

Lo scenario del mercato cosmetico green

In collaborazione con

COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

Gian Andrea Positano

Responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia

Bologna, 8 settembre 2018

COSMETICA ITALIA LE ECCELLENZE

I **laureati totali** sono pari all'11% degli occupati, contro una media nazionale del 6%

Per l'**innovazione** e la **tecnologia**, le imprese della cosmesi in Italia investono più del 6% del fatturato, contro una media nazionale stimata inferiore al 3%

In **Europa**, dove le statistiche e classificazioni sono più dettagliate e complete, la percentuale del trucco prodotto da aziende italiane tocca il **67%**, a livello **mondiale** tocca il **55%**

Il rapporto **export/produzione** è pari al 42% a fine 2017 in crescita esponenziale da oltre 20 anni

Le **esportazioni** italiane nel 2017 sono cresciute del **7,1%** contro una crescita mondiale dei consumi di cosmetici del 4,5%: questo conferma la **sempre maggiore penetrazione** dell'offerta italiana nei vari mercati



IL MERCATO COSMETICO

	Mercato Italia	Esportazioni
2016	+0,5% (9.890 mio/€)	+13,1% (4.309 mio/€)
2017	+1,7% (10.097 mio/€)	+7,1% (4.617 mio/€)
2018	+1,9%	+8,0%



EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	CONSUNTIVO 2017	VARIAZIONE % 17/16	PROIEZIONE % 18/17
Fatturato Italia	6.209	0,7	6.313	1,7	1,9
Canali tradizionali: <i>grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette</i>	5.540	0,7	5.630	1,6	1,9
Canali professionali: <i>acconciatura, estetica</i>	669	1,3	683	2,0	2,0
Esportazioni	4.309	13,1	4.617	7,1	8,0
Fatturato globale settore cosmetico	10.518	5,3	10.930	3,9	4,5

PREVISIONE CANALI

		CANALI	CONSUNTIVI 2017	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2018	PREVISIONI II SEMESTRE 2018	PREVISIONI TOTALI 2018
Canali tradizionali		Farmacia	2,0	1,3	1,5	1,5
		Erboristeria	0,9	1,0	0,5	0,5
		Profumeria	-0,5	0,5	0,5	0,5
		Mass market	1,5	1,5	0,5	1,0
		Vendite dirette*	8,7	9,0	12,0	12,0
Canali professionali		Acconciatura	1,9	1,5	1,7	1,8
		Estetica	2,4	2,5	2,5	2,5
		Terzismo	10,0	8,5	10,0	10,0

INTERSCAMBIO COSMETICO



Export 4.617

(+7,1 var.% '17/'16)



Import 2.053

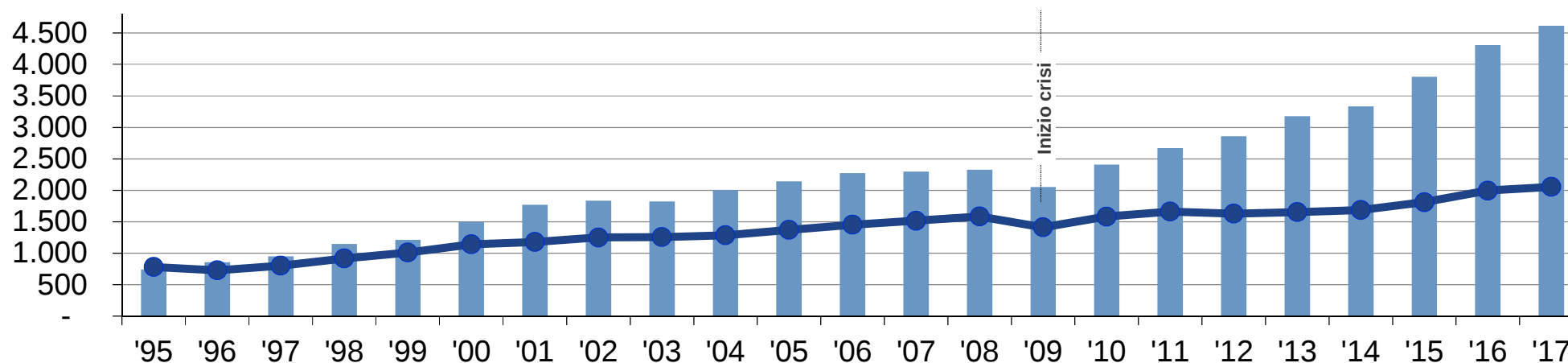
(+3,0 var.% '17/'16)

