



FROM DIGITAL COMMUNICATION TO EMOTIONAL MARKETING: NEW CONSUMER METHODS IN COSMETICS

Moderator:



Gian Andrea POSITANO
Cosmetica Italia

Speakers:



Enrico GIUBERTONI
*Consultant in Social Media Strategy for
the beauty sector*



Gianandrea ABBATE
CEO, Emotional Marketing

STRATEGIC PARTNER

FROM DIGITAL COMMUNICATION TO EMOTIONAL MARKETING: NEW CONSUMER METHODS IN COSMETICS



Gian Andrea POSITANO

Cosmetica Italia

Gian Andrea Positano è stato Direttore Generale del sistema di Confindustria per più di 30 anni, oltre a lavorare come economista e docente universitario. Dopo aver ricoperto posizioni nel marketing e nella pianificazione in diverse multinazionali, è giunto in Confindustria con un bagaglio di esperienza nei settori di beni strumentali, primari e di consumo. Attualmente lavora per Cosmetica Italia, dove è a capo del Dipartimento di Statistiche e Business Culture, consulente per gruppi legati ai settori di profumeria e hairdressing professionale e Segretario Generale della Camera Italiana dell'Acconciatura



FROM DIGITAL COMMUNICATION TO EMOTIONAL MARKETING: NEW CONSUMER METHODS IN COSMETICS



**Gian Andrea
POSITANO**
Cosmetica Italia

STRATEGIC PARTNER

IL MERCATO COSMETICO

	Mercato Italia	Esportazioni
2015	+1,4% (9.847 mio/€)	+14,2% (3.810 mio/€)
2016	+0,5% (9.890 mio/€)	+12,3% (4.275 mio/€)

