

ITALIA

ERBORISTERIE

11 Marzo 2012

NOTA STASTISTICA

Il numero di casi indagati dalla rilevazione è stato di **482** Erboristerie e risulta pienamente rappresentativo della popolazione dei punti vendita nazionali. Cui si sono aggiunte **56** Erboristerie “Monomarca”

I dati raccolti vengono processati con l'impiego di EXCEL, SPSS, STATISTICA.

In funzione degli obiettivi di conoscenza e della tipologia di domande, le elaborazioni vengono effettuate secondo le più moderne ed idonee tecniche e logiche di elaborazione statistica:

Tavole di contingenza

Test di significatività

GLOSSARIO

Livello di confidenza

Esso indica il livello di affidabilità della ricerca. Ad esempio un livello di confidenza pari al 95% significa che il fenomeno rilevato dalla ricerca è certo nel 95% dei casi.

Intervallo di confidenza

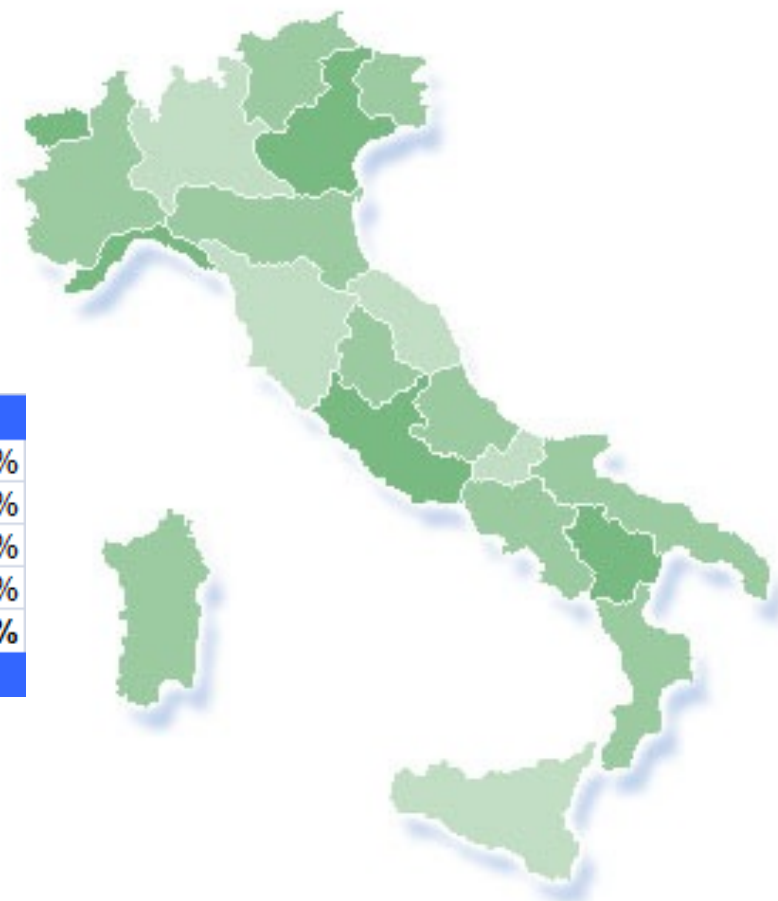
Esso indica quanto i dati della ricerca si scostano dalla realtà. Poiché i risultati del campione per quanto rappresentativi non possono essere perfettamente corrispondenti a quelli che si otterrebbero indagando sull'intera popolazione, ogni ricerca ha un grado di approssimazione che costituisce l'errore massimo della ricerca. Per esempio un intervallo di confidenza del $\pm 3\%$ indica che se il fenomeno nella ricerca è pari al 60% il risultato può variare rispetto alla realtà di un più 3% o di un meno 3% quindi essere compreso tra il 63% (60%+3%) e il 57% (60%-3%).

METODOLOGIA

Il campione è di **482 “erboristerie tradizionali”**, proporzionalmente suddivise per aree Nielsen.
Al fine di comprendere in modo più esaustivo le tendenze, a queste sono state aggiunte **56 “erboristerie monomarca”**, omogeneamente ripartite per brand di appartenenza.

		Casi	%
Area nielsen	1 Nord Ovest	151	31%
	2 Nord Est	140	29%
	3 Centro	96	20%
	4 Sud e Isole	95	20%
	Total	482	100%

Nord Ovest	Piemonte, Val d'Aosta, Lombardia, Liguria
Nord Est	Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
Centro	Toscana, Marche, Umbria, Lazio
Sud	Abruzzo, Molise, Calabria, Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia, Sardegna



Al fine di rappresentare correttamente il mercato, il campione casuale è stato opportunamente stratificato, tenendo conto del numero complessivo di erboristerie presenti in ogni regione italiana.

SOMMARIO

1. La struttura del mercato

2. I clienti del canale

3. La composizione del business

4. Le tendenze del mercato

1. La struttura del mercato

Dati di segmentazione

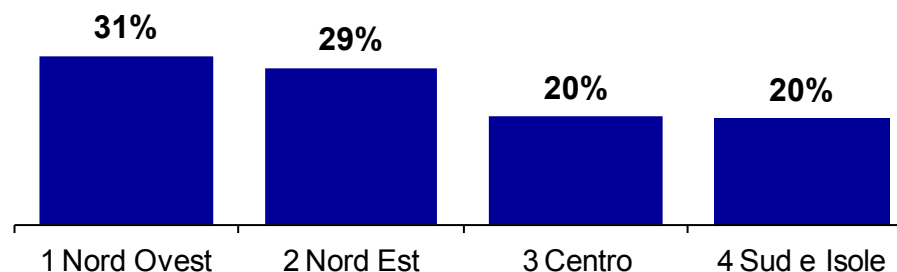
Distribuzione di frequenze

Area Nielsen

Base: 482 casi

Il campione intervistato è stato suddiviso proporzionalmente per aree Nielsen in modo da rappresentare in maniera statisticamente rilevante la realtà italiana.

Un fenomeno particolarmente interessante è l' **alta incidenza dei punti vendita nel Nord Est e la bassa nel Sud**, rispetto alla distribuzione della popolazione e delle principali attività economiche.

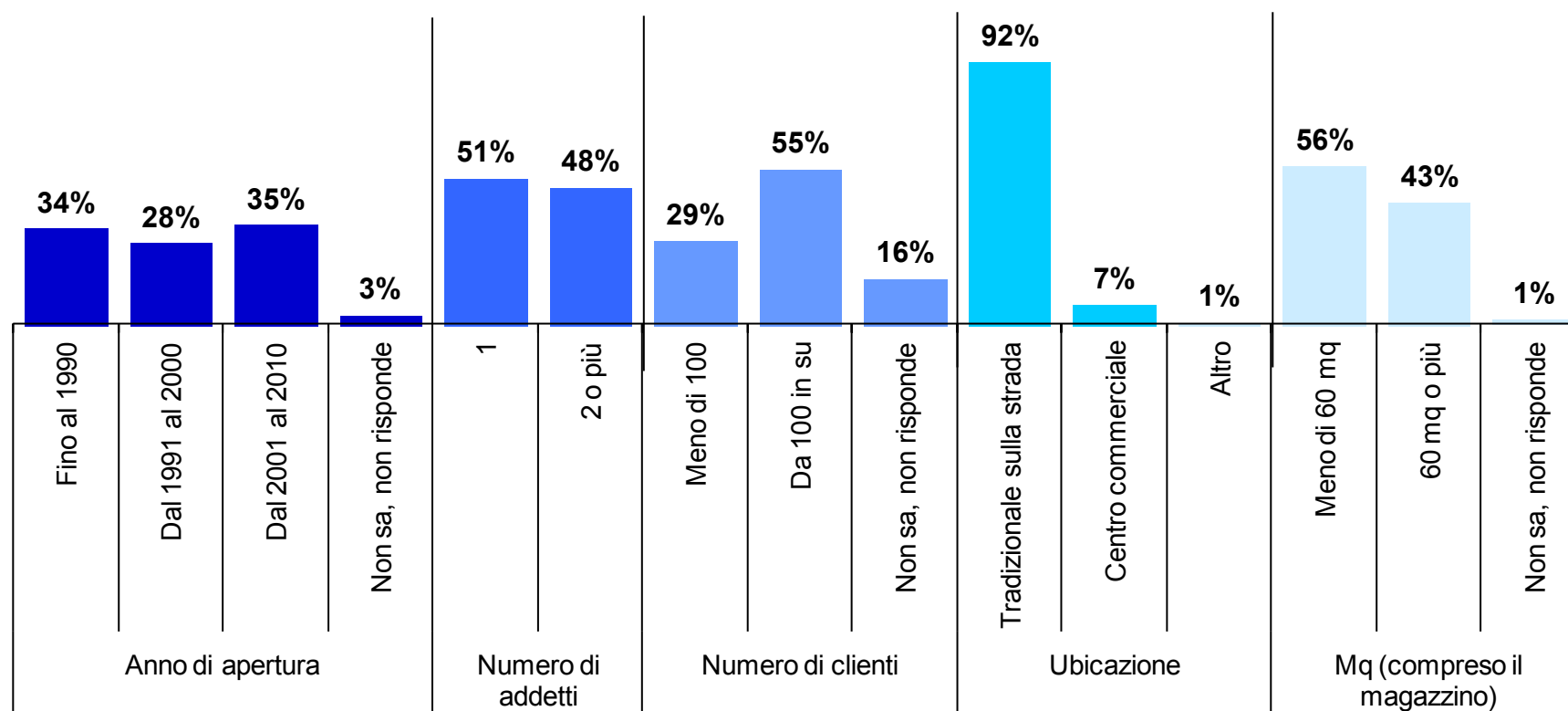


	Erboristerie	Popolazione	PIL
1 Nord Ovest	31,3%	27,3%	33,0%
2 Nord Est	29,0%	18,7%	22,0%
3 Centro	19,9%	19,5%	21,7%
4 Sud e Isole	19,7%	34,5%	23,3%

Cluster demografici e strutturali

Base: 482 casi

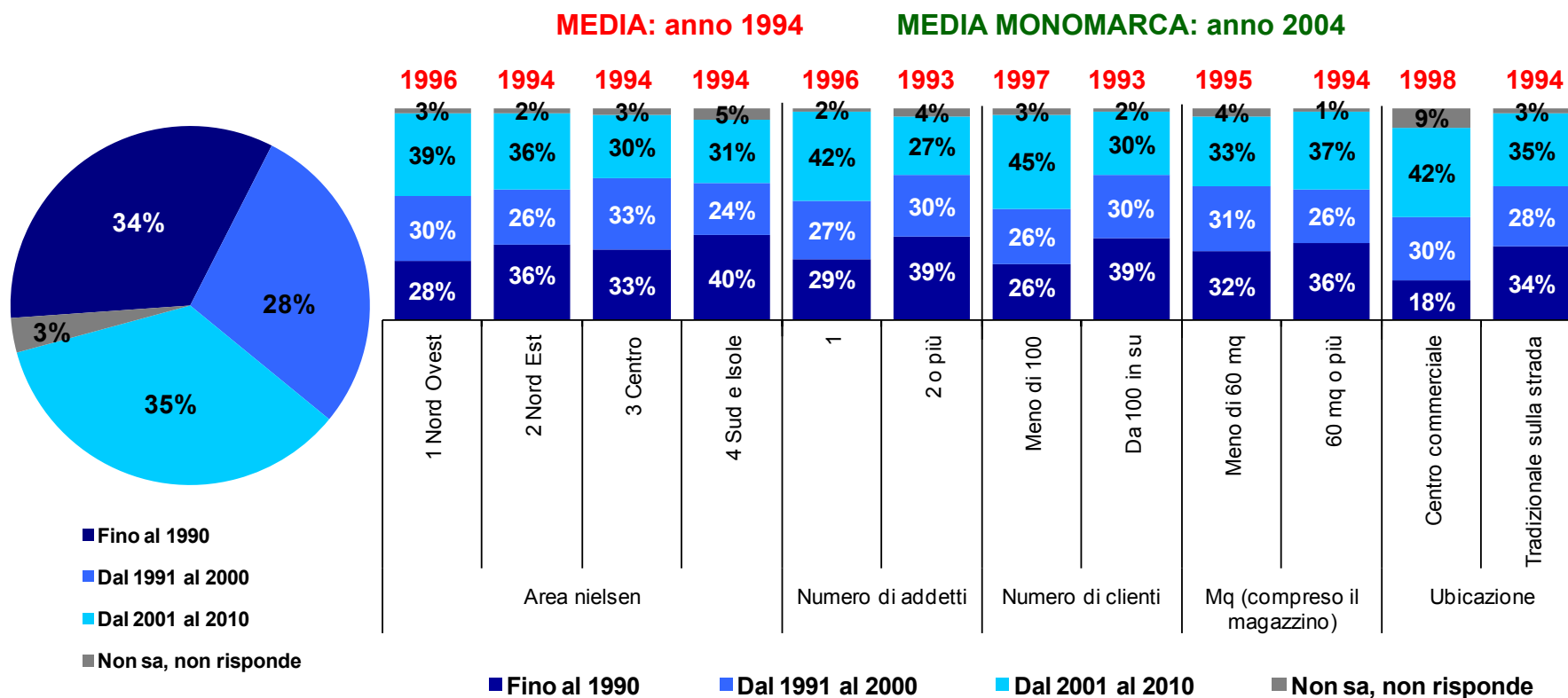
Come analizzato più avanti, mentre i clienti delle Erboristerie Monomarca possono considerarsi quasi tutti anche di prodotti cosmetici, solo una parte dei clienti delle Erboristerie Tradizionali acquistano anche prodotti di tipo cosmetico.



Anno di apertura

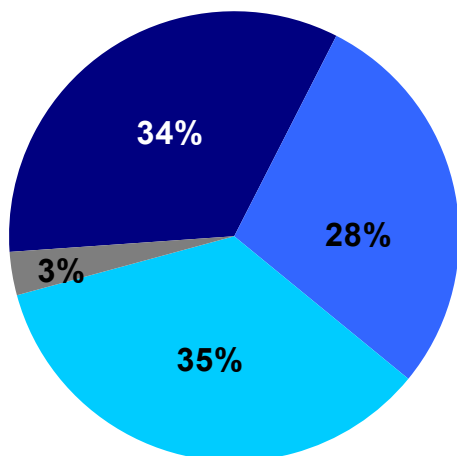
Base: 482 casi

Oltre un terzo dei punti vendita intervistati sono stati aperti nell'ultimo decennio (35% dal 2001 al 2010). Il profilo dei punti vendita più recenti è di negozi maggiormente presenti nel Nord-Ovest e con un solo addetto. Al Sud invece si trovano i punti vendita più datati (40% di quelli aperti prima del 1990).



Anno di apertura - MONOMARCA

PV TRADIZIONALE

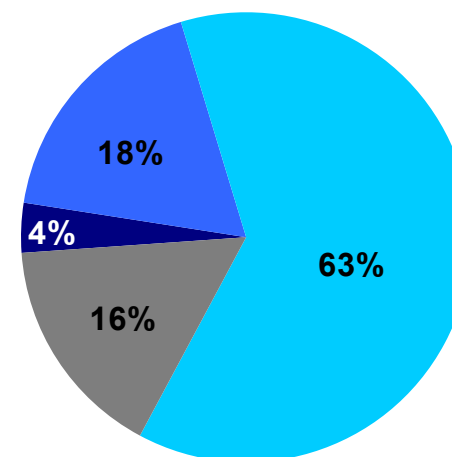


- Fino al 1990
- Dal 1991 al 2000
- Dal 2001 al 2010
- Non sa, non risponde

Base: 482 casi

Nei negozi monomarca la percentuale delle aperture avvenute dopo il 2001 è quasi il doppio: 63% contro il 35% dei tradizionali, mentre è molto esigua (4%) quella dei più "datati".

MONOMARCA



- Fino al 1990
- Dal 1991 al 2000
- Dal 2001 in poi
- Non sa, non risponde

Base: 56 casi

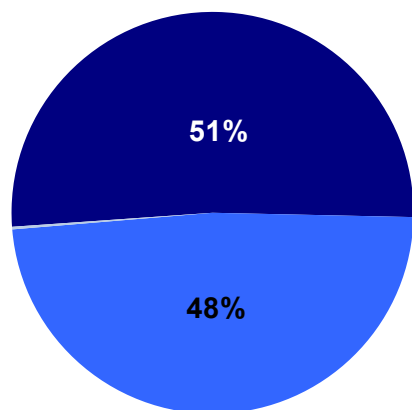
Numero addetti

Base: 481 casi

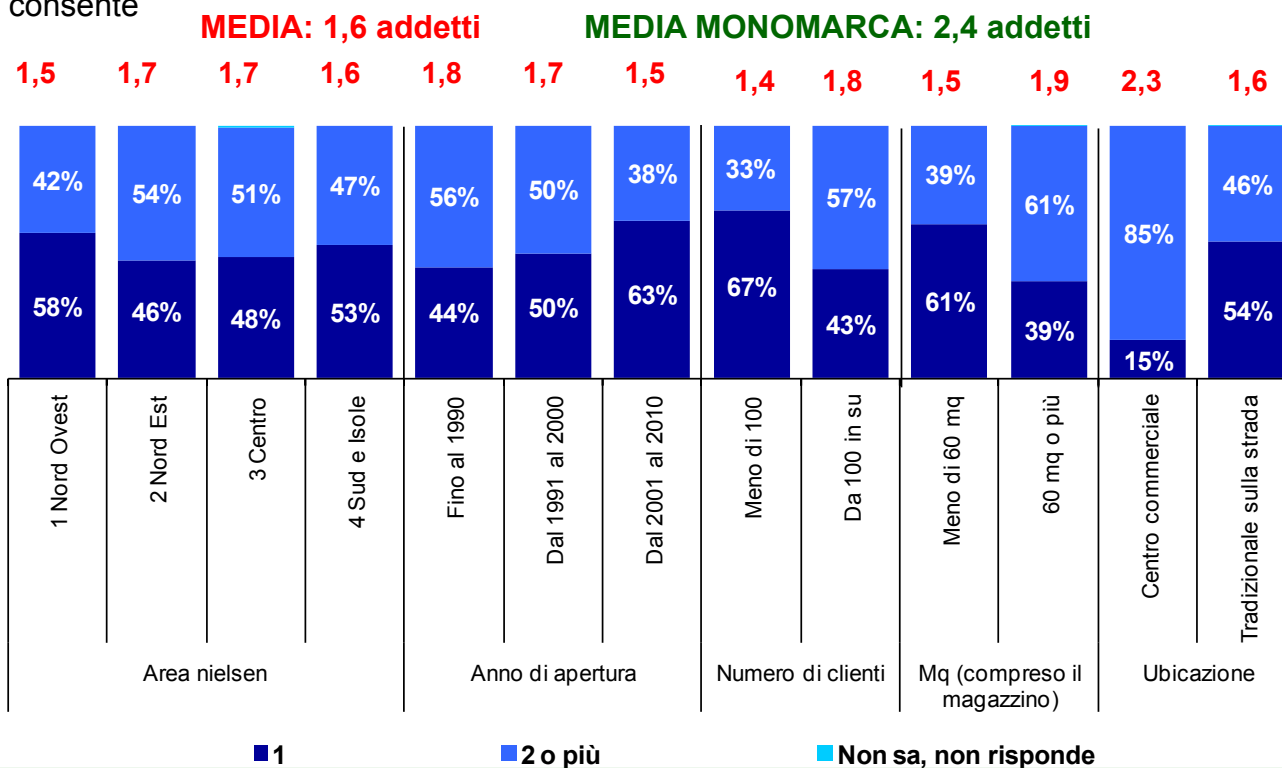
I PV intervistati si dividono quasi equamente tra quelli con un solo addetto (51%) e quelli con 2 o più operatori (48%). Questi ultimi si trovano soprattutto nel Nord Est (54%), sono stati aperti prima del 1990, e sono quelli che dichiarano più clienti : il 57% dice di averne più di 100 a settimana.

La chiara organizzazione in “micro impresa” permette di affermare che il settore consente un **alto tasso di “auto impiego”**.

CIRCA 10.000 ADDETTI



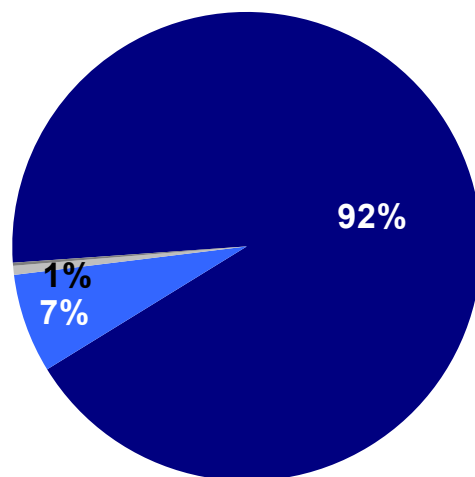
■ 1
■ 2 o più
■ Non sa, non risponde



Ubicazione del punto vendita

Dov' è ubicato il vostro punto vendita?

