

Lo scenario del mercato cosmetico green

In collaborazione con



Gian Andrea Positano

Responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia

Bologna, 17 marzo 2018

IL MERCATO COSMETICO

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



EVOLUZIONE INDUSTRIA

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

PREVISIONE CANALI

| CANALI | CONSUNTIVI 2016 | PRECONSUNTIVI 2017 | PREVISIONI 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)



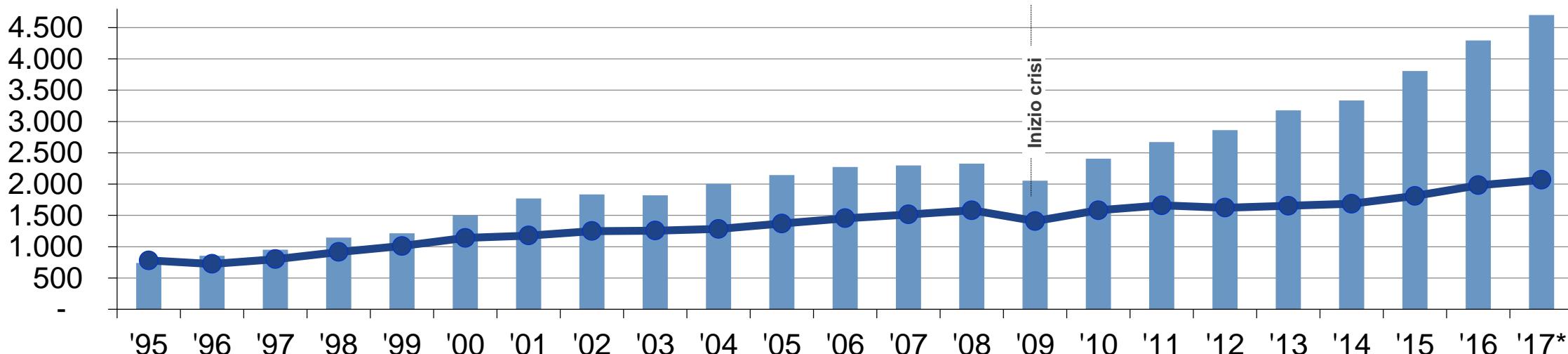
Import 2.054

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

2.584

saldo commerciale 2017*

(2.312 mio/€ nel 2016)

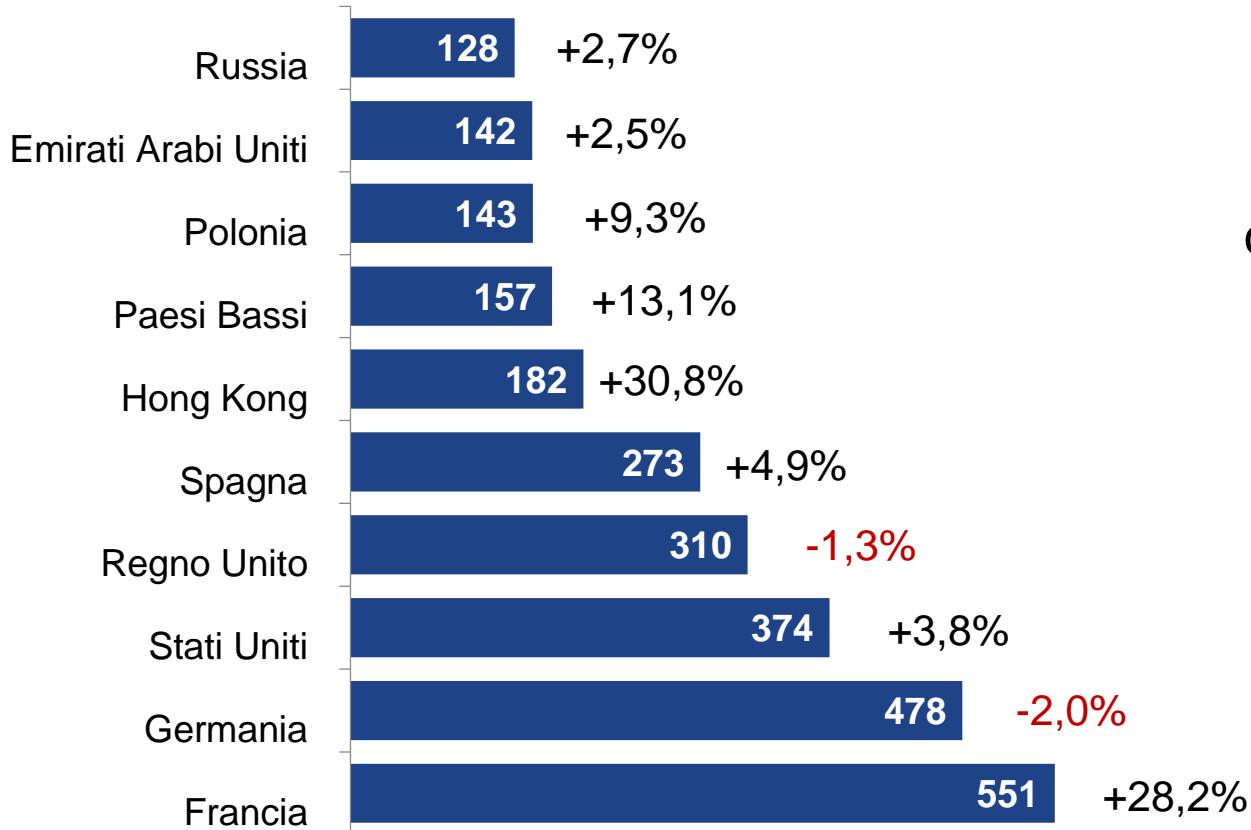


EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017*

Peso % sul totale export cosmetico italiano

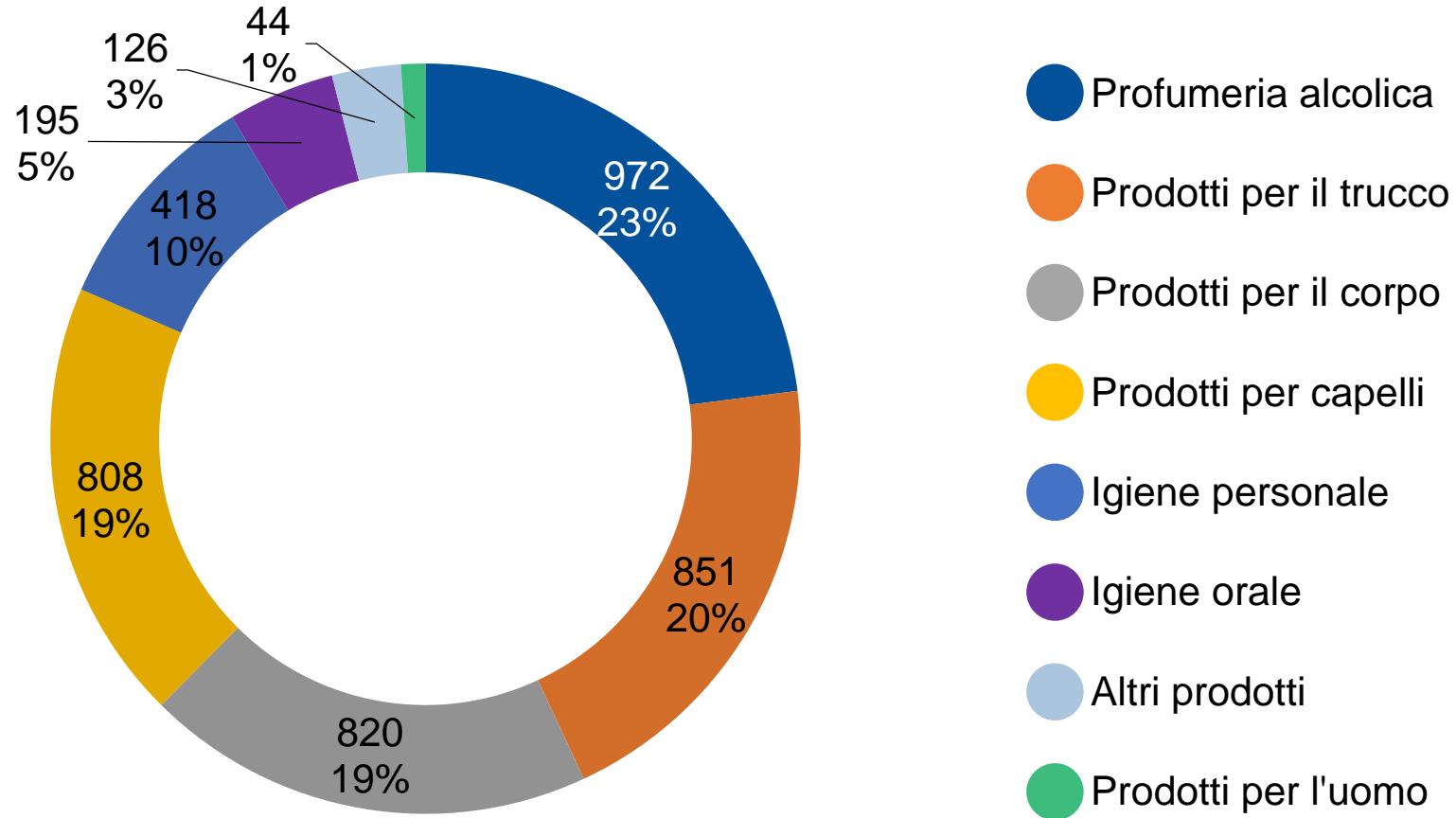


Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano

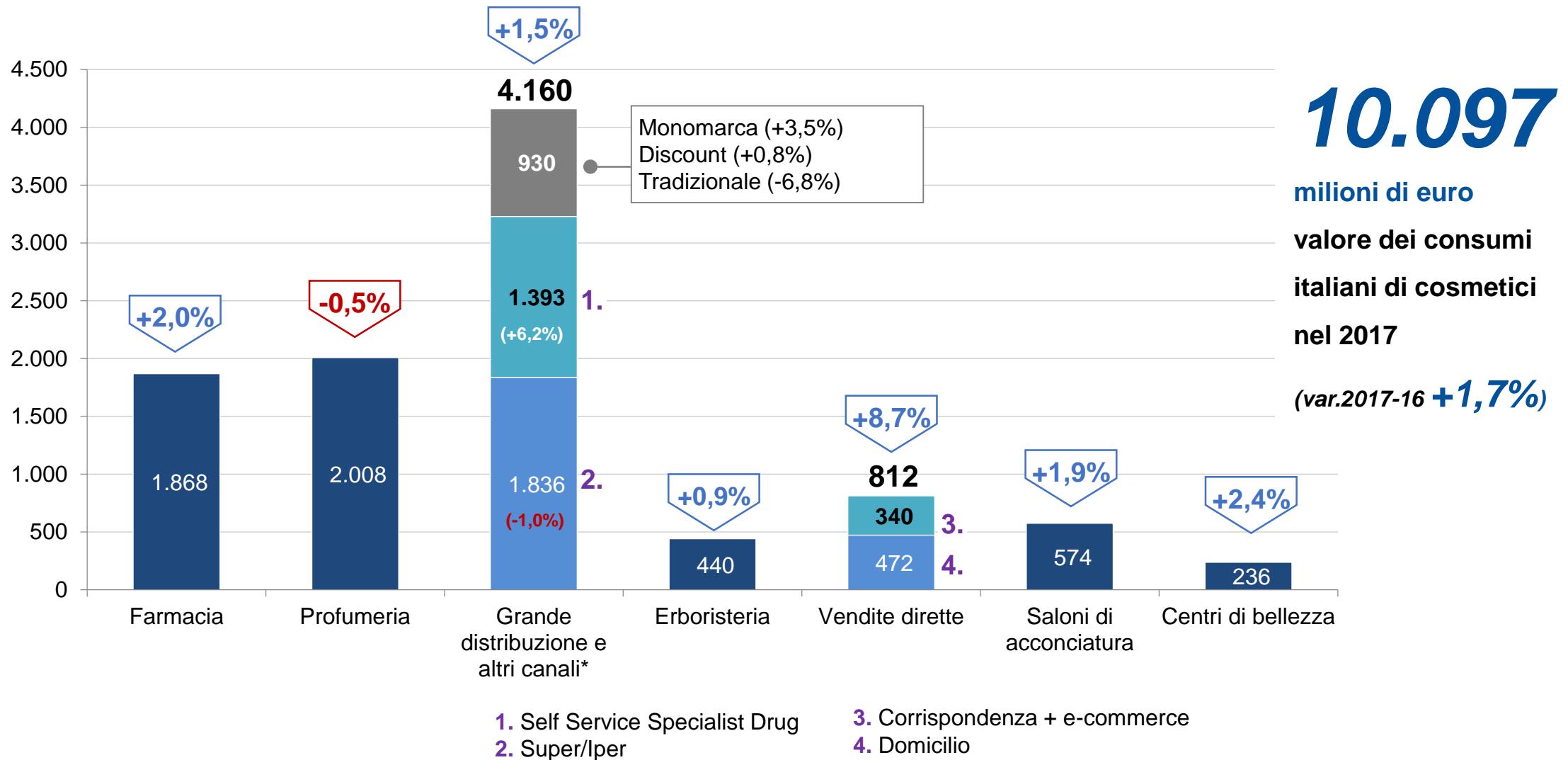


I primi dieci paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano concentrano il 65% del totale export