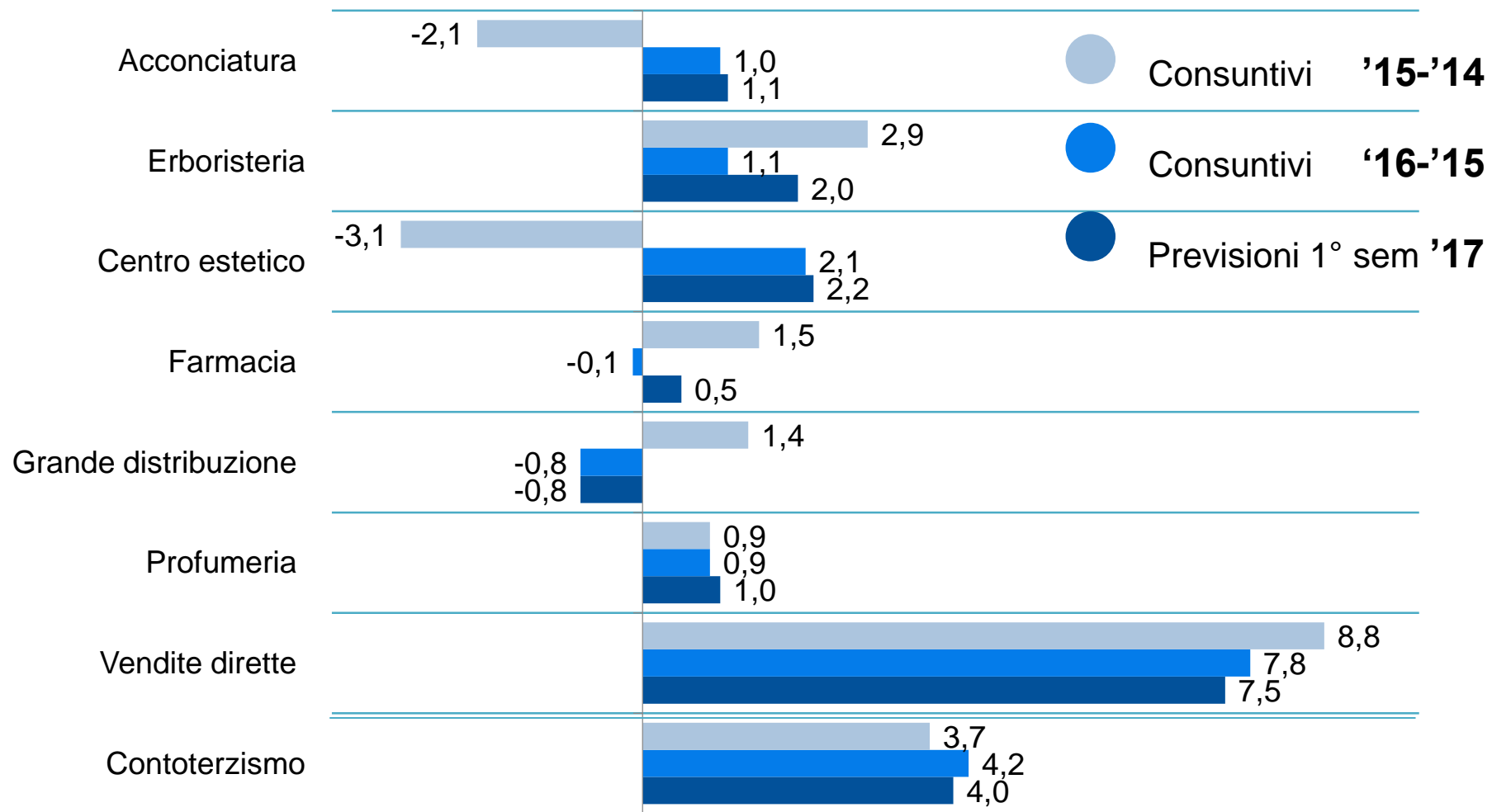


EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 15/14	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	PROIEZIONE % 17/16
Fatturato Mercato Italia	6.164	1,5	6.209	0,7	1,3
Canali tradizionali	5.504	1,8	5.540	0,7	1,3
Canali professionali	661	-2,4	669	1,3	1,5
Esportazioni	3.807	14,3	4.275	12,3	8,0
Fatturato globale settore cosmetico	9.971	6,0	10.484	5,1	4,0

Valori in milioni di euro

VARIAZIONI DEL MERCATO ITALIA



Variazioni % rispetto al periodo precedente di riferimento

LA CONGIUNTURALE DELLA FILIERA COSMETICA



IL FATTURATO DELLA FILIERA COSMETICA

	INDUSTRIA	MATERIE PRIME	MACCHINARI	IMBALLAGGI	TOTALE
Fatturato 2015	9.971	895	300	3.140	14.306
(var.% '15/'14)	6,0	3,0	2,0	5,0	5,5
Fatturato 2016	10.484	945	306	3.300	15.035
(var.% '16/'15)	5,1	5,6	2,0	5,0	5,1
Proiezione % '17/'16	5,0	5,0	2,5	4,0	4,5
Export 2016	4.275	315	225	1.650	6.465
(var.% '16/'15)	12,3	3,2	-0,2	10,0	10,7
Export/fatturato 2016	41%	34%	73%	50%	43%

INTERSCAMBIO COSMETICO

Proiezione su trend gennaio-novembre



Export 4.275

(+12,3 var.% '16/'15)



Import 1.960

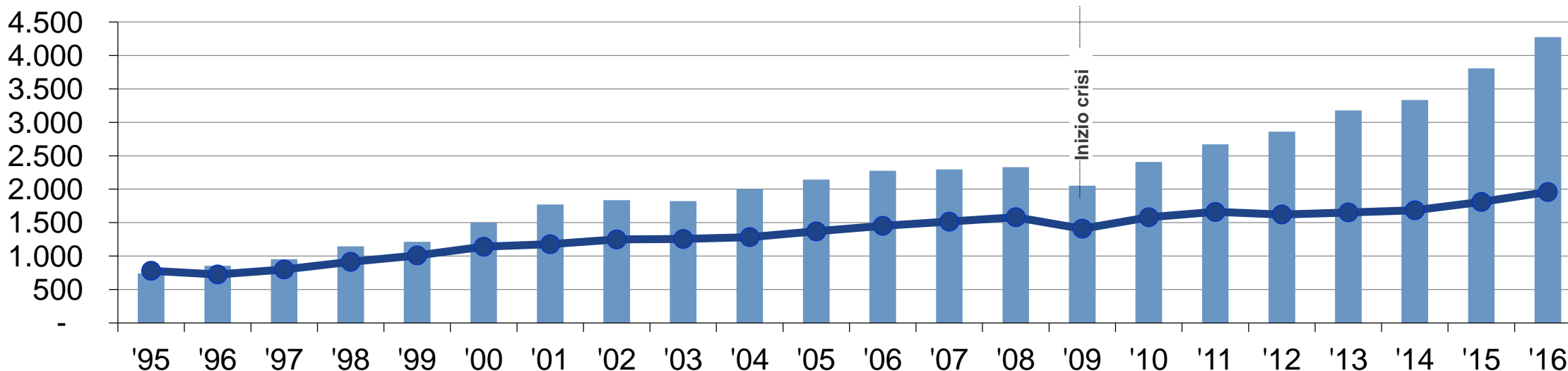
(+8,2 var.% '16/'15)

2.315



saldo commerciale 2016

(2.000 mio/€ nel 2015)



