



# EVOLUZIONE E TREND DEL MERCATO E DELL'INDUSTRIA COSMETICA ITALIANA

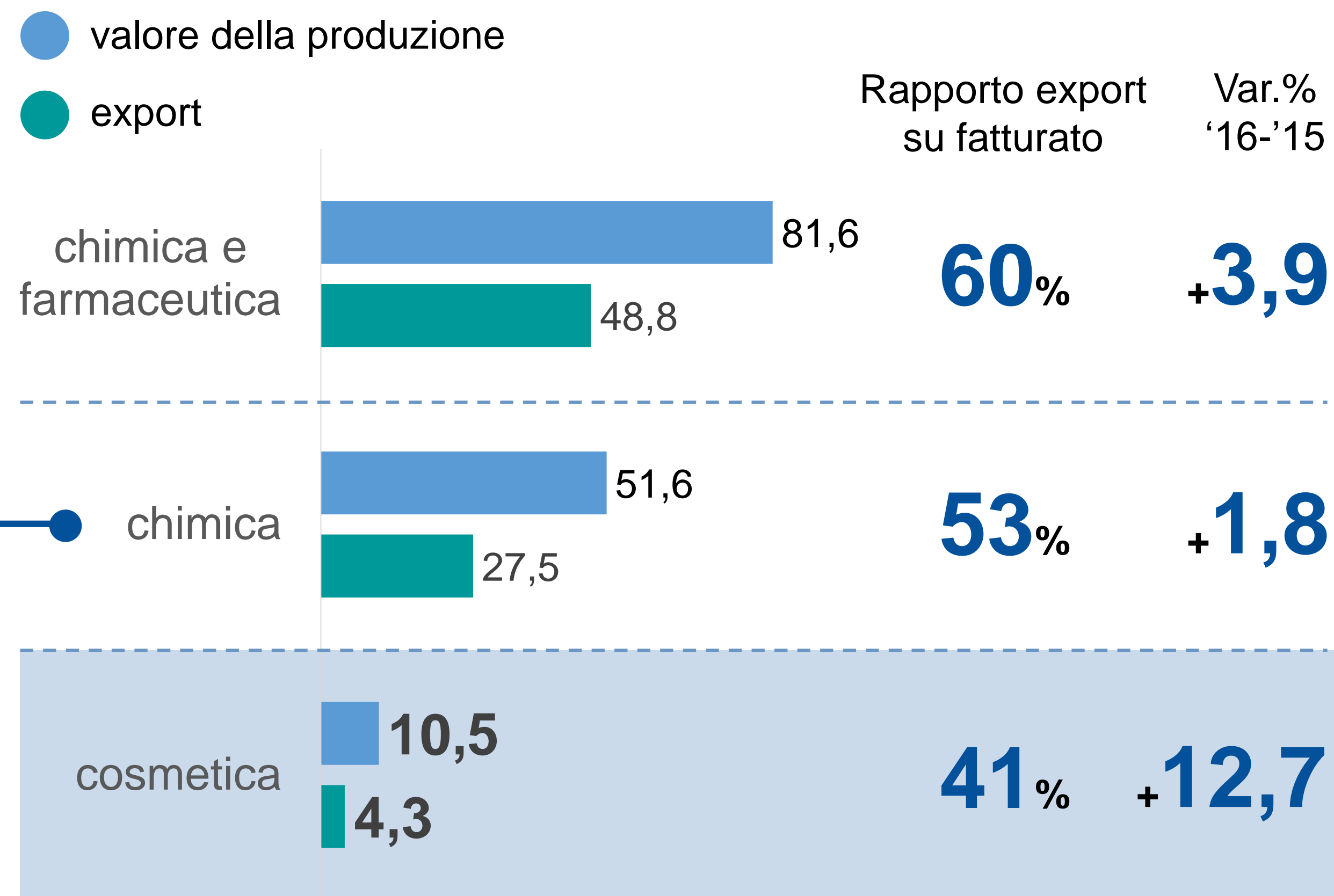
**ROBERTO ISOLDA**  
Centro Studi Cosmetica Italia

**27 novembre 2017**



# L'INDUSTRIA COSMETICA ITALIANA E CONFRONTI MACRO

Il **sistema Italia**  
ha un valore della  
produzione pari a  
**1.672** miliardi di euro  
ed esportazioni pari a  
**417** miliardi di euro,  
con un rapporto tra i due  
pari al **25%**



# IL MERCATO COSMETICO

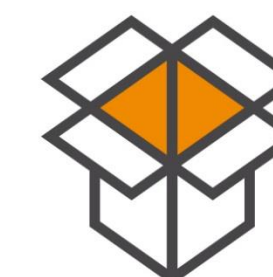
	Mercato Italia	Esportazioni
2016	<b>+0,5%</b> (9.890 mio/€)	<b>+12,7%</b> (4,293 mio/€)
2017*	<b>+1,2%</b> (10.000 mio/€)	<b>+9,5%</b> (4.700 mio/€)



\* Previsione Centro Studi



# LA CONGIUNTURALE DELLA FILIERA COSMETICA



In collaborazione con  
**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA



# IL FATTURATO DELLA FILIERA COSMETICA

	INDUSTRIA	MATERIE PRIME	MACCHINARI	IMBALLAGGI	TOTALE
<b>Fatturato 2015</b>	<b>9.971</b>	<b>895</b>	<b>300</b>	<b>3.140</b>	<b>14.306</b>
(var.% '15/'14)	6,0	3,0	2,0	5,0	5,5
<b>Fatturato 2016</b>	<b>10.502</b>	<b>945</b>	<b>306</b>	<b>3.300</b>	<b>15.053</b>
(var.% '16/'15)	5,3	5,6	2,0	5,0	5,2
<b>Export 2016</b>	<b>4.293</b>	<b>315</b>	<b>225</b>	<b>1.650</b>	<b>6.483</b>
(var.% '16/'15)	12,7	3,2	-0,2	10,0	10,7
<b>Export/fatturato 2016</b>	<b>41%</b>	<b>33%</b>	<b>74%</b>	<b>50%</b>	<b>43%</b>
<b>Proiezione % '17/'16</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>2,5</b>	<b>4,0</b>	<b>4,5</b>

# EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 15/14	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	PROIEZIONE % 17/16
<b>Fatturato Italia</b>	<b>6.164</b>	<b>1,5</b>	<b>6.209</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>
Canali tradizionali	5.504	2,0	5.540	0,7	1,2
Canali professionali	661	-2,4	669	1,3	1,9
<b>Esportazioni</b>	<b>3.807</b>	<b>14,3</b>	<b>4.293</b>	<b>12,7</b>	<b>9,5</b>
<b>Fatturato globale settore cosmetico</b>	<b>9.971</b>	<b>6,0</b>	<b>10.502</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>

Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi



# RANKING 2016 DEL SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO DEI PRINCIPALI SETTORI



5.316



4.424



2.312



2.263



2.194



1.469



1.154



520

Il saldo commerciale con l'estero del sistema Italia è complessivamente di **51,6** miliardi (25% rapporto tra export e fatturato), il **settore cosmetico** ha un peso a valore del **4,5%** su tale bilancia (41% rapporto tra export e fatturato)

