



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 ⁽¹⁾

Crescita vs anno precedente

0,9%

Crescita a 3 anni (CAGR)

1,6%

Italian Market

Dimensione del mercato (€)

1,9 miliardi ⁽¹⁾

Crescita vs anno precedente

2%

Crescita a 3 anni (CAGR)

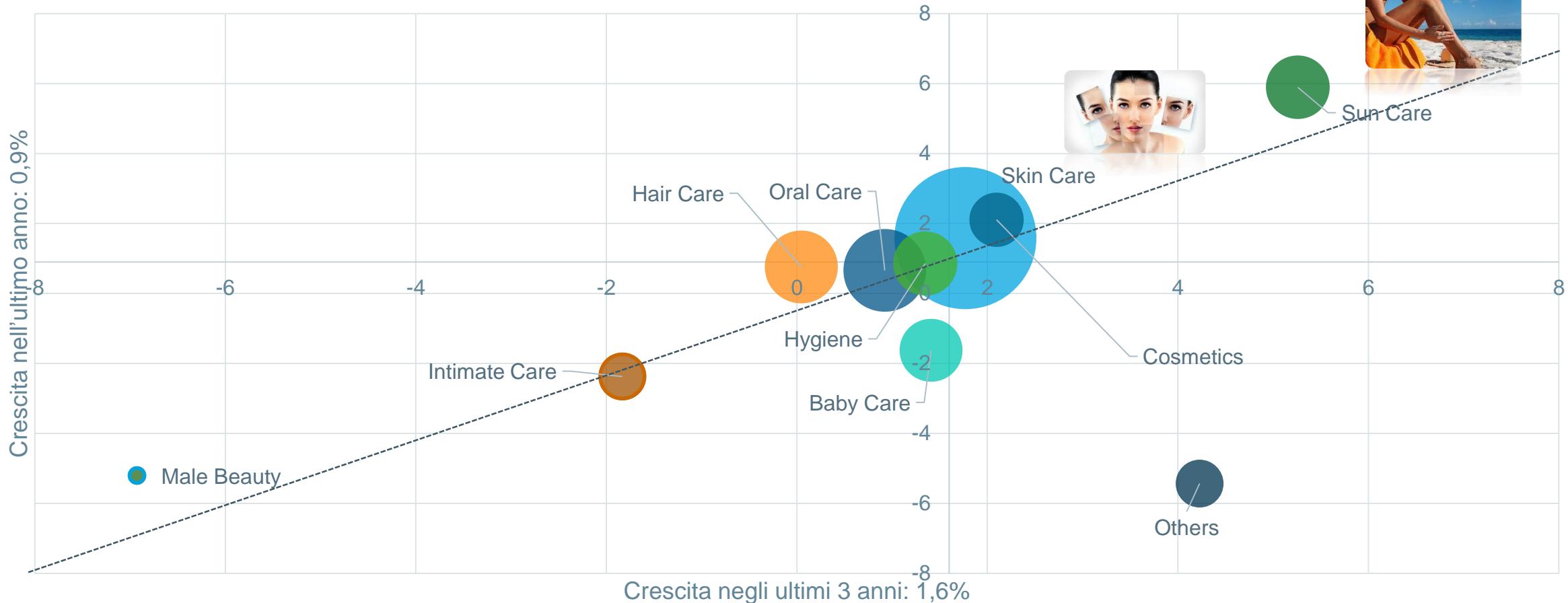
1%

(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)



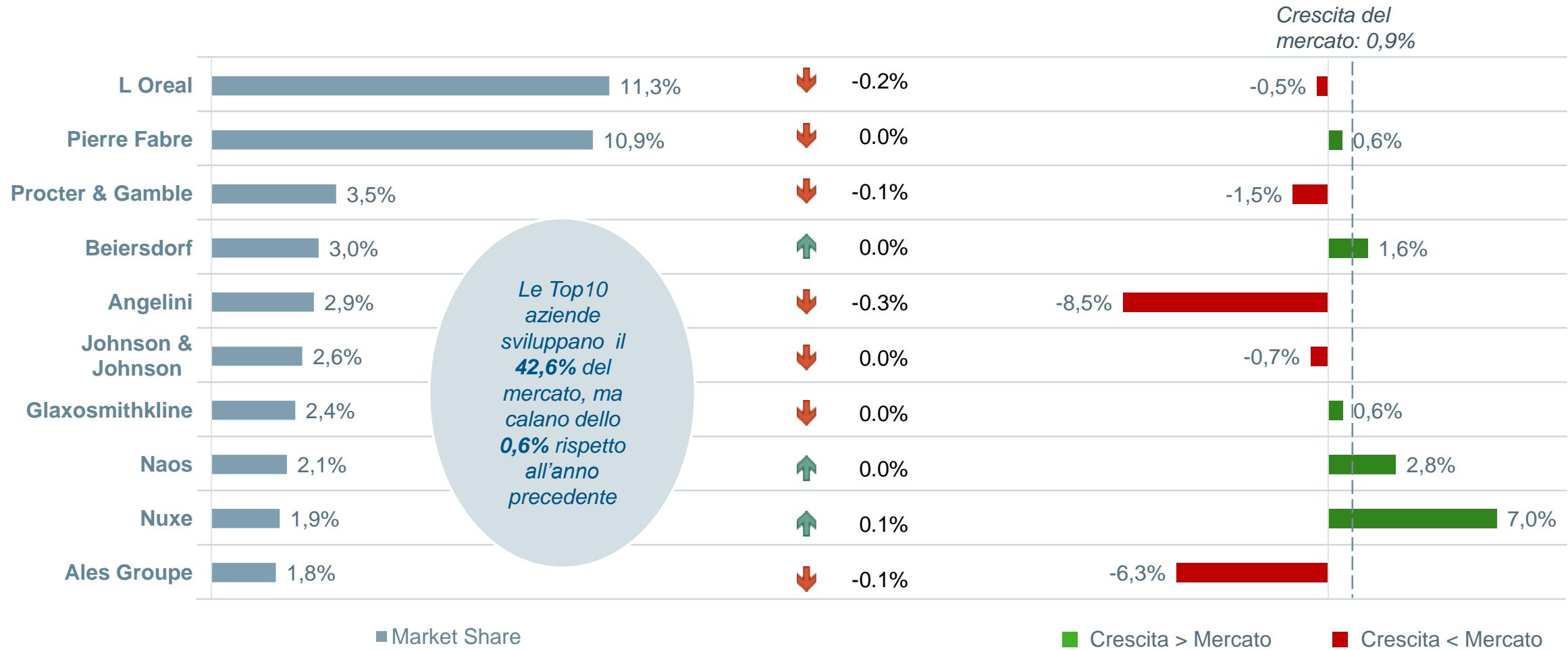
Dimensione = fatturato in €

IQVIA™



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 (%)



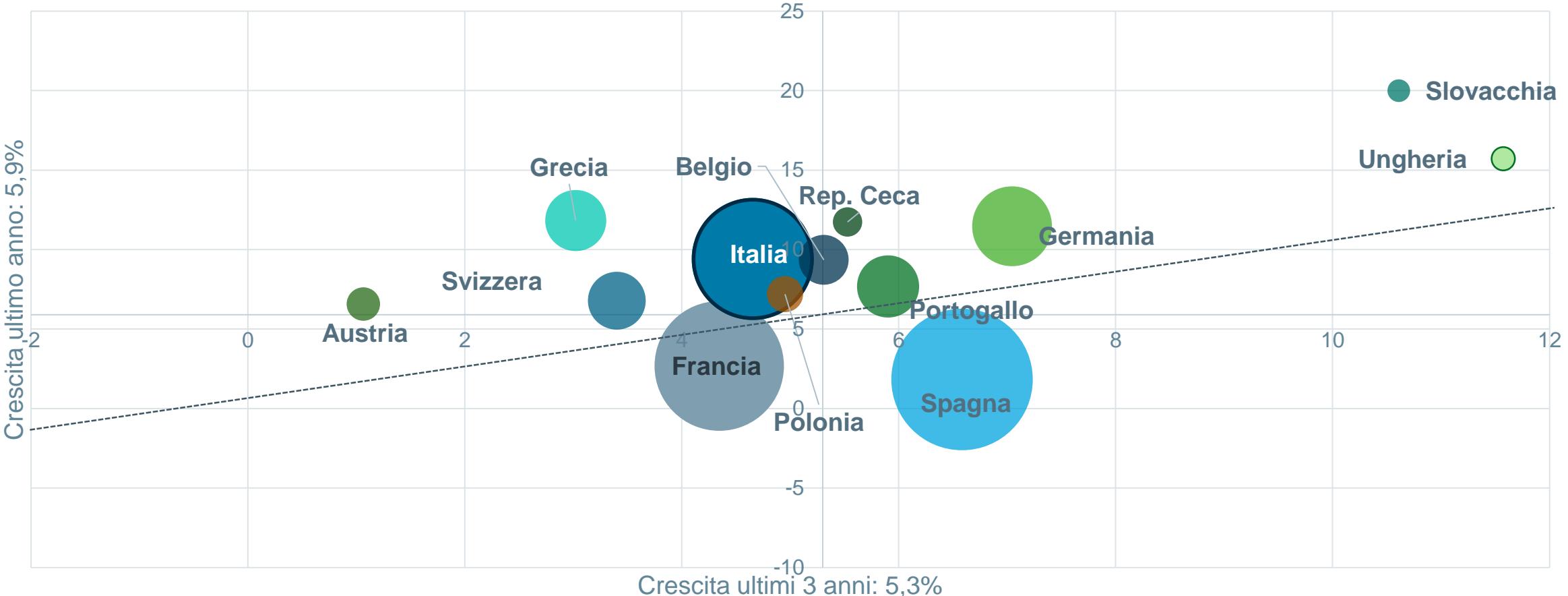
La categoria Sun Care





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

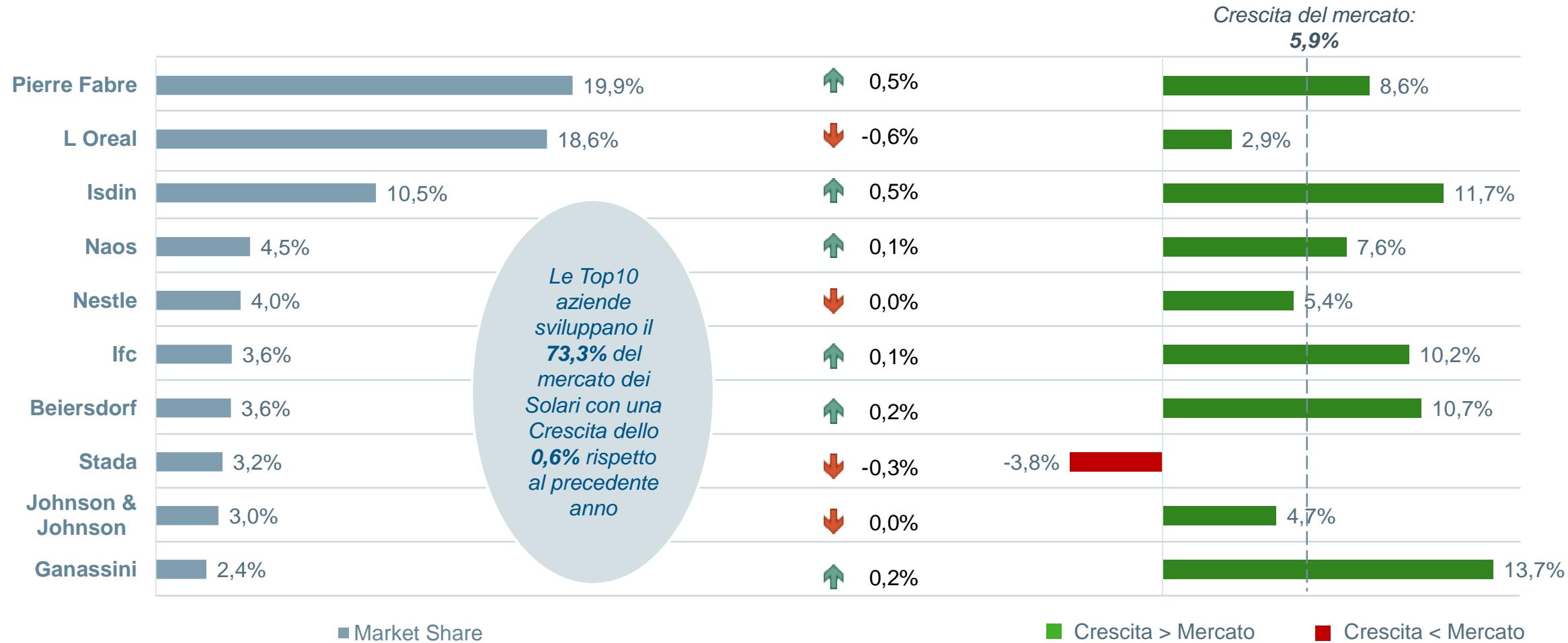
I 13 Paesi europei nel mercato dei solari: breve verso lungo periodo





