

Milano, 2 marzo 2012

Cosmoprof Worldwide Bologna 2012  
*Press conference*

# I numeri della cosmetica

**Fabio Rossello**

Presidente Unipro



**UNIPRO**

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

# Evoluzione industria cosmetica

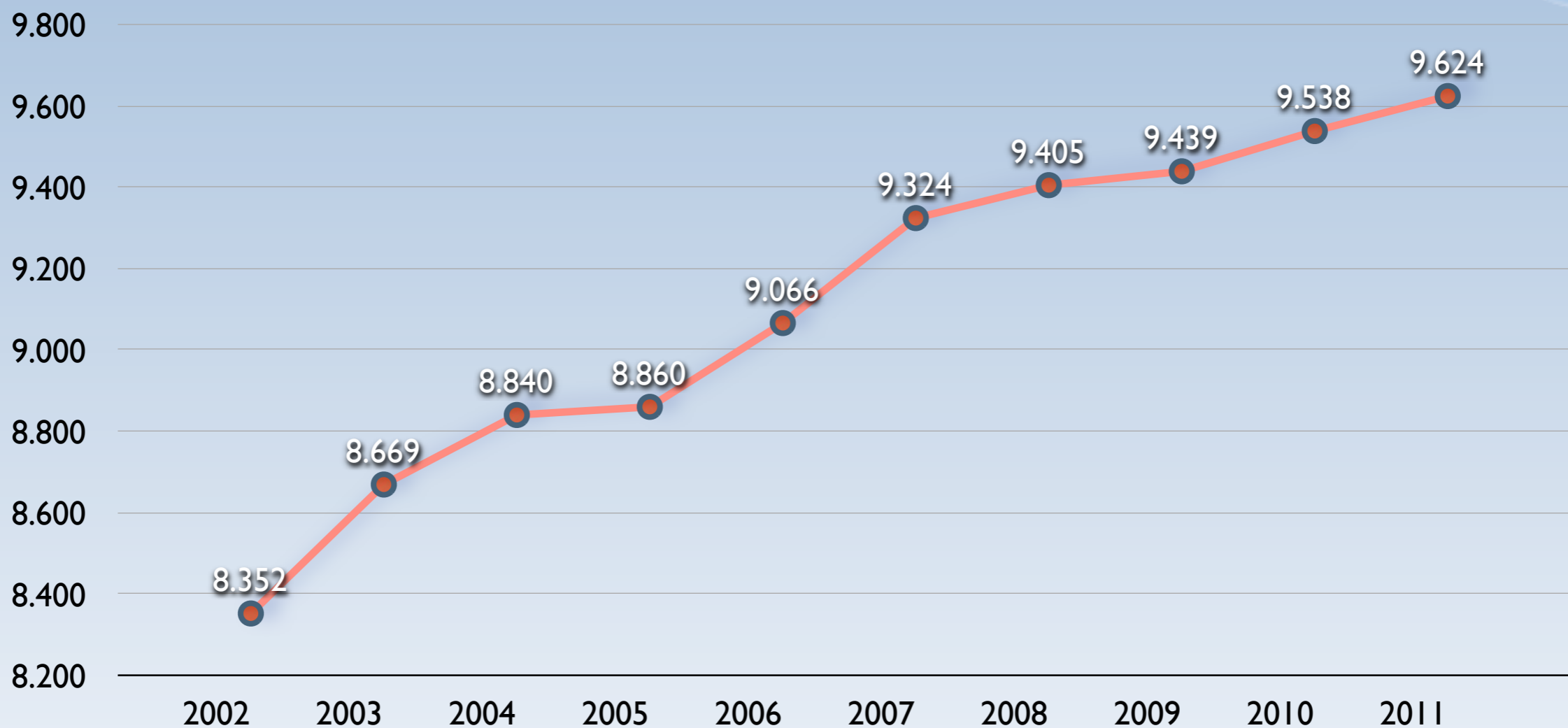
Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

|  | 2010         | Var %<br>10/09 | Preconsuntivi<br>2011 | Var%<br>11/10 | Var % 12/11<br>(previsioni) |
|--|--------------|----------------|-----------------------|---------------|-----------------------------|
| <b>Fatturato Mercato Italia</b>                | <b>6.198</b> | <b>+1,3</b>    | <b>6.260</b>          | <b>+1</b>     | <b>+2,8</b>                 |
| Canali tradizionali                            | 5.387        | +1,4           | 5.440                 | +1            | +3,1                        |
| Canali Professionali                           | 811          | +0,8           | 820                   | +0,9          | +0,7                        |
| <b>Esportazione</b>                            | <b>2.403</b> | <b>+17</b>     | <b>2.740</b>          | <b>+14</b>    | <b>+10</b>                  |
| <b>Fatturato globale<br/>settore cosmetico</b> | <b>8.601</b> | <b>+5,2</b>    | <b>9.000</b>          | <b>+4,6</b>   | <b>+5</b>                   |