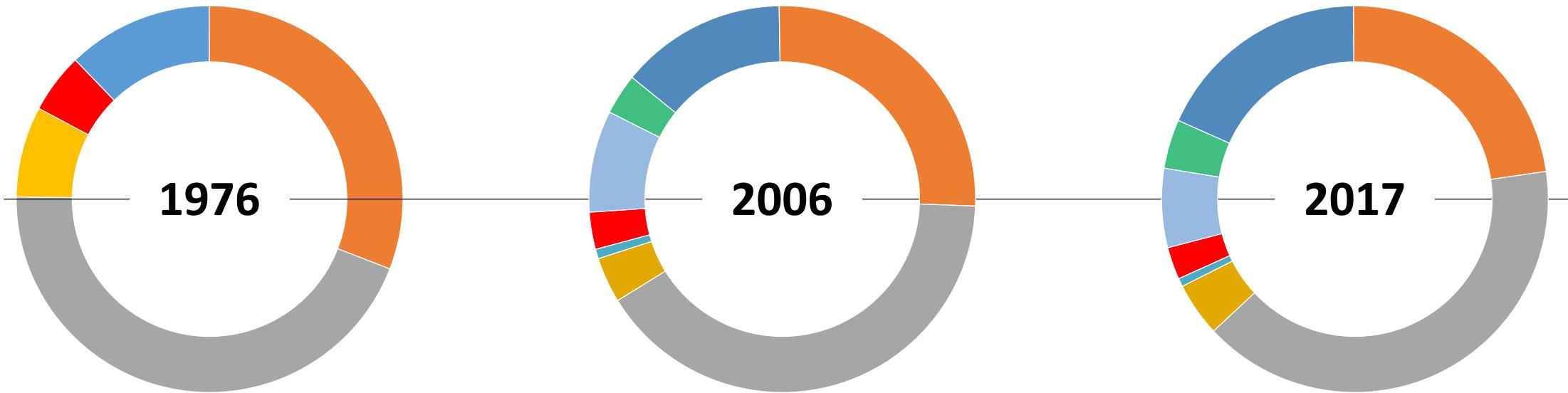
EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017* - macrocategorie



MERCATO ITALIA NEL 2017



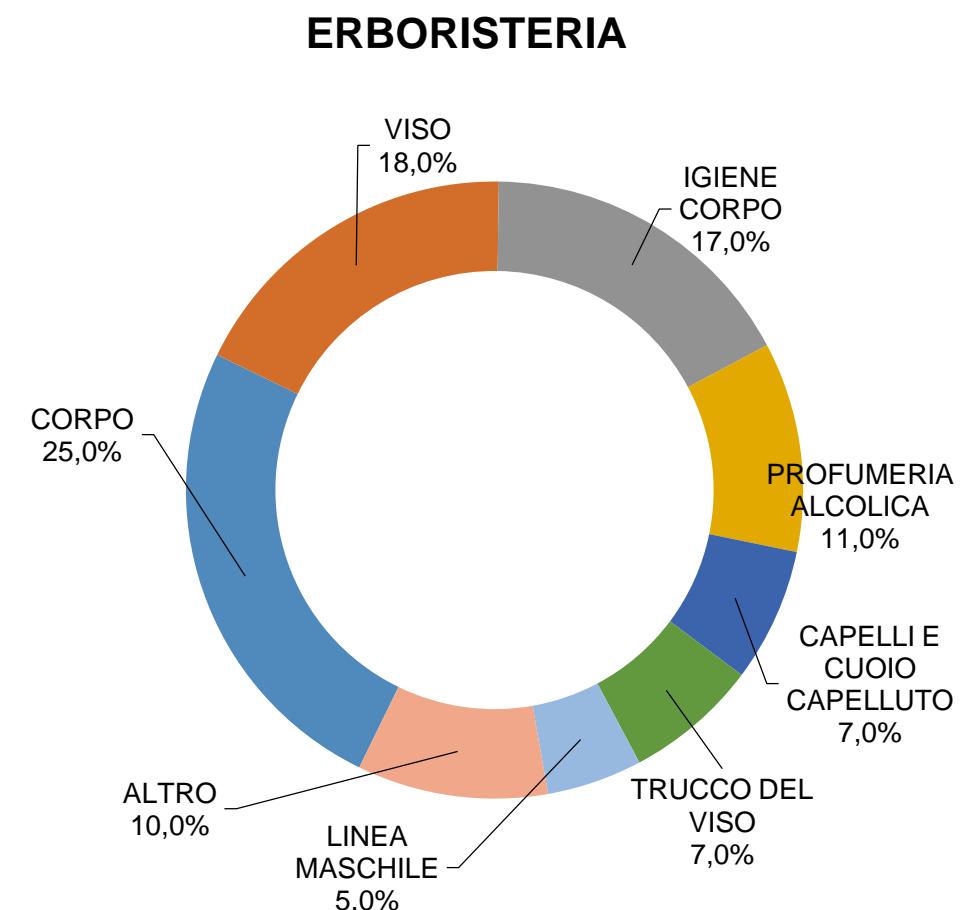
LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE



| | 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

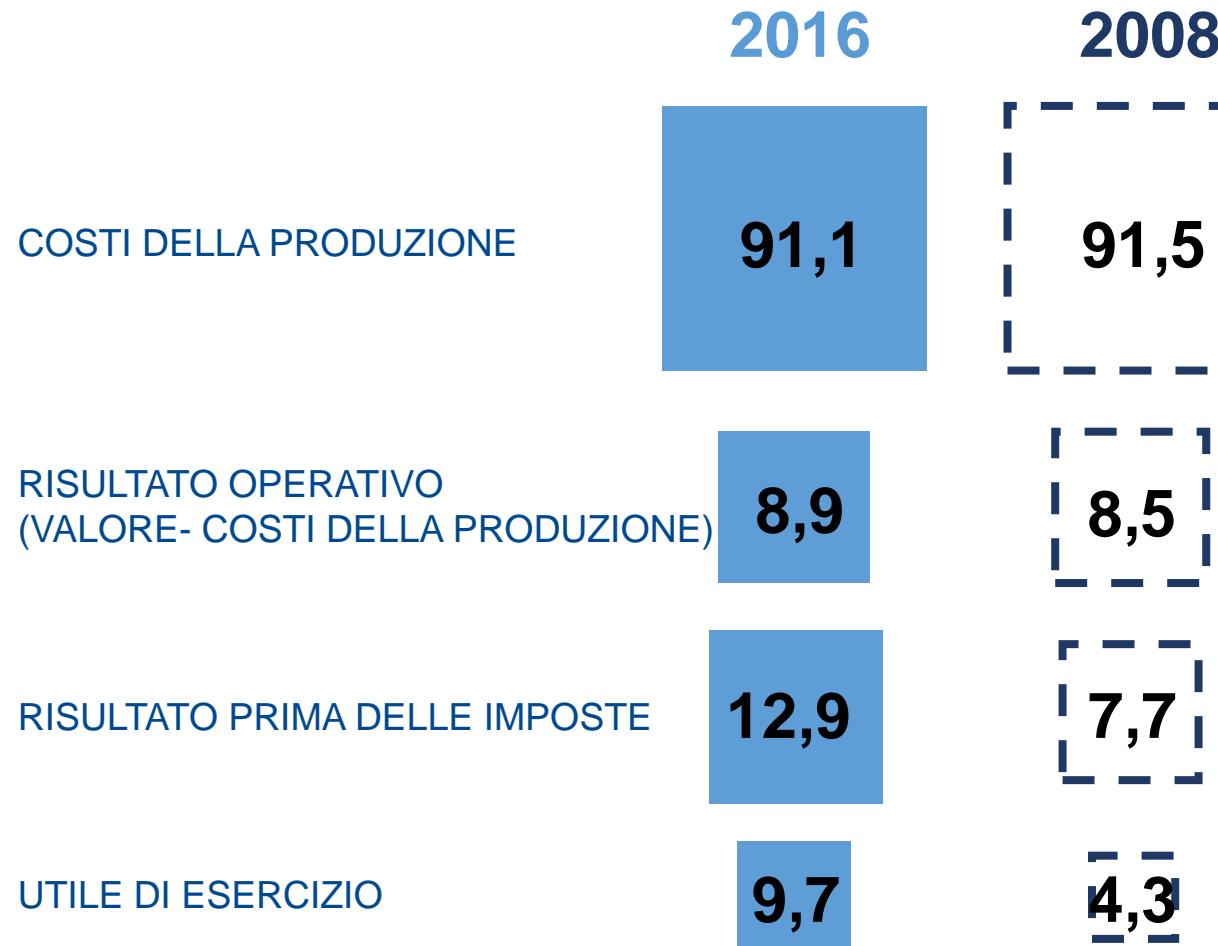
| Categoria | Farmacia | Profumeria | Iper-super | SSS-Drug | Erboristeria |
|---------------------------|----------|------------|------------|----------|--------------|
| VISO | 27% | 21% | 9% | 9% | 18% |
| CORPO | 24% | 7% | 20% | 17% | 25% |
| PROFUMERIA ALCOLICA | 1% | 40% | 1% | 12% | 11% |
| IGIENE CORPO | 15% | 1% | 21% | 15% | 17% |
| CAPELLI E CUOIO 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% | - | - | - |



STRUTTURA ECONOMICA DELL'INDUSTRIA COSMETICA

CONTO ECONOMICO

VALORI % FATTO 100 VALORE DELLA PRODUZIONE



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

2016

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

2015

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)

2008

GRANDE ITALIANA 

PICCOLA-MEDIA ESTERA 

FARMACIA

PROFUMERIA

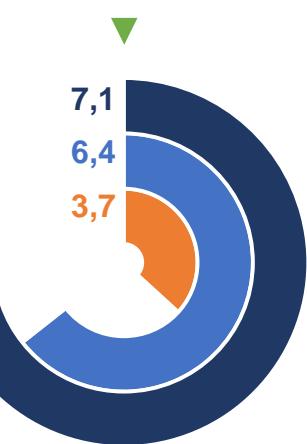
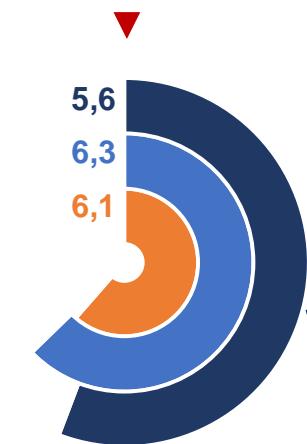
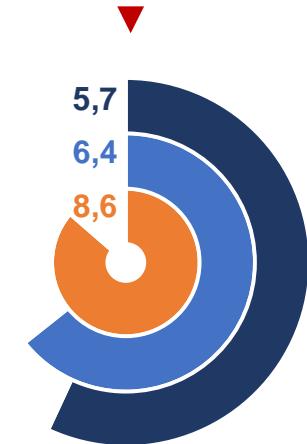
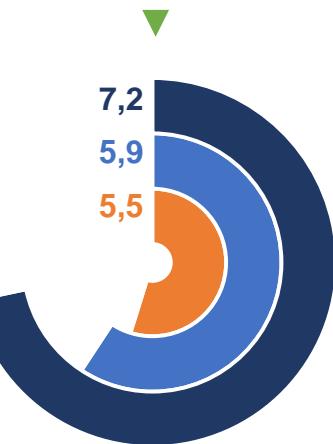
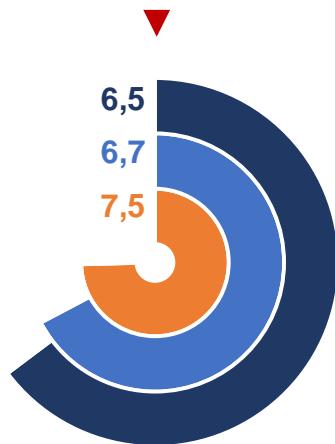
MASS MARKET

