



RAPPORTO ANNUALE

Consumi cosmetici in Italia nel 2003

Premessa

Come tradizione, il Rapporto Annuale di Unipro, curato dal Centro Studi e Cultura d'Impresa dell'Associazione, costituisce un appuntamento che va al di là della semplice documentazione di supporto, per diventare uno strumento di studio sui fenomeni più recenti e comprendere lo scenario su cui si sviluppano le future valutazioni di congiuntura del comparto.

Con questa chiave di lettura va sottolineata la particolare attenzione che è stata dedicata all'analisi delle inevitabili ripercussioni legate alle tensioni internazionali, sfociate negli eventi bellici del marzo 2003, oltre che alla strutturale modificazione del mercato cosmetico in corso da ormai un paio di esercizi.

E' proprio la componente della domanda, quella legata al mercato finale, l'aspetto che più si è modificato nell'esercizio 2003: infatti, dopo anni di crescita sostenuta, anche il mercato cosmetico italiano, che nel 2003 vale oltre 8.300 milioni di Euro, ha registrato un ritmo di sviluppo rallentato, ma pur sempre positivo, con una crescita del 3,8% rispetto al precedente anno.

In lieve ritardo rispetto ad altri paesi europei, anche in Italia, di fatto, le profonde tensioni e le dinamiche legate alla distribuzione, spiegano i loro effetti su un mercato sicuramente sopito e condizionato da una crisi economico/finanziaria particolarmente prolungata.

Già da tempo è stata evidenziata una contrazione delle vendite in alcuni canali, specialmente nel canale profumeria: nel 2003 il fenomeno sembra essere rientrato nei valori anche se è ormai chiaro che siamo di fronte a reali mutamenti strutturali: ne è riprova l'attivazione da parte di molte aziende di una revisione delle strategie di distribuzione che sicuramente avranno importanti ripercussioni nei futuri esercizi, generando nuove e più dinamiche azioni sui mercati di sbocco e sui canali.

Nel 2003 si rafforza infatti la situazione degli altri canali, specie quelli più innovativi, come la farmacia e l'erboristeria, a conferma di opzioni di acquisto divenute eterogenee e dell'attenzione alla specializzazione evidenziate dai consumatori italiani in questi ultimi anni.

Per quanto concerne la struttura aziendale del settore, proseguono quei fenomeni che riguardano concentrazioni, acquisizioni e trasformazioni di nuovi gruppi. E' di fatto un momento particolarmente effervescente per l'industria nazionale, forte di una consolidata capacità produttiva, legata alla qualificazione del servizio e all'innovazione di prodotto, ma condizionata in alcuni casi da una dimensione media ormai inadeguata.

E' proprio alle aziende di piccole e medie dimensioni che andrà dedicato particolare impegno, specie nelle politiche di internazionalizzazione, sia produttive che di mercato. Ne è testimonianza la recente costituzione, in Unipro, del consorzio Cosmexport, nato per fornire servizi diretti alle imprese associate che, per dimensioni e struttura, necessitano di supporti e agevolazioni alle iniziative di promozione estera.

Si afferma quindi la missione di servizio e di supporto che l'Associazione interpreta a favore dello sviluppo delle aziende del comparto, attenta all'evoluzione e alle repentine modificazioni dello scenario economico, senza trascurare il ruolo di riferimento scientifico-normativo acquisito negli anni.

Alberto Donati
Presidente Unipro

1 6

L'INDUSTRIA COSMETICA E I CANALI DISTRIBUTIVI

2 16

L'ANDAMENTO DEI CONSUMI DI PRODOTTI COSMETICI

3 32

IMPORTAZIONI ED ESPORTAZIONI

4 38

GLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI

5 46

ALLEGATI STATISTICI



L'INDUSTRIA COSMETICA E I CANALI DISTRIBUTIVI

L'industria cosmetica

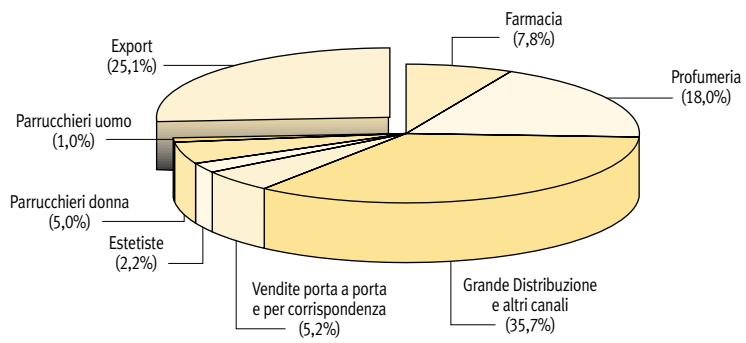
FATTURATI SETTORE COSMETICO PER CANALE DISTRIBUTIVO

(Dati in milioni di Euro)

Canali distributivi	2002		2003	
	Valore	Var. %	Valore	Var. %
Canali tradizionali:	4.575,7	0,5%	4.770,5	4,3%
– Farmacia	517,6	3,6%	560,2	8,2%
– Profumeria	1.273,9	-5,2%	1.288,6	1,2%
– Grande Distribuzione e altri canali ^(*)	2.423,1	3,8%	2.552,4	5,3%
– Vendita porta a porta e corrispondenza	361,1	-3,7%	369,3	2,3%
Canali professionali:	591,0	3,8%	588,8	-0,4%
– Estetiste	160,4	3,0%	157,5	-1,8%
– Parrucchieri donna	358,9	4,2%	359,6	0,2%
– Parrucchieri uomo	71,7	3,6%	71,7	-
Fatturato all'esportazione	1.836,3	3,7%	1.795,9	-2,2%
Fatturato globale settore cosmetico	7.003,0	1,6%	7.155,2	2,2%

(*) Include **Erboristerie** con fatturato per l'anno 2002 pari a 116,9 milioni di Euro e per il 2003 di 125,8 milioni di Euro, con un incremento relativo del 7,7%.

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DEI FATTURATI
PER CANALE DISTRIBUTIVO NEL 2003



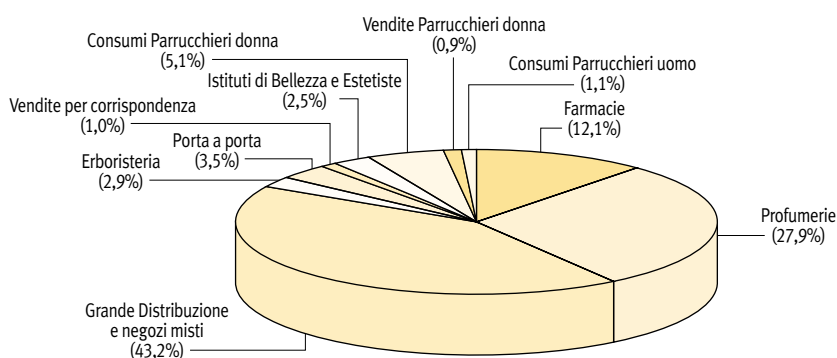
I canali della distribuzione

TOTALE MERCATO DEI PRODOTTI COSMETICI NEL 2003

Consumi in milioni di Euro - Prezzi al pubblico I.V.A. compresa.

		Var. % 03/02
Totale settore	8.316,58	3,8%
Totale canali dettaglio	7.156,53	4,3%
Farmacie	1.008,40	8,2%
Profumerie	2.319,45	1,2%
Grande Distribuzione e negozi misti	3.589,68	5,2%
Erboristeria	239,00	7,7%
Vendite porta a porta	288,00	6,3%
Vendita per corrispondenza	81,30	-9,8%
Vendite a Istituti di Bellezza e Estetiste	204,75	-1,8%
Consumi Parrucchieri donna	420,30	0,2%
Vendite Parrucchieri donna	72,50	0,1%
Consumi Parrucchieri uomo	93,20	0,0%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DEI CONSUMI PER CANALI DISTRIBUTIVI NEL 2003

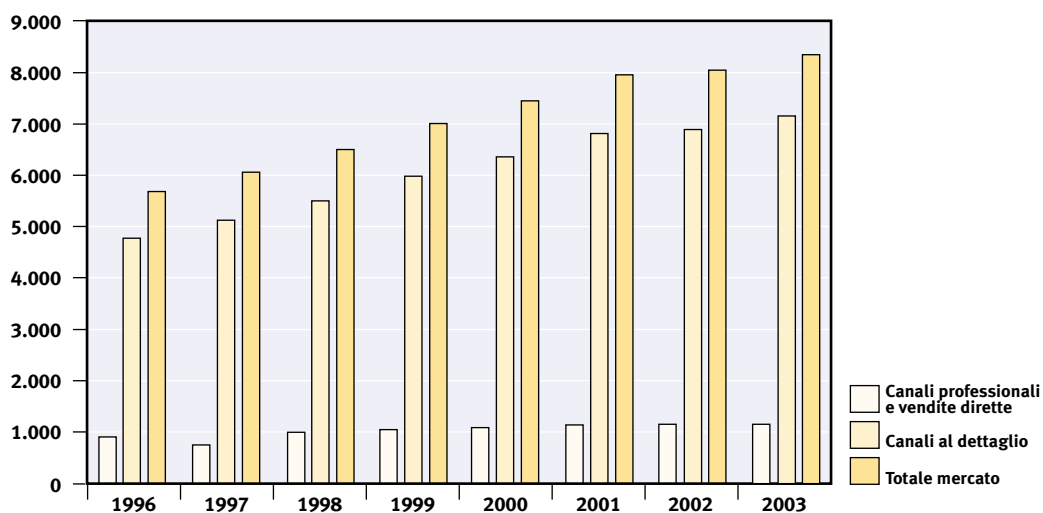


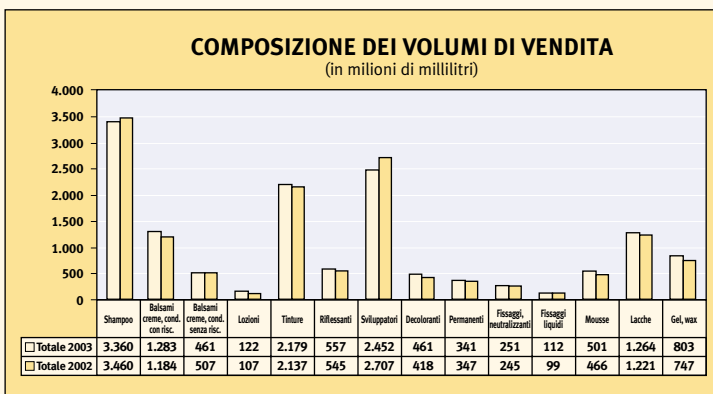
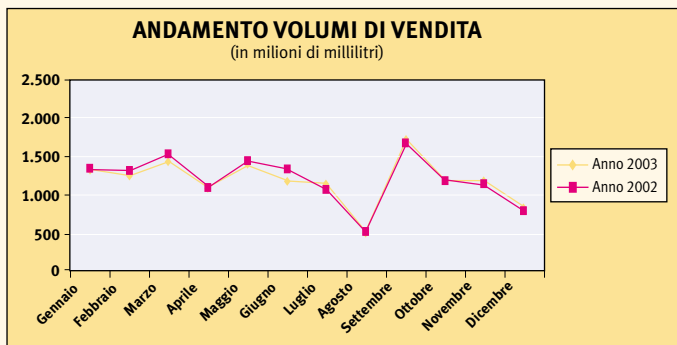
ANDAMENTO DEI CANALI DISTRIBUTIVI DEL SETTORE COSMETICO

CANALI DISTRIBUTIVI	VARIAZIONI PERCENTUALI		
	Consumi	Quantità	Prezzi
Farmacia	8,2%	5,2%	2,9%
Profumeria	1,2%	-2,3%	3,5%
Altri canali	5,3%	2,7%	2,6%
TOTALE CANALI TRADIZIONALI	4,3%	1,4%	2,9%
Vendite porta a porta e corrispondenza	2,3%	1,1%	1,2%
Vendite a Istituti di Bellezza e Estetiste	-1,8%	-3,2%	1,5%
Consumi Parrucchieri donna	0,2%	-3,7%	4,0%
Consumi Parrucchieri uomo	-	-3,8%	4,0%
TOTALE GENERALE	3,8%	0,8%	2,9%

EVOLUZIONE DEI CONSUMI DI COSMETICI PERIODO 1996 - 2003

Valori reali, prezzi al pubblico I.V.A. compresa.