- valori in milioni di €

# Evoluzione mercato cosmetico italiano

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

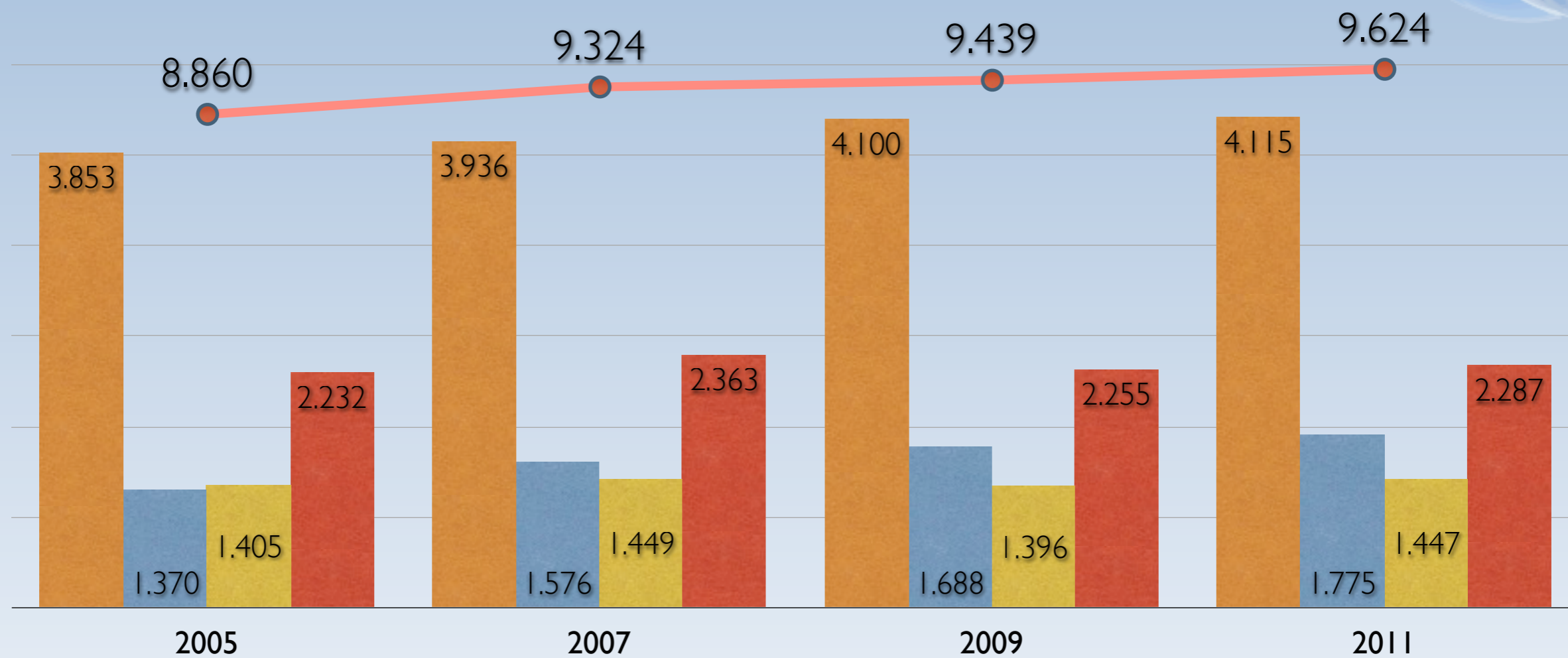


- valori in milioni di €, prezzo al pubblico, iva inclusa



# Evoluzione del mercato - i canali

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



- valori in milioni di €, prezzo al pubblico, iva inclusa



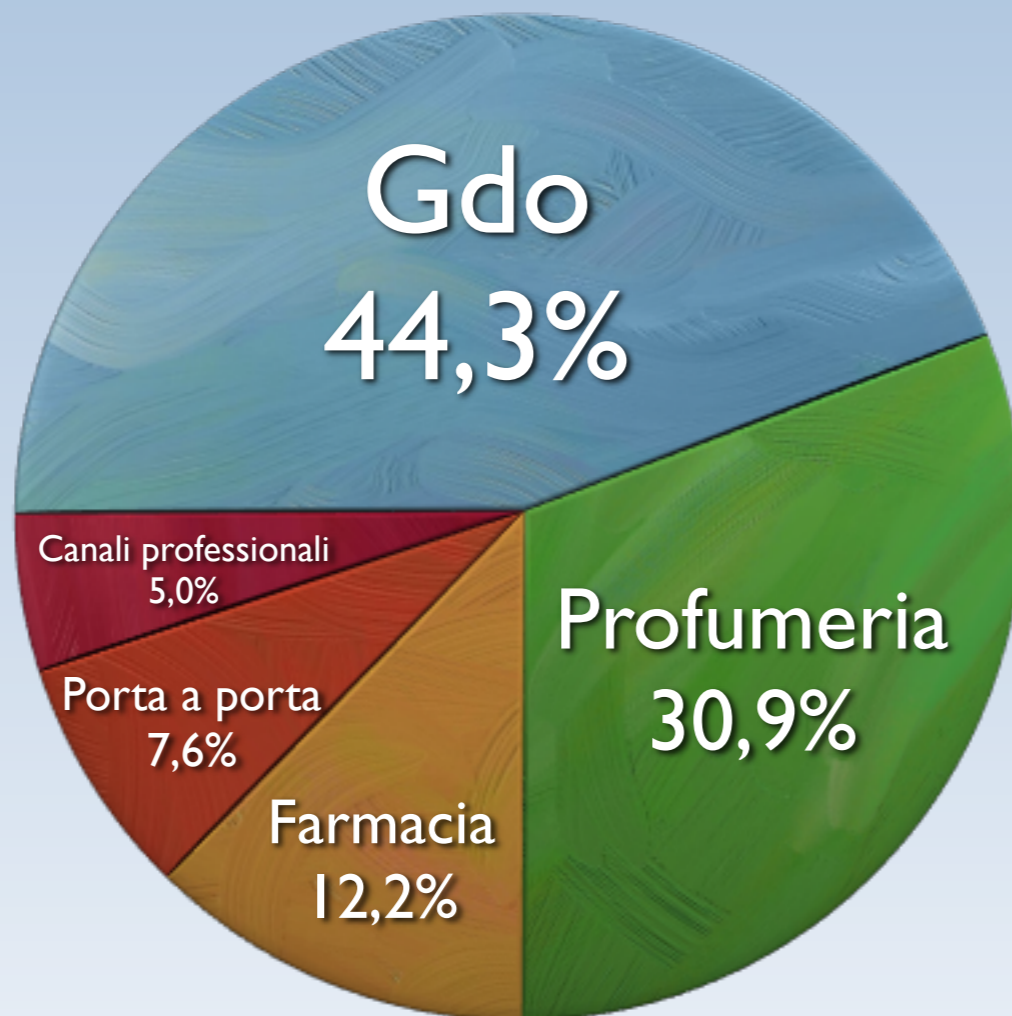
- Totale
- Grande distribuzione
- Farmacia
- Canali diretti e professionali
- Profumeria



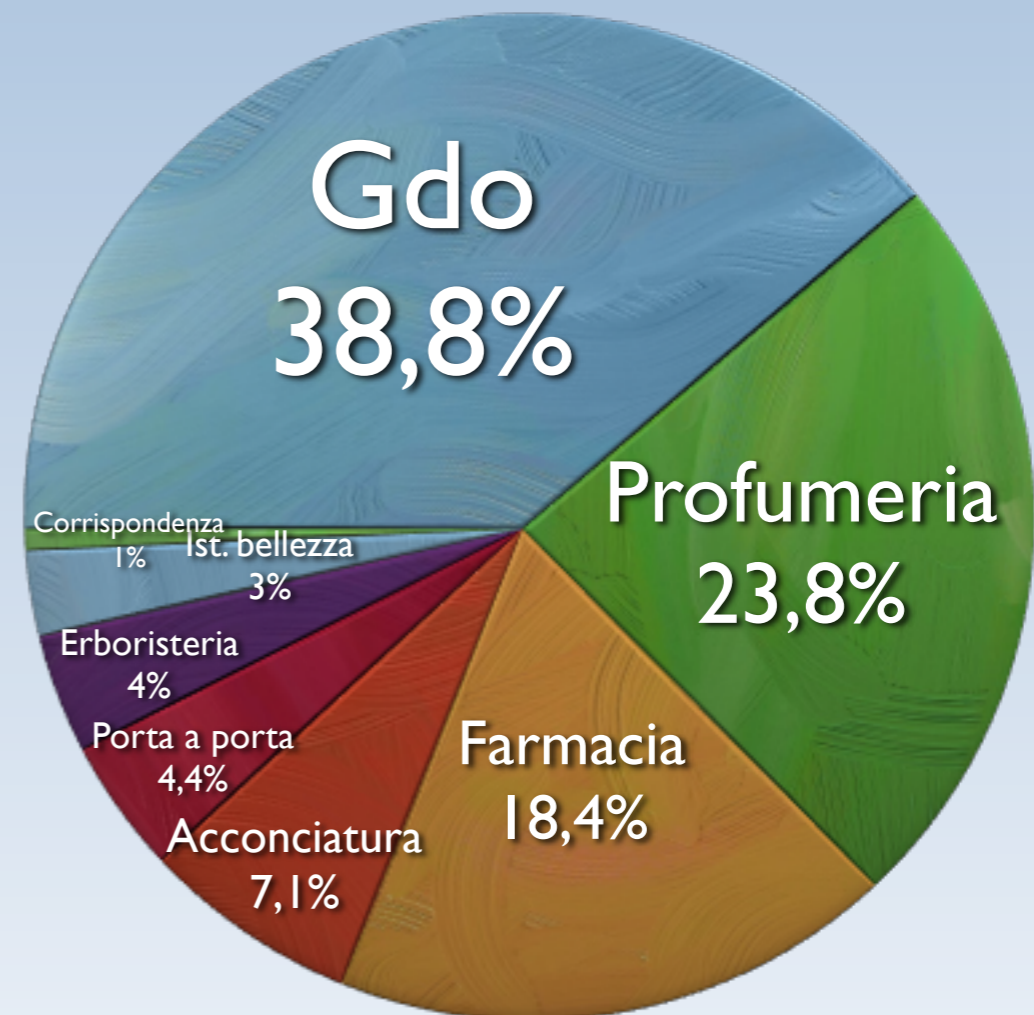
# Evoluzione dei canali di distribuzione