2.564



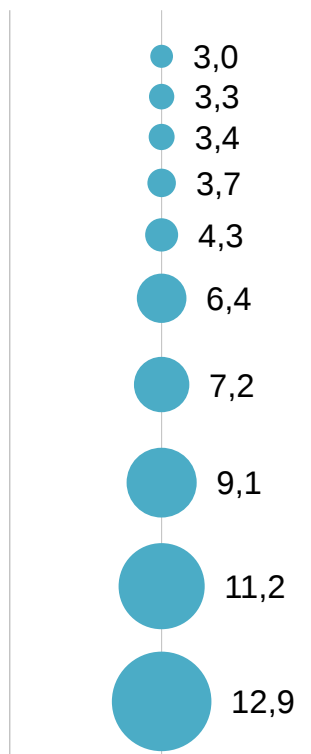
saldo commerciale 2017

(2.315 mio/€ nel 2016)

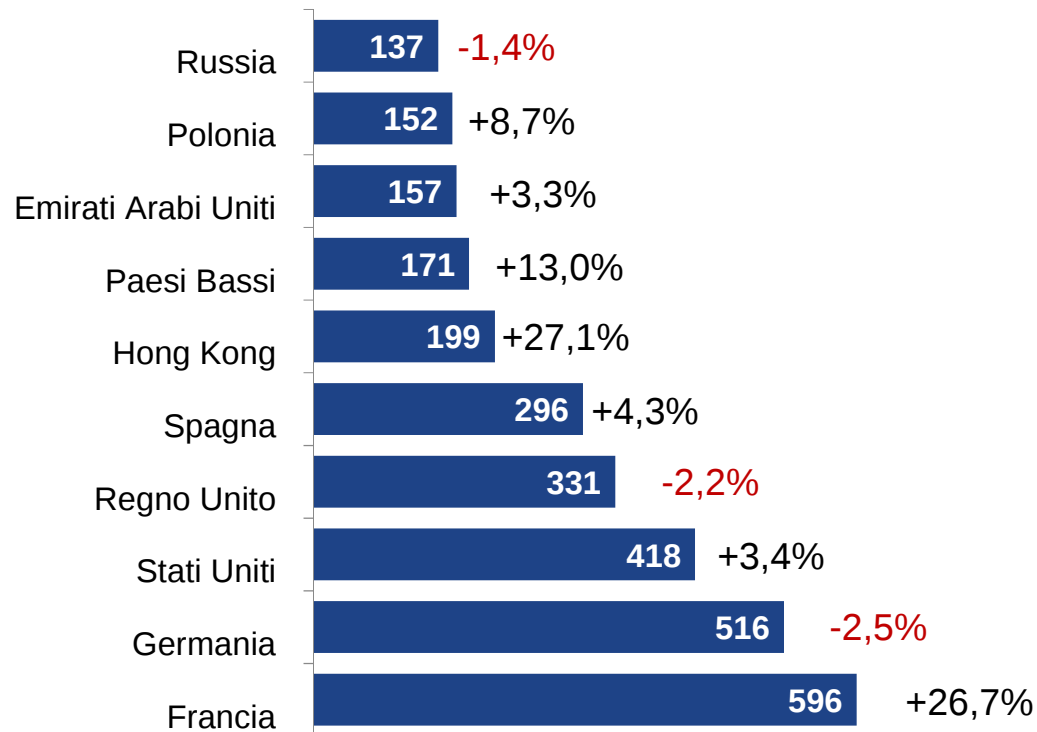


EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017

Peso % sul totale export cosmetico italiano

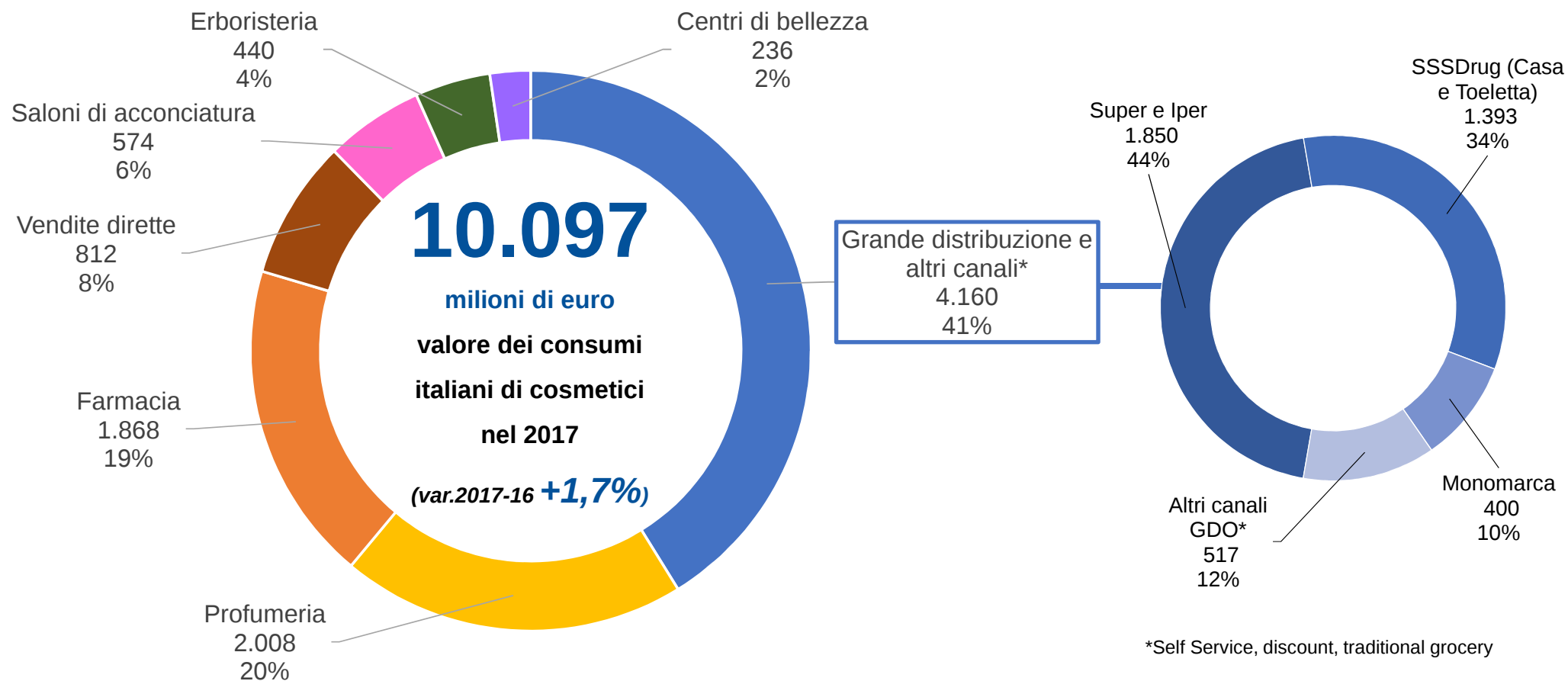


Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano

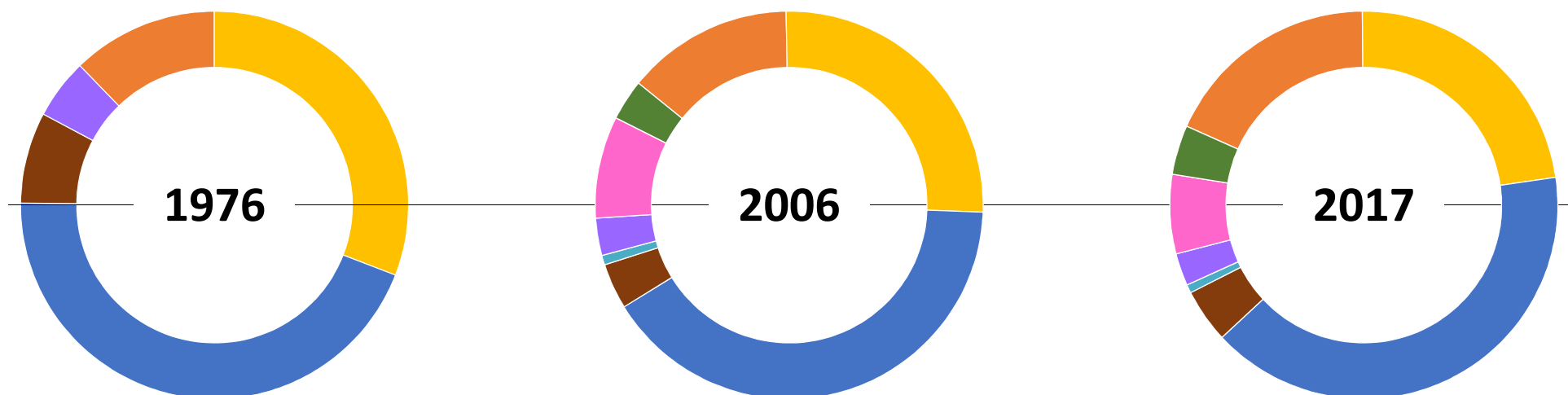


I **primi dieci paesi** di destinazione dell'**export** cosmetico italiano **concentrano** il **64,4%** del totale export

MERCATO ITALIA NEL 2017



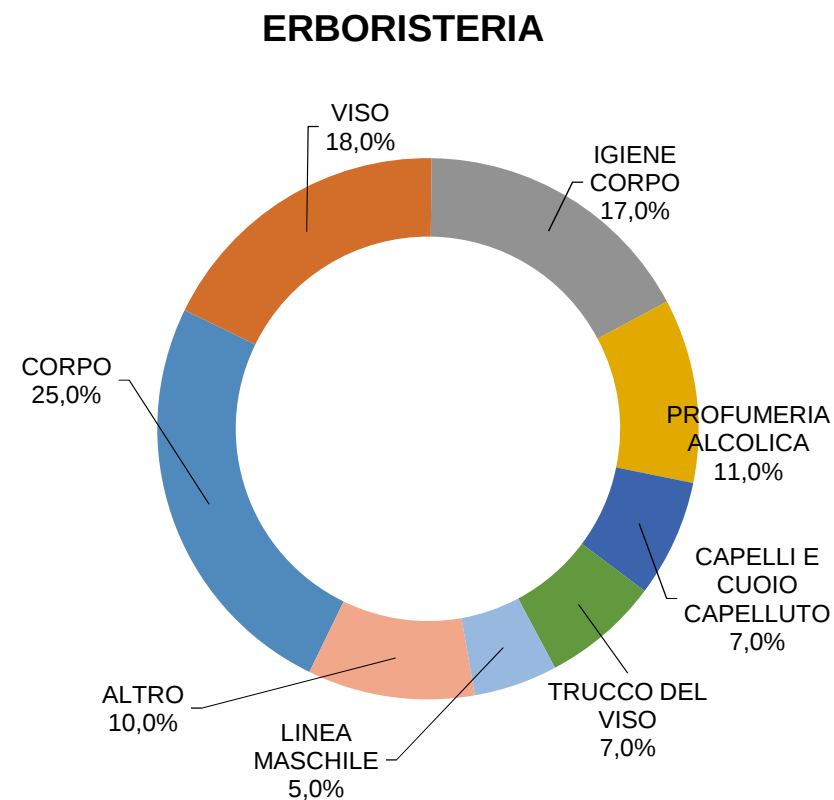
LO STORICO DEI CONSUMI PER CANALE



	1976	2006	2017
● Farmacia	12,2	13,9	18,5
● Profumeria	30,9	25,8	19,9
● GDO e altri canali	44,3	40,6	41,2
● Domicilio	7,6	3,8	4,7
● Corrispondenza*	/	0,8	3,4
● Centri di bellezza	5,0	3,1	2,3
● Saloni di acconciatura	/	8,5	5,7
● Erboristeria	/	3,4	4,4

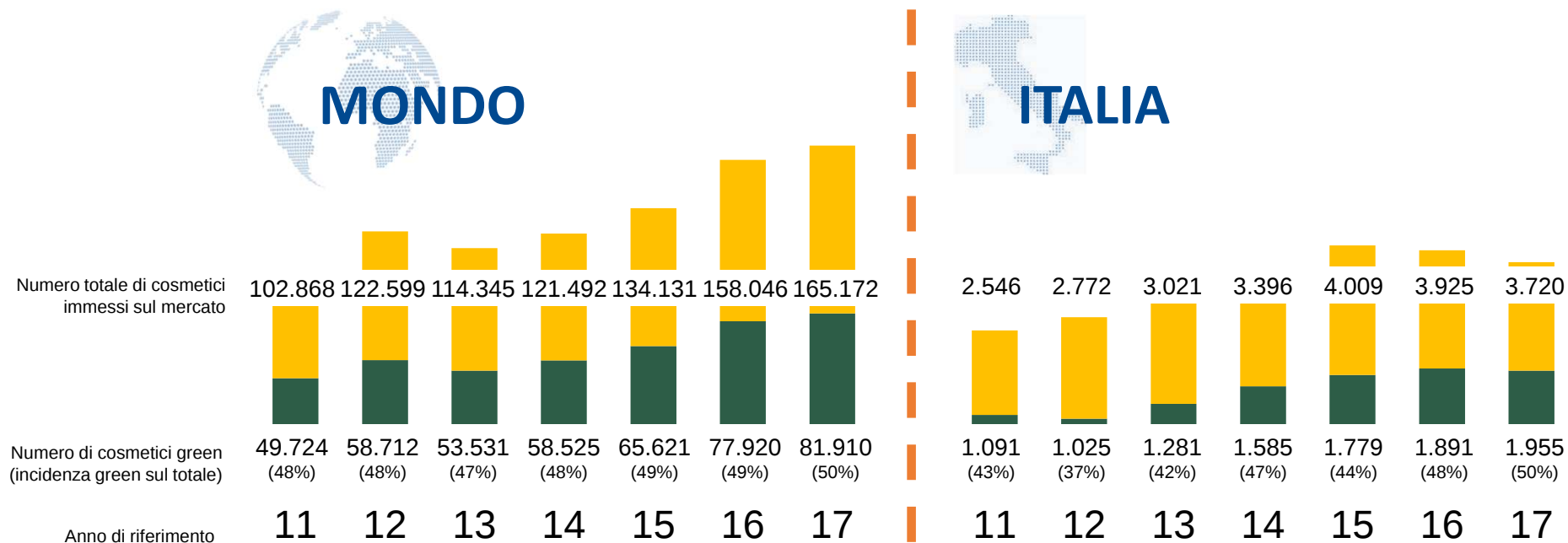
ALLOCAZIONE DEI CONSUMI PER CANALE NEL 2017

Categoria	ERBORISTERIA	Farmacia	Profumeria	Iper-super	SSS-Drug
CORPO	25%	24%	7%	20%	17%
VISO	18%	27%	21%	9%	9%
IGIENE CORPO	17%	15%	1%	21%	15%
PROFUMERIA ALCOLICA	11%	1%	40%	1%	12%
CAPELLI E CUIOIO CAPELLUTO	7%	10%	2%	21%	19%
TRUCCO DEL VISO	7%	3%	9%	1%	4%
LINEA MASCHILE	5%	1%	2%	3%	2%
LABBRA	4%	2%	5%	1%	3%
TRUCCO DEGLI OCCHI	3%	2%	6%	1%	5%
MANI	2%	2%	1%	1%	2%
DERMICI BAMBINI	1%	5%	0%	5%	3%
IGIENE BOCCA	-	8%	0%	16%	9%
CONFEZIONI REGALO	-	-	5%	-	-
COFANETTI TRUCCO	-	-	1%	-	-



EVOLUZIONE DEL FENOMENO “GREEN” NEL COSMETICO: I LANCI*

Nel 2017 l'offerta di cosmetici cosiddetti *green* in Italia (**1.955** lanci) rappresenta il **2,4%** di quella mondiale, mentre l'incidenza del green nel mercato interno è pari al **50%** del totale dei prodotti immessi in Italia. Sono valori perfettamente **allineati** con la **media mondiale**, pur avendo avuto uno sviluppo differito di circa cinque anni.

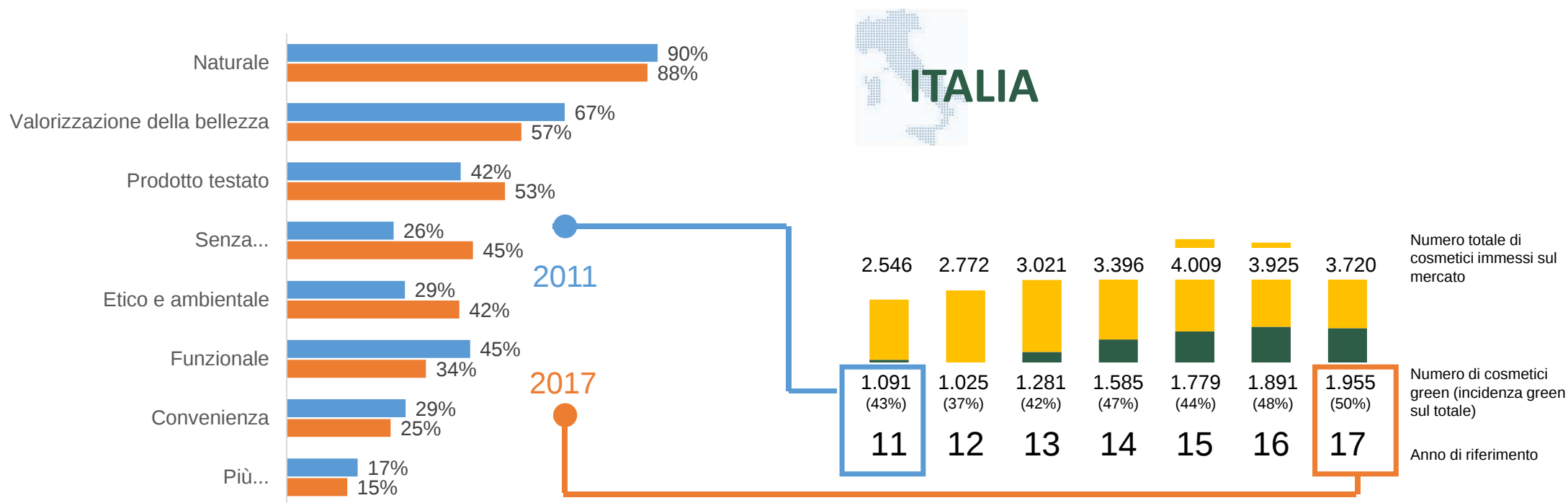


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **MINTEL**

* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

EVOLUZIONE DEI CLAIM NEI LANCI* DI COSMETICI “GREEN” IN ITALIA

Evoluzione della scomposizione dei claim dei cosmetici a connotazione naturale immessi sul mercato italiano nel 2011 e 2017
(addensamenti in percentuale per totale referenze green)

