

# Lo scenario del mercato cosmetico green

In collaborazione con

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

Gian Andrea Positano

*Responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia*

Bologna, 17 marzo 2018

# IL MERCATO COSMETICO

|      | Mercato Italia                 | Esportazioni                   |
|------|--------------------------------|--------------------------------|
| 2016 | <b>+0,5%</b><br>(9.890 mio/€)  | <b>+12,7%</b><br>(4.293 mio/€) |
| 2017 | <b>+1,7%</b><br>(10.097 mio/€) | <b>+8,0%*</b><br>(4.638 mio/€) |
| 2018 | <b>+1,9%</b>                   | <b>+9,0%</b>                   |



# EVOLUZIONE INDUSTRIA

|  | CONSUNTIVO<br>2016 | VARIAZIONE %<br>16/15 | PRECONSUNTIVO<br>2017 | VARIAZIONE %<br>17/16 | PROIEZIONE %<br>18/17 |
|--|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Fatturato Italia</b>                        | <b>6.209</b>       | <b>0,7</b>            | <b>6.312</b>          | <b>1,7</b>            | <b>1,9</b>            |
| Canali tradizionali                            | 5.540              | 0,7                   | 5.630                 | 1,6                   | 1,9                   |
| Canali professionali                           | 669                | 1,3                   | 682                   | 2,0                   | 1,8                   |
| <b>Esportazioni</b>                            | <b>4.293</b>       | <b>12,7</b>           | <b>4.638</b>          | <b>8,0</b>            | <b>9,0</b>            |
| <b>Fatturato globale<br/>settore cosmetico</b> | <b>10.502</b>      | <b>5,3</b>            | <b>10.950</b>         | <b>4,3</b>            | <b>5,0</b>            |

# PREVISIONE CANALI

| CANALI           | CONSUNTIVI<br>2016 | PRECONSUNTIVI<br>2017 | PREVISIONI<br>I SEMESTRE 2018 |
|------------------|--------------------|-----------------------|-------------------------------|
| Farmacia         | -0,1               | 2,0                   | 1,3                           |
| Erboristeria     | 1,1                | 0,9                   | 1,0                           |
| Profumeria       | 0,9                | -0,5                  | 0,5                           |
| Mass market      | -1,0               | 1,5                   | 1,5                           |
| Vendite dirette* | 9,3                | 8,7                   | 9,0                           |
| Acconciatura     | 1,0                | 1,9                   | 1,5                           |
| Estetiste        | 2,1                | 2,4                   | 2,5                           |
| Terzisti         | 4,2                | 10,0                  | 8,5                           |

# INTERSCAMBIO COSMETICO\*



**Export 4.638**

(+8,0 var.% '17\*/'16)



**Import 2.054**

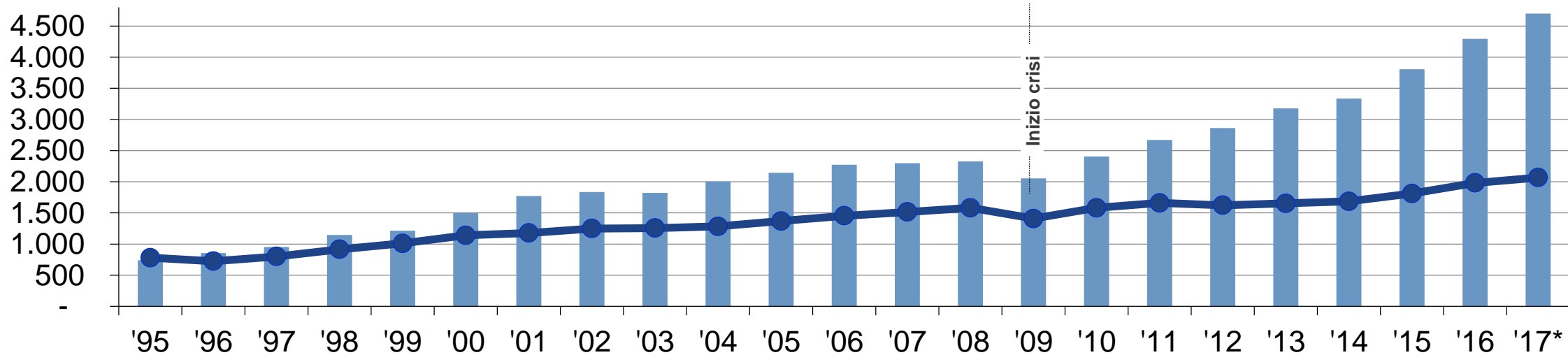
(+3,7 var.% '17\*/'16)



**2.584**

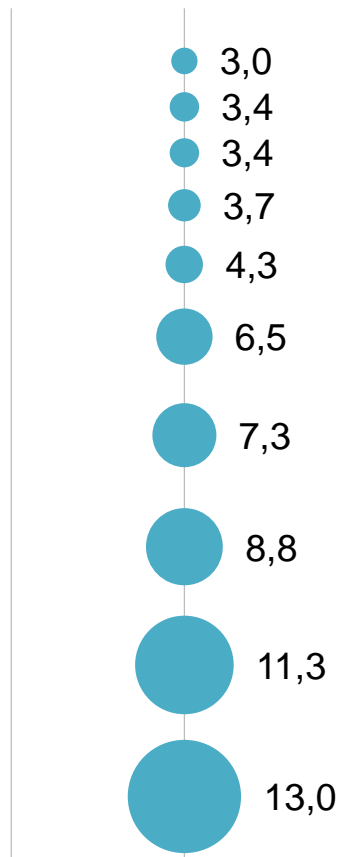
**saldo commerciale 2017\***

(2.312 mio/€ nel 2016)

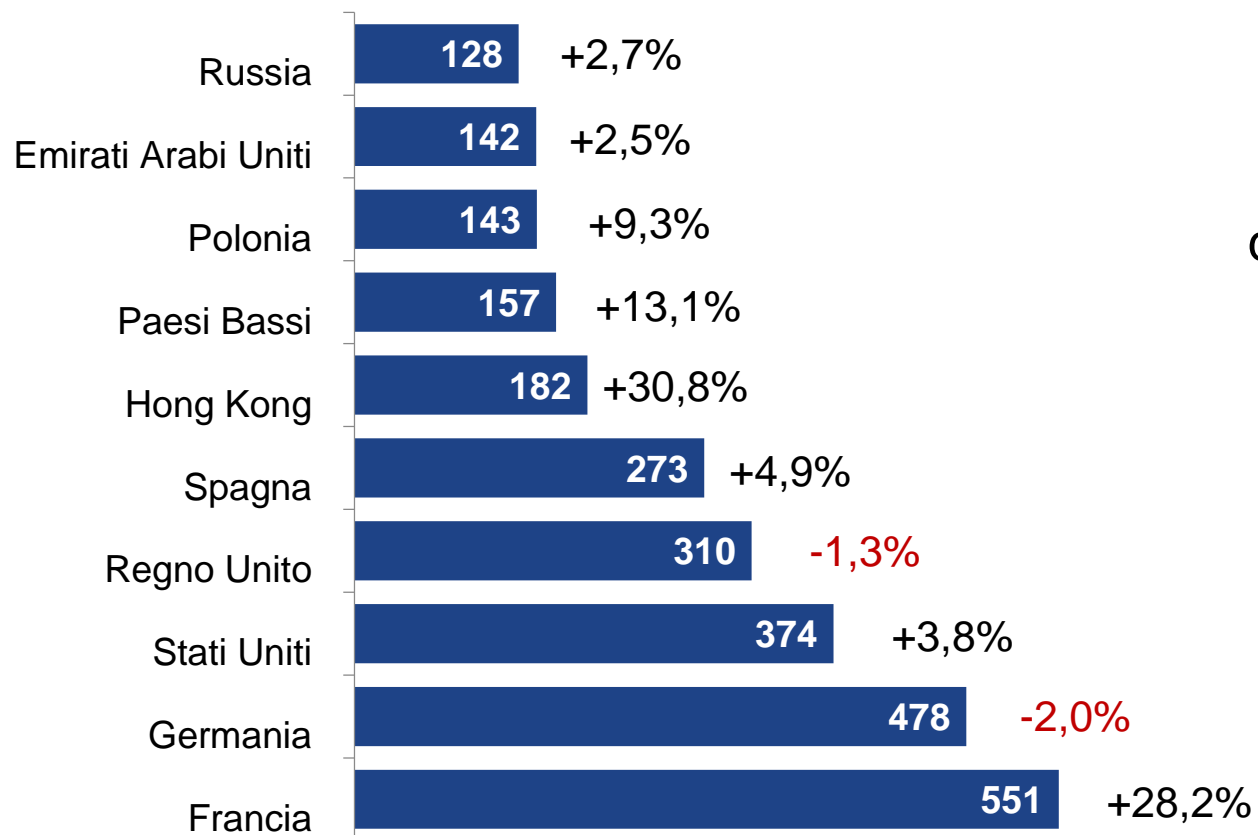


# EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017\*

Peso % sul totale export cosmetico italiano

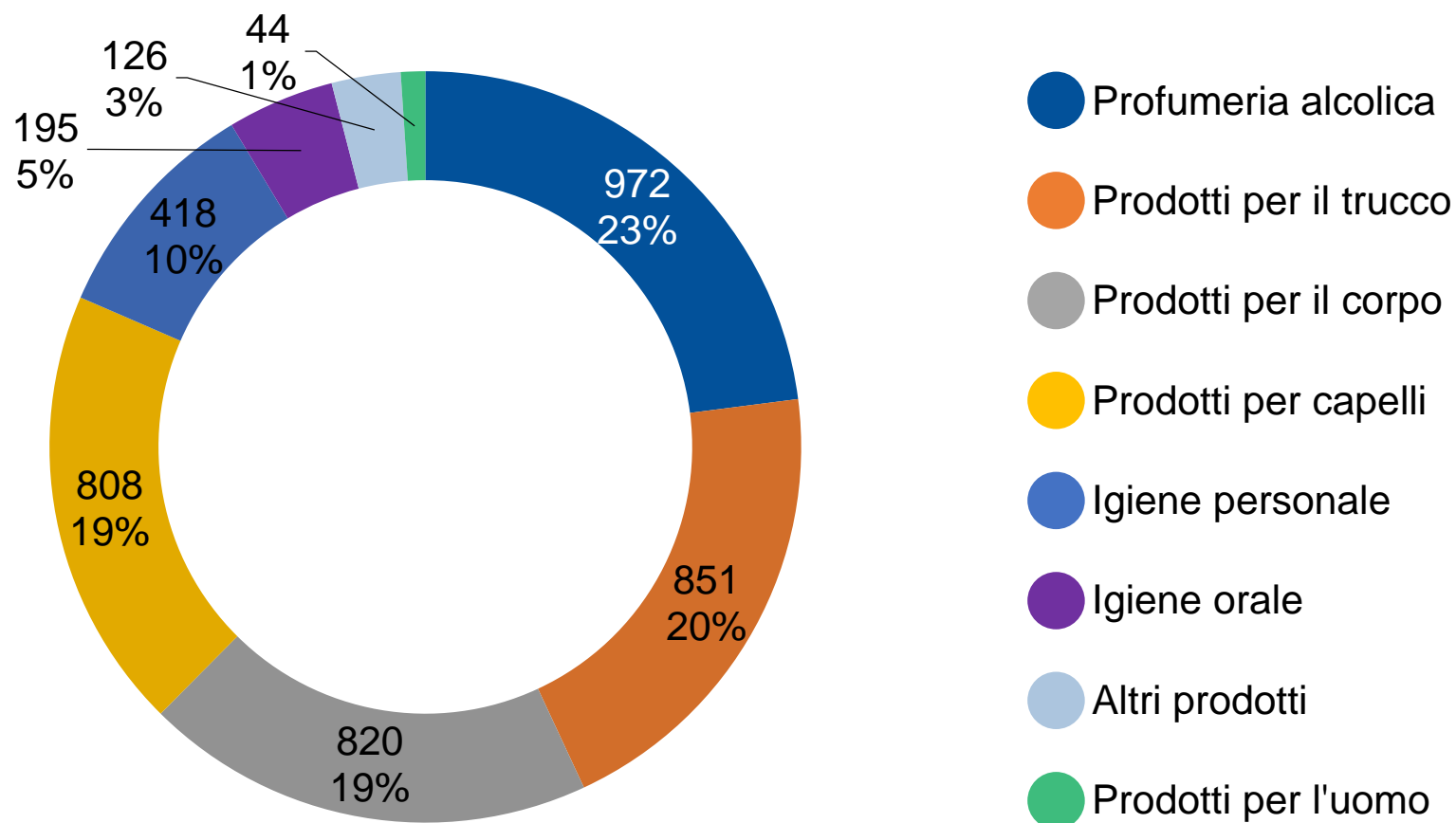


Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano

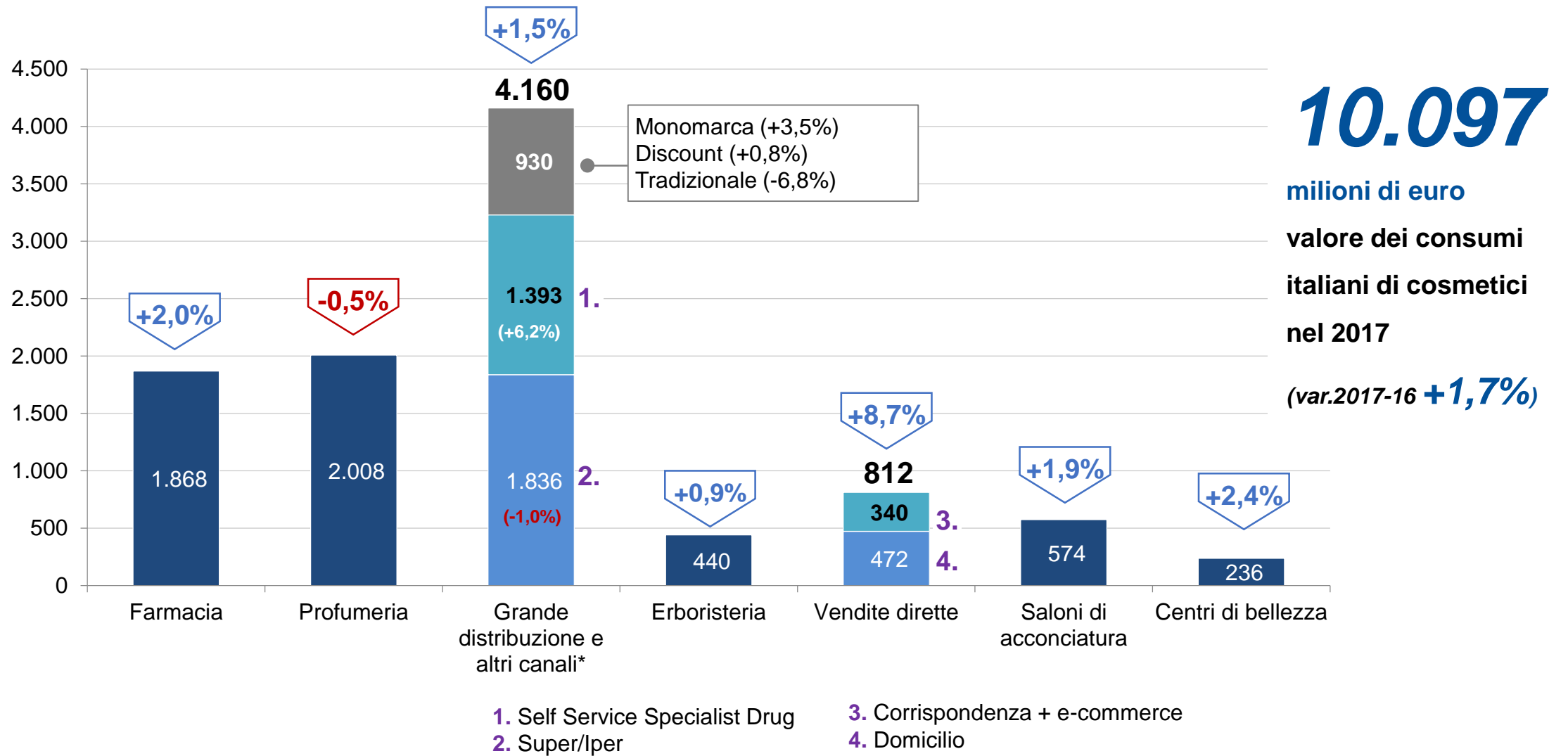


I **primi dieci paesi** di destinazione dell'**export** cosmetico italiano **concentrano** il **65%** del totale export

# EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017\* - macrocategorie

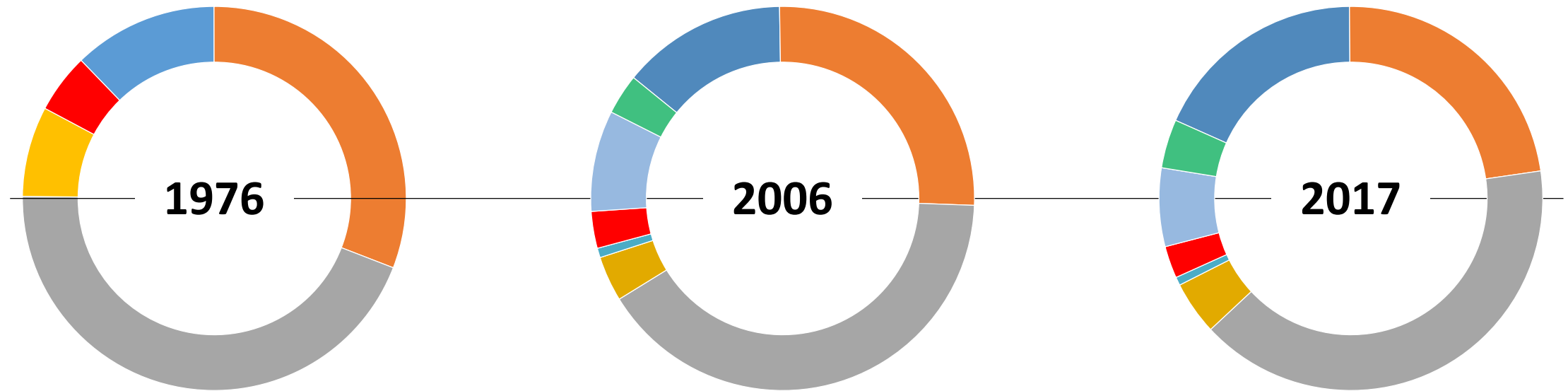


# MERCATO ITALIA NEL 2017





# LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE

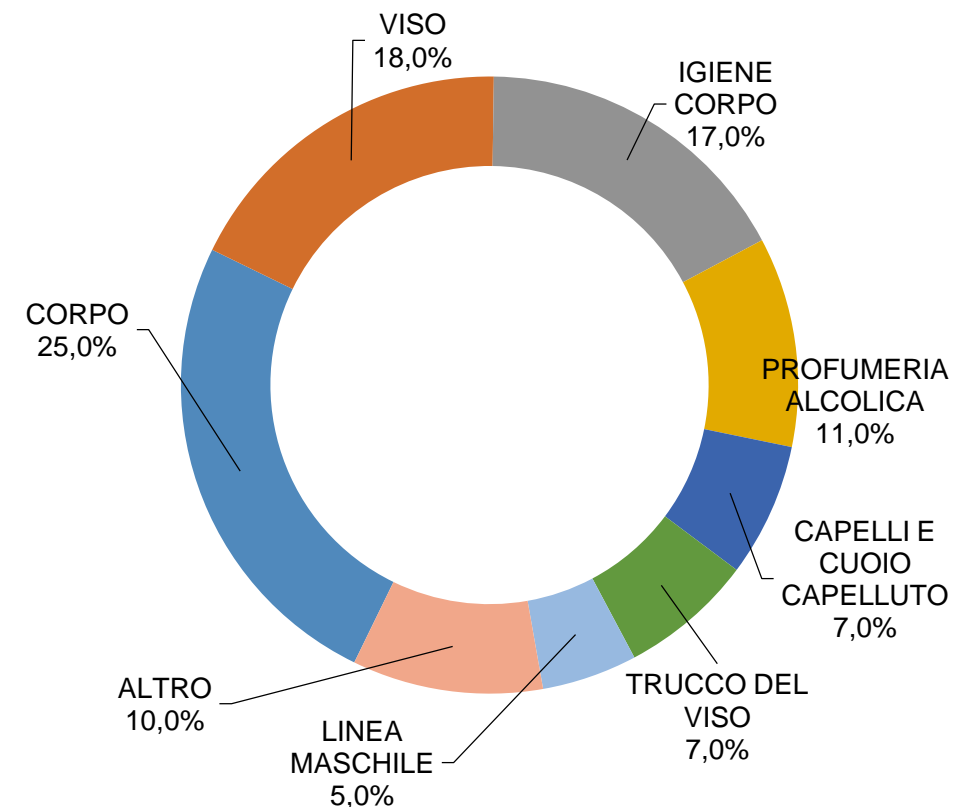


|                      | 1976 | 2006 | 2017 |
|----------------------|------|------|------|
| ● Farmacia           | 12,2 | 13,9 | 18,5 |
| ● Profumeria         | 30,9 | 25,8 | 19,9 |
| ● GDO e altri canali | 44,3 | 40,6 | 41,2 |
| ● Domicilio          | 7,6  | 3,8  | 4,7  |
| ● Corrispondenza*    | /    | 0,8  | 3,4  |
| ● Saloni di bellezza | 5,0  | 3,1  | 2,3  |
| ● Acconciatura       | /    | 8,5  | 5,7  |
| ● Erboristeria       | /    | 3,4  | 4,4  |