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

1976

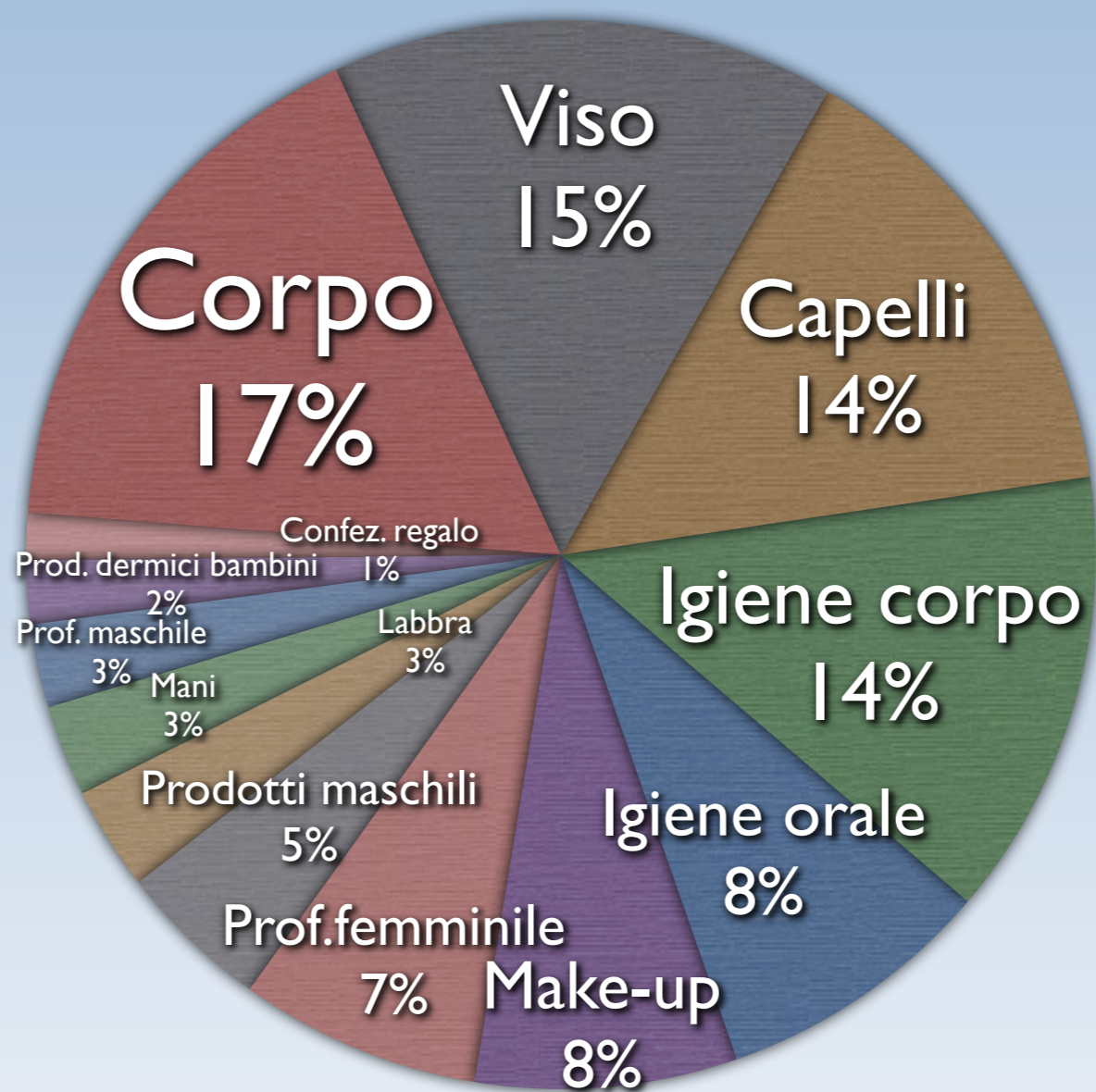


2011



# Composizione del mercato cosmetico 2011

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



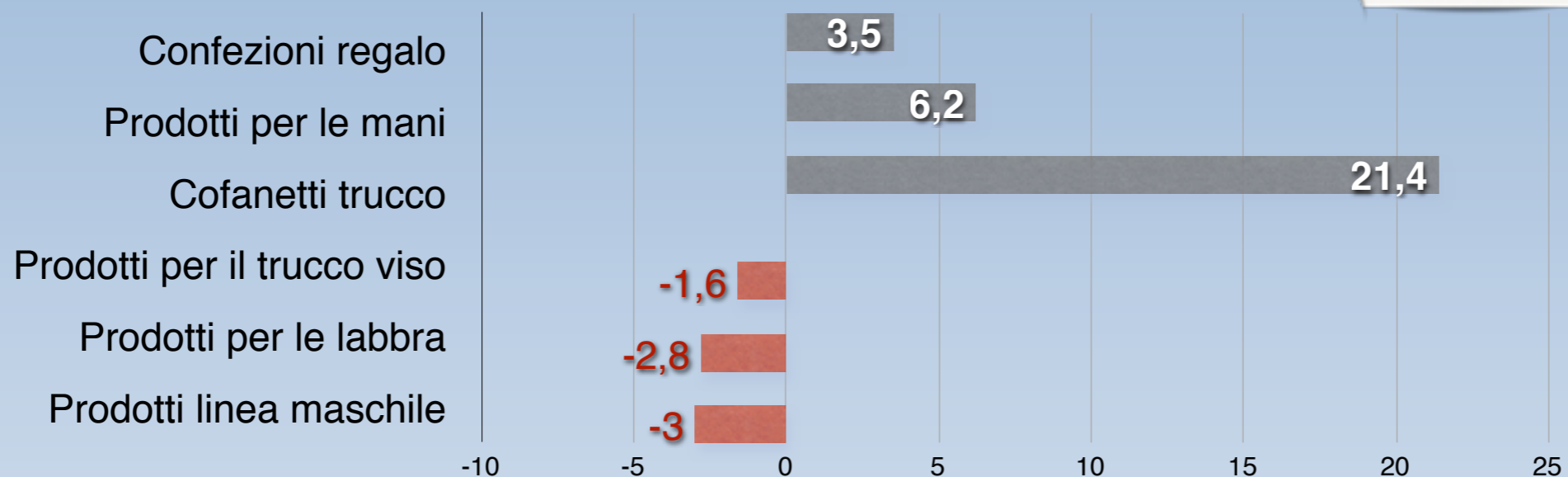
- Corpo
- Viso
- Capelli
- Igiene corpo
- Igiene orale
- Make-up
- Prof.femminile
- Prodotti maschili
- Labbra
- Mani
- Prof. maschile
- Prod. dermici bambini
- Confez. regalo



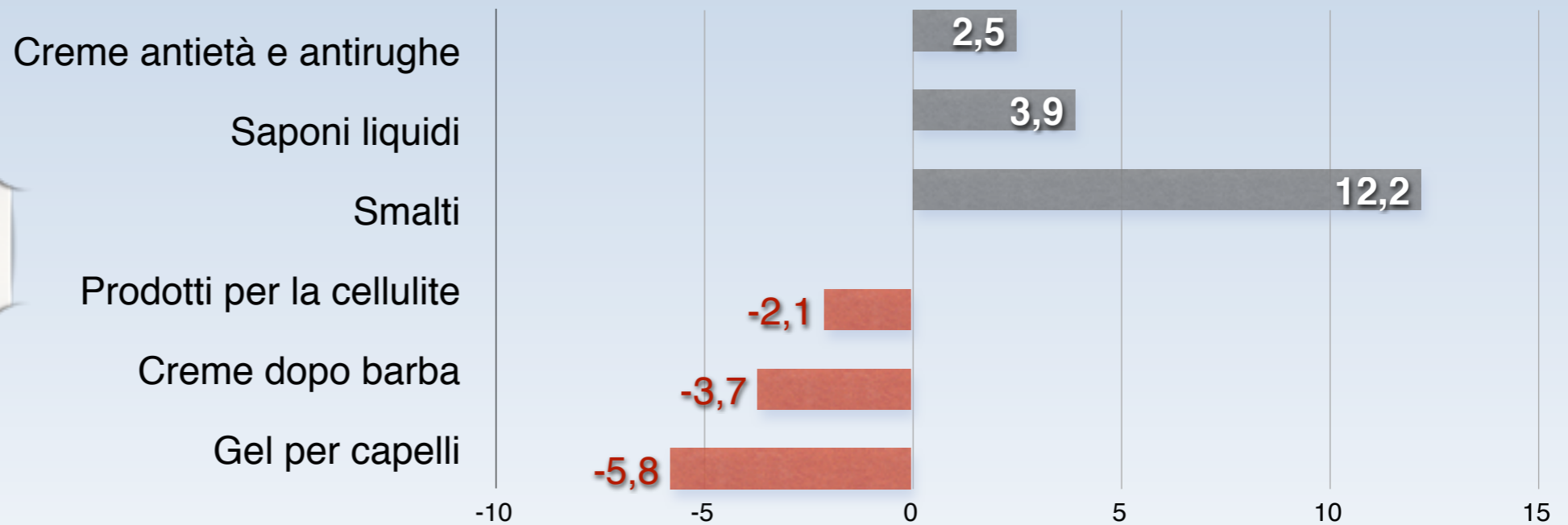
# Mercato: *up* & *down*

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

## Categorie



## Linee di prodotti



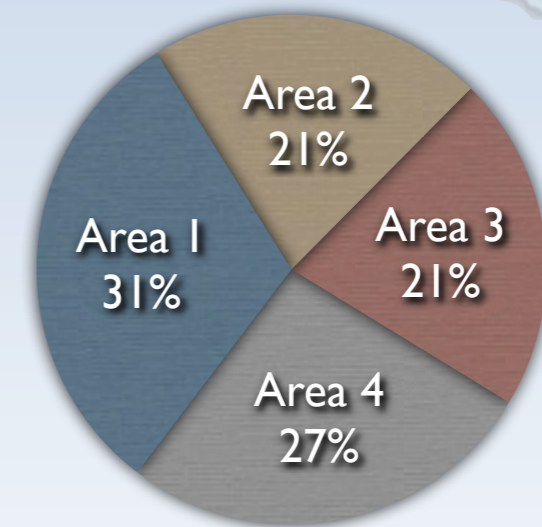
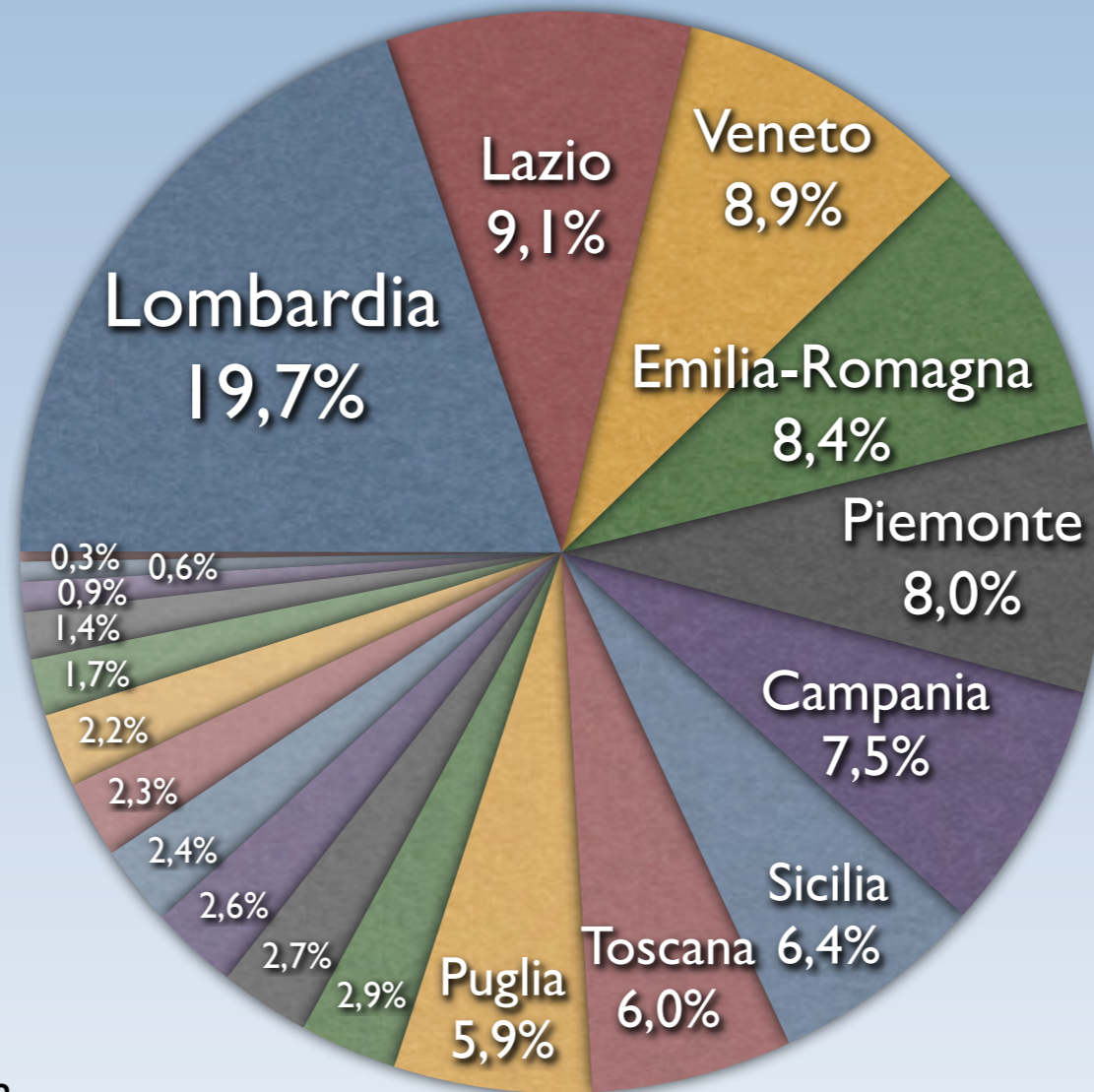
- variazioni % 2011/2010



# Ripartizione regionale dei consumi

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

- Lombardia
- Lazio
- Veneto
- Emilia-Romagna
- Piemonte
- Campania
- Sicilia
- Toscana
- Puglia
- Liguria
- Calabria
- Abruzzo
- Sardegna
- Marche
- Friuli-Venezia Giulia
- Trentino-Alto Adige
- Umbria
- Basilicata
- Molise
- Valle d'Aosta

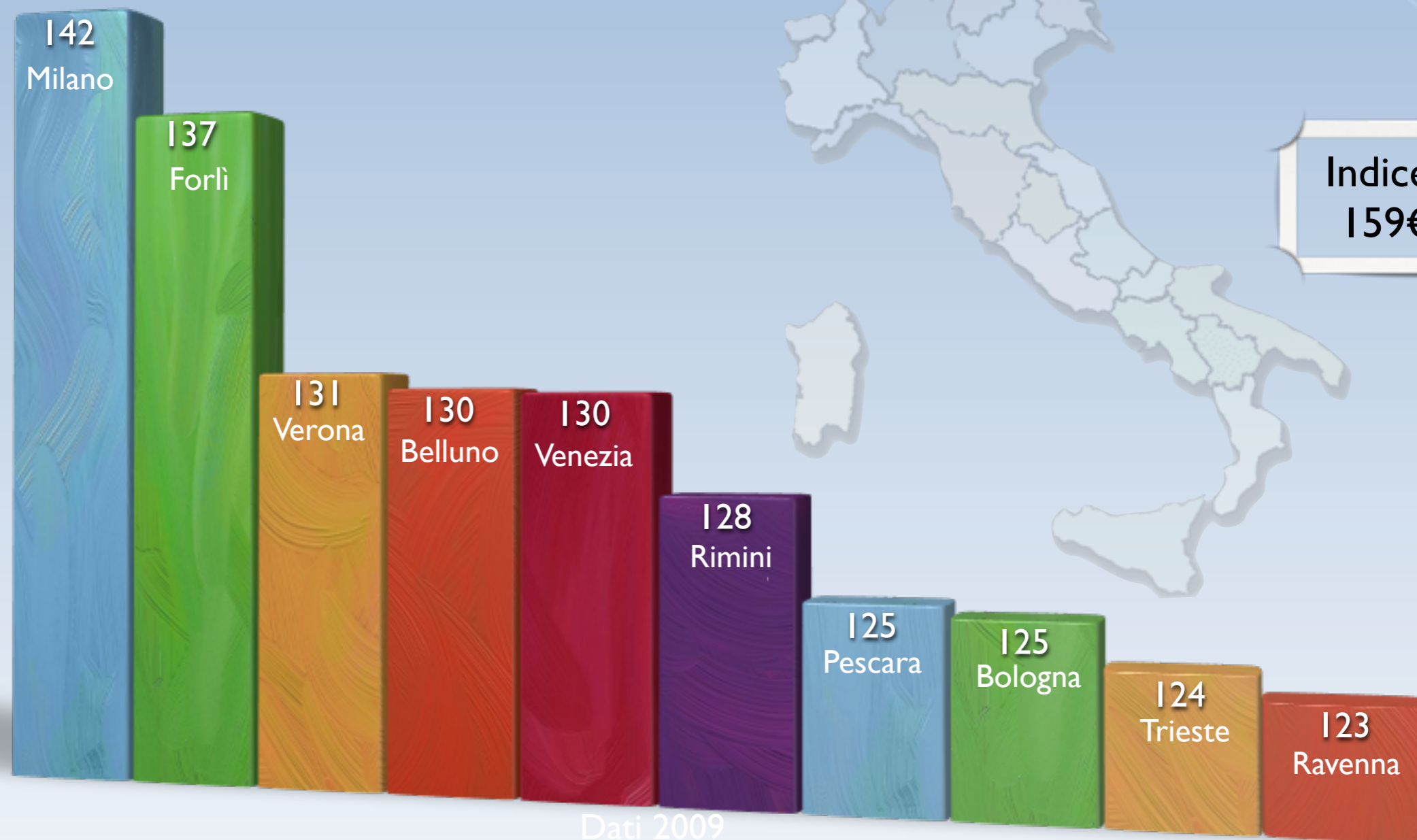


Area Nielsen 1: Piemonte, Val d'Aosta, Liguria, Lombardia;  
 Area Nielsen 2: Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna;  
 Area Nielsen 3: Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna;  
 Area Nielsen 4: Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia.



# Indice provinciale consumi *pro-capite*: top 10

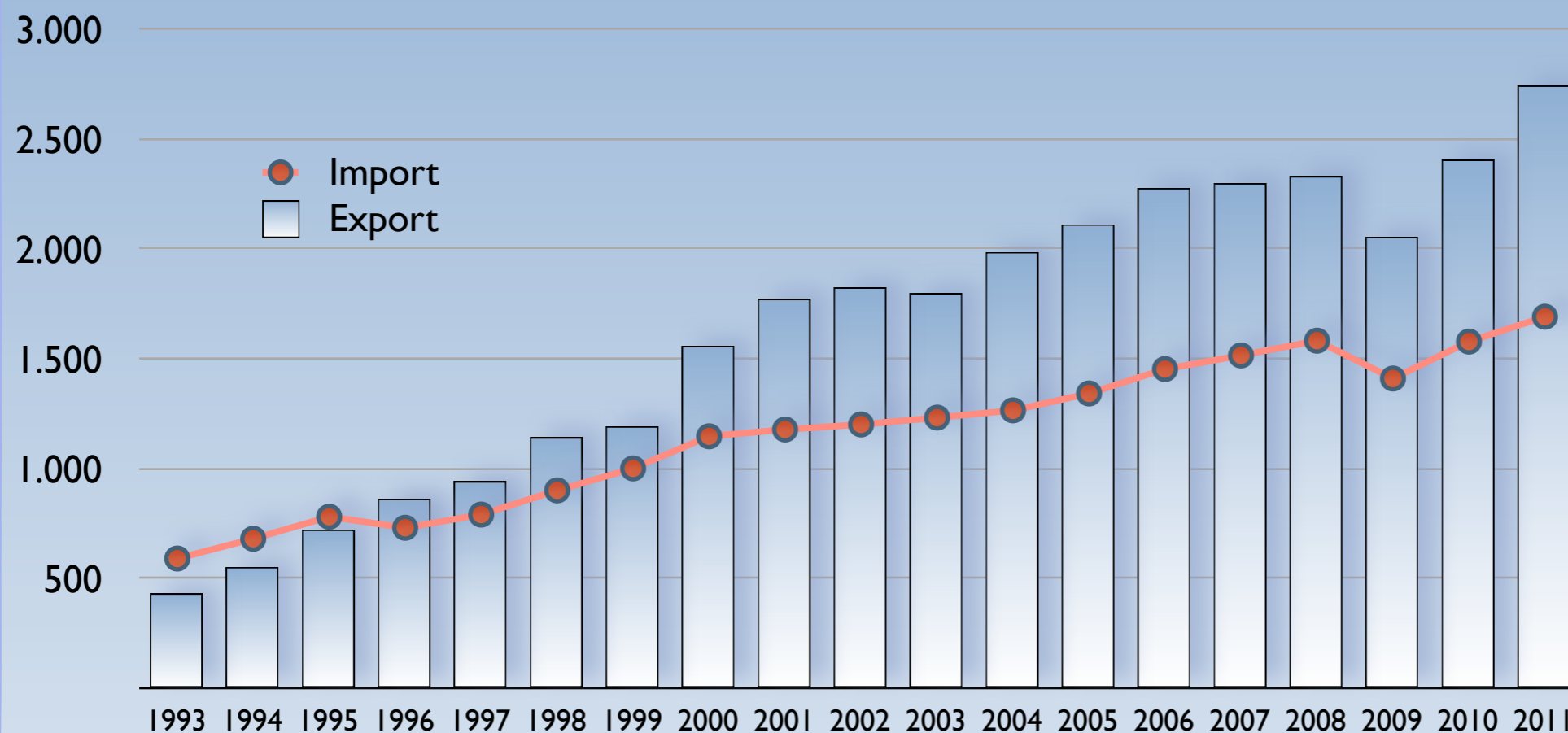
Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



- indice nazionale: 100

# Commercio estero

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



**Saldo commerciale 2011:**

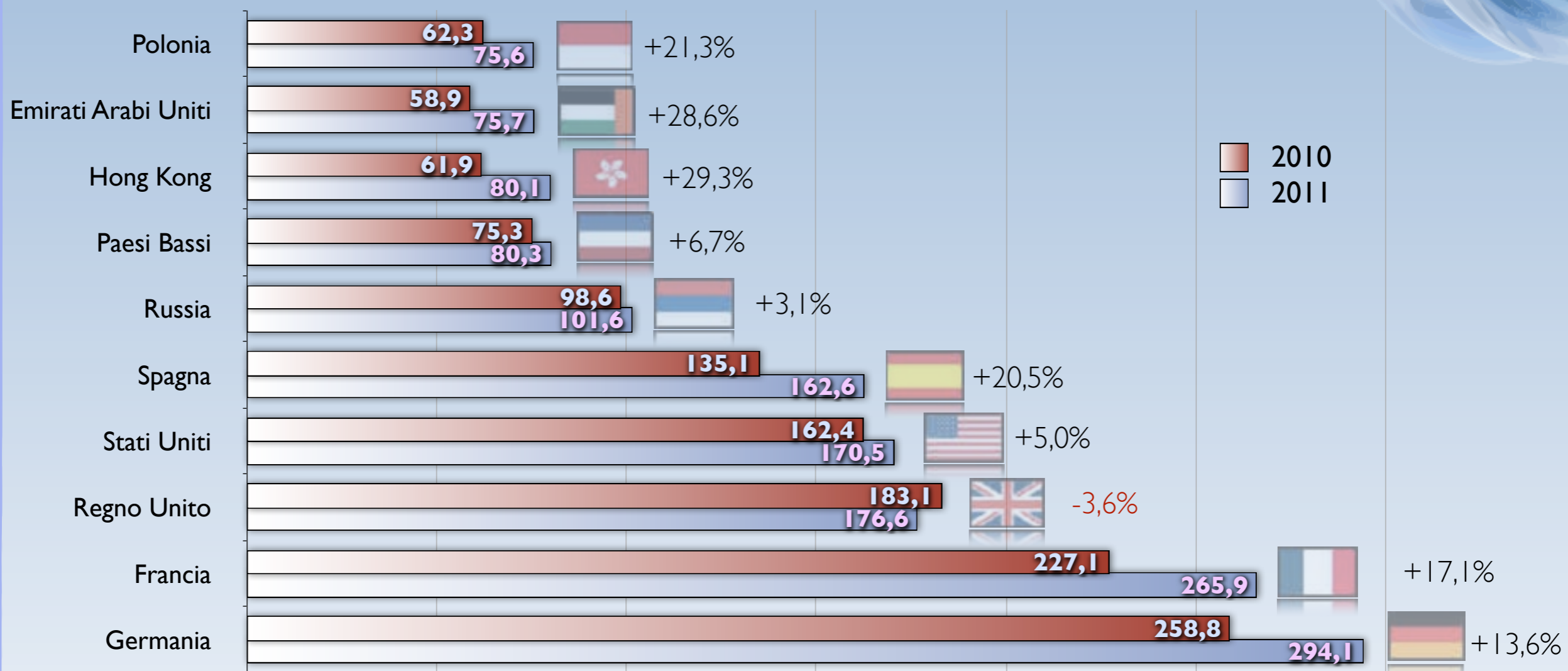
**1.050 milioni di €**

|        | 2009    | 2010    | Var %<br>10/09 | Previsione<br>2011 | Var%<br>11/10 |
|--------|---------|---------|----------------|--------------------|---------------|
| Import | 1.409,5 | 1.576,9 | +11,9          | 1.690              | +7            |
| Export | 2.053,9 | 2.403,2 | +17            | 2.740              | +14           |

- valori in milioni di €, elaborazione su dati ISTAT

# Export cosmetico: top 10

Centro Studi e Cultura d'Impresa



- valori in milioni di euro aggiornati a novembre 2011, elaborazione su dati ISTAT

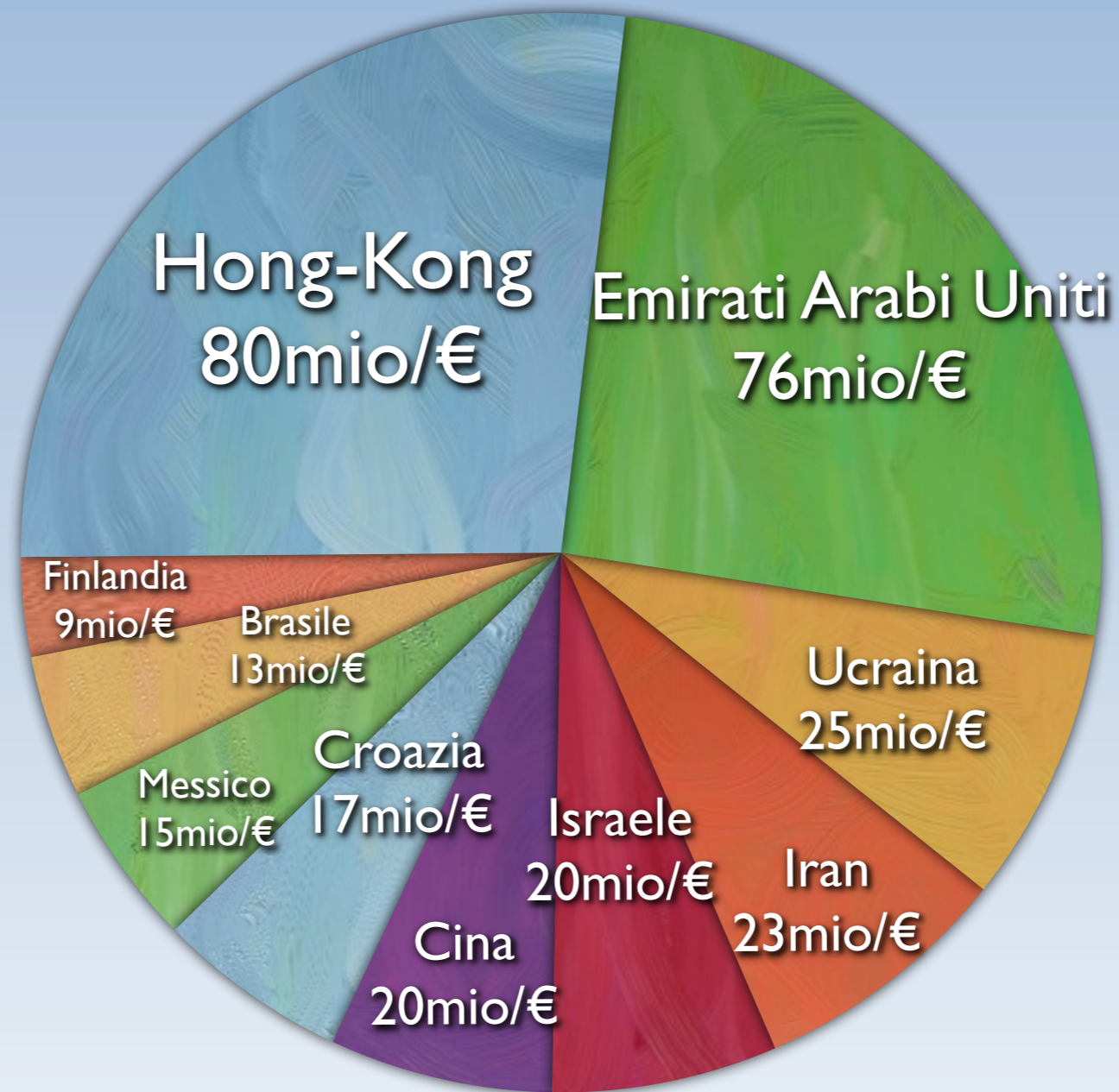




# Export cosmetico: destinazioni emergenti

Performance 2011/2010

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

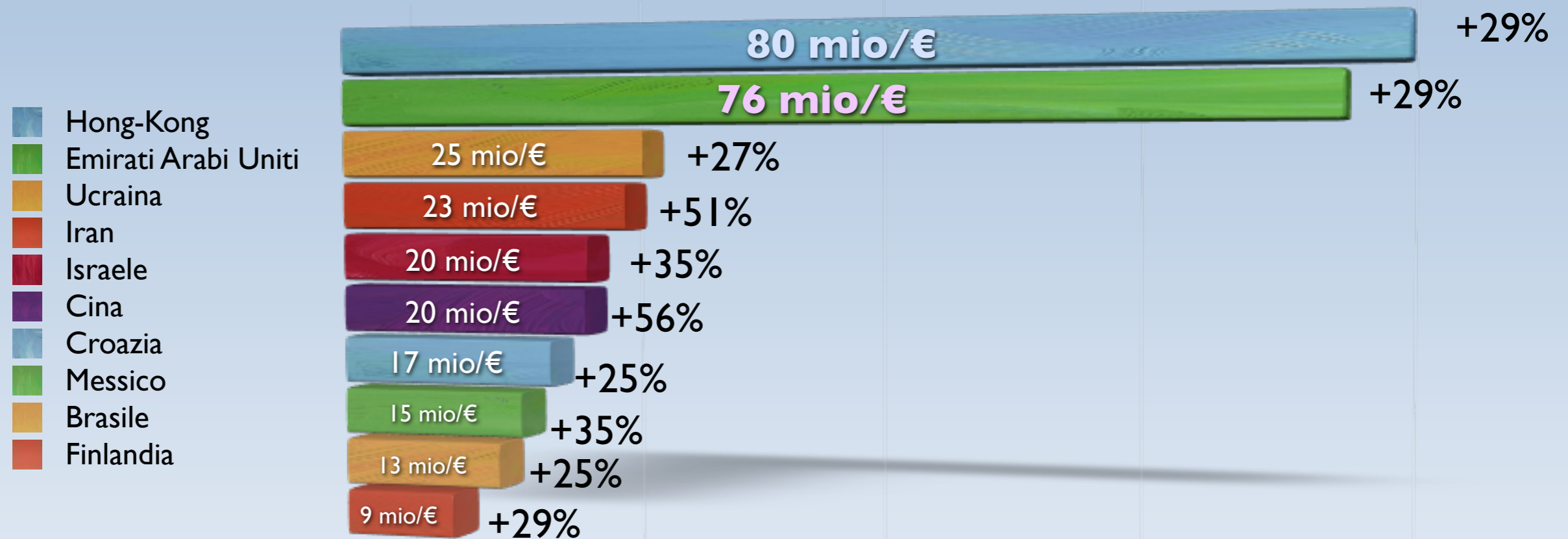


- valori in milioni di euro aggiornati a novembre 2011,  
elaborazione su dati ISTAT

# Export cosmetico: destinazioni emergenti

Performance 2011/2010

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



# Nuova veste per il Colipa

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa



Cosmetics Europe  
the personal care association





# Mercato cosmetico nel mondo

Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

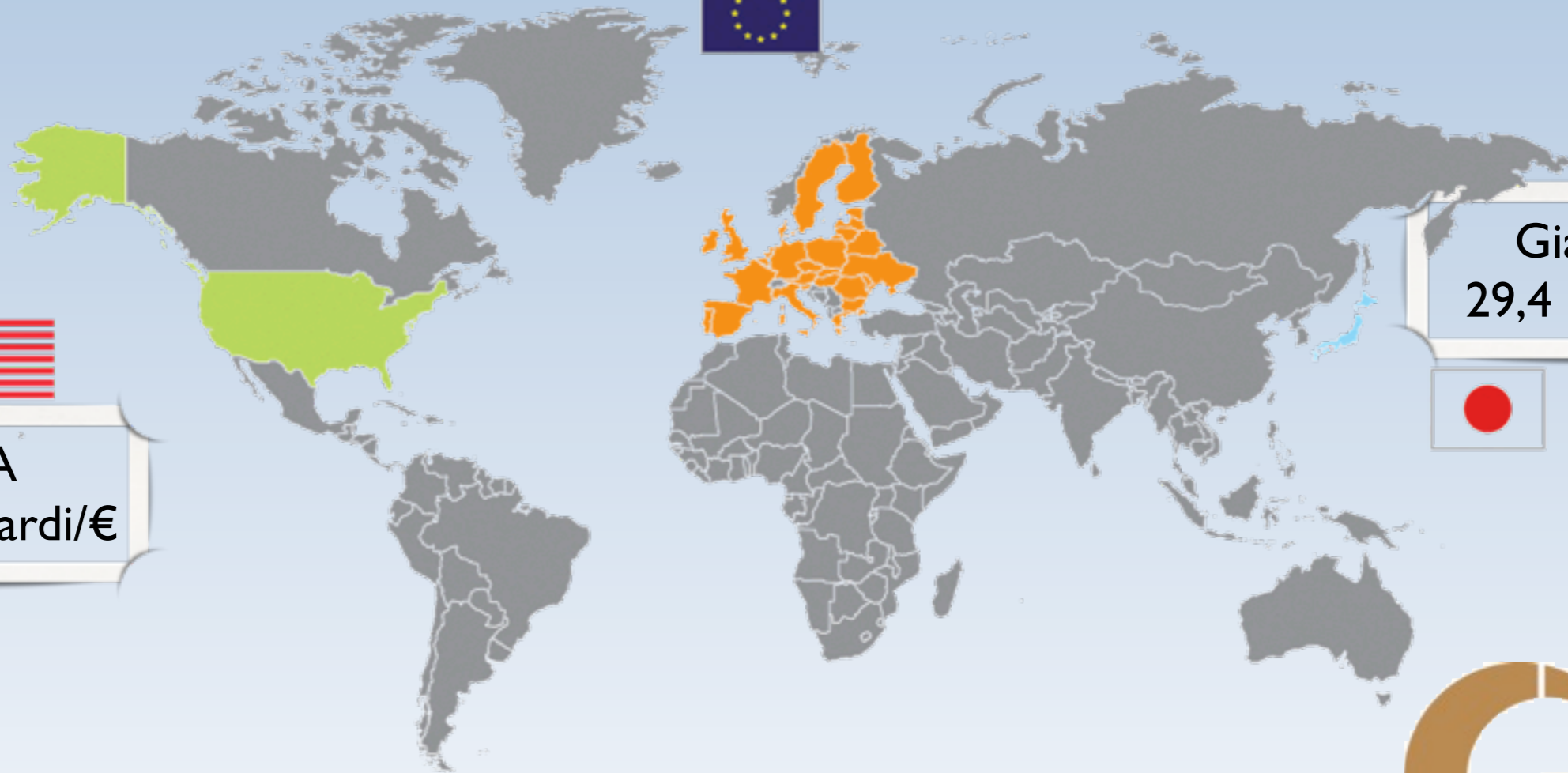
EU-27  
66,5 miliardi/€



Giappone  
29,4 miliardi/€



USA  
37,8 miliardi/€



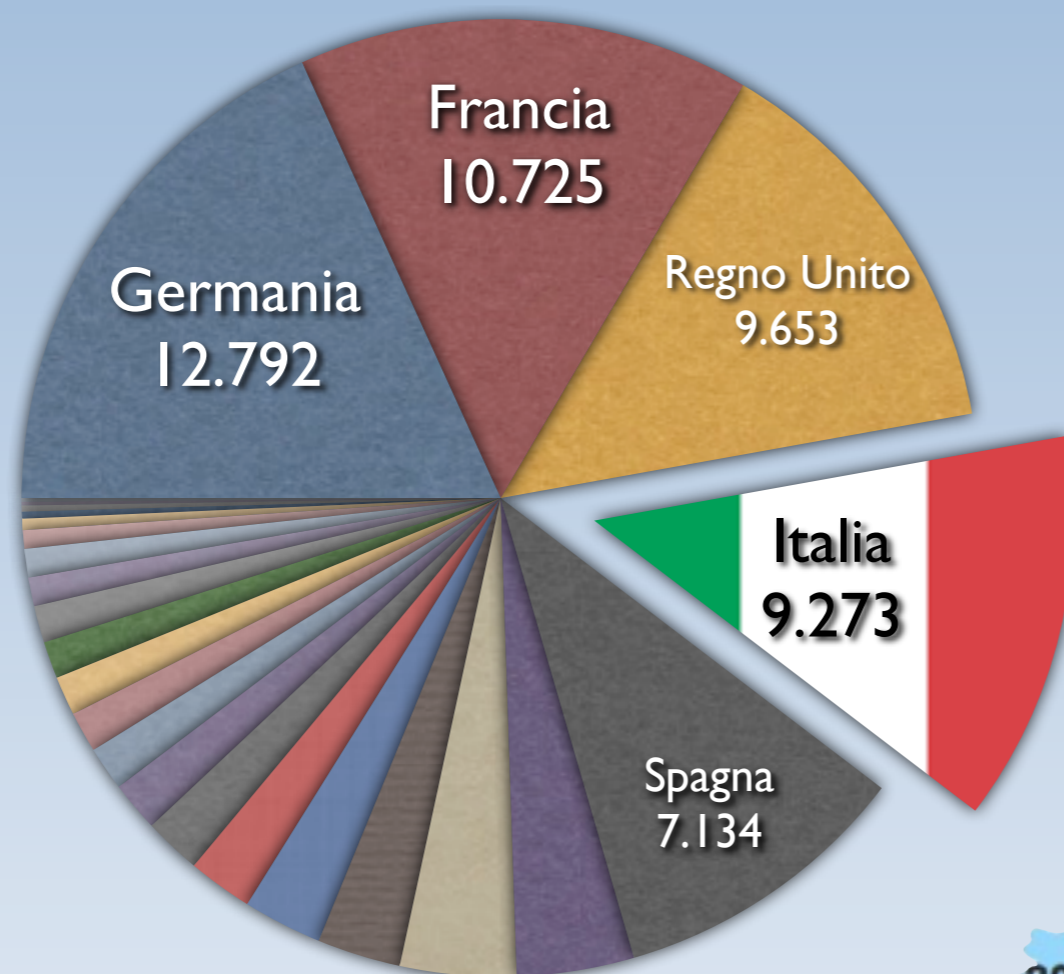
- vendita al dettaglio, prezzi al pubblico, iva inclusa



# Industria cosmetica europea\*

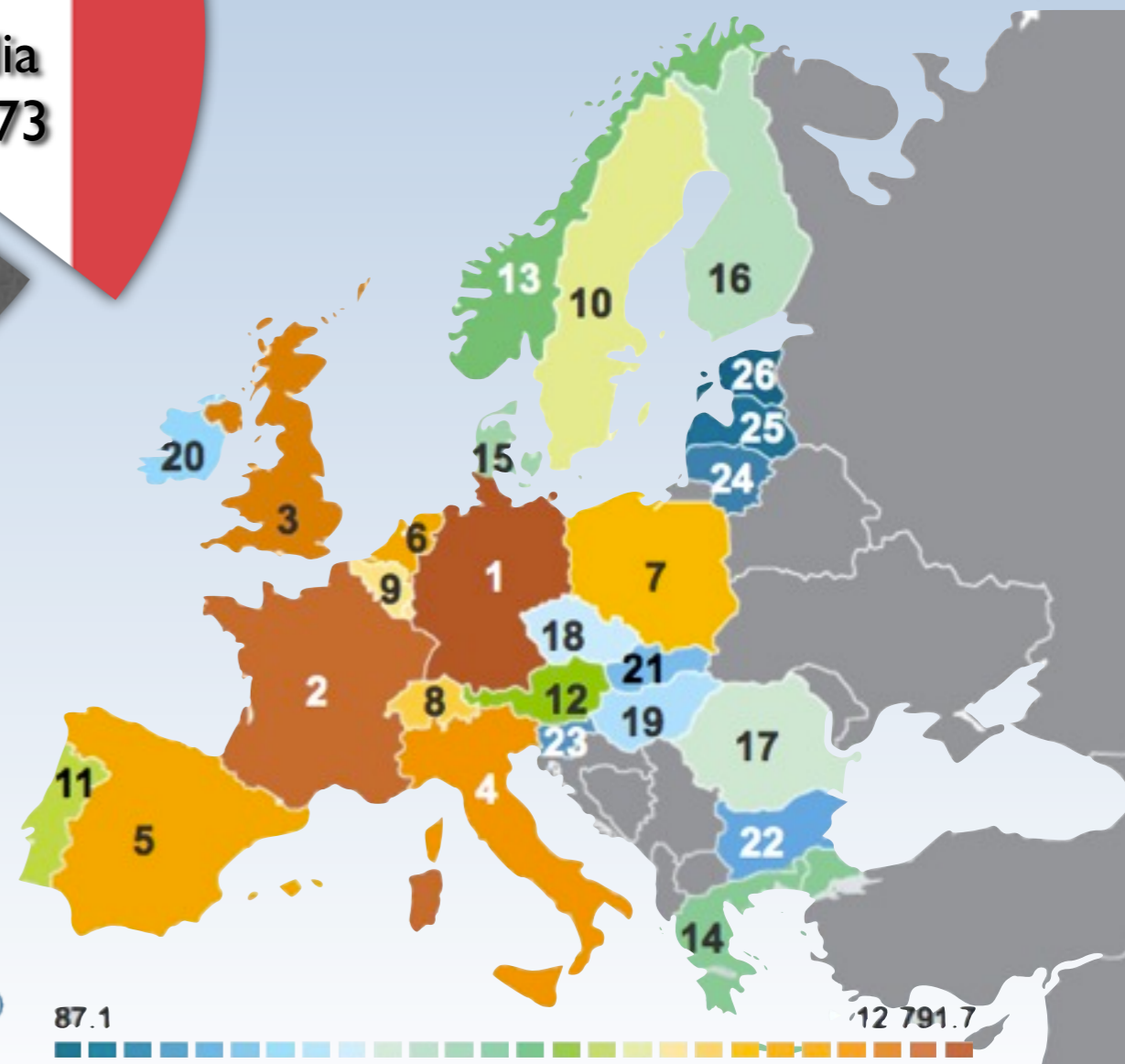
Centro Studi e  
Cultura d'Impresa

- Germania
- Francia
- Regno Unito
- Italia
- Spagna
- Paesi Bassi
- Polonia
- Svizzera
- Belgio/Lux
- Portogallo
- Austria
- Norvegia
- Grecia
- Danimarca
- Finlandia
- Romania
- Rep. Ceca
- Ungheria
- Irlanda
- Slovacchia
- Bulgaria
- Slovenia
- Lituania
- Lettonia
- Estonia



Totale consumi 2010 in Europa:  
**71.896** milioni di €

\* EU-26; valori 2010 in milioni di euro



**Cosmetics Europe**  
the personal care association

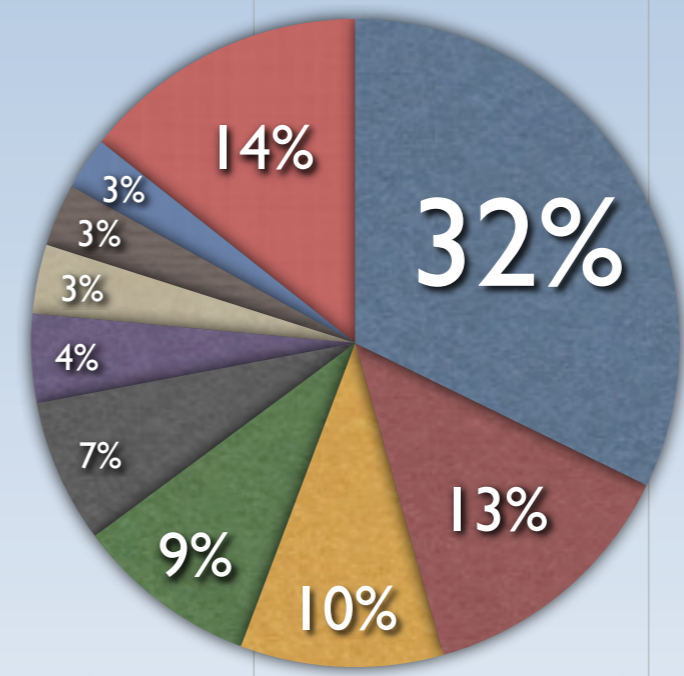
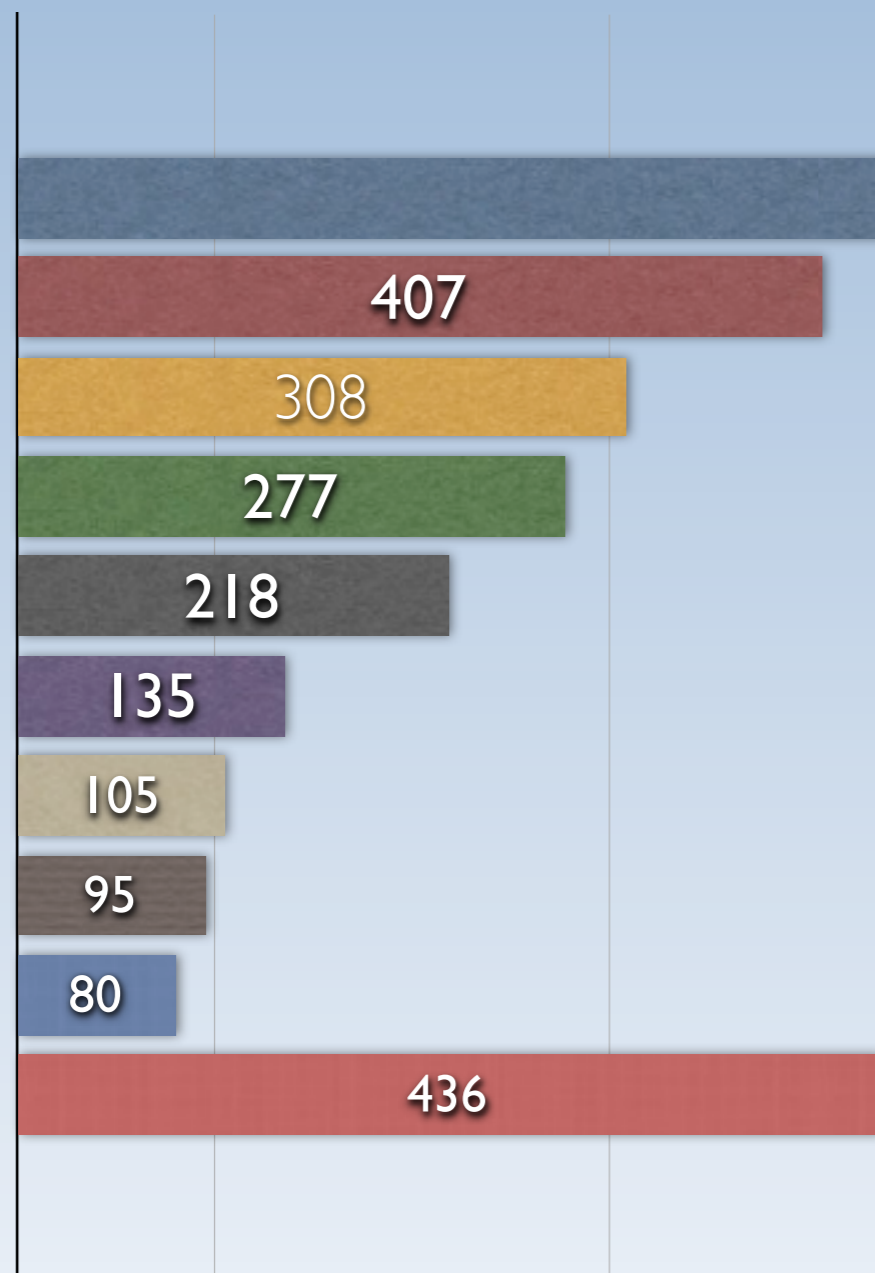


87.1

12.791.7



# PMI nell'industria cosmetica europea\*



Totale PMI cosmetiche in  
Europa nel 2010:  
**3,041**

- Italia
- Francia
- Germania
- Regno Unito
- Spagna
- Polonia
- Svezia
- Bulgaria
- Austria
- Altre

\* EU-27; fonte: stime basate su dati Eurostat 2009





Milano, 2 marzo 2012

Cosmoprof Worldwide Bologna 2012

*Press conference*

**I numeri della cosmetica**

**Grazie per l'attenzione**

**Fabio Rossello**

Presidente Unipro



**UNIPRO**

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche