

L'utilizzo di internet da parte delle Aziende cosmetiche: i risultati del sondaggio on-line

Relatore: Fabio Franchina – Presidente UNIPRO

Evoluzione Industria Cosmetica

	2008	2009	% 09/08	Preconsuntivi 2010	% 10/09
Fatturato Mercato Italia	6.037,6	6.056,6	0,3	6.174,0	+1,9%
Canali Tradizionali	5.253,1	5.311,1	1,1	5.422,6	+2,1%
Canali Professionali	784,5	745,5	-5,0	751,4	+0,8%
Esportazione	2.328,3	2.043,9	-12,2	2.176,7	+6,5%
Fatturato globale settore cosmetico	8.365,9	8.100,5	-3,2	8.350,7	+3,1%

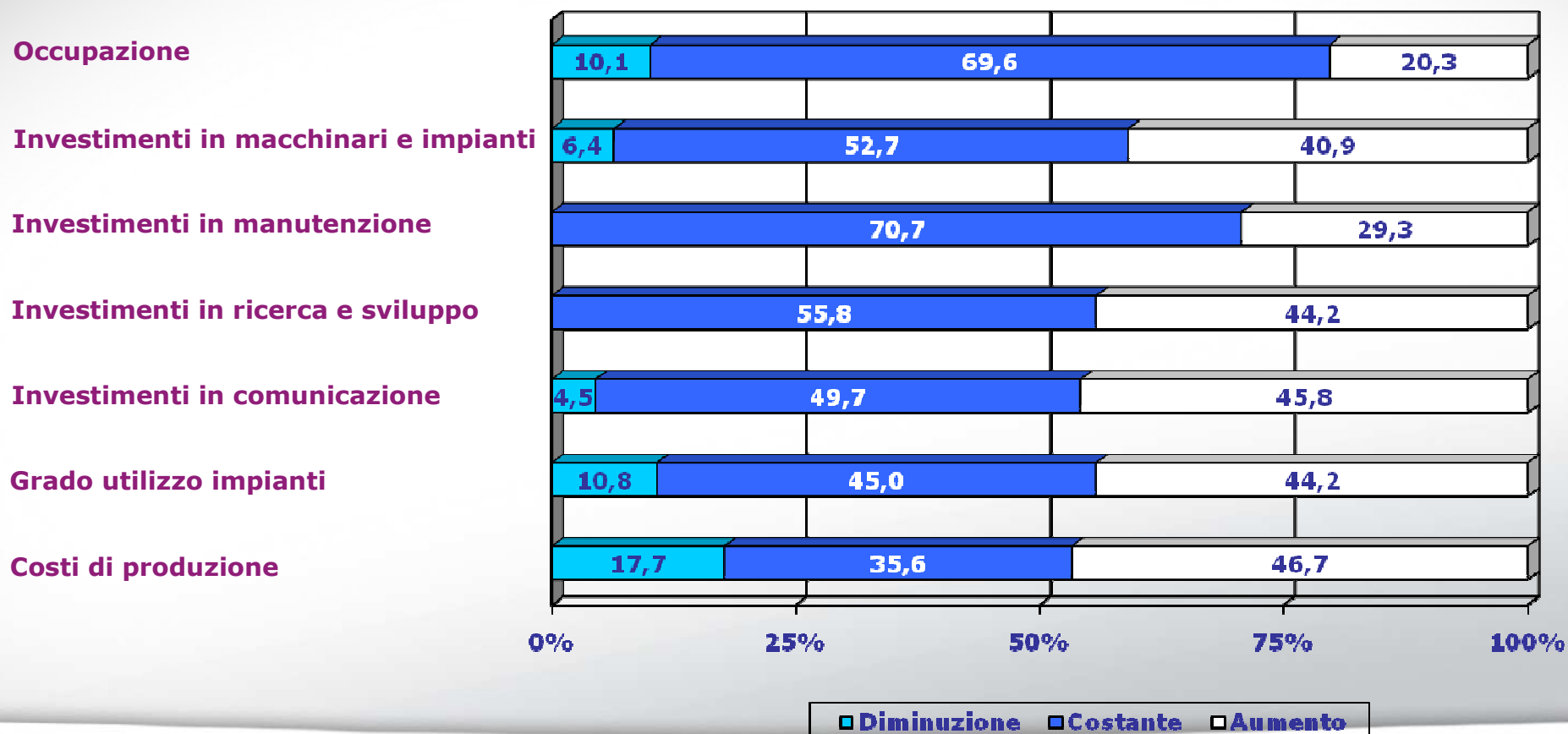
• Valori in milioni di Euro

Previsioni mercato Italia

	Chiusura 2009	Preconsuntivi	Previsioni
		I° Sem 2010	II° Sem 2010
Acconciatori	-5,1%	+0,6%	+0,0%
Erboristeria	+4,9%	+5,8%	+5,5%
Estetiste	-4,5%	+1,2%	+2,0%
Farmacia	+3,2%	+4,7%	+5,1%
Grande Distribuzione	+2,6%	+0,5%	+1,2%
Profumeria	-3,5%	+0,6%	+1,2%
Terzisti	-4,5%	+2,5%	+5,0%

- Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

Le dinamiche dell'industria cosmetica



Imprese cosmetiche e internet

Modalità di utilizzo

La tua azienda dispone di un sito internet

		Anno precedente	
a) No e non ci sono piani di sviluppo	2,0%		
b) No ma l'azienda avvierà un progetto a breve / medio periodo	2,0%		
c) Sì, come vetrina prodotti	45,7%	38,0%	↑
d) Sì, come strumento di commercio elettronico	8,7%	9,3%	↓
e) Sì, come mezzo di comunicazione/interazione con gli utenti	30,2%	36,7%	↓
f) Sì, come mezzo di comunicazione/interazione con i punti vendita	11,4%		

La prima versione del sito internet e' stata messa on line:

a) più di 5 anni fa	77,3%	71,0%	↑
b) meno di 5 anni fa	22,7%		

Imprese cosmetiche e internet Evoluzione e tecnica

Sono state realizzate nuove versioni del sito:

		Anno precedente	
a) sì	80,3%	78,0%	↑
b) no	19,7%		

Il sito internet aziendale attualmente è realizzato in:

a) HTML (è stata privilegiata la funzionalità)	54,7%	67,8%	↓
b) Flash (è stato privilegiato l'impatto visivo)	34,4%	19,5%	↑
c) CMS (sono state privilegiate la velocità e l'autonomia dell'aggiornamento)	10,9%		

Il sito internet e' gestito (o sara' gestito)?

a) Internamente anche a livello tecnico sia per i contenuti che per la grafica	18,3%	23,0%	↓
b) In outsourcing sia per i contenuti che per la grafica	28,2%	23,0%	↑
c) I contenuti sono curati da risorse interne secondo le esigenze	40,8%	36,0%	↑
d) I contenuti sono curati da risorse interne dedicate	12,7%		

Imprese cosmetiche e internet Evoluzione e tecnica

HIGHLIGHTS

- Aumentano le iniziative sui nuovi siti
- Aumentano le applicazioni flash che privilegiano l'impatto visivo
- La gestione dei siti privilegia le risorse interne per i contenuti sostanziali e si affida all'out-sourcing per l'implementazione

Imprese cosmetiche e internet Evoluzione e tecnica

I contenuti sono aggiornati:

a) Senza periodicità	41,7%
b) Costantemente	50,0%
c) Costantemente dando feedback agli utenti	8,3%

Imprese cosmetiche e internet Comunicazione

Il sito aziendale dispone di strumenti di aggregazione (club, forum, blog, social network):

a) Nessuno strumento, non riteniamo sia utile	18,5%
b) Nessuno strumento ma stiamo pensando di realizzarne	40,0%
c) Invio newsletter agli utenti	33,8%
d) Forum e/o blog e/o social network	7,7%

Nel caso di invio di newsletter, questo avviene:

a) settimanalmente	1,7%
b) mensilmente	23,7%
c) trimestralmente	13,6%
d) Non prevediamo utilizzo di newsletter	39,0%
d) Altro	22,0%

Imprese cosmetiche e internet Comunicazione

HIGHLIGHTS

- Oltre l'80% delle imprese si sta orientando ai nuovi strumenti di aggregazione, in particolare newsletter e blog
- La frequenza media di aggiornamenti è ancora bassa, mediamente 1 volta al mese

Imprese cosmetiche e internet

Comunicazione

La tua azienda utilizza internet come mezzo pubblicitario?

Anno
precedente

a) sempre in tutte le pianificazioni pubblicitarie	8,6%
b) talvolta in alcune pianificazioni pubblicitarie	31,0%
c) finora no, ma pensiamo di utilizzarlo in futuro	46,6%
d) no e non pensiamo di utilizzarlo	13,8%

Nelle campagne pubblicitarie su internet realizzate dalla tua azienda, i formati utilizzati sono (o sono stati):

a) prevalentemente banner	31,6%	
b) prevalentemente invio dem	13,2%	6,4% ↑
c) prevalentemente iniziative speciali (es. concorsi)	10,5%	2,1% ↑
d) un mix dei vari formati	44,7%	

Imprese cosmetiche e internet Comunicazione

HIGHLIGHTS

- Oltre il 40% degli intervistati usa il sito come mezzo pubblicitario
- Il formato pubblicitario prevalente è il banner anche se sono in aumento l'invio di dem e i concorsi

Imprese cosmetiche e internet

E-COMMERCE

Anno
precedente

a) Non effettuiamo commercio elettronico e non abbiamo progetti in tale senso	45,6%	
b) Non effettuiamo commercio elettronico ma stiamo valutando un progetto	33,3%	18,0% ↑
c) Utilizziamo l'e-commerce solo in termini di B2B	3,5%	
d) Vendiamo anche all'utente finale	5,3%	
e) Per noi l'e-commerce è un complemento ma non è ancora importante	7,0%	
f) Per noi l'e-commerce rappresenta o rappresenterà una fetta importante del fatturato	1,8%	
g) Puntiamo a generare con il canale elettronico il 5% del nostro fatturato.	3,5%	

Imprese cosmetiche e internet E-commerce

HIGHLIGHTS

- Scarso utilizzo di internet per l'e-commerce
- Solo il 25% delle imprese considera importante l'e-commerce, di queste solo il 5,3% vende all'utente finale