# INTERSCAMBIO COSMETICO



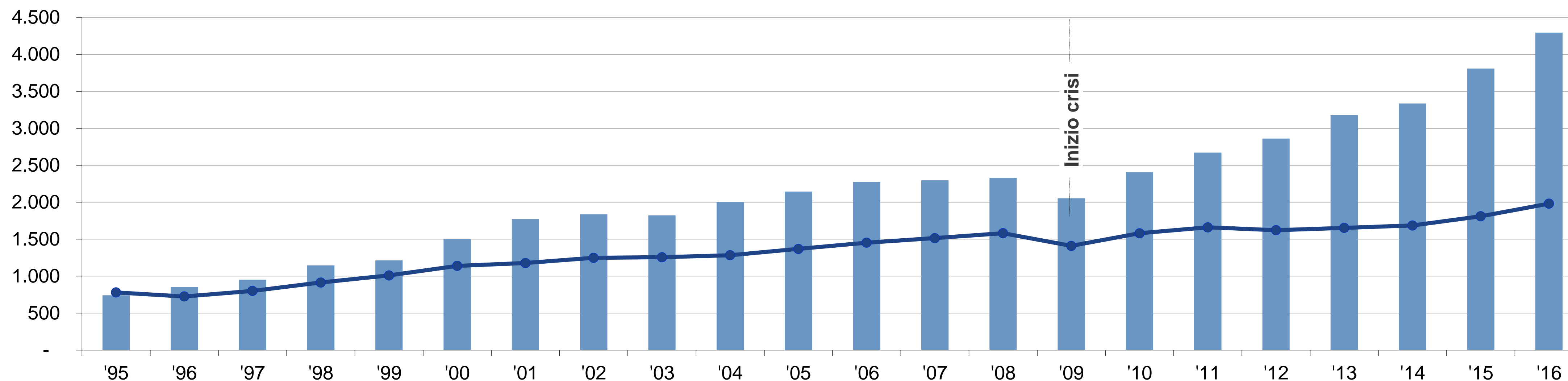
**Export 4.293**  
(+12,7 var.% '16/'15)



**Import 1.981**  
(+9,2 var.% '16/'15)

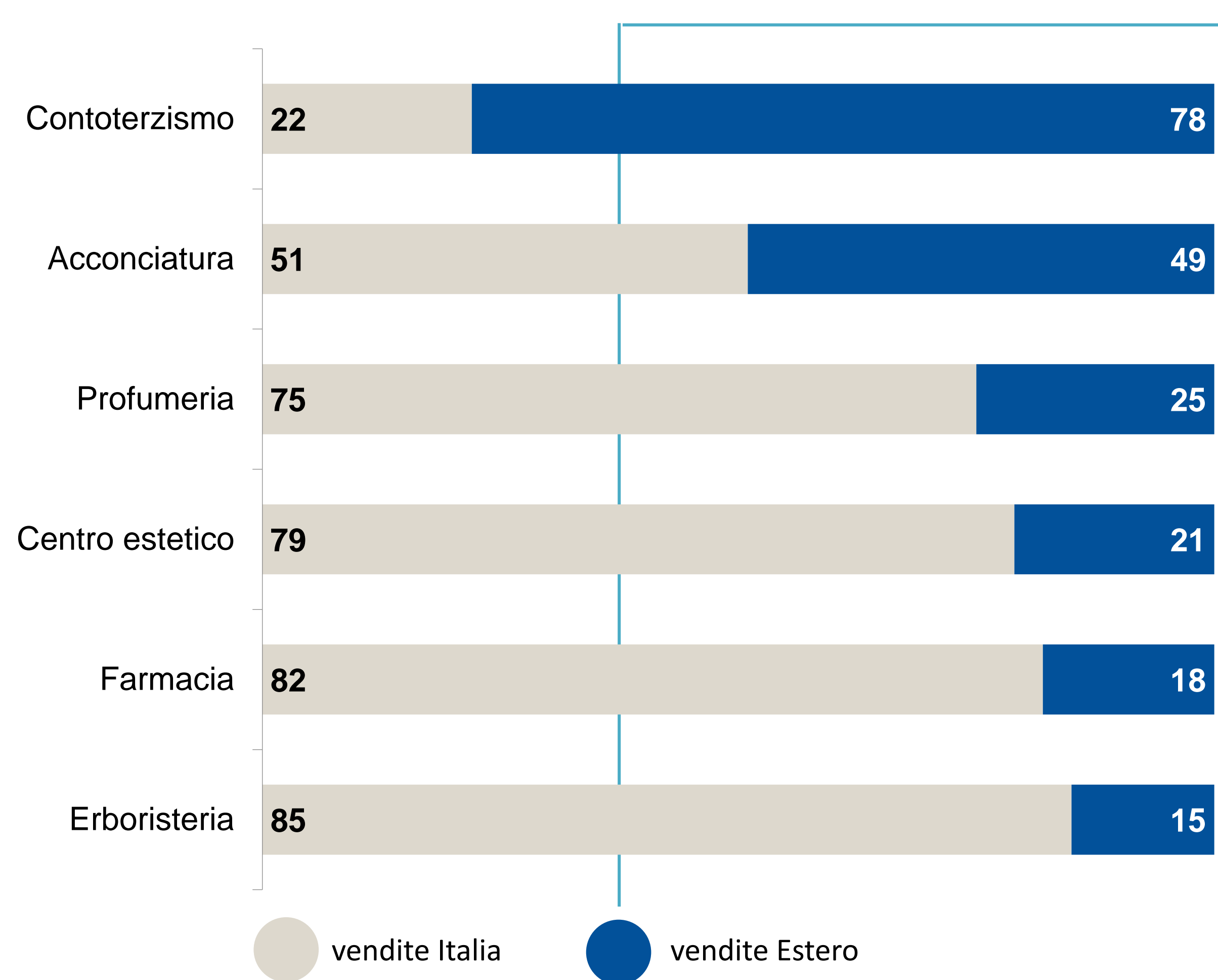


**2.312**  
**saldo commerciale 2016**  
(2.000 mio/€ nel 2015)





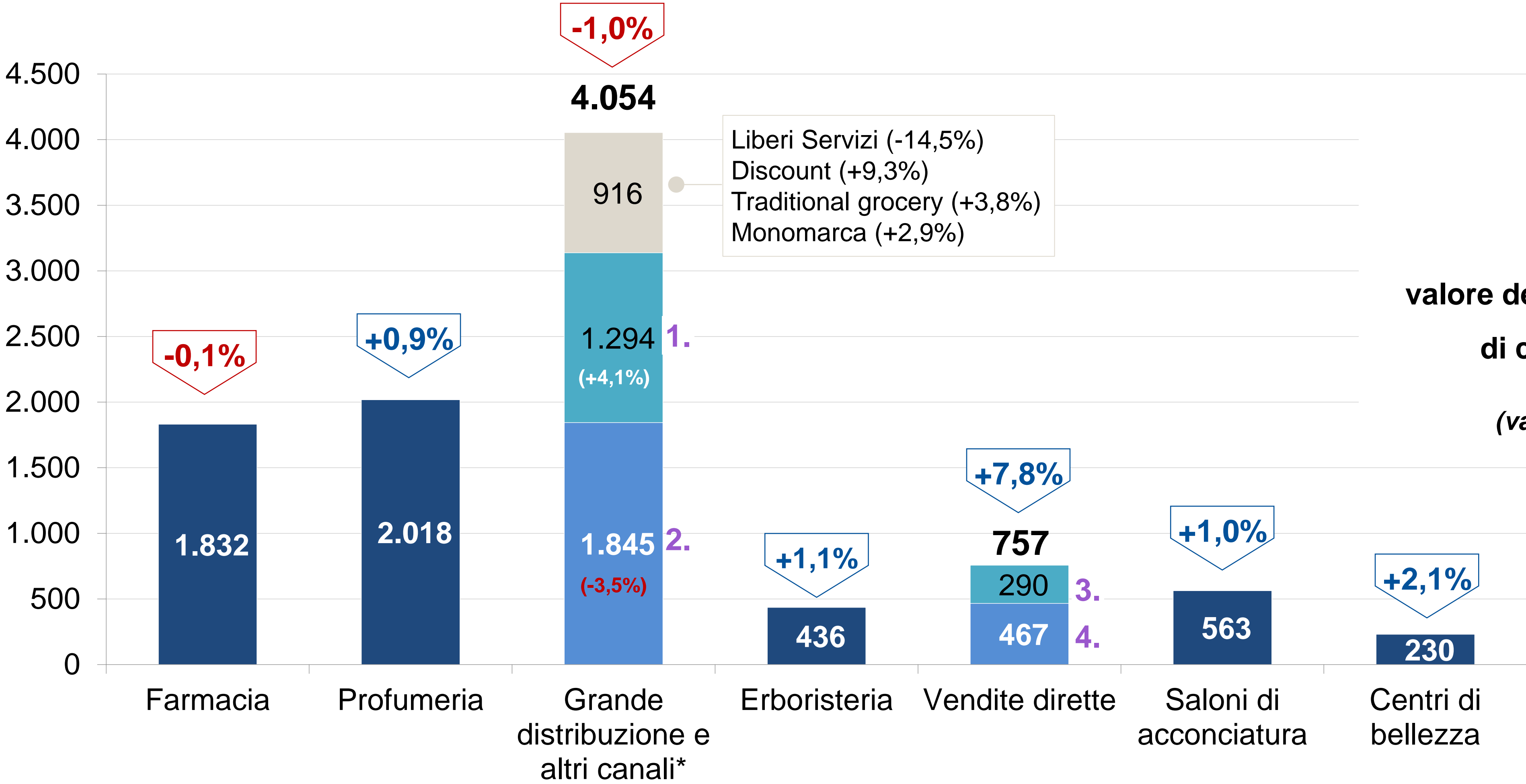
# DESTINAZIONE DEI FATTURATI - esportazioni



**41,0%**

**è il peso delle esportazioni  
sul valore della produzione  
italiana di cosmetici nel 2016**

# MERCATO ITALIA



9.890

milioni di euro

valore dei consumi italiani  
di cosmetici nel 2016

(var.2016-15 +0,5%)

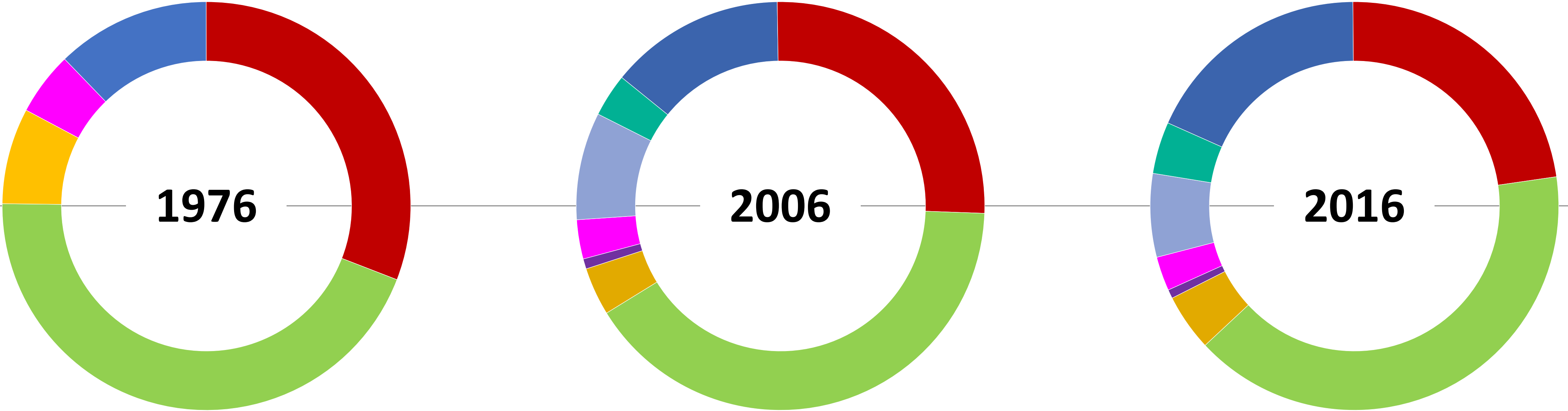
Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi

# CONSIDERAZIONI DI TREND

- La **farmacia** sta registrando curve di consumo anomale dovute, in parte, al decreto sulla liberalizzazione che porterà a squilibri concorrenziali e alla rimodulazione dei livelli di acquisto;
- Attenzione ai prezzi: troppe marginalità in **profumeria**, troppo effetto leva nella **grande distribuzione**;
- L'**erboristeria** moderna VS tradizionale necessita una rivisitazione dell'identità di canale;
- L'**e-commerce** è sottostimato: nel 2017 il valore ipotizzato è prossimo ai 300 milioni di euro dovuto dall'ingresso di nuovi player;
- L'**estetica** investe sulla qualificazione del servizio con ripresa delle frequentazioni (es. area benessere);
- L'**acconciatura** in ripresa grazie alla rimodulazione dei servizi e alla maggior attenzione alla rivendita.



# LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE



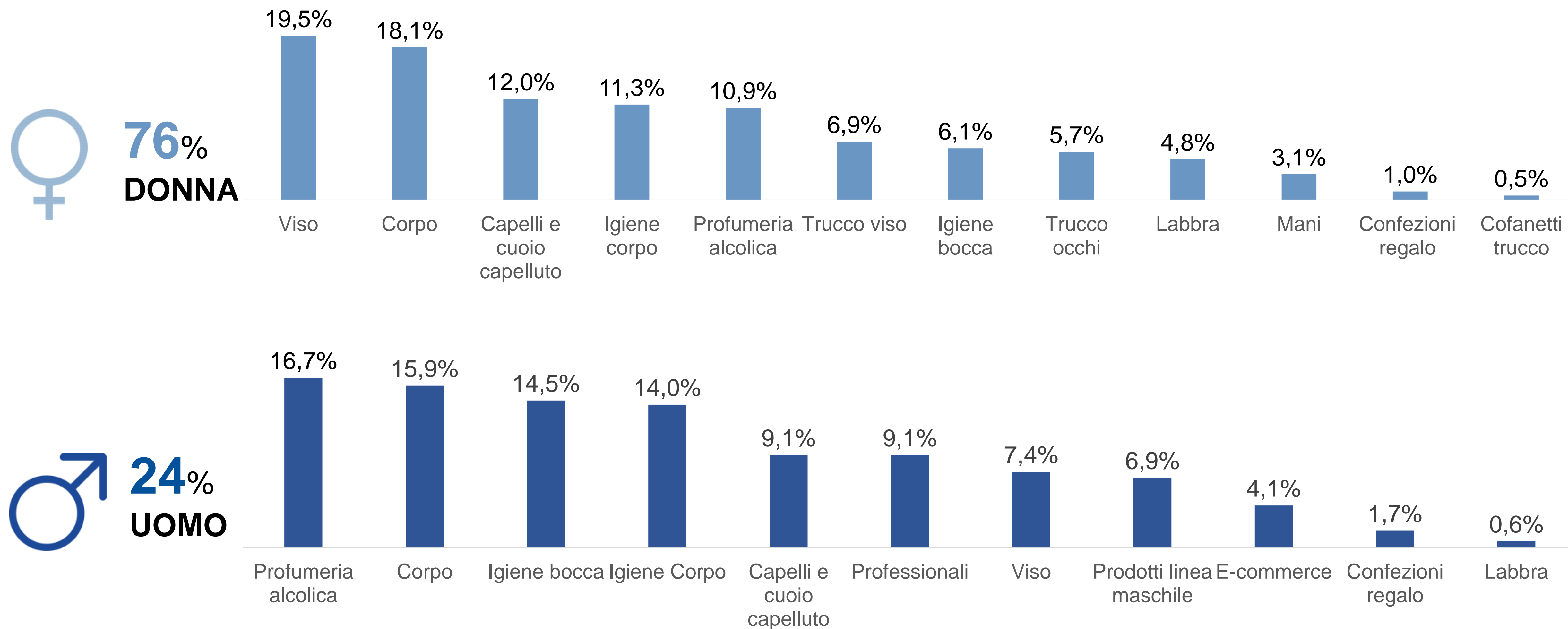
	1976	2006	2016
Farmacia	12,2	13,9	18,5
Profumeria	30,9	25,8	20,4
GDO e altri canali	44,3	40,6	41,0
Domicilio	7,6	3,8	4,7
Corrispondenza*	/	0,8	2,9
Saloni di bellezza	5,0	3,1	2,3
Acconciatura	/	8,5	5,7
Erboristeria	/	3,4	4,4