2

The background is a solid orange color. In the center, there is a white graphic consisting of a vertical line on the left, a horizontal line at the bottom, and two curved lines that originate from the intersection of the vertical and horizontal lines and extend upwards and to the right. The text is centered horizontally and vertically within the white graphic area.

L'ANDAMENTO DEI CONSUMI DI PRODOTTI COSMETICI

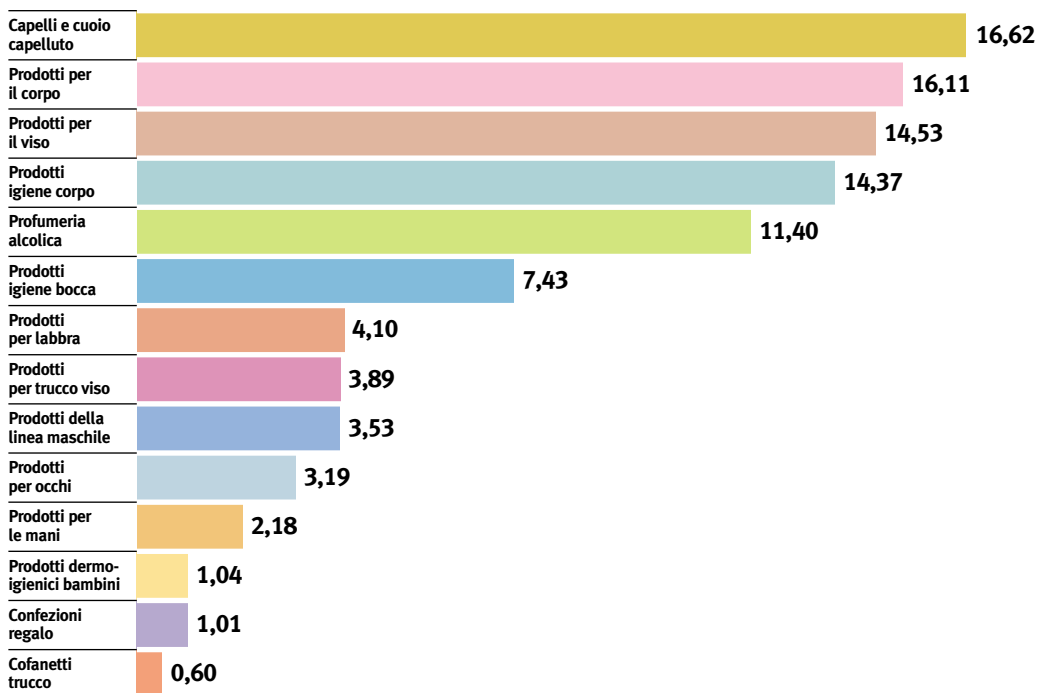
L'andamento dei consumi di prodotti cosmetici

TOTALE CONSUMI AL DETTAGLIO DI PRODOTTI COSMETICI NEL 2002

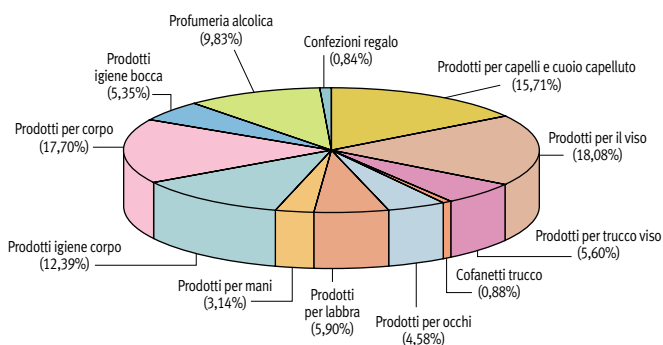
(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Totale canali dettaglio	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	7.156,53	1.008,40	2.319,45	3.828,68	4,3%	8,2%	1,2%	5,3%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	1.189,43	149,40	124,0	916,03	4,1%	3,7%	13,0%	3,1%
Prodotti per il viso	1.039,59	275,30	472,83	291,46	3,5%	8,8%	-1,0%	6,3%
Prodotti per trucco viso	278,56	32,80	172,61	73,15	-1,6%	5,8%	-2,7%	-2,1%
Cofanetti trucco	43,25	-	29,50	13,75	-0,8%	-	-2,6%	3,4%
Prodotti per gli occhi	227,95	9,10	138,66	80,19	5,1%	11,0%	5,1%	4,4%
Prodotti per le labbra	293,30	33,30	119,68	140,32	6,4%	29,1%	1,3%	6,5%
Prodotti per le mani	156,29	19,20	35,26	101,83	8,6%	23,1%	1,0%	9,0%
Prodotti per il corpo	1.152,69	219,80	265,58	667,31	8,8%	8,7%	6,7%	9,7%
Prodotti igiene corpo	1.028,12	154,90	93,42	779,80	7,2%	8,7%	12,3%	6,3%
Prodotti igiene bocca	531,65	80,80	4,66	446,19	3,2%	4,0%	-23,6%	3,5%
Prodotti dermoig. bambini	74,57	25,10	2,07	47,40	9,7%	7,7%	3,5%	11,0%
Prodotti linea maschile	252,39	7,30	110,09	135,00	6,4%	4,3%	6,8%	6,1%
Profumeria alcolica	816,11	1,40	689,77	124,94	-2,9%	40,0%	-3,2%	-1,7%
Confezioni regalo	72,63	-	61,32	11,31	5,3%	-	6,6%	-1,7%

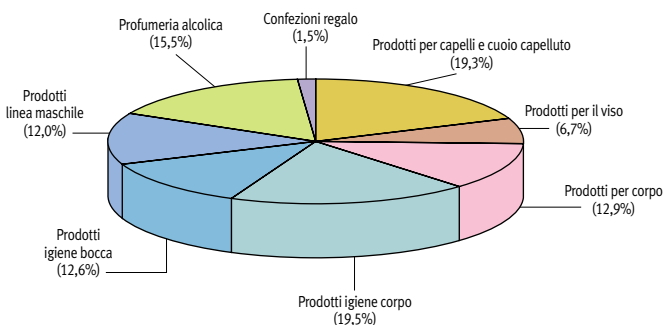
COMPOSIZIONE PERCENTUALE DEL MERCATO COSMETICO NEL 2003



STIMA DELLA COMPOSIZIONE DEI CONSUMI DI PRODOTTI COSMETICI PER LA DONNA



STIMA DELLA COMPOSIZIONE DEI CONSUMI DI PRODOTTI COSMETICI PER L'UOMO



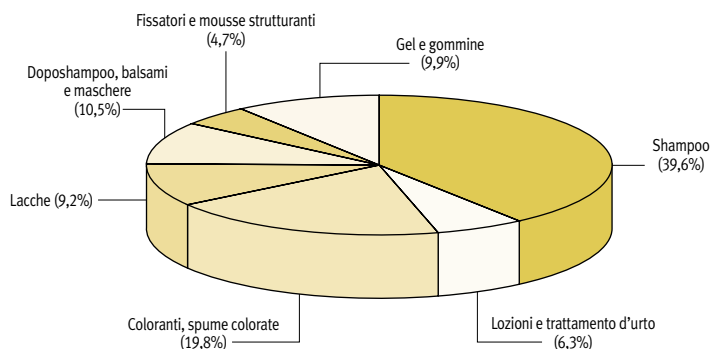
Prodotti per capelli e cuoio capelluto

PRODOTTI PER CAPELLI E CUOIO CAPELLUTO

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per capelli e cuoio capelluto	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	1.189,43	149,40	124,00	916,03	4,1%	3,7%	13,0%	3,1%
Shampoo	470,96	76,30	19,99	374,67	3,7%	2,6%	13,6%	3,5%
Lozioni e trattamento d'urto	74,51	61,50	3,80	9,21	5,2%	4,2%	8,6%	11,0%
Coloranti, spume colorate	236,03	6,30	52,21	177,52	6,1%	-	13,5%	4,3%
Lacche	109,48	0,50	10,27	98,71	-3,2%	-	18,0%	-5,0%
Doposhampoo, balsami e maschere	125,06	4,50	17,46	103,10	11,4%	21,6%	10,5%	11,1%
Fissatori e mousse strutturanti	55,37	-	6,68	48,69	1,8%	-	11,3%	0,6%
Gel, acque e gomme	118,02	0,30	13,59	104,13	2,1%	50,0%	12,3%	0,8%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER CAPELLI E CUOIO CAPELLUTO



Prodotti per il viso

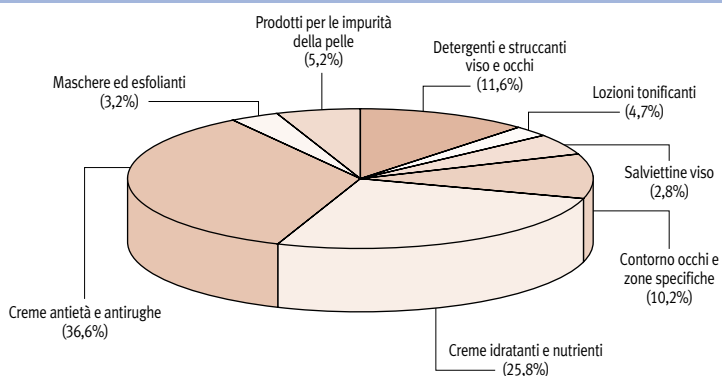
PRODOTTI PER IL VISO

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per il viso	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. %			
					Totale	Farmacie	Profumerie	G. D.
	1.039,59	275,30	472,83	291,46	+3,5%	+8,8%	-1,0%	+6,3%
Detergenti e struccanti viso e occhi	120,25	22,30	41,20	56,75	-	7,2%	-5,7%	1,7%
Salviettine viso	29,58	1,20(+)	4,33	24,05	12,0%	-	3,1%	14,5%
Lozioni tonificanti	48,78	7,40	23,50	17,88	-1,1%	1,4%	-6,7%	6,4%
Contorno occhi e zone specifiche	105,60	17,50	75,70	12,40 (-)	1,9%	12,2%	-0,3%	2,5%
Creme idratanti e nutrienti	268,21	69,40	93,30	105,51	1,2%	7,6%	-6,9%	5,3%
Creme antietà e antirughe	380,54	116,50	203,00	61,04	7,3%	9,9%	4,7%	11,8%
Maschere ed esfolianti	33,06	2,70	20,00	10,36	-3,3%	3,8%	-9,5%	9,0%
Prodotti per le impurità della pelle	53,57	38,30	11,80 (+)	3,47 (-)	3,8%	9,1%	-4,1%	-17,5%

(+/-) La variazione è calcolata su una rivalutazione / svalutazione del dato del 2002.

