PROBABILMENTE PER CONTRASTARE LA CRISI, SIA A UNA RIDUZIONE DELLE **RIMANENZE** DI PRODOTTI FINITI, SEMILAVORATI E IN CORSO DI LAVORAZIONE (COME DIMOSTRANO I GIORNI DI SCORTA MEDIA).

L'AUMENTO DELL'**INDEBITAMENTO** NON È DA LEGGERE IN ACCEZIONE NEGATIVA POICHÉ TRATTASI DI FINANZIAMENTI A MEDIO-LUNGO TERMINE PER GLI INVESTIMENTI FISSI



LA CRISI DEL 2008 NON È STATA CONGIUNTURALE MA STRUTTURALE, È RADICALMENTE MUTATO LO SCHEMA AZIENDALE

STRUTTURA ECONOMICA DELL'INDUSTRIA COSMETICA

CONTO ECONOMICO

VALORI % FATTO 100 VALORE DELLA PRODUZIONE

	2016	2008
COSTI DELLA PRODUZIONE	91,1	91,5
RISULTATO OPERATIVO (VALORE- COSTI DELLA PRODUZIONE)	8,9	8,5
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	12,9	7,7
UTILE DI ESERCIZIO	9,7	4,3

IL **FATTURATO** MEDIO DELLE IMPRESE COSMETICHE NEL 2016 È PARI A **33** MILIONI DI EURO, CON UNA CRESCITA DEL **2,8%** RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE MA CON VALORI DI POCO INFERIORI A QUELLI REGISTRATI NEL 2008 (**34** MILIONI DI EURO).

L'EVOLUZIONE PIÙ IMPORTANTE EMERGE DAL **RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE** GRAZIE A MAGGIORI **PROVENTI**, SIA DI NATURA PATRIMONIALE CHE FINANZIARIA

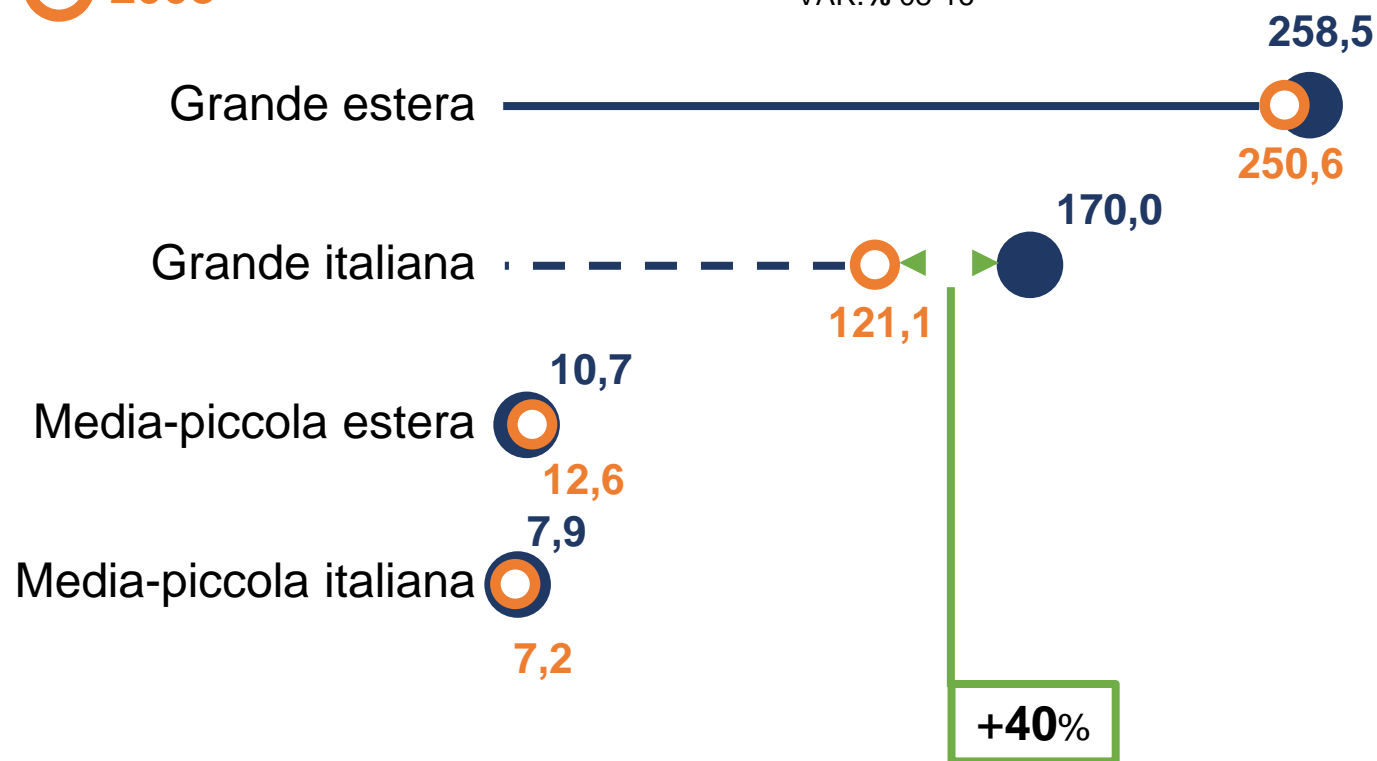
EBITDA E FATTURATO - confronto pre-crisi

LE **GRANDI IMPRESE ITALIANE** HANNO REGISTRATO CRESCITE DEL FATTURATO PIÙ IMPORTANTI NEL PERIODO **PRE-CRISI** AD OGGI. LE **MEDIO-PICCOLE ITALIANE**, INVECE, RISULTANO QUELLE CON CONDIZIONI CONCORRENZIALI PIÙ FAVOREVOLI (EBITDA SU FATTURATO).

