

Dati e trend del cosmetico nel canale farmacia:
la recente evoluzione proiettata nel breve termine

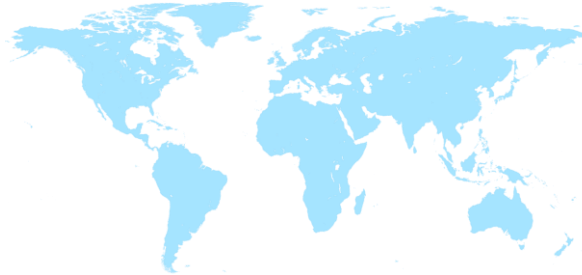
Gian Andrea Positano

Responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia

Bologna, 20 aprile 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

IL FATTURATO DELLA FILIERA COSMETICA

	INDUSTRIA	MATERIE PRIME	MACCHINARI	IMBALLAGGI	TOTALE
Fatturato 2016	10.510	945	271	3.300	15.026
(var.% '16/'15)	5,0	5,6	-9,7	5,0	5,0
Fatturato 2017	10.950	992	289	3.432	15.663
(var.% '17/'16)	4,3	5,0	6,7	4,0	4,2
Proiezione % '18/'17	5,0	4,5	6,0	4,0	4,8
Export 2017	4.638	325	213	1.782	6.958
(var.% '17/'16)	8,0	3,1	6,3	8,0	7,6
Export/fatturato 2017	42%	33%	74%	52%	44%

FILIERA COSMETICA: I FATTORI CHIAVE

- attesa di recupero per l'imballaggio; crescita mercato interno e Europa
- ancora bassi lotti di produzione, con difficoltà di pianificazione
- investimenti in innovazione (macchinari) legati alla flessibilità degli impianti
- frammentazione della distribuzione
- ordini in generalizzata crescita

FILIERA COSMETICA: I FATTORI CHIAVE

- per effetto della crisi dei marchi, si esternalizza
 - i settori a monte hanno ancora poca visibilità
 - necessità di valorizzare il *made in Italy* nella sua complessità
 - necessità di stimolare la filiera (con marchio di qualità, certificazioni ...)
- per stimolare i singoli anelli della catena allargata

INTERSCAMBIO COSMETICO*

Export 4.638

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

Import 2.054

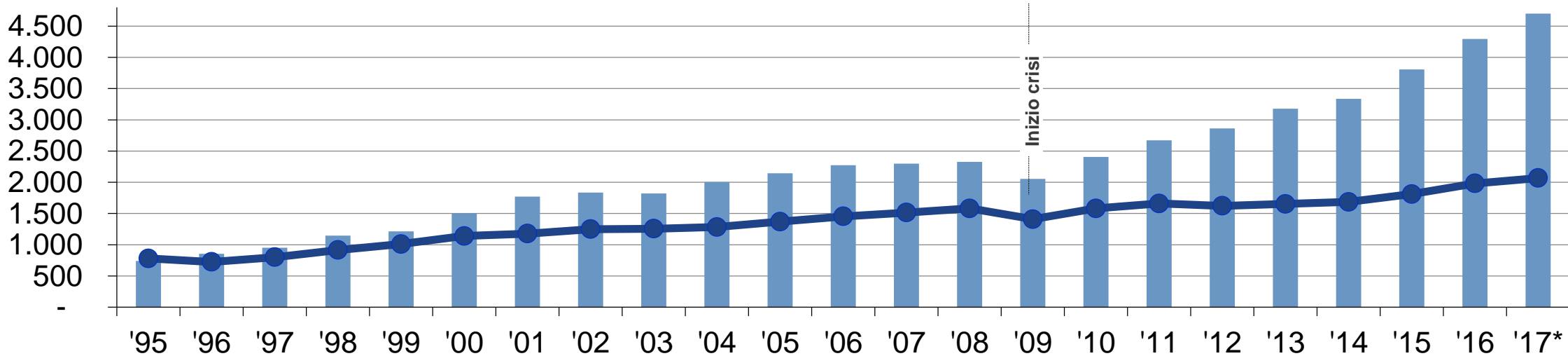
(+3,7 var.% '17*/'16)

2.584



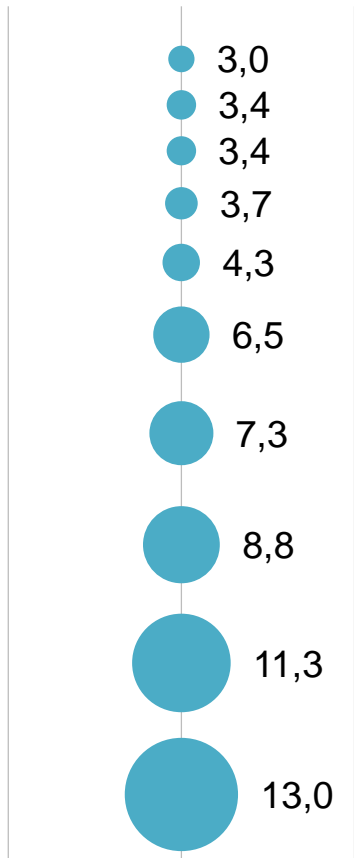
saldo commerciale 2017*

(2.312 mio/€ nel 2016)