ERBORISTERIA

ACCONCIATURA

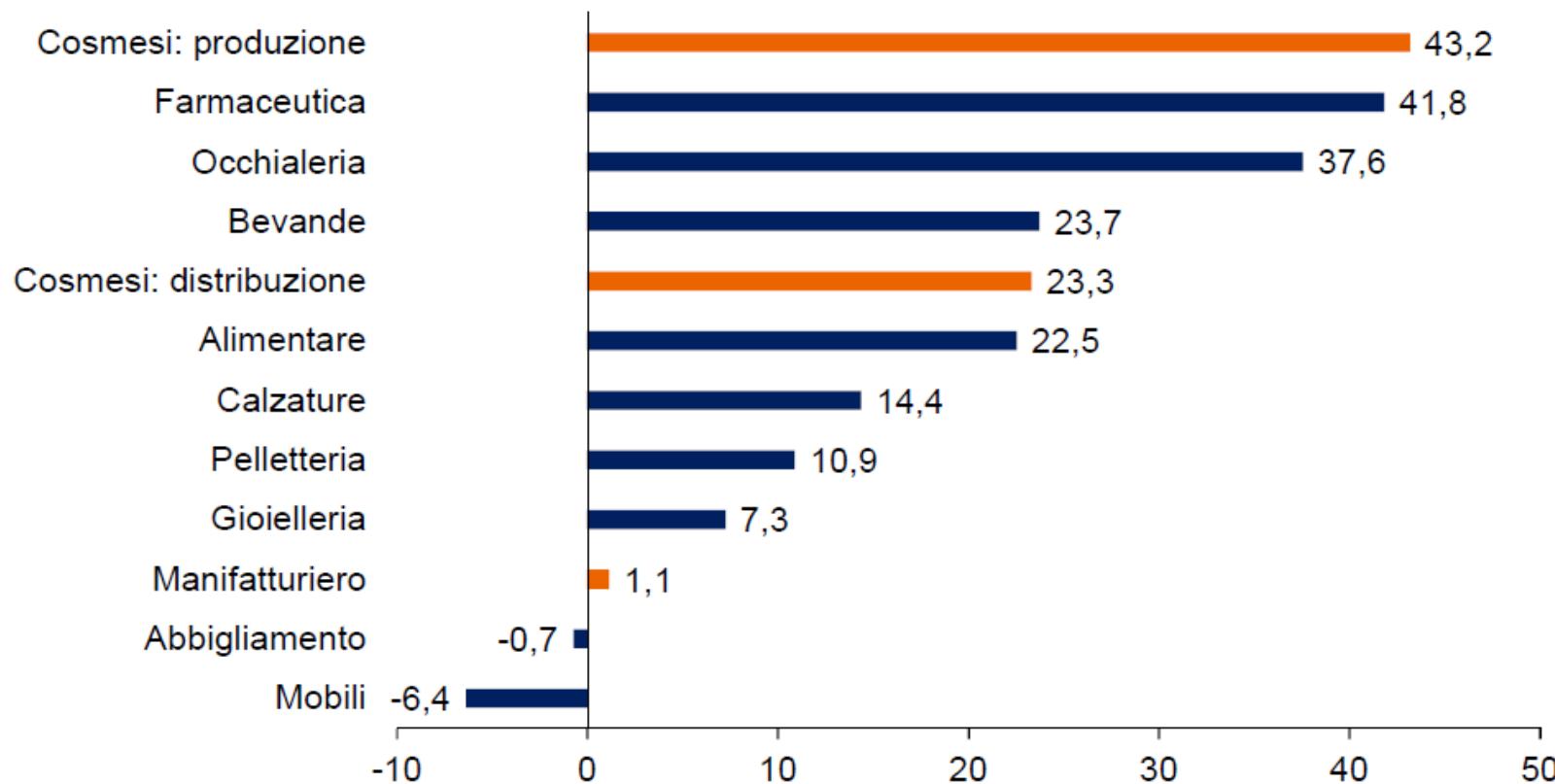
ESTETICA

CONTO TERZI



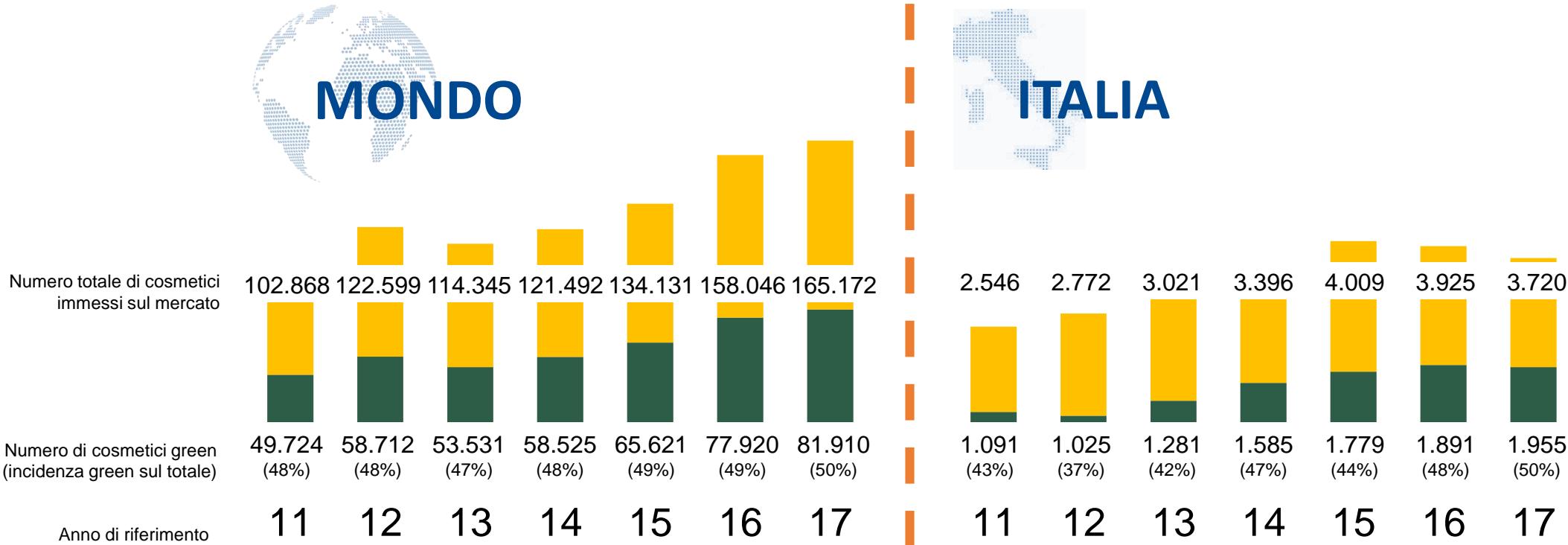
ANALISI ECONOMICO-PATRIMONIALE: CONFRONTO SETTORIALE

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.

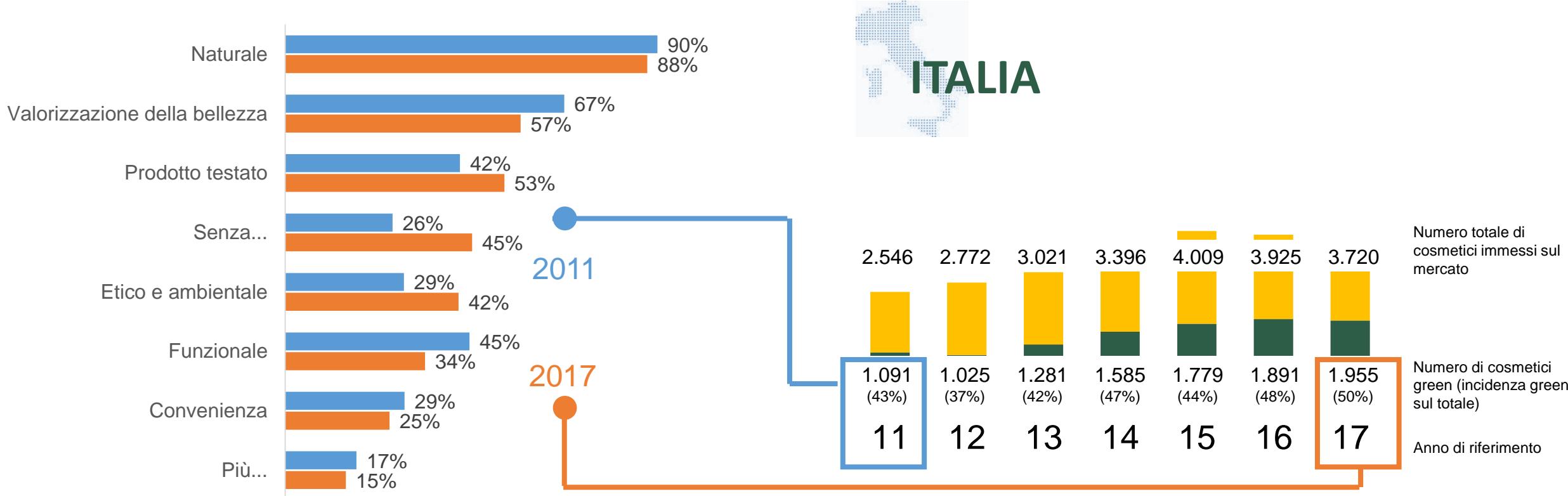


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **MINTEL**

* 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)



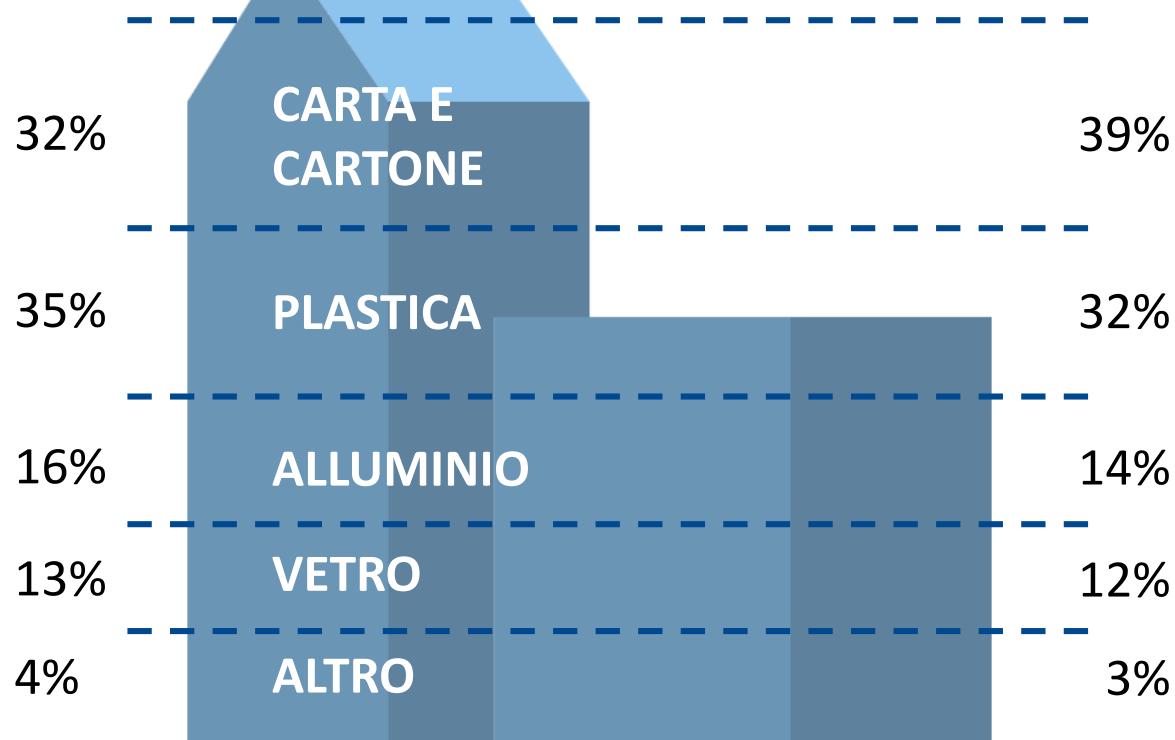
Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati MINTEL

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

COMPOSIZIONE DEL PACKAGING

MEDIA VALORI

2016



MEDIA VALORI

2017

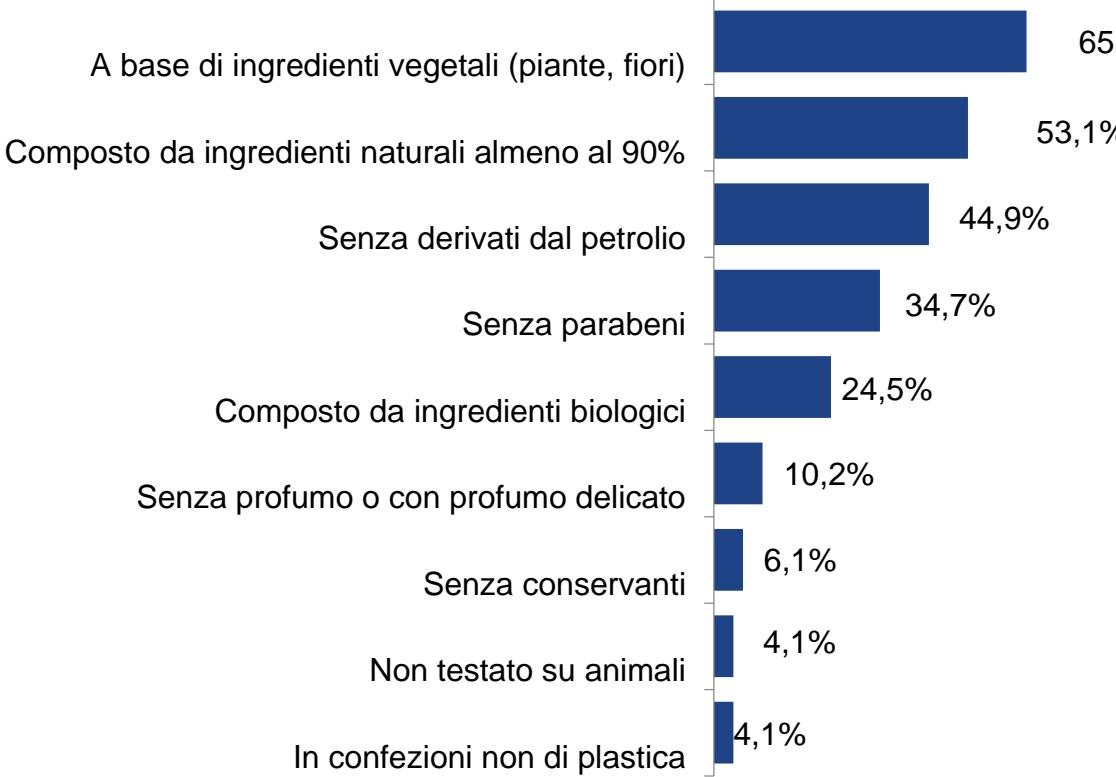
Utilizzo maggiore di **carta** e **cartone**: fenomeno probabilmente non solo generato da una razionalizzazione dei composti plastici (32% rispetto al 35% nel 2016), ma anche da una coerenza semiotica del successo dei prodotti a **connotazione naturale**.

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.

COSMETICI NATURALI: IDENTIKIT NEL 2018

Principali caratteristiche che definiscono un cosmetico naturale

LATO INDUSTRIA

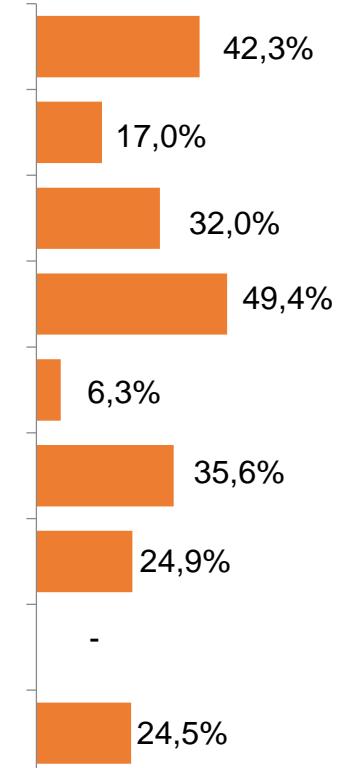


Confronto con
Edizione 2017

| |
|-------|
| 60,0% |
| 55,0% |
| 47,5% |
| 32,5% |
| 12,5% |
| 27,5% |
| 7,5% |
| 7,5% |
| 2,5% |

LATO ERBORISTI

(RILEVAZIONE AL SANA 2017)



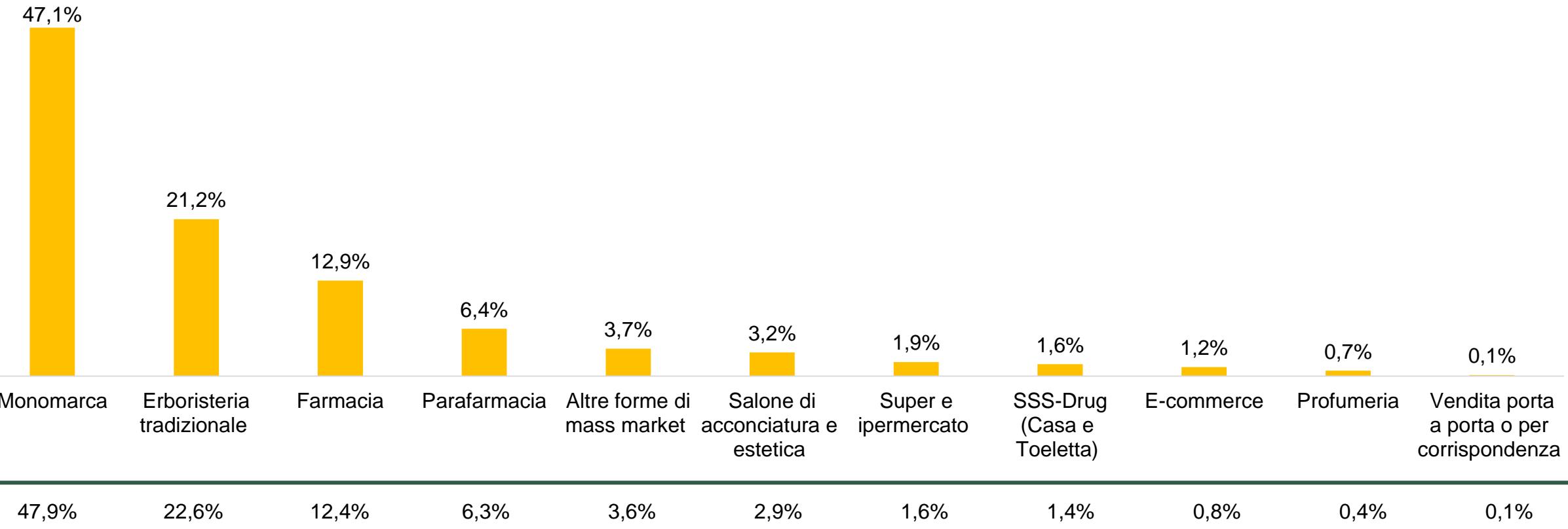
IL DICHIARATO DELLE IMPRESE INTERVISTATE NEL 2018

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)