# ALLOCAZIONE DEI CONSUMI PER CANALE NEL 2017

| Categoria                  | Farmacia | Profumeria | Iper-super | SSS-Drug | Erboristeria |
|----------------------------|----------|------------|------------|----------|--------------|
| VISO                       | 27%      | 21%        | 9%         | 9%       | 18%          |
| CORPO                      | 24%      | 7%         | 20%        | 17%      | 25%          |
| PROFUMERIA ALCOLICA        | 1%       | 40%        | 1%         | 12%      | 11%          |
| IGIENE CORPO               | 15%      | 1%         | 21%        | 15%      | 17%          |
| CAPELLI E CUIOIO CAPELLUTO | 10%      | 2%         | 21%        | 19%      | 7%           |
| IGIENE BOCCA               | 8%       | 0%         | 16%        | 9%       | -            |
| TRUCCO DEL VISO            | 3%       | 9%         | 1%         | 4%       | 7%           |
| DERMICI BAMBINI            | 5%       | 0%         | 5%         | 3%       | 1%           |
| TRUCCO DEGLI OCCHI         | 2%       | 6%         | 1%         | 5%       | 3%           |
| LABBRA                     | 2%       | 5%         | 1%         | 3%       | 4%           |
| CONFEZIONI REGALO          | -        | 5%         | -          | -        | -            |
| LINEA MASCHILE             | 1%       | 2%         | 3%         | 2%       | 5%           |
| MANI                       | 2%       | 1%         | 1%         | 2%       | 2%           |
| COFANETTI TRUCCO           | -        | 1%         | -          | -        | -            |

## ERBORISTERIA



# STRUTTURA ECONOMICA DELL'INDUSTRIA COSMETICA

## CONTO ECONOMICO

VALORI % FATTO 100 VALORE DELLA PRODUZIONE

|   | 2016 | 2008 |
|---|------|------|
| COSTI DELLA PRODUZIONE                                  | 91,1 | 91,5 |
| RISULTATO OPERATIVO<br>(VALORE- COSTI DELLA PRODUZIONE) | 8,9  | 8,5  |
| RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE                           | 12,9 | 7,7  |
| UTILE DI ESERCIZIO                                      | 9,7  | 4,3  |

IL **FATTURATO** MEDIO DELLE IMPRESE COSMETICHE NEL 2016 È PARI A **33** MILIONI DI EURO, CON UNA CRESCITA DEL **2,8%** RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE MA CON VALORI DI POCO INFERIORI A QUELLI REGISTRATI NEL 2008 (**34** MILIONI DI EURO).

L'EVOLUZIONE PIÙ IMPORTANTE EMERGE DAL **RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE** GRAZIE A MAGGIORI **PROVENTI**, SIA DI NATURA PATRIMONIALE CHE FINANZIARIA

# ROS - REDDITIVITÀ DELLE VENDITE

|                     |
|---------------------|
| Costruzione         |
| Risultato operativo |
| Ricavi netti        |
| Lettura             |
| <2% >13%            |

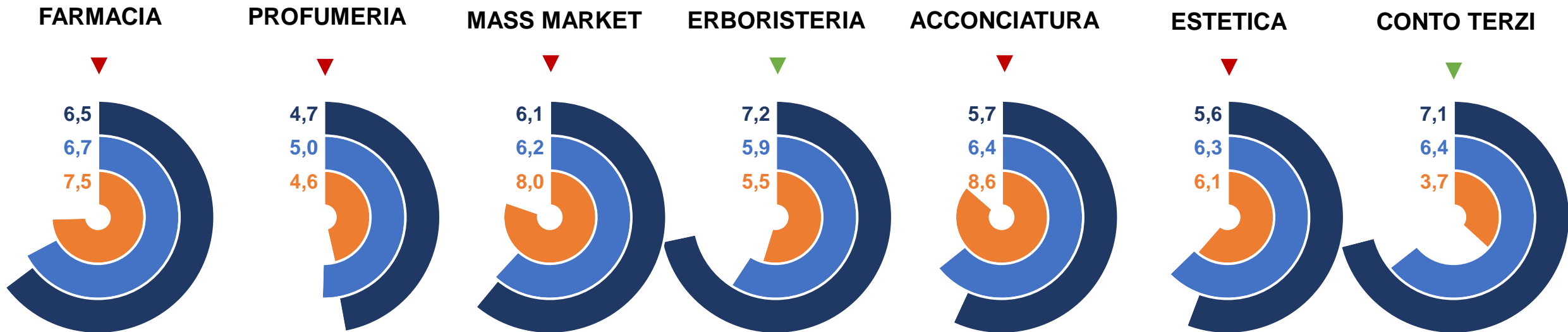


È LA DIRETTA ESPRESSIONE DEI LEGAMI TRA PREZZI DI VENDITA, VOLUMI E COSTI OPERATIVI, DATO IL FATTURATO NETTO REALIZZATO.

LA **GRANDE DISTRIBUZIONE**, CON SUPER E IPERMERCATI E ALTI VOLUMI DI VENDITA, REGISTRA UN **ROS** INFERIORE RISPETTO A CANALI CON ALTO VALORE PERCEPITO COME **ERBORISTERIA** E **FARMACIA**. TUTTAVIA, QUEST'ULTIMA HA RISENTITO NEL 2016 DELLA CANNIBALIZZAZIONE DA PARTE DI ALTRE FORMULE DISTRIBUTIVE (ES. INVESTIMENTI DI FORMAZIONE = QUALIFICAZIONE DEL PERSONALE)

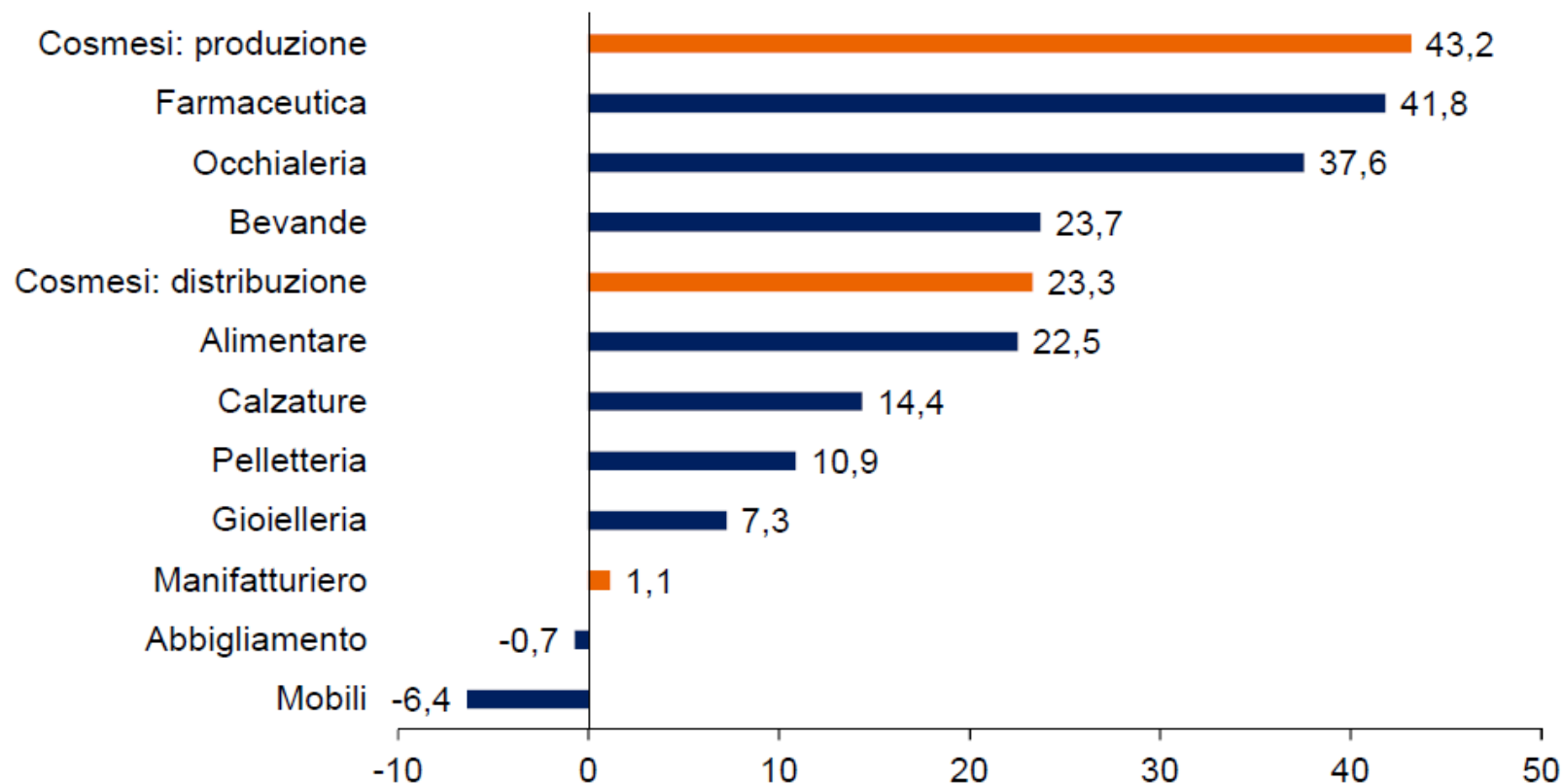
GRANDE ITALIANA ▲

PICCOLA-MEDIA ESTERA ▼



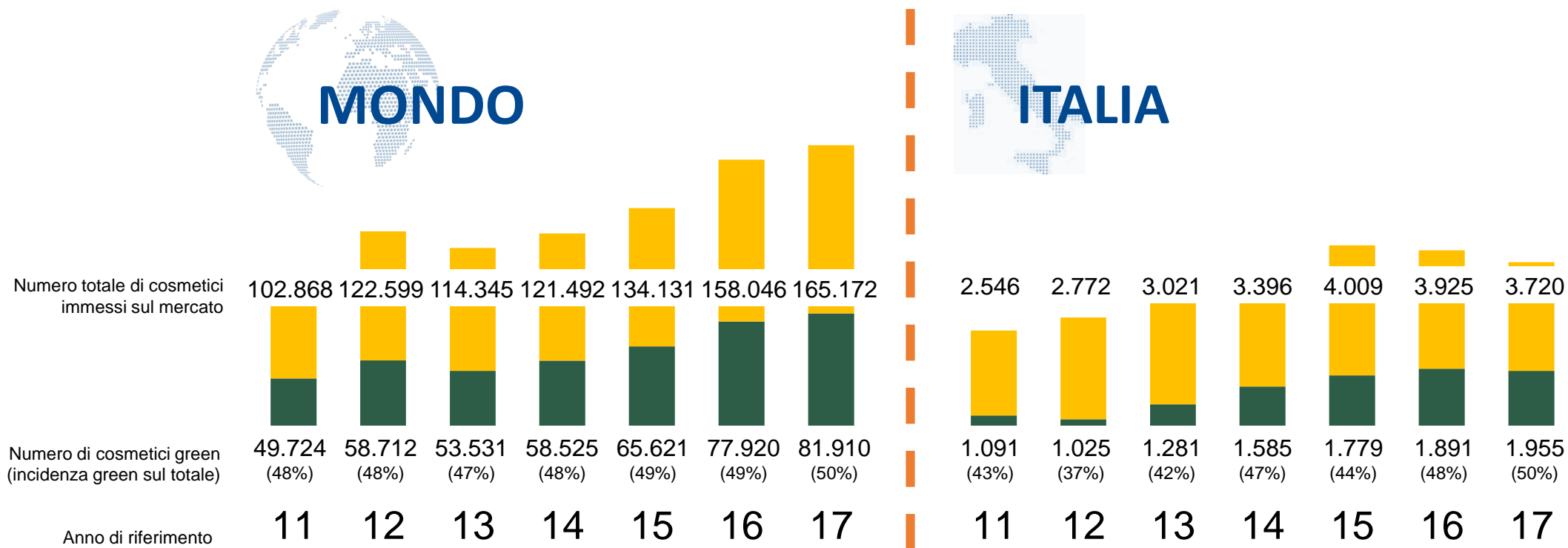
# ANALISI ECONOMICO-PATRIMONIALE: CONFRONTO SETTORIALE

Variazione % del fatturato tra 2008 e 2016 (valori mediani)



# EVOLUZIONE DEL FENOMENO “GREEN” NEL COSMETICO: I LANCI\*

Nel 2017 l'offerta di cosmetici cosiddetti *green* in Italia (**1.955** lanci) rappresenta il **2,4%** di quella mondiale, mentre l'incidenza del green nel mercato interno è pari al **50%** del totale dei prodotti immessi in Italia. Sono valori perfettamente **allineati** con la **media mondiale**, pur avendo avuto uno sviluppo differito di circa cinque anni.