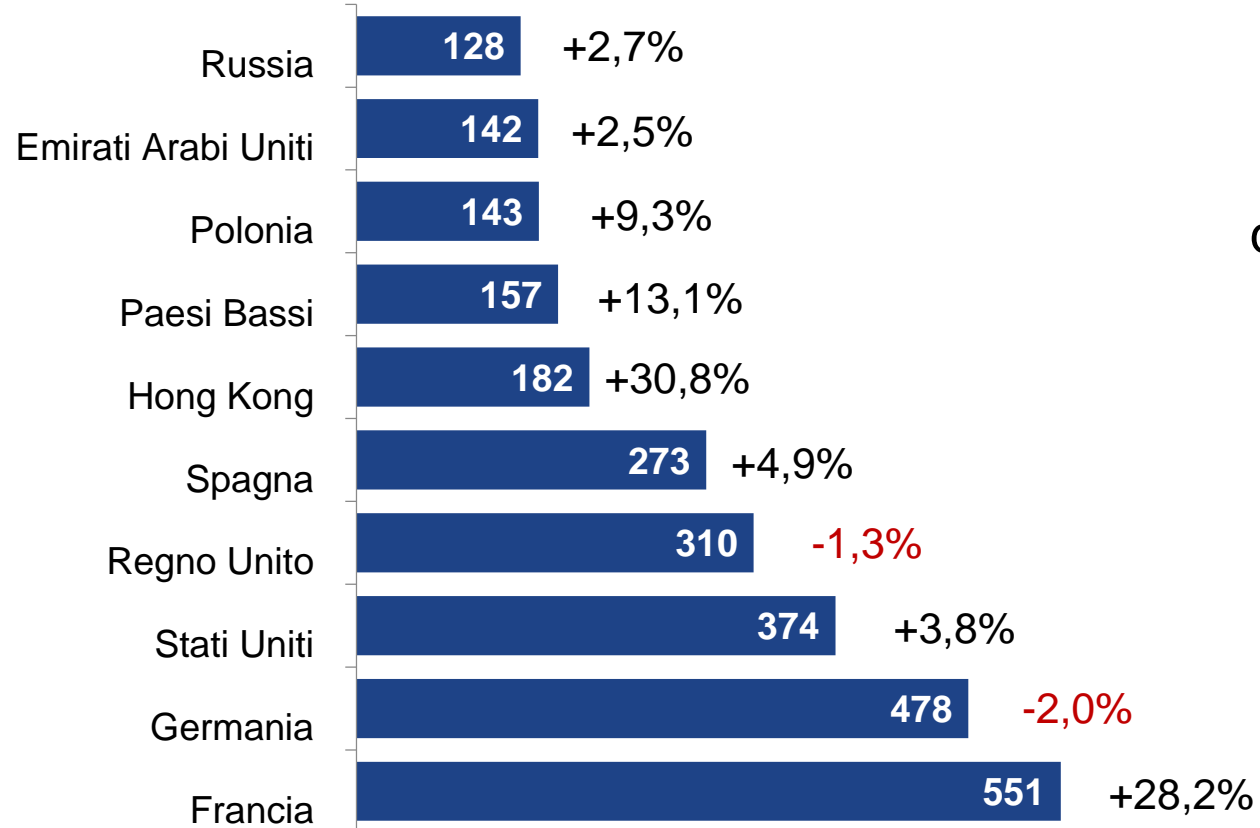


EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017*

Peso % sul totale export cosmetico italiano

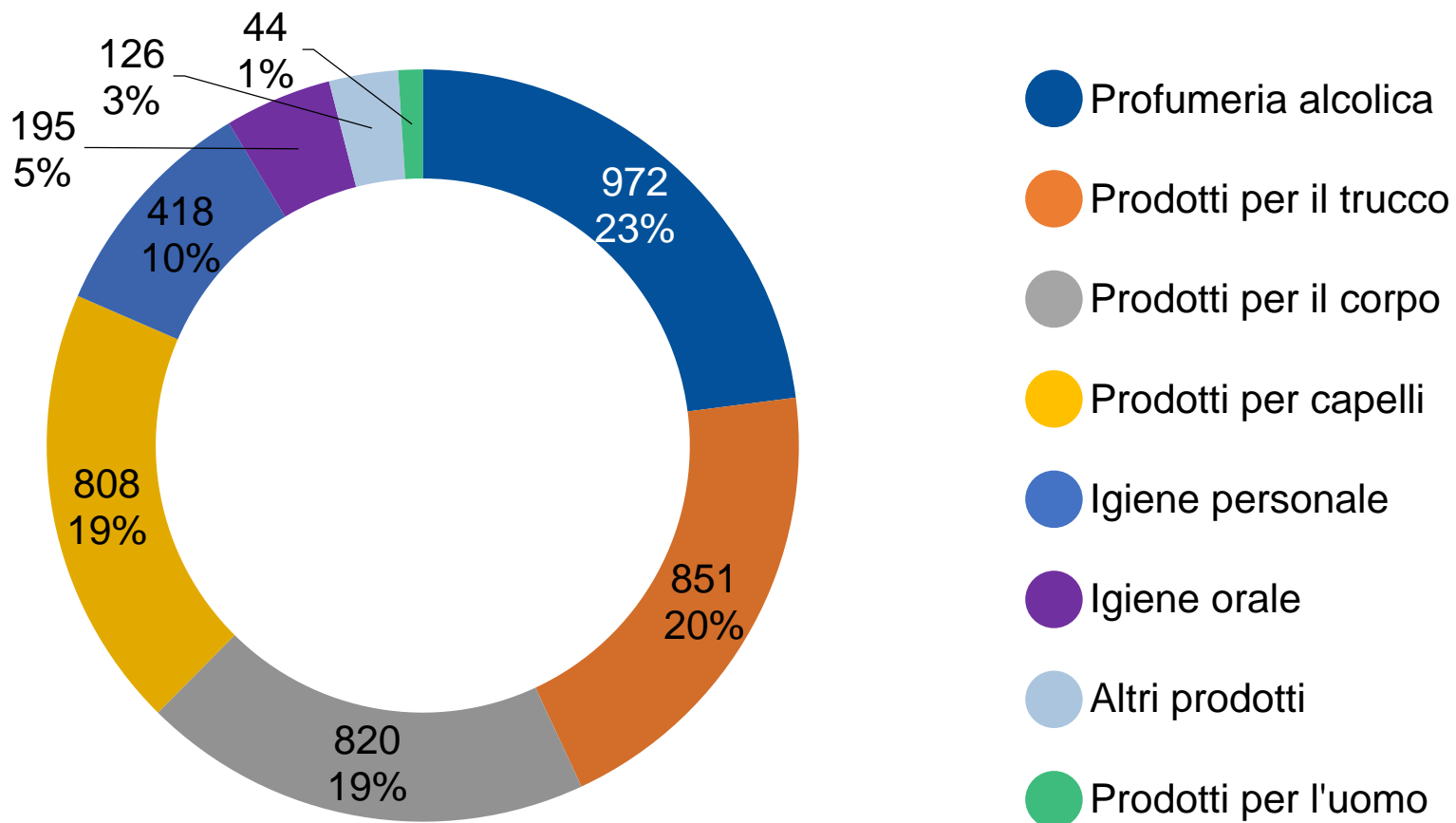


Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano

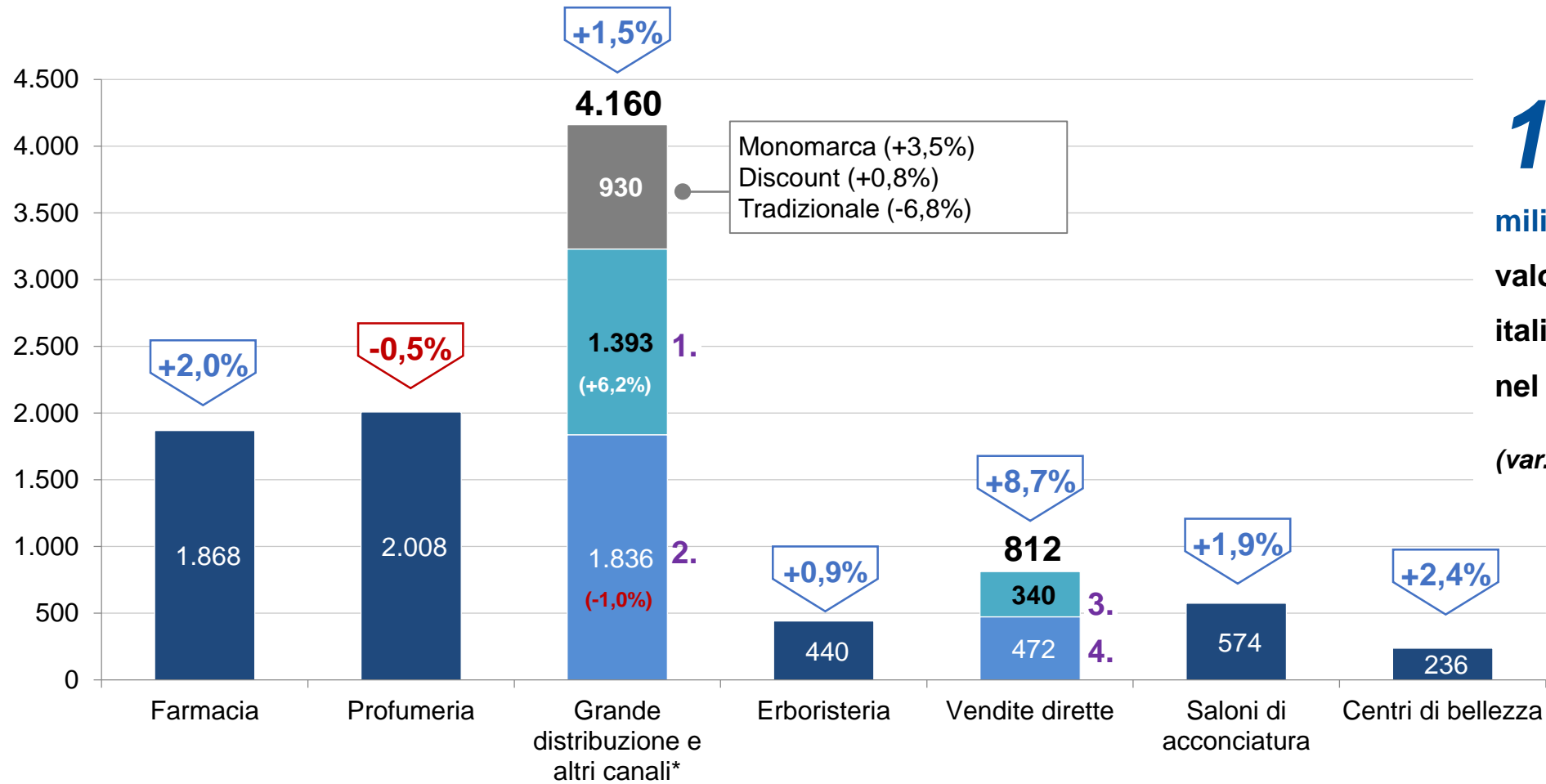


I **primi dieci paesi** di destinazione dell'**export** cosmetico italiano **concentrano il 65%** del totale export

EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017* - macrocategorie



MERCATO ITALIA NEL 2017



Monomarca (+3,5%)
Discount (+0,8%)
Tradizionale (-6,8%)

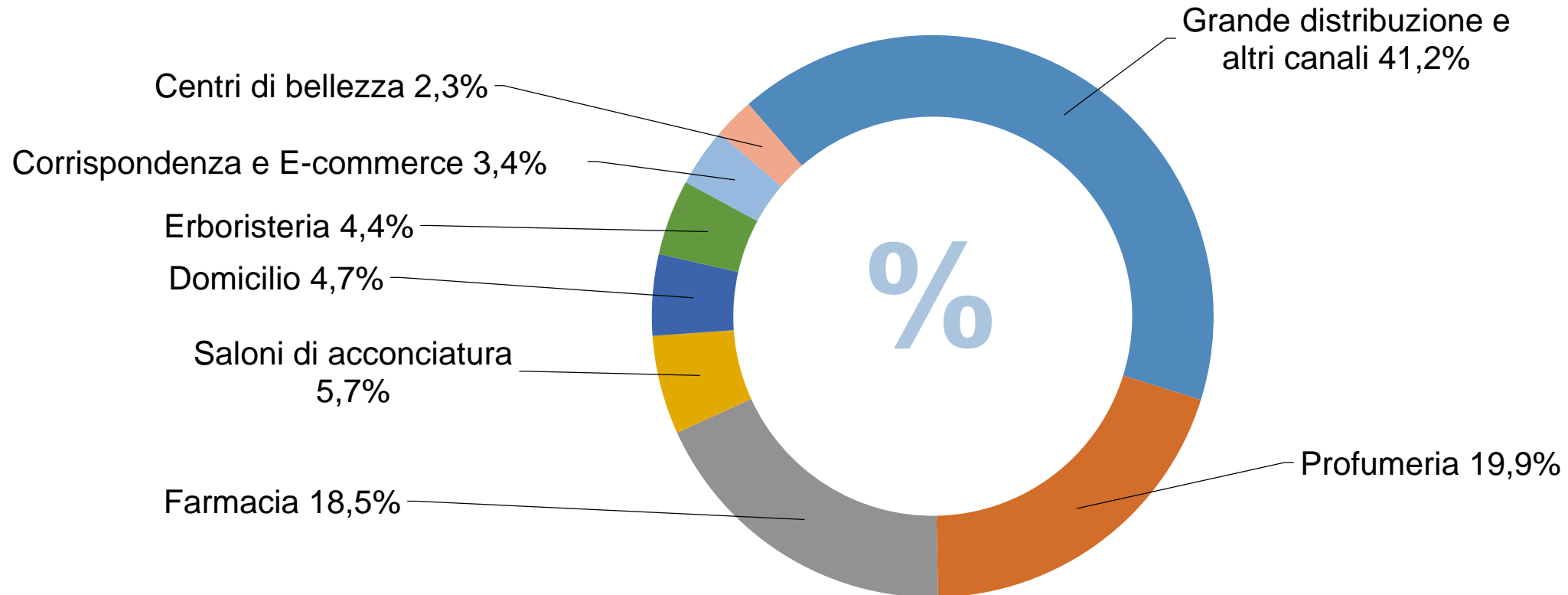
10.097

milioni di euro
valore dei consumi
italiani di cosmetici
nel 2017

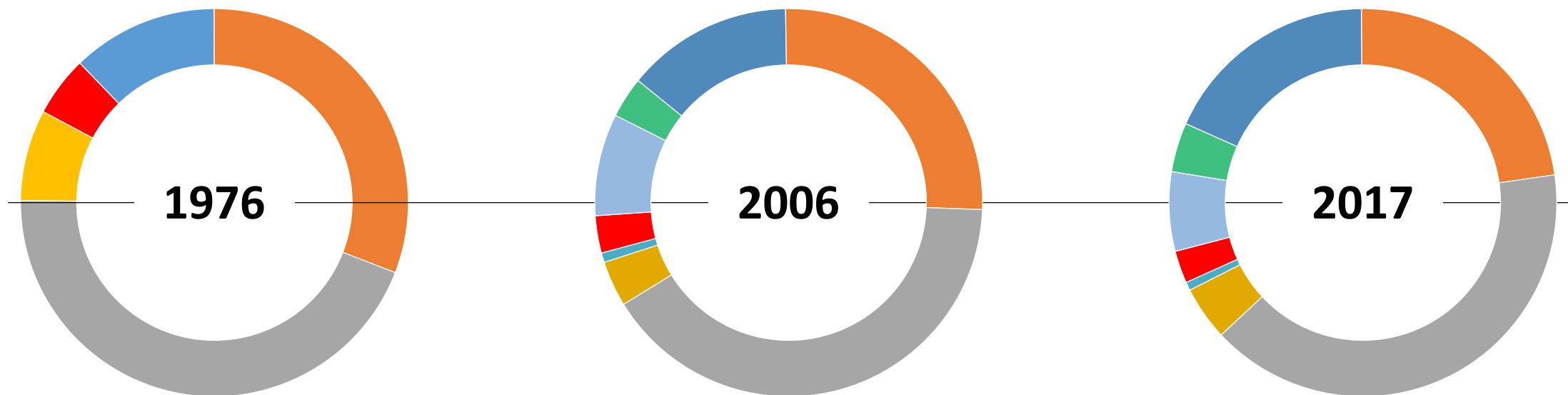
(var.2017-16 +1,7%)

- 1. Self Service Specialist Drug
- 2. Super/Iper
- 3. Corrispondenza + e-commerce
- 4. Domicilio

RIPARTIZIONE DEI CONSUMI PER CANALE NEL 2017



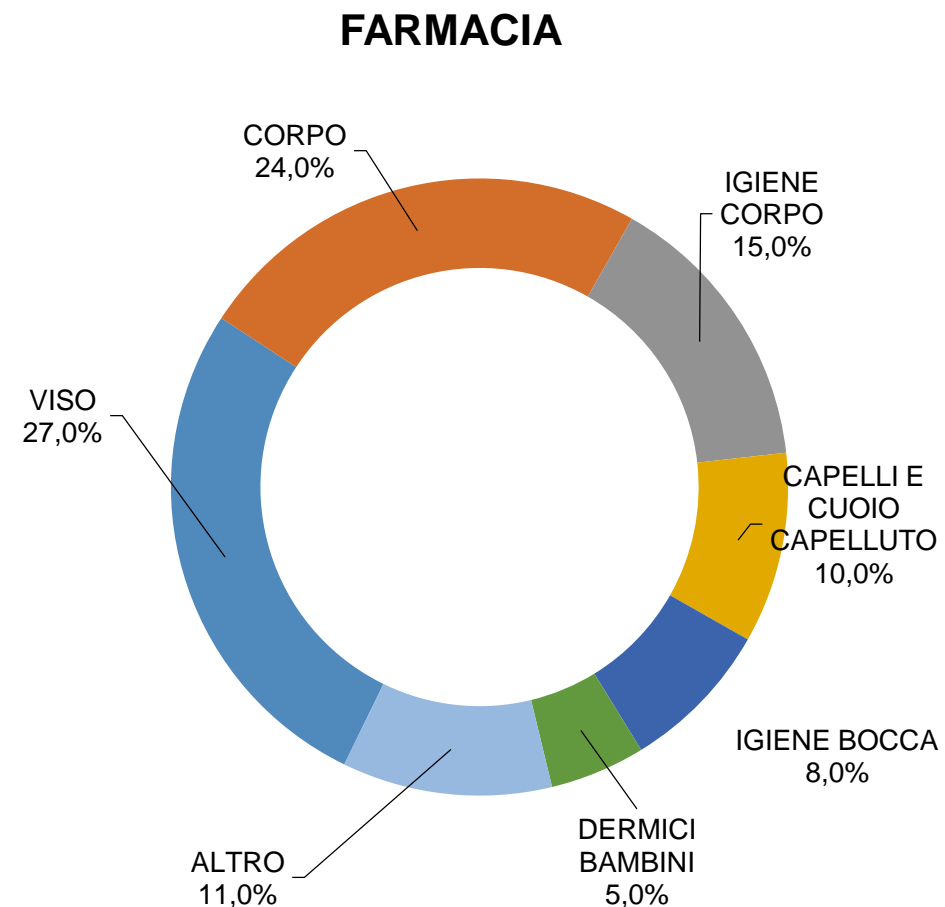
LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE



	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%	-	-	-



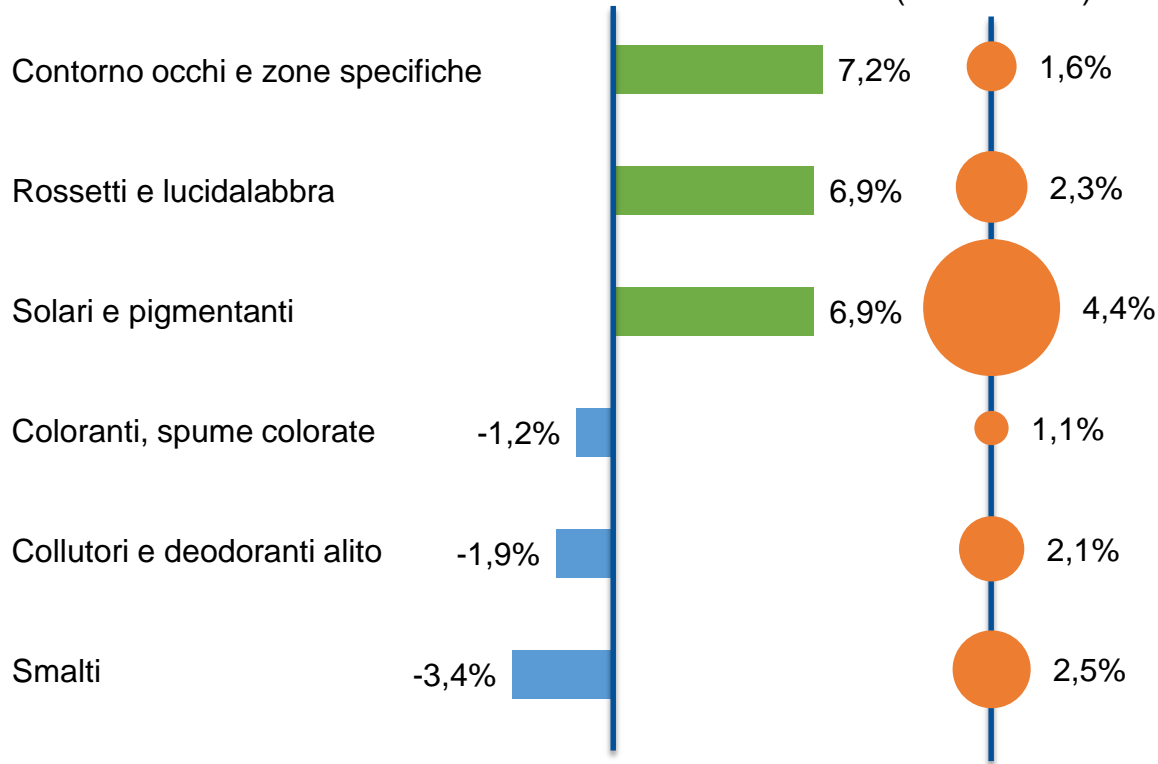
CONSUMI 2017 - UP & DOWN

TREND '17-'16

CATEGORIE

MEDIA CONSUMI NEL TRADIZIONALE = 1,1%

PESO % SUL TOTALE CONSUMI 2017 NEL TRADIZIONALE (8.475 MIO/€)

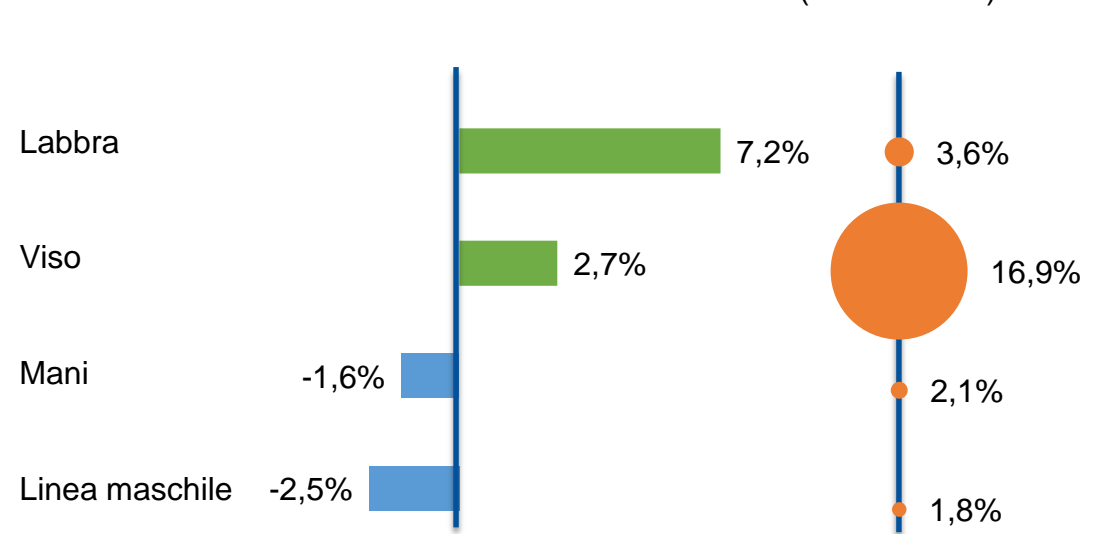


TREND '17-'16

LINEE

MEDIA CONSUMI NEL TRADIZIONALE = 1,1%

PESO % SUL TOTALE CONSUMI 2017 NEL TRADIZIONALE (8.475 MIO/€)



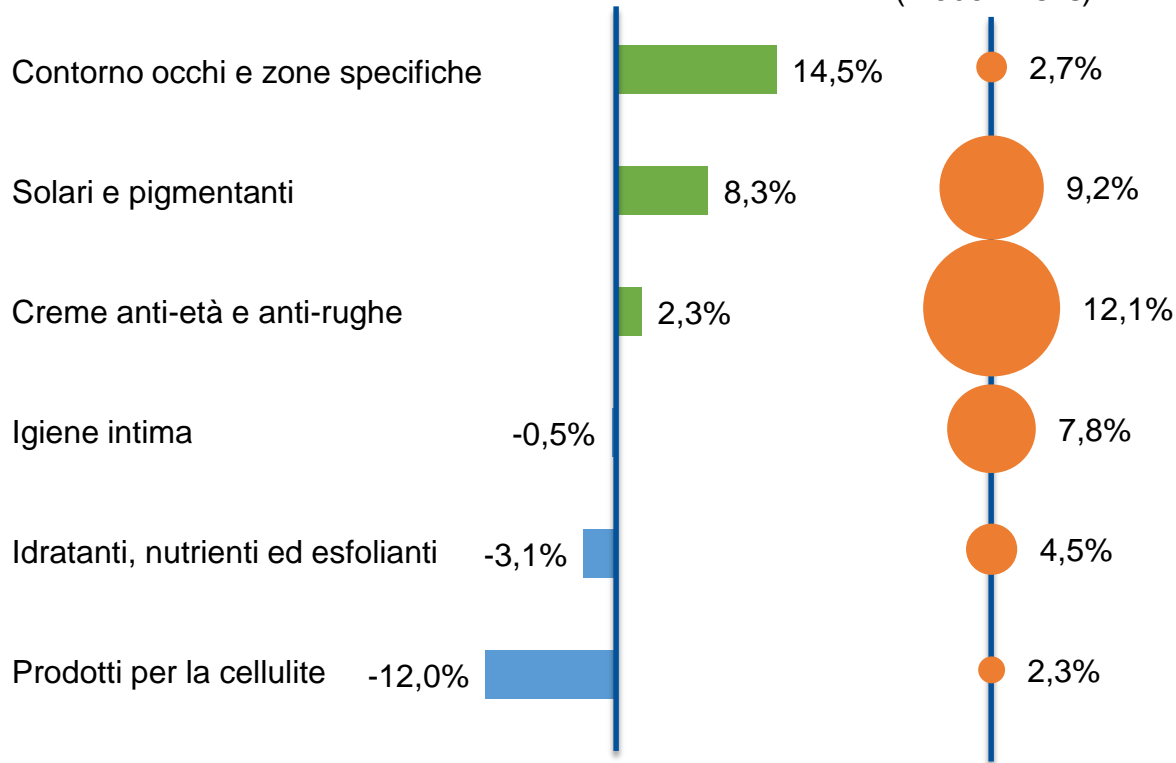
CONSUMI IN FARMACIA 2017 - UP & DOWN

TREND '17-'16

CATEGORIE

MEDIA CONSUMI IN FARMACIA = +2,0%

PESO % SUL TOTALE CONSUMI 2017 IN FARMACIA (1.868 MIO/€)

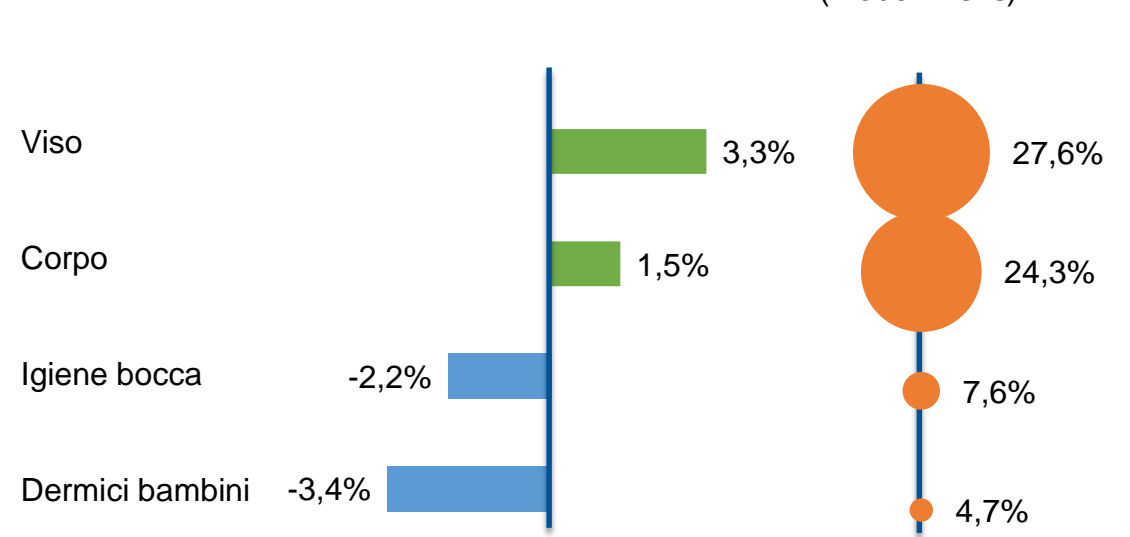


TREND '17-'16

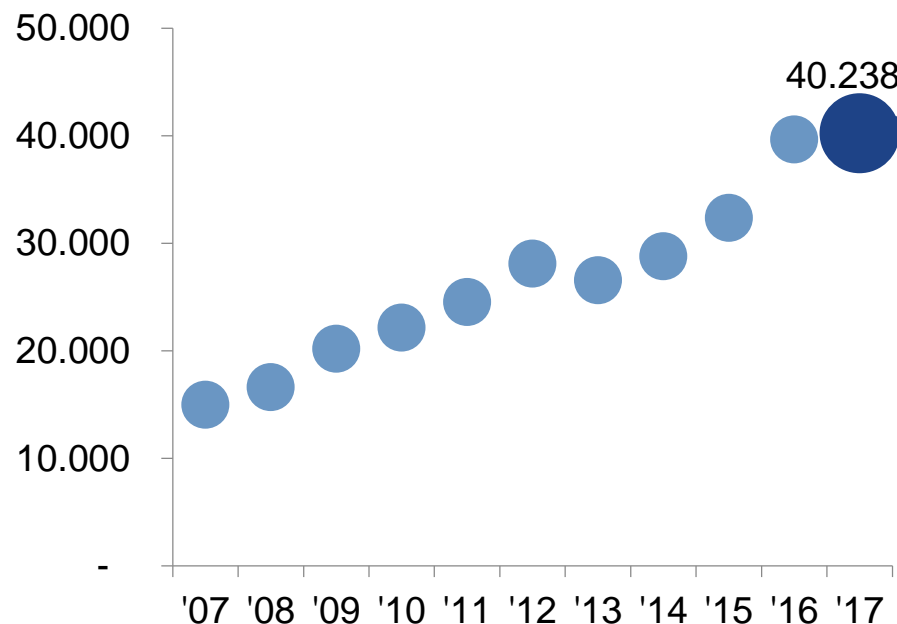
LINEE

MEDIA CONSUMI IN FARMACIA = +2,0%

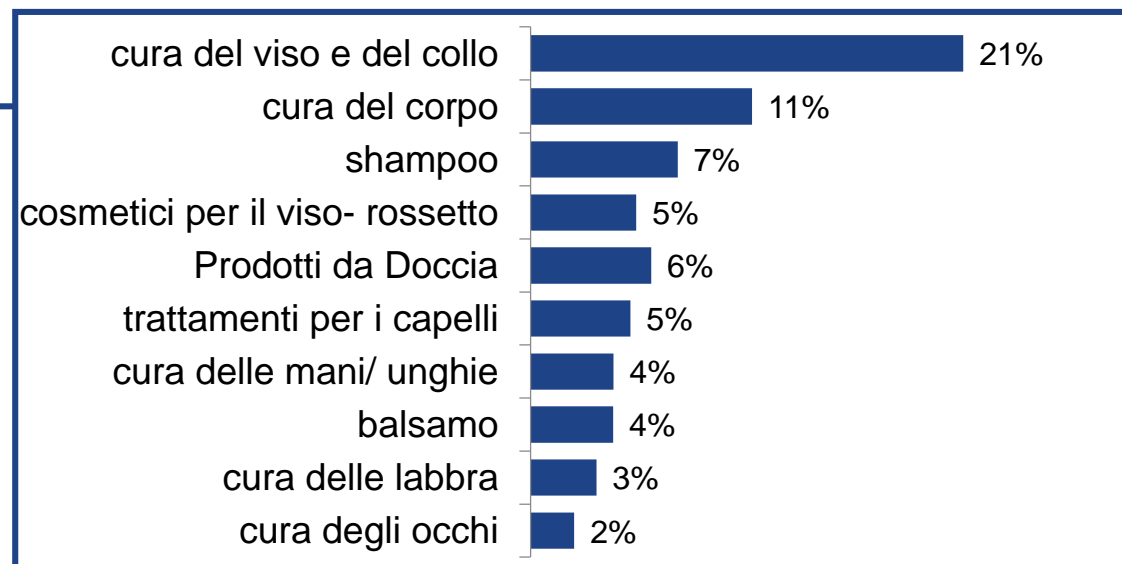
PESO % SUL TOTALE CONSUMI 2017 IN FARMACIA (1.868 MIO/€)



Evoluzione del numero cosmetici con claim funzionale immessi sul mercato nel mondo



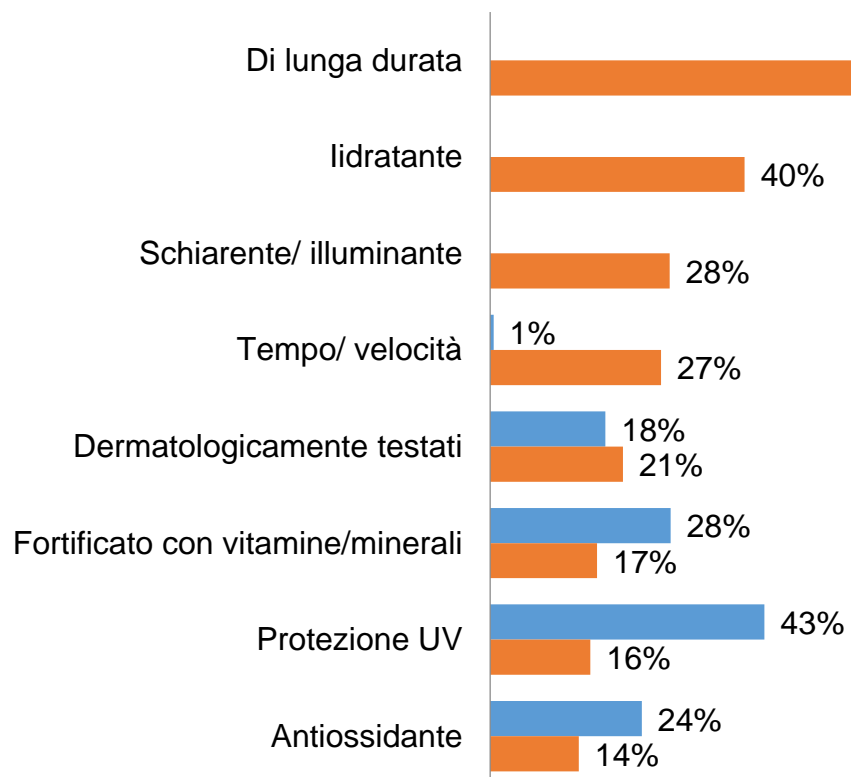
I primi 10 prodotti di cosmetici con claim funzionale immessi sul mercato nel mondo nel 2017



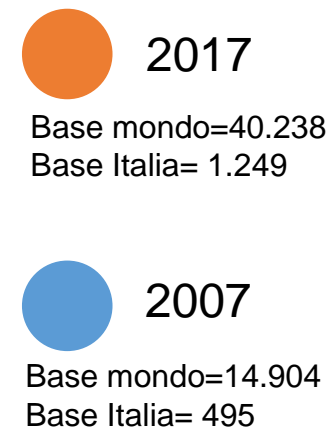
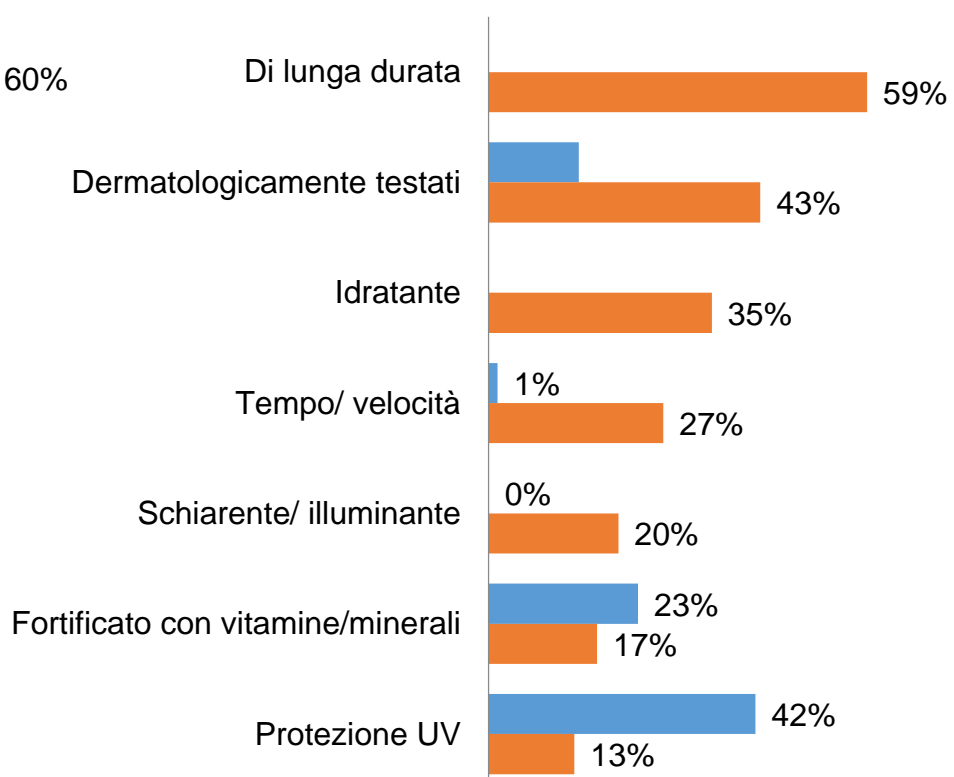
Nel 2017 in Italia sono stati immessi sul mercato 1.249 cosmetici con claim funzionale, pari al 3,1% del totale lanci nel mondo

Evoluzione dell'obiettivo di efficacia nei cosmetici con claim funzionale nel mondo: confronto 2007-2017

MONDO

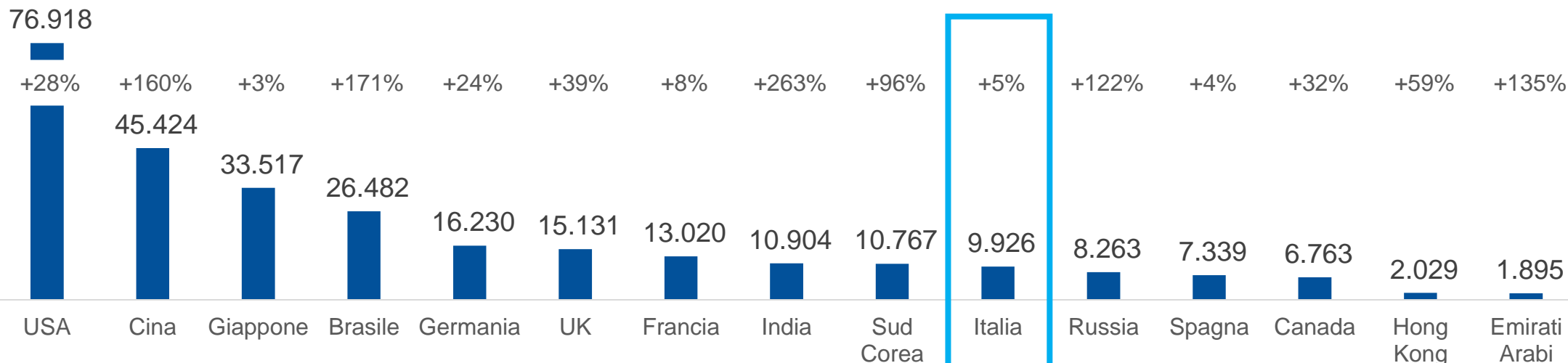


ITALIA

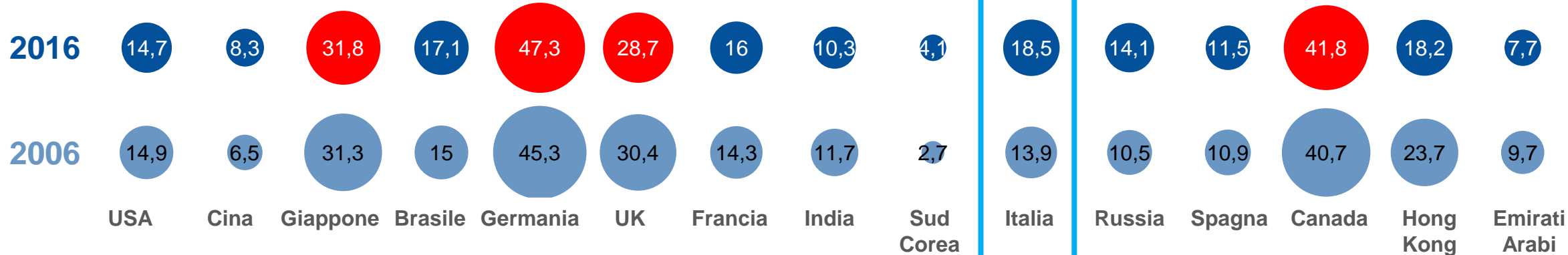


TREND DEI CONSUMI COSMETICI IN FARMACIA NEL MONDO: EVOLUZIONE 2006-2016 NEI PRINCIPALI PAESI

Consumo cosmetico **totale** per paese nel 2016 (valori in mio/€ e var.% '16-'06)



Peso % dei consumi in **farmacia** sul totale consumi paese

















PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO: CONFRONTI

Ricerca multiclient
2018.
Fonte



LA CURA E PULIZIA DEL VISO L'IGIENE DEL CORPO CORPO MAKE UP UOMO PROFUMI CAPELLI

							
 Supermercato	39%	66%	58%	20%	65%	17%	60%
 Supermercato specializzato	30%	33%	33%	31%	27%	17%	31%
 Profumerie tradizionali	24%	11%	16%	25%	18%	46%	11%
 Farmacia	31%	19%	20%	17%	11%	6%	12%
 Catene profumerie	25%	13%	15%	32%	13%	34%	11%
 Monomarca	21%	10%	9%	32%	9%	10%	8%
 Erboristeria	14%	9%	9%	7%	7%	6%	7%
 Online	22%	10%	9%	18%	12%	14%	9%

Negli ultimi 12 mesi dove ha acquistato...

Il totale non fa 100 perché sono possibili più risposte.

Base dati: acquirenti di prodotti per il viso (n=1563); igiene del corpo (n=1971) prodotti per il corpo (n=1761); cosmetici viso (n=858); cosmetici uomo (n=753); profumi e eau de toilette (n=1547); prodotti per i capelli (n=1873)

STRUTTURA PATRIMONIALE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

ATTIVITÀ

VALORI % FATTO 100 TOTALE ATTIVO

2016

2008

IMMOBILIZZAZIONI

45,2

36,8

ATTIVO CIRCOLANTE

54,3

62,5

RATEI E RISCOINTI

0,5

0,7

PASSIVITÀ

VALORI % FATTO 100 TOTALE PASSIVO

2016

2008

PATRIMONIO NETTO

53,4

37,5

FONDI RISCHI E ONERI

3,1

2,9

3,1

TRATTAMENTO
FINE RAPPORTO

1,7

DEBITI

41,3

56,2

RATEI E RISCOINTI

0,5

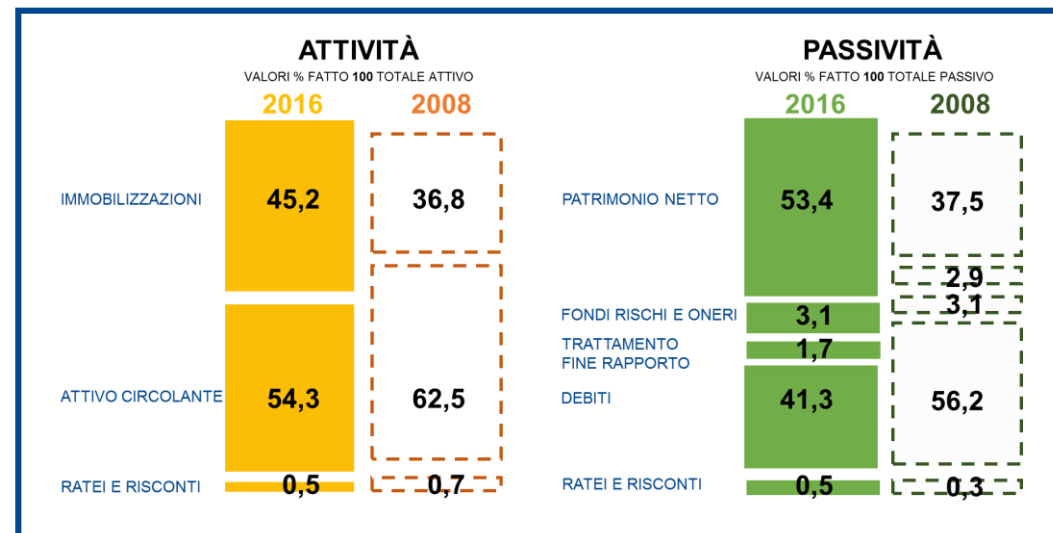
0,3

STRUTTURA PATRIMONIALE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

LE **IMMOBILIZZAZIONI** CRESCONO PROPORZIONALMENTE SIA IN QUELLE MATERIALI CHE IMMATERIALI.

L'**ATTIVO CIRCOLANTE** HA UN PESO MINORE, RISPETTO AL 2008, DOVUTO, SIA ALL'UTILIZZO DELLE **LIQUIDITÀ**, PROBABILMENTE PER CONTRASTARE LA CRISI, SIA A UNA RIDUZIONE DELLE **RIMANENZE** DI PRODOTTI FINITI, SEMILAVORATI E IN CORSO DI LAVORAZIONE (COME DIMOSTRANO I GIORNI DI SCORTA MEDIA).

L'AUMENTO DELL'**INDEBITAMENTO** NON È DA LEGGERE IN ACCEZIONE NEGATIVA POICHÉ TRATTASI DI FINANZIAMENTI A MEDIO-LUNGO TERMINE PER GLI INVESTIMENTI FISSI



LA CRISI DEL 2008 NON È STATA CONGIUNTURALE MA STRUTTURALE, È RADICALMENTE MUTATO LO SCHEMA AZIENDALE

LEVERAGE - RAPPORTO DI INDEBITAMENTO

- 2016
- 2015
- 2008

L'INDICE MOSTRA UN'INDUSTRIA POCO RISCHIOSA AGLI OCCHI DEI POTENZIALI CREDITORI, CON UN VALORE MEDIO DEL SETTORE DI 4,1, TRAINATO DALLE PERFORMANZE POSITIVE DELLE GRANDI AZIENDE E CHE RISENTE IN MINIMA PARTE DEI RISULTATI DELLE MEDIO-PICCOLE ITALIANE. IL **CONTOTERZISMO** METTE IN LUCE GLI EFFETTI STRUTTURALI DI UNA POLITICA FINANZIARIA DIPENDENTE DA TERZI, DOVUTA AL GRANDE SFORZO D'INVESTIMENTO IN IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

GRANDE ITALIANA ▼

PICCOLA-MEDIA ESTERA ▲

FARMACIA

PROFUMERIA

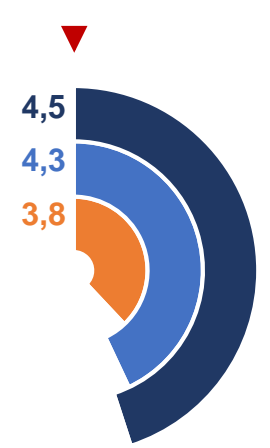
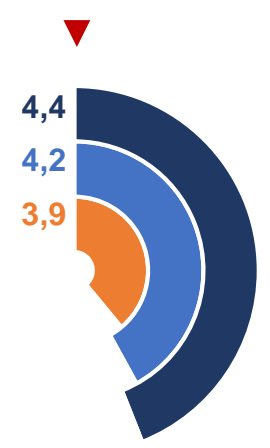
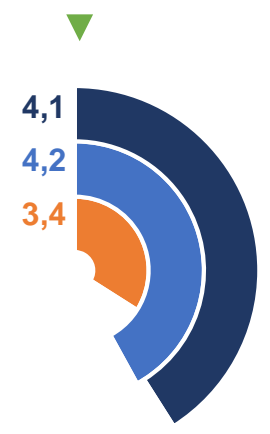
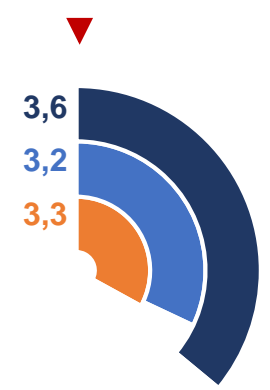
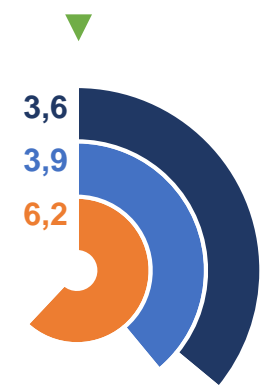
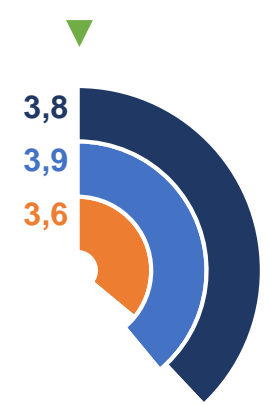
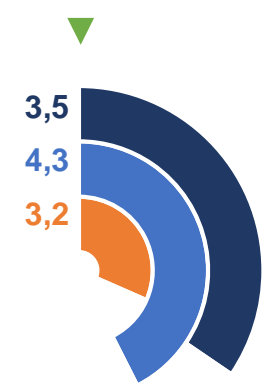
MASS MARKET

ERBORISTERIA

ACCONCIATURA

ESTETICA

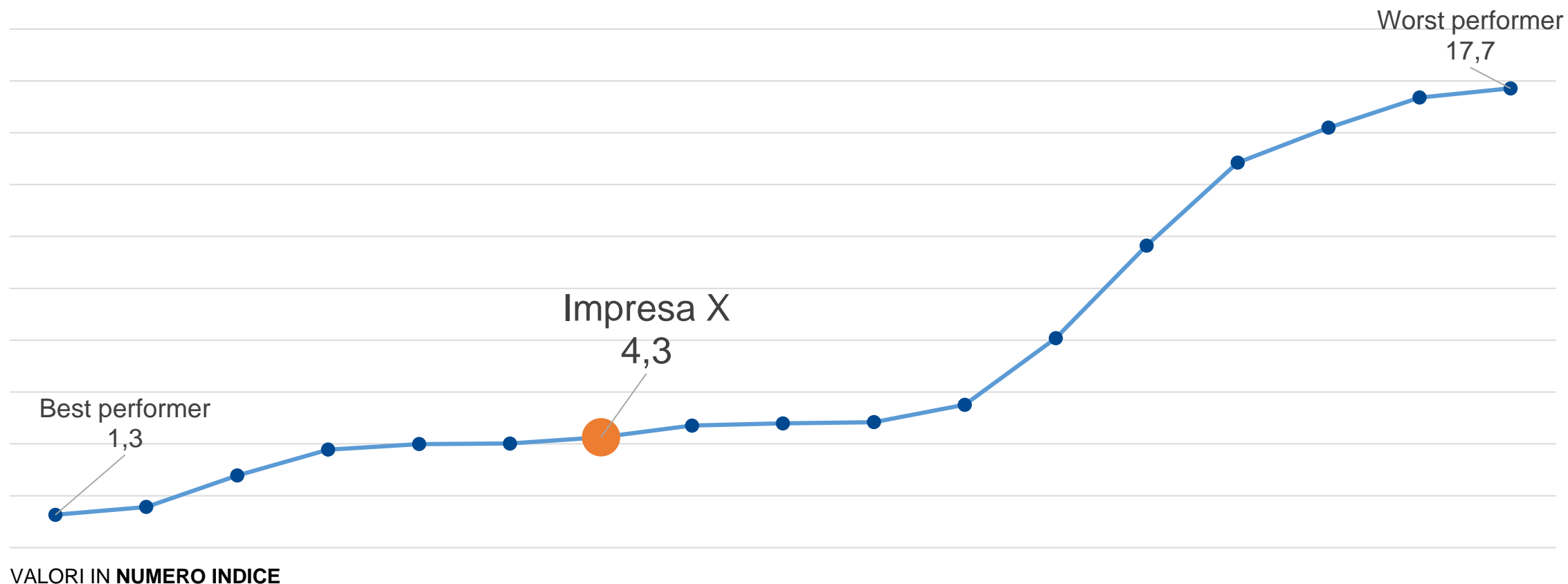
CONTO TERZI



LEVERAGE – blind competitive intelligence

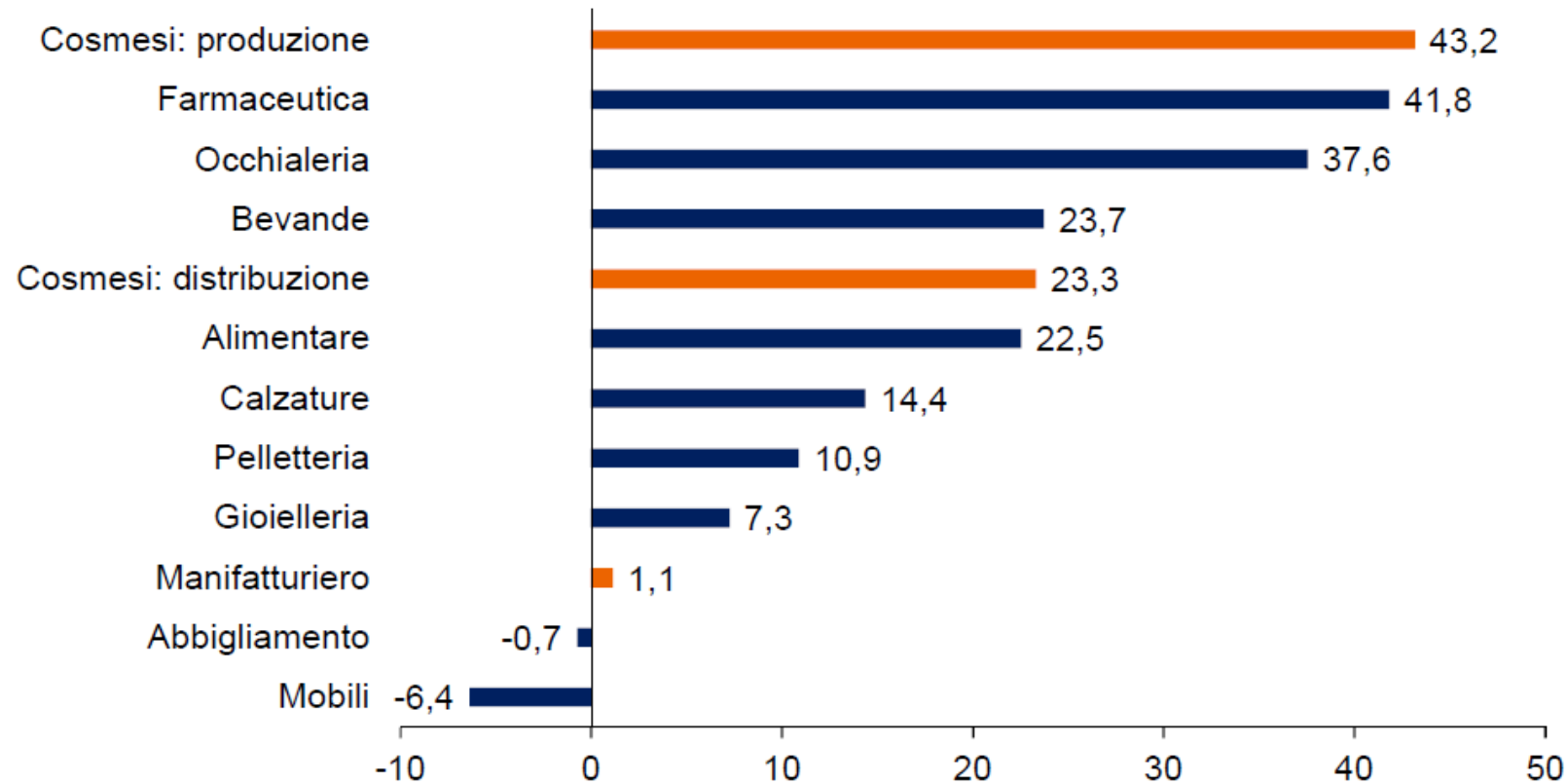
CANALE FARMACIA

17 imprese in concorrenza diretta



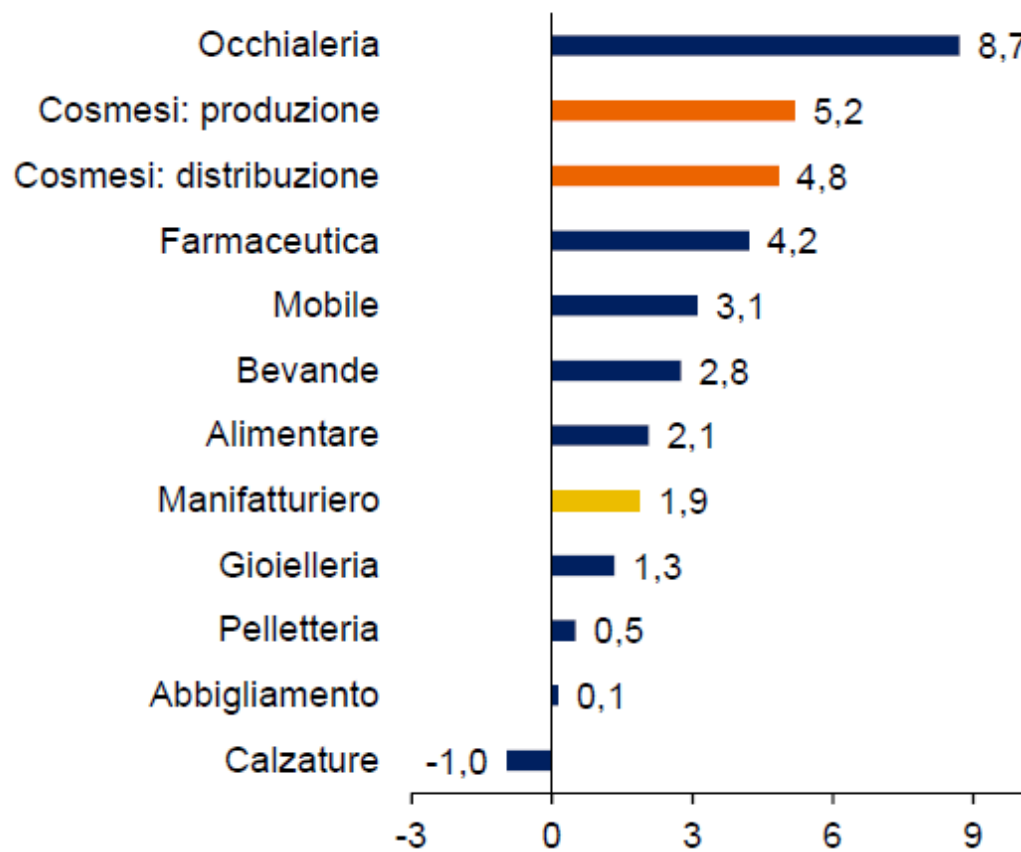
ANALISI ECONOMICO-PATRIMONIALE: CONFRONTO SETTORIALE

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

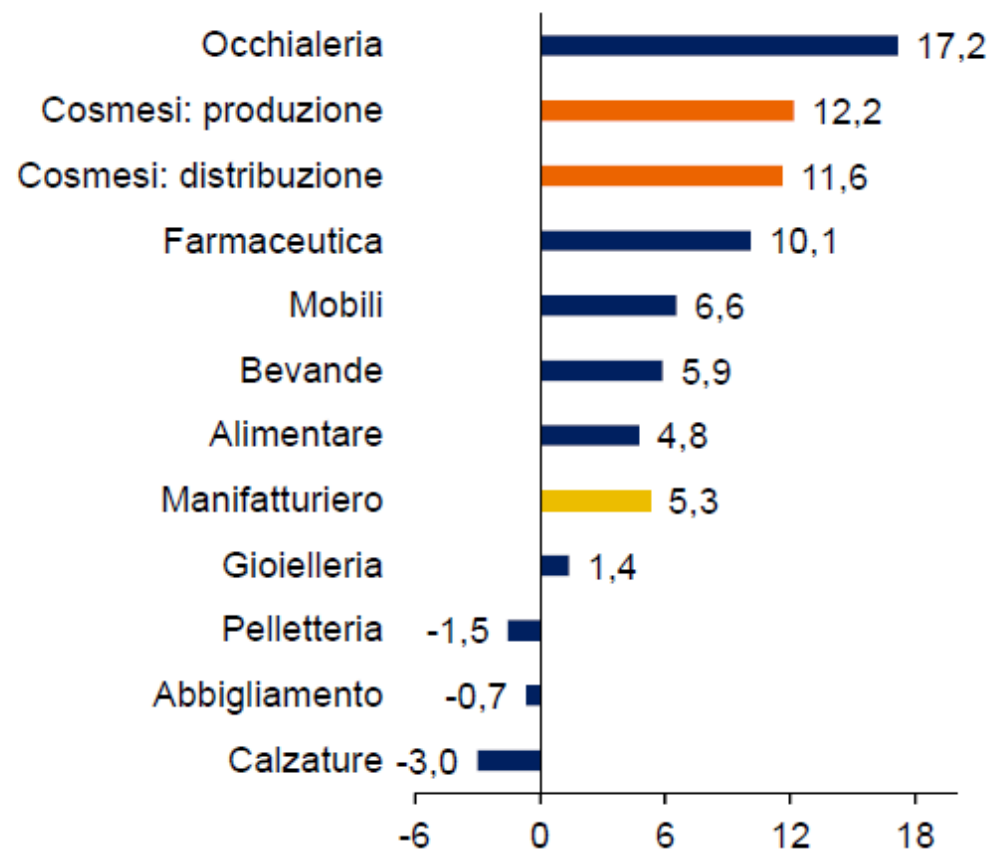


ANALISI ECONOMICO-PATRIMONIALE: CONFRONTO SETTORIALE

Variazione % del fatturato nel 2016
(valori mediani)



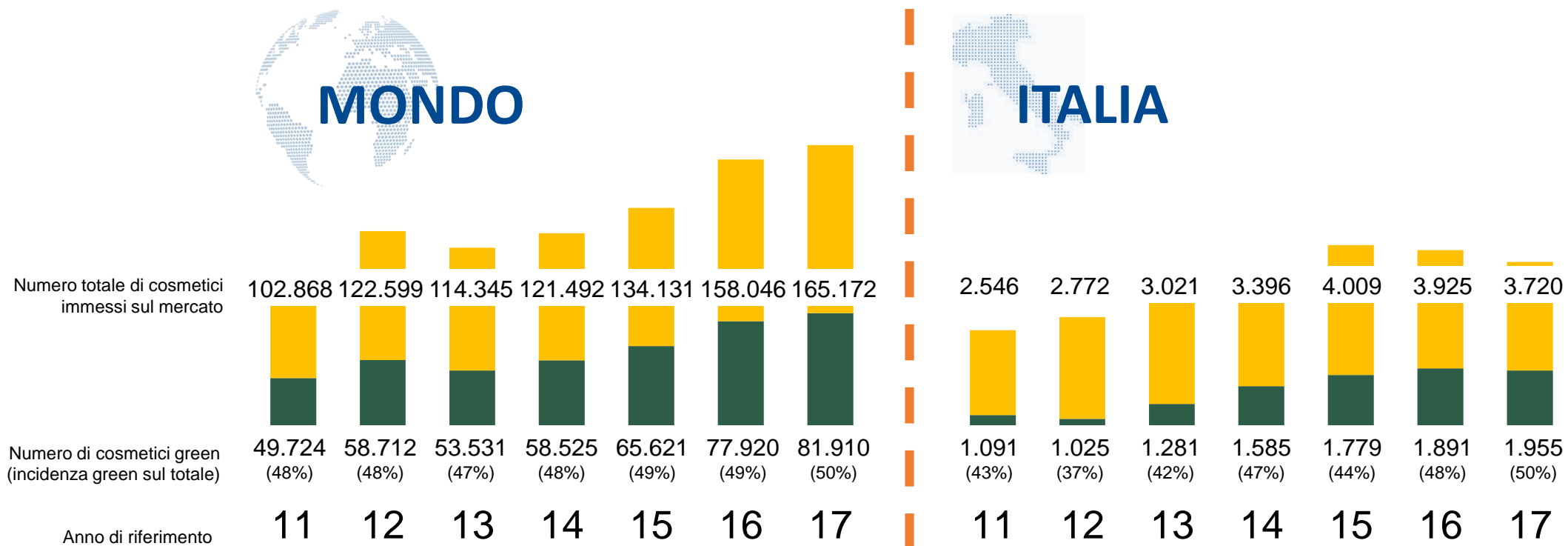
Variazione % del fatturato nel biennio 2015-16
(valori mediani)



FOCUS GREEN

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.

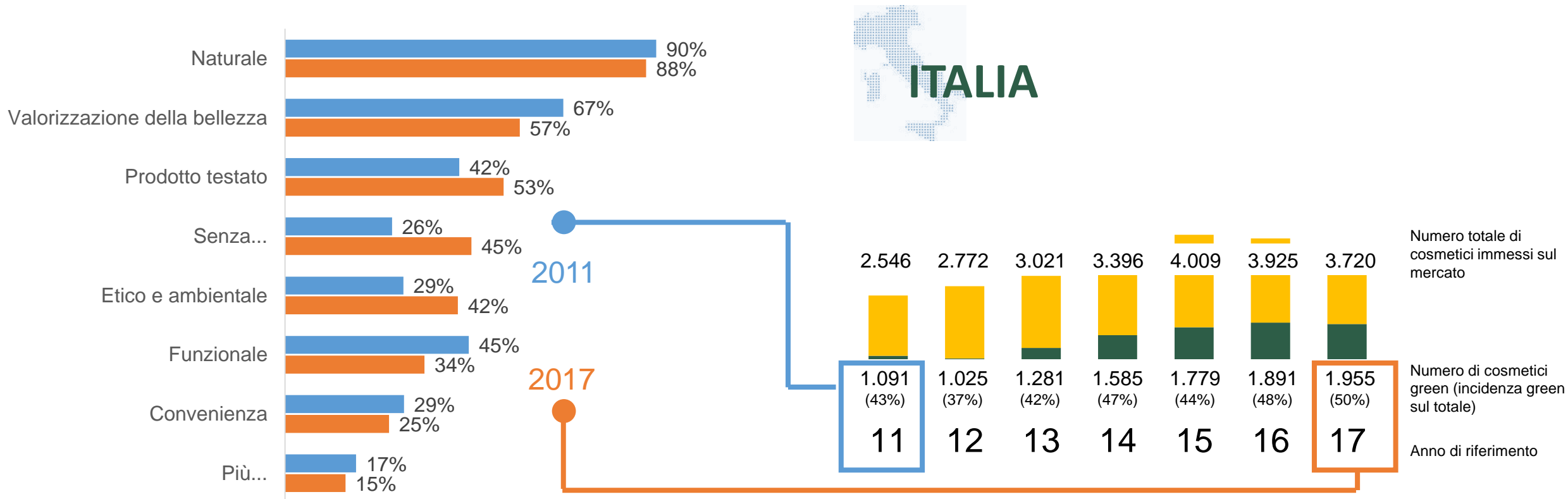


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati MINTEL

* 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)



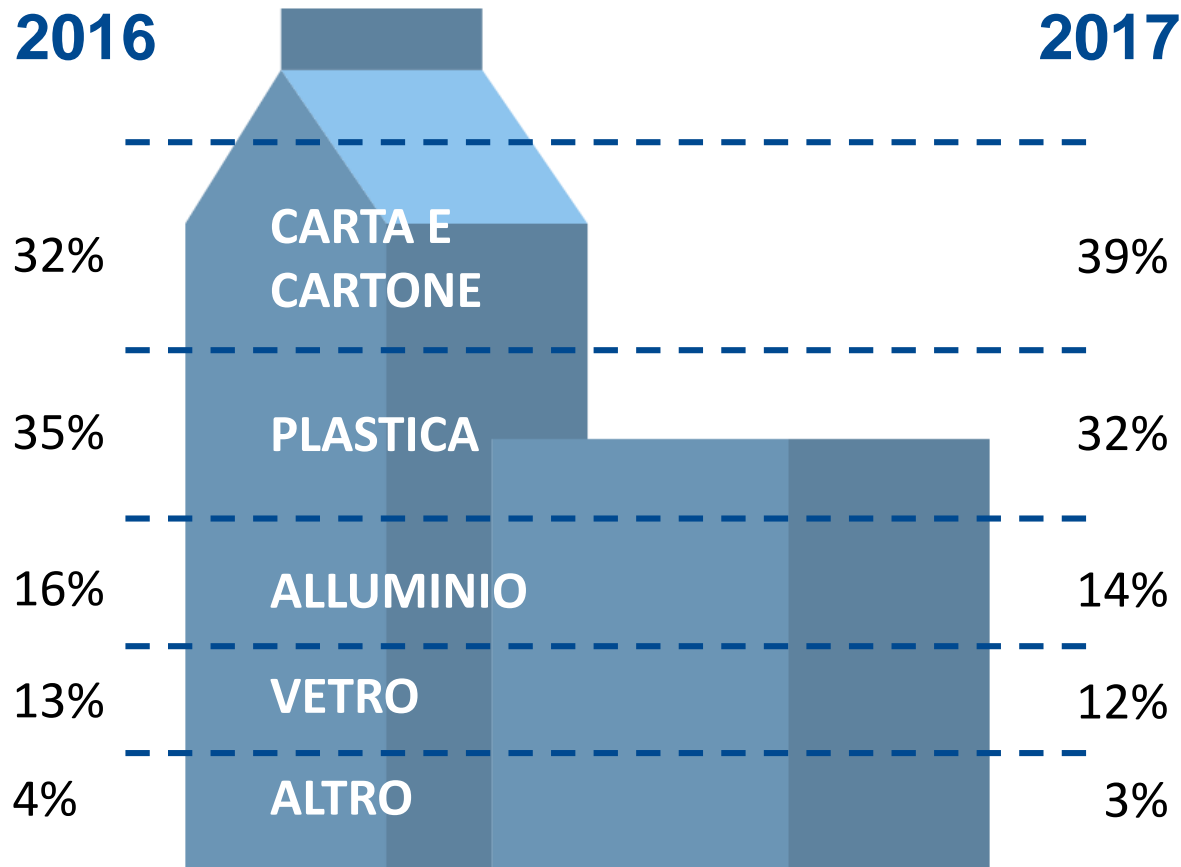
Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **MINTEL**

* 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.

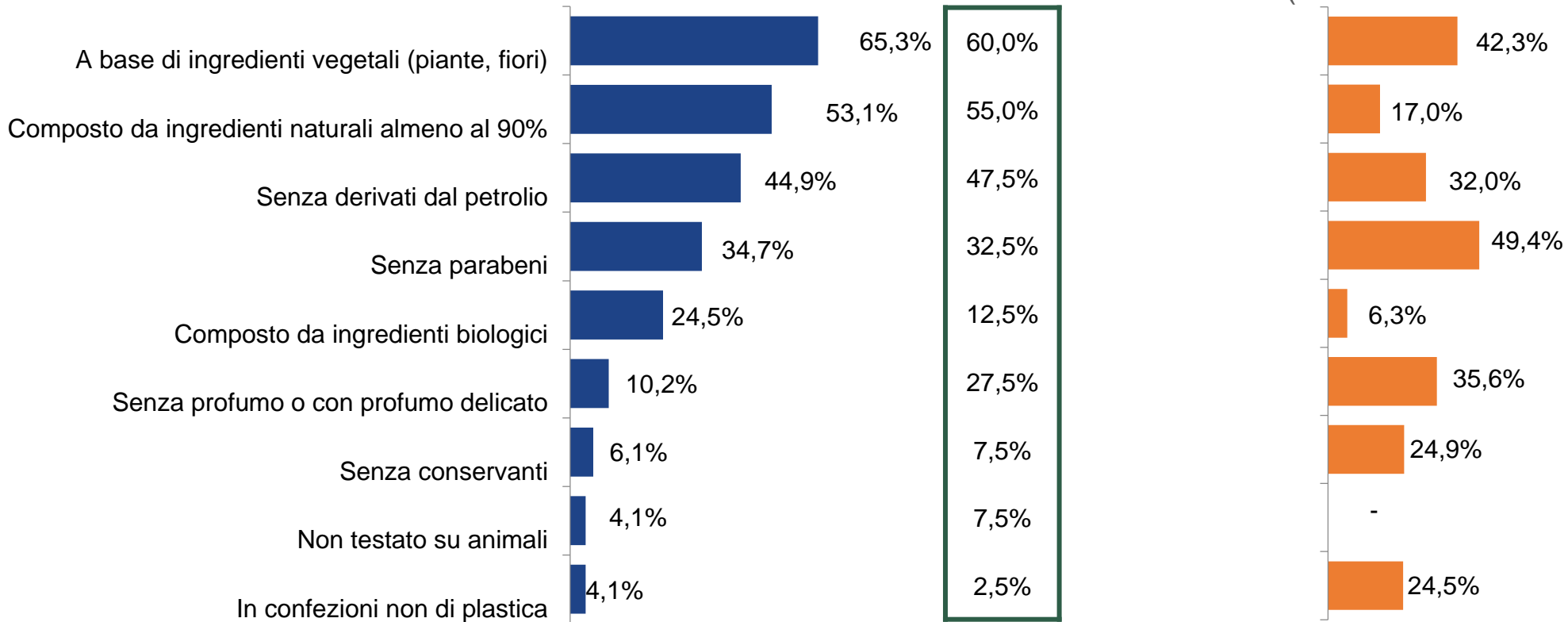
COSMETICI NATURALI: IDENTIKIT NEL 2018

Principali caratteristiche che definiscono un cosmetico naturale

LATO INDUSTRIA

Confronto con Edizione 2017

LATO ERBORISTI (RILEVAZIONE AL SANA 2017)



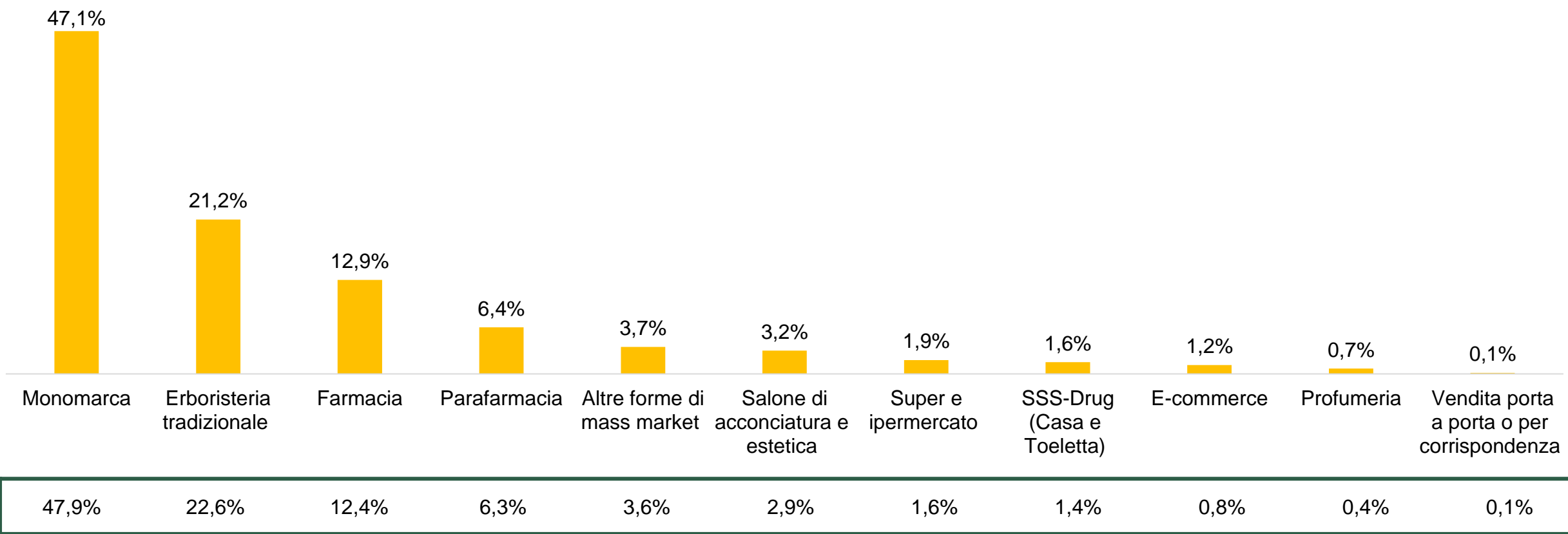
IL DICHIARATO DELLE IMPRESE INTERVISTATE NEL 2018

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)

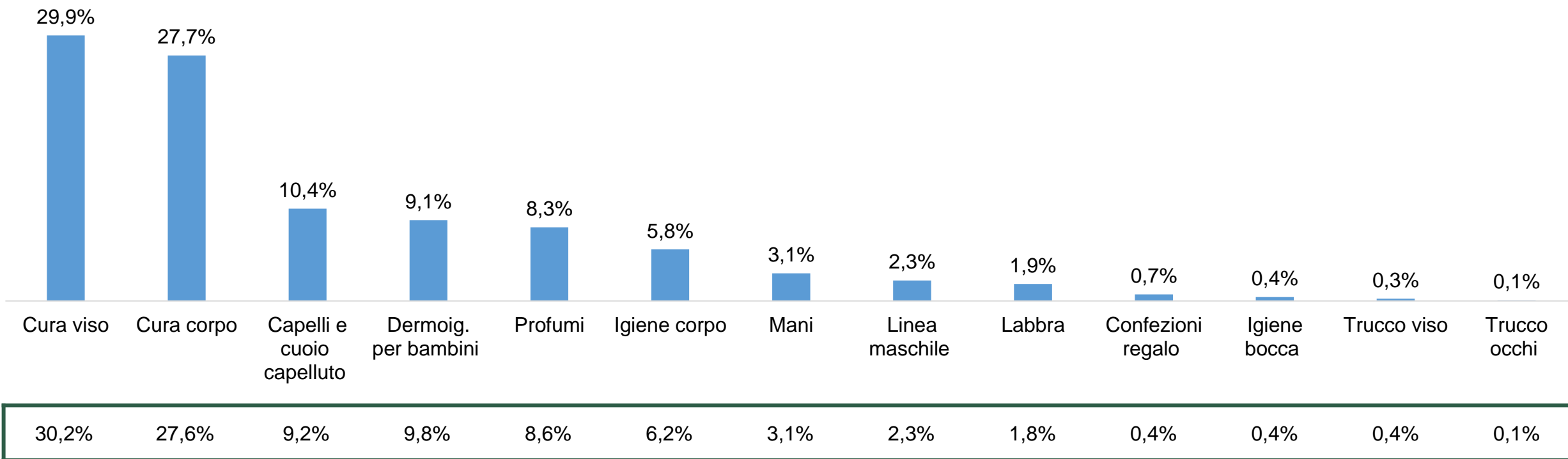


FATTURATO (SELL-IN) GREEN COMPLESSIVO NEI CANALI DI VENDITA NEL 2017



Confronto con Fatturato 2016

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

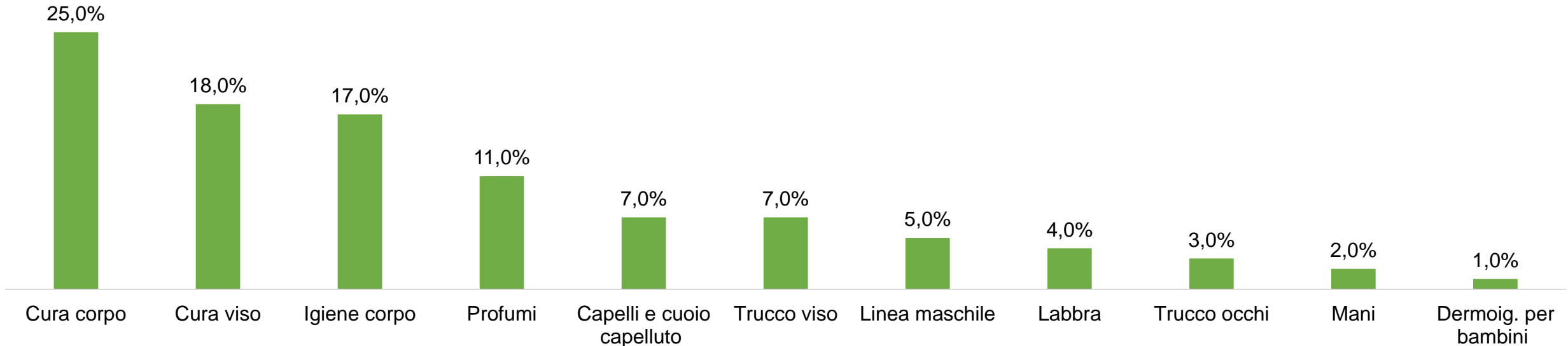


Confronto con Fatturato 2016

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



Grazie