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

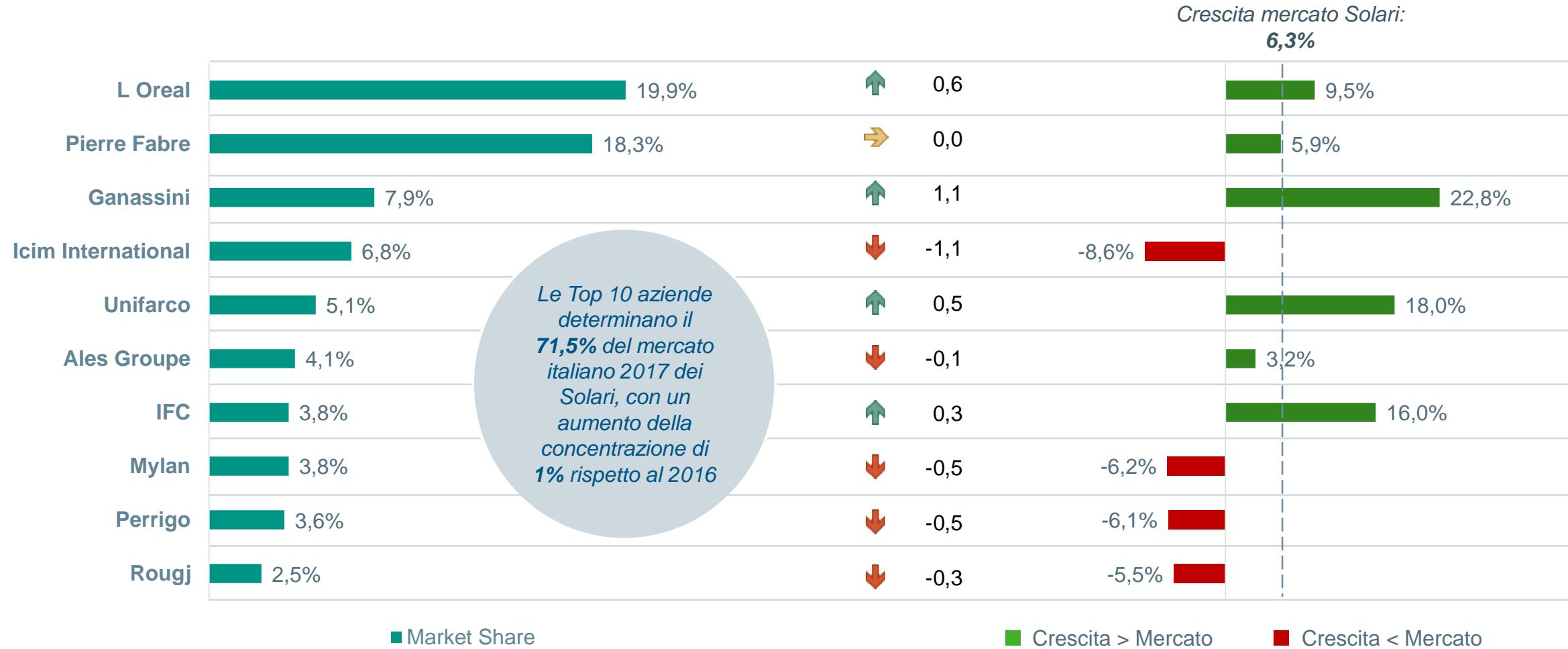
Top 10 aziende, Variazione nella market share e Crescita ultimo anno (%)





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

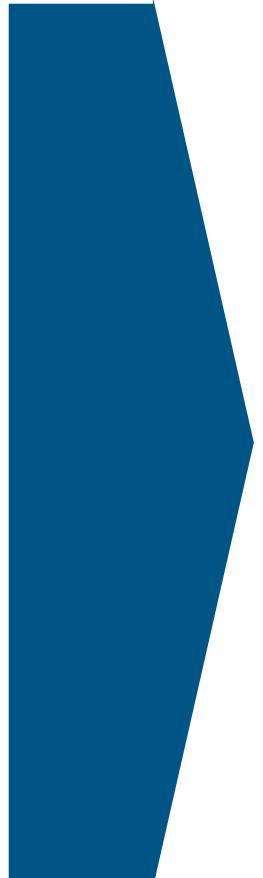


Isdin sta continuando ad ampliare la linea Fotoprotector (figlia di Fotoultra) con prodotti solari per specifiche parti del corpo, fornendo una protezione sempre maggiore della pelle