● 2016
○ 2008

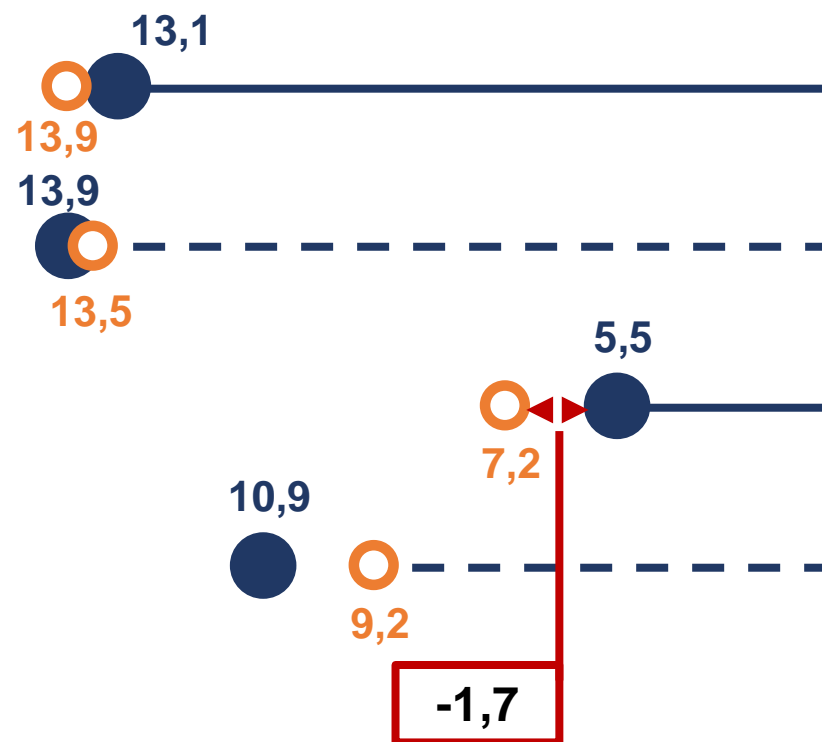
FATTURATO medio

VALORI IN **MILIONI** DI EURO
VAR.% 08-16



EBITDA SU FATTURATO

VALORI IN **PERCENTUALE**
VAR. P.TI % 08-16



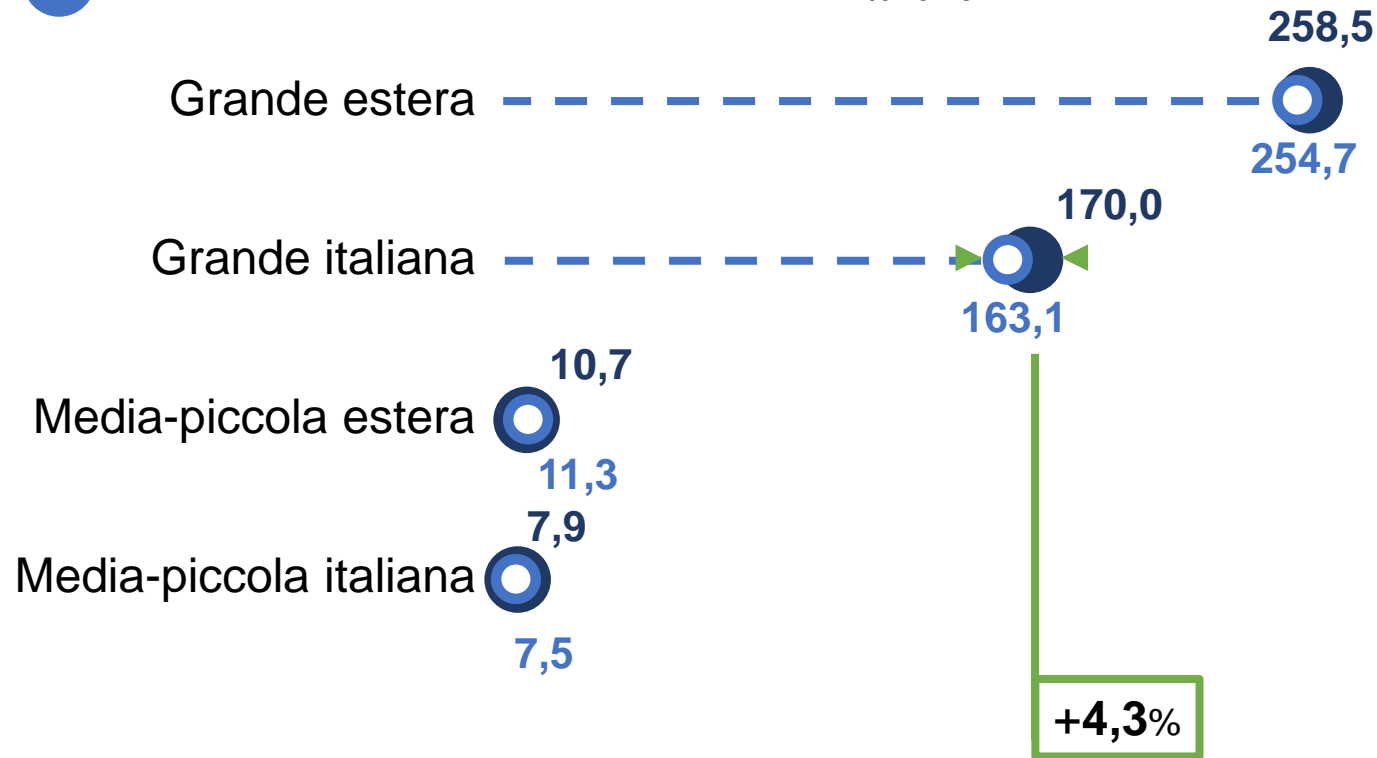
EBITDA E FATTURATO - confronto con anno precedente

NELL'ULTIMO ANNO SONO LE **GRANDI IMPRESE ESTERE** A REGISTRARE IL MIGLIOR VANTAGGIO COMPETITIVO (EBITDA SU FATTURATO), MENTRE LE **MEDIO-PICCOLE ITALIANE**, INVECE, SUBISCONO CONDIZIONI CONCORRENZIALI LIEVEMENTE PIÙ SFAVOREVOLI. LE CRESCITE DEI FATTURATI SONO STATE TRASVERSALMENTE MARGINALI.

● 2016
● 2015

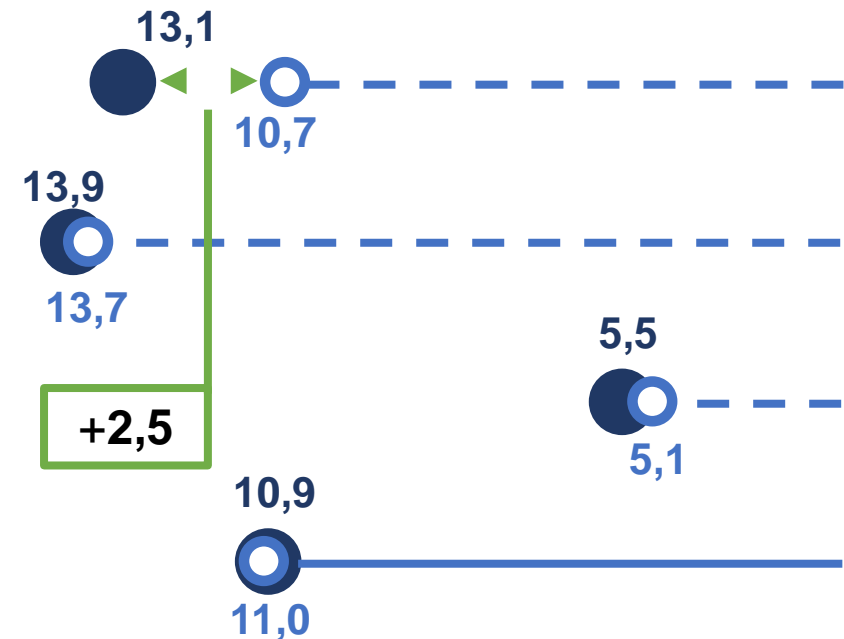
FATTURATO

VALORI IN **MILIONI DI EURO**
VAR.% 15-16



EBITDA SU FATTURATO

VALORI IN **PERCENTUALE**
VAR. P.TI % 15-16



ROS - redditività delle vendite

Costruzione
Risultato operativo
Ricavi netti
Letture
<2% >13%



È LA DIRETTA ESPRESSIONE DEI LEGAMI TRA PREZZI DI VENDITA, VOLUMI E COSTI OPERATIVI, DATO IL FATTURATO NETTO REALIZZATO.

LA **GRANDE DISTRIBUZIONE**, CON SUPER E IPERMERCATI E ALTI VOLUMI DI VENDITA, REGISTRA UN **ROS** INFERIORE RISPETTO A CANALI CON ALTO VALORE PERCEPITO COME **ERBORISTERIA** E **FARMACIA**. TUTTAVIA, QUEST'ULTIMA POTREBBE AVER SUBITO NEL 2016 LA CANNIBALIZZAZIONE DA PARTE DI ALTRE FORMULE DISTRIBUTIVE CHE HANNO INVESTITO IN FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE.

GRANDE ITALIANA ▲

PICCOLA-MEDIA ESTERA ▼

FARMACIA

PROFUMERIA

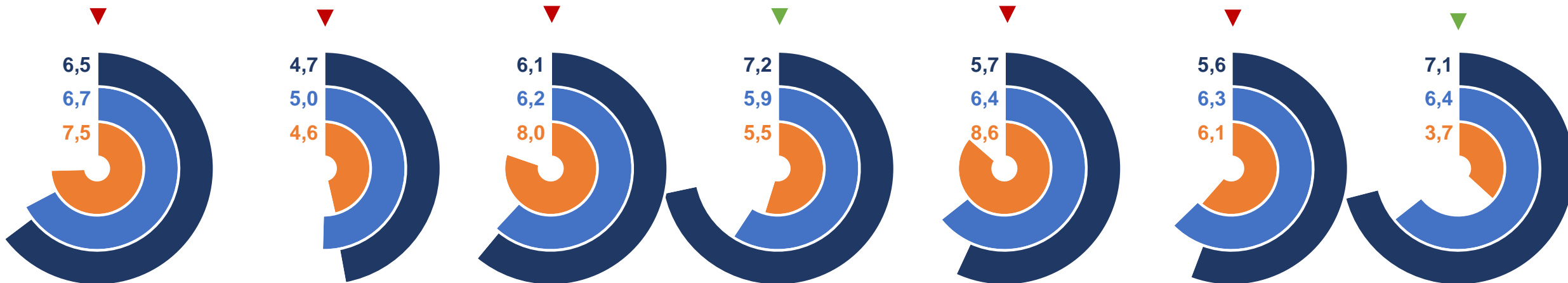
MASS MARKET

ERBORISTERIA

ACCONCIATURA

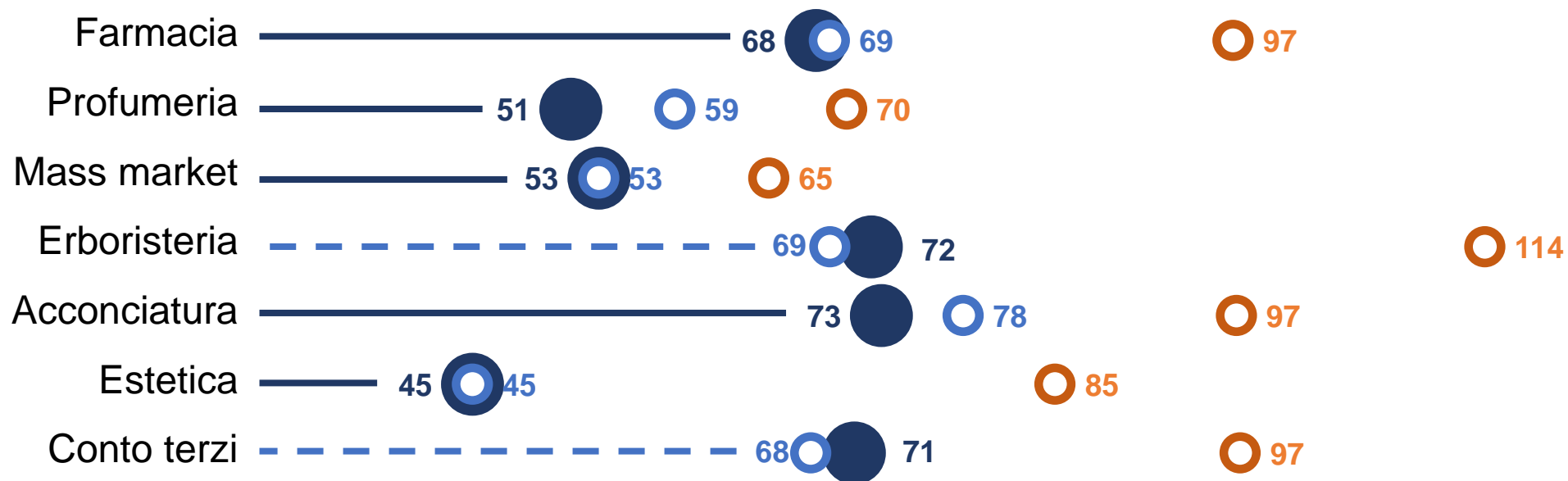
ESTETICA

CONTO TERZI

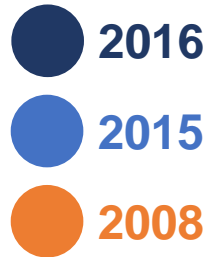


GIORNI DI SCORTA MEDIA

- **2016** ESPRIME IL NUMERO MEDIO DI GIORNI DI PERMANENZA DELLE SCORTE IN MAGAZZINO. HA UNA DUPLICE LETTURA: UN AUMENTO PUÒ SIGNIFICARE UN INCREMENTO DELL'INVESTIMENTO IN DISPONIBILITÀ E QUINDI DEL FABBISOGNO DI CAPITALI, UNA DIMINUZIONE, INVECE, UN'OTTIMIZZAZIONE DELLA LOGISTICA O RAZIONALIZZAZIONE DEL FABBISOGNO DI CAPITALI, COME DIMOSTRATO TRASVERSALMENTE IN TUTTE LE IMPRESE COSMETICHE NEGLI ULTIMI OTTO ANNI.
- **2015**
- **2008**



EBITDA SU ONERI FINANZIARI

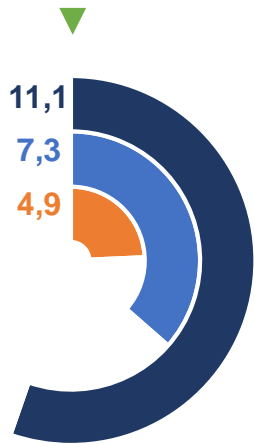


È UTILE PER APPREZZARE GLI EFFETTI DELLA STRUTTURA FINANZIARIA SUL RISULTATO ECONOMICO AZIENDALE. L'EBITDA MEDIO DELL'INDUSTRIA, COSÌ COME DEI SINGOLI CANALI, È MAGGIORE A 2,5 OVVERO PIÙ DEL DOPPIO DEGLI ONERI FINANZIARI, SI HA QUINDI LA RAGIONEVOLE CONFIDENZA CHE IL SETTORE RIESCA A REMUNERARE MOLTO BENE I MEZZI FINANZIARI DEI TERZI LASCIANDO LIQUIDITÀ DA REINVESTIRE E/O DA DISTRIBUIRE AI SOCI O AZIONISTI DELLA STESSA. LA **FARMACIA** RAPPRESENTA PIÙ DI TUTTI TALE COPERTURA.

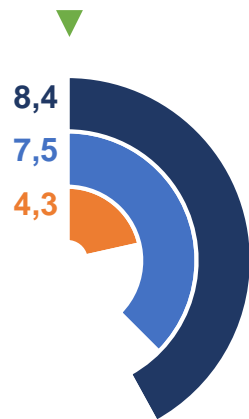
GRANDE ITALIANA ▲

PICCOLA-MEDIA ITALIANA ▼

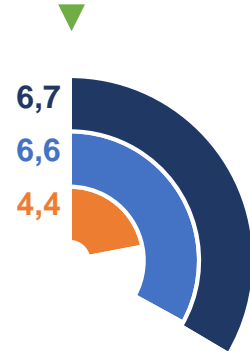
FARMACIA



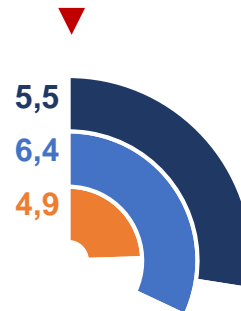
PROFUMERIA



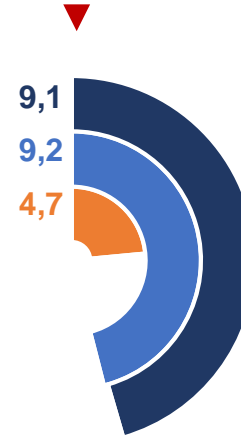
MASS MARKET



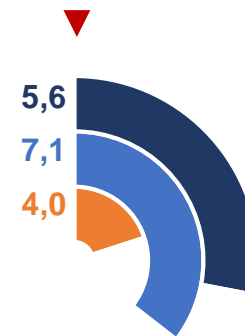
ERBORISTERIA



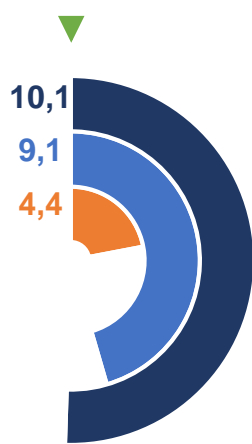
ACCONCIATURA



ESTETICA



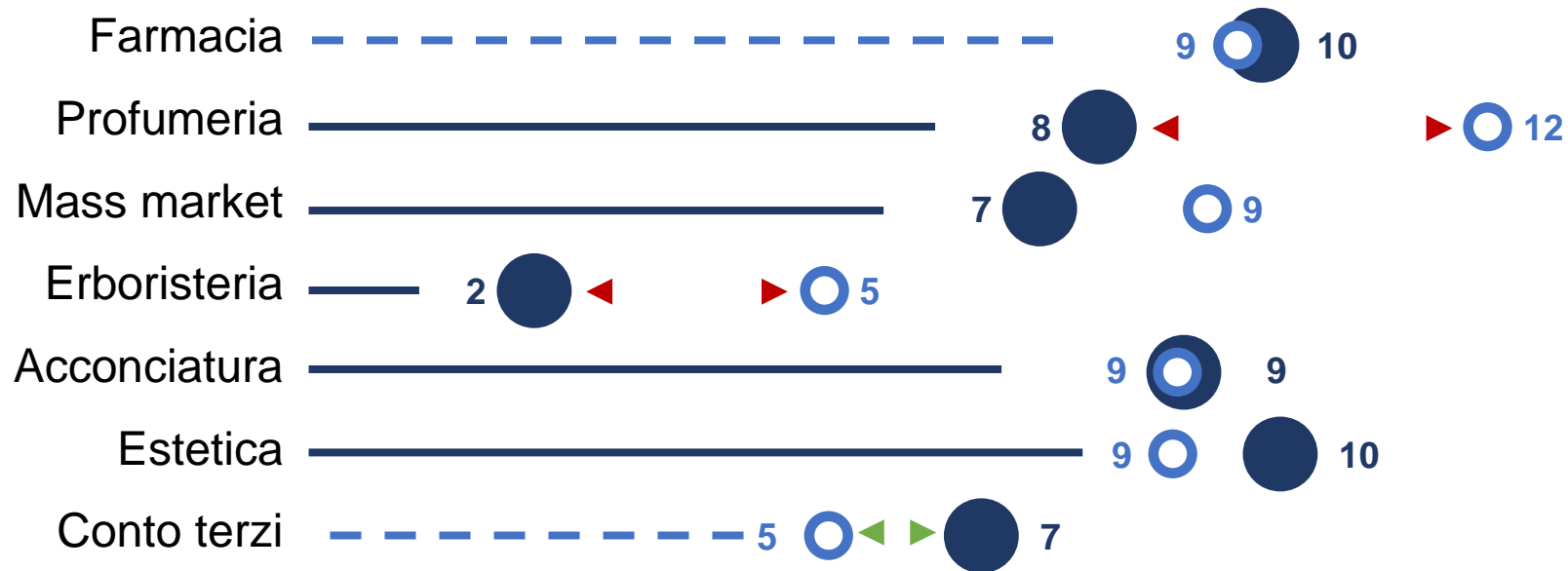
CONTO TERZI



GRADO DI INNOVAZIONE

- **2016** ESPRIME L'INCIDENZA DEI COSTI DI IMPIANTO, DI RICERCA E PUBBLICITÀ E I DIRITTI DI BREVETTO SUL TOTALE IMMOBILIZZATO. IL CALO NELLA **PROFUMERIA** È DOVUTO AD UNA GENERALE DIMINUIZIONE DEGLI INVESTIMENTI IN IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI; MENTRE PER L'**ERBORISTERIA** SI REGISTRA IL CALO NEI COSTI DI RICERCA E PUBBLICITÀ. BUONA LA CRESCITA NEL **CONTOTERZISMO** GRAZIE ALLA CRESCITA DEI COSTI DI IMPIANTO E AMPLIAMENTO DELLA CAPACITA' PRODUTTIVA.
- **2015**

PICCOLA MEDIA ESTERA E ITALIANA ▲ GRANDE ITALIANA ▼



COSTO E RETRIBUZIONE PER ADDETTO

2016

2015

2008

L'AUMENTO DEI COSTI PER ADDETTO NEI VARI CANALI, AD ECCEZIONE DELLA FARMACIA, È DOVUTO A INVESTIMENTI NELLA **QUALIFICAZIONE**, NELLA **FORMAZIONE**, E NELLE **NUOVE FIGURE PROFESSIONALI**, TORNANDO A DARE SPAZIO AL RUOLO DELLA PERSONA IN AZIENDA.

GRANDE ITALIANA



PICCOLA-MEDIA ITALIANA



PICCOLA-MEDIA ESTERA



COSTO MEDIO PER ADDETTO

'16-'15 '16-'08
Variazione %

RETRIBUZIONE MEDIA PER ADDETTO

'16-'15 '16-'08
Variazione %

Farmacia		50,3	-1	-8		41,4	-7	6
Profumeria		52,0	1	-7		39,6	1	-1
Mass market		53,4	-	-1		41,7	1	1
Erboristeria	37,8		5	12	27,7		-4	15
Acconciatura		46,4	3	15		34,0	1	21
Estetica	41,4		3	-11		30,7	2	-8
Conto terzi	41,9		4	13		31,0	5	18



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Elaborazione Centro Studi su database Plimsoll, valori medi in milioni di euro per imprese cosmetiche aggregate per canale di sbocco

Base: 535 imprese con business prevalente la produzione di prodotti cosmetici

sono escluse dall'analisi BASF, UNILEVER, BAYER, HENKEL, PROCTER & GAMBLE e NOVARTIS

GIOVANI E IMPRESA

Aspettative, bisogni e pre-requisiti dei neo-laureati nei confronti del lavoro nel settore Beauty

Nell'ambito dello sviluppo dei rapporti tra l'Associazione e le Università, il PROGETTO EDUCATION di Cosmetica Italia ha avviato un'indagine continuativa su "Giovani & Impresa".

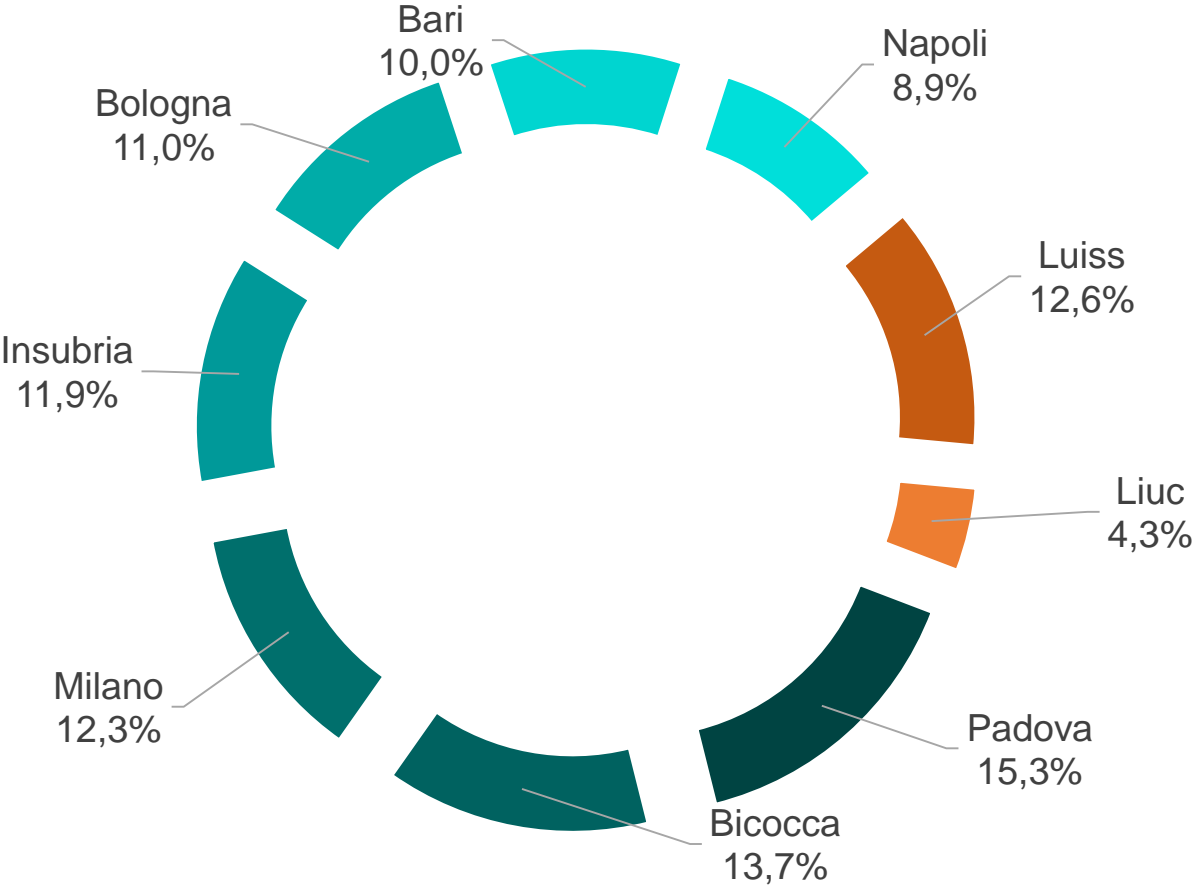
Lo scopo è quello di indagare le aspettative, i bisogni e i pre-requisiti dei neo-laureati nei confronti del lavoro, con particolare riferimento al settore *Beauty*, raccogliendo ad oggi **750** questionari dalle principali università italiane.

La lettura dello scostamento sopra-sotto media dai risultati totali avviene aggregando le università di **orientamento scientifico** (Napoli, Bari, Bologna, Insubria, Milano, Bicocca e Padova) e quelle di **orientamento economico** (Liuc e Luiss).

UNIVERSITÀ DI PROVENIENZA

Totale: **750** studenti

DISTRIBUZIONE PER ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO



SCIENTIFICO



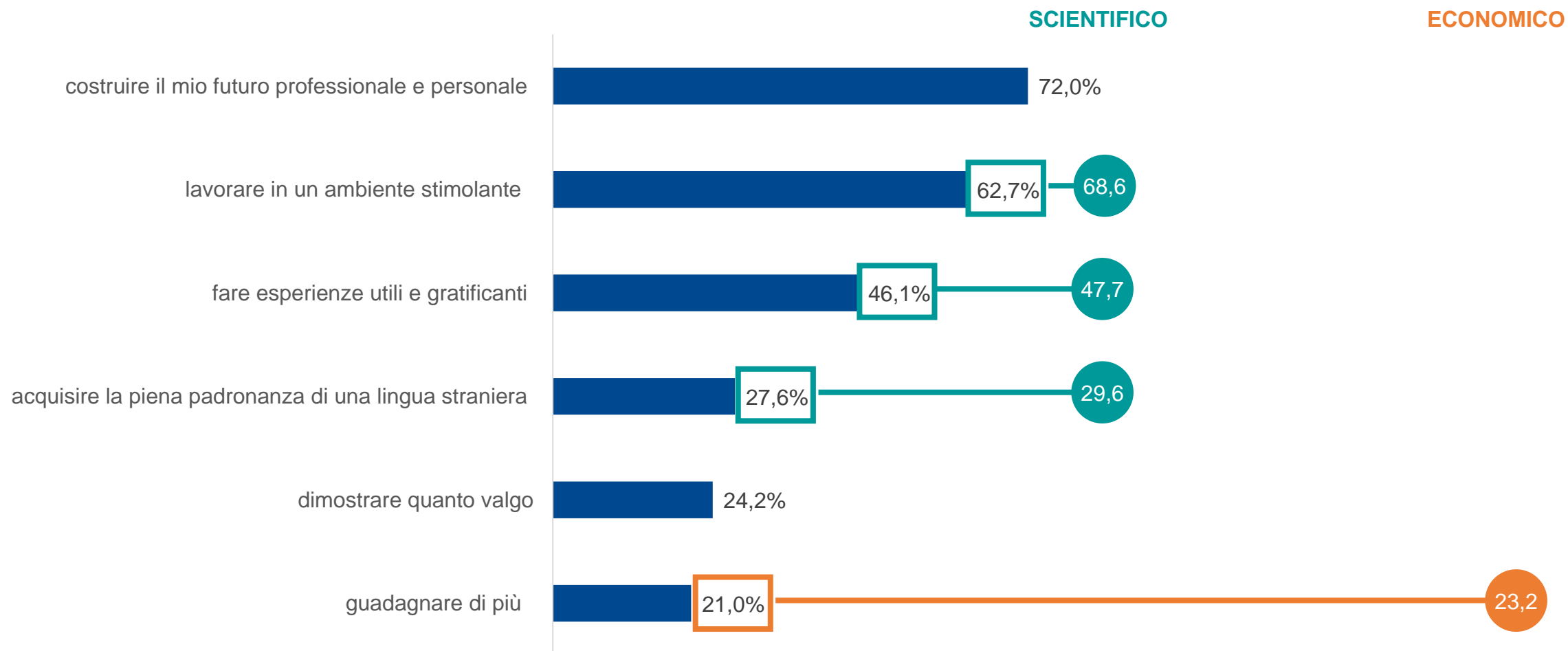
ECONOMICO



ASPETTATIVE IN MERITO AL TUO FUTURO

LA VOCE DEGLI STUDENTI

RAMO UNIVERSITARIO CON
PIÙ ADDENSAMENTI DI RISPOSTA

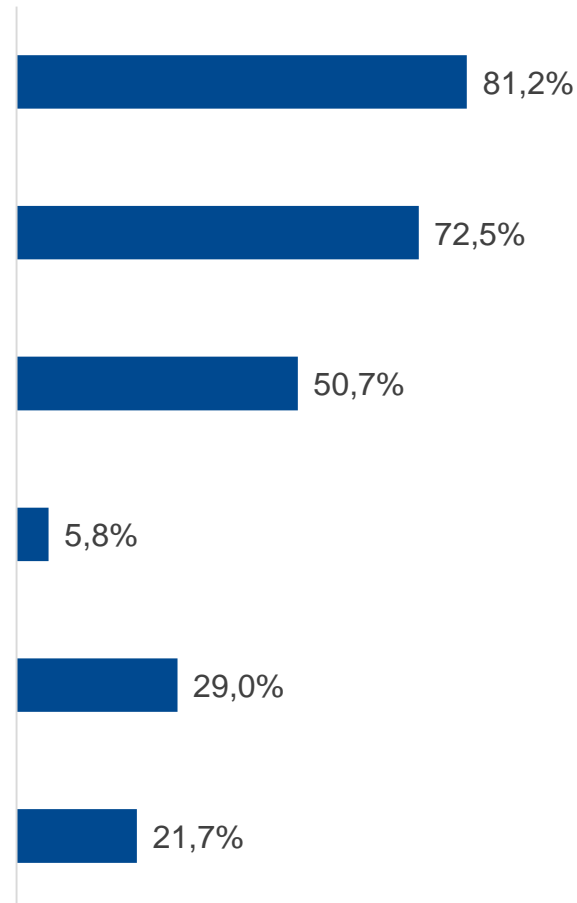


ASPETTATIVE IN MERITO AL FUTURO

LA VOCE DEGLI STUDENTI



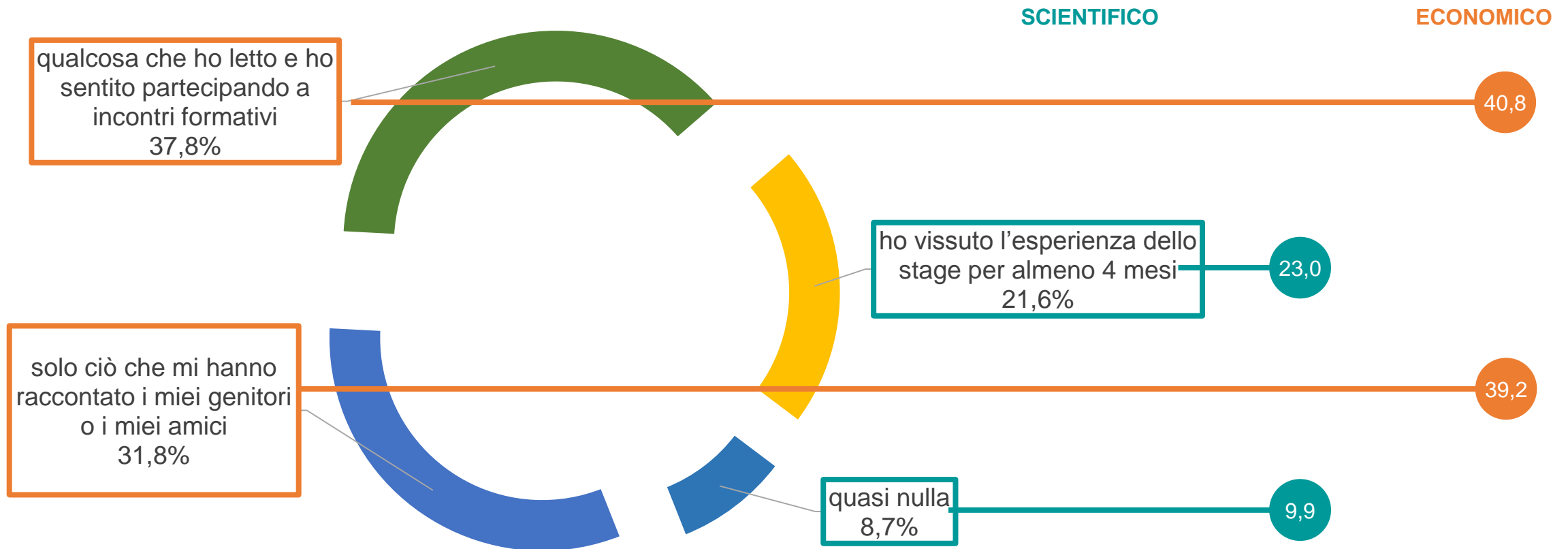
LA VOCE DELLE AZIENDE



CONOSCENZA DEL MONDO DEL LAVORO

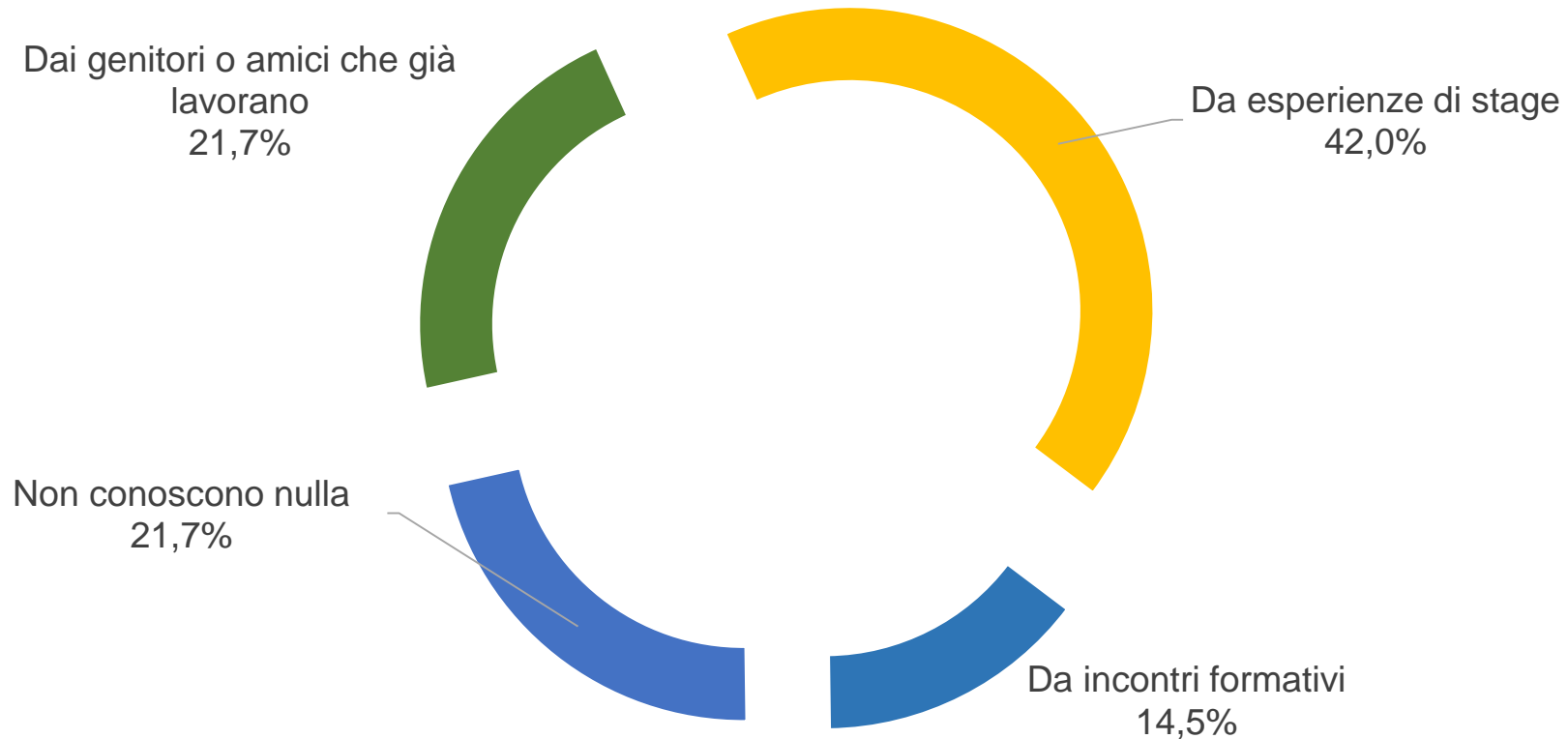
LA VOCE DEGLI STUDENTI

RAMO UNIVERSITARIO CON PIÙ RISPOSTE



CONOSCENZA DEL MONDO DEL LAVORO

LA VOCE DELLE AZIENDE

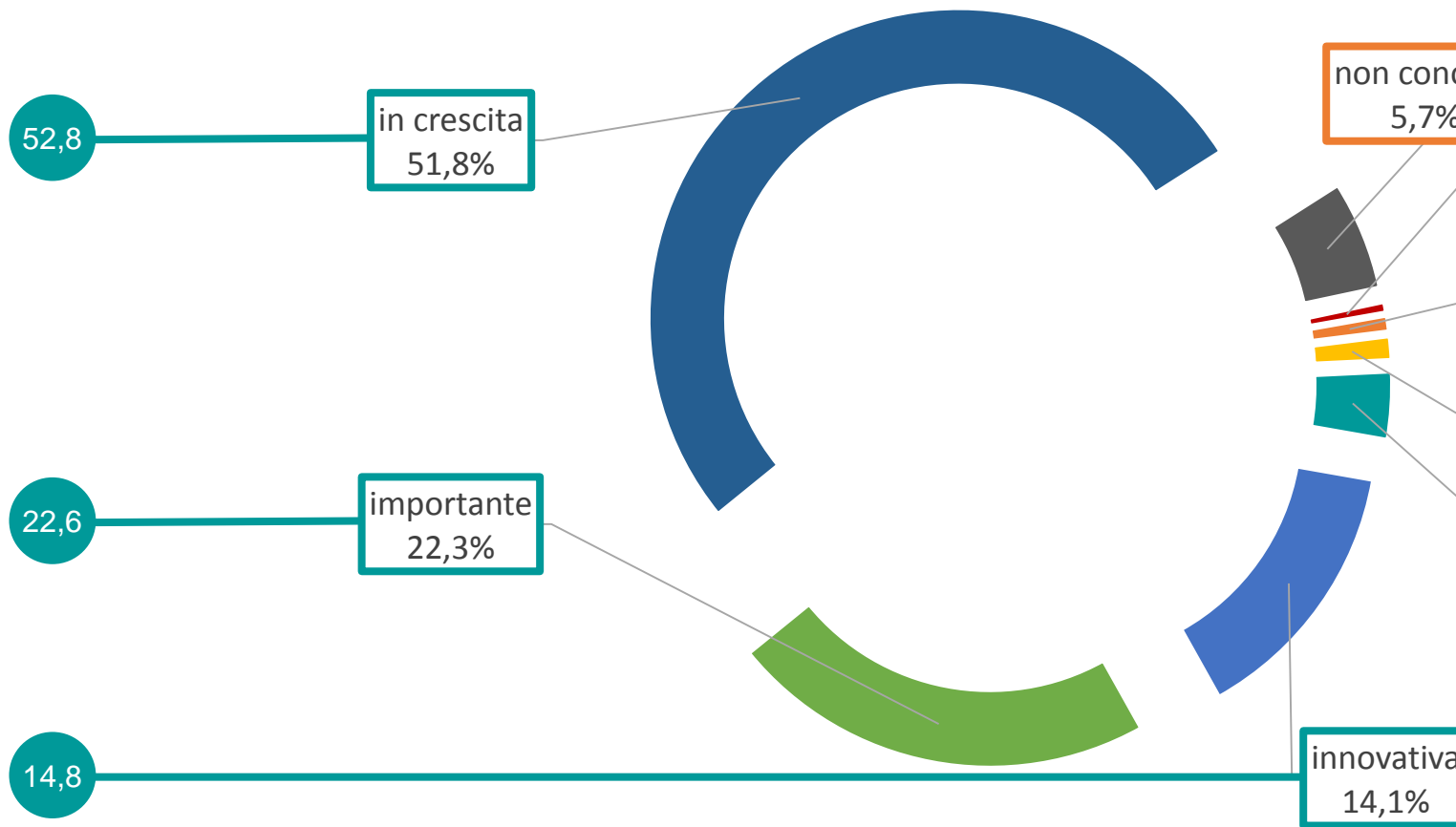


VALUTAZIONE DELLA COSMETICA RISPETTO AL BUSINESS

LA VOCE DEGLI STUDENTI

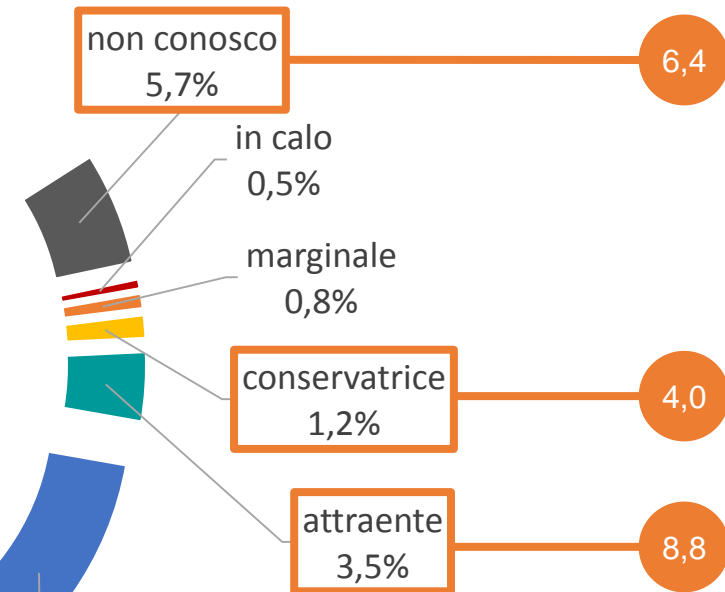
RAMO UNIVERSITARIO CON PIÙ RISPOSTE

SCIENTIFICO



RAMO UNIVERSITARIO CON PIÙ RISPOSTE

ECONOMICO



1 febbraio 2018

Grazie