

Comunicato Stampa

Contatti

Barbara Tagliaferri
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326141
Email: btagliaferri@deloitte.it

Marco Lastrico
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 366 628 51 04
Email: m.lastrico@barabino.it

Rossana Garavaglia
Barabino & Partners
Tel: +39 02 72023535
Mob: +39 333 63 09 139
Email: r.garavaglia@barabino.it

Global Powers of Consumer Products

Il settore dei “consumer products” inizia a vedere la ripresa e supera i 3 mila miliardi di dollari di fatturato

Il 2013 è stato un anno positivo per l'80% dei 250 più grandi produttori di beni di consumo al mondo

- Samsung sempre al vertice, ma Apple conferma le sue performance in forte crescita (+45%). Nestlé supera Panasonic e raggiunge il terzo posto.
- Ferrero (84°) con oltre 10 miliardi di dollari è il primo gruppo italiano, seguito da Luxottica (92°), Pirelli (101°), Barilla (152°), Indesit (204°) e Perfetti Van Melle (235°). Le aziende italiane scontano sempre più la riduzione del potere d'acquisto delle famiglie ed il conseguente calo dei consumi.
- L'area Africa/Middle East è la regione a maggior tasso di crescita dei ricavi (+16,8%).
- Entro il 2020 un miliardo di nuovi consumatori entreranno a far parte della middle class, spostando l'asse dei consumi verso l'area Asia/Pacifico.

Milano, 22 aprile 2014 – Nonostante il persistere del periodo di crisi, a livello mondiale il settore dei beni di consumo, nell'anno fiscale 2013 (che comprende tutti gli esercizi fiscali che si sono conclusi entro il 30 giugno 2013), le vendite dei 250 più grandi produttori di beni di consumo a livello mondiale hanno continuato a crescere superando i **3.130 miliardi di dollari** (+0,4% rispetto all'anno precedente).

E' questa la principale evidenza del nuovo studio “Global Powers of Consumer Products 2014” pubblicato oggi da Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

Lo studio, che stila la classifica mondiale sulla base delle vendite delle società produttrici di beni di consumo, ha inoltre rilevato come l'esercizio fiscale 2013 sia stato un anno positivo per circa l'80% dei Top 250 produttori di beni di consumo.

Il report fornisce anche un “outlook” della situazione economica globale, un'analisi della capitalizzazione del mercato e uno sguardo alle attività di M&A nel settore dei beni di consumo.

SAMSUNG, APPLE E NESTLÉ' SUL PODIO

Per il sesto anno consecutivo, **Samsung** si conferma leader indiscusso della classifica dall'alto dei suoi 178 miliardi di dollari di fatturato, con una crescita del 22% rispetto all'anno precedente.

Apple mantiene performance estremamente positive, con una crescita dei ricavi del 44,6% e si consolida sempre più al secondo posto dei giganti davanti a **Nestlé** che scavalca **Panasonic**.

Crescita a doppia cifra anche per **Unilever** che scavalca **PepsiCo** e raggiunge il settimo posto.

Tabella 1 – La prime 10 aziende produttrici di beni di consumo al mondo

Top 250 consumer products companies

Sales Rank FY12	Company Name	Country of Origin	Region	Primary Product Sector	FY12 Net Sales (US\$mil)	FY12 Net Sales Growth	FY12 Net Profit Margin	2007-2012 Net Sales CAGR ¹
1	Samsung Electronics Co., Ltd.	South Korea	Asia/Pacific	Electronic Products	178,982	21.9%	11.9%	15.3%
2	Apple Inc.	United States	North America	Electronic Products	156,508	44.6%	26.7%	44.8%
3	Nestlé S.A.	Switzerland	Europe	Food, Drink & Tobacco	98,372	10.2%	12.0%	n/a
4	Panasonic Corporation	Japan	Asia/Pacific	Electronic Products	88,367	-6.9%	-10.6%	-4.2%
5	The Procter & Gamble Company	United States	North America	Personal Care & Household Products	84,167	0.6%	13.5%	0.2%
6	Sony Corporation	Japan	Asia/Pacific	Electronic Products	68,864	3.0%	1.5%	-7.0%
7	Unilever Group	Netherlands and United Kingdom	Europe	Personal Care & Household Products	66,007	10.5%	9.6%	5.0%
8	PepsiCo, Inc.	United States	North America	Food, Drink & Tobacco	65,492	-1.5%	9.5%	10.7%
9	The Coca-Cola Company	United States	North America	Food, Drink & Tobacco	48,017	3.2%	18.9%	10.7%
10	LG Electronics Inc.	South Korea	Asia/Pacific	Electronic Products	45,354	-6.1%	0.2%	-0.9%

IL NOSTRO BELPAESE

Anche quest'anno sono sei i Gruppi italiani che rientrano nella Top 250 mondiale: insieme hanno generato **39,1 miliardi di dollari** nell'esercizio fiscale 2013 (+ 8% rispetto all'anno precedente). Vengono dunque confermate Ferrero, Luxottica, Pirelli, Barilla, Indesit e Perfetti Van Melle.

Tabella 3 - Le aziende italiane produttrici di beni di consumo in classifica

Pos. 2014	Pos. 2013	Company	Fatturato (mln \$)	Yoy %	Fatturato CAGR 2007-2012 (%)
84	86	The Ferrero Group	10.188	8.0%	6.3%
92	93	Luxottica Group S.p.A.	9.113	13.9%	7.4%
101	101	Pirelli & C. S.p.A.	7.808	7.4%	-1.4%

152	151	Barilla Holding S.p.A.	5.065	0.6%	-1.5%
204	196	Indesit Company S.p.A.	3.712	2.1%	-3.4%
235	232	Perfetti Van Melle S.p.A.	3.200	5.0%	6.3%
		ITALIA	39.086	+8%	

Note: L'impatto dei tassi di cambio in classifica

I Top 250 produttori di beni di consumo sono stati classificati in base alle loro vendite nette dell'esercizio 2012 e calcolate in dollari USA .

I cambiamenti nella classifica generale di anno in anno sono generalmente guidati da aumenti o diminuzioni di vendite, tuttavia i tassi di cambio e le loro variazioni possono influenzare la graduatoria .

Nel 2012 , il dollaro si è rafforzato rispetto alla maggior parte delle valute internazionali, in particolare il real brasiliano , la rupia indiana , e il rand sudafricano .

Nello specifico l'impatto maggiore sul ranking si è registrato per le aziende dell'eurozona dovuto ad un dollaro più forte contro l'euro.

Delle italiane nella Top250, la migliore in termini di performance di vendite è stata **Ferrero** (+8%) che guadagna due posizioni in classifica.

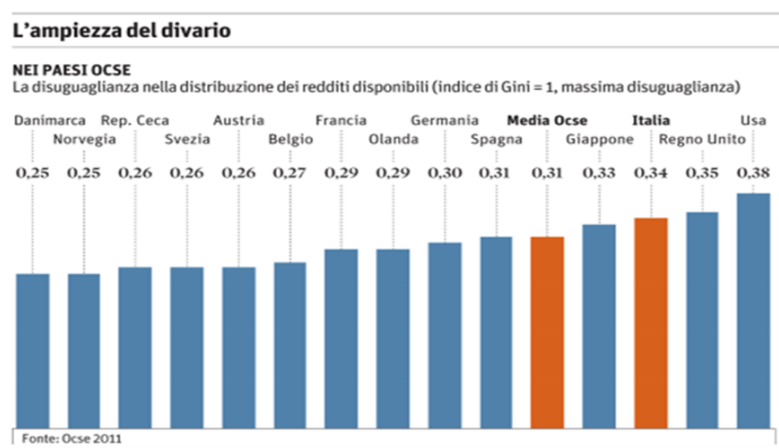
Ferrero, si conferma al primo posto fra i gruppi italiani, piazzandosi all'84° posto, con oltre 10 miliardi di dollari di ricavi.

Le performance positive delle italiane sono state confermate anche da **Pirelli**, **Barilla** e **Indesit** il cui fatturato del 2012 è cresciuto rispettivamente del 7,4%, dello 0,6% e del 2,1% nonostante negli ultimi 5 anni il tasso di crescita medio presenti segni negativi.

Chiude il gruppo delle italiane **Perfetti Van Melle** che con un fatturato in crescita del 5% supera i 3 miliardi di dollari di ricavi diventando la seconda migliore delle italiane in termini di incremento degli utili netti negli ultimi 5 anni, con una crescita del 6,3%.

“Si evidenzia – afferma Dario Righetti, partner Deloitte e responsabile nazionale per il settore del Consumer Business - che tutti i sei Gruppi italiani in classifica hanno visto aumentare le proprie vendite e migliorare i propri margini e la profittabilità. Nonostante ciò, non tutte sono riuscite ad incrementare la propria posizione in classifica, principalmente per colpa delle difficoltà del bacino del Mediterraneo che ha registrato performance dei distributori nettamente migliori in Medio Oriente, Sud America e Asia rispetto all'Eurozona.”