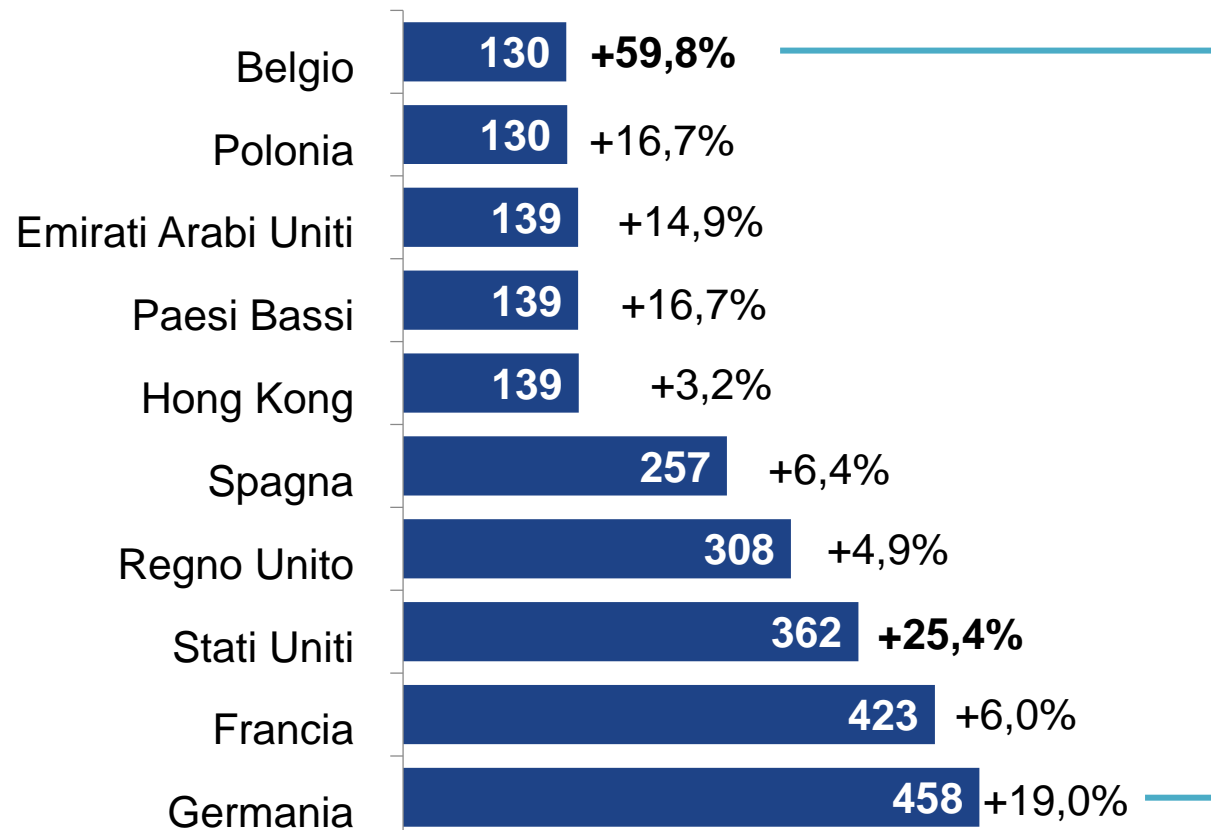
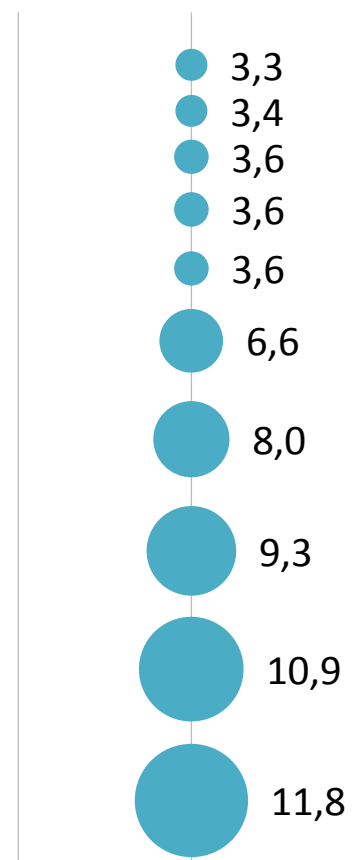
Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi con proiezione di chiusura applicando trend gennaio-novembre su dati  Istat

EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2016

Valori gennaio-novembre

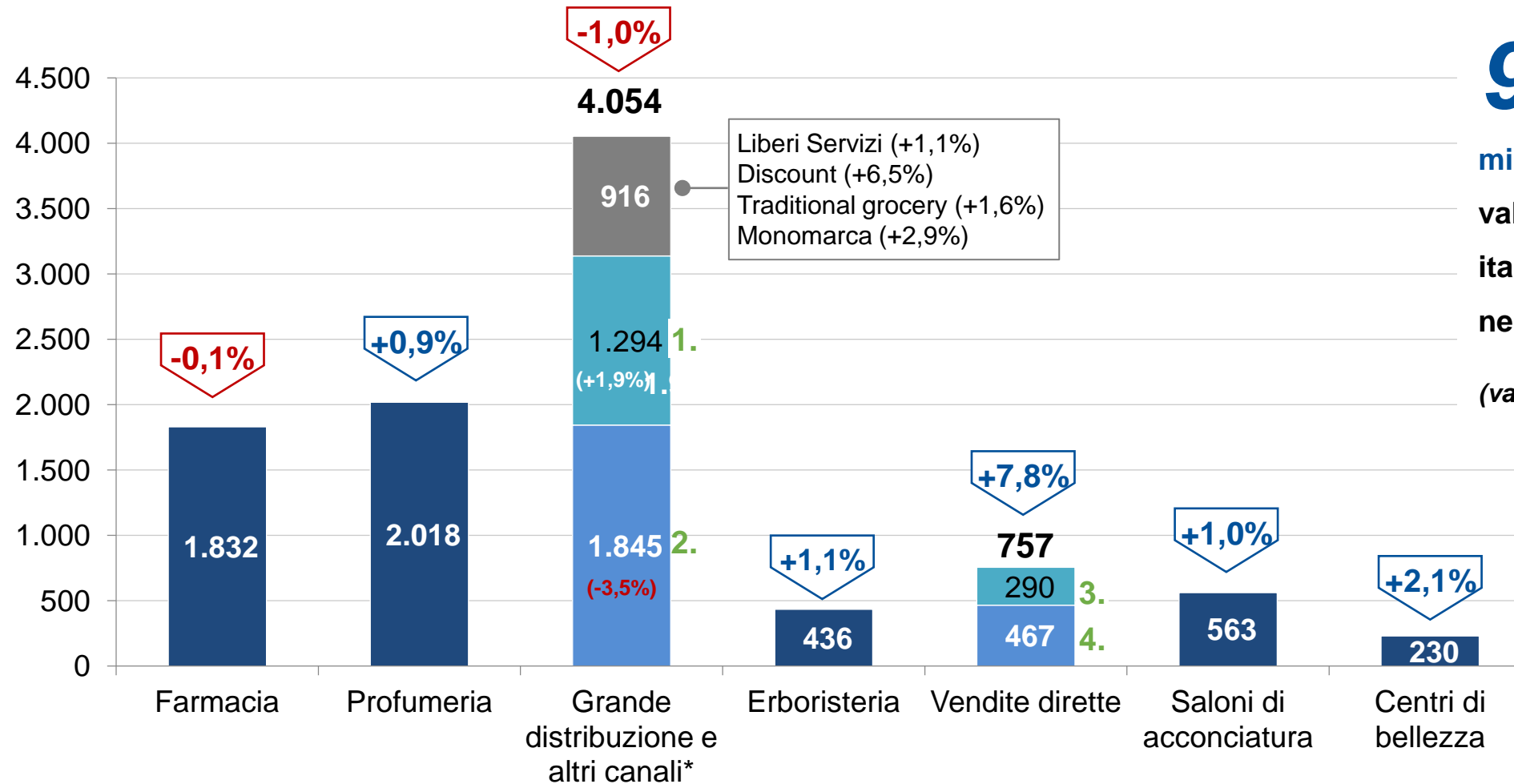
Peso % sul totale export cosmetico italiano

Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano



I **PRIMI DIECI PAESI** DI DESTINAZIONE DELL'**EXPORT** COSMETICO ITALIANO **CONCENTRANO** OLTRE IL **60%** DEL TOTALE EXPORT

MERCATO ITALIA



9.890

milioni di euro
valore dei consumi
italiani di cosmetici
nel 2016

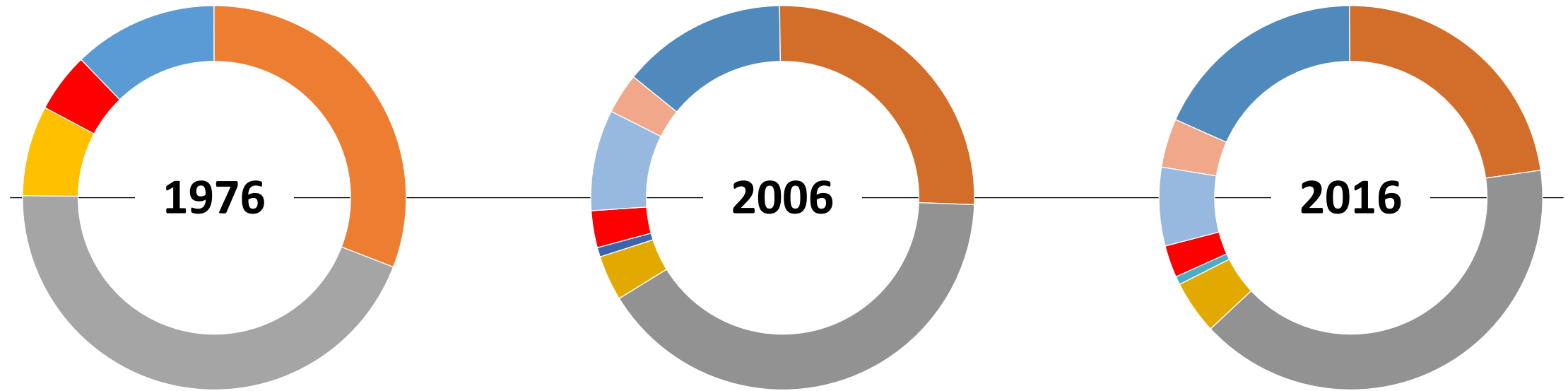
(var.2016-15 +0,5%)

Liberi Servizi (+1,1%)
Discount (+6,5%)
Traditional grocery (+1,6%)
Monomarca (+2,9%)

1. Self Service Specialist Drug
2. Super/lper

3. Corrispondenza + e-commerce
4. Domicilio

LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE

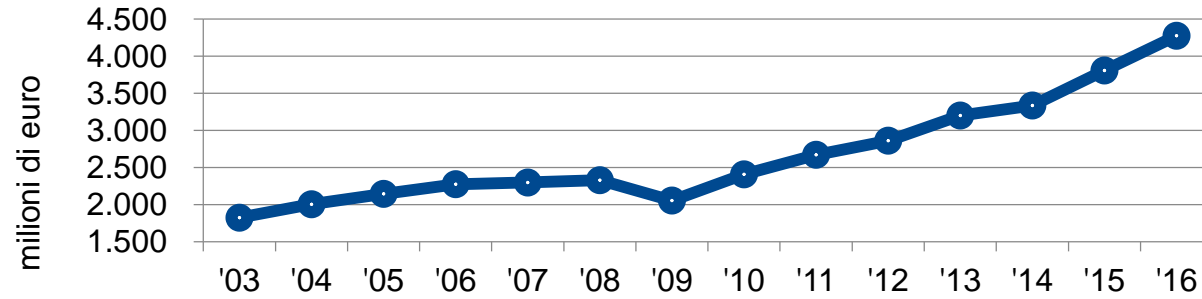


	1976	2006	2016
● Farmacia	12,2	13,9	18,5
● Profumeria	30,9	25,8	20,4
● GDO e altri canali	44,3	40,6	41,0
● Domicilio	7,6	3,8	4,7
● Corrispondenza*	/	0,8	2,9
● Saloni di bellezza	5,0	3,1	2,3
● Acconciatura	/	8,5	5,7
● Erboristeria	/	3,4	4,4

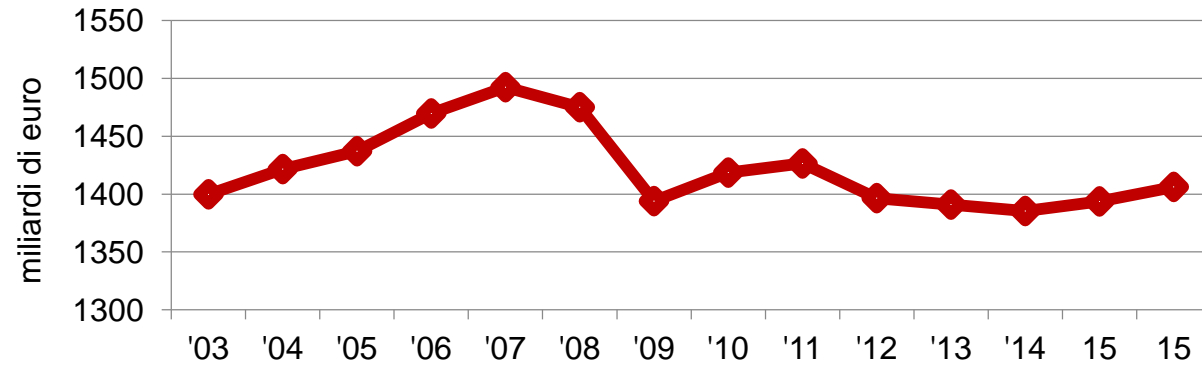
Ripartizione % sul totale mercato Italia

* Dal 2010 comprende anche le vendite e-commerce

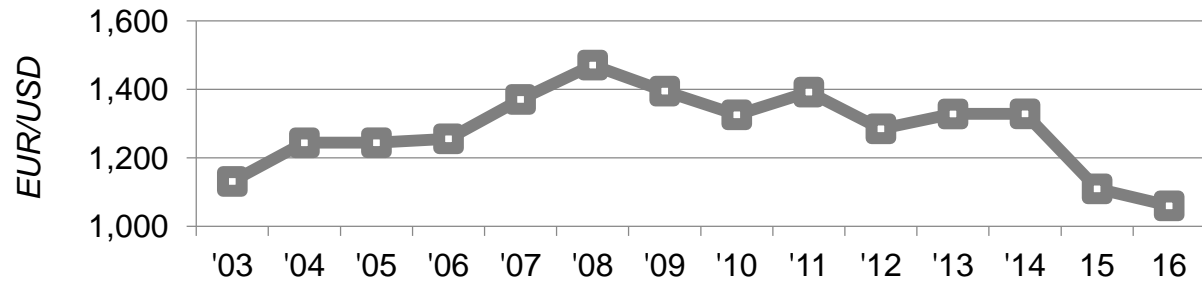
CONFRONTO MACROECONOMICO '03-'16



Esportazioni cosmetiche italiane



PIL italiano



Tasso di cambio medio annuo EUR/USD

LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE

Categoria	Farmacia	Profumeria	Iper-Super
VISO	27,3%	19,9%	9,3%
CORPO	24,4%	6,5%	18,9%
PROFUMERIA ALCOLICA	0,6%	40,0%	1,0%
IGIENE CORPO	14,9%	1,4%	20,8%
CAPELLI E CUOIO CAPELLUTO	10,1%	2,1%	21,4%
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%	-

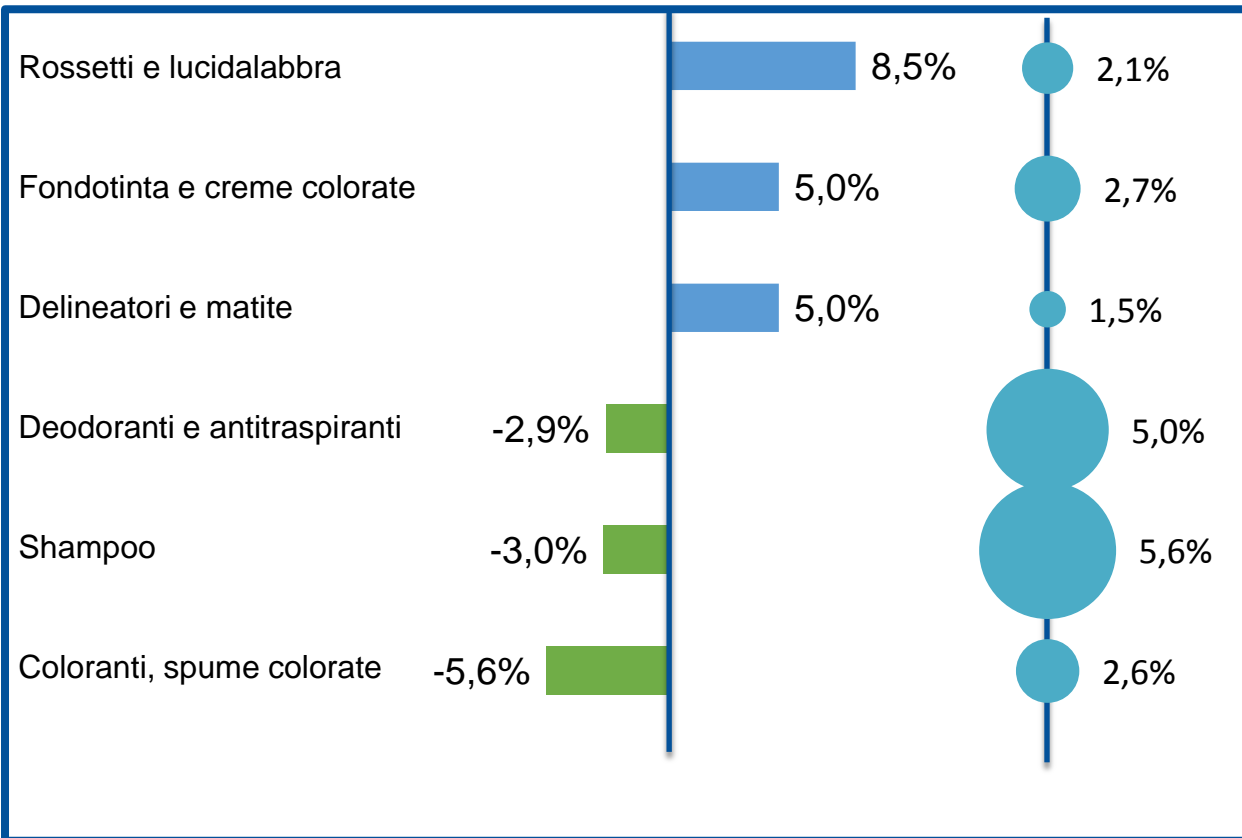
CONSUMI 2016

UP & DOWN

CATEGORIE

TREND '16-'15

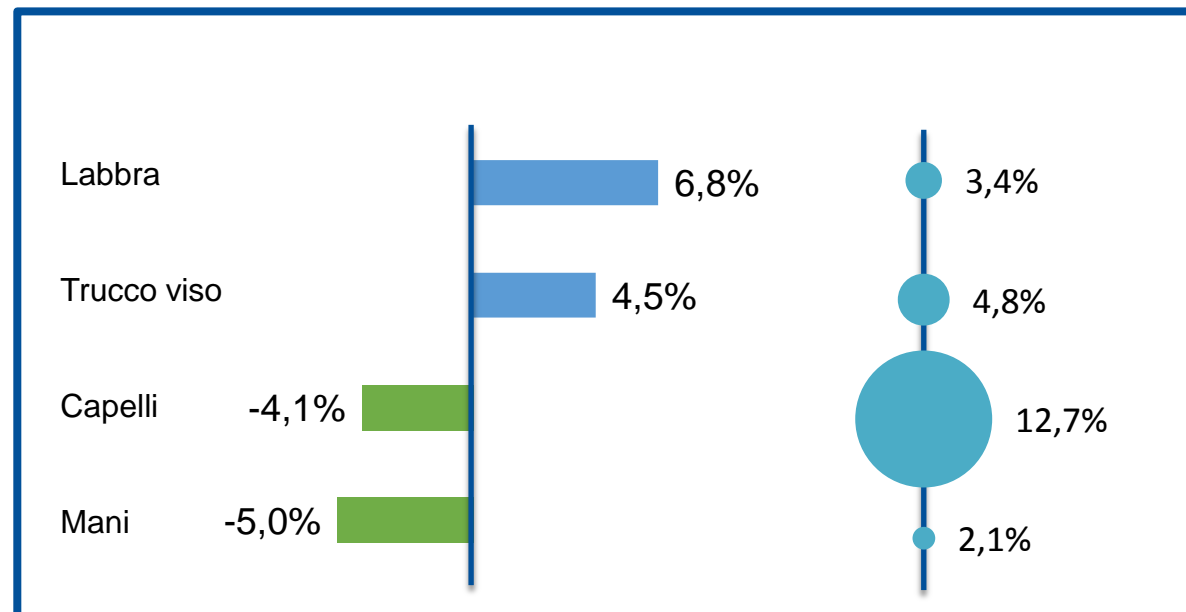
PESO % SUL TOTALE
CONSUMI 2016



LINEE

TREND '16-'15

PESO % SUL TOTALE
CONSUMI 2016



IL CENTRO STUDI DEL FUTURO

B BEAUTY
T TREND
W WATCH

Il nuovo progetto dedicato a studi e approfondimenti sui principali trend cosmetici. Ogni mese viene inviata una newsletter con veloci flash sulle ultime tendenze.

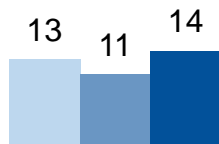


LANCI SUL MERCATO DI COSMETICI NEL MONDO

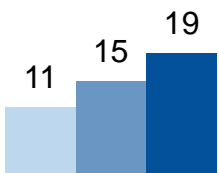
Valori in migliaia di prodotti



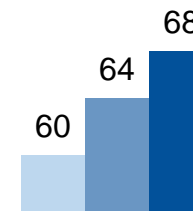
146 mila cosmetici lanciati sul mercato nel **2016** (+16% rispetto al 2015), di cui **92** mila nuovi prodotti



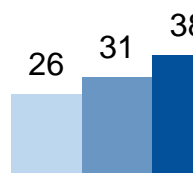
NORD AMERICA



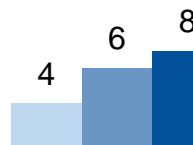
AMERICA LATINA



EUROPA



ASIA

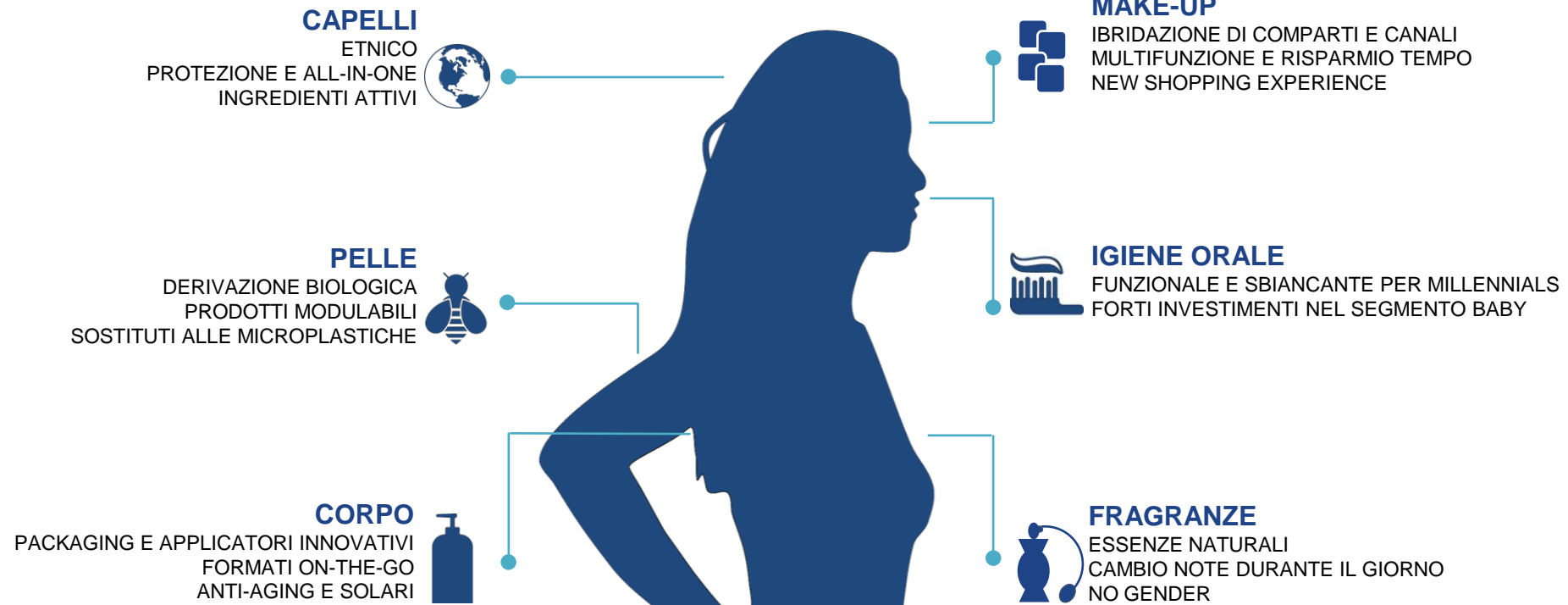


MEDIO ORIENTE E AFRICA

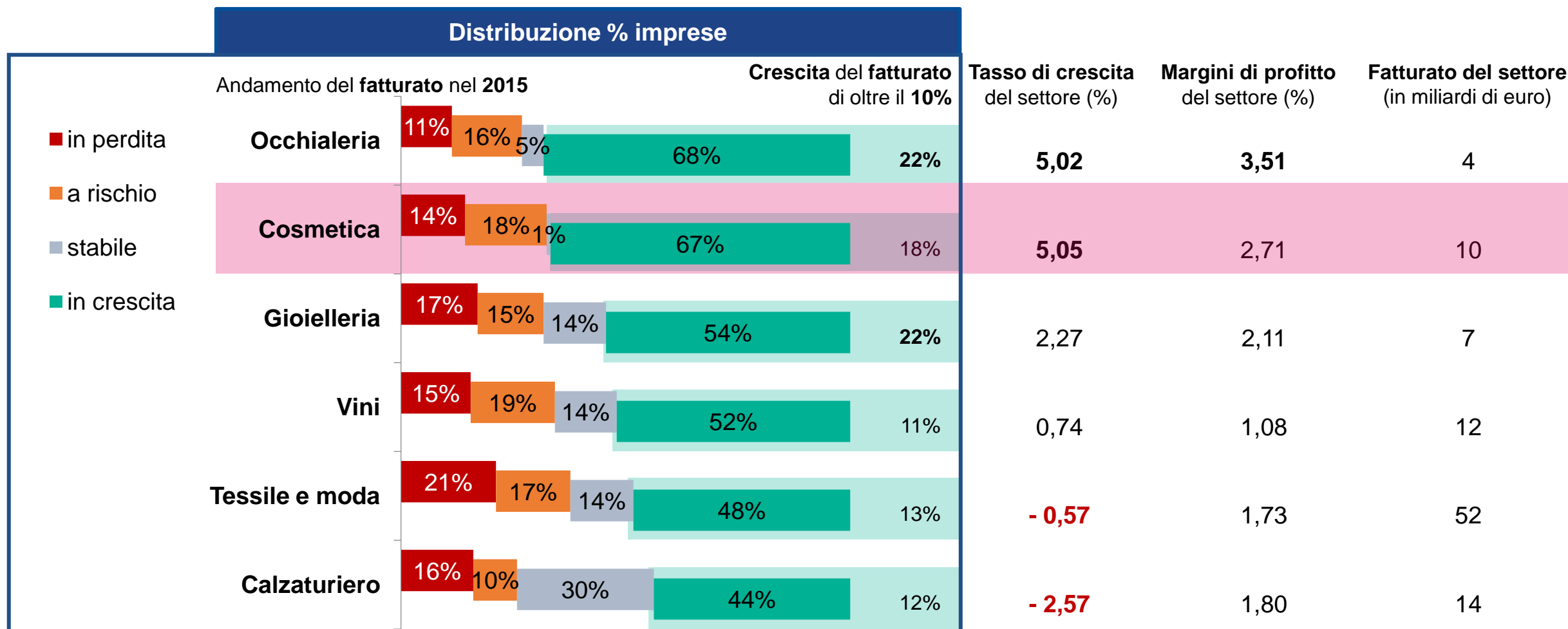
Elaborazione Centro Studi su dati 

I TREND IN ATTO NEL MONDO

AD OGNI CATEGORIA LA SUA EVOLUZIONE



ANALISI INDICI DI BILANCIO: CONFRONTO CON SETTORI INDUSTRIALI CONTIGUI



EVOLUZIONE DEI PRINCIPALI INDICATORI NELLA COSMETICA

INDICATORI	VALORE MEDIO 2015	VAR. O DIFF. PUNTI% '15-'14	VAR. O DIFF. PUNTI% '14-'13	CONFRONTO PRE E POST CRISI	VALORE MEDIO 2008	VAR. O DIFF. PUNTI% '15-'08
	Fatturato (<i>migl. euro</i>)	37.511	+4,9		+1,6	
EBITDA (<i>migl. euro</i>)	4.468	+8,8	+6,1		4.326	+3,3
EBITDA/Fatturato (<i>indice</i>)	11,9	+0,4	+0,4		12,7	-0,8
ROS - Redditività delle vendite (<i>indice</i>)	4,2	+0,3	+0,2		4,1	+0,1
ROI - Redditività del capitale investito (<i>indice</i>)	4,9	+0,9	-0,6		5,1	-0,2
ROE - Redditività del capitale proprio (<i>indice</i>)	8,5	+1,8	+3,2		5,6	+2,9
Copertura degli immobilizzi (<i>indice</i>)	6,0	+0,3	+1,5		4,4	+1,6
Costo lavoro per addetto (<i>euro</i>)	41.921	-0,9	+0,1		46.268	-9,4
Retribuzione media per addetto (<i>euro</i>)	33.626	-0,2	+2,6		33.025	+1,8
Ricavi pro-capite (<i>euro</i>)	371.586	-2,6	0,7		462.789	-19,7
Valore aggiunto per addetto (<i>euro</i>)	82.760	+1,6	+1,8		88.146	-6,1
Giorni di scorta media	57	-0,3	-2,2		77	-25,4
EBITDA/OF (<i>indice</i>)	4,6	+0,1	+0,1		2,4	+2,2
Leverage (<i>indice</i>)	3,6	-0,1	-4,0		3,5	+0,1