Ripartizione % sul totale mercato Italia  
\* Dal 2010 comprende anche le vendite e-commerce

# RIPARTIZIONE DEI CONSUMI PER CANALE

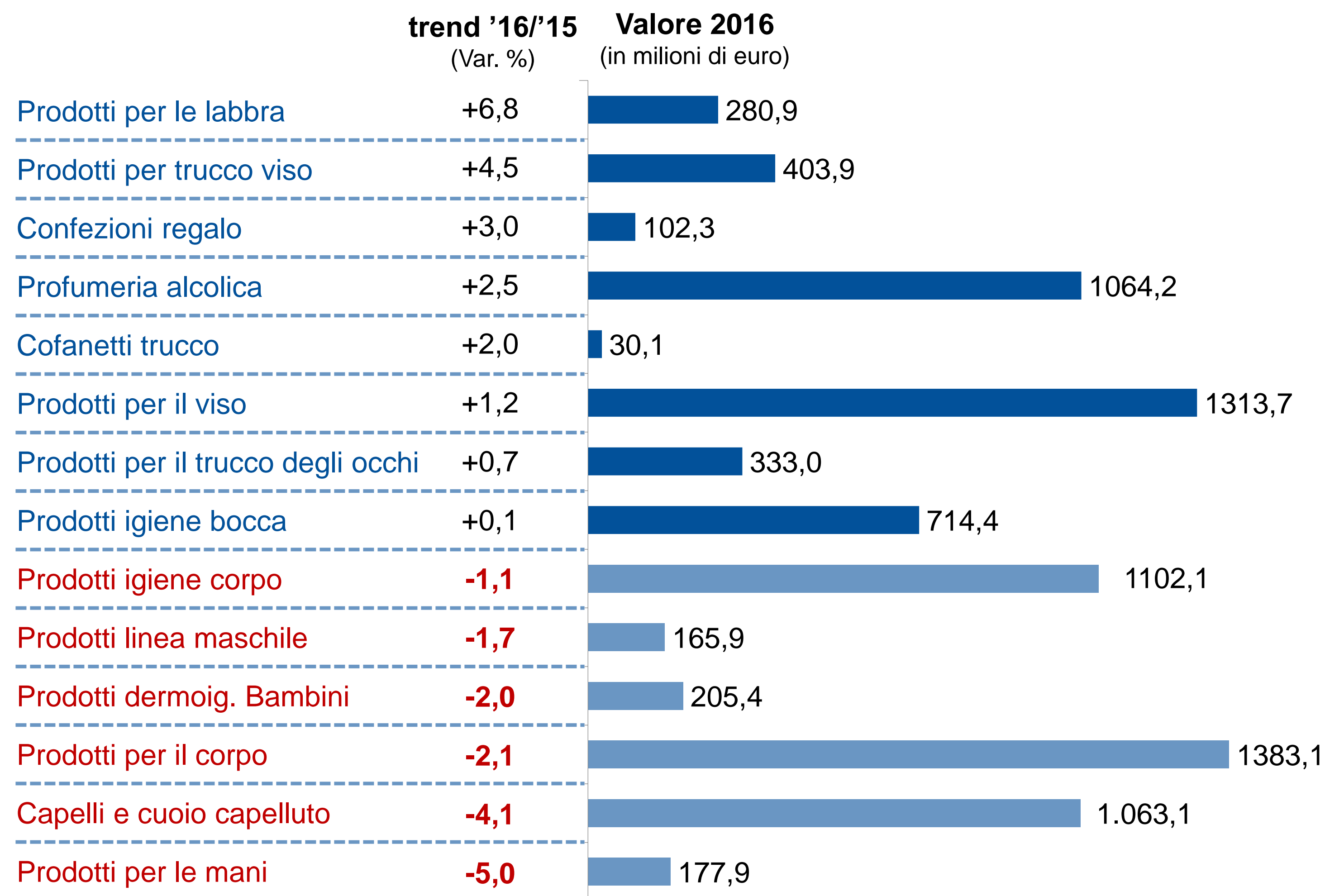
Categoria	Farmacia	Profumeria	Iper-Super
viso	<b>27,3%</b>	<b>19,9%</b>	9,3%
corpo	<b>24,4%</b>	6,5%	18,9%
profumeria alcolica	0,6%	<b>40,0%</b>	1,0%
igiene corpo	14,9%	1,4%	<b>20,8%</b>
capelli e cuoio capelluto	10,1%	2,1%	<b>21,4%</b>
igiene bocca	7,9%	0,2%	16,4%
trucco del viso	3,1%	8,9%	1,0%
dermici bambini	5,0%	-	5,2%
trucco degli occhi	1,6%	6,5%	1,1%
labbra	2,5%	4,7%	1,2%
confezioni regalo	-	4,8%	0,2%
linea maschile	0,6%	1,9%	2,4%
mani	2,0%	1,5%	0,9%
cofanetti trucco	-	1,4%	-