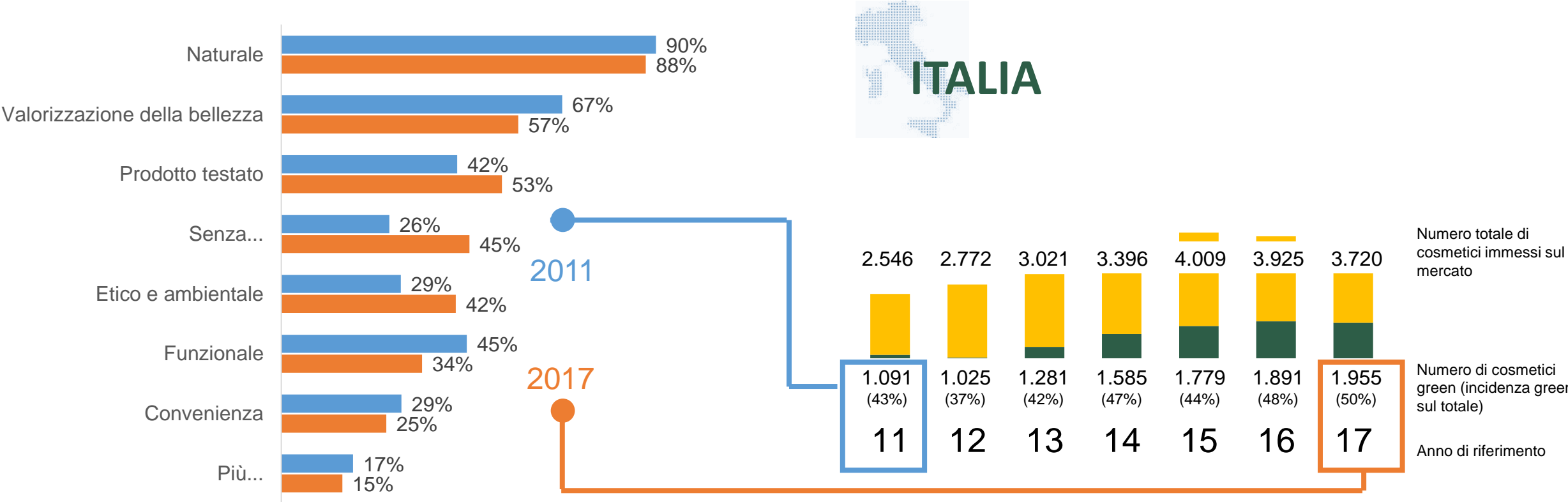


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati

\* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

# EVOLUZIONE DEI CLAIM NEI LANCI\* DI COSMETICI “GREEN” IN ITALIA

Evoluzione della scomposizione dei claim dei cosmetici a connotazione naturale immessi sul mercato italiano nel 2011 e 2017 (addensamenti in percentuale per totale referenze green)

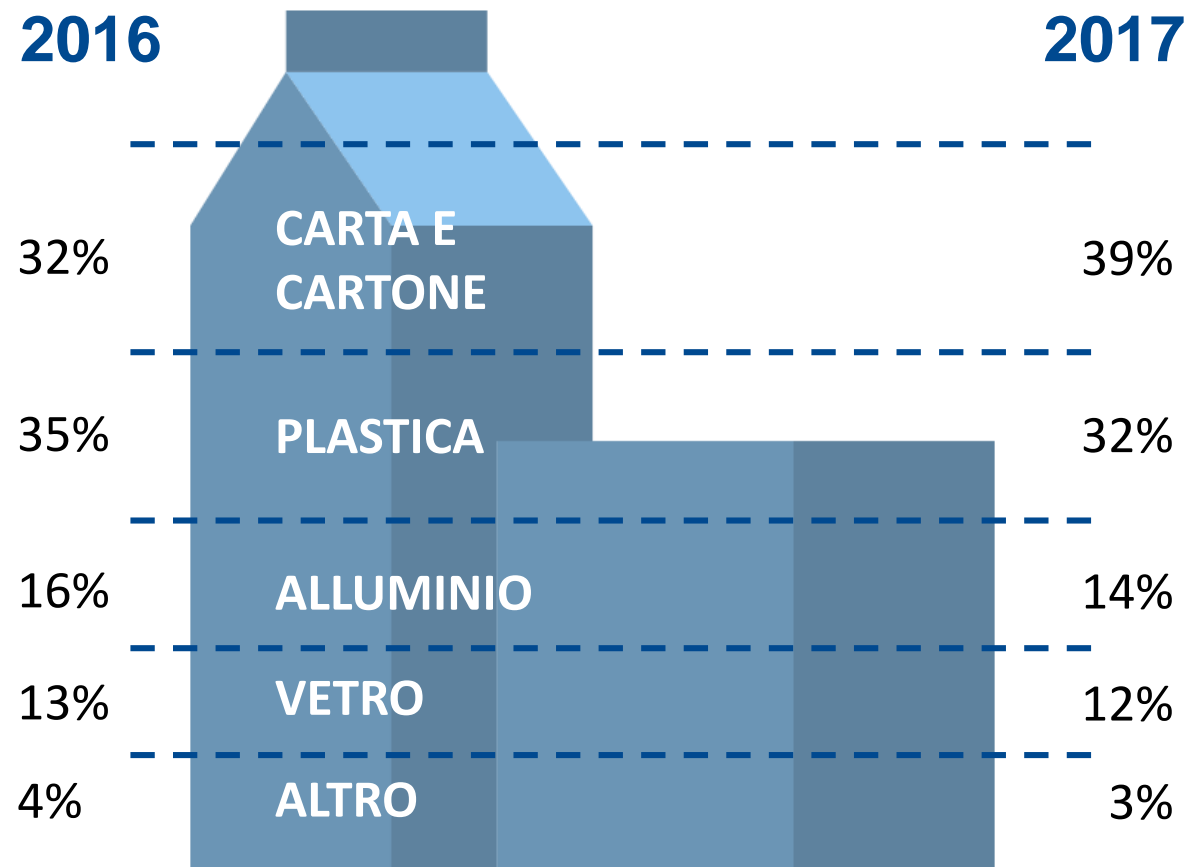


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **Mintel**  
\* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

# COMPOSIZIONE DEL PACKAGING

MEDIA VALORI

**2016**



MEDIA VALORI

**2017**

Utilizzo maggiore di **carta** e **cartone**: fenomeno probabilmente non solo generato da una razionalizzazione dei composti plastici (32% rispetto al 35% nel 2016), ma anche da una coerenza semiotica del successo dei prodotti a **connotazione naturale**.

