

Monitoring Branżowy

Analizy Sektorowe

21 sierpnia 2022

Sytuacja bieżąca i perspektywy rozwoju branży kosmetycznej

PODSUMOWANIE:

- Branża kosmetyczna jest relatywnie odporna na obecne zawirowania rynkowe, osiąga korzystne wyniki finansowe, choć należy oczekiwać spowolnienia dynamiki wzrostu rynku. Kluczowe wydaje się być zachowanie konsumentów w sytuacji dwucyfrowej inflacji ograniczającej dochody rozporzeczalne w ujęciu realnym. Wyzwaniem dla krajowych producentów będzie także silny wzrost kosztów surowców, opakowań oraz energii elektrycznej i gazu.
- Rosyjska agresja na Ukrainę ma znaczny wpływ na polski rynek kosmetyczny. Wstrzymanie wysyłki produktów do Rosji i Białorusi oraz problemy z transportem do Kazachstanu skutkują koniecznością przeorientowania działalności eksportowej krajowych producentów i szukaniem odbiorców na innych rynkach. Obecna sytuacja geopolityczna będzie skutkować **koniecznością przeorientowania działalności eksportowej** krajowych producentów, szukaniem odbiorców na innych rynkach, w tym w Azji, a także **zwiększeniem sprzedaży na rynku krajowym**.

Departament Analiz Ekonomicznych
www.pkobp.pl/centrum-analiz

 @PKO_Research

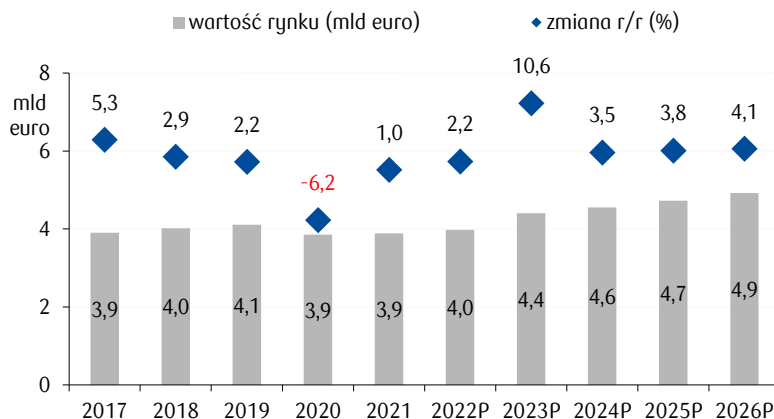
Zespół Analiz Sektorowych
analizy.sektorowe@pkobp.pl

Anna Senderowicz

Wartość rynku kosmetyków w Polsce

Wartość polskiego rynku kosmetyków, definiowanego jako produkcja powiększona o import i pomniejszona o eksport, w 2021 została oszacowana przez portal Statista na 3,9 mld euro (+1% r/r). Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w 2021 wyniosła blisko 2 mld euro, stanowiąc aż 51% całkowitej sprzedaży branży.

Wykres 1. Rynek kosmetyków w Polsce



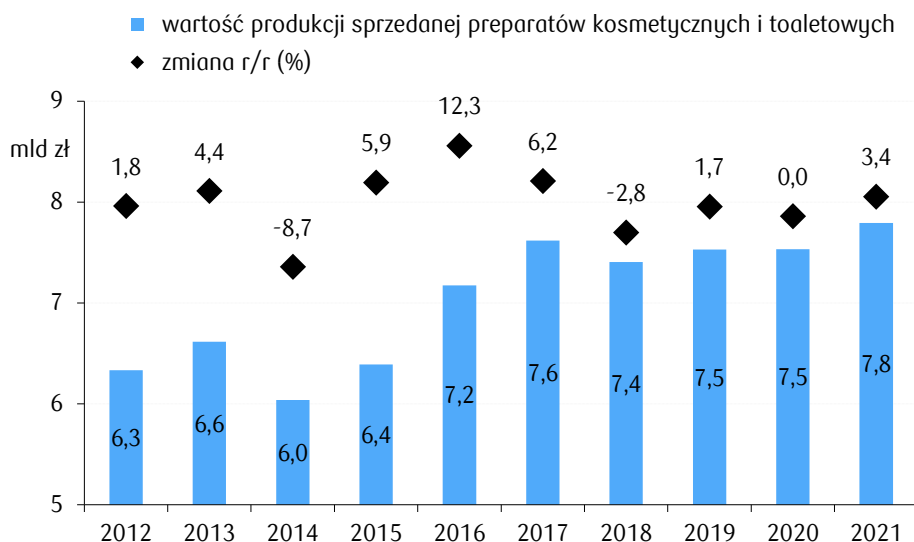
źródło: Statista, sierpień'22, P-prognoza

W 2022 oczekiwany jest wzrost rynku o 2,2% do 4 mld euro, natomiast w latach 2022-2026 na poziomie 5,5% średniorocznie.

Według Cosmetics Europe Polska z rynkiem detalicznym o wartości 4 mld euro jest szóstym rynkiem w Europie, ustępując Niemcom, Francji, Włochom, Brytyjczykom i Hiszpanom.

Produkcja sprzedana przedsiębiorstw zajmujących się wytwarzaniem wyrobów kosmetycznych i toaletowych (PKD 20.42) w ostatnich kilku latach utrzymywała się na poziomie ok. 7,5 mld zł. **Pandemia miała ograniczony wpływ na dynamikę produkcji (w latach 2020-2021 roku średni roczny wzrost produkcji sprzedanej w porównaniu z 2019 wynosił 1,8%).**

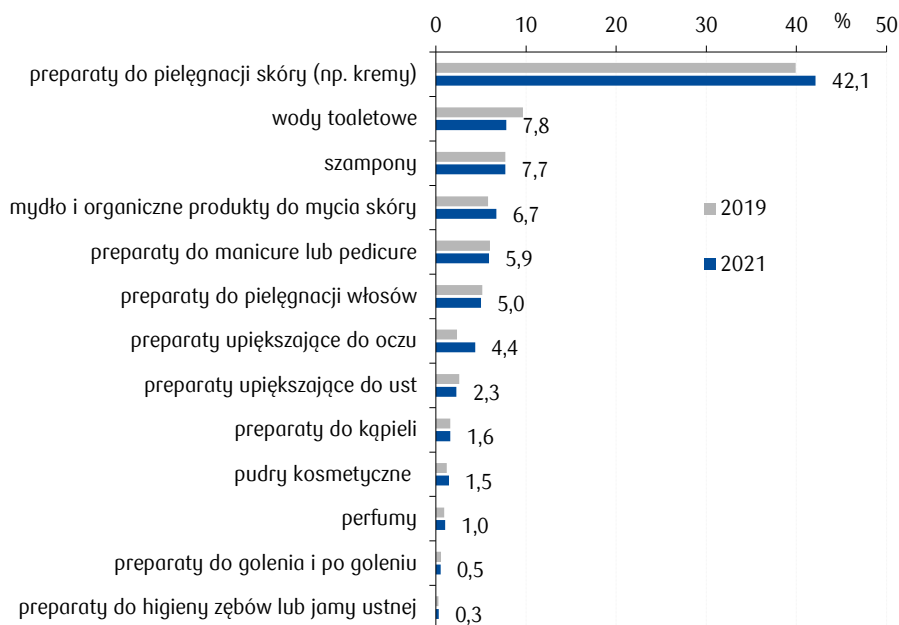
Wykres 2. Wartość produkcji sprzedanej preparatów kosmetycznych i toaletowych



źródło: Produkcja wyrobów przemysłowych, GUS

Największy udział w wartości krajowej produkcji kosmetyków w 2021 miały produkty do pielęgnacji skóry (42%), kosmetyki kolorowe i do manicure (14%) oraz szampony i odżywki do włosów (13%).

Wykres 3. Struktura wartości produkcji sprzedanej preparatów kosmetycznych i toaletowych

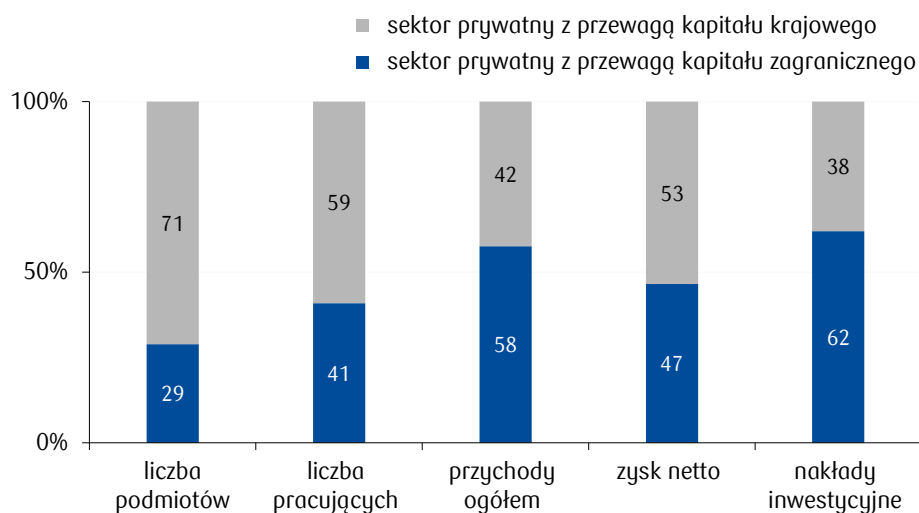


źródło: Produkcja wyrobów przemysłowych, GUS

W branży kosmetycznej w Polsce działa kilkuset producentów (w bazie REGON w klasie PKD 20.42 – produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych zarejestrowanych jest ponad 1200 podmiotów), przy czym 90% z nich to mikrofirmy. Na koniec 2021 funkcjonowały 83 podmioty o zatrudnieniu powyżej 9 osób. Liczba pracujących wynosiła 15,4 tys.

W 59 firmach (71% ogółu) przeważa kapitał krajowy (wśród nich m. in. Ziąja, Dr Irena Eris, Eveline Cosmetics, Inglot, Bielenda, Delia); ich udział w przychodach ogółem branży na koniec 2021 sięgał 42%, a w zysku netto 53%. 24 podmioty z przewagą kapitału zagranicznego (w Polsce produkują największe światowe koncerny jak Beiersdorf, L'Oréal, Colgate-Palmolive, Oriflame czy Avon) wypracowują 58% przychodów branży i 47% wyniku finansowego.

Wykres 4. Firmy z udziałem kapitału krajowego i zagranicznego w 2021

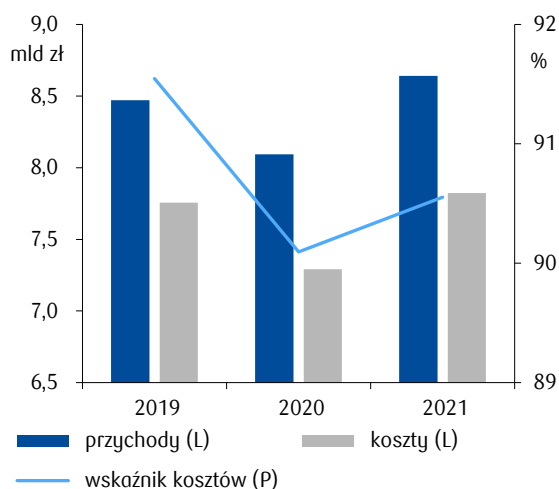


źródło: baza danych PONT Info. GOSPODARKA, jednostki średnie i duże (pracujących >9 osób)

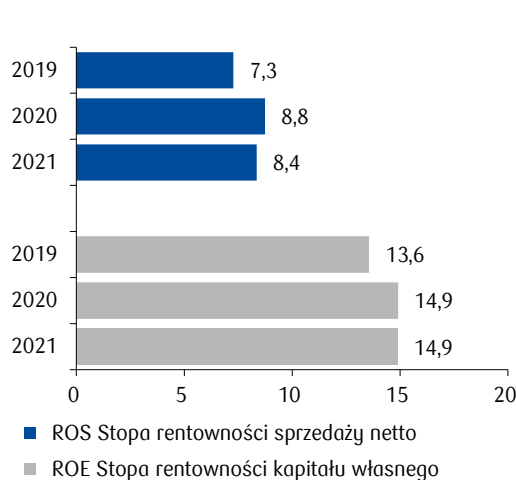
Sytuacja ekonomiczno-finansowa producentów kosmetyków (PKD 20.42)

W 2021 sytuacja krajowych producentów kosmetyków zatrudniających powyżej 9 osób była korzystna, pod względem rentowności lepsza niż średnio w przetwórstwie przemysłowym. Branża osiągnęła przychody ogółem w wysokości 8,6 mld zł (+6,7% r/r) przy kosztach działalności 7,8 mld zł (+7,3% r/r). Wynik finansowy netto zwiększył się o 1,9% r/r. Znaczący wpływ na przychody ogółem miała sprzedaż eksportowa (w 2021 przychody z eksportu wzrosły o 9,8% r/r).

Wykres 5. Przychody i koszty ogółem



Wykres 6. Rentowność



źródło: baza danych PONT Info. GOSPODARKA, jednostki średnie i duże (pracujących >9 osób)

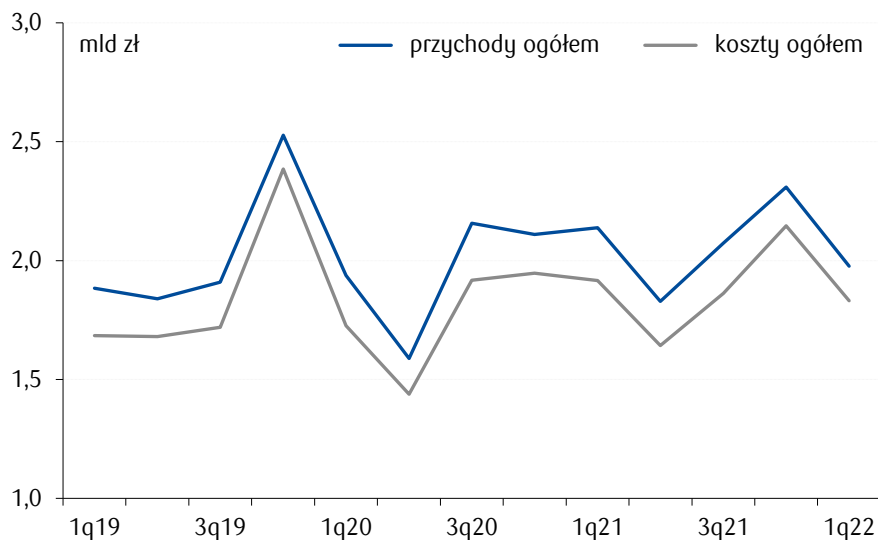
Sprzedaż eksportowa realizowana przez producentów kosmetyków (PKD 20.42) w 2021 wyniosła 3,5 mld zł. Udział sprzedaży eksportowej w przychodach ogółem minimalnie wzrósł do 41%, czyli był nieco mniejszy niż w przetwórstwie przemysłowym ogółem (45%). Jednak całkowity eksport kosmetyków z Polski jest znacznie większy, gdyż realizowany jest przez firmy z różnych branż, w tym przez firmy handlowe.

PKD 20.42 - Produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych	2018	2019	2020	2021
Liczba jednostek gospodarczych ogółem	84	83	87	83
w tym udział jednostek rentownych	79%	77%	86%	83%
NP Wynik finansowy netto (zysk netto) w mln zł	661	602	683	696
NPM (ROS) Stopa rentowności sprzedaży netto (%)	7,6	7,3	8,8	8,4
ROE Stopa rentowności kapitału własnego (%)	16,4	13,6	14,9	14,9
ROA Stopa rentowności aktywów (%)	10,3	8,8	9,8	9,3
CR Wskaźnik płynności bieżącej	2,04	2,10	2,13	2,25
QR Wskaźnik podwyższonej płynności	1,31	1,39	1,42	1,45
IT (WRZD) Wskaźnik rotacji zapasów w dniach	47	53	57	62
CP (WRND) Wskaźnik rotacji należności w dniach	52	49	49	51
PL (WRZbD) Wskaźnik rotacji zobowiązań w dniach	46	51	52	55
DR (WZA) Współczynnik długu	0,35	0,35	0,35	0,36
WP (WPMK) Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem stałym	1,47	1,55	1,56	1,61
GS Przychody w mln zł	8 977	8 471	8 094	8 640
TC Koszty w mln zł	8 189	7 755	7 292	7 824
E/GS Udział sprzedaży eksportowej w przychodach ogółem (%)	48	35	40	41

Źródło: baza danych PONT Info. GOSPODARKA, jednostki średnie i duże (pracujących >9 osób)

Pierwsze miesiące 2022 przyniosły pogorszenie wyników producentów wyrobów kosmetycznych i toaletowych. Przychody dużych firm o zatrudnieniu powyżej 49 osób, dla których GUS udostępnił dane, zmniejszyły się o 7,6% r/r, co przy ograniczeniu kosztów o 4,5% r/r, zmniejszyło wynik finansowy netto o 37,2% r/r. Rentowność sprzedaży netto pogorszyła się o 2,9 pp r/r, do 6,3%.