PV TRADIZIONALE



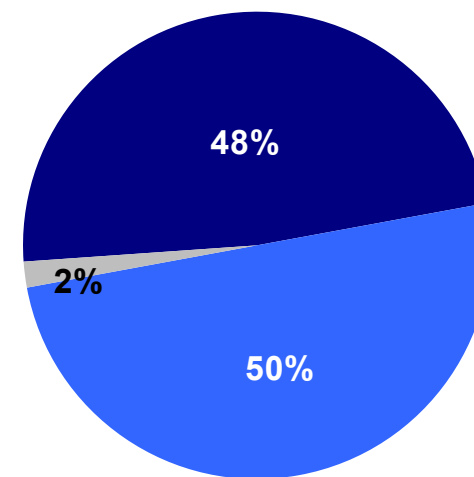
- Tradizionale sulla strada
- Centro commerciale
- Altro
- Non sa non risponde

Base: 482 casi

La maggior parte dei rispondenti è collocato in location "tradizionali", affacciate direttamente sulla strada. Solo in pochi casi i punti vendita si trovano all' interno di centri commerciali.

Per ciò che riguarda le Erboristerie Monomarca, invece, **quasi la metà (48%) sono ubicate in centro commerciale.**

MONOMARCA



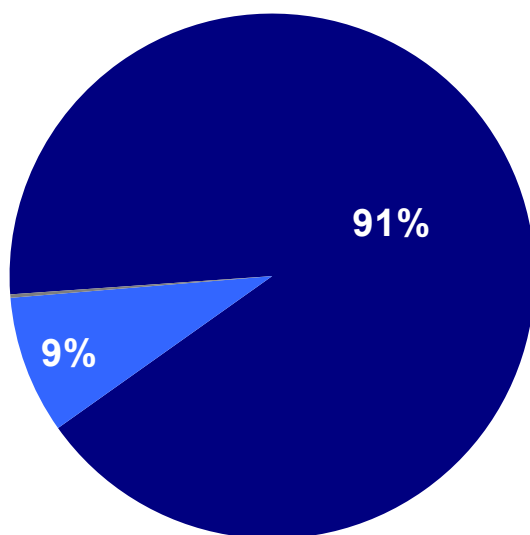
- Centro commerciale
- Tradizionale sulla strada
- Altro

Base: 56 casi

Numero di erboristerie possedute

Base: 482 casi

Avete anche altre erboristerie? E in caso affermativo, quante sono in tutto?



- 1
- 2 o più
- Non sa, non risponde

MEDIA: 1,2

per i "Monomarca" la media sale a 5,1

Si rileva una maggiore propensione all' imprenditorialità tra i titolari di negozi monomarca, che in qualche caso arrivano a possedere anche 8-10 punti vendita.

2. I clienti del canale

Numero di clienti

Distribuzione di frequenze

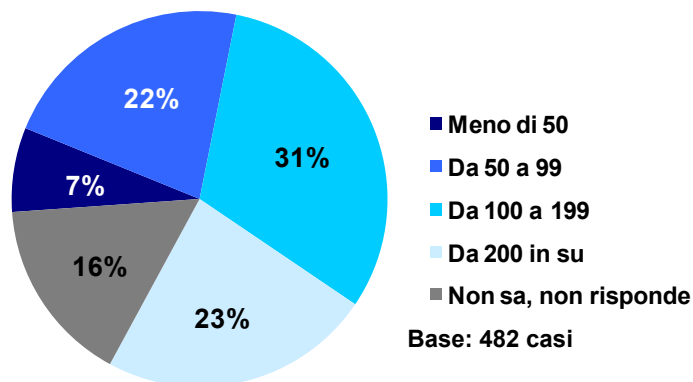
Numero di clienti alla settimana

Pensando ai vostri clienti, quanti vengono mediamente nel vostro negozio settimanalmente per acquistare?

MEDIA:

151,6 clienti alla settimana

54,2 per i prodotti cosmetici



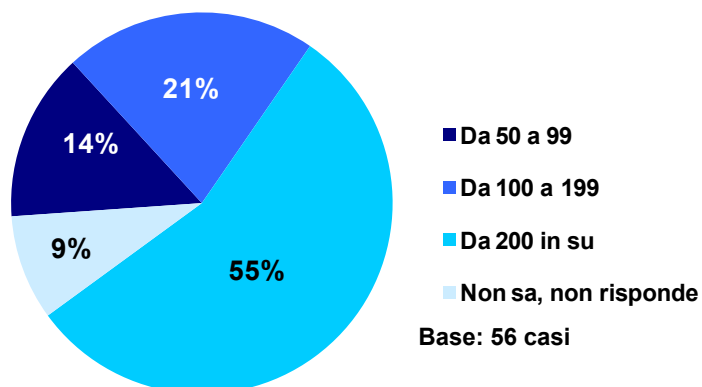
Quasi un terzo (31%) dei rispondenti dichiara di ricevere nel proprio punto vendita da 100 a 199 clienti alla settimana.
Ben il 23% ne dichiara oltre 200.

MONOMARCA

MEDIA:

239,3 clienti alla settimana

Si tratta del numero di scontrini settimanali.

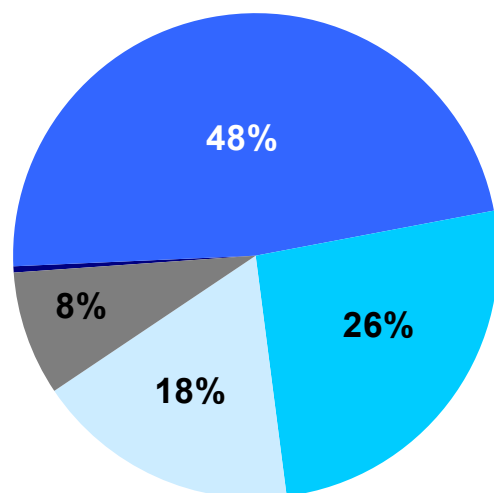


Relativamente al numero medio di clienti alla settimana, si tenga conto che nella media delle erboristerie tradizionali solo una parte dei clienti (circa il 36%) acquistano cosmetici, mentre nei mono marca praticamente tutti acquistano cosmetici .

Incidenza clienti di cosmetici

Base: 482 casi

Quanti di questi clienti, in percentuale, comprano anche prodotti cosmetici incluso make-up?



- 0%
- Fino al 30%
- Dal 31% al 50%
- Oltre il 50%
- Non sa, non risponde

Base: 482 casi

MEDIA: 35,8% (54,2 clienti alla settimana)

Tutti i rispondenti dichiarano di avere clienti che acquistano prodotti cosmetici incluso make-up.
Nel campione **non ci sono quindi Erboristerie che non vendano anche cosmetici.**

In quasi la metà dei casi l'incidenza dei clienti che acquistano cosmetici incluso make-up è inferiore al 30%.
Per quasi un quinto delle erboristerie (18%) i clienti che acquistano prodotti cosmetici e make-up sono addirittura oltre il 50%.

L'80% Erboristerie "Monomarca" dichiarano di avere oltre il 50% di clienti che acquistano cosmetici.

Base: 56 casi

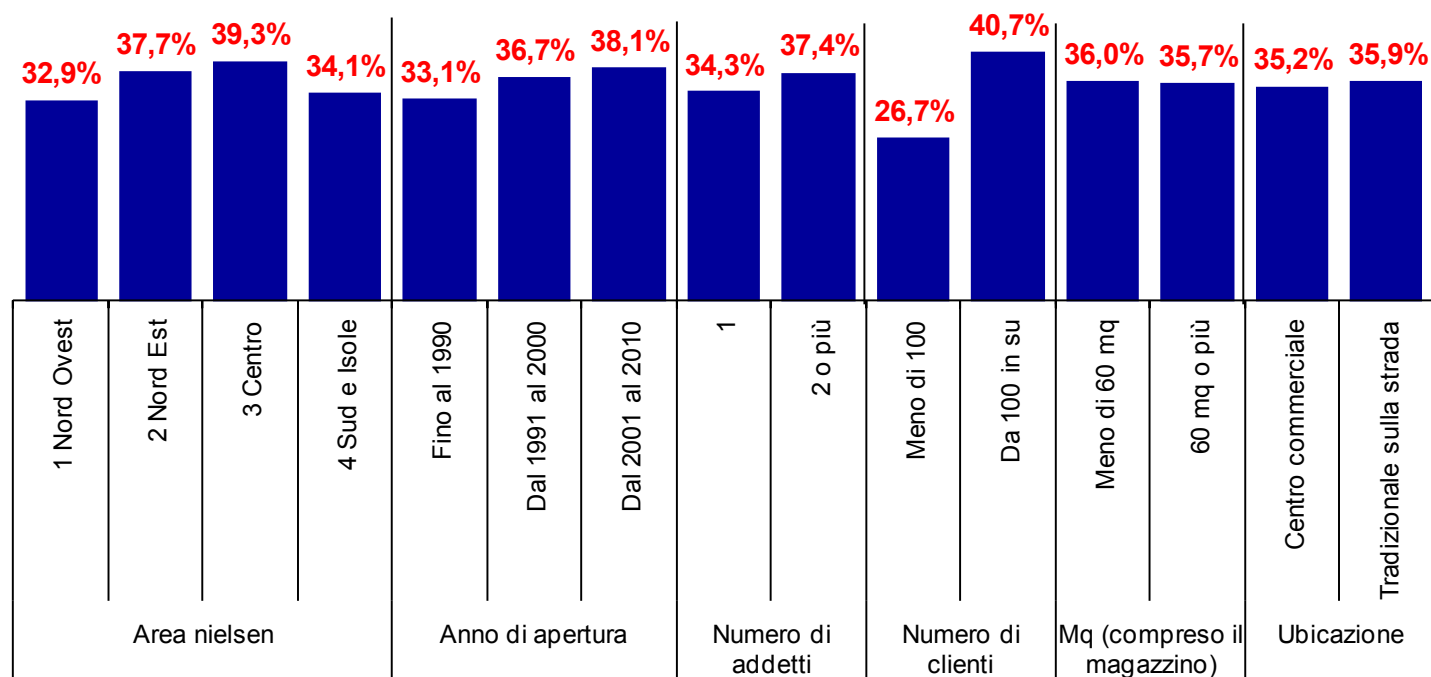
Incidenza clienti di cosmetici

Base: 482 casi

Quanti di questi clienti, in percentuale, comprano anche prodotti cosmetici incluso make up?

VALORI MEDI

Nei punti vendita di dimensioni maggiori l'incidenza dei cosmetici è più elevata. Ciò non vuol dire che automaticamente anche il business di cosmetici avrà un'incidenza superiore, il fenomeno è infatti maggiormente **correlato alla capacità del gerente di vendere una gamma di prodotti più ampia della propria offerta.**



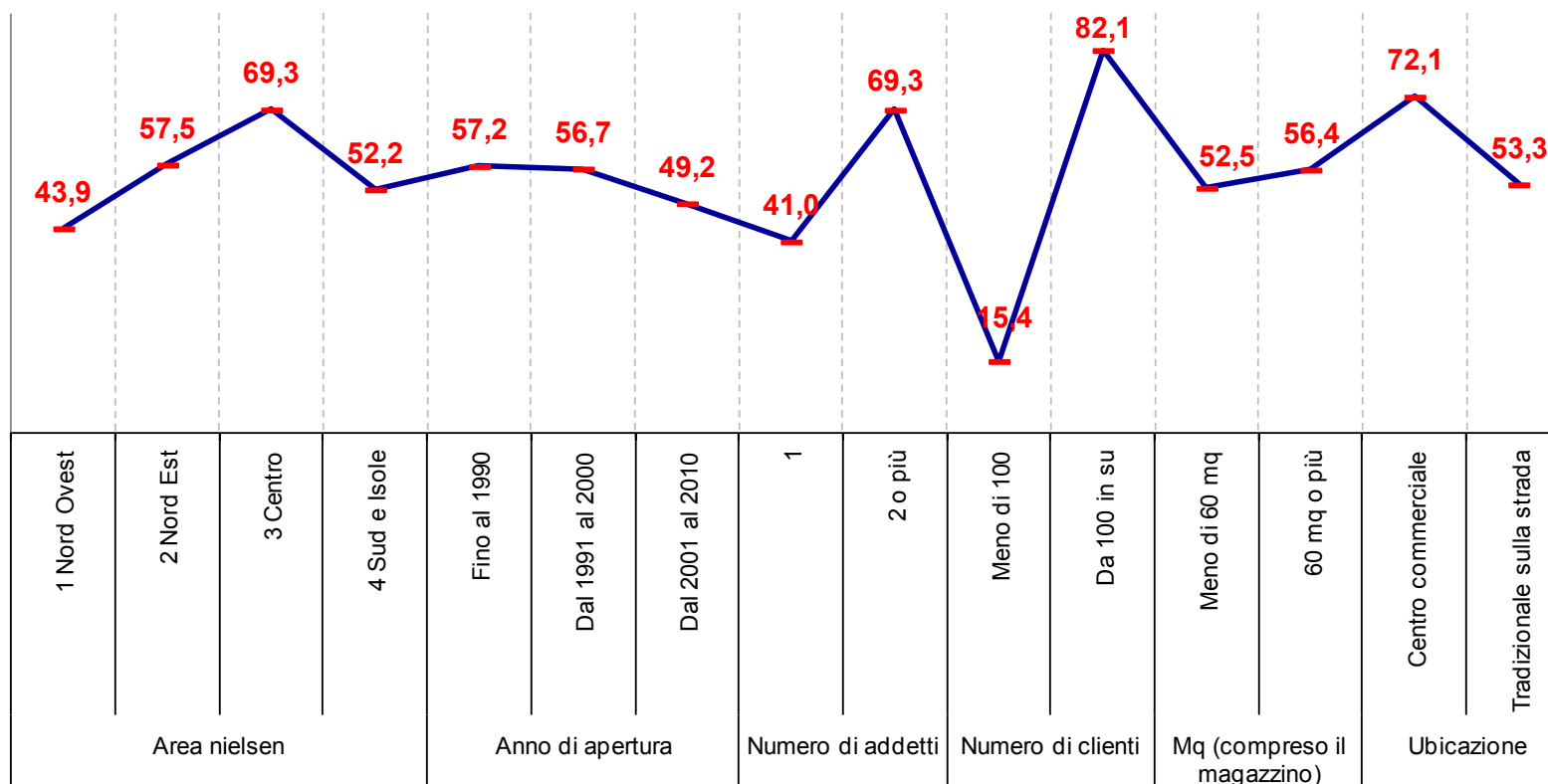
Numero clienti di cosmetici

Base: 482 casi

Quanti di questi clienti comprano anche prodotti cosmetici incluso make up?

NUMERO MEDIO SETTIMANALE DI CLIENTI DI COSMETICI

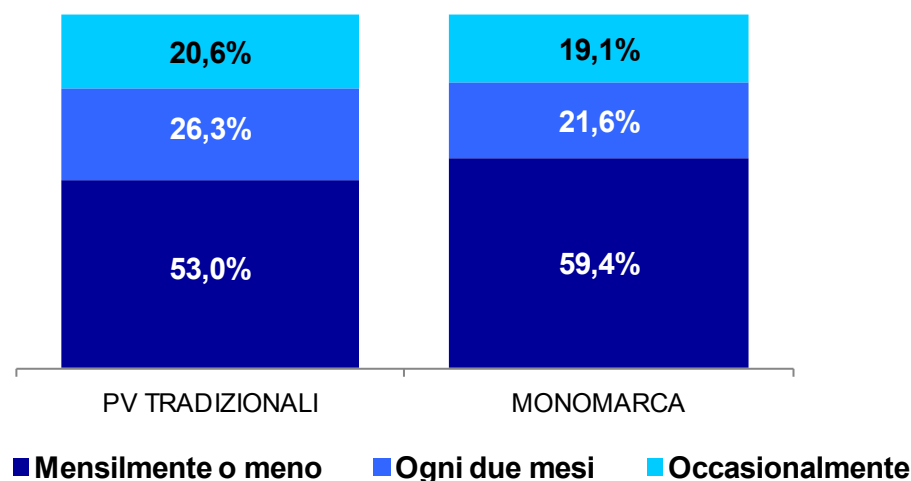
Nel campione analizzato, i punti vendita del Centro risultano particolarmente performanti per quanto riguarda il numero di clienti di cosmetici. Si osserva una vera e propria "dicotomia" per ciò che concerne la segmentazione per dimensione del punto vendita.



Frequenza di acquisto cosmetici - Confronto

Fatto 100 i clienti di cosmesi incluso make up, quanti di questi tornano mensilmente o meno, ogni 2 mesi, oppure solo occasionalmente?

L'analisi della frequenza di accesso dei clienti al punto vendita offre un interessante spunto di riflessione in merito alla **fidelizzazione del cliente** verso questa tipologia di canale.



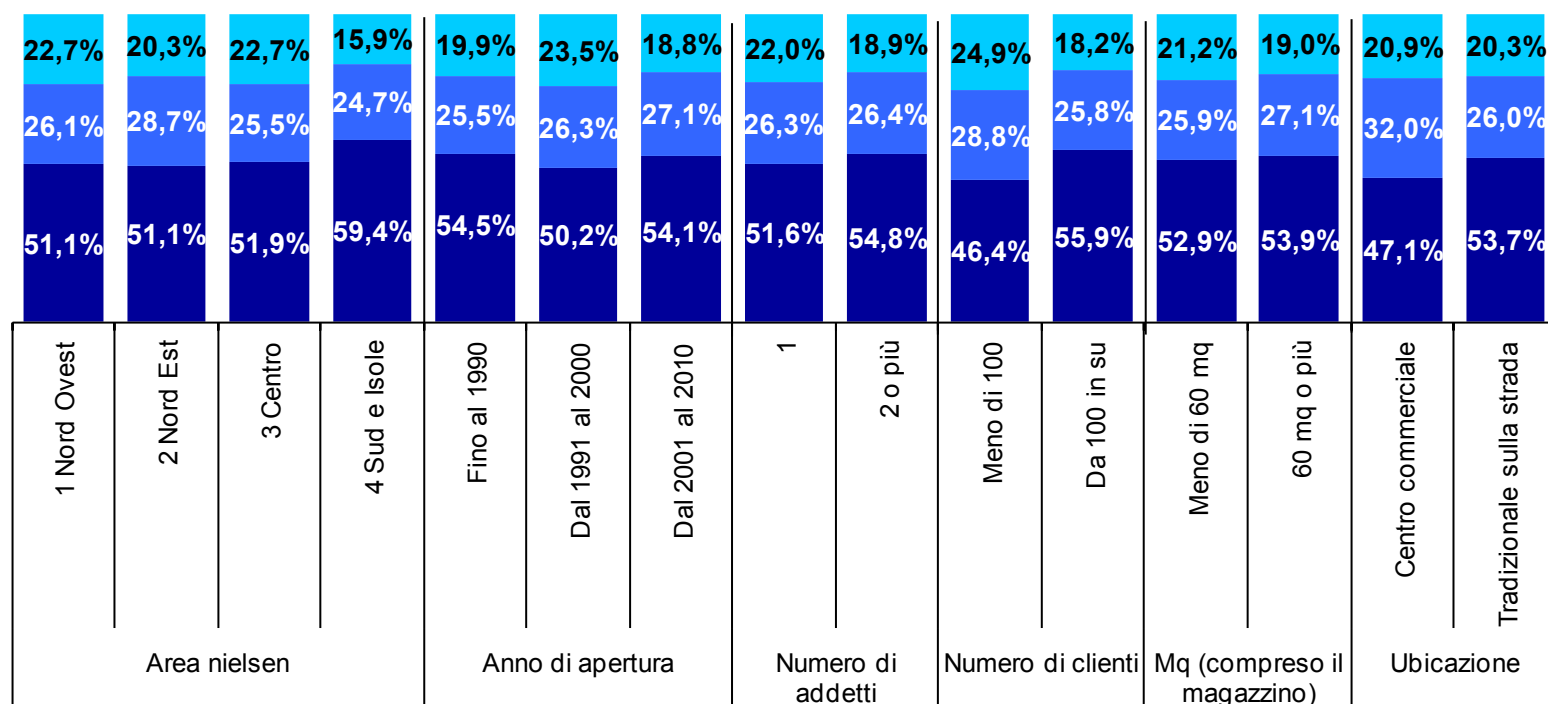
Il fatto che solo il 20% dei clienti venga giudicato come “occasionale” consente di affermare che **la tipologia di clienti che accede all'Erboristeria ha un approccio all'acquisto fortemente fidelizzato**, è probabile che la vicinanza al concetto di “prodotto naturale” e alla specifica competenza degli operatori del canale rendano il legame tra cliente e PdV particolarmente stabile.

Frequenza di acquisto cosmetici

Base: 311 casi

Fatto 100 i clienti di cosmesi incluso make-up, quanti di questi tornano mensilmente o meno, ogni 2 mesi, oppure solo occasionalmente?

VALORI MEDI



■ Mensilmente o meno

■ Ogni due mesi

■ Occasionalmente

3. La composizione del business

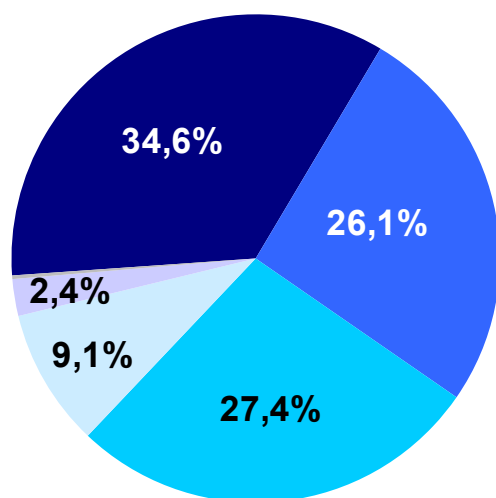
Mercato cosmetici

Distribuzione di frequenze

Ripartizione dei ricavi

Base: 482 casi

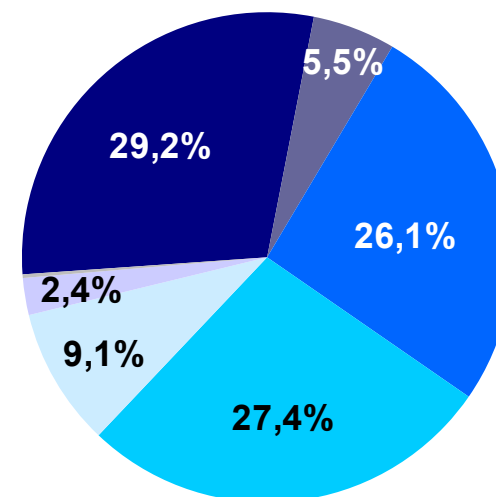
Considerando la vostra attività complessiva, in termini di ricavo, come potrebbe essere ripartita in percentuale secondo le seguenti categorie di prodotto o altre che potrà indicarci?



VALORI MEDI

Cosmetici incluso make-up:
34,6%

- Cosmetici incluso make up
- Erbe sfuse e preconfezionate
- Integratori alimentari
- Alimentari
- Prodotti per la casa
- Altro



- Cosmetici escluso make up
- Solo make up
- Erbe sfuse e preconfezionate
- Integratori alimentari
- Alimentari
- Prodotti per la casa
- Altro

Il dato del solo make-up è troppo piccolo per poter essere isolato, poiché l'errore statistico inciderebbe eccessivamente: tutte le analisi successive includono quindi il make-up ai cosmetici.

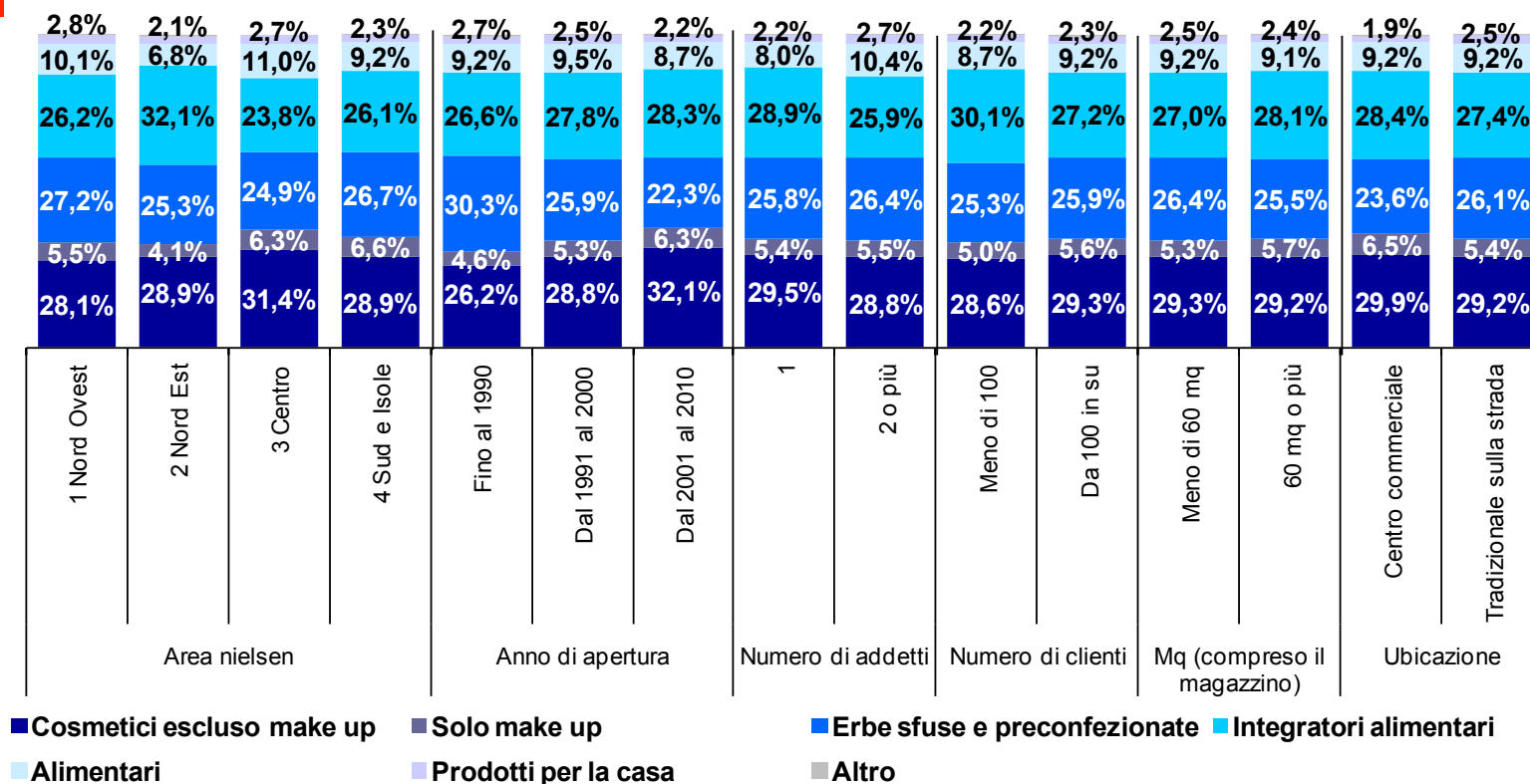
MEDIA MONOMARCA Cosmetici incluso make-up: 85,3%

Ripartizione dei ricavi

Base: 482 casi

Considerando la vostra attività complessiva, in termini di ricavo, come potrebbe essere ripartita in percentuale secondo le seguenti categorie di prodotto o altre che potrà indicarci?

VALORI MEDI



Ripartizione dei ricavi

Base: 482 casi

Considerando la vostra attività complessiva, in termini di ricavo, come potrebbe essere ripartita in percentuale secondo le seguenti categorie di prodotto o altre che potrà indicarci?

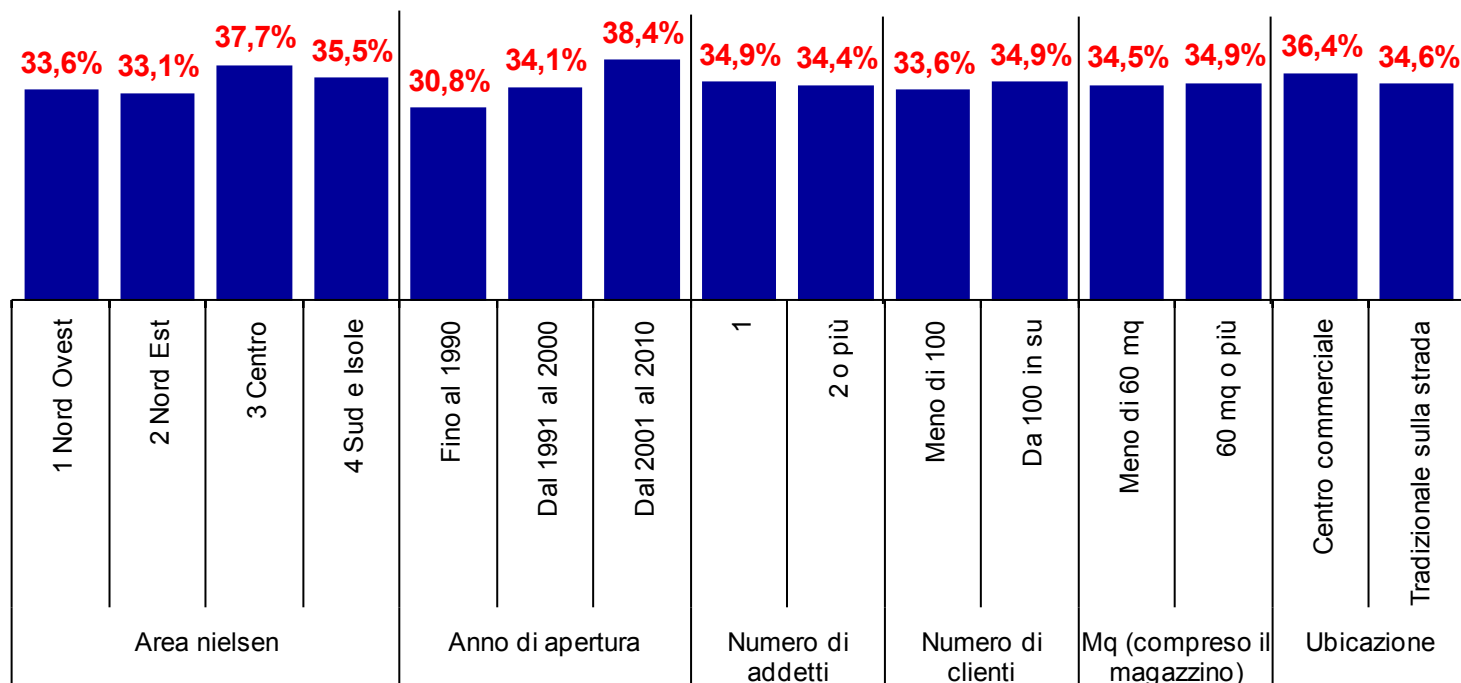
COSMETICI INCLUSO MAKE UP

MEDIA: 34,6%

MEDIA MONOMARCA: 85,3%

INCIDENZA MEDIA NEL BUSINESS

I negozi più recenti, a prescindere dal numero di clienti, hanno una maggiore incidenza dei cosmetici (incluso make up) nella ripartizione dei ricavi.



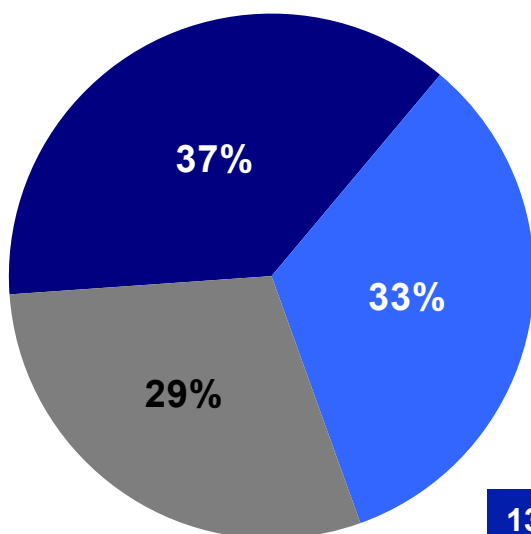
Acquisti annuali di cosmetici

Base: 473 casi

Quanto acquistate annualmente in media in cosmetici incluso makeup (euro)?

MEDIA: 23.111 €

MEDIA MONOMARCA: 88.650 €



- Fino a 20.000 euro
- Oltre 20.000 euro
- Non sa, non risponde

Considerando un fattore moltiplicatore standard, concordato con il Gruppo Vendite in Erboristeria di UNIPRO, possiamo ipotizzare un **ricavo medio dichiarato in cosmetici di circa 46.000 Euro** e utilizzando il dato dell'incidenza di questo business sul totale, un **ricavo medio complessivo del punto vendita di 133.000 Euro**.

In considerazione dell'universo di riferimento, si può ipotizzare, nelle sole Erboristerie Tradizionali, un **mercato in cosmetici di circa 230 milioni** e un giro d'affari complessivo che sfiora un miliardo di Euro. Sommando circa 160 milioni del Monomarca stimato da Unipro, il mercato complessivo sale a **390 milioni nel complesso**.

133.000 € RICAPO MEDIO DEL PUNTO VENDITA
46.000 € RICAPO MEDIO PDV IN COSMETICI

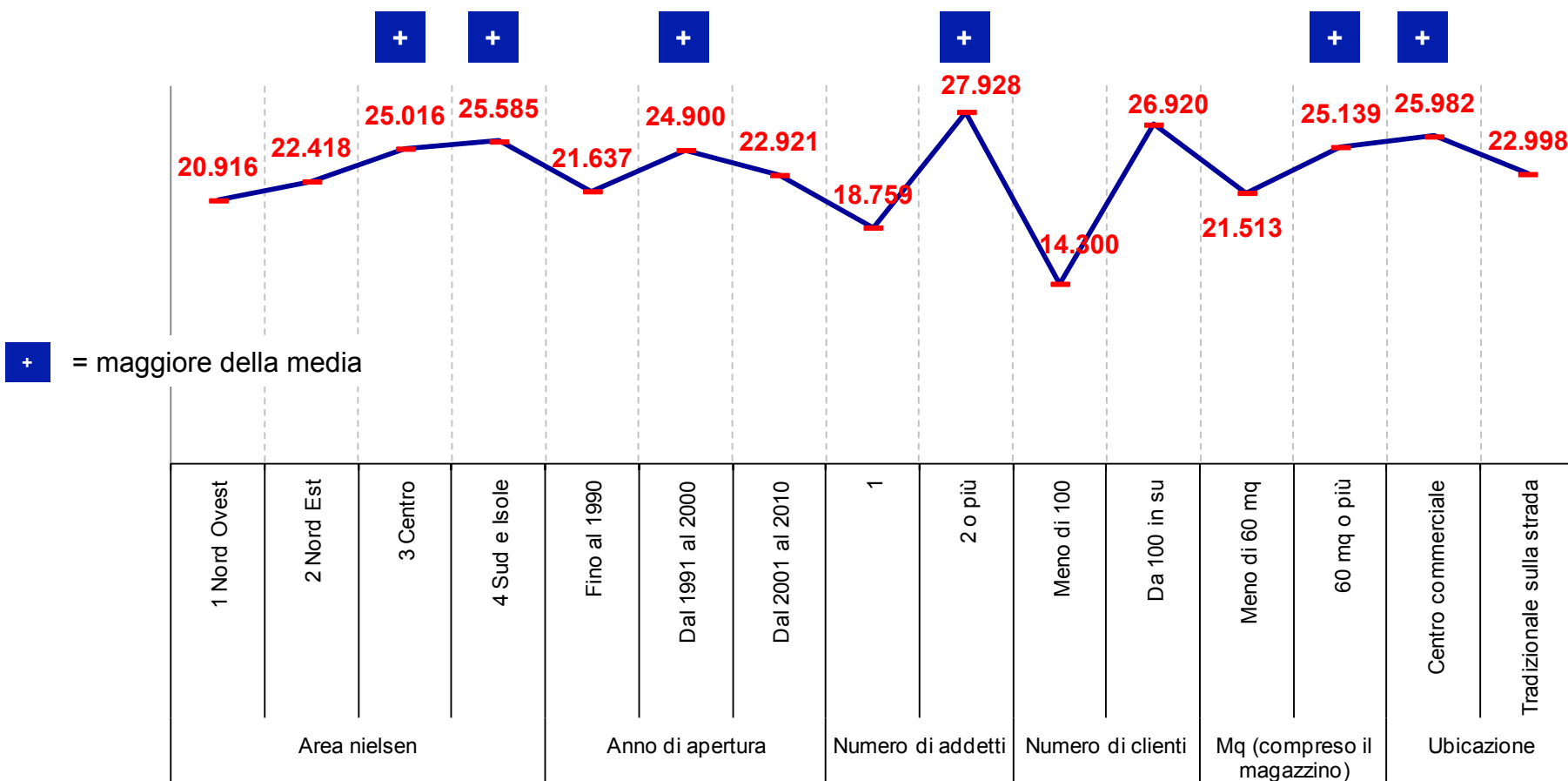
STIMA MERCATO COSMETICI NEL CANALE TRADIZIONALE* 230 Milioni
STIMA MERCATO COSMETICI IN ERBORISTERIA* 390 Milioni

** L'universo di riferimento non è ancora stato indagato e misurato approfonditamente, per questo il dato complessivo potrebbe essere rettificato.*

Acquisti annuali di cosmetici

Base: 473 casi

Quanto acquistate annualmente in media in cosmetici incluso makeup (euro)?



4. Le tendenze del mercato

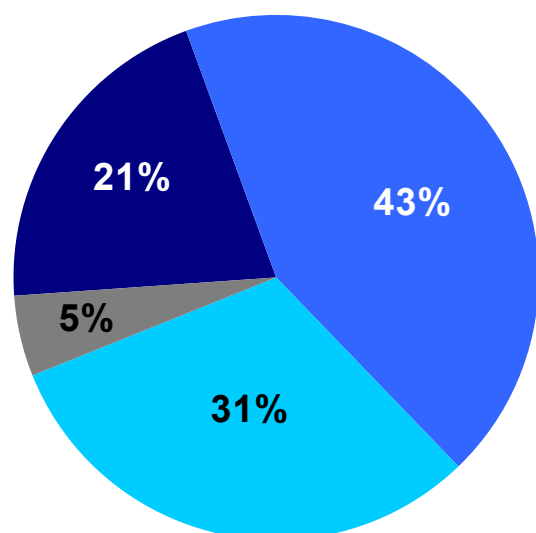
Macro trend

Distribuzione di frequenze

Trend del giro d'affari

Base: 482 casi

Pensando al vostro giro d'affari, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?

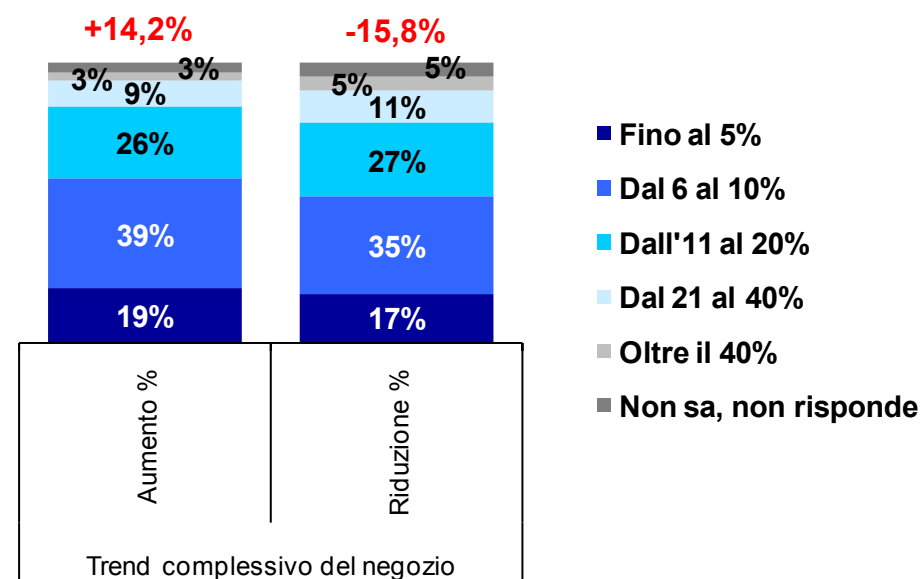


- Aumentato
- Rimasto stazionario
- Diminuito
- Non sa, non risponde

TREND PONDERATO : -2,0%

La tendenza riguarda il business complessivo dei punti vendita, che include diverse categorie merceologiche. **Successivamente l'analisi è stata effettuata, per il settore sul solo segmento dei cosmetici, comparandola con i Monomarca.**

Come analizzato più avanti, il canale senza i Monomarca ottiene performances allineate all'andamento medio del commercio al dettaglio non alimentare (fonte Istat*)



* Fonte ISTAT: <http://www.istat.it/it/archivio/54875>

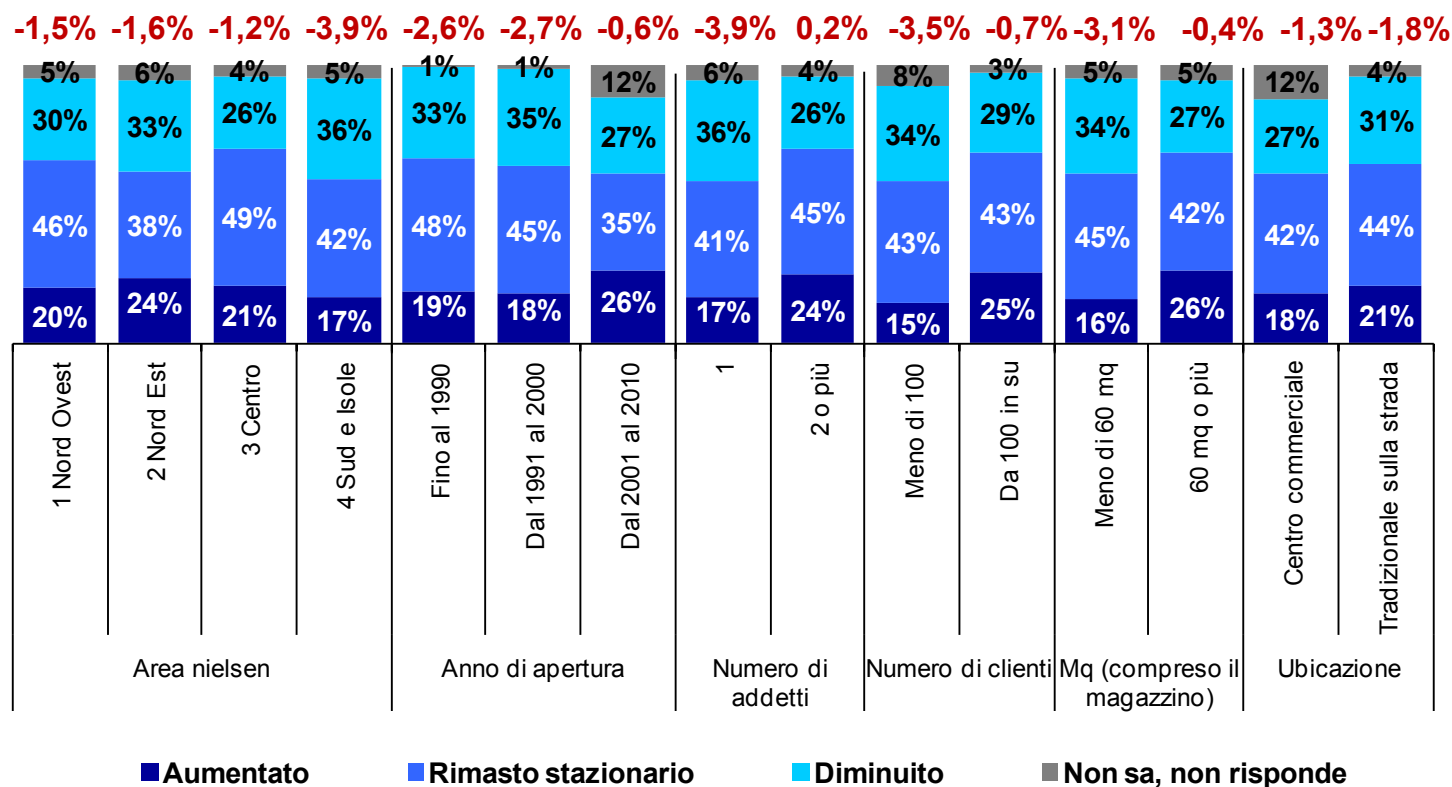
Trend del giro d'affari (tutte le categorie di prodotto)

Base: 482 casi

Pensando al vostro giro d'affari, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?

**TREND
PONDERATO: -2,0%**

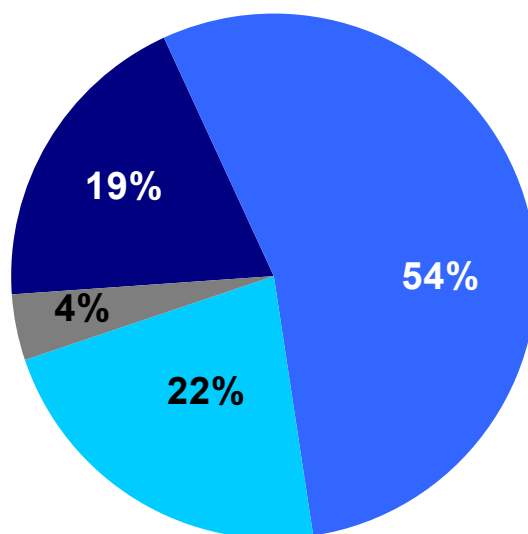
Il Sud e le Isole hanno una diminuzione del giro d'affari al di sopra della media (-4%). In controtendenza i punti vendita più recenti (-0,6%) e quelli con più di 1 addetto (0,2%).



Trend cosmetici - ERBORISTERIE

Base: 369 casi

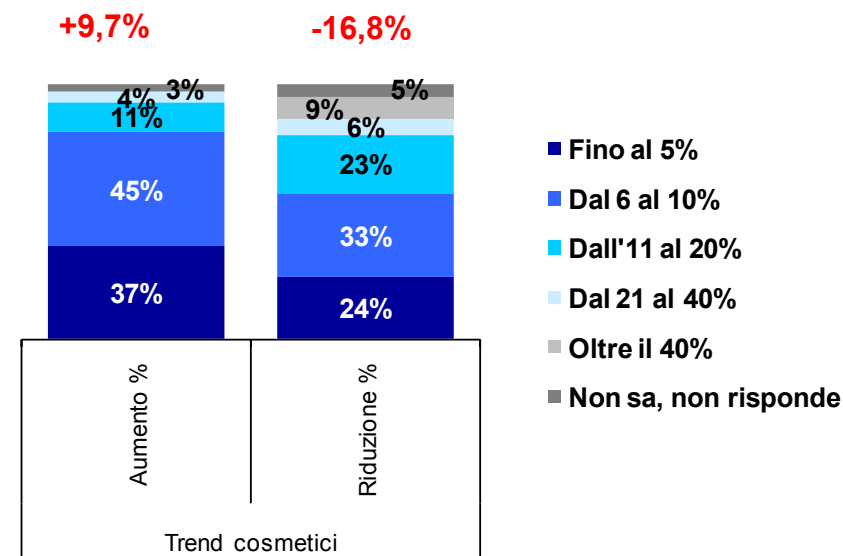
Pensando al vostro giro d'affari di prodotti cosmetici, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?



- Aumentato
- Rimasto stazionario
- Diminuito
- Non sa, non risponde

Il business sui cosmetici presenta un calo lievemente inferiore di quanto misurato per il business complessivo. Nel canale tradizionale la **tendenza è in linea con l'andamento medio del consumo al dettaglio di prodotti similari** (categoria Istat "Prodotti di profumeria, cura della persona"). Anche se con migliori performances se si considera che il numero medio di addetti dell'Erboristeria è 1,6 e, in queste condizioni occupazionali, Istat indica andamenti recessivi ben più marcati.

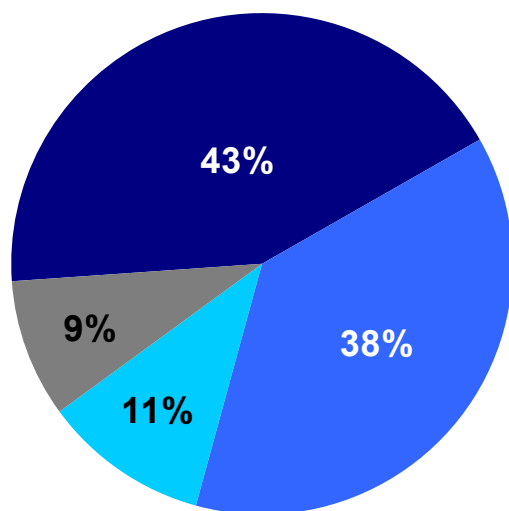
TREND PONDERATO SU FATTURATO COSMETICI: -1,8%



Trend cosmetici - MONOMARCA

Base: 56 casi

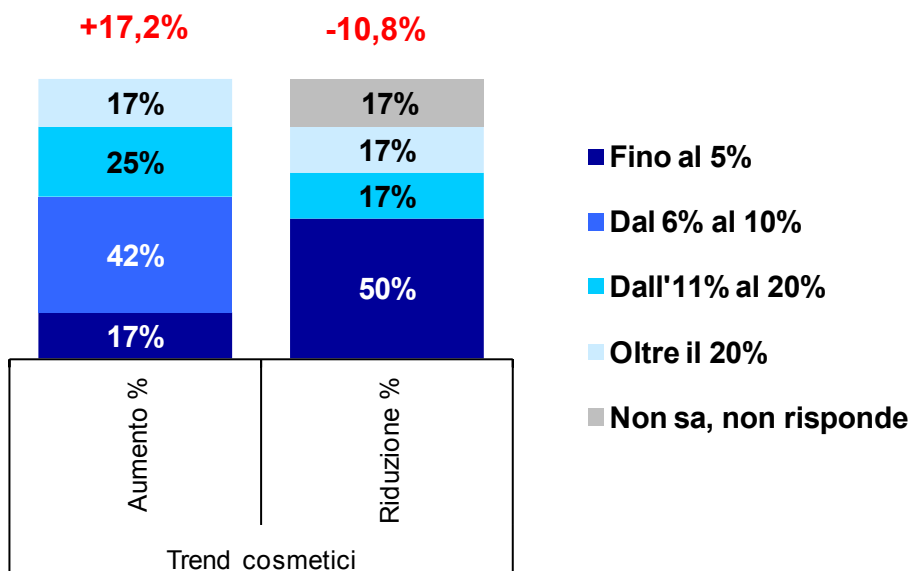
Pensando ai clienti che comprano anche prodotti cosmetici, ritiene che nell'ultimo anno il business dei cosmetici in Erboristeria sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?



■ Aumentato
 ■ Rimasto stazionario
 ■ Diminuito
 ■ Non sa, non risponde

TREND PONDERATO SU ACQUISTI: 8,5%

Totalmente all'opposto la situazione delle Erboristerie Monomarca, che dichiarano un aumento complessivo, ponderato sul giro d'affari, del **+8,5%**.

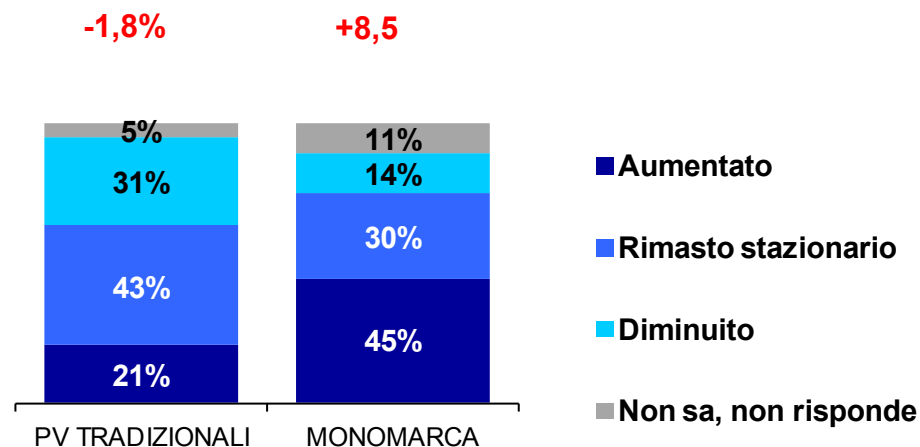


Trend Cosmetici

Pensando al vostro giro d'affari di prodotti cosmetici, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?

Sono i negozi "Monomarca" ad ottenere le migliori performances e grazie a questa tipologia di punto vendita, come si potrà osservare in seguito, il settore nel suo complesso ha un trend di buona crescita (+2,4% la ponderata Erboristerie Tradizionali + Monomarca). Il mercato di questo canale tiene a prescindere dall'andamento complessivo del mercato.

Ricordiamo a tal proposito che secondo ISTAT, nel complesso del 2011, l'indice grezzo diminuisce dell'1,3% rispetto al 2010. Le vendite di prodotti alimentari segnano una variazione nulla, mentre quelle di prodotti non alimentari diminuiscono dell'1,8%.



TREND PONDERATO SU FATTURATO COSMETICI: +2,4

+2,4%	COSMETICI NEL CANALE ERBORISTERIA (Tradizionale + Monomarca)
- 1,8%	COMMERCIO AL DETTAGLIO NON ALIMENTARE *
- 0,9%	PRODOTTI DI PROFUMERIA E CURA DELLA PERSONA *

* Fonte ISTAT: <http://www.istat.it/it/archivio/54875>

Trend cosmetici

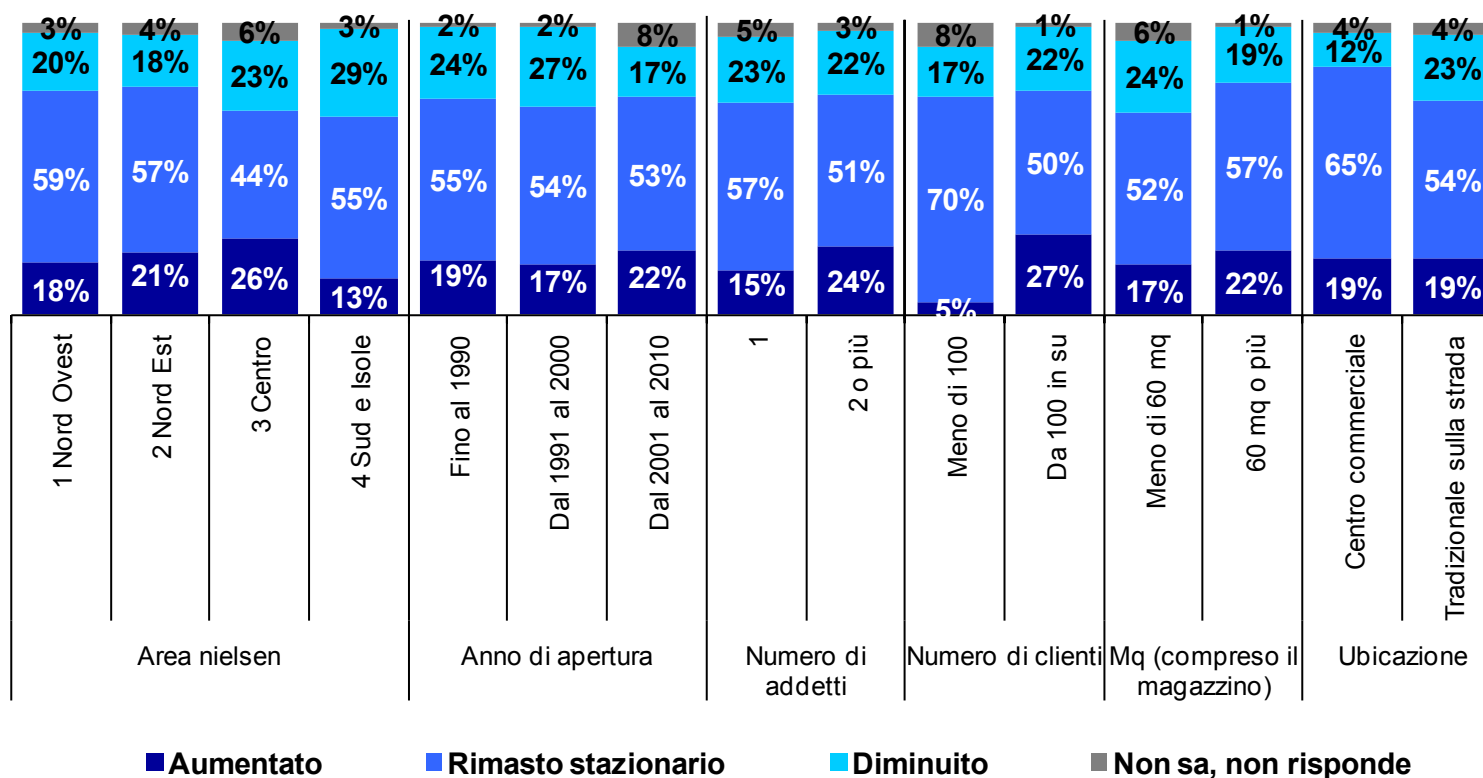
Base: 369 casi

Pensando al vostro giro d'affari IN COSMETICI, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?

**TREND
PONDERATO: -1,8%**

Rispetto alla vendita di cosmetici, il Nord Ovest e i punti vendita più recenti subiscono un calo inferiore alla media, così come i punti vendita con più di 1 addetto.

La media delle tendenze e la tendenza ponderata sul giro d'affari non presentano differenze significative.



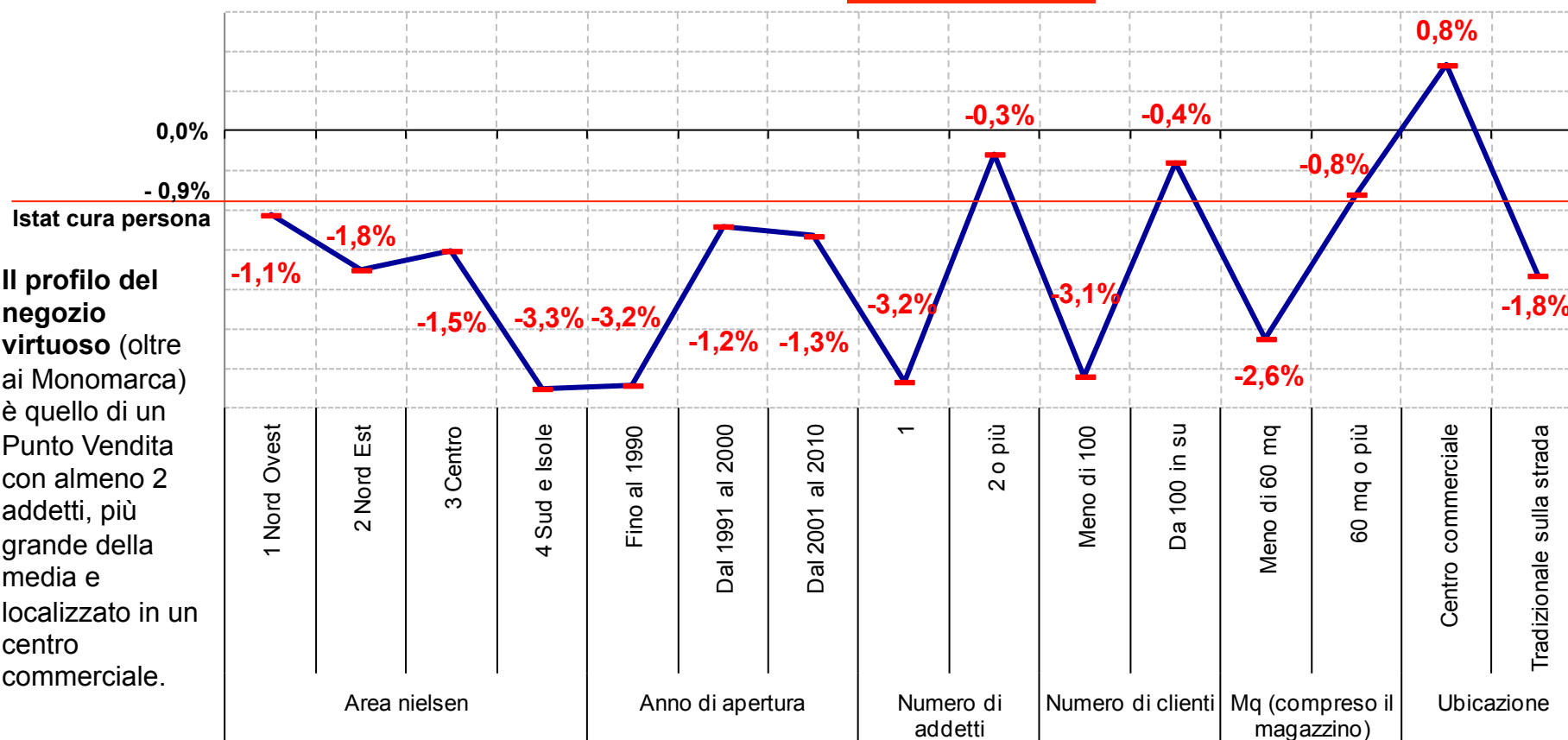
Trend cosmetici

Base: 369 casi

Pensando al vostro giro d'affari IN COSMETICI, ritiene che nell'ultimo anno sia aumentato, diminuito o rimasto all'incirca stabile?

VALORI MEDI

Il profilo del negozio virtuoso (oltre ai Monomarca) è quello di un Punto Vendita con almeno 2 addetti, più grande della media e localizzato in un centro commerciale.



GRUPPO KEY-STONE

Marketing Projects and Services

Via Doppi 20
10095 Grugliasco, TORINO, Italy
Tel. +39 011 311 94 30
Fax +39 011 311 86 69

www.key-stone.it

GRUPPO
KEY-STONE