È in atto un trend per il quale le aziende tendono ad usare confezioni «essenziali» con materiali riciclabili e di facile utilizzo, creando una nuova esperienza nella fruizione del prodotto.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati



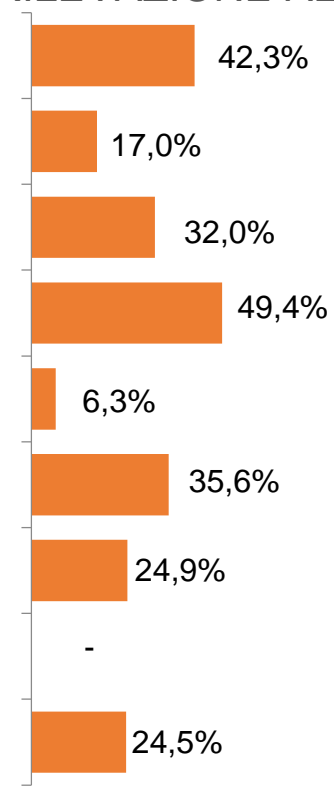
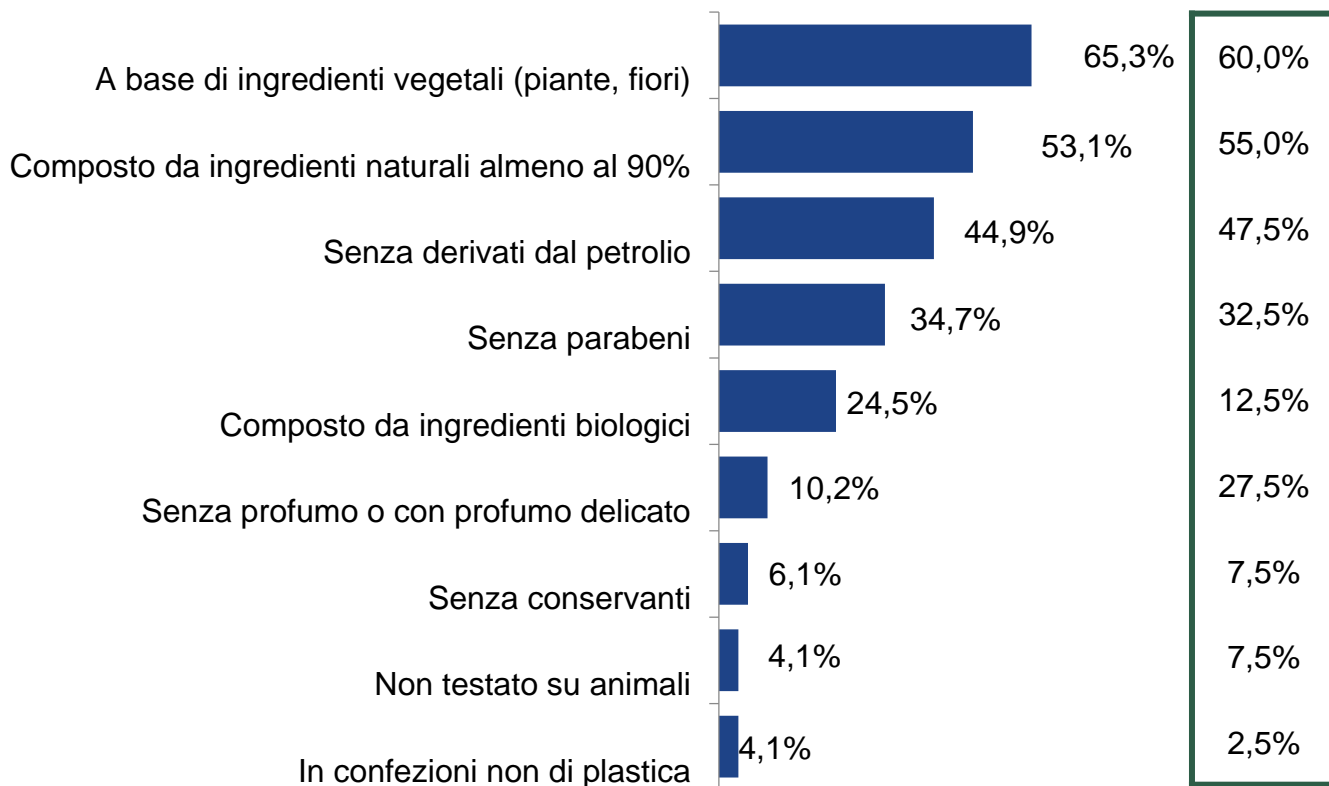
# COSMETICI NATURALI: IDENTIKIT NEL 2018

Principali caratteristiche che definiscono un cosmetico naturale

## LATO INDUSTRIA

Confronto con  
Edizione 2017

## LATO ERBORISTI (RILEVAZIONE AL SANA 2017)



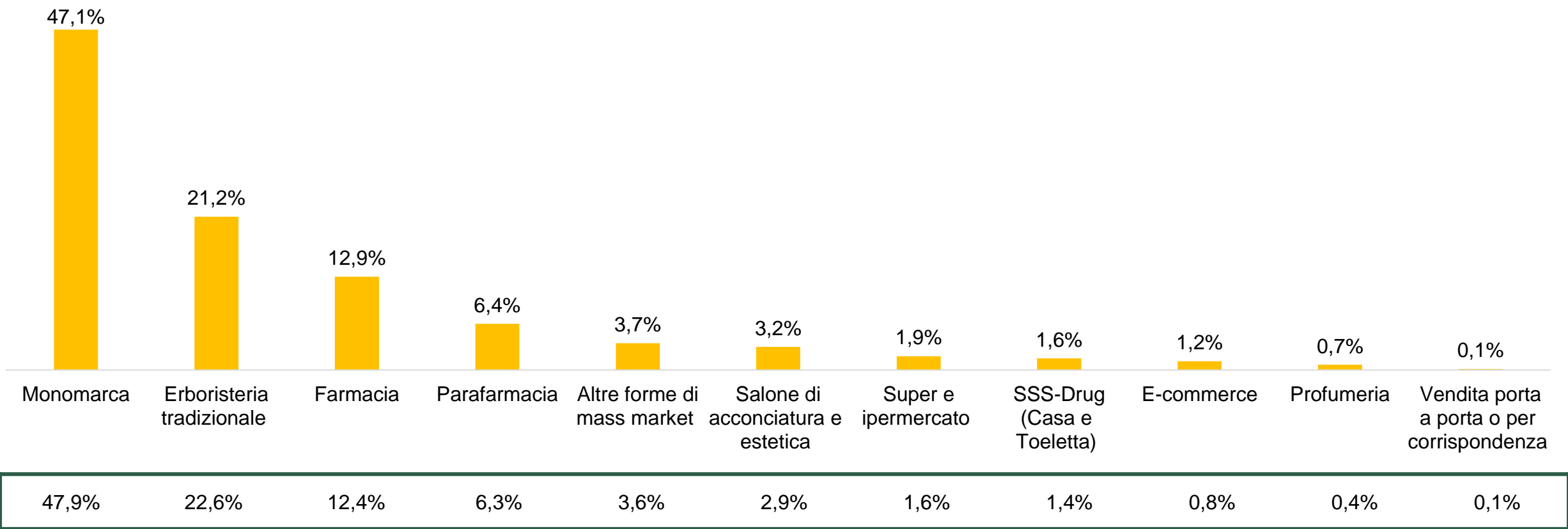
# IL DICHIARATO DELLE IMPRESE INTERVISTATE NEL 2018

Il fatturato green nel 2017 delle aziende intervistate tocca i **1.000** milioni di euro, pari al **9,5%** del fatturato cosmetico italiano (10.950 milioni di euro).

