

# IL SISTEMA COSMETICO ITALIANO

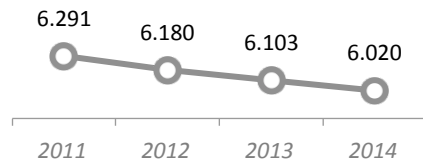
Cosmoprof Worldwide Bologna 2015



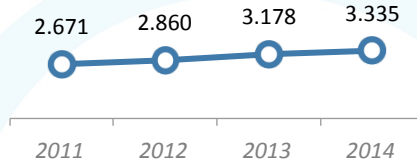
# Il fatturato cosmetico

Il sistema cosmetico italiano

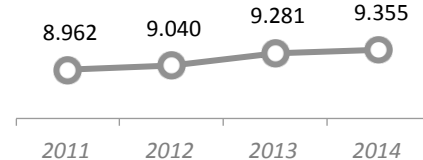
Sell-in Italia (fatturato)



Esportazioni



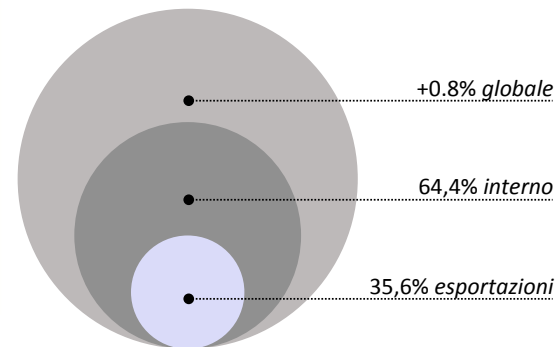
Fatturato globale



valori in milioni di euro

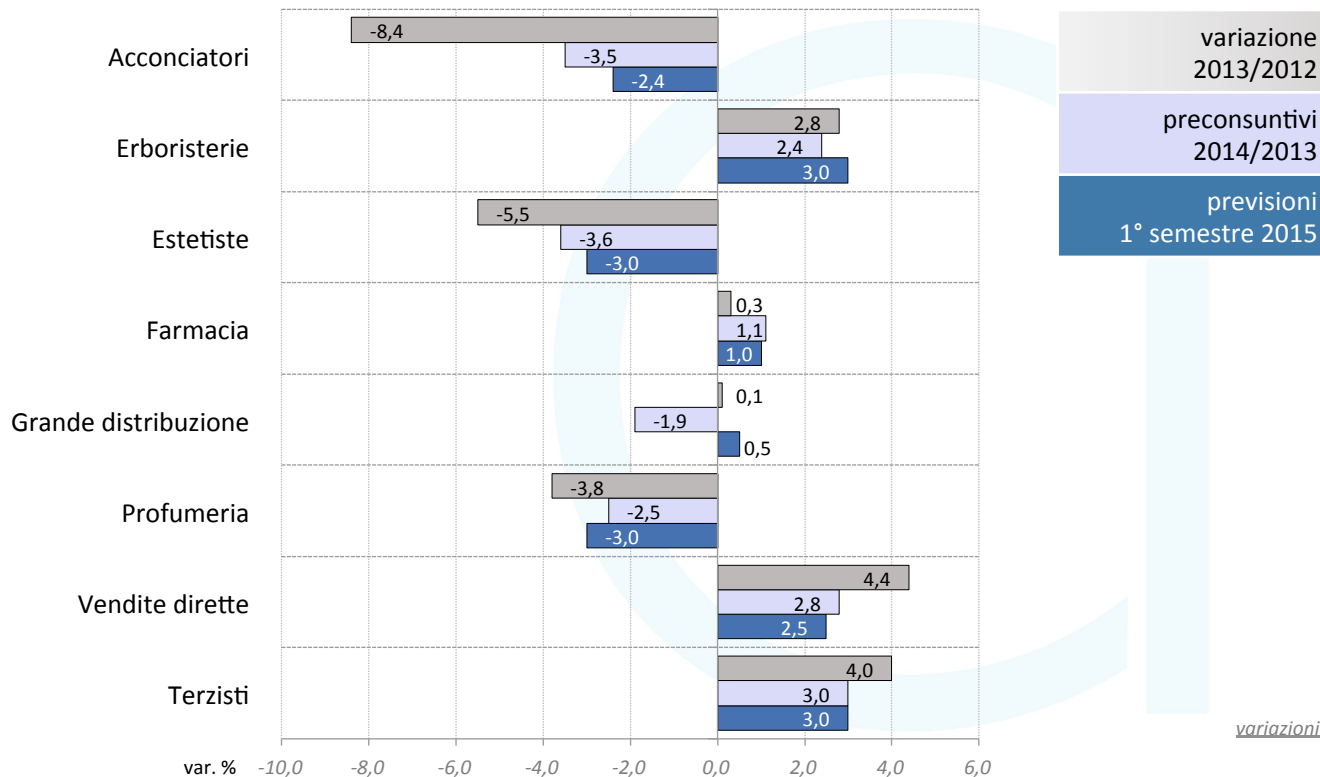
|                                   | consuntivo<br>2013 | variazione<br>% 2013/12 | preconsuntivo<br>2014 | variazione<br>% 2014/13 | proiezione %<br>2015/14 |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Sell-in Italia (fatturato)</b> | <b>6.103</b>       | <b>-1,2</b>             | <b>6.020</b>          | <b>-1,4</b>             | <b>-0,3</b>             |
| Canali tradizionali               | 5.401              | -0,3                    | 5.340                 | -1,1                    | 0,1                     |
| Canali professionali              | 702                | -7,7                    | 680                   | -3,5                    | -2,9                    |
| <b>Esportazioni</b>               | <b>3.178</b>       | <b>11,1</b>             | <b>3.335</b>          | <b>4,9</b>              | <b>7,0</b>              |
| <b>Fatturato globale</b>          | <b>9.281</b>       | <b>2,7</b>              | <b>9.355</b>          | <b>0,8</b>              | <b>2,3</b>              |