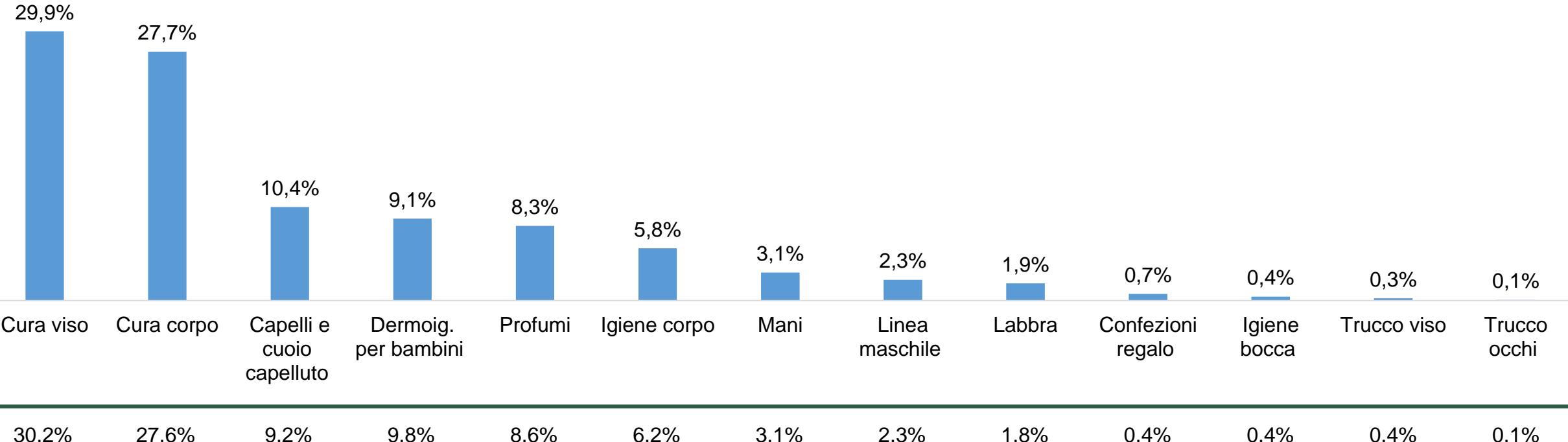


FATTURATO (SELL-IN) GREEN COMPLESSIVO NEI CANALI DI VENDITA NEL 2017



Confronto con Fatturato 2016

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

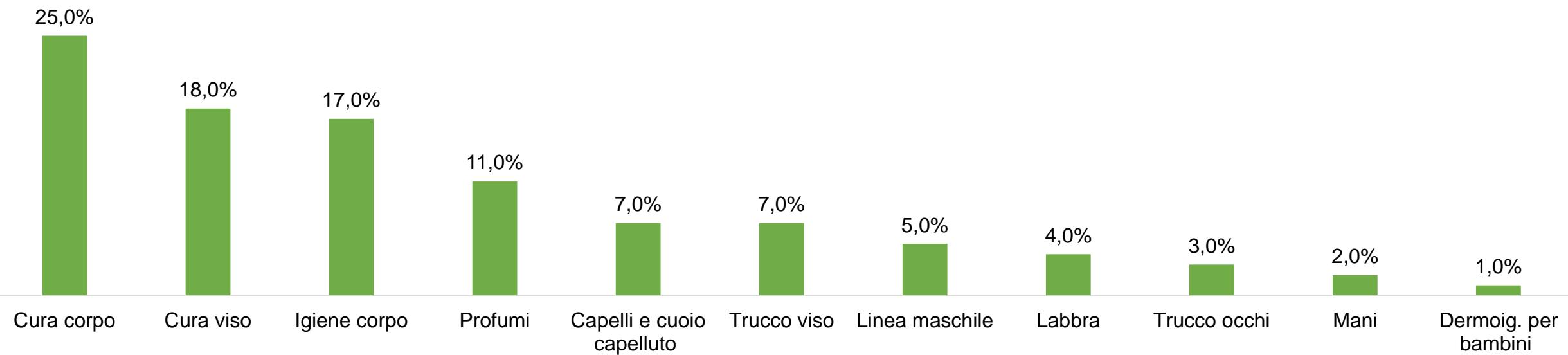


Confronto con Fatturato 2016

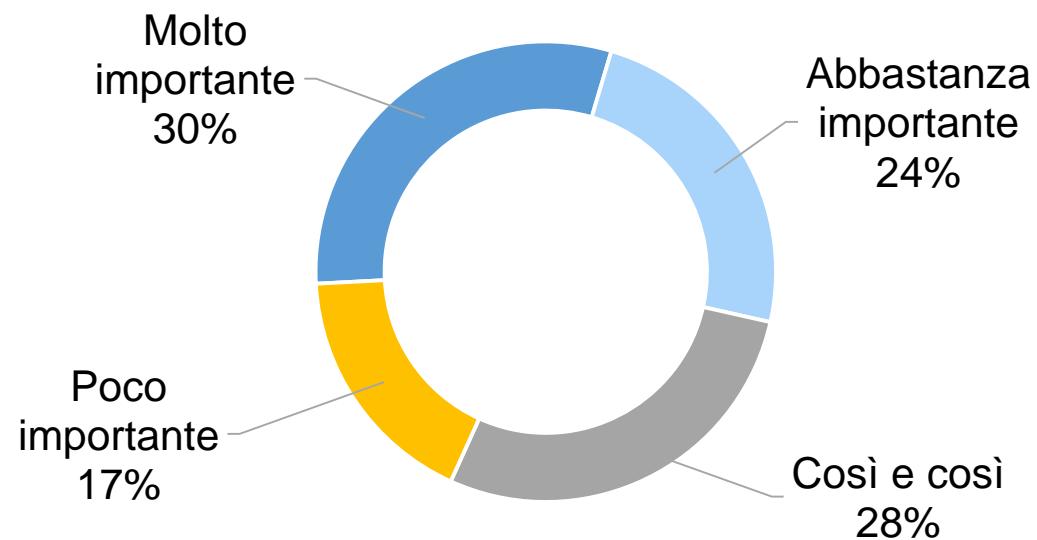
MERCATO (SELL-OUT) GREEN NELLE CATEGORIE DI PRODOTTO NEL 2017

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



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



associazione nazionale imprese cosmetiche

17 marzo 2018

Grazie