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER IL VISO



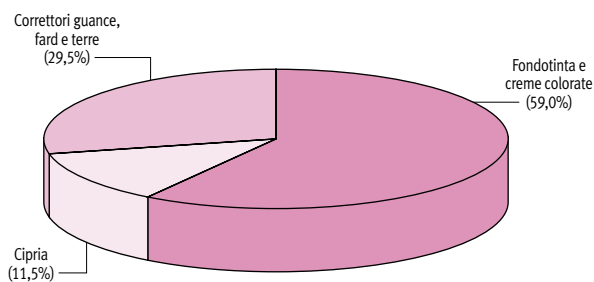
Prodotti per il trucco del viso

PRODOTTI PER IL TRUCCO DEL VISO

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per il trucco del viso	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	278,56	32,80	172,61	73,15	-1,6%	5,8%	-2,7%	-2,1%
Fondotinta e creme colorate	164,23	22,00	98,37	43,86	-2,2%	2,8%	-2,7%	-3,4%
Cipria	32,00	2,40	18,44	11,16	-7,8%	9,1%	-10,0%	-7,0%
Correttori guance, fard e terre	82,33	8,40	55,80	18,13	2,3%	13,5%	-	4,8%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER IL TRUCCO DEL VISO



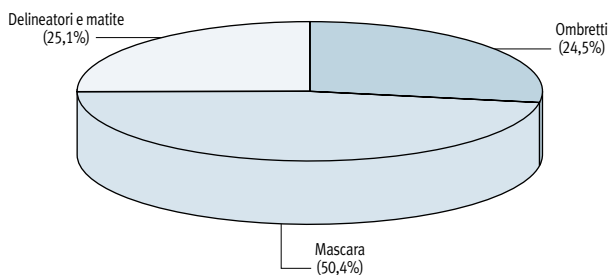
Prodotti per gli occhi

PRODOTTI PER GLI OCCHI

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per gli occhi	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	227,95	9,10	138,66	80,19	5,1%	11,0%	5,1%	4,4%
Ombretti	55,95	2,50	34,77	18,68	-6,4%	8,7%	-3,4%	-13,1%
Mascara	114,77	4,20	69,90	40,67	11,8%	5,0%	10,4%	14,9%
Delineatori e matite	57,23	2,40	33,99	20,84	5,2%	26,3%	4,3%	4,7%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER GLI OCCHI



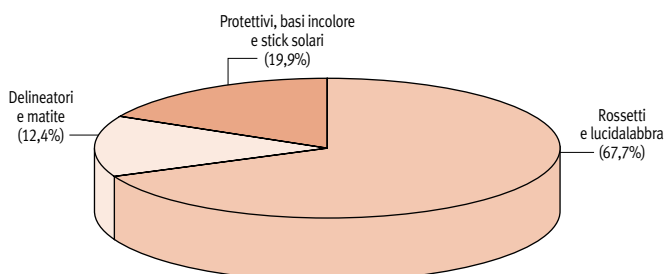
Prodotti per le labbra

PRODOTTI PER LE LABBRA

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per le labbra	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	293,30	33,30	119,68	140,32	6,4%	29,1%	1,3%	6,5%
Rossetti e lucidalabbra	198,60	7,50	97,50	93,60	5,5%	47,1%	3,3%	5,4%
Delineatori e matite	36,27	0,90	21,45	13,92	-7,0%	-	-6,3%	-8,4%
Protettivi, basi incolori e stick solari	58,43	24,90	0,73 (+)	32,80	20,7%	25,8%	-8,8%	18,0%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER LE LABBRA



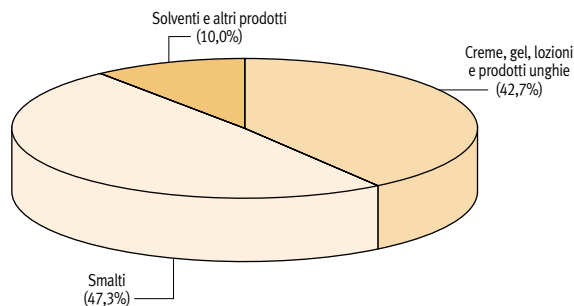
Prodotti per le mani

PRODOTTI PER LE MANI

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per le mani	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. %			
					Totale	Farmacie	Profumerie	G. D.
	156,29	19,20	35,26	101,83	8,6%	23,1%	1,0%	9,0%
Creme, gel, lozioni e prodotti unghie	66,79	16,70	7,90	42,19	15,2%	27,5%	6,8%	12,5%
Smalti	73,82	1,60	24,50	47,72	4,6%	6,7%	5,2%	4,2%
Solventi e altri prodotti	15,68	0,90	2,86	11,92	2,5%	-10,0%	-31,9%	18,0%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER LE MANI



Prodotti per il corpo

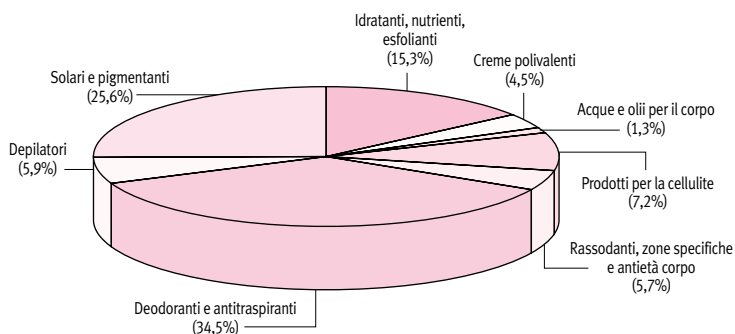
PRODOTTI PER IL CORPO

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per il corpo	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. %			
					Totale	Farmacie	Profumerie	G. D.
	1.152,69	219,80	265,58	667,31	+8,8%	+8,7%	+6,7%	+9,7%
Idratanti, nutrienti, esfolianti	176,89	43,00	43,89	90,00	14,0%	17,5%	14,0%	12,5%
Creme polivalenti	52,37	13,60 (+)	2,50	36,27	10,5%	19,3%	19,0%	7,0%
Acque e olii per il corpo	14,20	0,40	13,80	-	7,6%	-	7,8%	-
Prodotti per la cellulite	83,31	37,60 (-)	26,96	18,75	3,1%	-10,5%	19,8%	15,0%
Rassodanti, zone specifiche e anti-tà corpo	65,61	22,20	23,60 (+)	19,81	14,1%	9,9%	-4,1%	56,0%
Deodoranti e antitraspiranti	397,51	35,60	73,10	288,81	5,4%	4,1%	7,5%	5,1%
Depilatori	67,99	2,90	4,37	60,72	6,1%	11,5%	9,3%	5,6%
Solari e pigmentanti	294,81	64,50	77,36	152,95	11,5%	17,5%	1,1%	15,0%

(+/-) La variazione è calcolata su una rivalutazione /svalutazione del dato del 2002.

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER IL CORPO



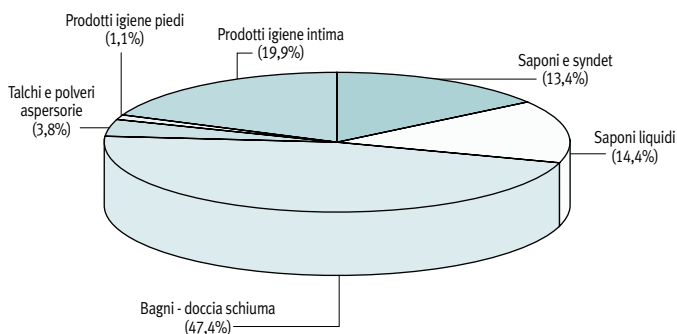
Prodotti per l'igiene del corpo

PRODOTTI PER L'IGIENE DEL CORPO

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per l'igiene del corpo	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -	+ -	+ -	+ -
Prodotti per l'igiene del corpo	1.028,12	154,90	93,42	779,80	7,2%	8,7%	12,3%	6,3%
Saponi e syndet	137,73	29,80	5,32 (-)	102,61	-0,2%	4,9%	8,6%	-2,0%
Saponi liquidi	147,96	7,50	2,72	137,74	6,3%	2,7%	23,6%	6,2%
Bagni - doccia schiuma	486,91	22,30	75,92	388,69	9,0%	21,2%	11,0%	8,0%
Talchi e polveri aspersorie	39,47	9,90	5,20	24,37	5,3%	2,1%	15,6%	4,6%
Prodotti igiene piedi	11,74	2,90	1,26	7,58	9,7%	11,5%	26,0%	6,8%
Prodotti igiene intima	204,31	82,50	3,00	118,81 (+)	9,1%	8,4%	36,4%	9,0%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER L'IGIENE DEL CORPO



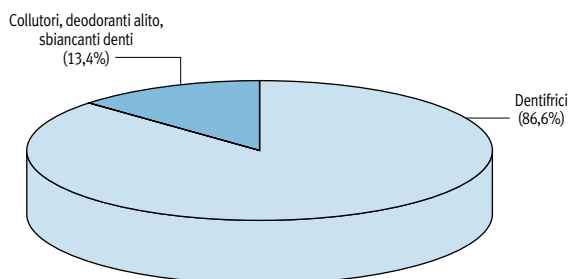
Prodotti per l'igiene della bocca

PRODOTTI PER L'IGIENE DELLA BOCCA

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti per l'igiene della bocca	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	531,65	80,80	4,66	446,19	3,2%	4,0%	-23,6%	3,5%
Dentifrici	460,49	45,60	4,26	410,63	2,9%	3,4%	-23,9%	3,2%
Collutori, deodoranti alito, sbiancanti denti	71,16	35,20	0,40	35,56	5,6%	4,8%	-20,0%	6,8%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI PER L'IGIENE DELLA BOCCA



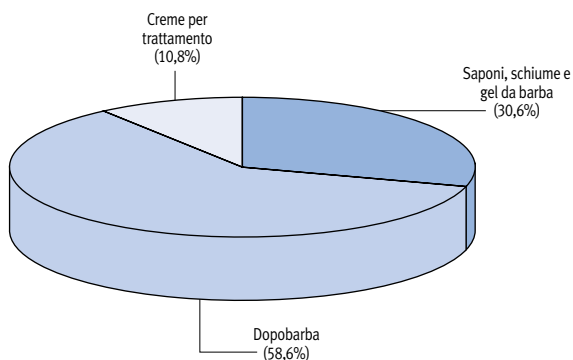
Prodotti della linea maschile

PRODOTTI DELLA LINEA MASCHILE

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti della linea maschile	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
					+ -			
	252,39	7,30	110,09	135,00	6,4%	4,3%	6,8%	6,1%
Saponi, schiume e gel da barba	77,12	2,20	7,29 (-)	67,63	3,5%	-	21,5%	2,0%
Dopobarba	147,97	4,00	81,60 (-)	62,37	2,0%	5,3%	-0,2%	5,0%
Creme per trattamento	27,30	1,10	21,20 (-)	5,00 (-)	53,4%	10,0%	38,6%	233,3%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI DELLA LINEA MASCHILE



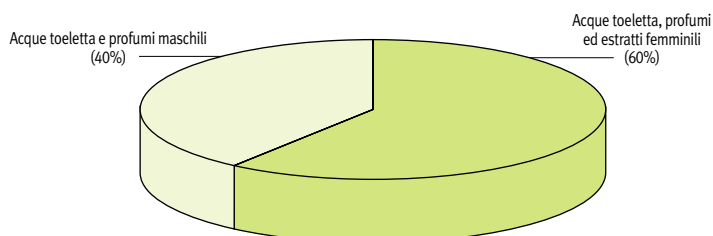
Prodotti di profumeria alcolica

PRODOTTI DI PROFUMERIA ALCOLICA

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Prodotti di profumeria alcolica	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
	816,11	1,40	689,77	124,94	-2,9%	40,0%	-3,2%	-1,7%
Acque di toeletta, profumi e estratti femminili	488,82	0,90	427,37	60,55	-3,3%	-10,0%	-3,5%	-1,7%
Acque di toeletta e profumi maschili	327,29	0,50	262,40	64,39	-2,2%	-	-2,6%	-1,7%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI PRODOTTI DI PROFUMERIA ALCOLICA



