

IMS Health & Quintiles are now



# Il mercato in farmacia del Personal Care in Europa e in Italia

Simona Tarquini

*Offering Manager Consumer Health*

*IQVIA*

# L'analisi è stata condotta su 13 Paesi europei con un giro d'affari di 8.300 miliardi di euro nell'ultimo anno (2017), in farmacia

## Paesi coinvolti nell'analisi

Austria		Polonia	
Belgio		Portogallo	
Rep. Ceca		Slovacchia	
Francia		Spagna	
Germania		Svizzera	
Grecia		Ungheria	
Italia			

## Mercato del Personal Care

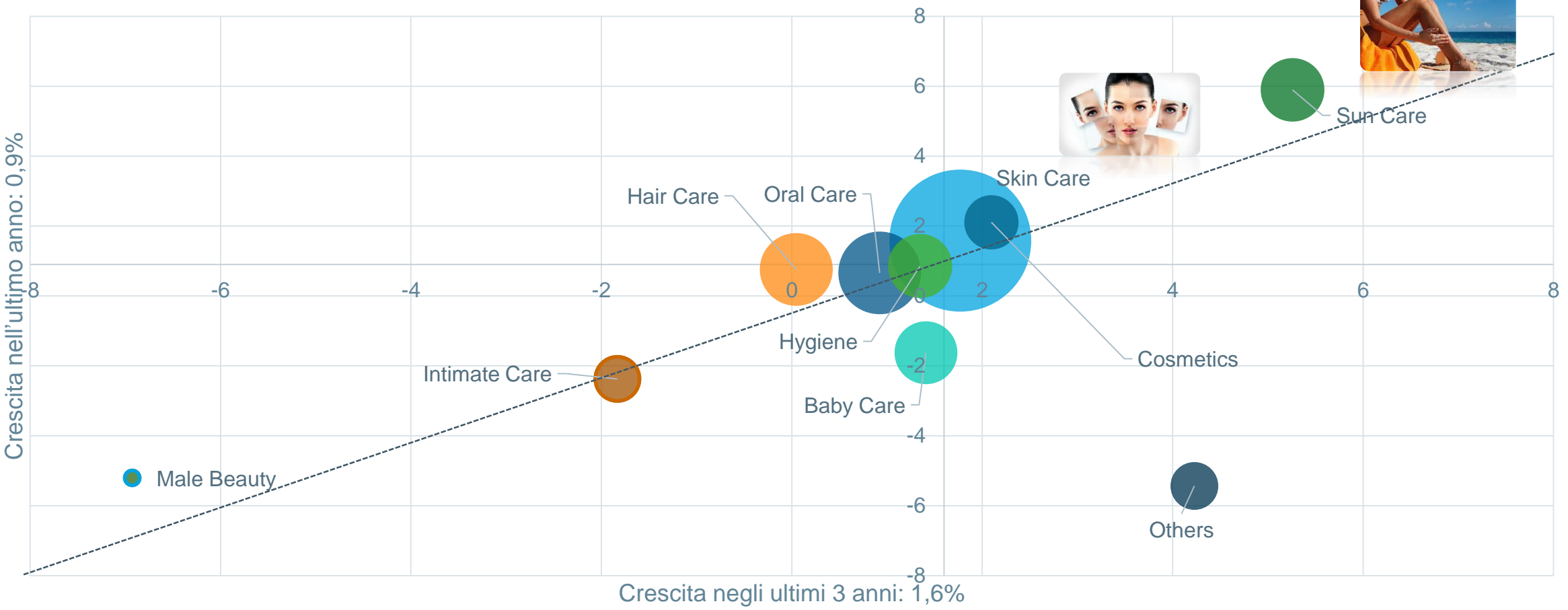


European Market	Dimensione del mercato (€)	8.300 miliardi <sup>(1)</sup>
	Crescita vs anno precedente	0,9%
	Crescita a 3 anni (CAGR)	1,6%
Italian Market	Dimensione del mercato (€)	1,9 miliardi <sup>(1)</sup>
	Crescita vs anno precedente	2%
	Crescita a 3 anni (CAGR)	1%

(1) Anno 2017

# In generale la crescita del mercato è guidata dalla categoria Sun Care nel sia breve che nel lungo periodo

Crescita Personal Care per categoria: breve verso lungo periodo



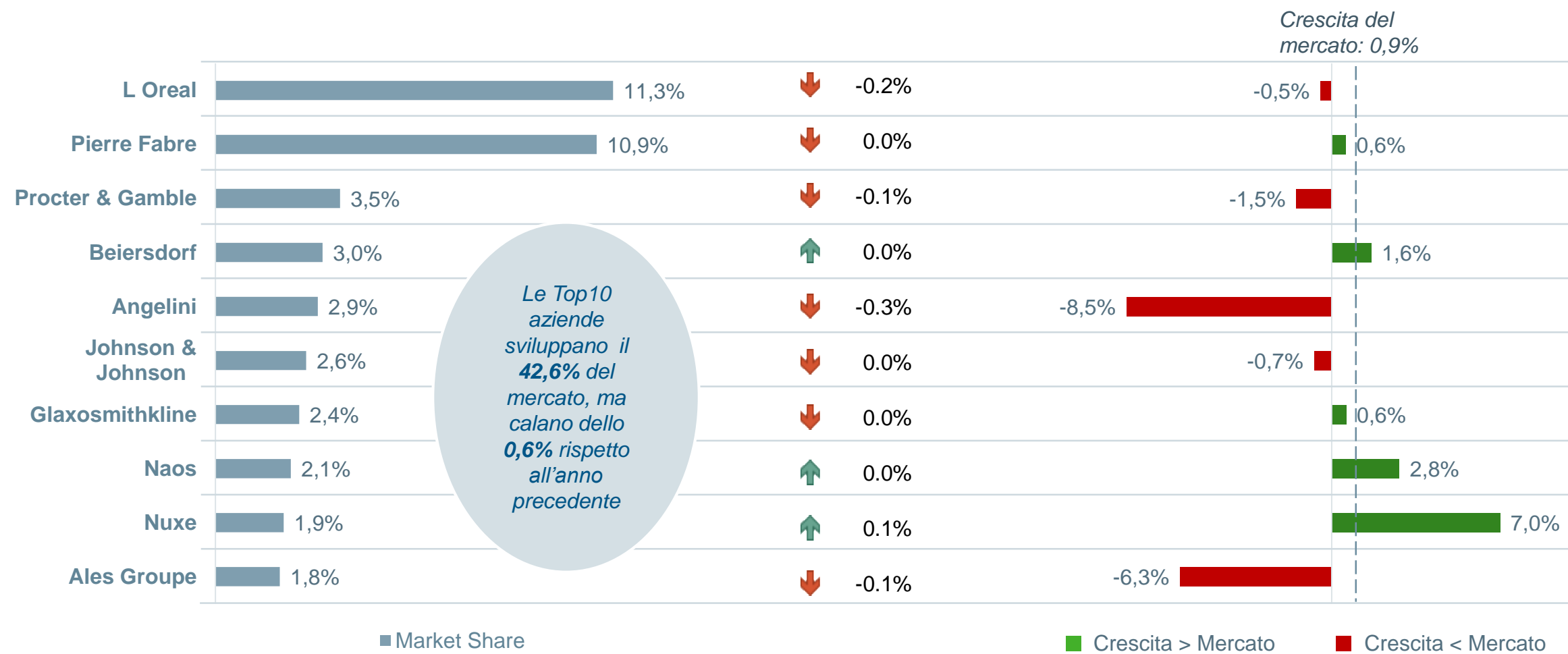
Fonte: IQVIA Anno 2017 – 13 Paesi europei (canale farmacia)

○ Dimensione = fatturato in €



# Soltanto 4 aziende tra le Top10 trainano la crescita del mercato nell'ultimo anno: Pierre Fabre, Beiersdorf, Naos e Nuxe

Top 10 aziende, Variazione nella market share e Crescita ultimo anno (%)



Fonte: IQVIA Anno 2017 – 13 Paesi europei (canale farmacia)

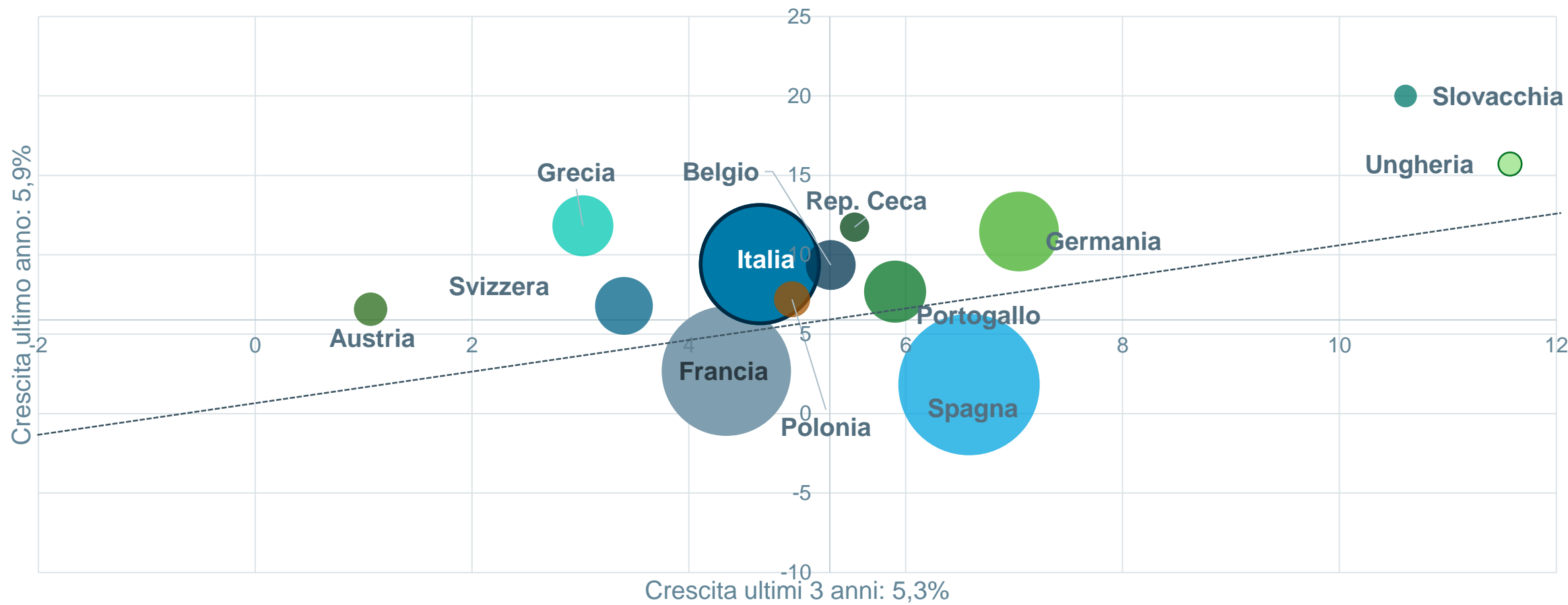
## La categoria Sun Care



Tra i Paesi con mercato più ampio, la Germania ha la crescita maggiore (preceduta da Slovacchia e Ungheria, che però sono più piccole). L'Italia che è tra Paesi più rilevanti continua a crescere



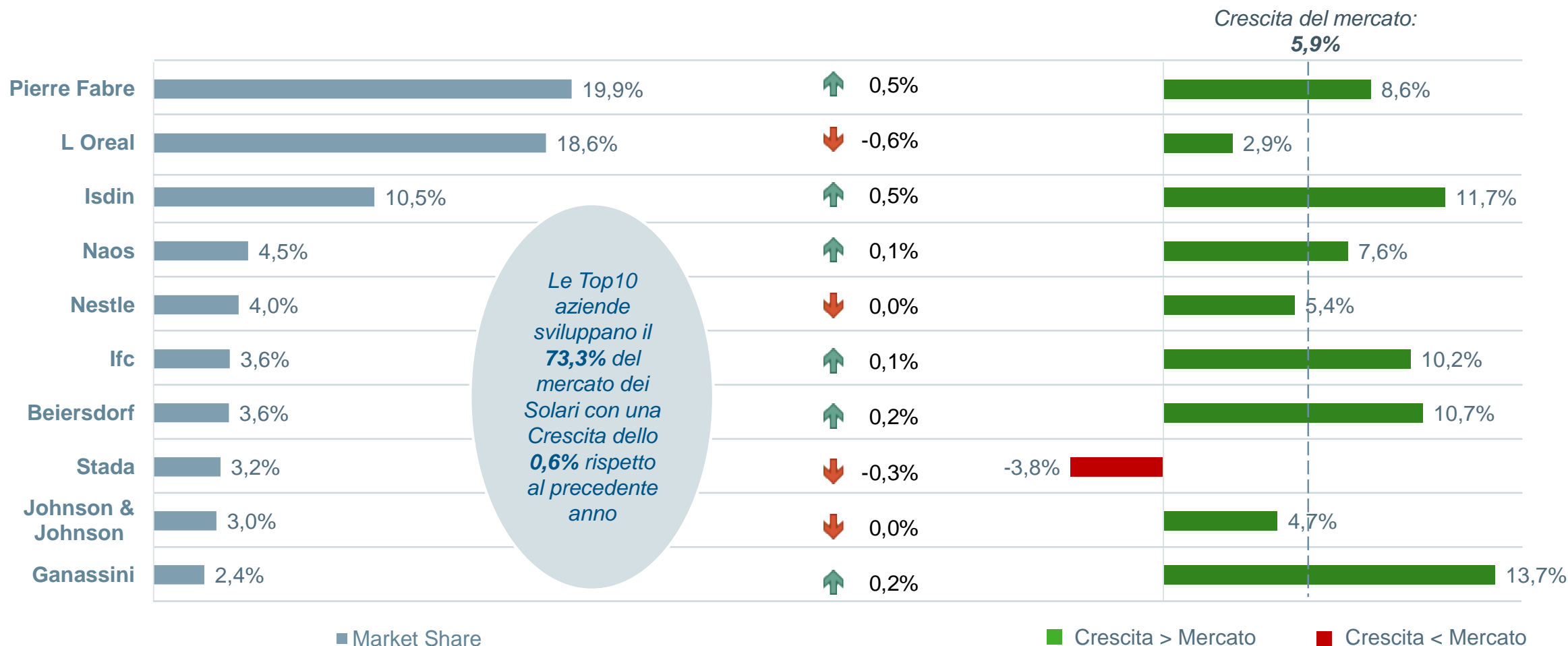
### I 13 Paesi europei nel mercato dei solari: breve verso lungo periodo



# La concentrazione del mercato sta leggermente aumentando: 6 tra le Top10 aziende crescono nell'ultimo anno, guidate da Pierre Fabre



## Top 10 aziende, Variazione nella market share e Crescita ultimo anno (%)

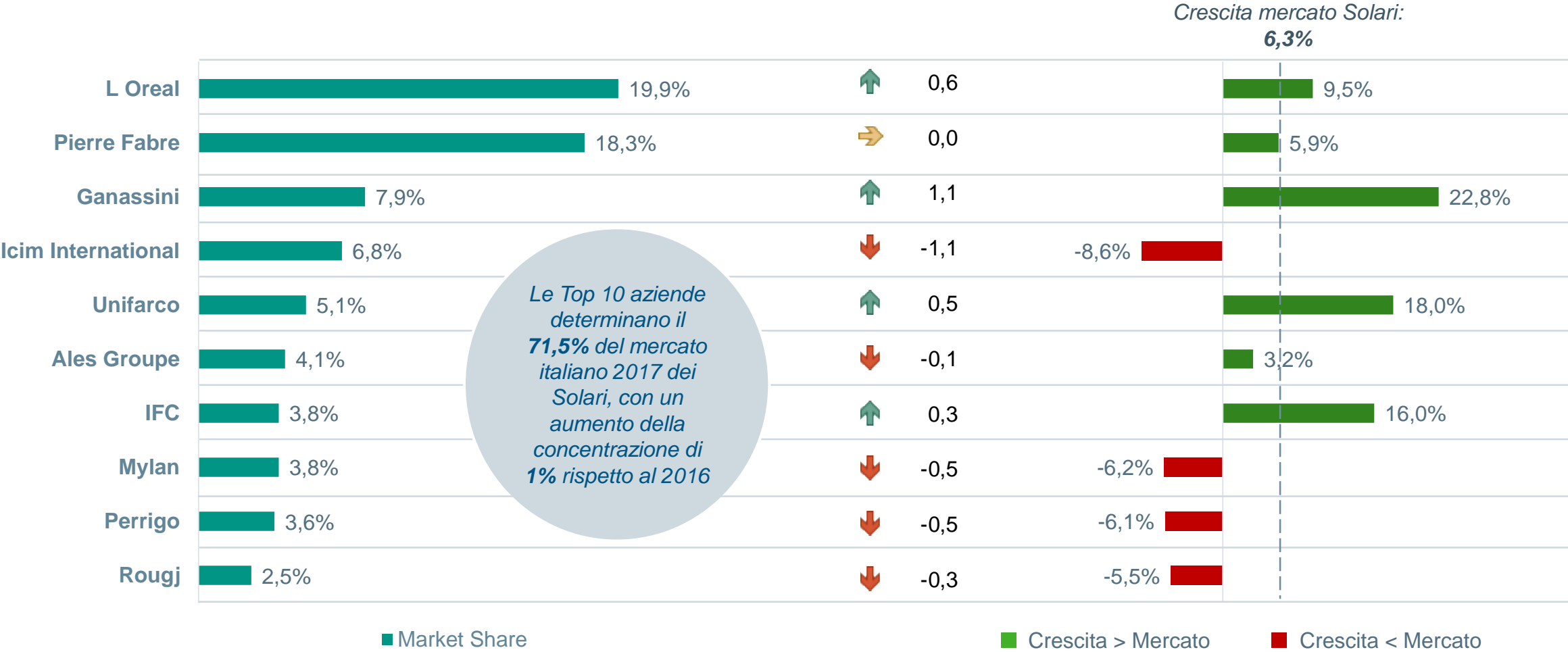






# Il mercato dei Solari è molto concentrato in Italia, in quanto le prime 10 aziende determinano il 71,5% del fatturato del 2017, in farmacia

Mercato Solari: Market Share delle TOP10 aziende, delta MS e Crescita anno 2017 su 2016



Fonte: IQVIA Anno 2017 – ITALIA (canale farmacia)



# Isdin sta continuando ad ampliare la linea Fotoprotector (figlia di Fotoultra) con prodotti solari per specifiche parti del corpo, fornendo una protezione sempre maggiore della pelle



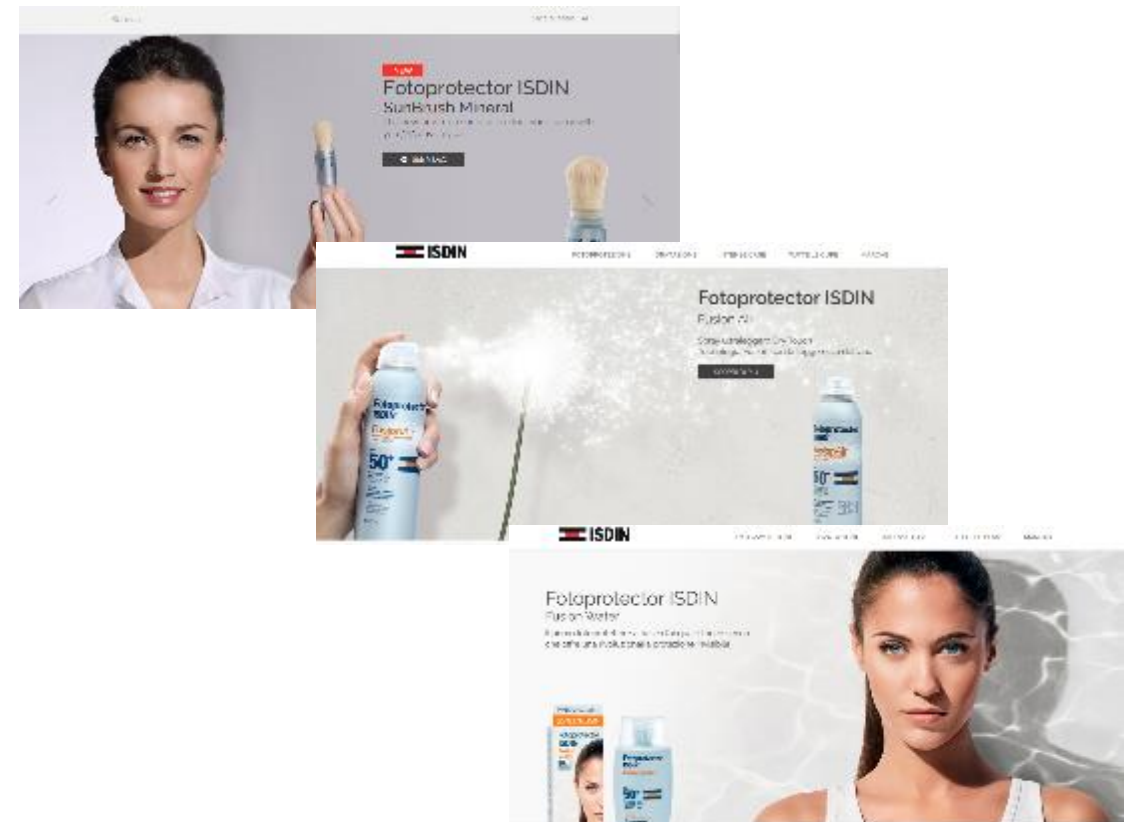
## Fotoultra

Linea con gamma limitata, anche se con protezione 50+



## Fotoprotector

Ampia gamma di prodotti, incluse creme, gel, spray per adulti e bambini

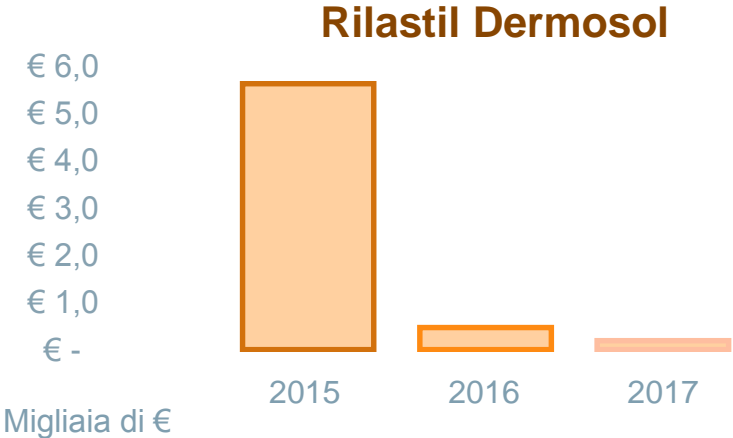




# Un esempio italiano di rinnovamento di gamma è dato da Ganassini con Rilastil Sun System, che sta sostituendo la linea Dermosol

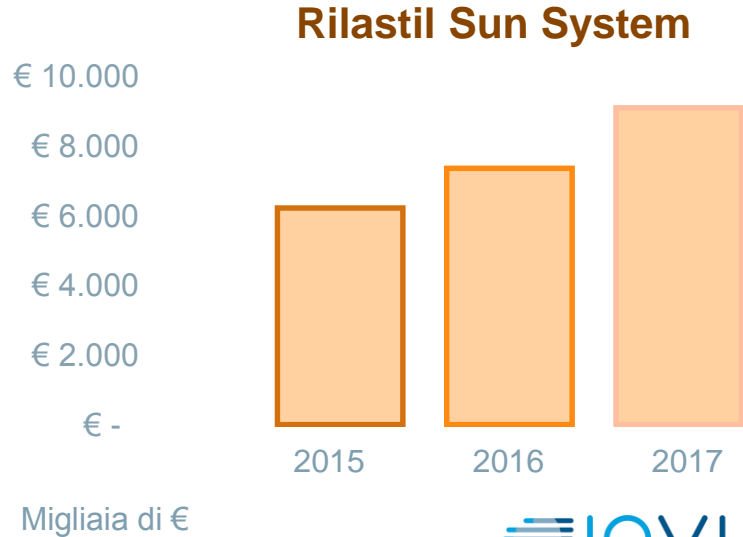
## Rilastil Dermosol

Linea lanciata nel 1989



## Rilastil Sun System

Linea lanciata nel 2010



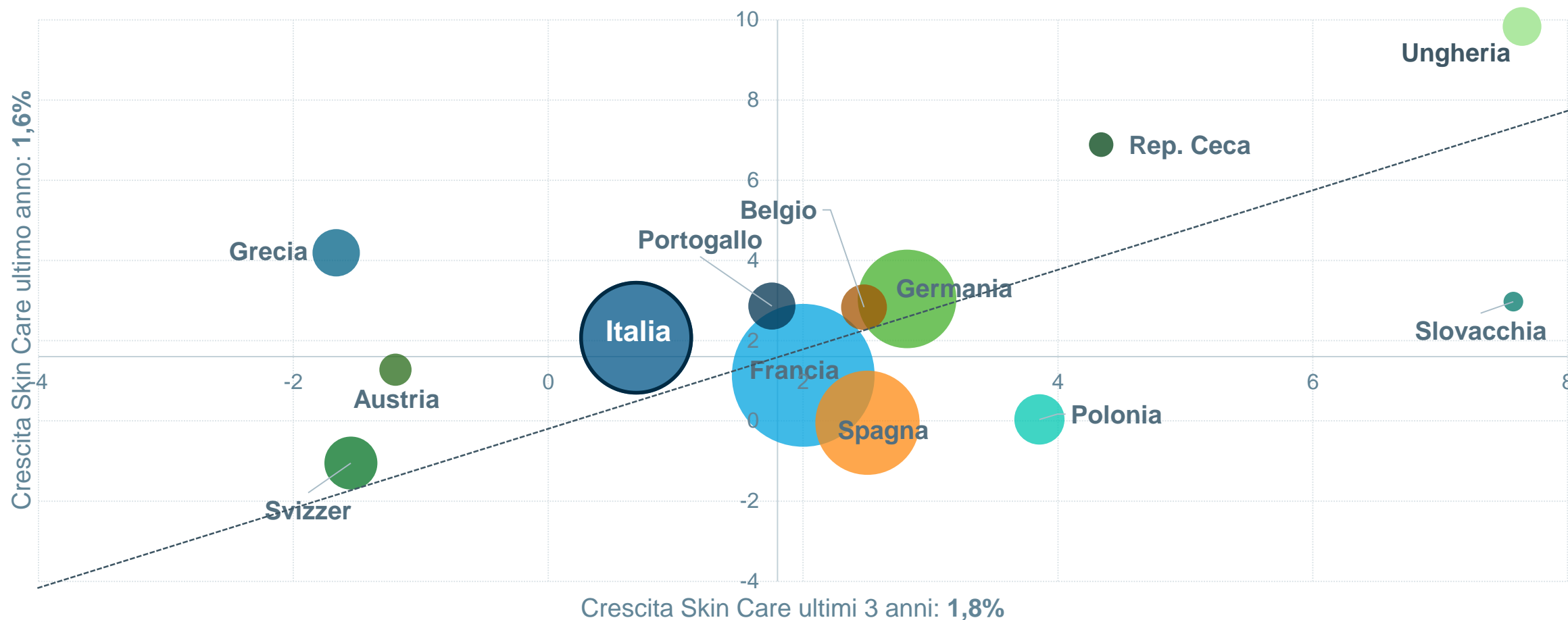
## La categoria Skin Care





# I Paesi che crescono più rapidamente sono quelli più piccoli, seguiti dalla Germania che è il quarto Paese per giro d'affari

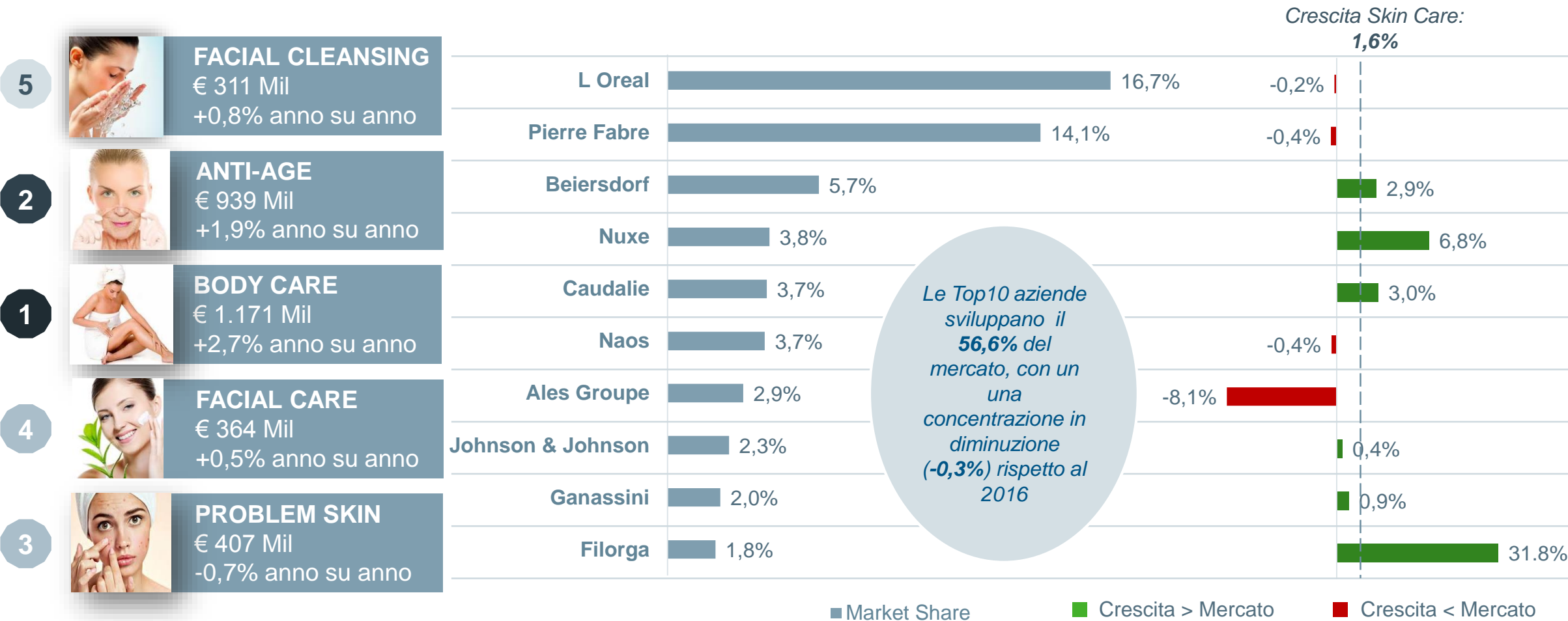
I 13 Paesi europei nel mercato Skin Care: breve e lungo periodo





# C'è un movimento significativo tra le Top10 aziende: Nuxe, Caudalie e BDF confermano la crescita, mentre Filorga entra prepotentemente nel gruppo

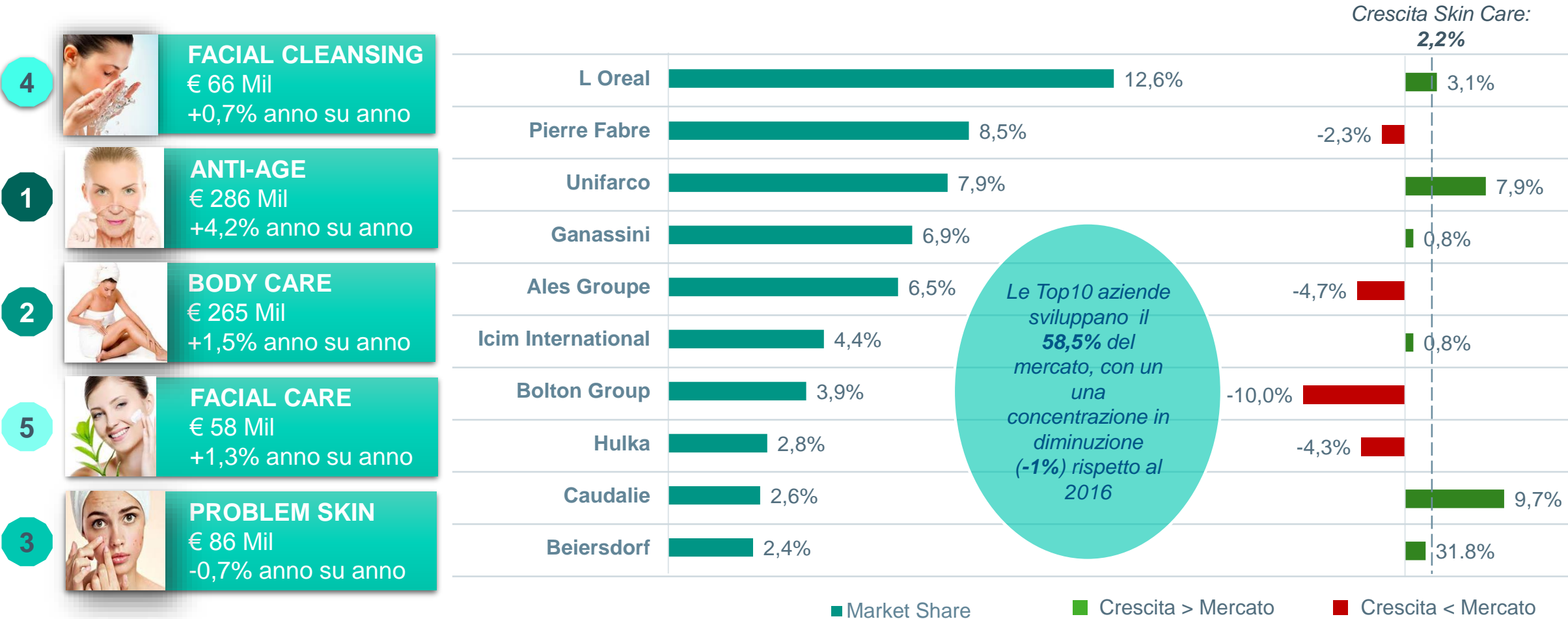
Mercato Skin Care: Market Share delle TOP10 aziende e Crescita anno 2017 su 2016





# C'è un movimento significativo tra le Top10 aziende: Nuxe, Caudalie e BDF confermano la crescita, mentre Filorga entra prepotentemente nel gruppo

Mercato Skin Care: Market Share delle TOP10 aziende e Crescita anno 2017 su 2016

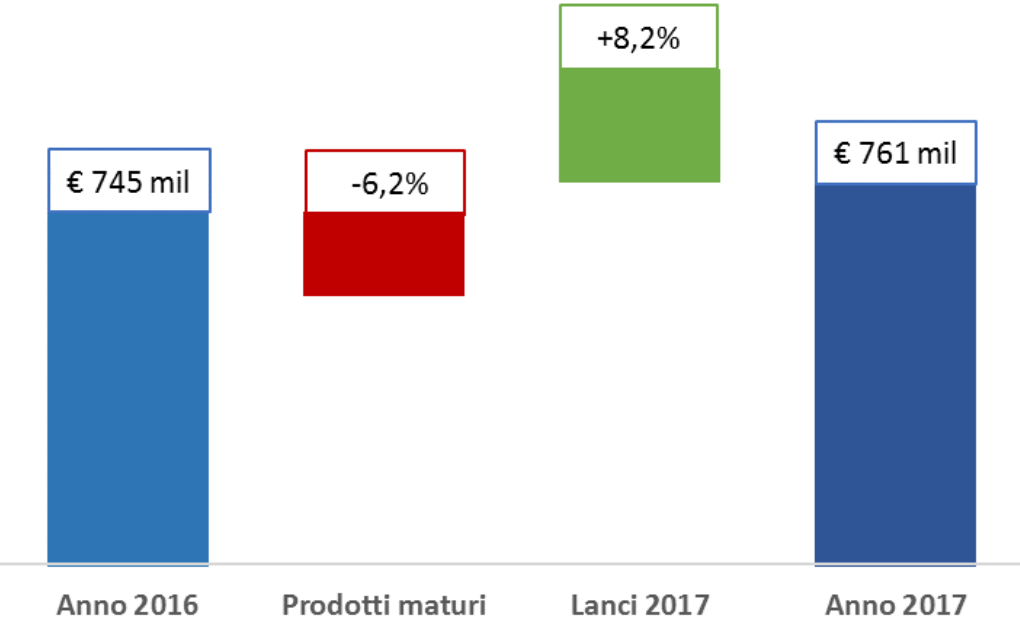


Fonte: IQVIA Anno 2017 – ITALIA (canale farmacia)

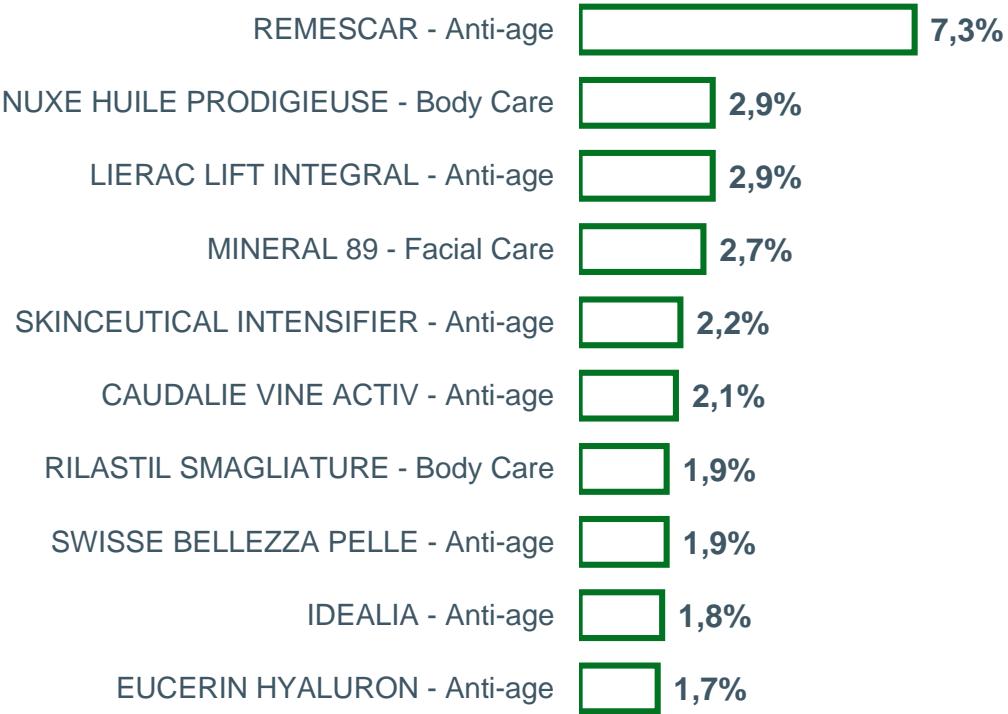


# Mercato dello Skin Care molto innovativo: nel 2017 sono stati lanciati più di 900 nuove referenze, date da extention line, rebranding, nuove linee, nuove formulazioni

Contributo alla crescita dei lanci 2017 e dei prodotti maturi, per il raggiungimento di 761 miliardi di euro (+2%)



I TOP10 lanci del 2017 per categoria di mercato, coprono il 27% del fatturato di tutti i lanci del mercato dello Skin Care, in Italia (7 prodotti sono Anti-age)





# Caudalie sta crescendo grazie all'ottima performance del lancio Anti-age

A livello europeo Caudalie Anti Age è cresciuta del 5% rispetto al 2016, e fornisce il maggiore contributo alla crescita del brand, con un peso dell'82% sul totale crescita.

L'essere i maggiori esperti della tecnologia Vinexpert ha portato Caudalie a sostituire le «vecchie» linee di bellezza e a puntare sui nuovi prodotti (Vinoperfect and Vinosurge) come chiave del successo dell'azienda, nella categoria Anti-Age.



In Italia, Caudalie Vine Activ è il 6° prodotto tra i lanci 2017, con una quota del 2,1%. Il peso sul totale listino Caudalie è del 6,7% e contribuisce con il 7% del fatturato alla crescita del 10% della casa



# Conclusioni

**Nei 13 Paesi europei il mercato analizzato è meno concentrato che in Italia, dove a fare da traino sono soprattutto le aziende di medie dimensioni**

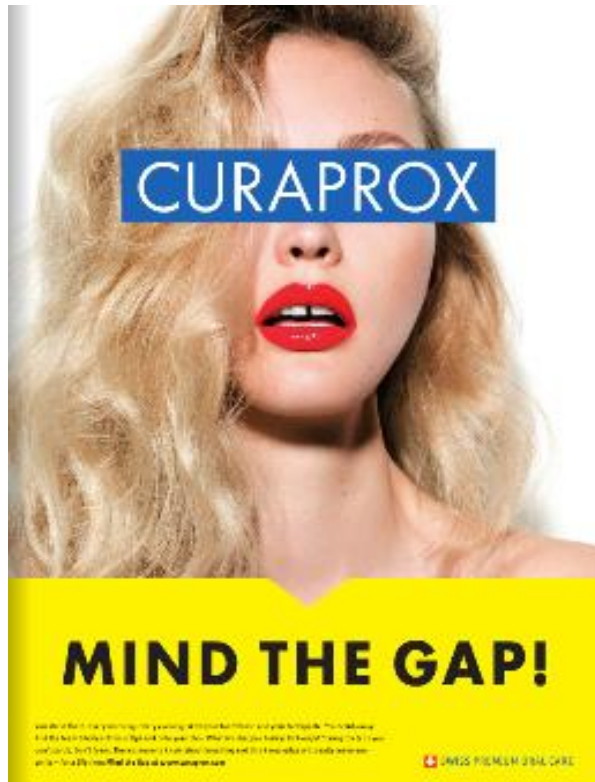
	13 Paesi europei			Italia		
Company rank	Company size range	% of total PEC 2016	% change P3Y	Company size range	% of total PEC 2016	% change P3Y
Top 10	Over 151 M €	42,6%	-2,1%	Over 44 M €	58,5%	0,4%
Top 11-20	115 M €	12,4%	-0,4%	11 M €	14,1%	8,6%
Top 21-40	59 M €	13,9%	0,6%	4 M €	10,3%	7,0%
Rest of Top 100	24,5 M €	13,3%	0,5%	1,2 M €	9,8%	1,1%
Below Top 100	Below 10 M €	17,8%	1,5%	Below 0,5 M €	7,3%	-0,1%

# La frammentazione del mercato sta crescendo, grazie anche all'inserimento di linee innovative e portate da aziende di medie dimensioni, soprattutto a livello di singolo Paese





**Anche per i prodotti distribuiti in farmacia la comunizione non è più soltanto “convenzionale”, ma si sta allineando agli altri mercati**



# Grazie!

**Simona Tarquini** – Offering Manager, IQVIA  
*[simona.tarquini@iqvia.com](mailto:simona.tarquini@iqvia.com)*



[iqvia.com](http://iqvia.com)



[magazine.imshealth.it](http://magazine.imshealth.it)



[IQVIA Italia](#)



[@IQVIA\\_IT](#)