# STIMA DELLA COMPOSIZIONE DEI CONSUMI DI COSMETICI



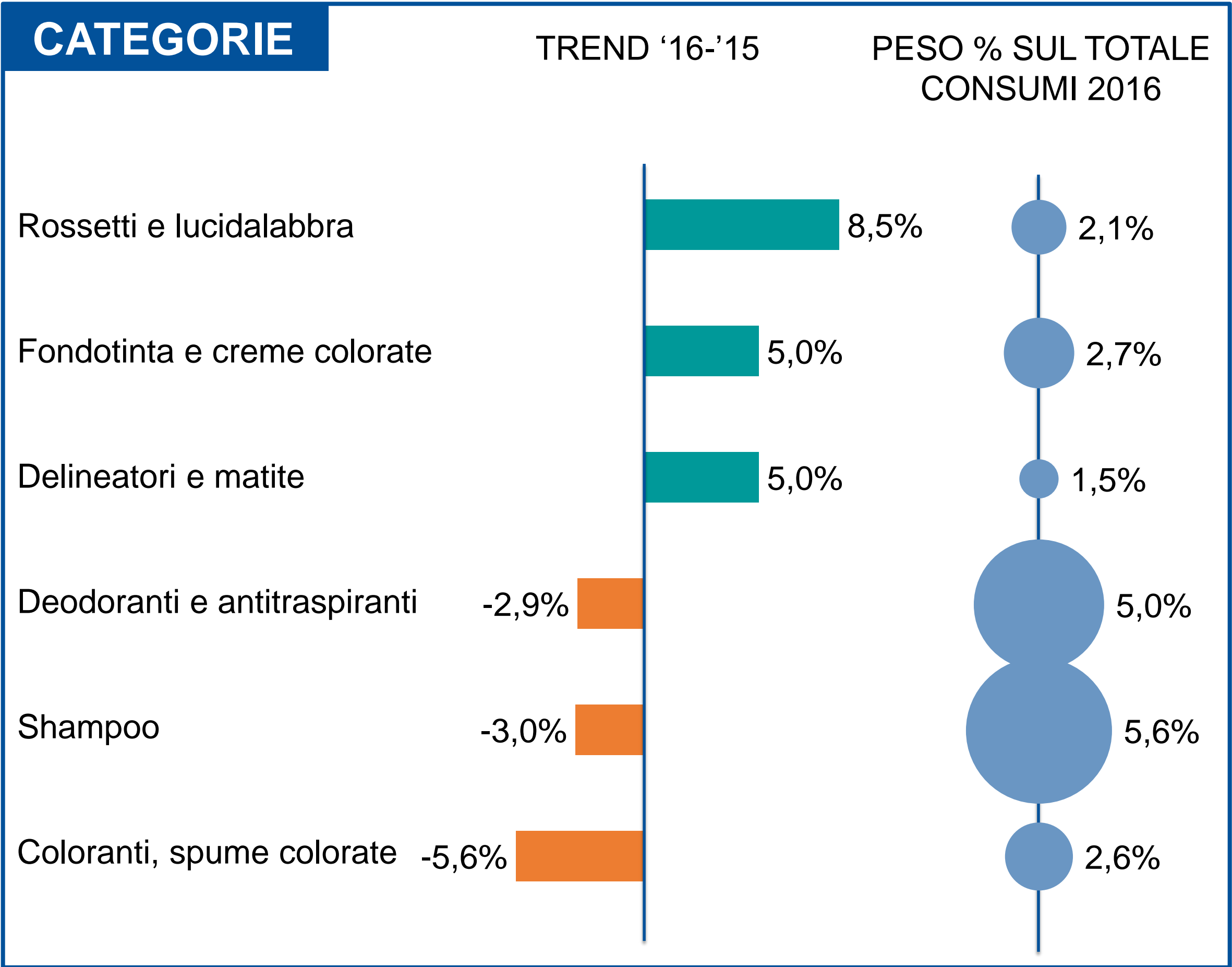
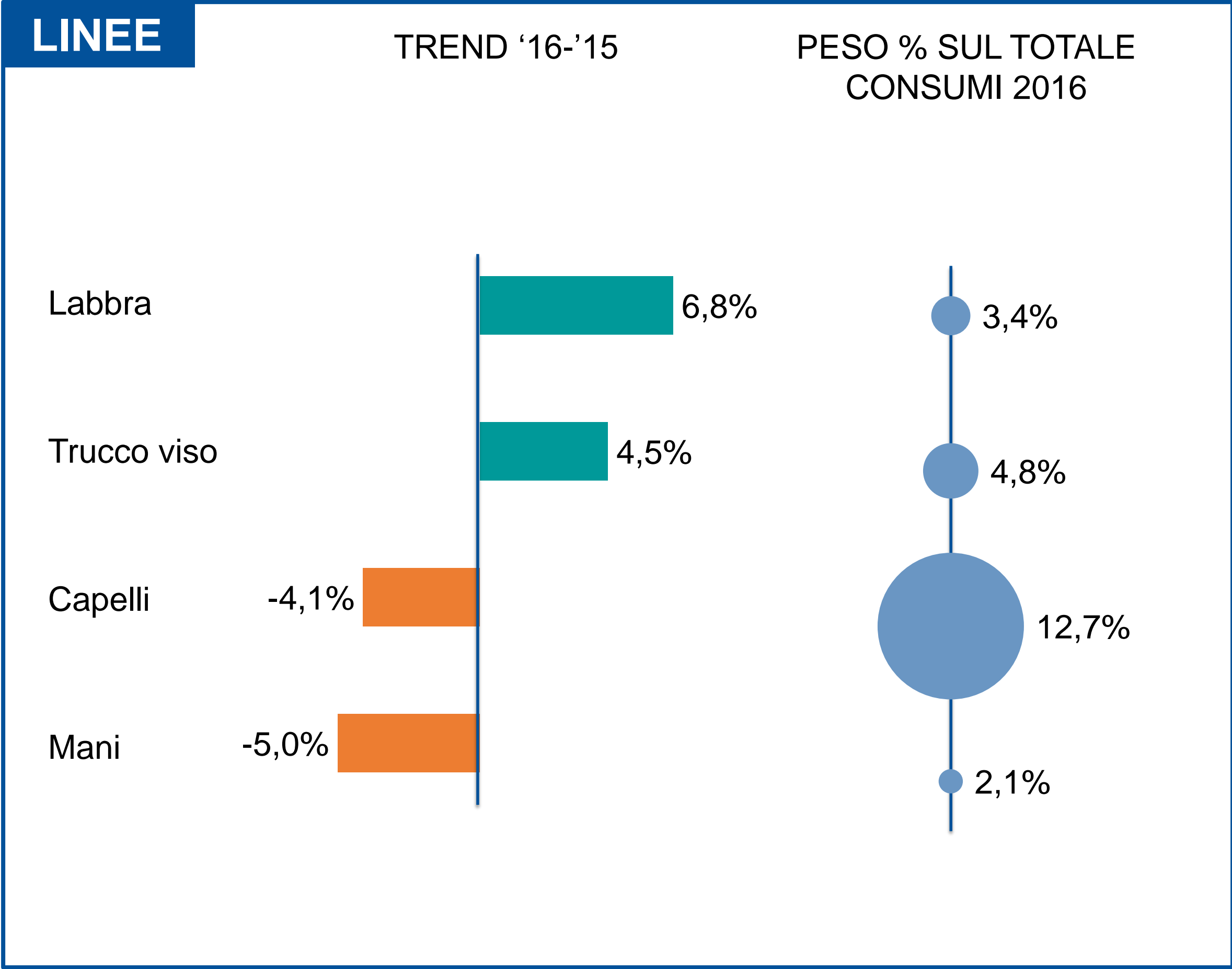


# RIPARTIZIONE DEI CONSUMI 2016



# CONSUMI 2016

## UP & DOWN



# EVOLUZIONE CONSUMI

## FOCUS AEROSOL

In consumi di prodotti cosmetici a base aerosol hanno un peso a valore pari al **7%**, circa **600 milioni di euro**, sul totale dei consumi nei canali tradizionali, con una composizione per quasi due terzi proveniente dai **deodoranti**.

**VARIAZIONE %  
ANNO SU ANNO**

● POSITIVA

● NEGATIVA

CAPELLI

LACCHE

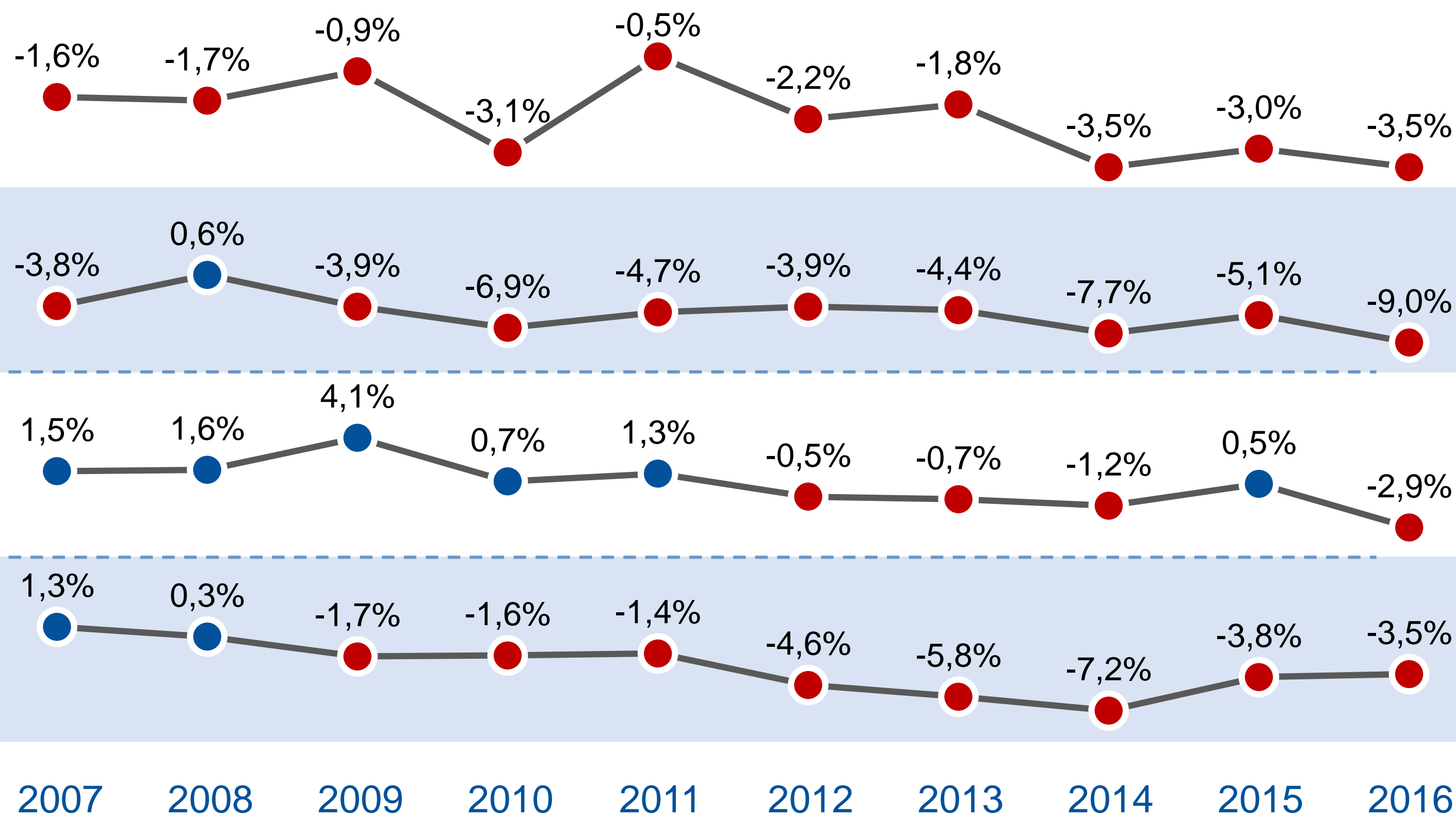
FISSATORI  
E MOUSSE

CORPO

DEODORANTI

LINEA  
MASCHILE

SCHIUME/GEL BARBA







# IL PROGETTO DEL CENTRO STUDI

# I NUMERI DELLA COSMETICA



**205**

**valore** globale della cosmetica  
nel 2016 in miliardi di euro **+4%**

**+8,4%**

crescita del **make-up**: segmento più dinamico  
grazie alla *selfie generation*



**10,5**

**valore** della cosmetica  
nel 2016 in miliardi di euro **+5%**

**+10,0%**

crescita dei **rossetti, lucidalabbra e prodotti  
per il trucco** *nel segmento under 25*

# I NUMERI DELLA COSMETICA



**+20,7%**

crescita delle vendite **online** di cosmetici nel 2016  
*con un peso dell'11% sul totale consumi*

**77\$**

budget di **spesa media pro capite** in **Cina**  
tra Millenials e Generazione Z (14-24 anni)  
*seguono USA (37\$) e Francia (35\$)*



**+35,0%**

crescita delle vendite **online** di cosmetici nel 2016  
*con un peso del 2,3% sul totale consumi*

**33\$**

budget di **spesa media pro capite**  
tra Millenials e Generazione Z (14-24 anni)



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

Nel 2016 l’offerta di cosmetici cosiddetti *green* in Italia (**3.215** lanci) rappresenta poco più del **5%** di quella mondiale, mentre l’incidenza del green nel mercato interno è pari al **48%** 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.



Numero totale di cosmetici  
immessi sul mercato

81.947 82.083 98.750 96.188 107.219 119.440 128.097

Numero di cosmetici **green**  
(incidenza green sul totale)

41.118 38.502 46.136 42.794 50.998 56.926 61.202  
(50%) (47%) (47%) (44%) (48%) (48%) (48%)

Anno di riferimento

10 11 12 13 14 15 16



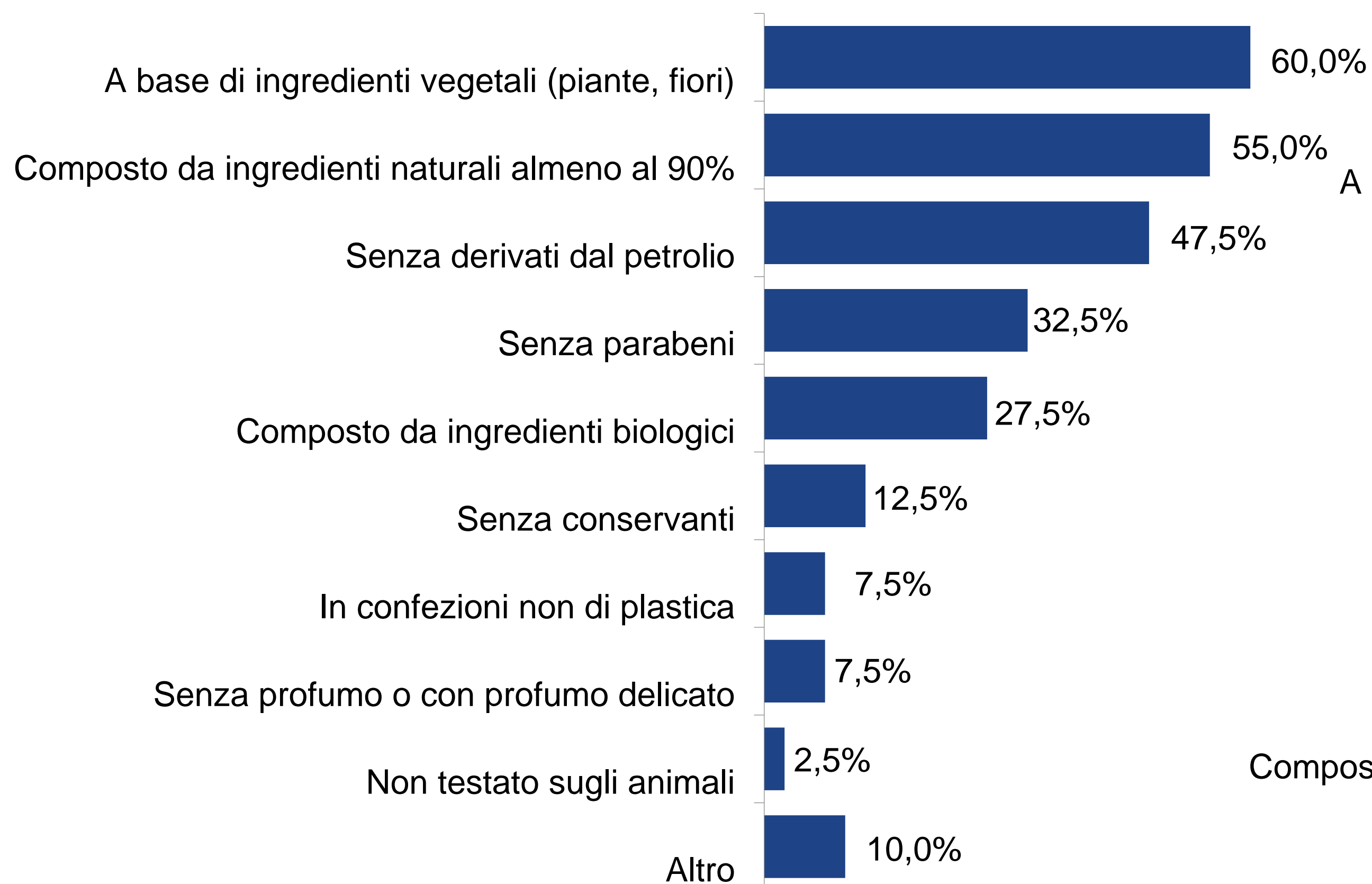
4.423 4.328 4.712 5.136 5.773 6.815 6.673

1.763 1.855 1.743 2.178 2.695 3.024 3.215  
(40%) (43%) (37%) (42%) (47%) (44%) (48%)

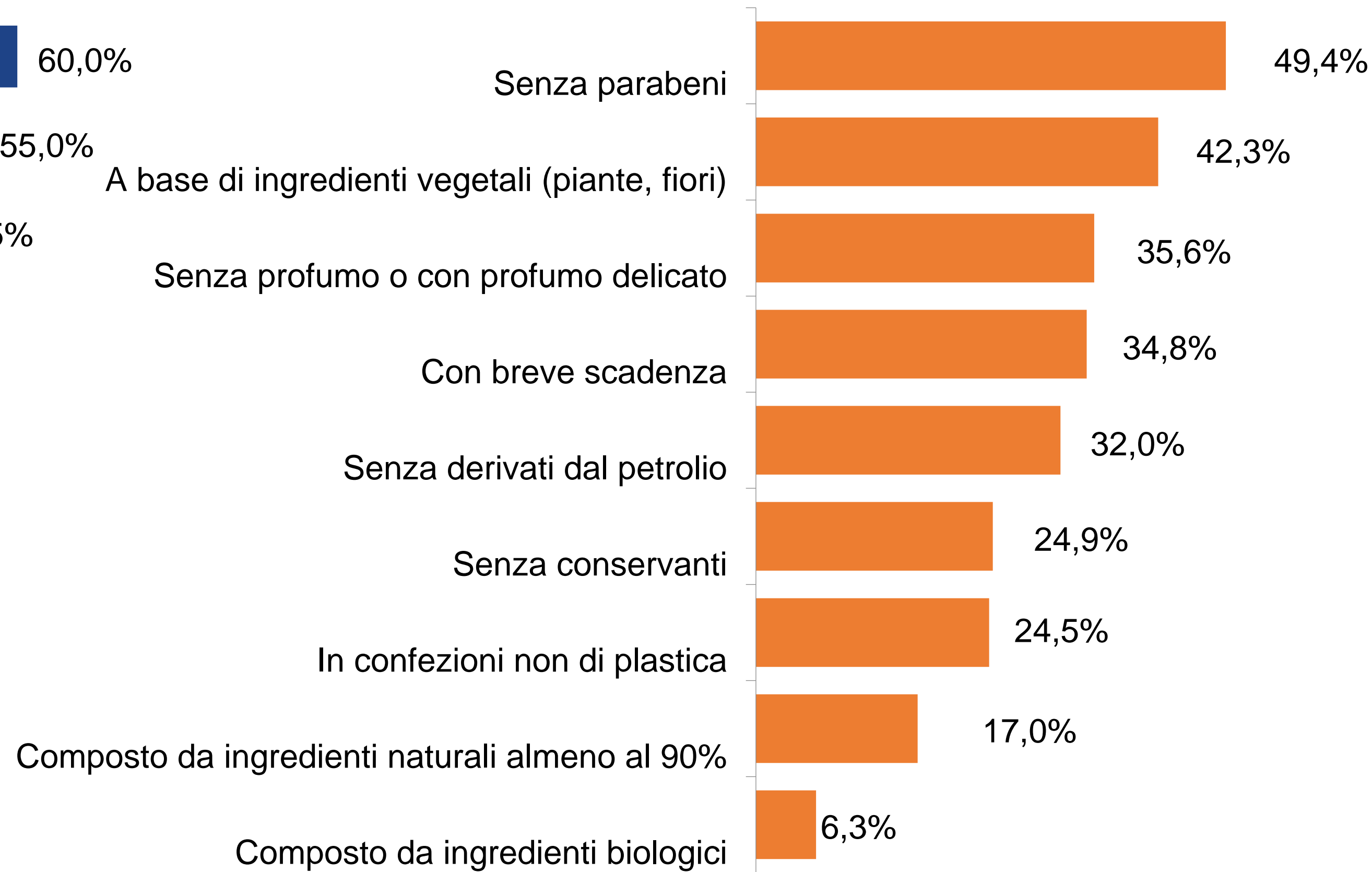
10 11 12 13 14 15 16

# COSMETICI NATURALI: IDENTIKIT

## LATO INDUSTRIA

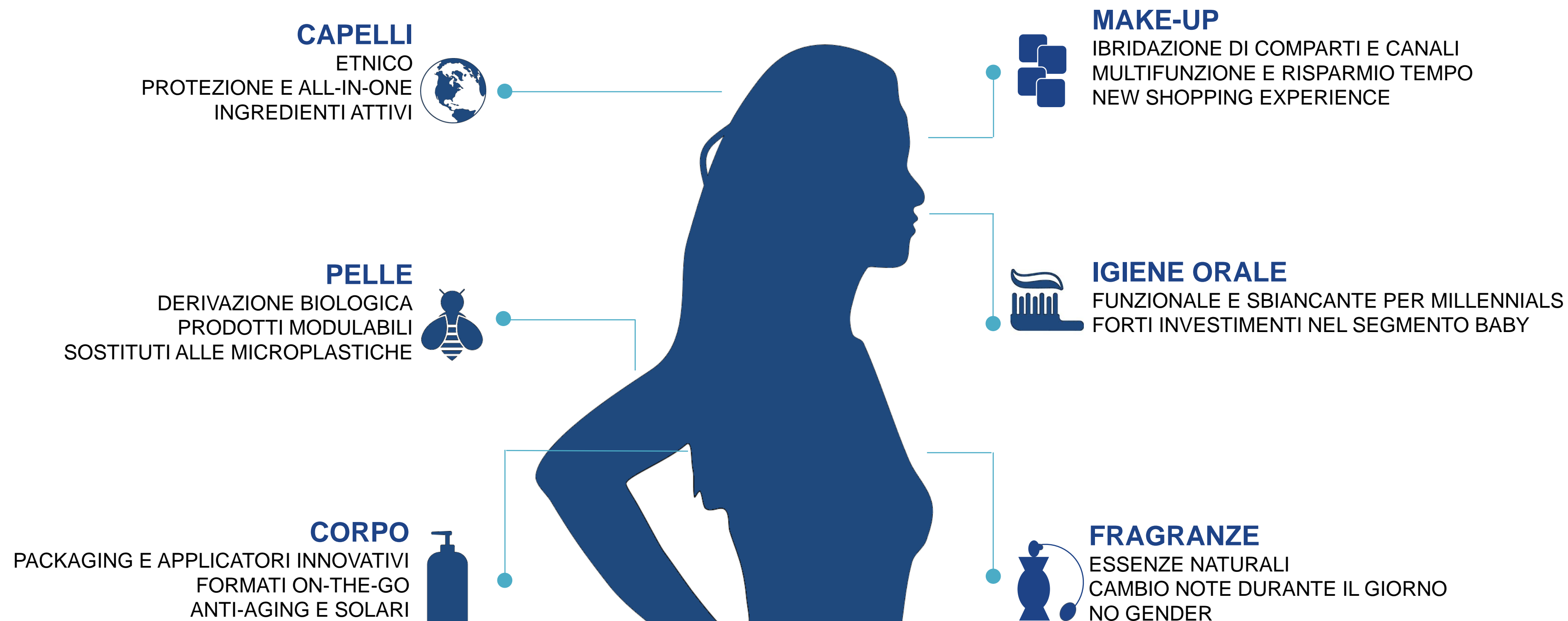


## LATO ERBORISTI



# I TREND IN ATTO NEL MONDO

## AD OGNI CATEGORIA LA SUA EVOLUZIONE





# DA DOVE NASCONO I NUOVI TREND

COLLEZIONE  
AUTUNNO INVERNO 18/19

CARLIN  
CREATIVE TREND BUREAU

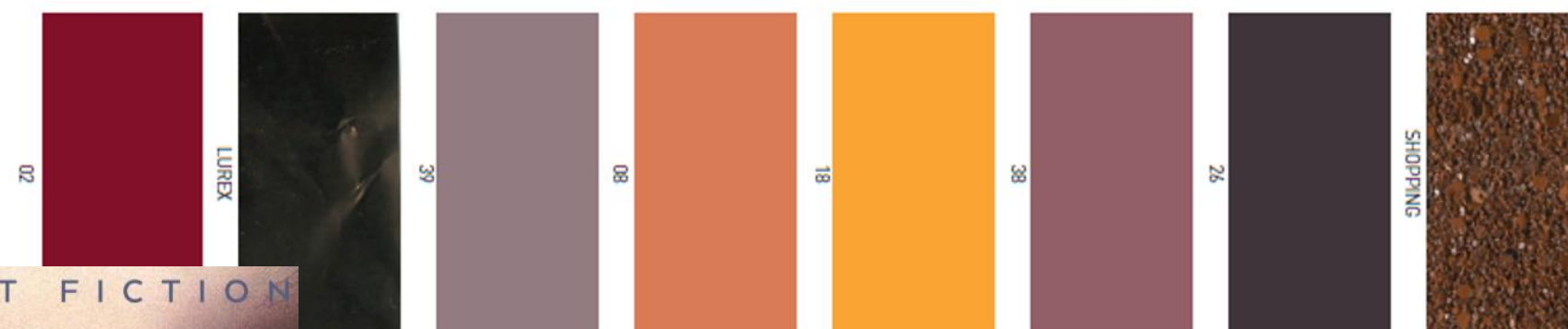
CAMBIAMENTO CLIMATICO  
HA PROFONDAMENTE  
MODIFICATO I  
COMPORTAMENTI DI  
CONSUMO  
(ETICA E SOSTENIBILITÀ)

CARLIN  
CREATIVE TREND BUREAU

KEY COLORS

NATUROLOGY

LES NATURELS ÉTUDIÉS  
STUDIED NATURAL SHADES

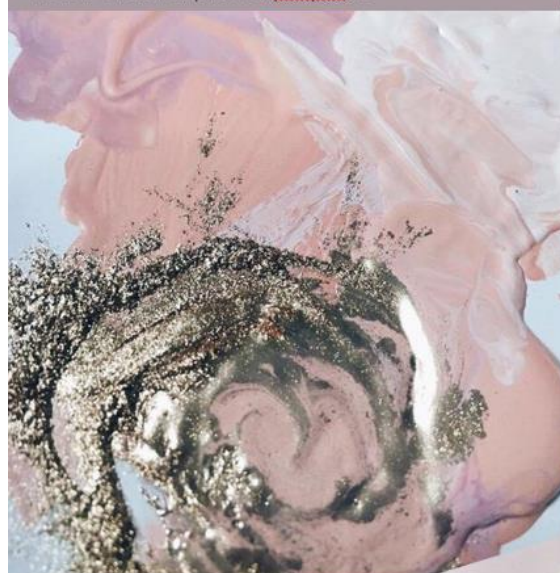


CARLIN  
CREATIVE TREND BUREAU

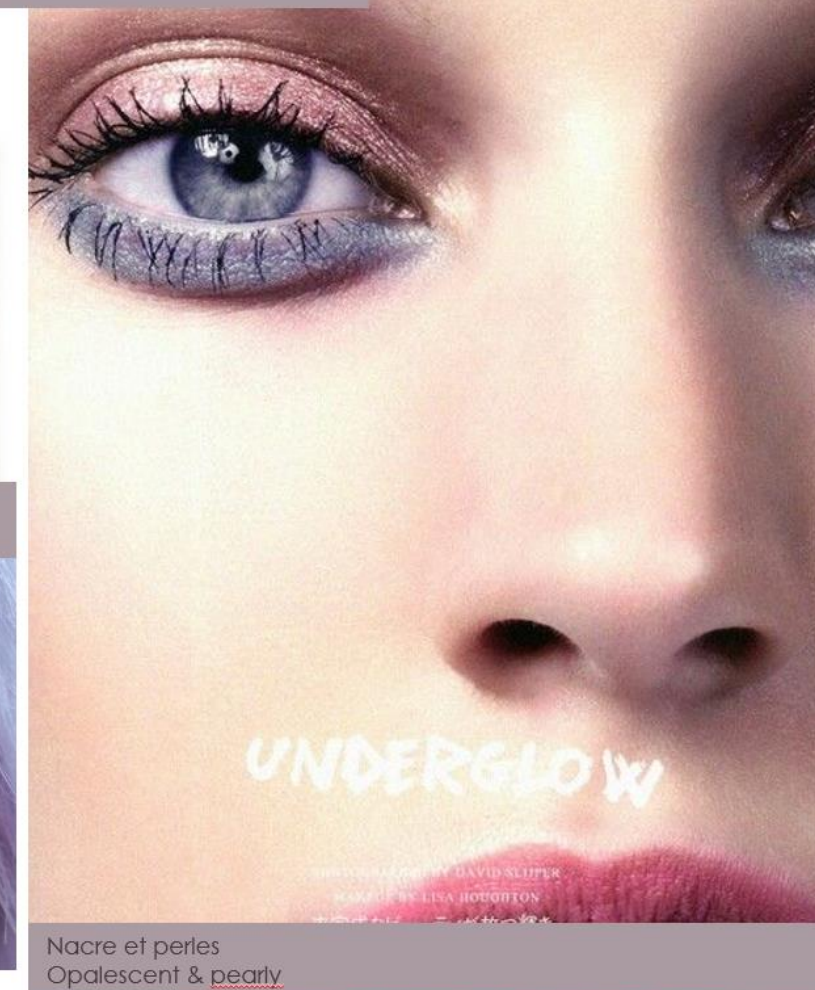
BEAUTE SERAPHIQUE / SERAPHIC BEAUTY

MAQUILLAGE – FROIDS FLORAUX  
MAKE-UP – COLD FLORALS

Parme, mauve, violette, pourpre...  
Violet, mauve, prune, purple...



Givré par le cristal  
Frosted by crystal



Nacre et perles  
Opalescent & pearly

SPAZI VIRTUALI E IMMAGINARI SI  
RIFLETTONO IN NUOVE  
TEXTURE E COLORAZIONI COME  
VIE DI FUGA DAL REALE  
(REALTÀ VIRTUALE E SOCIAL NETWORK)





# GRAZIE