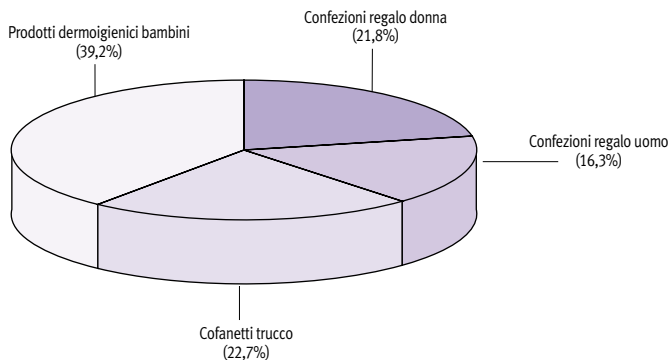
Altri prodotti

ALTRI PRODOTTI

(Prezzi al pubblico, IVA inclusa, dati in milioni di Euro)

Altri prodotti	Totale	Farmacie	Profumeria	Grande Distribuzione e negozi misti	Var. % Totale	Var. % Farmacie	Var. % Profumerie	Var. % G. D.
	190,45	25,10	92,89	72,46	+11,6%	7,7%	16,4%	7,3%
Confezioni regalo donna	41,58	-	36,86	4,72	1,7%	-	2,1%	-1,7%
Confezioni regalo uomo	31,05	-	24,46	6,59	10,5%	-	14,3%	-1,7%
Cofanetti trucco	43,25	-	29,50 (+)	13,75	-0,8%	-	-2,6%	3,4%
Prodotti dermoig. bambini	74,57	25,10	2,07	47,40	9,7%	7,7%	3,5%	11,0%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE VENDITE DI ALTRI PRODOTTI



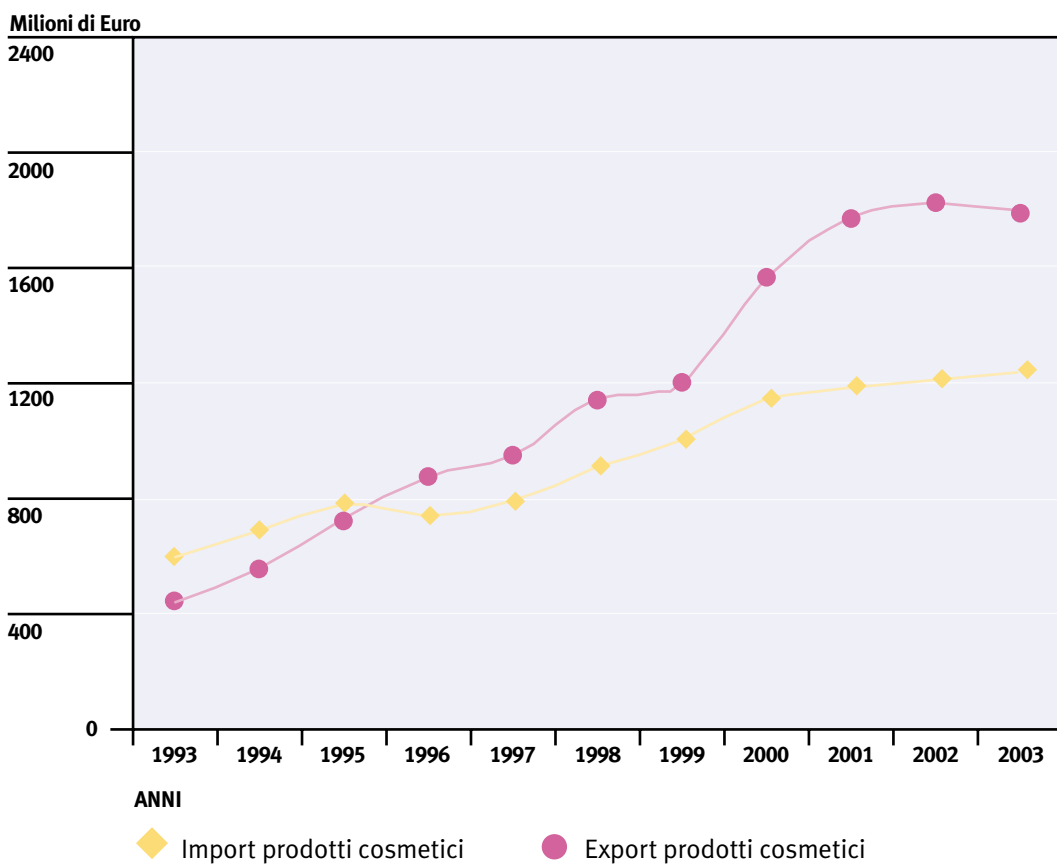
3

The background of the page is a solid pink color. In the center, there is a horizontal band with a lighter pink gradient. This band is filled with numerous white arrows of varying sizes and orientations, pointing both to the left and to the right, creating a sense of movement and flow.

IMPORTAZIONI ED ESPORTAZIONI

Importazioni ed esportazioni

ANDAMENTO DELLA BILANCIA COMMERCIALE



ESPORTAZIONE DI PRODOTTI FINITI E SEMILAVORATI

ESPORTAZIONE	QUANTITÀ (tonnellate)			VALORE (Euro/migliaia)		
	2002	2003	VAR. %	2002	2003	VAR. %
Shampoo	21.082,8	22.421,6	6,4%	64.202,4	67.807,4	5,6%
Preparazioni per capelli	297,3	791,5	166,2%	1.475,4	3.919,5	165,7%
Lacche	2.709,2	3.131,3	15,6%	7.276,5	8.115,5	11,5%
Lozioni per capelli	689,0	1.079,9	56,7%	5.231,1	7.138,9	36,5%
Altri prodotti per capelli	39.166,3	36.702,6	-6,3%	187.963,3	181.736,6	-3,3%
Ciprie e polveri compatte	2.199,9	2.076,1	-5,6%	54.951,7	57.292,7	4,3%
Creme a altri prodotti	58.225,9	51.484,2	-11,6%	379.495,6	377.372,8	-0,6%
Prodotti per il trucco delle labbra	3.122,9	3.208,6	2,7%	76.297,0	86.747,2	13,7%
Prodotti per il trucco degli occhi	3.487,8	3.449,2	-1,1%	113.137,0	106.626,3	-5,8%
Prodotti per le unghie	1.045,3	1.074,1	2,8%	10.332,5	10.690,2	3,5%
Saponi da toeletta	84.681,4	77.980,3	-7,9%	126.108,8	118.090,4	-6,4%
Preparazioni per bagno	25.277,5	22.767,9	-9,9%	66.383,5	56.551,2	-14,8%
Deodoranti per la persona	11.208,4	10.719,4	-4,4%	46.142,6	45.547,9	-1,3%
Dentifrici	19.405,4	18.663,6	-3,8%	63.184,4	57.231,3	-9,4%
Altre preparazioni per l'igiene della bocca	934,6	1.182,8	26,6%	8.855,9	7.803,1	-11,9%
Prodotti per barba, pre e dopo barba	8.726,1	6.552,5	-24,9%	38.758,1	31.114,4	-19,7%
Profumi e eau de parfum	8.029,8	7.918,1	-1,4%	195.475,1	193.653,1	-0,9%
Acque da toeletta e colonie	9.659,5	9.746,8	0,9%	274.232,5	282.914,6	3,2%
Altri prodotti per profumeria e per toeletta	33.551,0	26.354,7	-21,4%	116.820,0	95.545,9	-18,2%
TOTALE ESPORTAZIONI	333.500,1	307.305,2	-7,9%	1.836.323,4	1.795.899,0	-2,2%

IMPORTAZIONI DI PRODOTTI FINITI E SEMILAVORATI

(Gennaio - Dicembre 2002 - 2003)

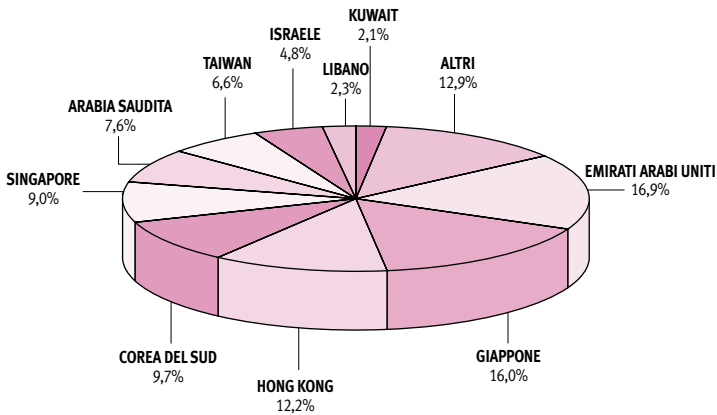
IMPORTAZIONI	QUANTITÀ (tonnellate)			VALORE (Euro/migliaia)		
	2002	2003	VAR. %	2002	2003	VAR. %
Shampoo	29.573,1	32.869,2	11,1%	63.221,0	67.581,2	6,9%
Preparazioni per capelli	532,9	309,4	-41,9%	2.084,8	1.310,3	-37,1%
Lacche	6.177,6	5.795,2	-6,2%	20.105,4	19.516,0	-2,9%
Lozioni per capelli	2.713,4	3.121,4	15,0%	11.500,6	11.480,0	-0,2%
Altri prodotti per capelli	24.041,8	25.313,9	5,3%	103.819,8	110.672,4	6,6%
Ciprie e polveri compatte	611,8	860,1	40,6%	20.032,3	25.303,7	26,3%
Creme a altri prodotti	28.955,0	31.004,5	7,1%	366.366,8	355.370,4	-3,0%
Prodotti per il trucco delle labbra	1.155,5	1.173,1	1,5%	47.020,6	44.588,6	-5,2%
Prodotti per il trucco degli occhi	1.175,8	1.062,5	-9,6%	52.856,5	46.635,9	-11,8%
Prodotti per le unghie	1.813,6	2.075,6	14,4%	23.510,0	23.971,1	2,0%
Saponi da toeletta	17.576,8	17.178,2	-2,3%	37.053,0	38.434,2	3,7%
Preparazioni per bagno	16.367,8	20.460,4	25,0%	34.440,9	40.810,3	18,5%
Deodoranti per la persona	10.150,0	8.123,1	-20,0%	53.186,5	49.992,5	-6,0%
Dentifrici	12.179,8	14.624,6	20,1%	50.774,4	52.301,7	3,0%
Altre preparazioni per l'igiene della bocca	5.165,1	5.324,9	3,1%	29.274,8	27.537,8	-5,9%
Prodotti per barba, pre e dopo barba	8.159,2	6.197,1	-24,0%	33.935,9	30.031,8	-11,5%
Profumi e eau de parfum	2.242,0	1.885,7	-15,9%	49.614,8	46.012,6	-7,3%
Acque da toeletta e colonie	7.740,5	7.114,5	-8,1%	175.622,8	184.153,2	4,9%
Altri prodotti per profumeria e per toeletta	11.683,1	12.196,5	4,4%	74.041,5	55.855,9	-24,6%
TOTALE IMPORTAZIONI	188.014,8	196.689,9	4,6%	1.248.462,4	1.231.559,6	-1,4%