2014



# Previsioni mercato Italia

Il sistema cosmetico italiano



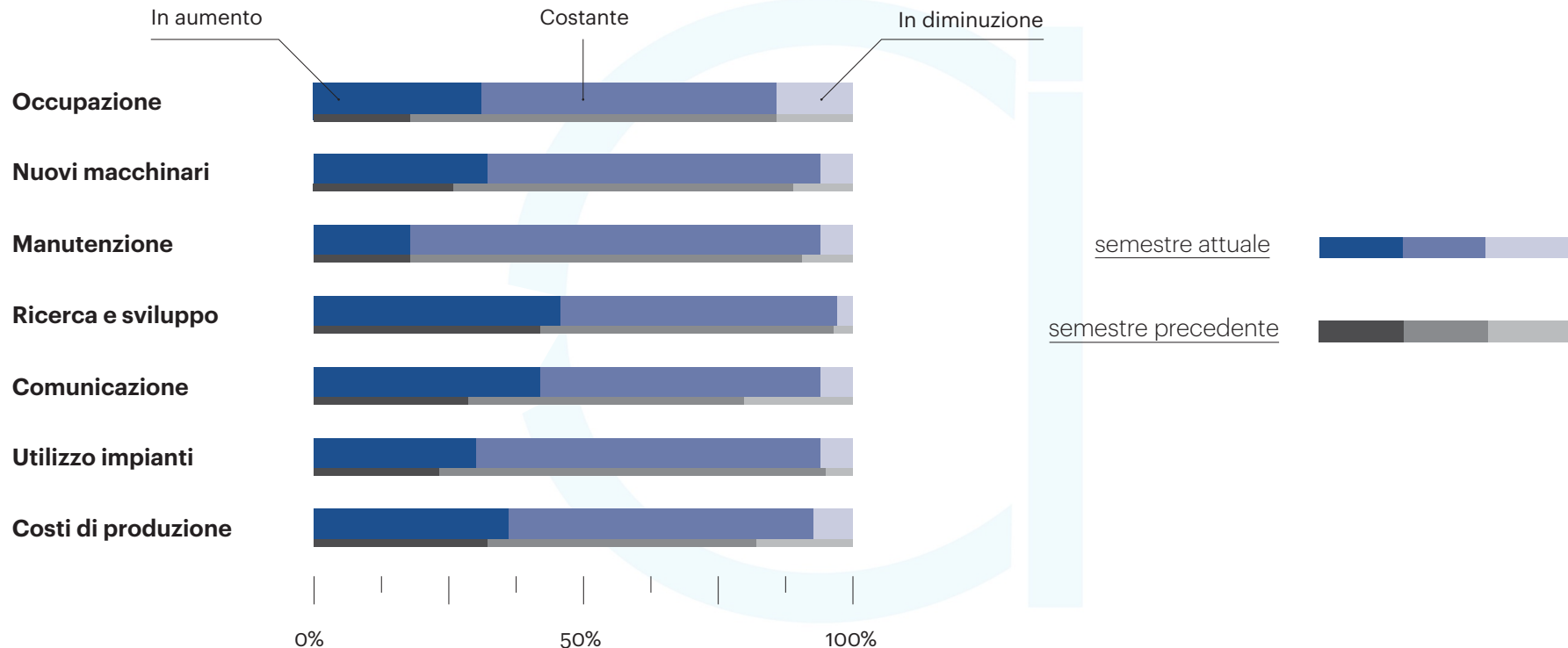
**Continua il calo  
dei consumi  
nei canali  
professionali**



**Il contoterzismo  
offre cauto  
ottimismo nel  
medio periodo**

# Le dinamiche industriali

Il sistema cosmetico italiano



# LA CONGIUNTURALE DELLA FILIERA COSMETICA



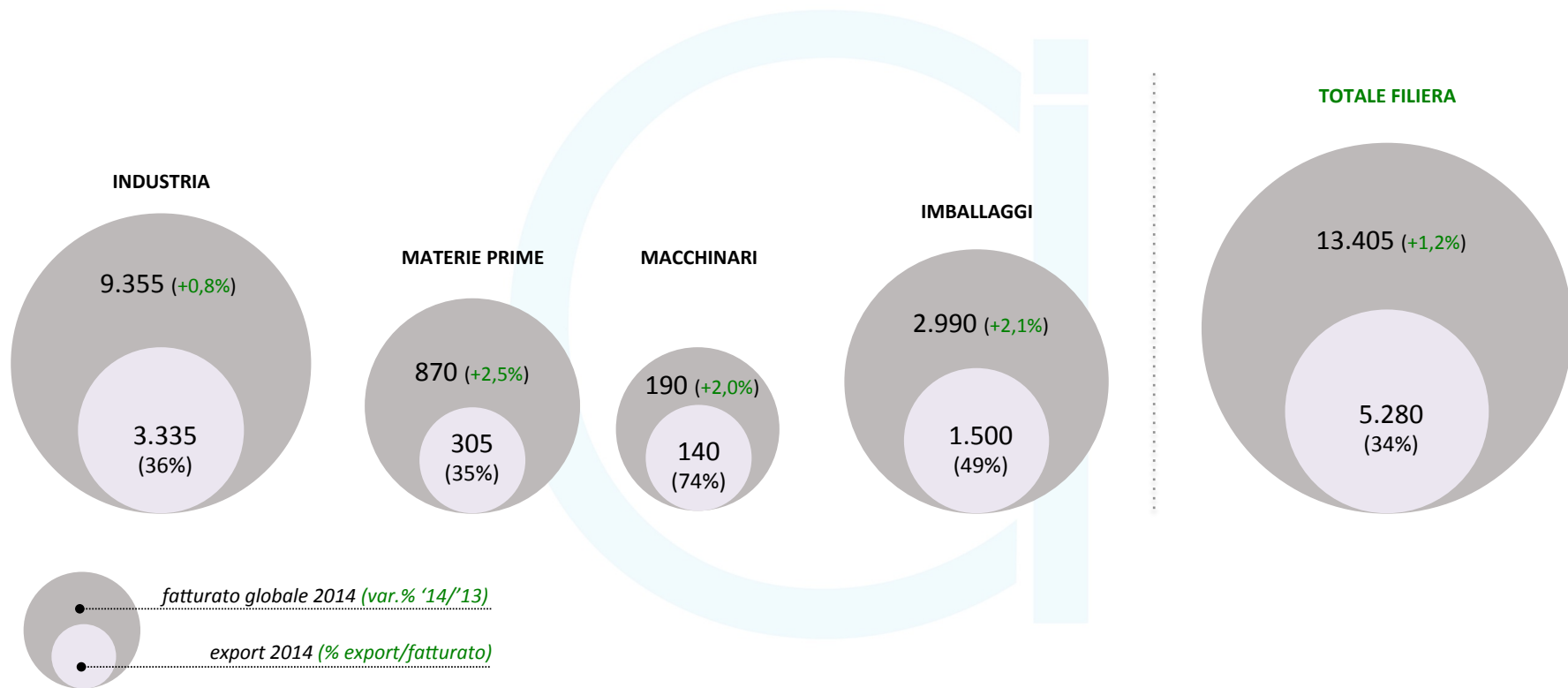
# Il fatturato della filiera cosmetica

Il sistema cosmetico italiano

|                                          | INDUSTRIA            | MATERIE PRIME      | MACCHINARI          | IMBALLAGGI           | TOTALE FILIERA        |
|------------------------------------------|----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|
| <b>Fatturato 2013</b><br>(var.% 2013/12) | <b>9.281</b> (+2,7%) | <b>850</b> (-1,4%) | <b>185</b> (-10,0%) | <b>2.930</b> (+2,1%) | <b>13.246</b>         |
| <b>Fatturato 2014</b><br>(var.% 2014/13) | <b>9.355</b> (+0,8%) | <b>870</b> (+2,5%) | <b>190</b> (+2,0%)  | <b>2.990</b> (+2,1%) | <b>13.405</b> (+1,2%) |
| Proiezione % 2015/14                     | +2,3%                | +2,0%              | +5,0%               | +5,0%                | +3,0%                 |
| <b>Export 2014</b><br>(var.% 2014/13)    | <b>3.335</b> (+4,9%) | <b>305</b> (+3%)   | <b>140</b> (+1%)    | <b>1.500</b> (+3%)   | <b>5.280</b>          |
| <b>Export/fatturato 2014</b>             | <b>36%</b>           | <b>35%</b>         | <b>74%</b>          | <b>49%</b>           | <b>39%</b> (media)    |

# Il fatturato della filiera cosmetica

Il sistema cosmetico italiano



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



- 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...)

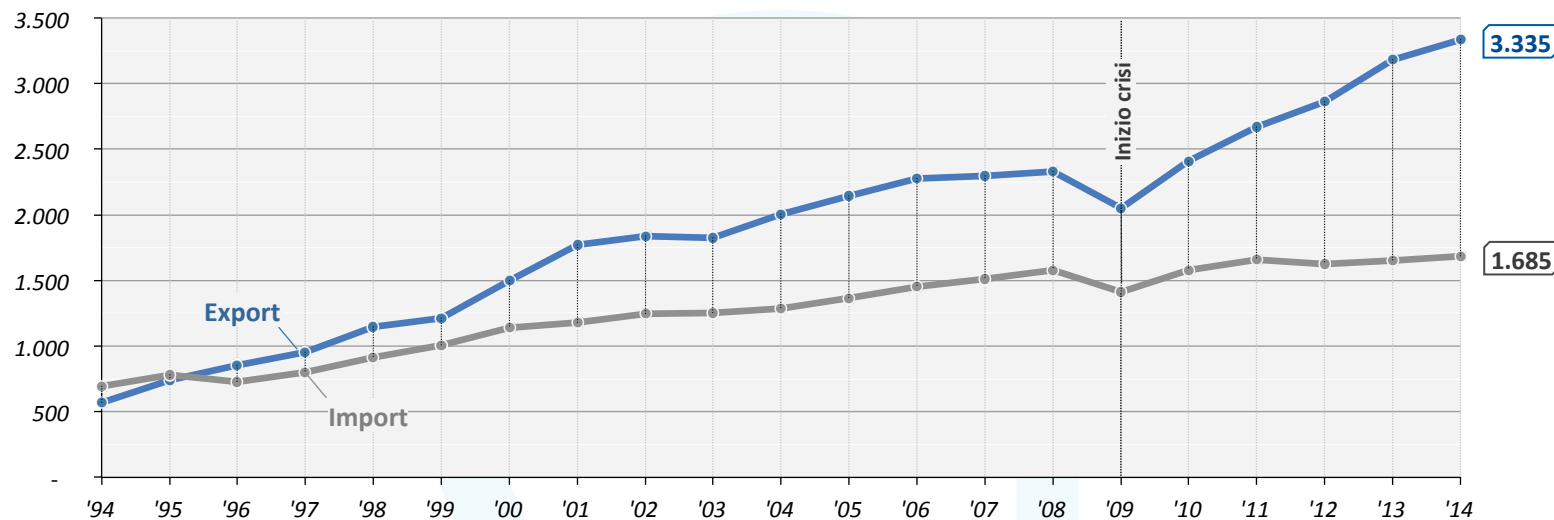
per stimolare i singoli anelli della catena allargata

- NON SCENDIAMO A COMPROMESSI



# Interscambio cosmetico - dati storici

Il sistema cosmetico italiano



**1.650** *mio€*  
saldo commerciale 2014

**+4,9%**  
export 2014

**+2,0%**  
import 2014

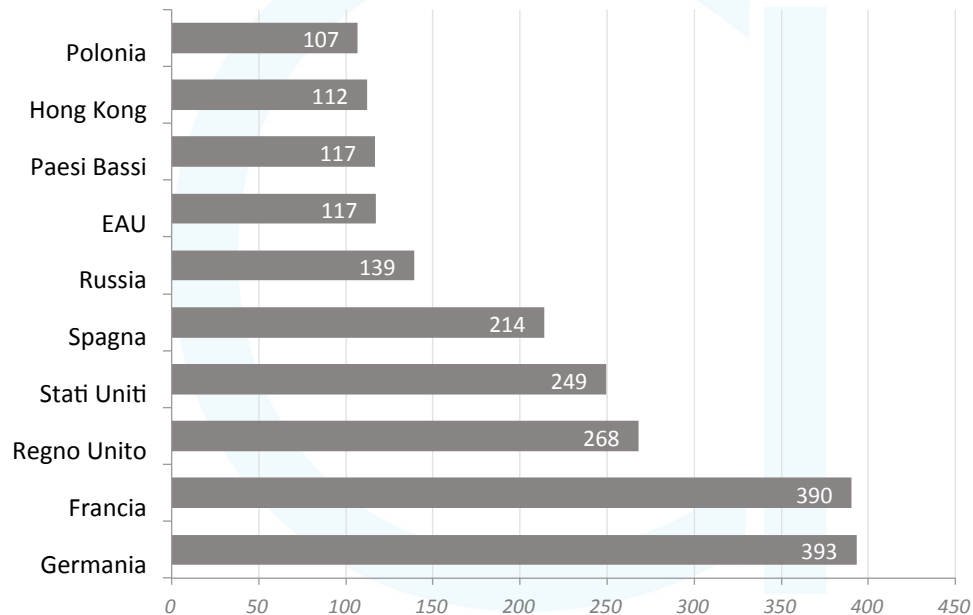
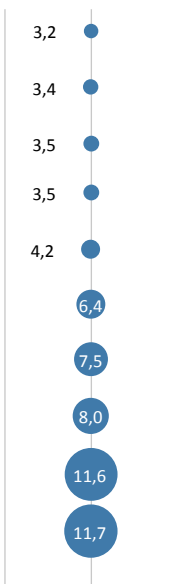
**35,6%**  
export/fatturato 2014

valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

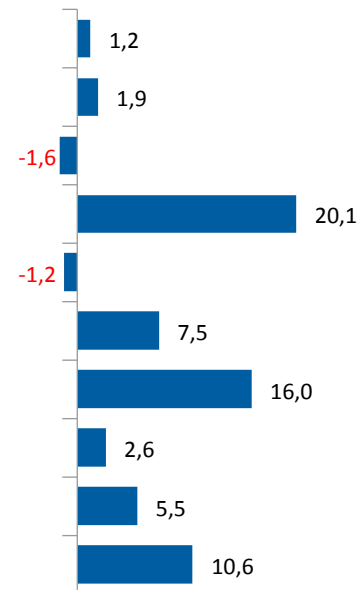
# Export cosmetico italiano nel 2014 - top 10

Il sistema cosmetico italiano

peso % sul totale  
export 2014



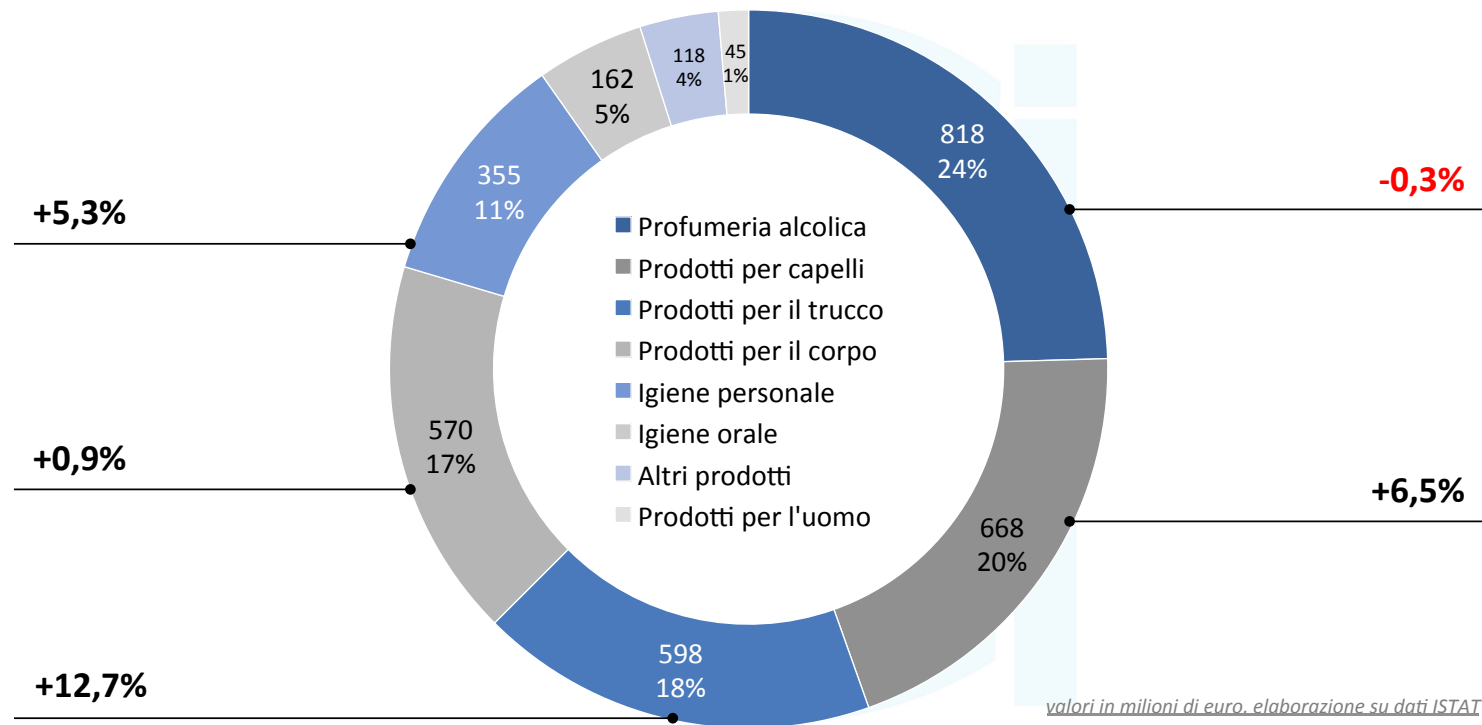
variazione export  
'14/'13



valori in milioni di euro. elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

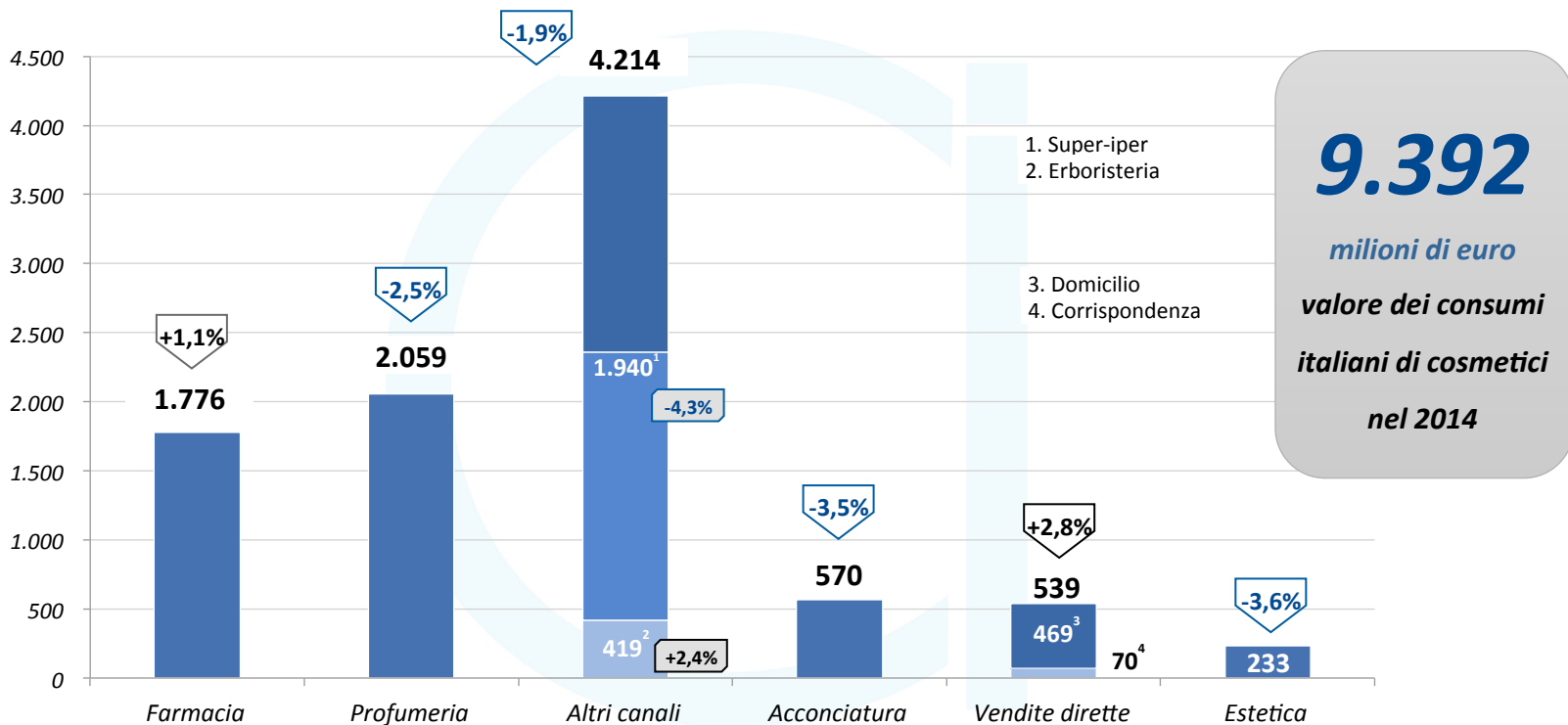
# Export cosmetico italiano nel 2014 - macrocategorie

Il sistema cosmetico italiano



# Mercato Italia 2014\*

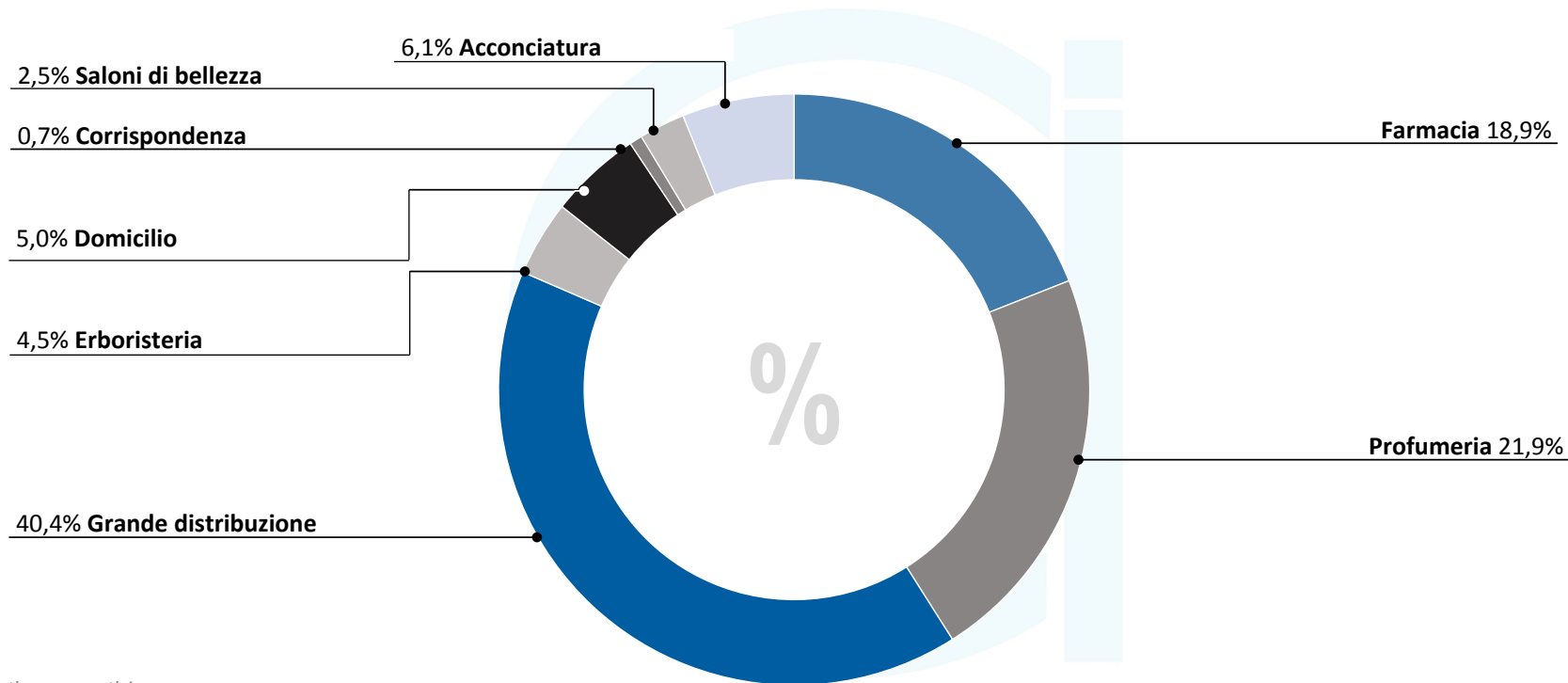
Il sistema cosmetico italiano



\* dati preconsuntivi

# Ripartizione dei consumi 2014\* per canale

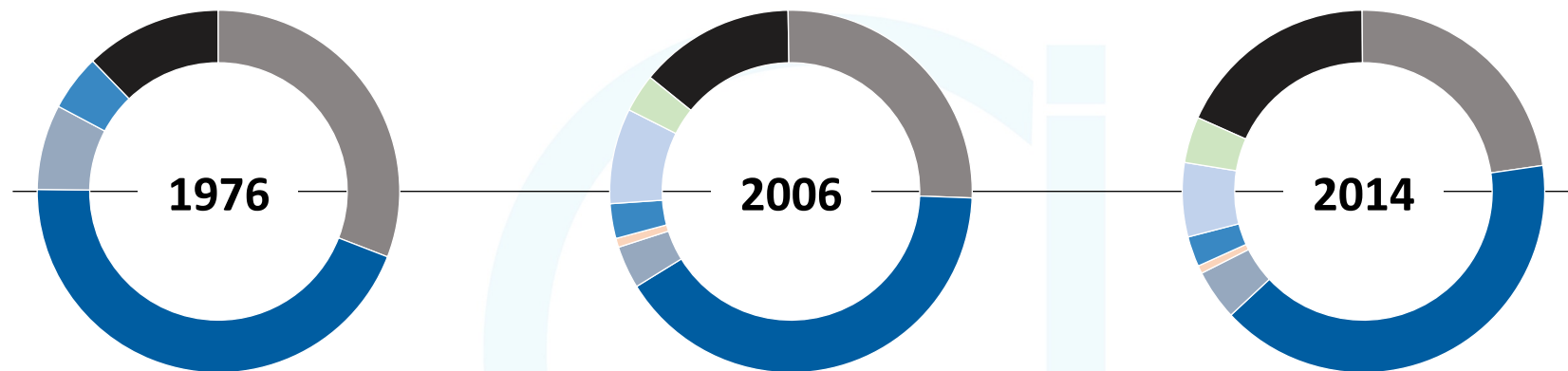
Il sistema cosmetico italiano



*\* dati preconsuntivi*

# Lo storico dei consumi - i canali

Il sistema cosmetico italiano



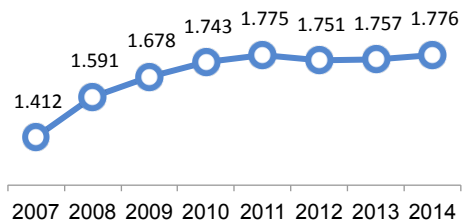
|                      | 1976 | 2006 | 2014 |
|----------------------|------|------|------|
| ● Farmacia           | 12,2 | 13,9 | 18,9 |
| ● Profumeria         | 30,9 | 25,8 | 21,9 |
| ● GDO e altri canali | 44,3 | 40,6 | 40,4 |
| ● Domicilio          | 7,6  | 3,8  | 5,0  |
| ● Corrispondenza     | /    | 0,8  | 0,7  |
| ● Saloni di bellezza | 5,0  | 3,1  | 2,5  |
| ● Acconciatura       | /    | 8,5  | 6,1  |
| ● Erboristeria       | /    | 3,4  | 4,5  |

*Ripartizione % sul totale mercato Italia*

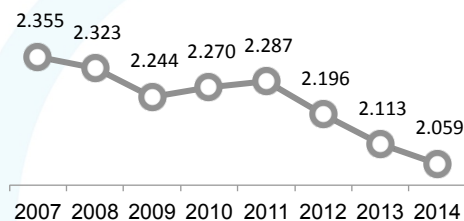
# Lo storico dei consumi - i canali

Il sistema cosmetico italiano

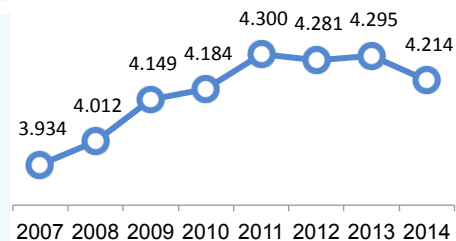
## Farmacia



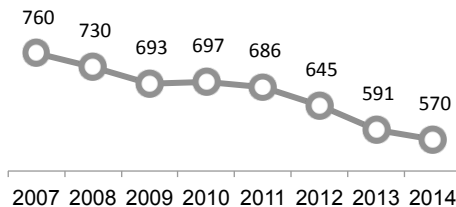
## Profumeria



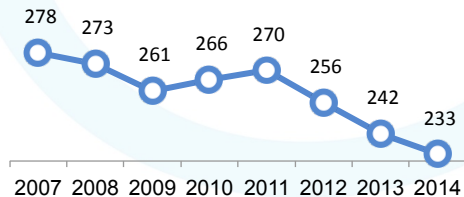
## Grande distribuzione e altri



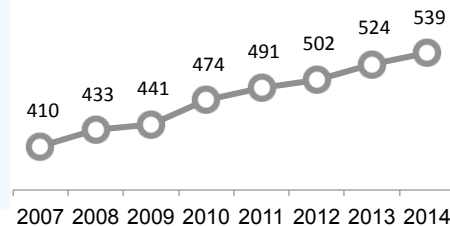
## Acconciatura



## Saloni di bellezza

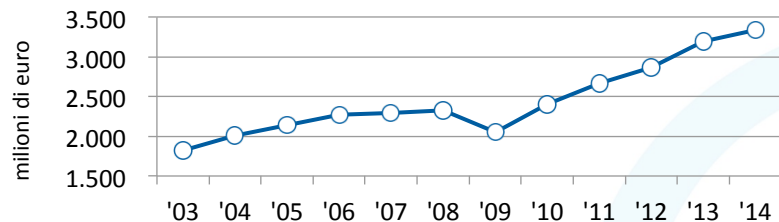


## Vendite dirette

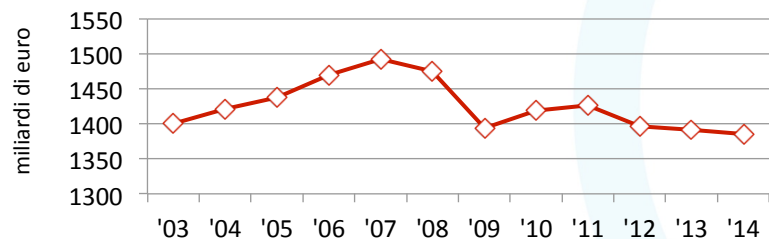


# Confronto macroeconomico '03-'14

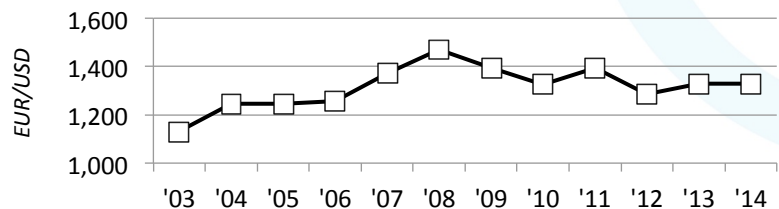
Il sistema cosmetico italiano



Esportazioni cosmetiche italiane



PIL italiano



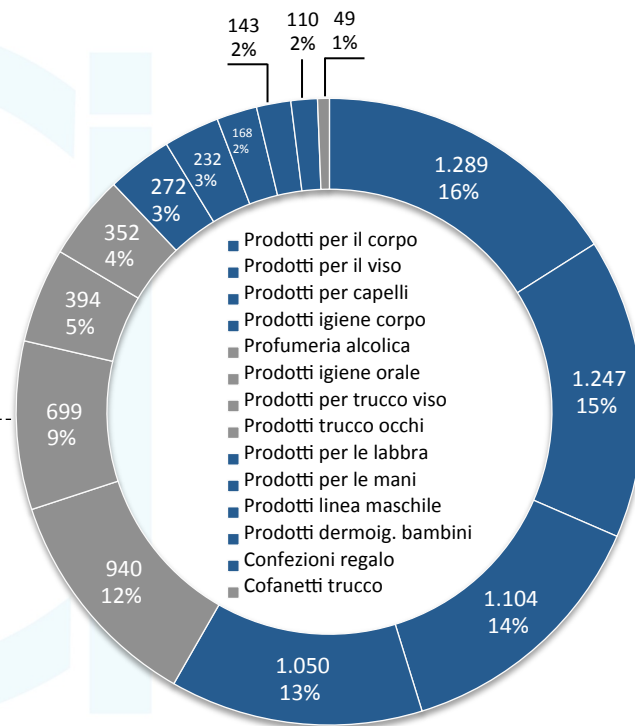
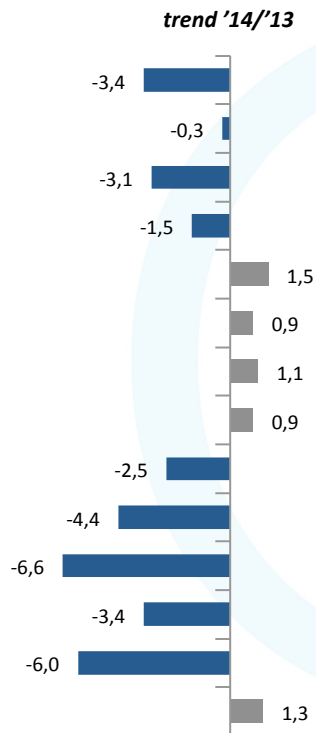
Tasso di cambio medio annuo EUR/USD

# Ripartizione dei consumi 2014\* per prodotto

Il sistema cosmetico italiano

♀ 75%  
Prodotti donna

♂ 25%  
Prodotti uomo



\* dati preconsuntivi

## CATEGORIE

Mascara

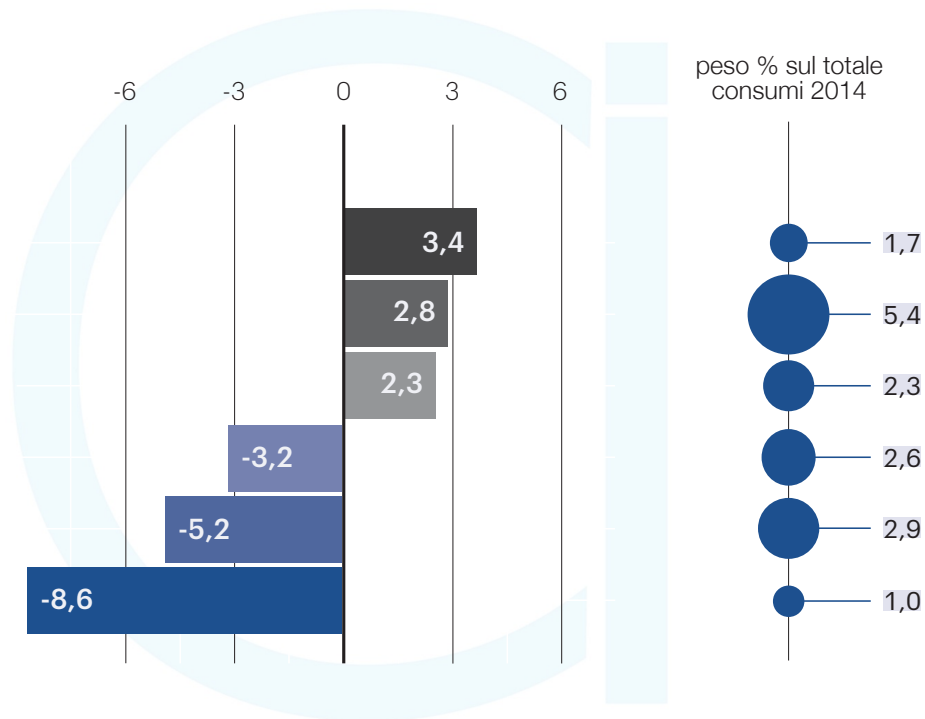
Creme antietà e antirughe

Fondotinta e creme colorate

Coloranti e spume colorate

Creme idratanti

Prodotti per la cellulite



Variazioni percentuali valori 2014/2013

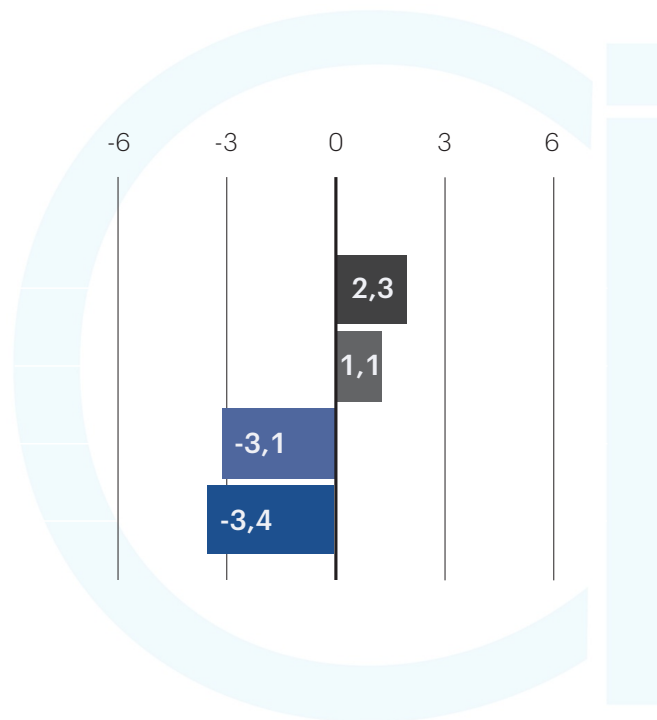
## LINEE

Profumeria femminile

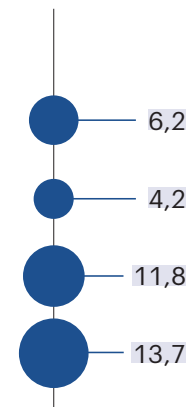
Prodotti per il trucco del viso

Prodotti per i capelli

Prodotti per il corpo

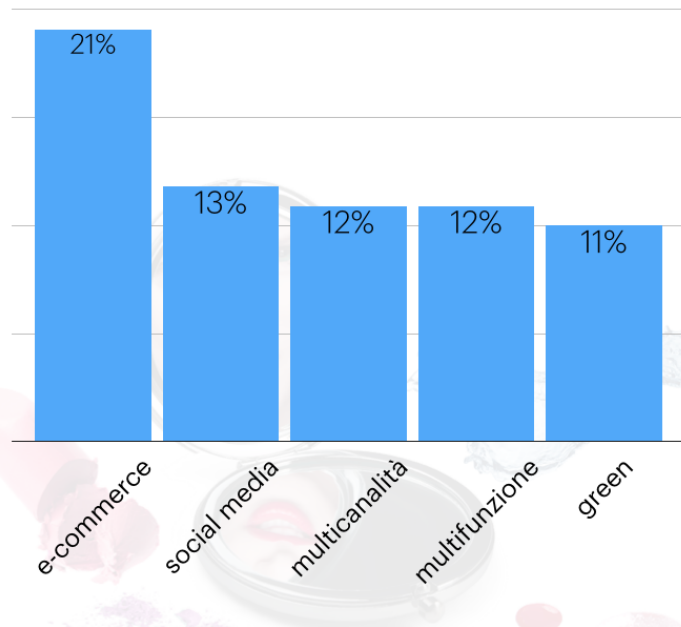


peso % sul totale  
consumi 2014

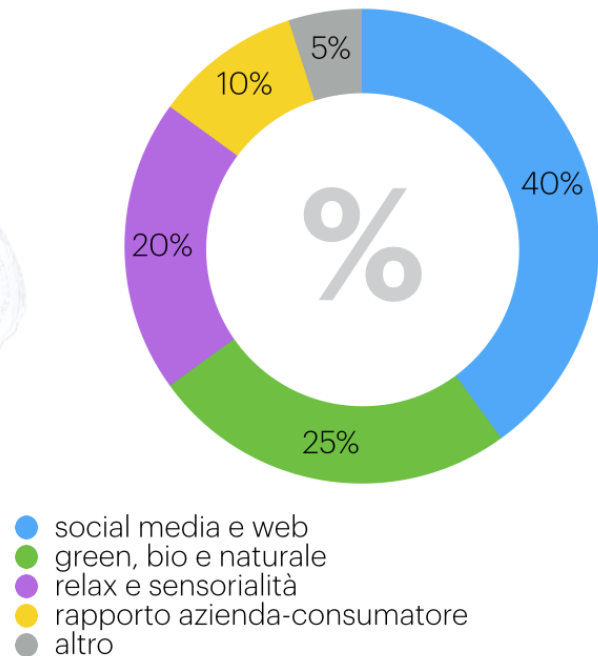


Variazioni percentuali, valori 2014/2013

Quali sono i nuovi driver nel rapporto con il consumatore?

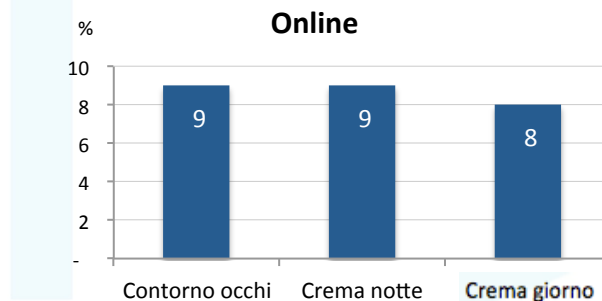
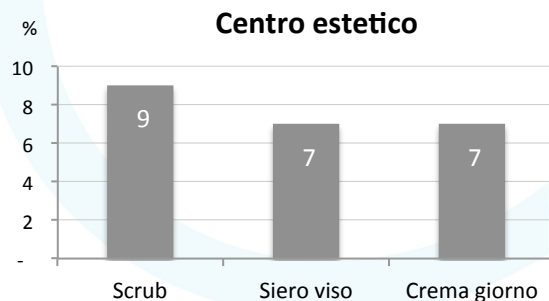
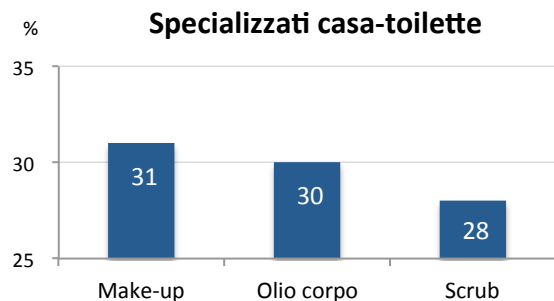
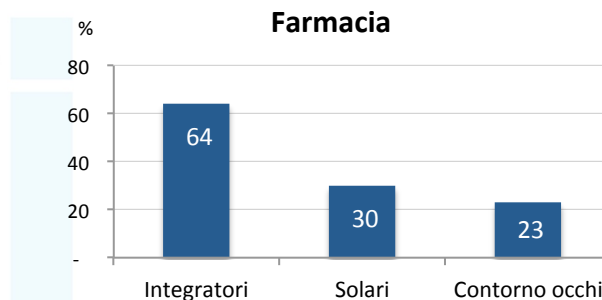
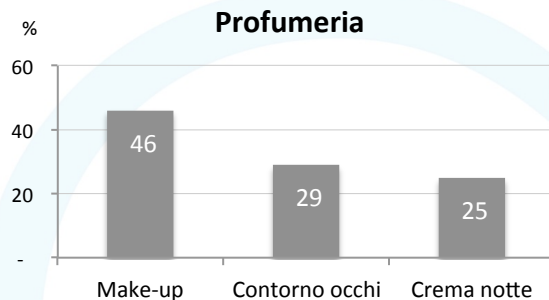
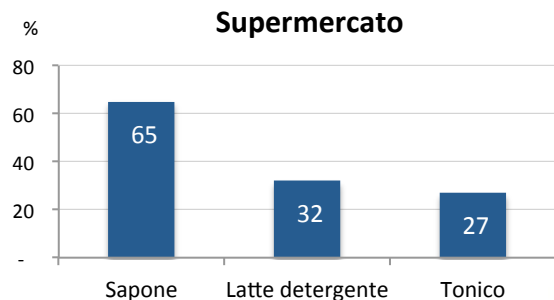


Le tematiche emergenti



# L'acquisto di cosmetici nell'ultimo mese

Il sistema cosmetico italiano



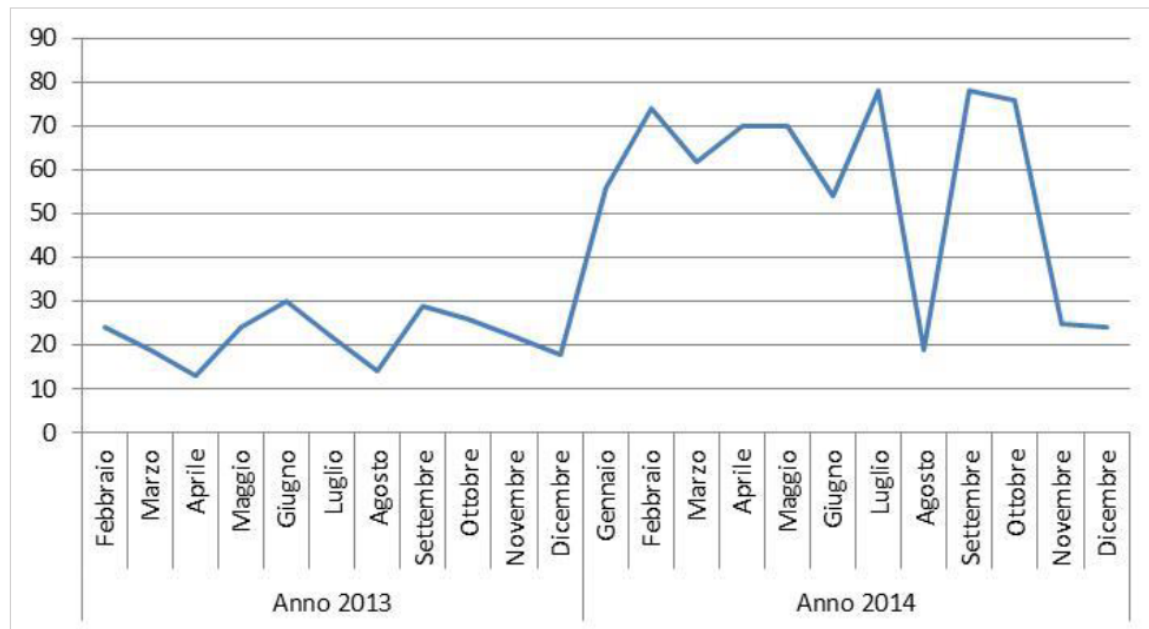
Panel: 993 consumatrici

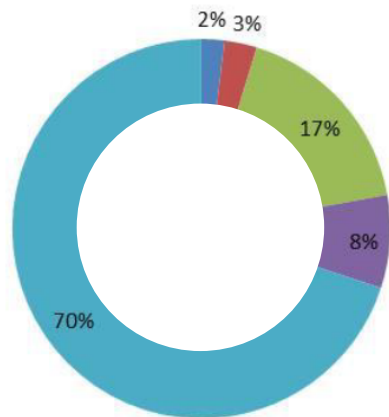
## Totale annunci:

febbraio 2013-dicembre 2014: **908**

## Variazione II Semestre 2013-II Semestre 2014:

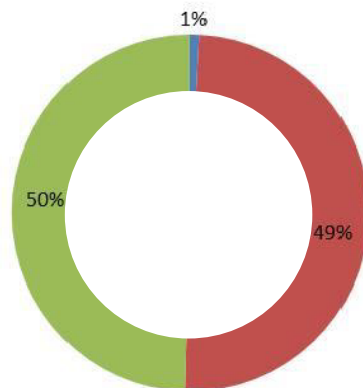
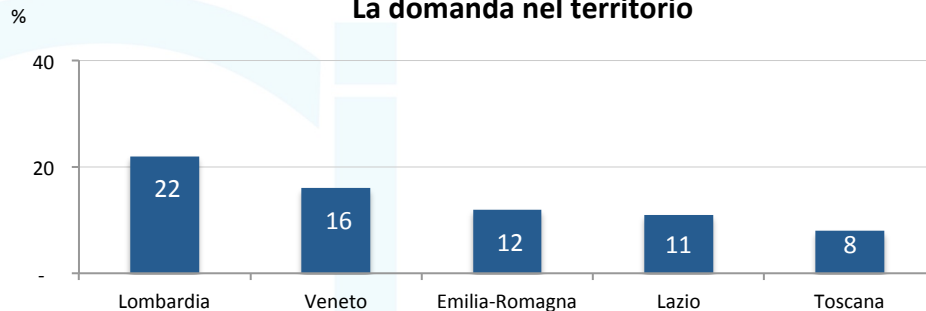
**+129%**





■ Autonomi  
■ Da definire  
■ Permanenti  
■ Stage  
■ Temporanei

## La domanda nel territorio



■ Lavoro a progetto  
■ Somministrazione  
■ Tempo determinato



# Quali bisogni, per quali consumatori?

Il sistema cosmetico italiano

**Campioni Omaggio** è un network europeo di portali che promuovono campagne di distribuzione di campioni omaggio e *coupon*, test di prodotto, concorsi a premio e sondaggi retribuiti. Un utile strumento per aziende che vogliono promuovere e far provare i loro prodotti o servizi su un target prestabilito.

L'utente ha a disposizione campioni, buoni e codici sconto da utilizzare su e-commerce o retail, lead generation per concorsi a premio, sondaggi retribuiti, offerte e promozioni che può ricevere gratuitamente profilandosi sul sito, generando **un database completo** e di sicuro interesse.

Così **i consumatori diventano parte fondante della promozione**, veicolando sul web e tra i conoscenti la loro opinione.

# 97%

*le donne della  
community di*

*CampioniOmaggio.it.*

*Oltre 1 milione di  
donne*

*tra i 25 e i 45 anni,*

*ovvero il target che*

*gestisce la spesa*

*famigliare*



**Campioni**  
*Omaggio.it*

# Caso 1: caratteristiche di rilievo

Il sistema cosmetico italiano

Quanto pesa la singola caratteristica per l'acquisto di una crema viso?

L'azienda, produttrice di cosmetici, vuole ricevere un *feedback* circa il lancio di un nuovo prodotto sul mercato, verificandone il **potenziale distributivo** sui canali e la fascia di prezzo più indicata.

Durata: 15gg

Iscritti totali: 7.789

Domande: 10

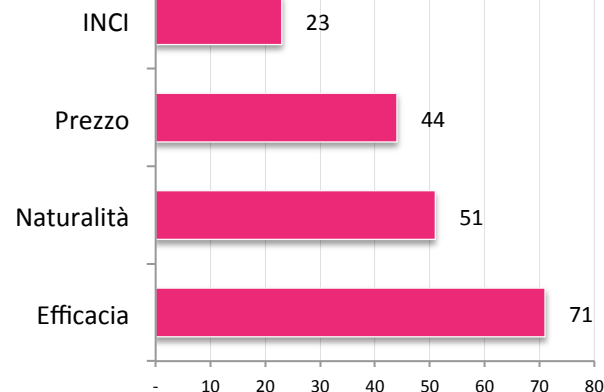
41%

delle rispondenti ha optato  
per un range di prezzo 20-35€

**Campioni**  
Omaggio.it



Quello che trovo sul punto vendita  
In base a ciò che leggo su giornali/riviste  
In base alla pubblicità/testimonial



## Caso 2: una negoziazione... *bottom-up*

Il sistema cosmetico italiano

### Serve davvero una mano?

L'azienda, importatrice esclusiva di prodotti innovativi di make-up, ha la necessità di far conoscere il *brand* e di **definire l'intuitività di applicazione di un prodotto** a cui è interessata una catena distributiva, che contesta il costo dell'operazione affermando la necessità di un'assistente alla prima applicazione.

### Il risultato:

La quasi totalità degli utenti afferma di essere in grado di utilizzarlo senza assistenza, smontando così in maniera definitiva le obiezioni del potenziale distributore.

Durata: 15gg

Iscritti totali: 14.600

Domande: 12

98%

*"Sì, ci riuscirei da sola"*

*gli utenti hanno espresso*

*la semplicità di applicazione*

*seguendo le istruzioni a video*



**Campioni**  
*Omaggio.it*