Il valore dell'export green è superiore al **5%** del totale export (244 su 4.700 milioni di euro)

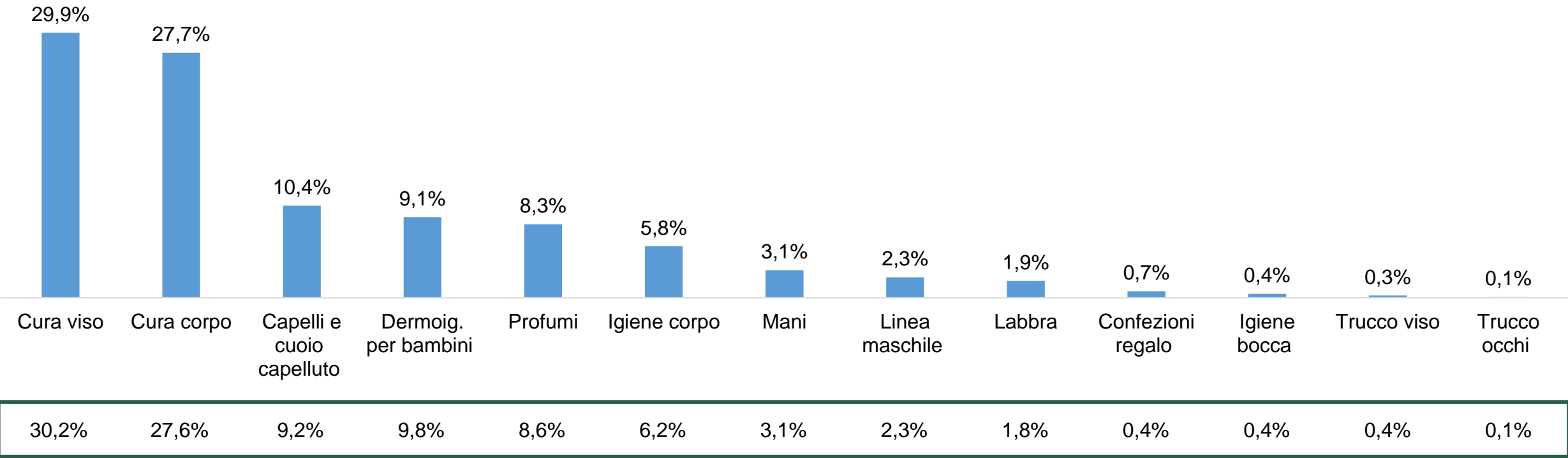


# FATTURATO (SELL-IN) GREEN COMPLESSIVO NEI CANALI DI VENDITA NEL 2017



Confronto con Fatturato 2016

# FATTURATO (SELL-IN) GREEN NELLE CATEGORIE DI PRODOTTO NEL 2017

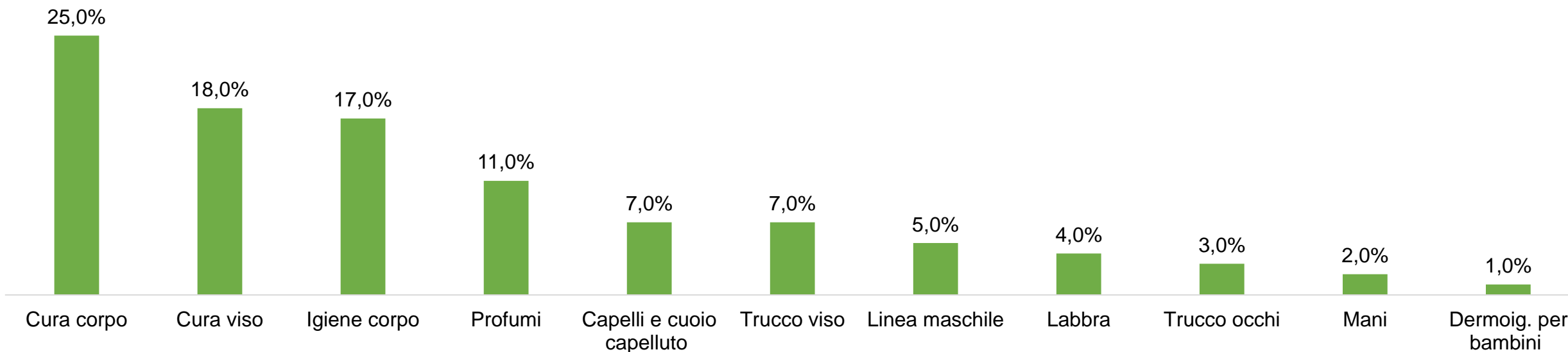


Confronto con Fatturato 2016

# MERCATO (SELL-OUT) GREEN NELLE CATEGORIE DI PRODOTTO NEL 2017

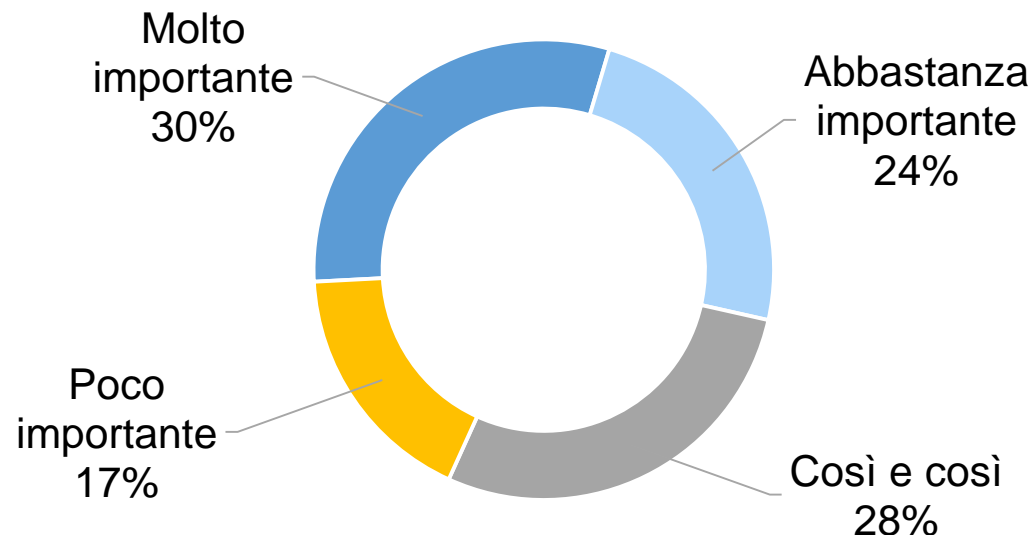
Il valore del mercato green nel mondo nel 2017 è stimato a **45.800** milioni di euro, in Italia supera i **1.100** milioni di euro.

**Ripartizione % dei consumi di cosmetici green in Italia per categoria nel 2017**



# LE CERTIFICAZIONI DEL COSMETICO: INDAGINE QUALITATIVA

## Grado di importanza della certificazione biologica



## Le principali certificazioni utilizzate

ICEA  
COSMOS  
ECOCERT  
AIAB  
CCPB  
NATRUE  
DEMETER

Fatto 100 il fatturato dei soli cosmetici green, meno del **10%** è associato ad una certificazione biologica

17 marzo 2018

# Grazie