Elaborazione del Centro Studi e Cultura d'Impresa su dati ISTAT

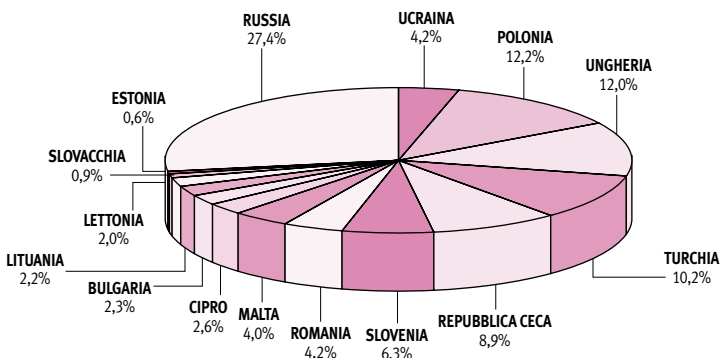
Mercati emergenti

Ripartizione percentuale esportazioni 2003

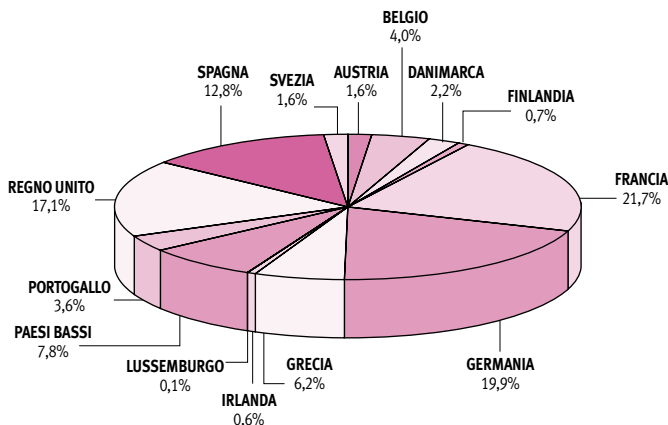
ASIA



PAESI ENTRANTI NELL'UNIONE EUROPEA ED EST EUROPEO



EUROPA



4

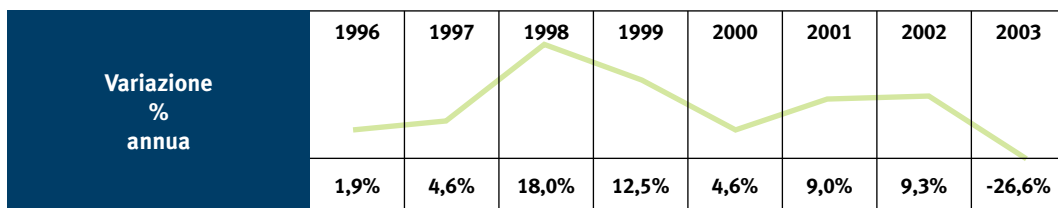
A large, stylized white eye logo is centered on the page. The eye is composed of several concentric, overlapping shapes that create a sense of depth and focus. The text is centered within the eye.

GLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI

Gli investimenti pubblicitari della cosmesi

INVESTIMENTI NETTI IN PUBBLICITÀ PER PRODOTTI COSMETICI SU MEZZI CLASSICI

(milioni di Euro)

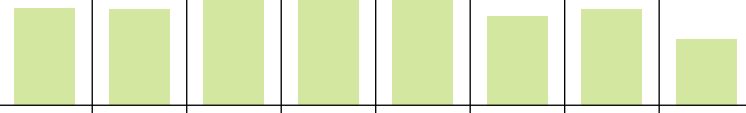


SUDDIVISIONE DEGLI INVESTIMENTI NETTI IN PUBBLICITÀ PER MEZZO

(migliaia di Euro)

Mezzi	2002	Quota %	2003	Quota %	Var. %
Stampa	439.212	60,97%	177.466	33,58%	-59,6%
Quotidiani	42.803	5,94%	17.206	3,26%	-59,8%
Periodici	372.624	51,73%	150.644	28,50%	-59,6%
Specializzate	23.785	3,30%	9.616	1,82%	-59,6%
Televisione	249.561	34,64%	334.406	63,27%	34,0%
TV nazionali	67.381	9,35%	90.290	17,08%	34,0%
TV commerciali	182.180	25,29%	244.116	46,19%	34,0%
Cinema	5.533	0,77%	2.828	0,54%	-48,9%
Radio	21.533	2,99%	10.864	2,06%	-49,5%
Affissioni	4.538	0,63%	2.980	0,56%	-34,3%
TOTALE MEZZI	720.377	100,00%	528.544	100,00%	-26,6%

LIVELLO DELLA PRESSIONE PUBBLICITARIA (*)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Rapporto tra investimenti in pubblicità e consumi di prodotti cosmetici		9,04	8,91	9,92	10,20	10,04	8,28	8,96	6,35

(*) Dati aggiornati rispetto alle precedenti edizioni del Rapporto

INVESTIMENTI PUBBLICITARI NETTI
Confronto tra gli investimenti 2002 e 2003
per mezzo e merceologia di prodotto

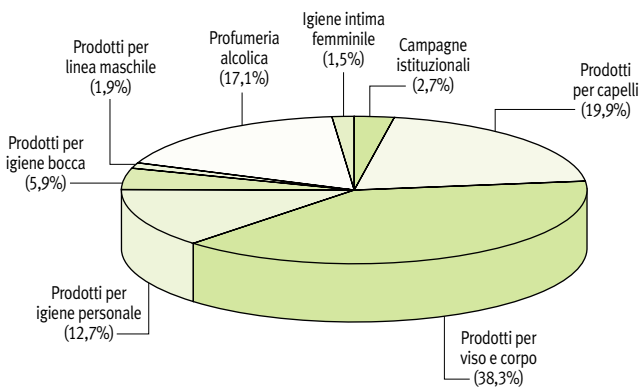
(migliaia di Euro)

	TOTALE		
	2002	2003	Var. %
Prodotti per capelli	117.252	105.444	-10,1%
Linee prodotti per capelli	30.694	38.865	26,6%
Balsami e doposhampoo	5.631	6.695	18,9%
Lozioni per capelli	16.475	9.094	-44,8%
Lacche	82	1.737	-
Permanenti	-	-	-
Brillantine e gel fissativi	12.788	6.976	-45,4%
Shampoo	27.517	20.735	-24,6%
Prodotti coloranti	24.065	21.342	-11,3%
Prodotti per viso e corpo	294.460	202.368	-31,3%
Prodotti per trucco	83.382	51.225	-38,6%
Linee cosmetiche per il viso	126.814	87.758	-30,8%
Prodotti trattamento corpo	49.137	34.711	-29,4%
Prodotti per depilazione	7.885	8.632	9,5%
Prodotti contro impurità della pelle	875	2.113	141,5%
Prodotti solari	23.159	15.527	-33,0%
Creme per mani	3.208	2.402	-25,1%
Prodotti per igiene personale	74.838	67.280	-10,1%
Linee prodotti igiene personale	12.339	8.424	-31,7%
Deodoranti	34.679	31.349	-9,6%
Saponi da toilette	3.393	3.899	14,9%
Bagni schiuma	16.155	17.963	11,2%
Prodotti per i piedi	1.864	2.012	7,9%
Prodotti per igiene infanzia e talco	6.408	3.633	-43,3%
Prodotti per igiene bocca	33.267	31.099	-6,5%
Dentifrici	33.267	31.099	-6,5%
Prodotti per linea maschile	8.845	9.609	8,6%
Linee cosmetici uomo	6.009	7.227	20,3%
Creme e schiume da barba	337	2.133	532,9%
Dopobarba	2.499	249	-90,0%
Profumeria alcolica	158.642	90.252	-43,1%
Prodotti igiene intima	12.429	8.154	-34,4%
Campagne Istituzionali Cura della Persona	20.644	14.338	-30,5%
TOTALE MEZZI	720.377	528.544	-26,6%

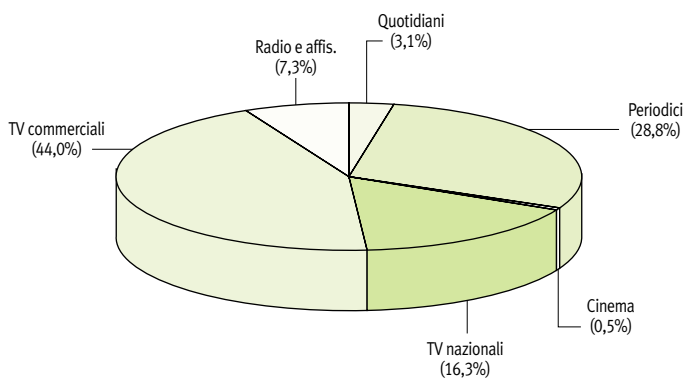
Fonte: Unipro, elaborazione dati Nielsen.

STAMPA			TELEVISIONE E CINEMA			RADIO E AFFISSIONI		
Totale 2002	Totale 2003	Variazione %	Totale 2002	Totale 2003	Variazione %	Totale 2002	Totale 2003	Variazione %
49.216	21.891	-55,5%	64.102	81.483	27,1%	3.934	2.070	-47,4%
17.992	7.827	-56,5%	11.484	29.577	157,5%	1.218	1.461	20,0%
1.313	1.083	-17,5%	4.318	5.612	30,0%	-	-	-
11.360	5.276	-53,6%	3.845	3.818	-0,7%	1.270	-	-
82	303	269,5%	-	1.434	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.303	1.376	-58,3%	8.039	5.290	-34,2%	1.446	310	-78,06%
4.810	2.792	-42,0%	22.707	17.725	-21,9%	-	218	-
10.356	3.234	-68,8%	13.709	18.027	31,5%	-	81	-
203.480	82.986	-59,2%	80.873	113.773	40,7%	10.107	5.609	-44,5%
63.602	23.852	-62,5%	16.888	25.845	53,0%	2.892	1.528	-47,2%
90.296	38.267	-57,6%	33.707	48.031	42,5%	2.811	1.460	-48,1%
30.931	12.050	-61,0%	15.762	20.797	31,9%	2.444	1.864	-23,7%
3.464	2.159	-37,7%	4.421	6.431	45,5%	-	42	-
237	54	-77,2%	638	2.059	222,7%	-	-	-
14.562	6.182	-57,5%	6.637	8.664	30,5%	1.960	681	-65,3%
388	422	8,8%	2.820	1.946	-31,0%	-	34	-
22.584	10.154	-55,0%	49.249	54.429	10,5%	3.005	2.697	-10,2%
4.709	2.898	-38,5%	7.529	5.120	-32,0%	101	406	302,0%
7.229	2.297	-68,2%	25.163	27.094	7,7%	2.287	1.958	-14,4%
1.132	4	-99,6%	2.261	3.895	72,3%	-	-	-
5.566	1.830	-67,1%	9.972	15.800	58,4%	617	333	-46,0%
1.078	1.805	67,4%	786	207	-73,7%	-	-	-
2.870	1.320	-54,0%	3.538	2.313	-34,6%	-	-	-
8.121	2.180	-73,2%	24.938	28.707	15,1%	208	212	1,9%
8.121	2.180	-73,2%	24.938	28.707	15,1%	208	212	1,9%
3.717	2.592	-30,3%	4.023	6.587	63,7%	1.105	430	-61,1%
3.466	2.134	-38,4%	2.319	4.741	104,4%	224	352	57,1%
64	304	375,0%	273	1.829	570,0%	-	-	-
187	154	-17,6%	1.431	17	-98,8%	881	78	-91,1%
128.420	45.847	-64,3%	25.444	42.954	68,8%	4.778	1.451	-69,6%
7.398	2.827	-61,8%	5.031	5.263	4,6%	-	64	-
16.276	8.989	-44,8%	1.434	4.038	181,6%	2.934	1.311	-55,3%
439.212	177.466	-59,6%	255.094	337.234	32,2%	26.071	13.844	-46,9%

RIPARTIZIONE PERCENTUALE PER CATEGORIA DI PRODOTTI DEGLI INVESTIMENTI IN PUBBLICITÀ



RIPARTIZIONE PERCENTUALE DEGLI INVESTIMENTI IN PUBBLICITÀ PER MEZZO



5

The background features a light blue gradient with several white icons. On the left, there is a document icon with a folded top-right corner. In the center, a line graph with three peaks and three troughs is overlaid on a document icon. On the right, there is a folder icon with a tab. The text 'ALLEGATI STATISTICI' is centered in the middle of the page.