Tabella 4 – L'ampiezza del divario



Continua Righetti – “Nell’ultimo anno la spesa della famiglie si è fortemente ridotta e per quanto riguarda i valori pro capite sono tornati a valori del 1998. Questa contrazione è fortemente condizionata dalle sfavorevoli dinamiche occupazionali, dal reddito disponibile delle famiglie e dalla ormai sempre più crescente disuguaglianza nella distribuzione dei redditi nel nostro Paese che è tra le più alte d’Europa. L’eccezionale riduzione dei redditi e della quota destinata ai consumi ha profondamente mutato i modelli di consumo degli italiani: il crollo ha interessato soprattutto i beni ed in particolare quelli durevoli come auto, arredamento, elettrodomestici (-12,4%) e semi durevoli (-9,4%). Per quanto riguarda il consumatore odierno, sempre più “digital”, vi è da rilevare che si sta vivendo una svolta epocale che modifica la quotidianità e i comportamenti, facendo emergere nuovi approcci alla spesa e una nuova esperienza di consumo. Lo sviluppo dell’e-commerce in Italia è in continuo sviluppo e va di pari passo con la sempre maggiore confidenza da parte dei consumatori italiani verso la Rete e verso gli strumenti di on line payment.”

ANALISI GEOGRAFICA A LIVELLO MONDIALE

A livello geografico le imprese che hanno attività nella regione **Africa/Middle East** hanno registrato il livello più alto di crescita di ricavi nel 2013, con un tasso annuo del 16,8%.

I produttori nordamericani continuano a essere i più proficui con un margine di profitto netto del 12,3%. In Europa le imprese francesi presentano la crescita maggiore (6,6%) rispetto alle tedesche (6,2%) e alle inglesi (4,8%).

“I Paesi Emergenti - conclude **Righetti** - rimangono mercati di altissimo interesse grazie all’aumento previsto della cosiddetta “Middle-Class”. Secondo le nostre stime saranno oltre un miliardo i nuovi consumatori che entro il 2020 ne faranno parte, spostando nettamente l’asse dei consumi verso l’area Asia/Pacifico”.

Tabella 2a – Distribuzione geografica dei consumi della Middle Class (2000-2050)

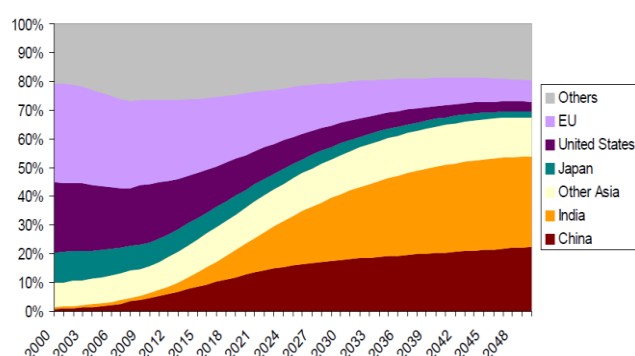


Tabella 2b – Risultati per Regione/Paese

	Number of companies	Average size (US\$mil)	Share of Top 250 companies	Share of Top 250 sales
Africa/Middle East	4	\$5,229	1.6%	0.7%
Asia/Pacific	88	\$12,196	35.2%	34.3%
Japan	53	\$10,950	21.2%	18.5%
Other Asia/Pac ¹	35	\$14,081	14.0%	15.8%
China/Hong Kong	19	\$9,232	7.6%	5.6%
Europe	62	\$13,264	24.8%	26.3%
France	14	\$11,455	5.6%	5.1%
Germany	10	\$10,182	4.0%	3.3%
UK ²	7	\$23,926	2.8%	5.4%
Latin America	11	\$11,376	4.4%	4.0%
North America	85	\$12,793	34.0%	34.8%
US	80	\$13,154	32.0%	33.6%
Top 250	250	\$12,516	100.0%	100.0%

Per i produttori di elettronica di consumo, dopo un paio di anni in chiaroscuro, nell’ultimo esercizio fiscale si è registrato un rimbalzo del settore, grazie anche ad una moderata ripresa delle aziende giapponesi che, dopo le calamità naturali del terremoto e dello tsunami, hanno soddisfatto un crescente desiderio dei consumatori di dispositivi di ultima generazione, raggiungendo una crescita dei ricavi di quasi il 10%.

Deloitte è la più grande realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società specializzate in singole aree professionali e tra loro separate e indipendenti, ma tutte facenti parte del network Deloitte. Le stesse oggi contano oltre 2.900 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale. Grazie ad un network di società presenti in 150 Paesi, Deloitte porta i propri clienti al successo grazie al suo know how di alta qualità e ad una profonda conoscenza dei singoli mercati in cui è presente. Obiettivo dei circa 200.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi forniti.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited