

Congiunturale dell'industria cosmetica: primo semestre 2022

Il presente questionario è scaricabile in versione pdf al seguente [LINK](#).

*** 1. Dati del compilatore:**

Azienda

Nome

Cognome

Posizione in azienda

E-mail

*** 2. Dati aziendali 2021 del solo settore cosmetico:**

(valori in milioni di euro)

Totale vendite complessive (fatturato)

di cui vendite ESTERO (se presenti)

*** 3. Indicare la variazione delle vendite complessive (fatturato globale):**

(variazione %)

da gennaio a giugno 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021

del solo mese di giugno 2022 rispetto a giugno 2021

* 4. Principali canali di distribuzione:

- Acconciatura professionale
- Estetica professionale
- Profumeria
- Farmacia
- Erboristeria
- Mass market: grandi superfici (super e iper)
- Mass market: monomarca
- Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)
- Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)
- E-commerce
- Vendite per corrispondenza
- Vendite a domicilio (porta a porta)
- Contoterzismo**



Congiunturale dell'industria cosmetica: primo semestre 2022

*RIPARTIZIONE DEL FATTURATO, ANDAMENTO CONGIUNTURALE E
PREVISIONI*

Con riferimento ai canali distributivi selezionati alla domanda precedente.

5. **PROPRIA AZIENDA:** Indicare la ripartizione % del fatturato nei canali di riferimento:

(la somma dei valori espressi deve fare 100)

Acconciatura professionale

Estetica professionale

Profumeria

Farmacia

Erboristeria

Mass market: grandi superfici (super e iper)

Mass market: monomarca

Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)

Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)

E-commerce

Vendite per corrispondenza

Vendite a domicilio (porta a porta)

Contoterzismo

6. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PRECONSUNTIVO 1° SEMESTRE 2022)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 1° semestre 2022 rispetto al 1° semestre 2021:

(indicare con il segno + o - le variazioni %)

Acconciatura professionale	<input type="text"/>
Estetica professionale	<input type="text"/>
Profumeria	<input type="text"/>
Farmacia	<input type="text"/>
Erboristeria	<input type="text"/>
Mass market: grandi superfici (super e iper)	<input type="text"/>
Mass market: monomarca	<input type="text"/>
Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)	<input type="text"/>
Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)	<input type="text"/>
E-commerce	<input type="text"/>
Vendite per corrispondenza	<input type="text"/>
Vendite a domicilio (porta a porta)	<input type="text"/>
Contoterzismo	<input type="text"/>

7. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PREVISIONE 2°

SEMESTRE 2022)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 2° semestre 2022 rispetto al 2° semestre 2021:

(indicare con il segno + o - le variazioni %)

Acconciatura professionale	<input type="text"/>
Estetica professionale	<input type="text"/>
Profumeria	<input type="text"/>
Farmacia	<input type="text"/>
Erboristeria	<input type="text"/>
Mass market: grandi superfici (super e iper)	<input type="text"/>
Mass market: monomarca	<input type="text"/>
Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)	<input type="text"/>
Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)	<input type="text"/>
E-commerce	<input type="text"/>
Vendite per corrispondenza	<input type="text"/>
Vendite a domicilio (porta a porta)	<input type="text"/>
Contoterzismo	<input type="text"/>

* 8. Con riferimento alla propria azienda, indicare l'andamento del primo semestre 2022 per:

	In forte diminuzione	In lieve diminuzione	Costante	In aumento	Non utilizzato/a
Occupazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cassa integrazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grado utilizzo impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costi di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in macchinari e impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in manutenzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in comunicazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Congiunturale dell'industria cosmetica: primo semestre 2022

FOCUS: L'IMPIEGO DELLE RISORSE ENERGETICHE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

Ogni anno il Centro Studi approfondisce un tema di rilevanza strategica per le imprese cosmetiche, così da rispondere a specifiche esigenze dettate dalle evoluzioni del mercato, o come avvenuto per questa edizione, fornire dati del comparto che avvalorino e accompagnino il dialogo con le Istituzioni nelle attività di Advocacy e Comunicazione.

* 9. **CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA**

Esprimere i valori consumo annuale nel 2021, suddivisi tra produzione industriale e impieghi nell'attività commerciale:

(valori in GWh)

produzione industriale

attività commerciale

* 10. **CONSUMO DI GAS**

Esprimere i valori consumo annuale nel 2021, suddivisi tra produzione industriale e impieghi nell'attività commerciale:

(valori in metri cubi)

produzione industriale

attività commerciale