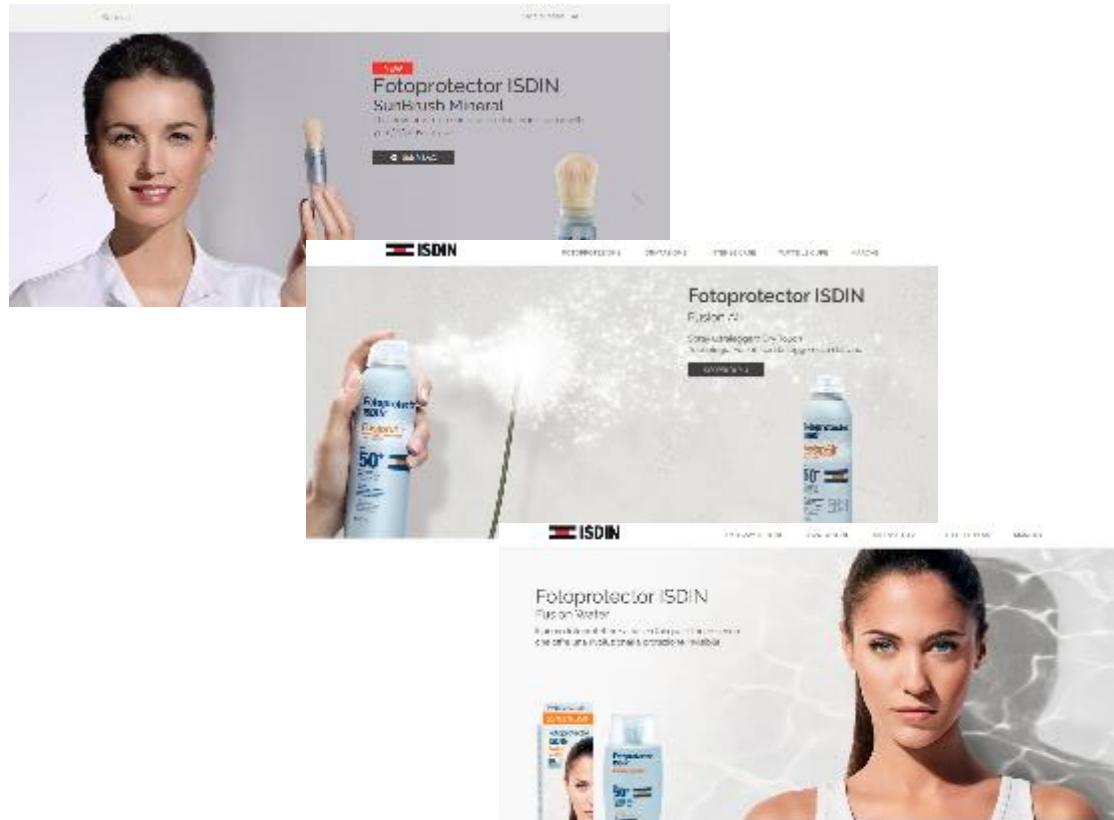
Fotoultra

Linea con gamma limitata, anche se con protezione 50+



Fotoprotector

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

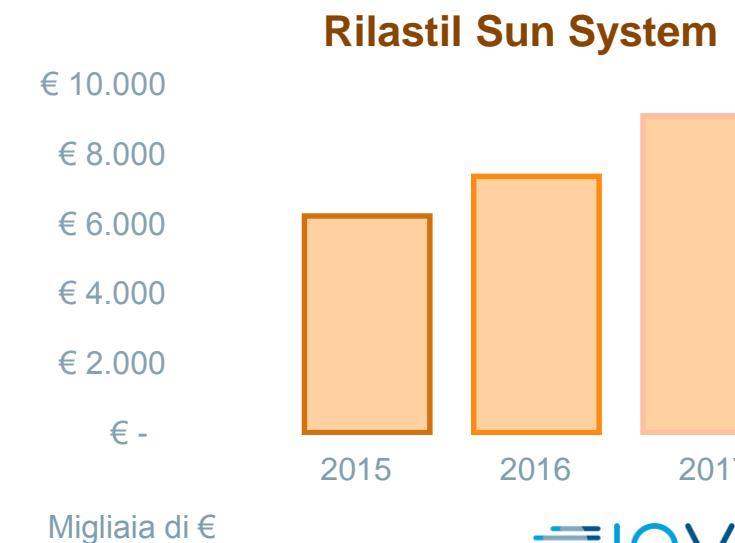
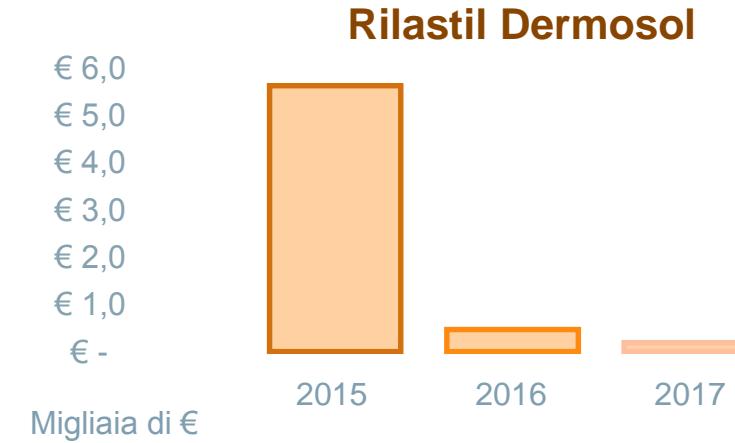


Un esempio italiano di rinnovamento di gamma è dato da Ganassini con Rilastil Sun System, che sta sostituendo la linea Dermosol

**Rilastil
Dermosol**
Linea lanciata
nel 1989



**Rilastil
Sun System**
Linea lanciata
nel 2010



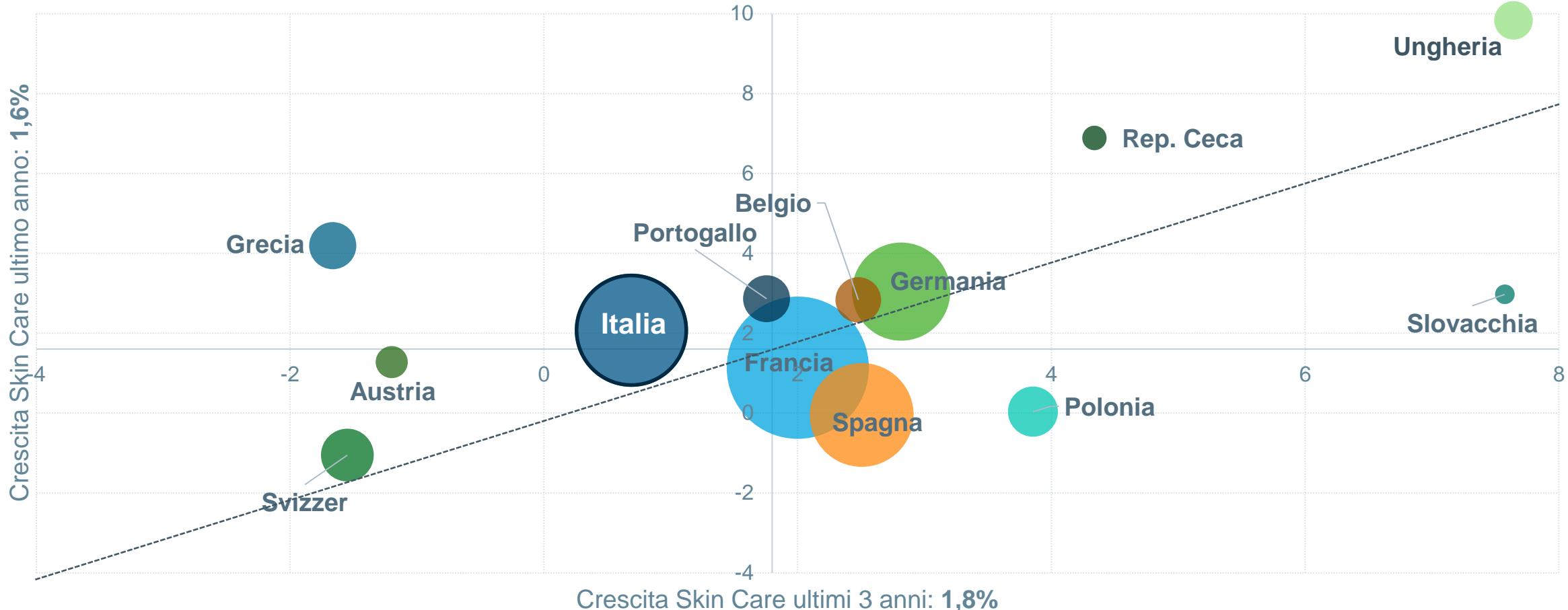
La categoria Skin Care





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



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



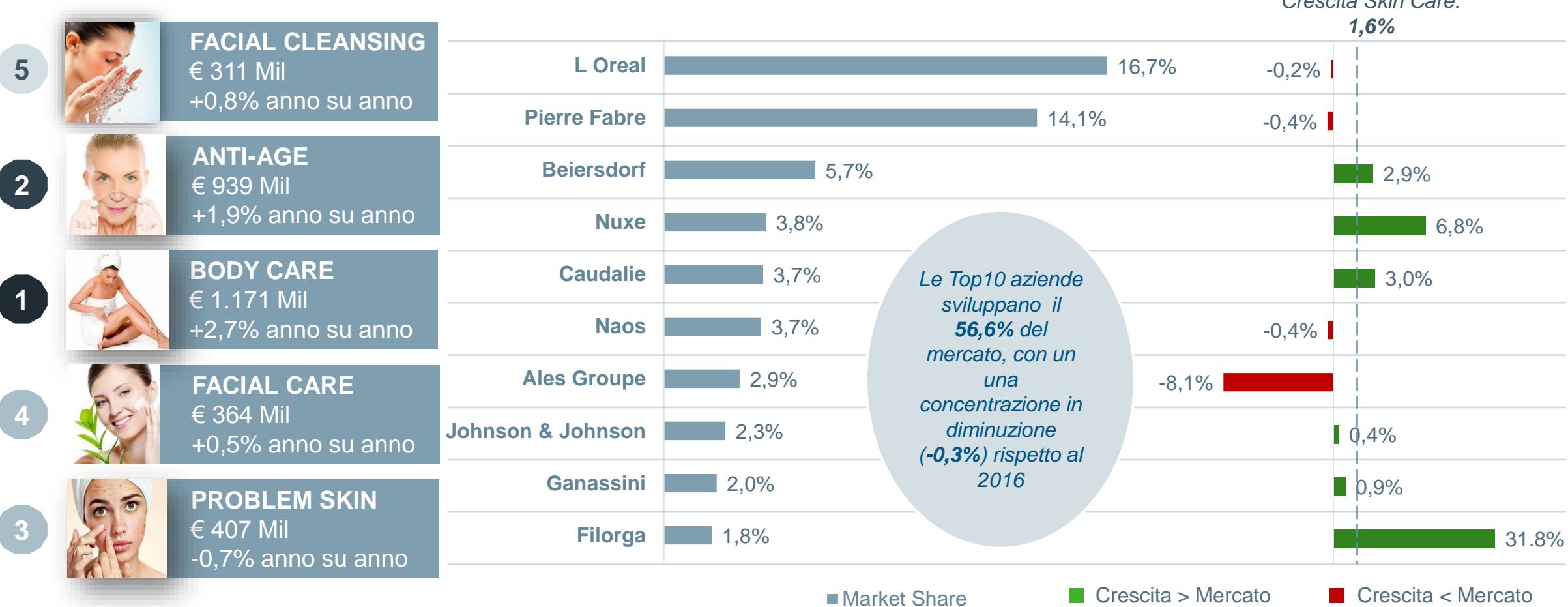
Dimensione = fatturato in €

IQVIA™



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

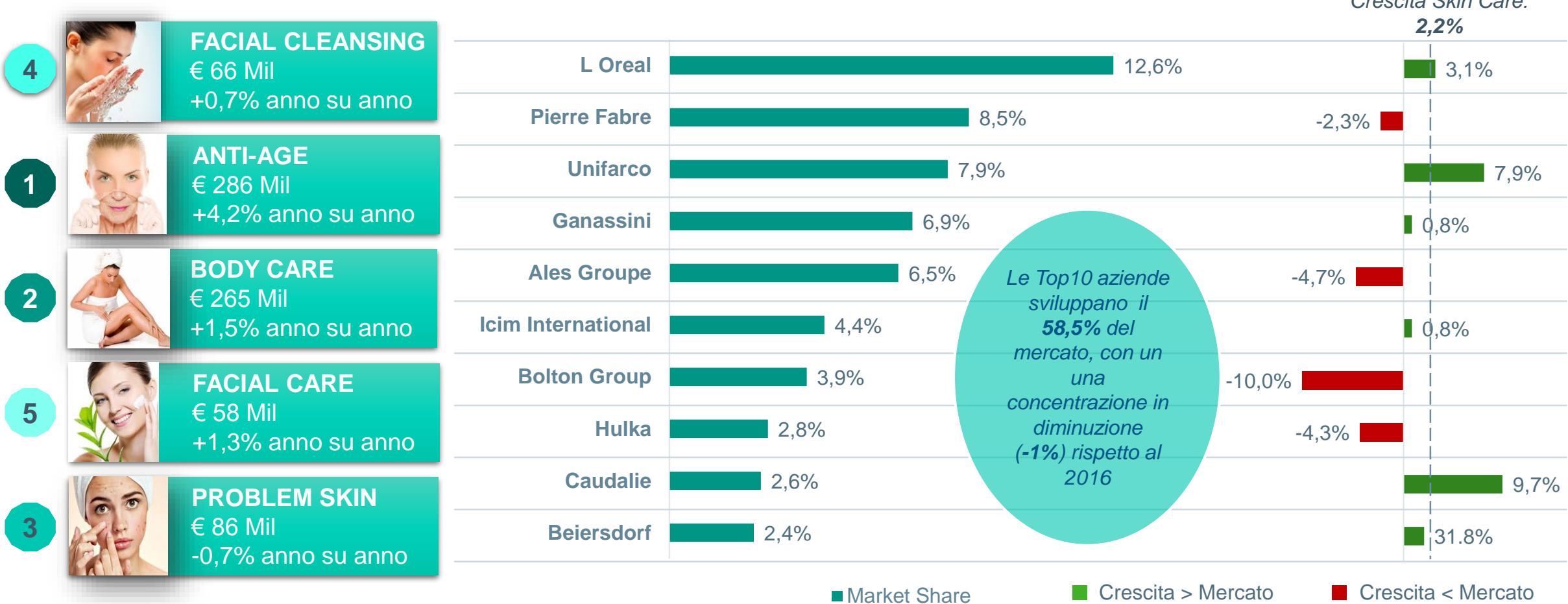
Mercato Skin Care: Market Share delle TOP10 aziende e Crescita anno 2017 su 2016





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

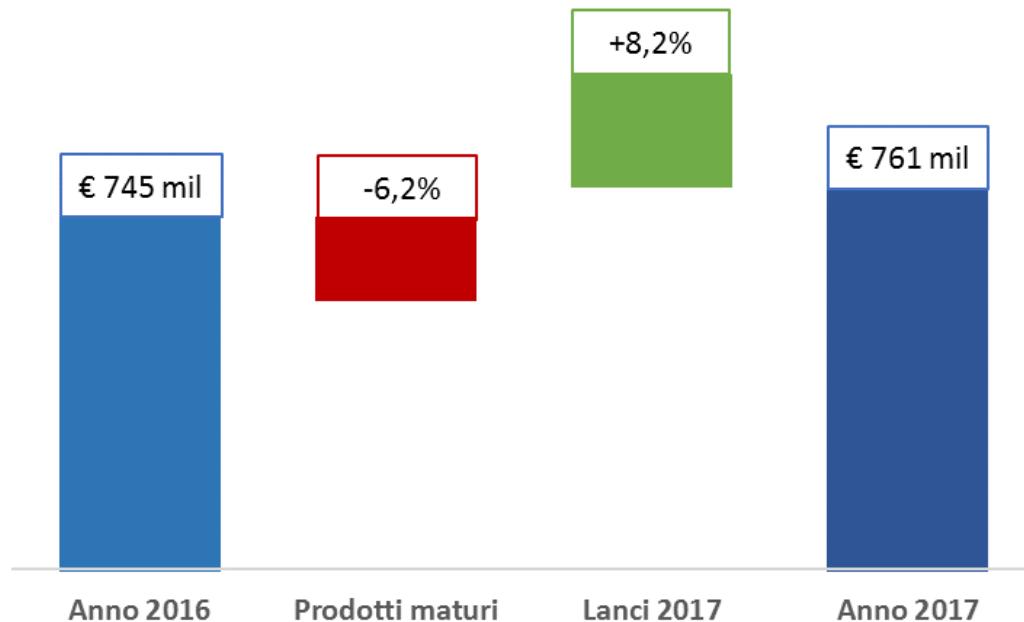
Mercato Skin Care: Market Share delle TOP10 aziende e Crescita anno 2017 su 2016



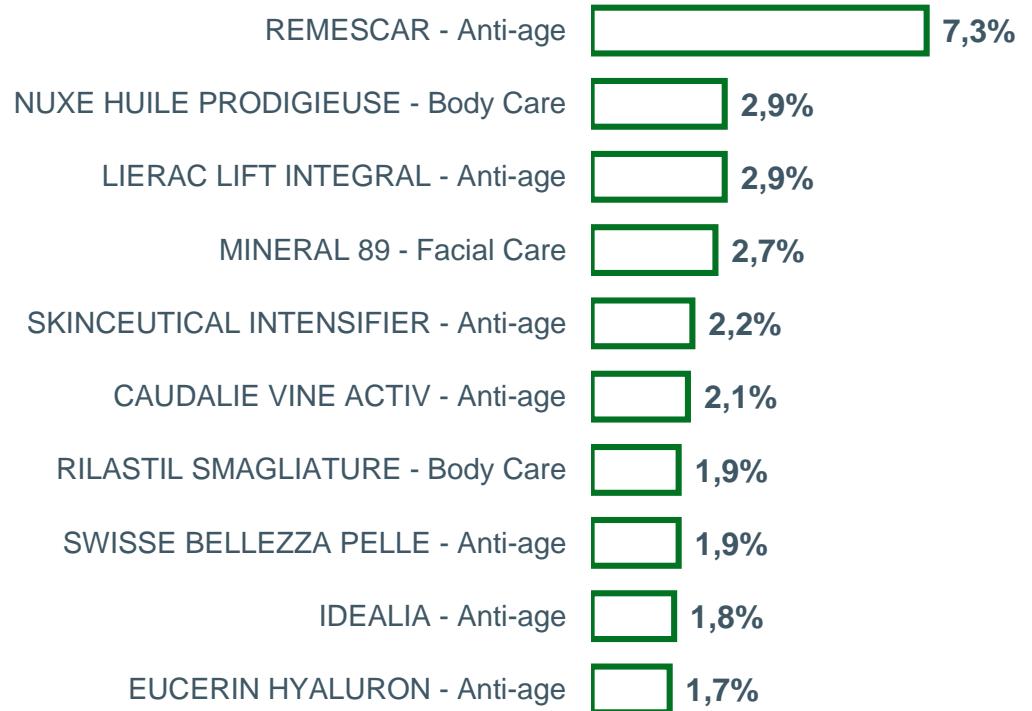


Mercato dello Skin Care molto innovativo: nel 2017 sono stati lanciati più di 900 nuove referenze, date da extention line, rebranding, nuove linee, nuove formulazioni

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 Vinosource) 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

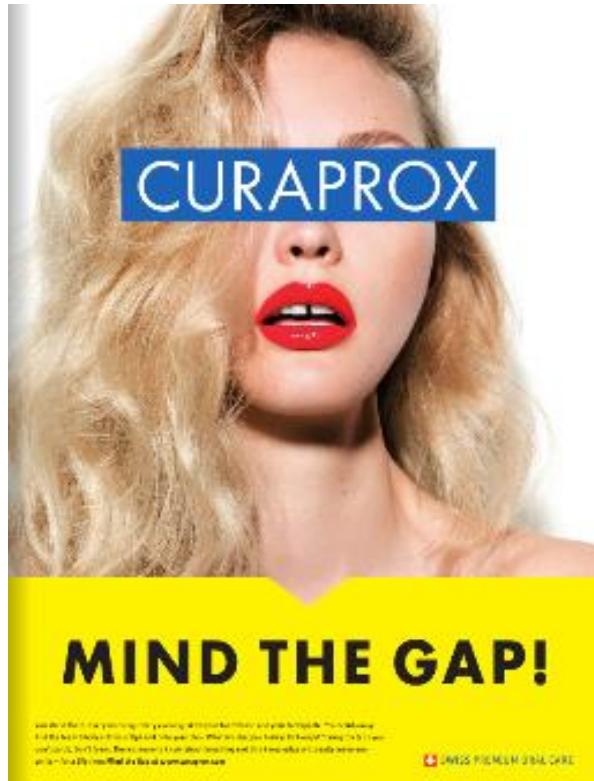
Nei 13 Paesi europei il mercato analizzato è meno concentrato che in Italia, dove a fare da traino sono soprattutto le aziende di medie dimensioni

	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 comunicazione non è più soltanto “convenzionale”, ma si sta allineando agli altri mercati



IMS Health & Quintiles are now



Grazie!

Simona Tarquini – Offering Manager, IQVIA
simona.tarquini@iqvia.com



iqvia.com



IQVIA Italia



magazine.imshealth.it



@IQVIA_IT