PAMBIANCO

# Il ruolo dell'Italia tra i player della cosmetica mondiale

## Distribuzione, prospettive di crescita e nuovi trend

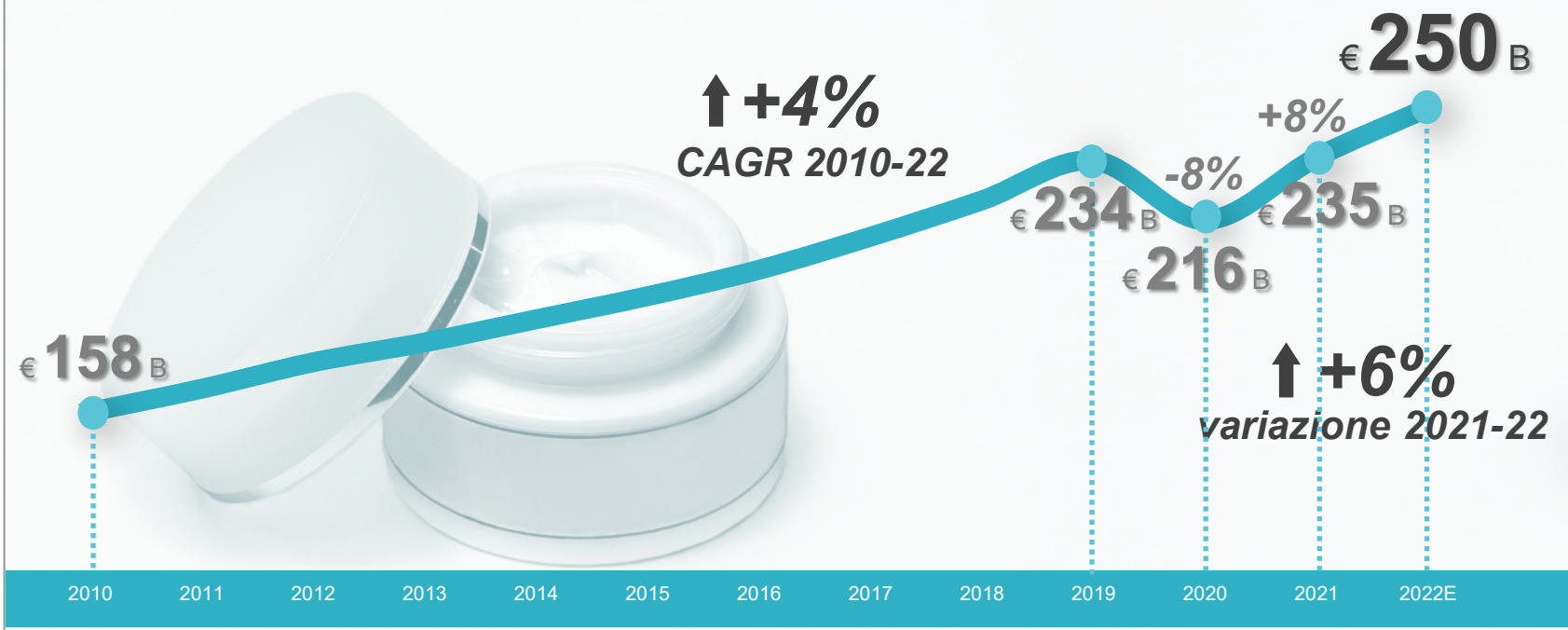
Intervento di **Alessio Candi**

**Giovedì, 20 aprile 2023**

Palazzo Mezzanotte – Piazza degli Affari 6, Milano

# IL MERCATO CRESCE A RITMI MAGGIORI DEL PREPANDEMIA

Valori di consumo mondiale in miliardi di euro e % di variazione

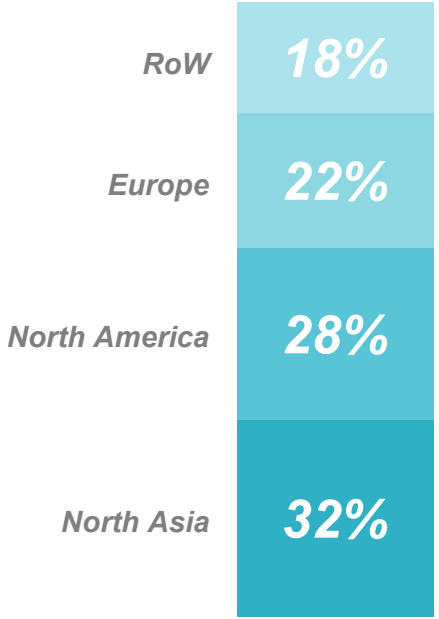


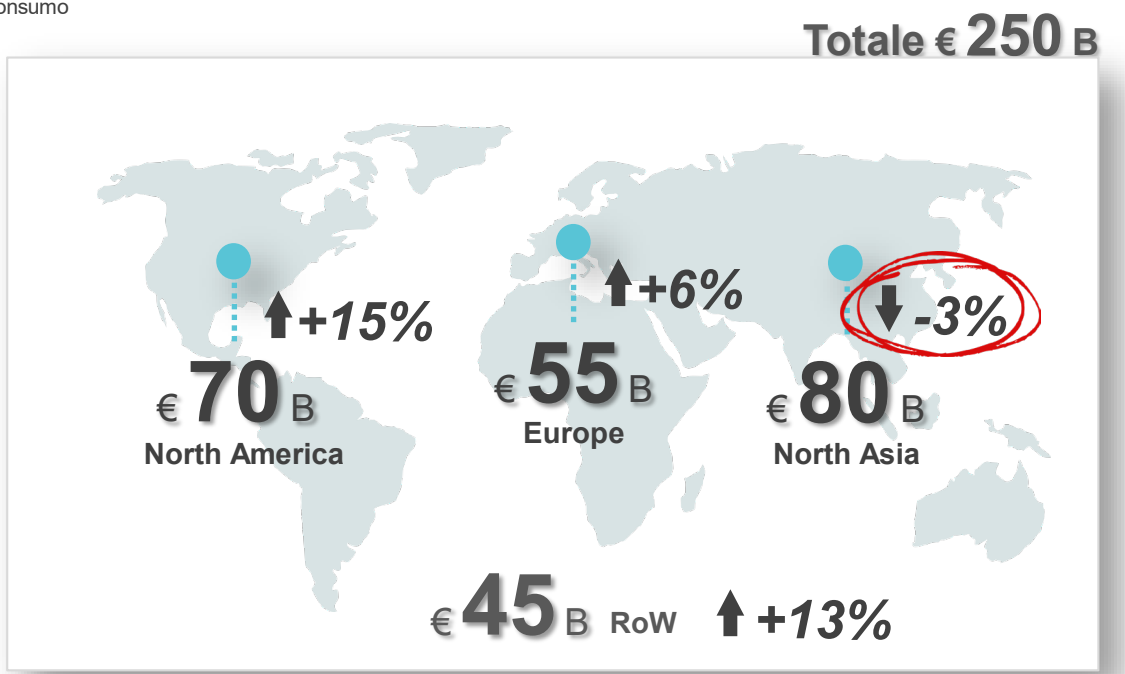

*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

**Fonte:** L'Oréal Annual Report, stime e valutazioni Pambianco

# L'ASIA SI CONFERMA AREA PRINCIPALE (*32%* DEL MERCATO)

Valori di consumo 2022 in miliardi di euro e % del consumo



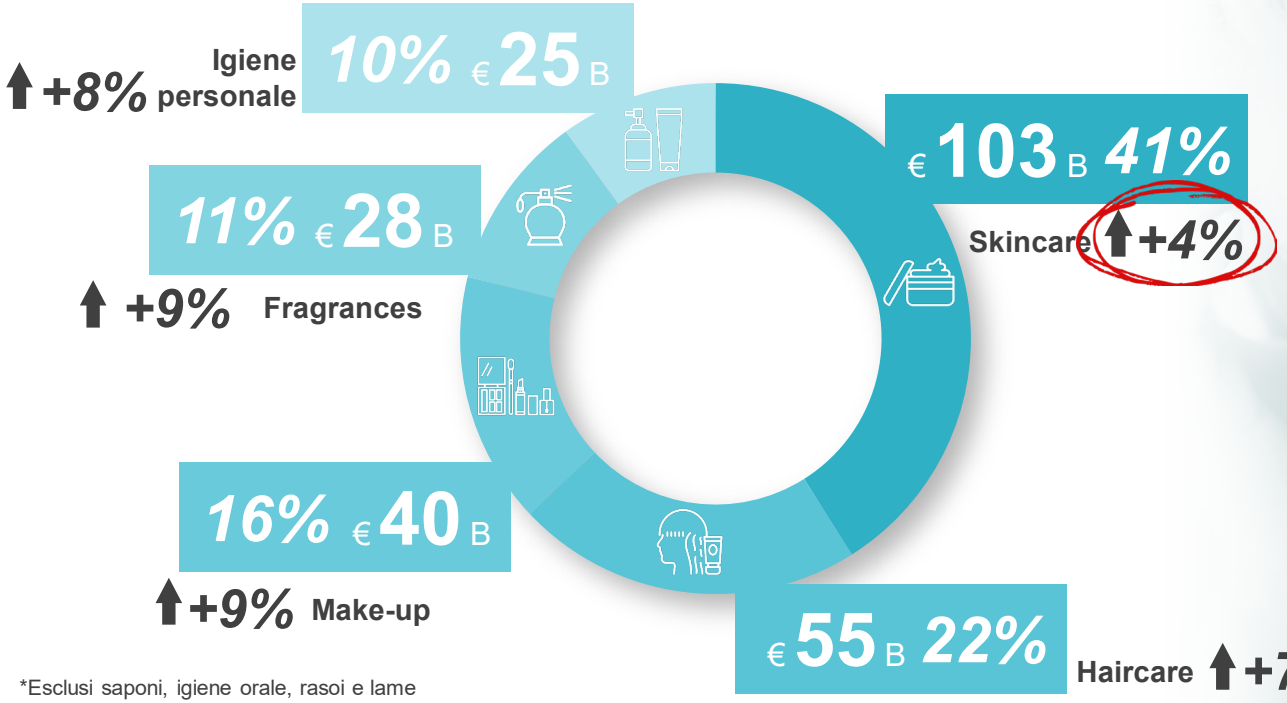




*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

**Fonte:** L'Oréal Annual Report

# TUTTE LE CATEGORIE IN CRESCITA SUL 2020, SKINCARE PRODOTTO PIÙ IMPORTANTE (41%)

Valori di consumo mondiale 2022 in miliardi di euro, % del consumo e % di variazione 2021-2022




*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

**Fonte:** L'Oréal Annual Report

# 9 PLAYERS FATTURANO 93 BLN

Valori in milioni di euro

| | 2019 | Ebitda % | 2020 | Δ% | Ebitda % | 2021 | Δ% | Ebitda % | 2022 | Δ% | Ebitda % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| L'ORÉAL | 29.874 | 25 | 27.992 | -6 | 26 | 32.288 | +15 | 25 | 38.261 | +18 | 24 |
| ESTĒE LAUDER | 13.935 | 19 | 13.401 | -4 | 9 | 15.203 | +13 | 20 | 16.629 | +9 | 22 |
| ULTA BEAUTY | 6.936 | 16 | 5.768 | -17 | 9 | 8.092 | +40 | 18 | 9.571 | +18 | 18 |
| SHISEIDO | 8.045 | 15 | 6.547 | -19 | 8 | 7.180 | +10 | 9 | 7.588 | +6 | 10 |
| natura&co | 5.842 | 11 | 6.548 | +12 | 10 | 7.123 | +9 | 10 | 6.447 | -9 | 9 |
| COTY | 5.895 | -47 | 4.423 | -25 | 4 | 4.341 | -2 | 16 | 4.973 | +15 | 17 |
| DOUGLAS | 3.454 | 8 | 3.233 | -6 | 5 | 3.120 | -3 | 7 | 3.678 | +18 | 9 |
| PUIG | n.a. | n.a. | n.a. | - | n.a. | 2.585 | - | 18 | 3.620 | +40 | 18 |
| L'OCCITANE | 1.427 | 15 | 1.644 | +15 | 23 | 1.538 | -6 | 26 | 1.781 | +16 | 27 |
| **Totale** | **75.407** | **14** | **69.556** | **-8** | **15** | **81.469** | **+13** | **19** | **92.548** | **+14** | **19** |

**Fonte:** Annual Report, Ebitda Adj dove disponibile

1,07 € vs $ 141 € vs ¥ 5,64 € vs BRL

# IL MERCATO IN ITALIA CRESCE A RITMI SUPERIORI A QUELLI GLOBALI MA MENO DEI BIG PLAYERS

Valori in milioni di euro

| | 2019 | 2020 | Δ% | 2021 | Δ% | 2022 | Δ% |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Fatturato | 12.076 | 10.747 | -11 | 11.900 | +11 | 13.344 | +12 |
| Esportazioni | 4.985 | 4.260 | -15 | 4.939 | +16 | 5.851 | +9 |
| % | 41 | 40 | | 42 | | 44 | |
| Importazioni | 2.209 | 1.847 | -16 | 2.197 | +19 | 2.569 | +17 |
| **Mercato** | **10.816** | **9.779** | **-10** | **10.640** | **+9** | **11.505** | **+8** |

**Fonte:** Centro Studi Cosmetica Italia

# IN ITALIA PROFUMERIA ED E-COMMERCE SONO I CANALI CON MAGGIORE CRESCITA NEL 2022

Valori in milioni di euro

| | 2021 | % | 2022 | % | Δ% |
|---|---|---|---|---|---|
| Mass Market | 4.544 | 43 | 4.819 | 42 | +6,0 |
| Profumeria | 1.877 | 18 | 2.217 | 19 | +18,1 |
| Farmacia | 1.866 | 17 | 1.951 | 17 | +4,6 |
| E-Commerce | 871 | 8 | 988 | 9 | +13,4 |
| Acconciatura | 550 | 5 | 582 | 5 | +5,8 |
| Erboristeria | 376 | 4 | 378 | 3 | +0,5 |
| Vendite Dirette | 344 | 3 | 348 | 3 | +1,2 |
| Estetica | 211 | 2 | 222 | 2 | +5,1 |
| **Totale** | **10.640** | **100** | **11.505** | **100** | **+8,1** |

**Fonte:** Centro Studi Cosmetica Italia

# I BIG PLAYER ITALIANI BRANDED PERFORMANO MEGLIO DEL MERCATO E DEI PLAYER INTERNAZIONALI

Valori in milioni di euro

| | 2019 | 2020 | Δ% | 2021 | Δ% | 2022 | Δ% |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sodalis | 551 | 585 | +6 | 599 | +2 | 706 | +18 |
| Euroitalia | 448 | 373 | -17 | 539 | +45 | 690 | +28 |
| Kiko | 583 | 365 | -37 | 472 | +29 | 670 | +42 |
| Manetti-H.Roberts & C. | 311 | 328 | +6 | 330 | +1 | n.a. | n.a. |
| Alfa Parf | 243 | 203 | -17 | 273 | +35 | 334 | +22 |
| Aboca | 229 | 228 | -0,4 | 210 | -8 | 270 | +29 |
| Coswell | 142 | 157 | 10 | 174 | +11 | 246 | +41 |
| Davines | 163 | 153 | -6 | 192 | +26 | 229 | +19 |
| Istituto Ganassini | 151 | 143 | -5 | 168 | +17 | 201 | +20 |
| Agf88 Holding * | 120 | 160 | +33 | 179 | +12 | 197 | +10 |
| **TOP 10** | **2.942** | **2.696** | **-8** | **3.138** | **+16** | **3.543** | **+26** |

**Fonte:** Bilanci depositati e preconsuntivi 2022

* Dato relativo al giro d'affari

# LA PRODUZIONE CONTO TERZI E IL POLO DELLA COSMESI

Valori in milioni di euro

| | 2019 | 2020 | Δ% | 2021 | Δ% | 2022E | Δ% |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Fatturato c/terzi | 1.974 | 1.680 | -15 | 1.810 | +8 | 2.030 | +10 |

*Quota Make-Up Made in Italy*

**55%** *nel mondo*

**67%** *in Europa*

**Lombardia 55,1%**

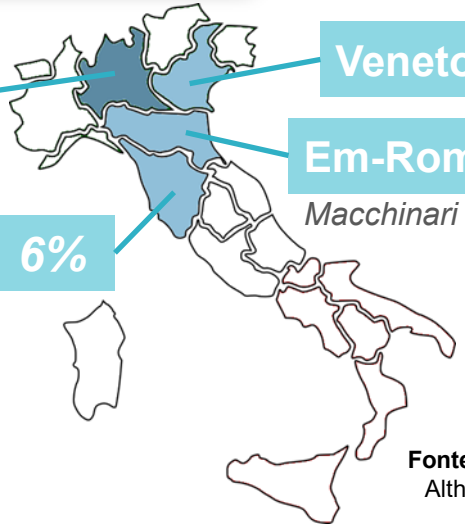
*Cosmetic Valley*

**Veneto 7,5%**

**Em-Romagna 10,3%**

*Macchinari*

**Toscana 6%**



**Polo della Cosmesi**

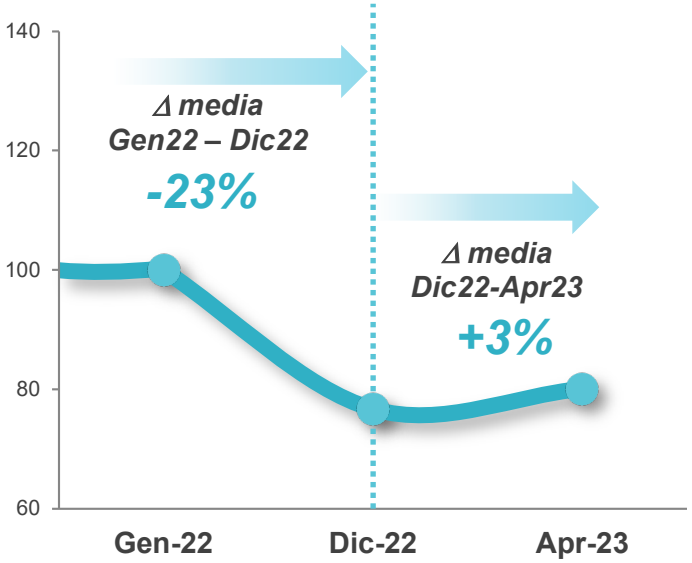
| | |
|---|---|
| #Az. aderenti | 90+ |
| Fatturato | 800M+ |

**Fonte:** Centro Studi Cosmetica Italia, Althesys, Polo della Cosmesi, stime ed elaborazioni Pambianco

# MALE IL 2022, MEGLIO I PRIMI MESI DEL 2023

Valori in milioni di euro

| | Mkt Cap € | Prezzo Gen-22 | Prezzo Dic-22 | Prezzo Apr-23 |
|---|---|---|---|---|
| L'OREAL | 226.197 | 420 | 337 | 423 |
| ESTEE LAUDER | 80.857 | 366 | 253 | 252 |
| BEIERSDORF | 27.411 | 91 | 107 | 121 |
| GIVAUDAN (CHF) | 26.298 | 4.602 | 2.814 | 3.073 |
| INT. FLAVORS&FRAGRANCES | 21.811 | 143 | 105 | 95 |
| SHISEIDO (¥) | 21.416 | 6.457 | 6.395 | 6.699 |
| KAO CORP. (KANEBO) (¥) | 19.920 | 5.936 | 5.143 | 5.357 |
| COTY | 9.347 | 11 | 9 | 12 |
| AMORE PACIFIC (KRW) | 6.727 | 165.700 | 135.000 | 136.000 |
| INTERPARFUM | 4.228 | 104 | 97 | 146 |
| L'OCCITANE | 3.025 | 32 | 25 | 20 |
| NATURA | 2.904 | 9 | 4 | 5 |
| EDGEWELL PC | 1.977 | 45 | 38 | 43 |
| NU SKIN ENTERPRISES | 1.811 | 50 | 42 | 41 |
| SH KELKAR (INR) | 165 | 163 | 145 | 105 |
| JACQUES BOGART | 115 | 12 | 9 | 8 |
| SYMRISE | 15 | 129 | 102 | 104 |
| REVLON | 11 | 12 | 0,4 | 0,2 |
| **Totale** | **454.234** | | | |




0,9 $ vs € 0,92 CHF vs € 0,0008 KRW vs €
0,01 YEN vs € 0,11 HK$ vs € 0,01 INR vs €

# SETTORE SEMPRE PIÙ CONCENTRATO: LE OPERAZIONI M&A

| Acquirente | Acquisita | Valore Operazione | % acquisita | Anno |
|---|---|---|---|---|
| Trilantic Europe | Passione Unghie | | Maggioranza | 2022 |
| Estée Lauder | Tom Ford Beauty | 2,8B $ | Unico proprietario | 2022 |
| Silverwood | Lush | 217M £ | 20% | 2022 |
| Hig Capital | Pinalli | | | 2023 |
| Sodalis | Goovi | | | 2023 |
| L'Oréal | Aesop | 2,5B $ | | 2023 |

# TRENDS

# PRINCIPALI TREND IN ATTO

## di MERCATO

- **Concentrazione** – Il settore è sempre più concentrato sia a livello di aziende, sia a livello di canali con una crescente penetrazione delle catene in farmacia e profumeria
- **E-Commerce** – Non c'è stato un rimbalzo all'indietro dell'online come in altri settori perché probabilmente il canale era sotto penetrato
- **Omnicanalità** – Sono ormai cadute le barriere tra canali e prosegue la distribuzione di brand in più canali contemporaneamente

# PRINCIPALI TREND IN ATTO

## di PRODOTTO

- **Indie beauty brand** – Nascita, sviluppo e crescita degli indie brand (marchi indipendenti della bellezza), sempre più importanti sul mercato, in particolare per le nuove generazioni
- **Tik Tok** – Canale social di comunicazione che nel beauty sta sempre più emergendo
- **Haircare e Integratori** – Sono le categorie di prodotto ritenute più in crescita nei prossimi anni

# PRINCIPALI TREND IN ATTO

## MADE IN ITALY

- Aziende italiane **più piccole** rispetto a quelle internazionali, ma **in forte crescita**
- Italia come **bacino produttivo leader** soprattutto per quanto riguarda il make up a livello mondiale
- Italia (Milano in particolare) sempre più considerata dai grandi marchi (come succede nella moda) **vetrina importante** per capire i **trend** e dare **visibilità** ai propri prodotti

# WHAT’S NEXT?

# SI PREVEDE CHE NELL'ANNO IN CORSO LA CRESCITA DEL MERCATO ITALIANO SARÀ DEL +6,3%

Valori in milioni di euro

| | 2019 | 2020 | Δ% | 2021 | Δ% | 2022 | Δ% | 2023F |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mercato | 10.816 | 9.779 | -10 | 10.640 | +9 | 11.505 | +8 | +6,3 |

**Fonte:** Centro Studi Cosmetica Italia

# GRAZIE!