Wykres 7. Kwartalne przychody i koszty producentów kosmetyków



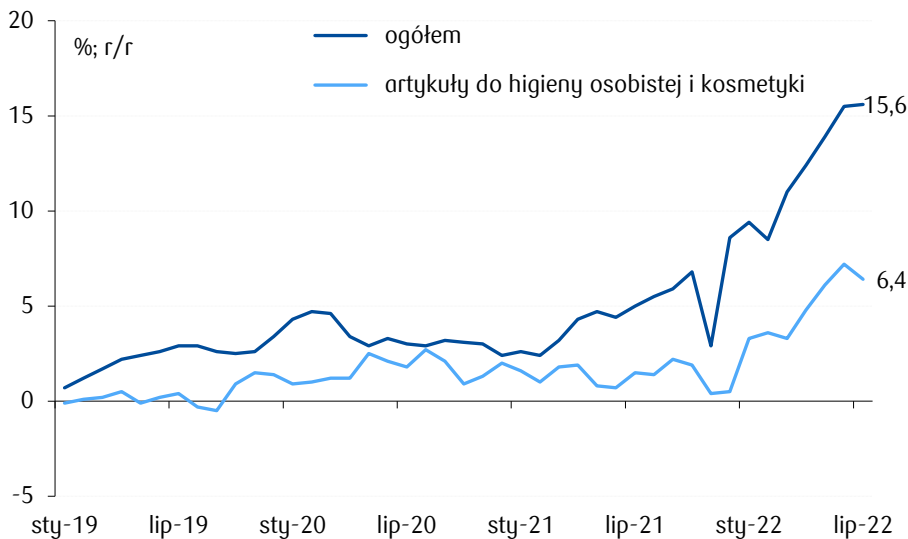
źródło: baza danych PONT Info. GOSPODARKA, jednostki duże (pracujących >=50 osób)

Obniżenie przychodów mogło być spowodowane m.in. rosyjską agresją na Ukrainę, co wiązało się z zaprzestaniem wysyłki produktów do Rosji i Białorusi, ograniczeniem eksportu do Kazachstanu (problemy logistyczne) oraz zawieszeniem działalności w Ukrainie. Wybuch wojny negatywnie wpłynął na koszty produkcji. Część surowców oraz opakowań sprowadzana z Ukrainy musiała być zastąpiona droższymi półproduktami z innych źródeł. Wyzwaniem dla krajowych producentów był także silny wzrost kosztów energii elektrycznej i gazu.

Branża kosmetyczna jest relatywnie odporna na obecne zawirowania rynkowe, osiąga korzystne wyniki finansowe, choć należy oczekiwać spowolnienia dynamiki wzrostu rynku do kilku procent rocznie. Kluczowe wydaje się być zachowanie konsumentów w sytuacji silnie rosnącej inflacji ograniczającej dochody rozporządzalne w ujęciu realnym, a także ryzyko wystąpienia recesji w gospodarce.

Ceny kosmetyków i wyrobów toaletowych rosną wolniej niż ceny dóbr i usług ogółem (por. wykres 8), niemniej przerzucenie przez producentów rosnących kosztów wytwarzania na ceny detaliczne może być w przyszłości coraz trudniejsze.

Wykres 8. Średniomiesięczna zmiana cen towarów i usług konsumpcyjnych



źródło: Biuletyn Statystyczny GUS

Pogarszające się nastroje konsumenckie w Polsce, a także w krajach, do których jest kierowany eksport polskich kosmetyków, najpewniej przełożą się w okresie najbliższego roku na koszyk zakupowy konsumentów poprzez spadek zainteresowania zakupami towarów, które nie są dobrami pierwszej potrzeby (np. kosmetyki premium). Zaniepokojenie budzi również możliwość wystąpienia kolejnej fali zakażeń koronawirusem i przywrócenie części obostrzeń, co może negatywnie odbić się na popycie na kosmetyki do makijażu i perfumach.

Z kolei wsparciem dla popytu konsumpcyjnego mogą być: - obniżka podatków po korekcie Polskiego Ładu, - możliwe utrzymanie solidnych nominalnych wzrostów wynagrodzeń, - popyt ze strony licznych uchodźców wojennych z Ukrainy.

Handel zagraniczny kosmetykami

Kosmetyki produkowane w Polsce zarówno przez koncerny międzynarodowe, które ulokowały u nas produkcję, jak i przez krajowe podmioty, cieszą się rosnącą popularnością na świecie. Kryzys gospodarczy wywołany przez pandemię COVID-19 jedynie wyhamował wzrostowy trend. W latach 2020-2021 wartość eksportu wyniosła odpowiednio 3,8 mld euro i 3,9 mld euro wobec 3,5 mld euro w 2019.

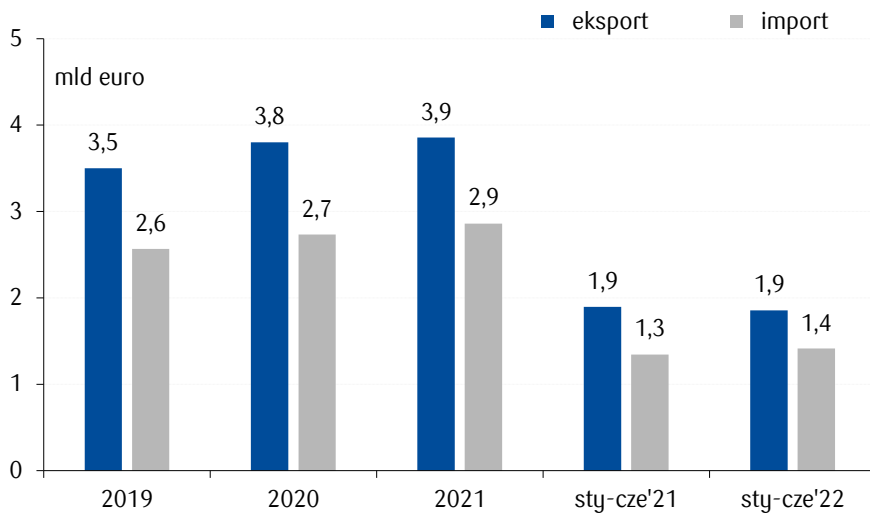
Agresja Rosji na Ukrainę przyczyniła się do utraty rynków wschodnich i w rezultacie obniżenia poziomu eksportu w pierwszej połowie 2022 w porównaniu z analogicznym okresem 2021. Wartość eksportu polskich wyrobów w euro w 1h22 obniżyła się o 2,2% r/r, przy czym w 1q22 eksport obniżył się o 1,6% r/r, a w 2q22 spadek pogłębił się do -2,9% r/r.

Głównymi kierunkami eksportowymi dla polskich producentów w 1h22 były kraje europejskie. Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których trafiło 21,2% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy to: Wielka Brytania, Czechy i Belgia, które nabyły łącznie 22,7% eksportowanych przez Polskę kosmetyków.

Rosja, do której w 1h22 trafił eksport wartości 107 mln euro, była 5. rynkiem docelowym polskiej branży kosmetycznej. Udział eksportu do tego kraju zmniejszył się z 8,7% w 1h21 do 5,7% w 1h22, a wartość wysyłanych produktów spadła o 35% r/r (w 1q22 eksport spadł o 14,7% r/r, natomiast w 2q22 o 56,6% r/r). Na 10. pozycji znajduje się Ukraina z 3-proc. udziałem (spadek wartości eksportu o 32%). Zwraca uwagę zmniejszenie znaczenia Kazachstanu jako kraju odbiorcy polskich kosmetyków najpewniej z uwagi na utrudniony transport w tym kierunku. W 1h22 wartość eksportu obniżyła się o 93% r/r, a udział tego rynku spadł z 7,9% w 1h21 do 0,5% w 1h22.

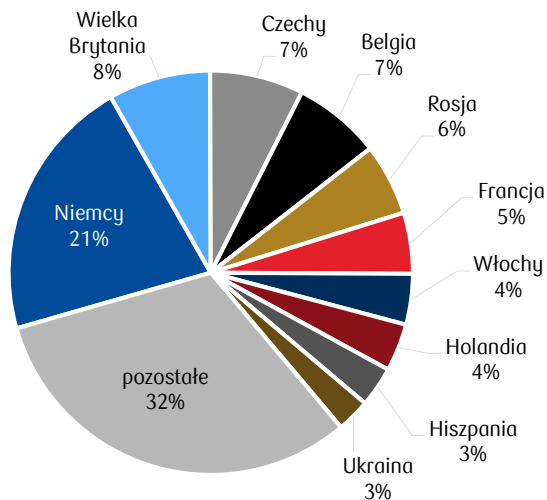
Obecna sytuacja geopolityczna będzie skutkować koniecznością przeorientowania działalności eksportowej krajowych producentów, szukaniem nowych odbiorców w krajach UE oraz na pozazuropejskich rynkach, np. w Arabii Saudyjskiej, Kuwejcie, Iraku, Izraelu, Wietnamie, Japonii, Emiratach Arabskich, czy Stanach Zjednoczonych, co pozwoli na rekompensatę utraty rosyjskiego i białoruskiego rynku.

Wykres. 9 Wymiana handlowa branży kosmetycznej

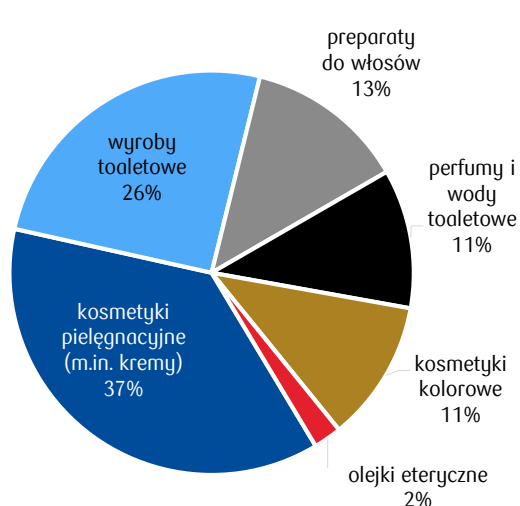


Źródło: GUS (CN 33 - olejki eteryczne i rezinoidy; preparaty perfumeryjne, kosmetyczne lub toaletowe)

Wykres 10. Odbiorcy polskich kosmetyków



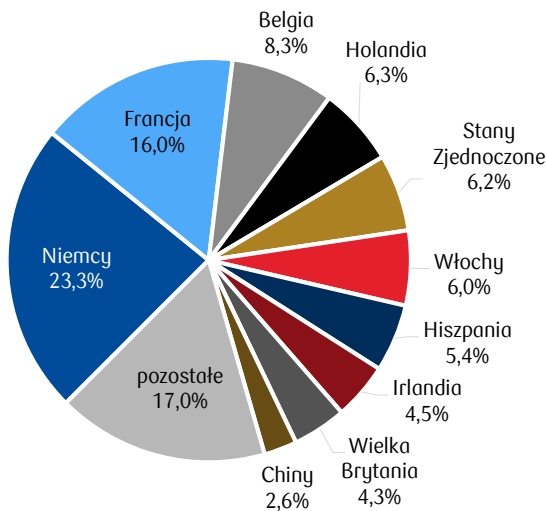
Wykres 11. Struktura towarowa eksportu



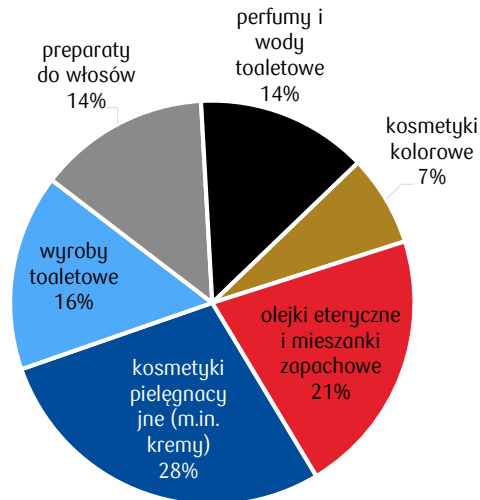
Źródło: GUS (CN 33 - olejki eteryczne i rezinoidy; preparaty perfumeryjne, kosmetyczne lub toaletowe), dane za 1h22 w euro

Import wyrobów kosmetycznych i toaletowych do Polski systematycznie rośnie. W 2021 zwiększył się o 4,7% osiągając 2,9 mld euro. W 1h22 wartość przywiezionych wyrobów wzrosła o 5,1% r/r, do 1,4 mld euro. Wśród głównych dostawców znaleźli się Niemcy, Francja, Belgia i Holandia - w 1h22 ich udział w imporcie sięgał łącznie 54%. Rosnącym zainteresowaniem konsumentów cieszą się kosmetyki z Korei Południowej i Japonii. Polska pozostaje eksporterem netto kosmetyków, a tendencja wzrostowa importu wynika m.in. z obecności w naszym kraju międzynarodowych koncernów, które część popularnych na polskim rynku marek produkuje w innych krajach.

Wykres 12. Dostawcy kosmetyków do Polski



Wykres 13. Struktura towarowa importu



Źródło: GUS (CN 33 - olejki eteryczne i rezinoidy; preparaty perfumeryjne, kosmetyczne lub toaletowe), dane za 1h22 w euro

Wyzwania dla polskich producentów kosmetyków

- Obecna sytuacja geopolityczna związana z agresją Rosji na Ukrainę może w perspektywie najbliższego roku wpłynąć niekorzystnie na wyniki producentów kosmetyków i wyrobów toaletowych, choć branża jest stosunkowo odporna na zawirowania rynkowe, co pokazała w trakcie pandemii koronawirusa.
- Wybuch wojny znacząco nasilił trend wzrostowy cen nośników energii i paliw oraz surowców i materiałów wykorzystywanych w przemyśle kosmetycznym. Przerzucenie przez producentów wyższych kosztów wytwarzania na ceny detaliczne może być coraz trudniejsze.
- Wzrost dochodów gospodarstw domowych nie nadąża już za inflacją, co powoduje, że zasób środków dostępnych do finansowania konsumpcji staje się mniejszy. To prowadzi do osłabienia popytu konsumpcyjnego. Znaczące spowolnienie wzrostu PKB i wysoka inflacja oraz niepewność związana z wojną, mogą wpłynąć na dalsze pogorszenie nastrojów konsumentów i ograniczać zakupy wyrobów kosmetycznych i toaletowych. Ostrożniejsze decyzje zakupowe konsumentów mogą odbić się na sprzedaży detalicznej w drogeriach i aptekach, a poszukiwanie tańszych produktów sprzyjać będzie np. dyskontom oferującym tańsze kosmetyki, często pod marką własną. Wsparciem dla konsumpcji w drugiej połowie 2022 będą obniżki podatków oraz wydłużenie funkcjonowania tarczy antyinflacyjnej, a także popyt ze strony uchodźców z Ukrainy.
- Wstrzymanie wysyłki produktów do Rosji i Białorusi oraz problemy z transportem do Kazachstanu skutkują koniecznością przeorientowania działalności eksportowej krajowych producentów i szukaniem odbiorców na innych rynkach. Dalszy rozwój e-commerce stwarza szanse zaistnienia markom niszowym, wytwarzanym poza wielkimi światowymi korporacjami.
- Perspektywę krajowej branży w najbliższych latach, mimo wielu wyzwań stojących przed producentami kosmetyków, pozostają dobre. Wysoka jakość kosmetyków i konkurencyjne ceny powinny utrwalić pozycję polskich produktów na krajowym i unijnym rynkach, pozyskać nowych odbiorców poza Europą oraz utrzymać relatywnie korzystne na tle innych branż wyniki ekonomiczno-finansowe.

Departament Analiz Ekonomicznych

PKO Bank Polski S.A.
ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa
t: 22 521 80 84
email: DAE@pkobp.pl

Główny Ekonomista, Dyrektor Departamentu

Piotr Bujak piotr.bujak@pkobp.pl 22 521 80 84

Zespół Analiz Sektorowych

analizy.sektorowe@pkobp.pl

Michał Koleśnikow (Kierownik)	michal.kolesnikow@pkobp.pl	22 521 81 23
Aleksandra Balkiewicz-Żerek	aleksandra.balkiewicz-zerek@pkobp.pl	22 521 56 59
dr Mariusz Dziwulski	mariusz.dziwulski@pkobp.pl	22 521 81 88
Piotr Krzysztofik	piotr.krzysztofik@pkobp.pl	22 521 81 25
Maciej Rozkrut	maciej.rozkrut@pkobp.pl	22 521 87 39
Anna Senderowicz	anna.senderowicz@pkobp.pl	22 521 81 24
Karolina Sędzimir	karolina.sedzimir@pkobp.pl	22 521 81 28

Zespół Analiz Nieruchomości

analizy.nieruchomosci@pkobp.pl

Zespół Analiz Makroekonomicznych

analizy.makro@pkobp.pl

Jesteś zainteresowany otrzymaniem raportów analitycznych PKO Banku Polskiego? Napisz do nas: DAE@pkobp.pl

Nasze analizy znajdziesz również na **Twitterze** oraz na stronie internetowej **Centrum Analiz PKO Banku Polskiego**:



Centrum
Analiz

Materiał zatwierdził(a): Michał Koleśnikow

Informacje i zastrzeżenia:

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach.

Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.