ALLEGATI STATISTICI

Evoluzione storica dei consumi di prodotti cosmetici

TABELLA DI RICONVERSIONE (BASE 2002 = 1)

Anno	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Euro	1,2727	1,2080	1,1627	1,1429	1,1227	1,1052	1,0776	1,0495	1,0246	1,0000

Evoluzione dei consumi nel totale dei canali al dettaglio

VALORI STORICI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	4636,3 1,8%	4672,8 0,8%	4777,2 2,2%	5124,3 7,3%	5503,9 7,4%	5973,3 8,5%	6355,6 6,4%	6818,7 7,3%	6859,3 0,6%	7156,5 4,3%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	805,0 -2,3%	841,4 4,5%	855,2 1,6%	925,5 8,2%	961,1 3,9%	1017,9 5,9%	1056,8 3,8%	1111,7 5,2%	1142,7 2,8%	1189,4 4,1%
Prodotti per il viso	653,0 -1,8%	655,5 0,4%	667,8 1,9%	697,2 4,4%	759,2 8,9%	844,9 11,3%	931,3 10,2%	996,9 7,0%	1004,8 0,8%	1039,6 3,5%
Prodotti per trucco viso	202,4 0,6%	214,0 5,7%	239,1 11,8%	242,7 1,5%	259,8 7,0%	269,6 3,8%	273,8 1,6%	297,2 8,5%	283,1 -4,7%	278,6 -1,6%
Cofanetti trucco	11,4 -33,3%	14,5 27,3%	14,5 0,0%	17,6 21,4%	18,6 5,9%	28,4 52,8%	33,1 16,5%	36,7 10,9%	43,6 18,8%	43,3 -0,8%
Prodotti per gli occhi	127,9 -5,0%	129,7 1,4%	138,9 7,1%	151,8 9,3%	174,0 14,6%	193,2 11,0%	209,1 8,3%	217,9 4,2%	216,9 -0,5%	228,0 5,1%
Prodotti per le labbra	159,6 4,4%	164,7 3,2%	188,5 14,4%	220,5 17,0%	232,5 5,4%	245,3 5,5%	253,0 3,1%	291,3 15,1%	275,7 -5,4%	293,3 6,4%
Prodotti per le mani	86,2 -2,9%	82,1 -4,8%	84,2 2,5%	109,0 29,4%	121,9 11,8%	144,6 18,6%	143,5 -0,8%	150,4 4,8%	143,9 -4,3%	156,3 8,6%
Prodotti per il corpo	833,1 20,0%	677,0 -18,7%	684,3 1,1%	729,2 6,6%	819,9 12,4%	889,3 8,5%	970,3 9,1%	1039,3 7,1%	1059,5 1,9%	1152,7 8,8%
Prodotti igiene corpo	673,3 -1,6%	676,0 0,4%	694,6 2,8%	753,0 8,4%	817,6 8,6%	842,3 3,0%	871,7 3,5%	932,6 7,0%	959,4 2,9%	1028,1 7,2%
Prodotti igiene bocca	395,3 -1,0%	393,4 -0,5%	394,6 0,3%	411,1 4,2%	426,6 3,8%	447,3 4,8%	457,6 2,3%	493,7 7,9%	515,0 4,3%	531,7 3,2%
Prodotti dermoig. bambini	23,2 7,1%	23,2 0,0%	24,8 6,7%	25,3 2,1%	25,3 0,0%	39,8 57,1%	60,1 51,1%	62,8 4,5%	68,0 8,3%	74,6 9,7%
Prodotti linea maschile	209,2 0,4%	210,2 0,5%	201,4 -4,2%	213,3 5,9%	219,8 3,0%	229,3 4,3%	236,9 3,3%	249,8 5,4%	237,3 -5,0%	252,4 6,4%
Profumeria alcolica	415,2 -2,7%	548,5 32,1%	543,8 -0,8%	580,0 6,6%	618,2 6,6%	718,9 16,3%	789,7 9,8%	873,8 10,6%	840,4 -3,8%	816,1 -2,9%
Confezioni regalo	41,3 6,0%	42,6 3,1%	45,4 6,7%	48,0 5,7%	49,6 3,2%	62,5 26,0%	68,7 9,9%	64,6 -6,0%	69,0 6,8%	72,6 5,3%

Evoluzione dei consumi nel totale dei canali al dettaglio

VALORI REALI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

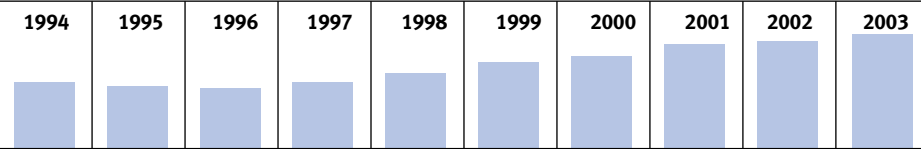
Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	5900,6 0,3%	5644,8 -4,3%	5554,5 -1,6%	5856,5 5,4%	6179,3 5,5%	6601,7 6,8%	6848,8 3,7%	7156,2 4,5%	7028,0 -1,8%	7156,5 1,8%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	1024,6 -3,6%	1016,4 -0,8%	994,4 -2,2%	1057,7 6,4%	1079,1 2,0%	1125,0 4,3%	1138,8 1,2%	1166,7 2,5%	1170,8 0,3%	1189,4 1,6%
Prodotti per il viso	831,1 -3,2%	791,9 -4,7%	776,4 -1,9%	796,8 2,6%	852,3 7,0%	933,8 9,6%	1003,6 7,5%	1046,2 4,3%	1029,5 -1,6%	1039,6 1,0%
Prodotti per trucco viso	257,6 -0,8%	258,5 0,3%	278,0 7,6%	277,4 -0,2%	291,7 5,1%	298,0 2,2%	295,0 -1,0%	311,9 5,7%	290,1 -7,0%	278,6 -4,0%
Cofanetti trucco	14,5 -34,3%	17,5 20,8%	16,8 -3,7%	20,1 19,4%	20,9 4,0%	31,4 50,4%	35,7 13,6%	38,5 8,0%	44,7 16,0%	43,3 -3,2%
Prodotti per gli occhi	162,8 -6,3%	156,7 -3,7%	161,5 3,1%	173,5 7,4%	195,4 12,6%	213,5 9,2%	225,3 5,6%	228,7 1,5%	222,2 -2,8%	228,0 2,6%
Prodotti per le labbra	203,1 2,9%	199,0 -2,0%	219,2 10,1%	252,0 15,0%	261,0 3,5%	271,1 3,9%	272,6 0,6%	305,7 12,1%	282,5 -7,6%	293,3 3,8%
Prodotti per le mani	109,8 -4,3%	99,2 -9,6%	97,9 -1,3%	124,5 27,2%	136,8 9,9%	159,8 16,8%	154,6 -3,2%	157,8 2,1%	147,4 -6,6%	156,3 6,0%
Prodotti per il corpo	1060,3 18,3%	817,8 -22,9%	795,6 -2,7%	833,4 4,8%	920,5 10,4%	982,9 6,8%	1045,6 6,4%	1090,7 4,3%	1085,6 -0,5%	1152,7 6,2%
Prodotti igiene corpo	856,9 -3,0%	816,7 -4,7%	807,7 -1,1%	860,6 6,6%	917,9 6,7%	931,0 1,4%	939,3 0,9%	978,8 4,2%	983,0 0,4%	1028,1 4,6%
Prodotti igiene bocca	503,1 -2,4%	475,2 -5,5%	458,8 -3,5%	469,8 2,4%	478,9 1,9%	494,3 3,2%	493,1 -0,2%	518,1 5,1%	527,7 1,8%	531,7 0,8%
Prodotti dermoig. bambini	29,6 5,6%	28,1 -5,1%	28,8 2,7%	28,9 0,3%	28,4 -1,8%	44,0 54,7%	64,8 47,4%	65,9 1,8%	69,7 5,7%	74,6 7,0%
Prodotti linea maschile	266,2 -1,1%	253,9 -4,6%	234,2 -7,8%	243,8 4,1%	246,7 1,2%	253,4 2,7%	255,3 0,7%	262,2 2,7%	243,1 -7,3%	252,4 3,8%
Profumeria alcolica	528,5 -4,0%	662,6 25,4%	632,3 -4,6%	662,9 4,8%	694,1 4,7%	794,5 14,5%	851,0 7,1%	917,1 7,8%	861,1 -6,1%	816,1 -5,2%
Confezioni regalo	52,6 4,5%	51,5 -2,1%	52,8 2,7%	54,9 3,9%	55,7 1,4%	69,1 24,1%	74,0 7,2%	67,8 -8,4%	70,7 4,3%	72,6 2,7%

Evoluzione dei consumi nel canale Farmacia

VALORI STORICI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Totale prodotti cosmetici		576,4 -8,0%	536,1 -7,0%	524,2 -2,2%	572,2 9,1%	654,8 14,4%	741,6 13,2%	790,6 6,6%	898,9 13,7%	931,6 3,6%	1008,4 8,2%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	83,7 -5,8%	84,2 0,6%	79,5 -5,5%	102,3 28,6%	102,8 0,5%	113,1 10,1%	116,2 2,7%	138,9 19,5%	144,1 3,7%	149,4 3,7%	
Prodotti per il viso	142,0 -10,7%	128,6 -9,5%	131,2 2,0%	142,5 8,7%	173,0 21,4%	195,7 13,1%	215,9 10,3%	234,9 8,8%	253,1 7,7%	275,3 8,8%	
Prodotti per trucco viso	18,6 -12,2%	17,3 -6,9%	18,1 4,5%	17,6 -2,9%	16,0 -8,8%	19,6 22,6%	18,6 -5,2%	30,3 62,9%	31,0 2,3%	32,8 5,8%	
Cofanetti trucco	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Prodotti per gli occhi	9,8 -9,5%	8,8 -10,5%	6,7 -23,5%	6,2 -7,7%	6,2 0,0%	6,7 8,3%	7,2 7,2%	7,7 6,9%	8,2 6,5%	9,1 11,0%	
Prodotti per le labbra	13,4 -3,7%	11,9 -11,5%	10,8 -8,7%	11,4 4,8%	15,5 36,4%	17,0 10,0%	18,0 5,6%	25,6 42,2%	25,8 0,8%	33,3 29,1%	
Prodotti per le mani	8,3 -11,1%	7,2 -12,5%	7,2 0,0%	8,3 14,3%	9,8 18,8%	11,4 15,8%	10,8 -4,9%	17,3 60,2%	15,6 -9,8%	19,2 23,1%	
Prodotti per il corpo	122,4 -9,2%	105,9 -13,5%	93,0 -12,2%	99,7 7,2%	144,6 45,1%	176,1 21,8%	197,4 12,1%	201,0 1,8%	202,3 0,6%	219,8 8,7%	
Prodotti igiene corpo	92,4 -3,8%	90,4 -2,2%	96,1 6,3%	103,8 8,1%	105,9 2,0%	115,7 9,3%	120,8 4,4%	137,3 13,7%	142,5 3,8%	154,9 8,7%	
Prodotti igiene bocca	56,3 -9,9%	53,2 -5,5%	53,2 0,0%	54,2 1,9%	56,3 3,8%	57,8 2,8%	56,9 -1,6%	75,9 33,4%	77,7 2,4%	80,8 4,0%	
Prodotti dermoig. bambini	18,6 9,1%	18,6 0,0%	19,6 5,6%	18,6 -5,3%	18,6 0,0%	21,7 16,7%	22,7 4,7%	23,5 3,5%	23,3 -0,9%	25,1 7,7%	
Prodotti linea maschile	8,3 -8,6%	7,2 -12,5%	6,2 -14,3%	5,2 -16,7%	4,6 -10,0%	4,6 0,0%	4,6 0,0%	5,5 19,6%	7,0 27,3%	7,3 4,3%	
Profumeria alcolica	2,1 -19,2%	2,1 0,0%	2,1 0,0%	1,5 -28,6%	1,0 -33,3%	1,0 0,0%	1,0 0,0%	1,0 0,0%	1,0 0,0%	1,4 40,0%	
Confezioni regalo	0,5 -61,5%	0,8 60,0%	0,5 -37,5%	1,0 100,0%	0,5 -50,0%	1,0 100,0%	0,5 -50,0%	0,0 -100,0%	0,0 -	0,0 -	

Evoluzione dei consumi nel canale Farmacia

VALORI REALI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	733,6 -9,3%	647,7 -11,7%	609,5 -5,9%	653,9 7,3%	735,2 12,4%	819,6 11,5%	852,0 3,9%	943,4 10,7%	954,5 1,2%	1008,4 5,6%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	106,5 -7,1%	101,7 -4,5%	92,5 -9,1%	116,9 26,4%	115,4 -1,3%	125,0 8,3%	125,2 0,2%	145,8 16,4%	147,6 1,3%	149,4 1,2%
Prodotti per il viso	180,8 -12,0%	155,3 -14,1%	152,5 -1,8%	162,9 6,8%	194,2 19,2%	216,3 11,4%	232,7 7,5%	246,5 6,0%	259,3 5,2%	275,3 6,2%
Prodotti per trucco viso	23,7 -13,4%	20,9 -11,7%	21,0 0,6%	20,1 -4,5%	18,0 -10,4%	21,7 20,7%	20,0 -7,6%	31,8 58,7%	31,8 -0,1%	32,8 3,3%
Cofanetti trucco	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Prodotti per gli occhi	12,5 -10,8%	10,6 -15,1%	7,8 -26,4%	7,1 -9,3%	7,0 -1,8%	7,4 6,6%	7,8 4,6%	8,1 4,2%	8,4 4,0%	9,1 8,3%
Prodotti per le labbra	17,1 -5,1%	14,3 -16,0%	12,6 -12,1%	13,0 3,0%	17,4 34,0%	18,8 8,3%	19,4 3,0%	26,9 38,5%	26,4 -1,6%	33,3 26,0%
Prodotti per le mani	10,5 -12,4%	8,7 -16,9%	8,4 -3,7%	9,4 12,3%	11,0 16,7%	12,6 14,0%	11,6 -7,3%	18,2 56,0%	16,0 -12,0%	19,2 20,1%
Prodotti per il corpo	155,8 -10,5%	127,9 -17,9%	108,1 -15,5%	113,9 5,4%	162,4 42,5%	194,6 19,9%	212,7 9,3%	210,9 -0,8%	207,3 -1,7%	219,8 6,0%
Prodotti igiene corpo	117,7 -5,1%	109,2 -7,2%	111,7 2,3%	118,6 6,2%	118,9 0,2%	127,9 7,6%	130,2 1,8%	144,1 10,7%	146,0 1,3%	154,9 6,1%
Prodotti igiene bocca	71,6 -11,2%	64,3 -10,3%	61,8 -3,7%	62,0 0,2%	63,2 2,0%	63,9 1,2%	61,3 -4,1%	79,7 29,9%	79,6 -0,1%	80,8 1,5%
Prodotti dermoig. bambini	23,7 7,5%	22,5 -5,1%	22,8 1,6%	21,2 -6,9%	20,9 -1,8%	24,0 14,8%	24,5 2,0%	24,7 0,8%	23,9 -3,2%	25,1 5,1%
Prodotti linea maschile	10,5 -9,9%	8,7 -16,9%	7,2 -17,5%	5,9 -18,1%	5,2 -11,6%	5,1 -1,6%	5,0 -3,5%	5,8 16,4%	7,2 24,3%	7,3 1,8%
Profumeria alcolica	2,7 -20,4%	2,5 -5,1%	2,4 -3,7%	1,7 -29,8%	1,1 -34,5%	1,1 -1,6%	1,1 -2,5%	1,0 -2,6%	1,0 -2,4%	1,4 36,6%
Confezioni regalo	0,6 -62,1%	1,0 51,9%	0,6 -39,8%	1,1 96,6%	0,6 -50,9%	1,1 96,9%	0,5 -51,2%	0,0 -100,0%	0,0 -	0,0 -

Evoluzione dei consumi nel canale Profumeria

VALORI STORICI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	1422,8 -0,7%	1608,8 13,1%	1644,7 2,2%	1740,5 5,8%	1850,5 6,3%	2048,3 10,7%	2231,9 9,0%	2419,3 8,4%	2293,0 -5,2%	2319,5 1,2%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	66,1 0,0%	86,2 30,5%	91,9 6,6%	104,3 13,5%	103,8 -0,5%	101,7 -2,0%	106,4 4,6%	117,1 10,1%	109,7 -6,3%	124,0 13,0%
Prodotti per il viso	341,9 1,2%	354,8 3,8%	357,6 0,8%	372,9 4,3%	390,4 4,7%	414,7 6,2%	454,6 9,6%	489,6 7,7%	477,5 -2,5%	472,8 -1,0%
Prodotti per trucco viso	132,2 1,2%	141,0 6,6%	145,6 3,3%	149,8 2,8%	167,3 11,7%	172,5 3,1%	178,7 3,6%	189,2 5,9%	177,4 -6,2%	172,6 -2,7%
Cofanetti trucco	3,6 -46,2%	7,7 114,3%	7,2 -6,7%	8,8 21,4%	9,3 5,9%	17,0 83,3%	20,7 21,5%	23,8 15,0%	30,3 27,3%	29,5 -2,6%
Prodotti per gli occhi	68,2 -8,3%	68,2 0,0%	74,4 9,1%	81,1 9,0%	95,5 17,8%	111,6 16,8%	126,5 13,4%	135,1 6,8%	131,9 -2,4%	138,7 5,1%
Prodotti per le labbra	74,9 5,1%	81,1 8,3%	90,9 12,1%	107,4 18,2%	114,1 6,3%	111,6 -2,3%	119,3 6,9%	129,8 8,8%	118,1 -9,0%	119,7 1,3%
Prodotti per le mani	15,0 -6,5%	13,9 -6,9%	14,5 3,7%	19,6 35,7%	21,7 10,5%	37,2 71,4%	39,2 5,4%	37,6 -4,1%	34,9 -7,2%	35,3 1,0%
Prodotti per il corpo	184,4 6,9%	185,9 0,8%	193,2 3,9%	189,0 -2,1%	192,1 1,6%	217,4 13,2%	242,3 11,4%	261,8 8,0%	249,0 -4,9%	265,6 6,7%
Prodotti igiene corpo	68,2 3,9%	68,2 0,0%	73,9 8,3%	76,4 3,5%	85,2 11,5%	88,8 4,2%	94,6 6,5%	97,4 3,0%	83,2 -14,6%	93,4 12,3%
Prodotti igiene bocca	5,7 -26,7%	5,7 0,0%	5,7 0,0%	5,7 0,0%	6,2 9,1%	6,7 8,3%	7,2 7,2%	7,6 5,6%	6,1 -19,7%	4,7 -23,6%
Prodotti dermoig. bambini	2,1 0,0%	2,1 0,0%	2,1 0,0%	2,1 0,0%	2,1 0,0%	2,1 0,0%	2,1 1,7%	2,3 9,5%	2,0 -13,0%	2,1 3,5%
Prodotti linea maschile	85,7 -6,7%	86,2 0,6%	83,1 -3,6%	85,2 2,5%	89,9 5,5%	97,6 8,6%	101,7 4,2%	114,2 12,3%	103,1 -9,7%	110,1 6,8%
Profumeria alcolica	340,9 -5,2%	472,0 38,5%	465,8 -1,3%	498,4 7,0%	532,0 6,7%	616,6 15,9%	680,2 10,3%	760,3 11,8%	712,3 -6,3%	689,8 -3,2%
Confezioni regalo	34,1 10,0%	35,6 4,5%	38,7 8,7%	39,8 2,7%	40,8 2,6%	52,7 29,1%	58,4 10,9%	53,5 -8,4%	57,5 7,5%	61,3 6,6%

Evoluzione dei consumi nel canale Profumeria

VALORI REALI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	1810,8 -2,1%	1943,4 7,3%	1912,2 -1,6%	1989,2 4,0%	2077,5 4,4%	2263,7 9,0%	2405,1 6,2%	2539,1 5,6%	2349,4 -7,5%	2319,5 -1,3%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	84,1 -1,4%	104,2 23,8%	106,9 2,6%	119,2 11,6%	116,5 -2,3%	112,4 -3,5%	114,7 2,0%	122,9 7,2%	112,4 -8,5%	124,0 10,3%
Prodotti per il viso	435,1 -0,2%	428,6 -1,5%	415,8 -3,0%	426,2 2,5%	438,3 2,9%	458,3 4,6%	489,9 6,9%	513,8 4,9%	489,2 -4,8%	472,8 -3,4%
Prodotti per trucco viso	168,3 -0,2%	170,3 1,2%	169,3 -0,6%	171,2 1,1%	187,9 9,7%	190,6 1,5%	192,6 1,0%	198,6 3,1%	181,8 -8,5%	172,6 -5,0%
Cofanetti trucco	4,6 -46,9%	9,4 103,4%	8,4 -10,2%	10,0 19,4%	10,4 4,0%	18,8 80,5%	22,3 18,4%	25,0 12,0%	31,0 24,3%	29,5 -5,0%
Prodotti per gli occhi	86,8 -9,6%	82,4 -5,1%	86,5 5,0%	92,7 7,2%	107,3 15,8%	123,3 14,9%	136,3 10,6%	141,8 4,0%	135,1 -4,7%	138,7 2,6%
Prodotti per le labbra	95,3 3,6%	97,9 2,8%	105,7 7,9%	122,8 16,2%	128,1 4,4%	123,3 -3,8%	128,6 4,3%	136,2 6,0%	121,0 -11,2%	119,7 -1,1%
Prodotti per le mani	19,1 -7,8%	16,8 -11,6%	16,8 -0,2%	22,4 33,4%	24,4 8,6%	41,1 68,8%	42,2 2,8%	39,5 -6,6%	35,8 -9,4%	35,3 -1,4%
Prodotti per il corpo	234,7 5,4%	224,6 -4,3%	224,6 0,0%	216,0 -3,8%	215,7 -0,2%	240,3 11,4%	261,1 8,7%	274,8 5,2%	255,1 -7,1%	265,6 4,1%
Prodotti igiene corpo	86,8 2,5%	82,4 -5,1%	85,9 4,3%	87,4 1,7%	95,7 9,5%	98,2 2,6%	101,9 3,8%	102,2 0,3%	85,2 -16,6%	93,4 9,6%
Prodotti igiene bocca	7,2 -27,7%	6,9 -5,1%	6,6 -3,7%	6,5 -1,7%	7,0 7,2%	7,4 6,6%	7,8 4,6%	8,0 2,8%	6,3 -21,6%	4,7 -25,4%
Prodotti dermoig. bambini	2,6 -1,4%	2,5 -5,1%	2,4 -3,7%	2,4 -1,7%	2,3 -1,8%	2,3 -1,6%	2,3 -0,9%	2,4 6,7%	2,0 -15,1%	2,1 1,0%
Prodotti linea maschile	109,1 -8,1%	104,2 -4,5%	96,7 -7,2%	97,4 0,7%	100,9 3,6%	107,9 6,9%	109,6 1,6%	119,9 9,4%	105,6 -11,9%	110,1 4,2%
Profumeria alcolica	433,8 -6,5%	570,2 31,4%	541,6 -5,0%	569,6 5,2%	597,2 4,8%	681,5 14,1%	733,0 7,6%	797,9 8,9%	729,8 -8,5%	689,8 -5,5%
Confezioni regalo	43,4 8,4%	43,0 -0,8%	45,0 4,6%	45,4 0,9%	45,8 0,8%	58,2 27,1%	62,9 8,1%	56,1 -10,8%	58,9 4,9%	61,3 4,1%

Evoluzione dei consumi nella Grande Distribuzione

VALORI STORICI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	2637,1 5,6%	2528,0 -4,1%	2608,4 3,2%	2811,6 7,8%	2998,6 6,7%	3183,4 6,2%	3333,1 4,7%	3500,5 5,0%	3634,7 3,8%	3828,7 5,3%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	655,3 -2,0%	671,0 2,4%	683,8 1,9%	718,9 5,1%	754,5 5,0%	803,1 6,4%	834,2 3,9%	855,7 2,6%	888,9 3,9%	916,0 3,1%
Prodotti per il viso	169,1 0,7%	172,1 1,8%	179,0 4,0%	181,8 1,6%	195,7 7,7%	234,5 19,8%	260,8 11,2%	272,4 4,4%	274,2 0,7%	291,5 6,3%
Prodotti per trucco viso	51,6 4,7%	55,7 7,9%	75,4 35,4%	75,4 0,0%	76,4 1,4%	77,5 1,4%	76,5 -1,3%	77,7 1,6%	74,7 -3,9%	73,2 -2,1%
Cofanetti trucco	7,7 -25,0%	6,7 -13,3%	7,2 7,7%	8,8 21,4%	9,3 5,9%	11,4 22,2%	12,4 9,1%	12,9 4,1%	13,3 3,1%	13,8 3,4%
Prodotti per gli occhi	49,9 1,1%	52,7 5,7%	57,8 9,7%	64,6 11,6%	72,3 12,0%	74,9 3,6%	75,4 0,7%	75,1 -0,4%	76,8 2,3%	80,2 4,4%
Prodotti per le labbra	71,3 5,3%	71,8 0,7%	86,8 20,9%	101,7 17,3%	102,8 1,1%	116,7 13,5%	115,7 -0,9%	135,9 17,5%	131,8 -3,0%	140,3 6,5%
Prodotti per le mani	63,0 -0,8%	60,9 -3,3%	62,5 2,5%	81,1 29,8%	90,4 11,5%	96,1 6,3%	93,5 -2,7%	95,5 2,2%	93,4 -2,2%	101,8 9,0%
Prodotti per il corpo	526,4 36,0%	385,2 -26,8%	398,2 3,4%	440,5 10,6%	483,1 9,7%	495,8 2,6%	530,6 7,0%	576,5 8,7%	608,2 5,5%	667,3 9,7%
Prodotti igiene corpo	512,7 -1,9%	517,5 0,9%	524,7 1,4%	572,8 9,2%	626,5 9,4%	637,8 1,8%	656,3 2,9%	697,9 6,3%	733,7 5,1%	779,8 6,3%
Prodotti igiene bocca	333,3 1,3%	334,5 0,4%	335,7 0,4%	351,2 4,6%	364,1 3,7%	382,7 5,1%	393,5 2,8%	410,2 4,2%	431,2 5,1%	446,2 3,5%
Prodotti dermoig. bambini	2,6 0,0%	2,6 0,0%	3,1 20,0%	4,6 50,0%	4,6 0,0%	16,0 244,4%	35,3 120,5%	37,0 4,8%	42,7 15,4%	47,4 11,0%
Prodotti linea maschile	115,2 7,2%	116,7 1,3%	112,1 -4,0%	122,9 9,7%	125,2 1,9%	127,0 1,4%	130,6 2,8%	130,1 -0,4%	127,2 -2,2%	135,0 6,1%
Profumeria alcolica	72,3 12,0%	74,4 2,9%	75,9 2,1%	80,1 5,4%	85,2 6,5%	101,2 18,8%	108,5 7,1%	112,5 3,7%	127,1 13,0%	124,9 -1,7%
Confezioni regalo	6,7 0,0%	6,2 -7,7%	6,2 0,0%	7,2 16,7%	8,3 14,3%	8,8 6,3%	9,8 11,8%	11,1 13,1%	11,5 3,6%	11,3 -1,7%

Evoluzione dei consumi nella Grande Distribuzione

VALORI REALI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	3356,2 4,1%	3053,8 -9,0%	3032,7 -0,7%	3213,4 6,0%	3366,5 4,8%	3518,3 4,5%	3591,7 2,1%	3673,8 2,3%	3724,1 1,4%	3828,7 2,8%
Prodotti per capelli e cuoio capelluto	834,0 -3,4%	810,5 -2,8%	795,0 -1,9%	821,6 3,3%	847,1 3,1%	887,6 4,8%	898,9 1,3%	898,1 -0,1%	910,8 1,4%	916,0 0,6%
Prodotti per il viso	215,3 -0,7%	207,9 -3,4%	208,1 0,1%	207,8 -0,1%	219,8 5,8%	259,1 17,9%	281,0 8,5%	285,9 1,7%	280,9 -1,7%	291,5 3,7%
Prodotti per trucco viso	65,7 3,2%	67,3 2,4%	87,7 30,3%	86,2 -1,7%	85,8 -0,4%	85,6 -0,2%	82,4 -3,7%	81,5 -1,1%	76,5 -6,1%	73,2 -4,4%
Cofanetti trucco	9,9 -26,1%	8,1 -17,7%	8,4 3,7%	10,0 19,4%	10,4 4,0%	12,6 20,3%	13,4 6,4%	13,5 1,4%	13,6 0,7%	13,8 0,9%
Prodotti per gli occhi	63,5 -0,3%	63,7 0,3%	67,3 5,6%	73,8 9,7%	81,2 10,0%	82,8 2,0%	81,3 -1,8%	78,8 -3,0%	78,7 -0,2%	80,2 1,9%
Prodotti per le labbra	90,7 3,9%	86,7 -4,4%	100,9 16,3%	116,3 15,3%	115,4 -0,7%	129,0 11,7%	124,7 -3,4%	142,6 14,4%	135,0 -5,3%	140,3 3,9%
Prodotti per le mani	80,2 -2,2%	73,6 -8,2%	72,7 -1,3%	92,7 27,5%	101,5 9,5%	106,2 4,6%	100,7 -5,1%	100,2 -0,5%	95,7 -4,5%	101,8 6,4%
Prodotti per il corpo	669,9 34,0%	465,3 -30,5%	463,0 -0,5%	503,5 8,8%	542,4 7,7%	548,0 1,0%	571,8 4,3%	605,0 5,8%	623,2 3,0%	667,3 7,1%
Prodotti igiene corpo	652,5 -3,3%	625,1 -4,2%	610,1 -2,4%	654,6 7,3%	703,3 7,4%	704,9 0,2%	707,2 0,3%	732,4 3,6%	751,7 2,6%	779,8 3,7%
Prodotti igiene bocca	424,2 -0,2%	404,1 -4,7%	390,3 -3,4%	401,4 2,8%	408,8 1,8%	423,0 3,5%	424,1 0,3%	430,5 1,5%	441,8 2,6%	446,2 1,0%
Prodotti dermoig. bambini	3,3 -1,4%	3,1 -5,1%	3,6 15,5%	5,3 47,4%	5,2 -1,8%	17,7 239,1%	38,0 115,0%	38,8 2,1%	43,8 12,7%	47,4 8,3%
Prodotti linea maschile	146,6 5,7%	141,0 -3,8%	130,3 -7,6%	140,5 7,8%	140,6 0,1%	140,4 -0,1%	140,7 0,2%	136,5 -3,0%	130,3 -4,5%	135,0 3,6%
Profumeria alcolica	92,0 10,4%	89,8 -2,4%	88,3 -1,7%	91,5 3,6%	95,7 4,6%	111,9 16,9%	116,9 4,5%	118,1 1,0%	130,2 10,3%	124,9 -4,1%
Confezioni regalo	8,5 -1,4%	7,5 -12,4%	7,2 -3,8%	8,3 14,7%	9,3 12,3%	9,7 4,6%	10,6 9,0%	11,6 10,2%	11,8 1,1%	11,3 -4,1%

Evoluzione dei consumi negli altri canali

VALORI STORICI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici										
	851,1 4,6%	893,5 5,0%	907,9 1,6%	942,0 3,8%	1000,4 6,2%	1038,1 3,8%	1097,5 5,7%	1139,6 3,8%	1154,7 1,3%	1160,1 0,5%
Vendite porta a porta	253,1 19,5%	284,1 12,2%	284,1 0,0%	290,8 2,4%	306,3 5,3%	283,0 -7,6%	283,0 0,0%	283,0 0,0%	271,0 -4,2%	288,0 6,3%
Vendite per corrispondenza	24,8 92,0%	25,8 4,2%	25,8 0,0%	39,3 52,0%	64,6 64,5%	82,1 27,2%	89,9 9,4%	92,1 2,5%	90,1 -2,2%	81,3 -9,8%
Vendite a Istituti di Bellezza e Estetiste	123,9 0,0%	123,9 0,0%	127,6 2,9%	135,3 6,1%	148,2 9,5%	170,4 15,0%	191,1 12,1%	202,5 6,0%	208,5 3,0%	204,8 -1,8%
Consumi Parrucchieri donna	371,8 -3,7%	382,2 2,8%	391,0 2,3%	399,2 2,1%	401,3 0,5%	419,9 4,6%	448,3 6,8%	472,1 5,3%	491,9 4,2%	492,8 0,2%
Consumi Parrucchieri uomo	77,5 -2,0%	77,5 0,0%	79,5 2,7%	77,5 -2,6%	80,1 3,3%	82,6 3,2%	85,2 3,1%	89,9 5,5%	93,2 3,7%	93,2 0,0%

Evoluzione dei consumi negli altri canali

VALORI REALI E VARIAZIONI PERCENTUALI ANNUE

Prezzi al pubblico I.V.A. inclusa - dati in milioni di Euro.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Totale prodotti cosmetici	1083,2 3,1%	1079,3 -0,4%	1055,7 -2,2%	1076,6 2,0%	1123,1 4,3%	1147,3 2,2%	1182,6 3,1%	1196,0 1,1%	1183,1 -1,1%	1160,1 -1,9%
Vendite porta a porta	322,1 17,8%	343,1 6,5%	330,3 -3,7%	332,3 0,6%	343,8 3,5%	312,8 -9,0%	305,0 -2,5%	297,0 -2,6%	277,7 -6,5%	288,0 3,7%
Vendite per corrispondenza	31,6 89,3%	31,2 -1,1%	30,0 -3,7%	44,9 49,4%	72,5 61,6%	90,8 25,2%	96,8 6,7%	96,7 -0,2%	92,3 -4,5%	81,3 -11,9%
Vendite a Istituti di Bellezza e Estetiste	157,8 -1,4%	149,7 -5,1%	148,3 -0,9%	154,6 4,3%	166,4 7,6%	188,4 13,2%	205,9 9,3%	212,5 3,2%	213,6 0,5%	204,8 -4,2%
Consumi Parrucchieri donna	473,3 -5,1%	461,7 -2,4%	454,6 -1,5%	456,3 0,4%	450,5 -1,3%	464,1 3,0%	483,1 4,1%	495,5 2,6%	504,0 1,7%	492,8 -2,2%
Consumi Parrucchieri uomo	98,6 -3,4%	93,6 -5,1%	92,5 -1,2%	88,5 -4,3%	89,9 1,5%	91,3 1,6%	91,8 0,5%	94,4 2,7%	95,5 1,2%	93,2 -2,4%