

Focus territorio**La cosmetica italiana nel post Covid: filiere e mercati**

La cosmetica italiana, dopo anni di forte crescita, è stata pesantemente colpita dalla pandemia. Il settore mostra di avere in sé le energie per tornare a recuperare il terreno perso. La capacità innovativa è uno dei punti di forza della cosmetica italiana, insieme agli alti standard qualitativi, alla flessibilità e all'adattamento al contesto. E' premiante la presenza in Italia di filiere di fornitura complete e radicate.

Digitale, R&S, sostenibilità, sicurezza e mercati esteri sono i principali driver di crescita del settore, da cogliere proseguendo lungo la via degli investimenti, materiali ma soprattutto immateriali, da accompagnare con adeguati programmi di formazione. Le imprese del settore possono affrontare questo percorso, supportate da un buon equilibrio economico-finanziario visibile dall'alta e crescente incidenza del patrimonio netto sul passivo.

Febbraio 2021

Direzione Studi e Ricerche**Industry Research****Giovanni Foresti**

Economista

Sara Giusti

Economista

La cosmetica italiana nel post Covid: filiere e mercati

La cosmetica italiana, dopo anni di forte crescita, è stata pesantemente colpita dalla pandemia. Secondo i dati preconsuntivi di Cosmetica Italia il **fatturato del settore nel 2020** ha subito una **riduzione pari al 12,8%**, scendendo **a quota 10,5 miliardi di euro, 1,5 miliardi in meno rispetto al 2019**. Hanno pesato sia gli arretramenti subiti sul mercato interno (-10,2%), sia le perdite accusate all'estero, con l'export stimato in calo del 16,5%.

In forte difficoltà gran parte dei canali di vendita, con l'eccezione di farmacie, grande distribuzione ed e-commerce. Sono stati **particolarmente colpiti** i canali distributivi interessati dalle chiusure obbligatorie dei negozi professionali o più esposti ai forti vincoli agli spostamenti delle persone: le vendite di **centri estetici, saloni di acconciature, profumerie ed erboristerie** hanno subito cali compresi tra il 26% e il 30,5%. **Farmacie e grande distribuzione hanno limitato le perdite** a pochi punti percentuali (-2,5%), mentre l'**e-commerce** ha sperimentato un vero e proprio boom, con un **balzo prossimo al 42%** che ha portato il fatturato complessivo di questo canale a superare i 700 milioni di euro, pari al 7,4% del mercato.

Sono emerse **nuove abitudini di consumo**: Cosmetica Italia rileva che i consumi di profumeria alcolica sono diminuiti di oltre 20 punti percentuali, mentre le tinture per capelli fai da te sono aumentate del +30% e i saponi liquidi del +38%. L'uso della mascherina ha penalizzato i rossetti e altri prodotti per il trucco delle labbra, a favore del make-up occhi. E' poi aumentata la domanda per prodotti per lo skincare in grado di idratare e rigenerare la pelle del viso dopo un uso prolungato della mascherina. Più in generale si è osservata una **Crescente attenzione verso i cosmetici a connotazione naturale e sostenibile e verso prodotti sicuri.**

Il settore mostra di avere in sé le **energie per recuperare in fretta il terreno perso**. Già nel secondo semestre del 2020 sono emersi segnali incoraggianti: il **grado di utilizzo degli impianti**, dopo il crollo dei primi sei mesi dell'anno quando più della metà delle imprese segnalavano una riduzione, ha mostrato evidenze di recupero, con il 21% delle imprese che dichiara di aver registrato un aumento e "solo" il 31% una diminuzione. Sempre secondo l'ultima indagine condotta da Cosmetica Italia, **l'83% delle imprese dichiara di poter raggiungere un nuovo equilibrio**, recuperando quanto perso nel corso del 2020, **già entro la fine del 2021**.

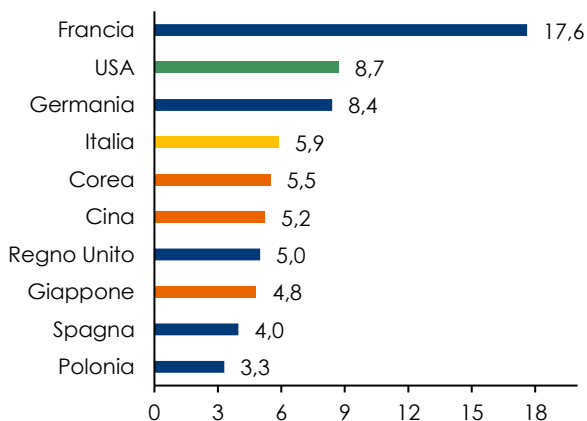
In prospettiva **le maggiori opportunità di crescita saranno offerte dai mercati internazionali**. Su tutti la **Cina** e gli **Stati Uniti** che sono i primi due principali importatori mondiali di prodotti della cosmetica, con una quota rispettivamente pari all'8,1% e al 9%. La Cina già nel 2020 è riuscita a chiudere l'anno con un lieve aumento dei consumi, mentre gli Stati Uniti sono attesi recuperare il terreno perso nel corso del 2021. Il percorso di recupero sarà più lento in Europa e, in particolare, **in Italia**, dove, secondo le proiezioni della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, **solo nel 2023, si tornerà sui livelli del 2019**. Pesa il lento rientro alla normalità del tasso di risparmio, dopo il balzo dello scorso anno.

Le imprese italiane della cosmetica possono cogliere queste opportunità. Dalle elaborazioni realizzate sui dati CEPII-BACI emerge l'elevata competitività italiana sui mercati esteri: nella classifica internazionale l'Italia ha guadagnato una posizione in dieci anni, salendo al **quarto posto con una quota di mercato pari al 5,9%**, grazie soprattutto ai progressi sperimentati **nell'alta qualità**, dove **siamo al 6,6%, 1,3 punti percentuali in più rispetto a dieci anni prima**.

Si tratta di risultati non casuali. La cosmetica italiana presenta un'intensità di ricerca e sviluppo pari al 6% e ha mantenuto alto il suo impegno sul fronte dell'innovazione anche nel corso della crisi: **il 40% delle imprese** nel secondo semestre del 2020 dichiara di aver **aumentato gli investimenti in ricerca e sviluppo** (fonte: Cosmetica Italia). La capacità innovativa, infatti, è uno

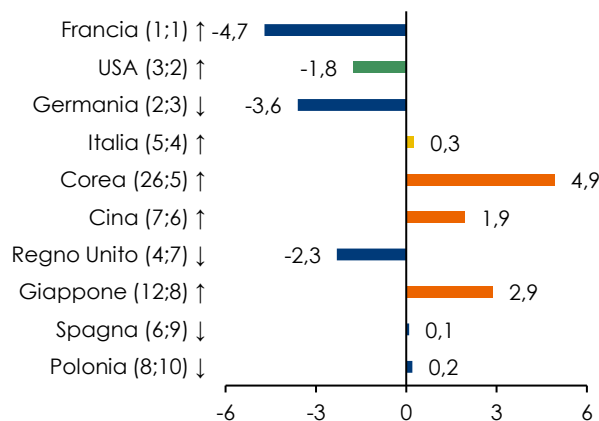
dei punti di forza del settore, insieme agli **alti standard qualitativi**, alla **flessibilità** e all'**adattamento al contesto**.

Fig. 1 - Cosmetica: quota di mercato dei primi 10 esportatori mondiali, 2018 (%)



Nota: in arancione i paesi asiatici, in blu gli europei, in verde il continente americano, in giallo l'Italia. Sono stati rappresentati i primi 10 paesi per quota di mercato 2018. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati CEPII-BACI

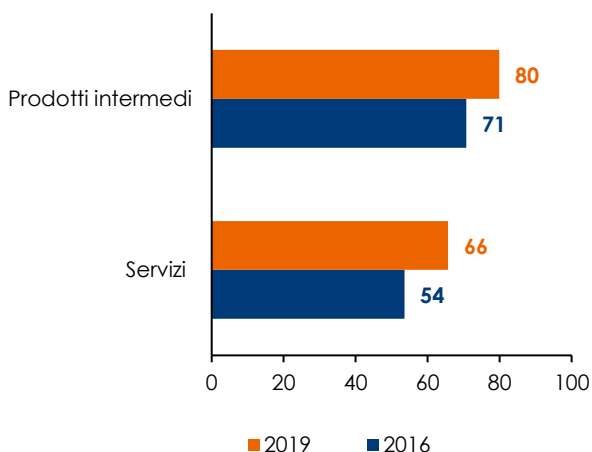
Fig. 2 – Cosmetica: quota di mercato dei primi 10 esportatori mondiali, variazione tra posizionamento nel 2008 e nel 2018 (%)



Nota: in arancione i paesi asiatici, in blu gli europei, in verde il continente americano, in giallo l'Italia. Tra parentesi è indicato il ranking in termini di quota di mercato dei paesi nel 2008 e nel 2018. Sono stati rappresentati i primi 10 paesi per quota di mercato 2018. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati CEPII-BACI

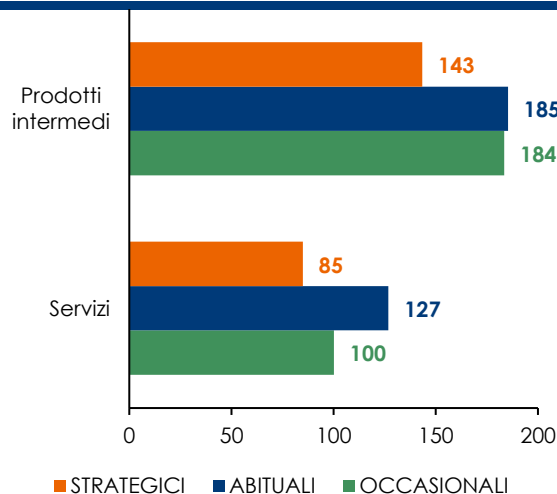
E' stata premiante la **presenza in Italia di filiere di fornitura complete e radicate nel settore della cosmetica**. Secondo le elaborazioni della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo nel 2019 l'80% degli acquisti di prodotti intermedi nel settore interessava fornitori strategici, ovvero fornitori che tra il 2016 e il 2020 hanno interagito con il committente almeno quattro anni su cinque: questa quota era pari al 71% nel 2016. Per quanto riguarda gli acquisti di servizi, la quota di fornitori strategici è salita al 66%, dodici punti percentuali in più rispetto a tre anni prima. Le **partnership strategiche** sono **spesso di prossimità e ben radicate a livello locale**: sono 143 i chilometri di distanza dei fornitori strategici di beni intermedi (40 Km in meno rispetto alle forniture occasionali) e 85 i chilometri dei fornitori strategici di servizi (vs 100 Km di quelle occasionali).

Fig. 3 - Peso degli acquisti da fornitori strategici (%)



Nota: sono considerate forniture strategiche gli acquisti tra soggetti che risultano con relazioni attive per 4 o 5 anni nel periodo 2016-2020, abituali le relazioni presenti per 2/3 anni e occasionali quelle presenti per un solo anno. Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

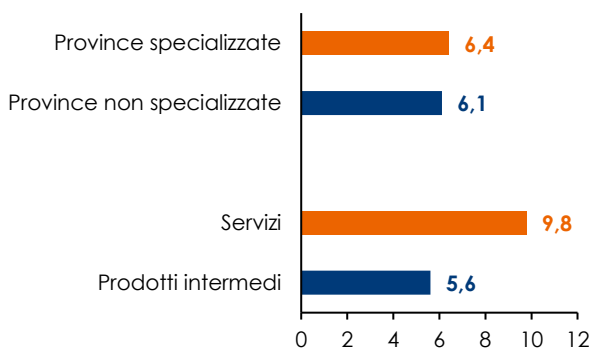
Fig. 4 – Le distanze medie degli acquisti per durata della relazione tra acquirente e fornitore (Km)



Nota: sono considerate forniture strategiche gli acquisti tra soggetti che risultano con relazioni attive per 4 o 5 anni nel periodo 2016-2020, abituali le relazioni presenti per 2/3 anni e occasionali quelle presenti per un solo anno. Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

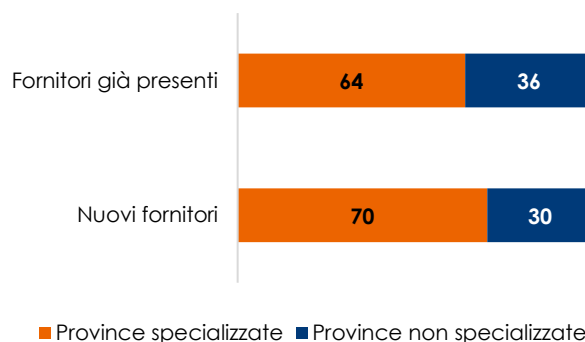
La pandemia ha messo a dura prova la tenuta delle filiere produttive della cosmetica: da un lato, si sono osservati **allungamenti dei tempi di pagamento** soprattutto nel Centro-Sud, dall'altro si è assistito a una **revisione delle politiche di acquisto**, dirette soprattutto a **diversificare e ampliare i mercati di approvvigionamento**. Sono questi i risultati che emergono da un'indagine condotta sulla rete di gestori di Intesa Sanpaolo tra ottobre e dicembre del 2020. Inoltre, dall'analisi degli acquisti delle imprese della cosmetica **nei primi nove mesi del 2020** emerge come **poco più del 6%** di questi abbia riguardato **nuove relazioni**, in gran parte attivate (70%) nelle province specializzate nella cosmetica (Milano, Monza Brianza, Lodi, Como, Bergamo, Firenze, Cremona, Padova, Torino, Bologna, Roma, Parma). Ciò significa che **il territorio**, anche in un momento di grande tensione, **è rimasto centrale nelle politiche di approvvigionamento** e di filiera delle imprese della cosmetica.

Fig. 5 - Peso degli acquisti delle imprese della cosmetica presso nuovi fornitori (2020; %; localizzazione acquirente nella parte alta; tipologia di acquisto nella parte bassa)



Nota: sono state analizzate transazioni per 3,6 miliardi di euro nel periodo 2016-2020 (primi nove mesi). Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

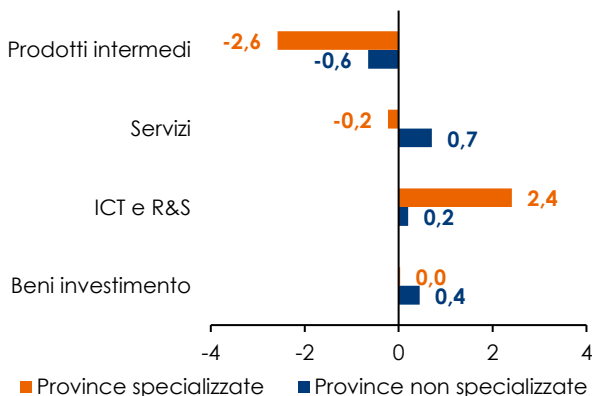
Fig. 6 – Composizione degli acquisti delle imprese della cosmetica per localizzazione del fornitore tra relazioni nuove e già esistenti (2020; %)



Nota: sono state analizzate transazioni per 3,6 miliardi di euro nel periodo 2016-2020 (primi nove mesi). Le province specializzate sono: Milano, Monza Brianza, Lodi, Como, Bergamo, Firenze, Cremona, Padova, Torino, Bologna, Roma, Parma. Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

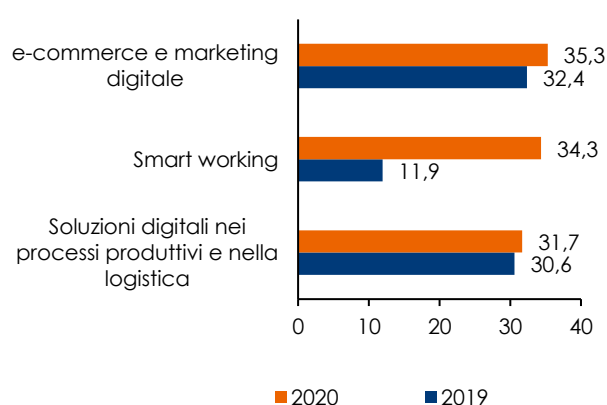
Sempre **nei primi nove mesi del 2020** è **salita l'incidenza degli acquisti in ICT e R&S** soprattutto nelle province italiane specializzate nella cosmetica, a conferma dell'elevata propensione del settore a investire in R&S e della crescente attenzione verso il digitale nelle vendite (e-commerce), ma anche nei processi e nell'organizzazione aziendale. **Circa un'impresa su tre nel 2020** ha fatto ricorso allo **smart working** e, al contempo, ha **attivato il canale online** e **inserito soluzioni digitali nei processi produttivi e nella logistica**.

Fig. 7 – Cosmetica: variazione tra 2020 e 2019 del peso % delle diverse categorie di acquisti (%)



Nota: sono state analizzate transazioni per 3,6 miliardi di euro nel periodo 2016-2020 (primi nove mesi). Fonte: ISID

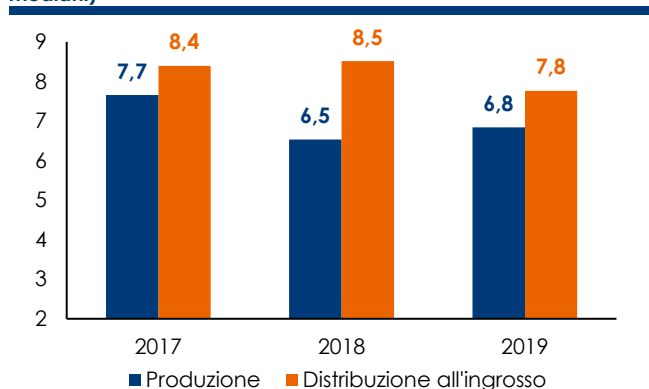
Fig. 8 – Cosmetica: grado di adozione di soluzioni digitali (%; al netto dei «non so»)



Fonte: Survey gestori Intesa Sanpaolo, ottobre-dicembre 2020

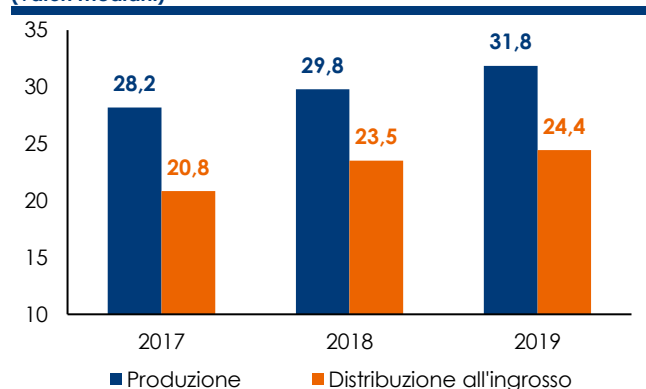
In estrema sintesi, **digitale, R&S, sostenibilità, sicurezza e mercati esteri sono i principali driver di crescita del settore**, da cogliere proseguendo lungo la via degli investimenti, materiali ma soprattutto immateriali, da accompagnare con adeguati programmi di formazione. Il settore ha in sé le risorse per seguire questo percorso: **l'ampio peso di disponibilità finanziarie** (rispettivamente pari al 6,8% e al 7,8% dell'attivo delle imprese di produzione e di distribuzione di cosmetici) ha consentito a diverse imprese della cosmesi di far fronte ai fabbisogni di liquidità causati dalla crisi pandemica. Ma soprattutto **l'alta e crescente incidenza del patrimonio netto sul passivo** (soprattutto tra le imprese di produzione dove nel 2019 è salito al 31,8%) è cruciale per affrontare con un sufficiente equilibrio economico-finanziario gli investimenti che le imprese della cosmesi dovranno implementare per cogliere le opportunità presenti sui mercati.

Fig. 9 – Cosmetica: disponibilità liquide in % dell'attivo (valori medi)



Nota: imprese con fatturato superiore a 400 mila euro nel 2017 e a 150 mila nel 2018 e nel 2019. 420 imprese di produzione di cosmetici (Ateco 2042) e 679 di commercio all'ingrosso (Ateco 4645). Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

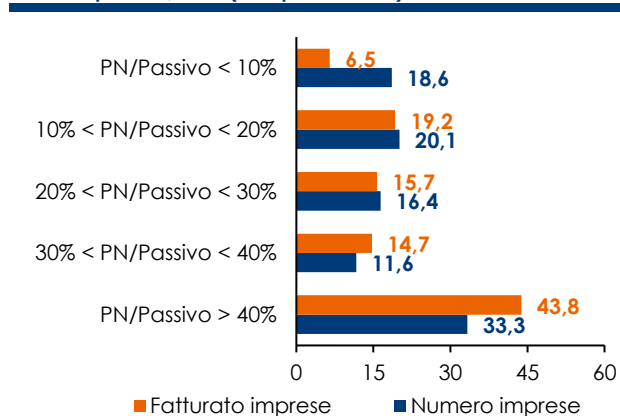
Fig. 10 – Cosmetica: patrimonio netto in % passivo (valori medi)



Nota: imprese con fatturato superiore a 400 mila euro nel 2017 e a 150 mila nel 2018 e nel 2019. 420 imprese di produzione di cosmetici (Ateco 2042) e 679 di commercio all'ingrosso (Ateco 4645). Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

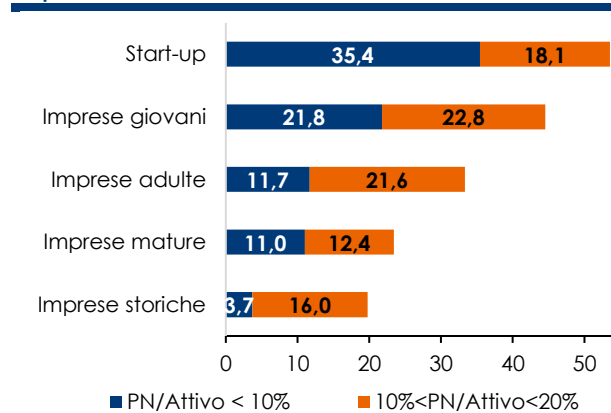
Ciononostante, anche nella cosmetica **è presente una quota di imprese più fragili sul piano finanziario**, soprattutto tra le imprese di più recente costituzione: il 18,6% delle aziende presenta un'incidenza del patrimonio netto sul passivo inferiore al 10% (che rappresentano il 6,5% del fatturato del settore), con punte del 35,4% tra le start-up costituite dopo il 2013. Saranno soprattutto questi i soggetti a essere chiamati a rafforzare la propria struttura patrimoniale, in un contesto che richiede più investimenti.

Fig. 11 – Cosmetica: distribuzione dell'incidenza del patrimonio netto sul passivo, 2019 (composizione %)



Nota: imprese con fatturato superiore a 400 mila euro nel 2017 e a 150 mila nel 2018 e nel 2019. 420 imprese di produzione di cosmetici (Ateco 2042) e 679 di commercio all'ingrosso (Ateco 4645). Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

Fig. 12 – Cosmetica: % imprese con incidenza del patrimonio netto sul passivo inferiore al 20% nel 2019



Nota: 81 imprese storiche: costituite prima del 1980; 145 imprese mature: costituite tra il 1980 e il 1989; 222 imprese adulte: costituite tra il 1990 e il 1999; 523 imprese giovani: costituite tra il 2000 e il 2013; 127 Start-up: costituite dal 2014. Fonte: ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

Importanti comunicazioni

Gli economisti che hanno redatto il presente documento dichiarano che le opinioni, previsioni o stime contenute nel documento stesso sono il risultato di un autonomo e soggettivo apprezzamento dei dati, degli elementi e delle informazioni acquisite e che nessuna parte del proprio compenso è stata, è o sarà, direttamente o indirettamente, collegata alle opinioni espresse.

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo S.p.A. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo S.p.A.

La presente pubblicazione non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti ai quali si rivolge. Intesa Sanpaolo S.p.A. e le rispettive controllate e/o qualsiasi altro soggetto ad esse collegato hanno la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi materiale sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della clientela.

Comunicazione dei potenziali conflitti di interesse

Intesa Sanpaolo S.p.A. e le altre società del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo (di seguito anche solo "Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo") si sono dotate del "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231" (disponibile sul sito internet di Intesa Sanpaolo, all'indirizzo: <https://group.intesasnpaolo.com/it/governance/dlgs-231-2001>) che, in conformità alle normative italiane vigenti ed alle migliori pratiche internazionali, include, tra le altre, misure organizzative e procedurali per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse, ivi compresi adeguati meccanismi di separazione organizzativa, noti come Barriere informative, atti a prevenire un utilizzo illecito di dette informazioni nonché a evitare che gli eventuali conflitti di interesse che possono insorgere, vista la vasta gamma di attività svolte dal Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, incidano negativamente sugli interessi della clientela.

In particolare, l'esplicitazione degli interessi e le misure poste in essere per la gestione dei conflitti di interesse – facendo riferimento a quanto prescritto dagli articoli 5 e 6 del Regolamento Delegato (UE) 2016/958 della Commissione, del 9 marzo 2016, che integra il Regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sulle disposizioni tecniche per la corretta presentazione delle raccomandazioni in materia di investimenti o altre informazioni che raccomandano o consigliano una strategia di investimento e per la comunicazione di interessi particolari o la segnalazione di conflitti di interesse e successive modifiche ed integrazioni, dal FINRA Rule 2241, così come dal FCA Conduct of Business Sourcebook regole COBS 12.4 – tra il Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo e gli Emittenti di strumenti finanziari, e le loro società del gruppo, nelle raccomandazioni prodotte dagli analisti di Intesa Sanpaolo S.p.A. sono disponibili nelle "Regole per Studi e Ricerche" e nell'estratto del "Modello aziendale per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse", pubblicato sul sito internet di Intesa Sanpaolo S.p.A. all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures>. Tale documentazione è disponibile per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta al Servizio Conflitti di interesse, Informazioni privilegiate ed altri presidi di Intesa Sanpaolo S.p.A., Via Hoepli, 10 – 20121 Milano – Italia.

Inoltre, in conformità con i suddetti regolamenti, le disclosure sugli interessi e sui conflitti di interesse del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo sono disponibili all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures/archivio-dei-conflitti-di-interesse> ed aggiornate almeno al giorno prima della data di pubblicazione del presente studio. Si evidenzia che le disclosure sono disponibili per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta a Intesa Sanpaolo S.p.A. – Industry & Banking Research, Via Romagnosi, 5 - 20121 Milano - Italia.

Intesa Sanpaolo Direzione Studi e Ricerche - Responsabile Gregorio De Felice**Industry & Banking Research**

Fabrizio Guelpa (Responsabile)	0287962051	fabrizio.guelpa@intesasnpaolo.com
Ezio Guzzetti	0287963784	ezio.guzzetti@intesasnpaolo.com

Industry Research

Stefania Trenti (Responsabile)	0287962067	stefania.trenti@intesasnpaolo.com
Letizia Borgomeo		letizia.borgomeo@intesasnpaolo.com
Maria Cristina De Michele	0287963660	maria.demichela@intesasnpaolo.com
Serena Fumagalli	0272652038	serena.fumagalli@intesasnpaolo.com
Ilaria Sangalli	0272652039	ilaria.sangalli@intesasnpaolo.com
Giovanni Foresti (Responsabile coordinamento Economisti sul Territorio)	0287962077	giovanni.foresti@intesasnpaolo.com
Romina Galleri (sede di Torino)	0115550438	romina.galleri@intesasnpaolo.com
Sara Giusti (sede di Firenze)	0552613508	sara.giusti@intesasnpaolo.com
Anna Maria Moressa (sede di Padova)	0496537603	anna.moressa@intesasnpaolo.com
Carla Saruis	0287962142	carla.saruis@intesasnpaolo.com
Enrica Spiga	0272652221	enrica.spiga@intesasnpaolo.com
Rosa Maria Vitulano (sede di Roma)	0667124975	rosa.vitulano@intesasnpaolo.com

Banking Research

Elisa Coletti (Responsabile)	0287962097	elisa.coletti@intesasnpaolo.com
Valentina Dal Maso	0444631871	valentina.dalmaso@intesasnpaolo.com
Federico Desperati	0272652040	federico.desperati@intesasnpaolo.com
Viviana Raimondo	0287963637	viviana.raimondo@intesasnpaolo.com

Local Public Finance

Laura Campanini (Responsabile)	0287962074	laura.campanini@intesasnpaolo.com
--------------------------------	------------	-----------------------------------

Elaborazioni dati e statistiche

Angelo Palumbo	0272651474	angelo.palumbo@intesasnpaolo.com
----------------	------------	----------------------------------