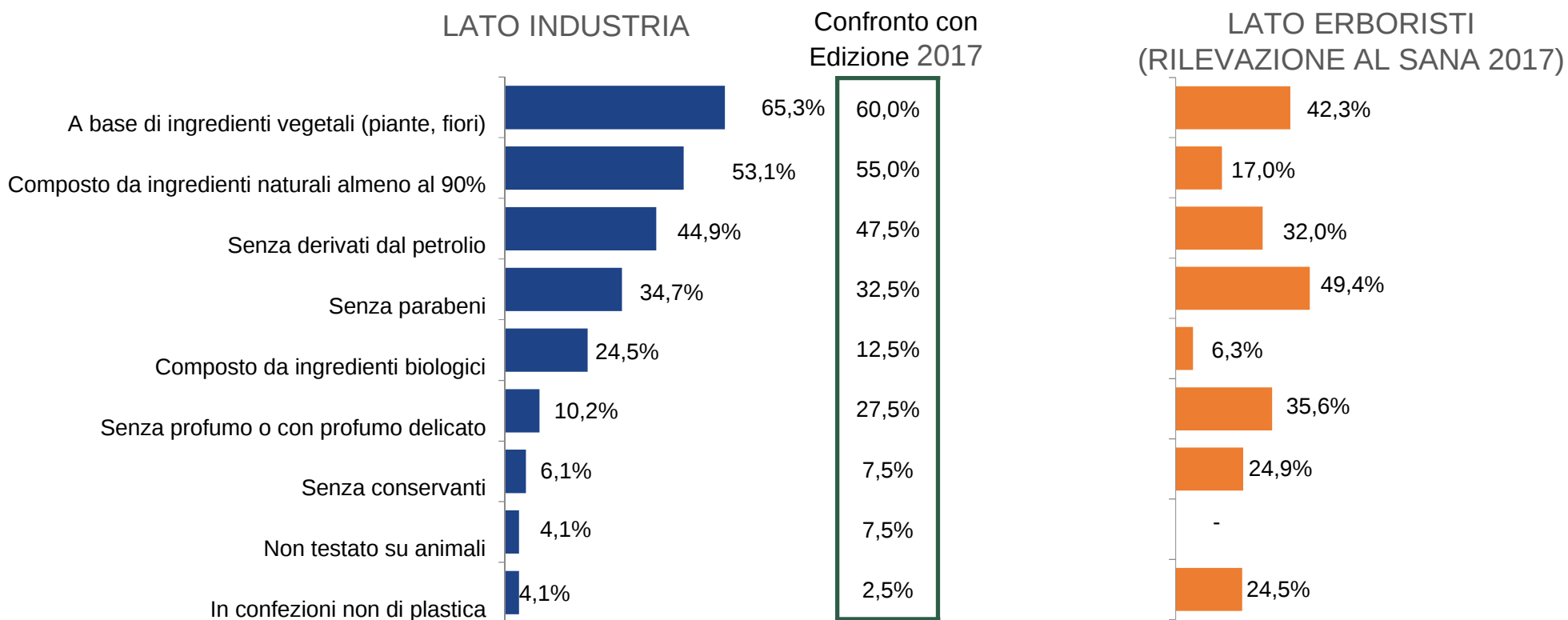


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **Mintel**

* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

COSMETICI NATURALI: IDENTIKIT NEL 2018

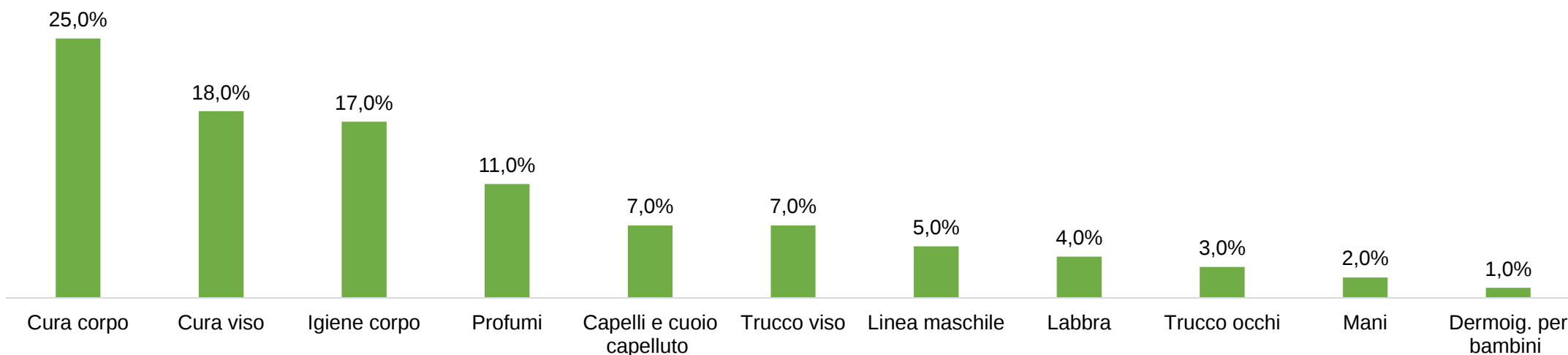
Principali caratteristiche che definiscono un cosmetico naturale



MERCATO (SELL-OUT) GREEN NELLE CATEGORIE DI PRODOTTO NEL 2017

Il valore del mercato green nel mondo nel 2017 è stimato a **45.800** milioni di euro, in Italia supera i **1.100** milioni di euro.

Ripartizione % dei consumi di cosmetici green in Italia per categoria nel 2017



COSMETICI DEFINITI «GREEN» E COSMETICI «DA ERBORISTERIA»

«Tutti i prodotti cosmetici venduti in erboristeria sono **green**; non tutti cosmetici **green** sono venduti esclusivamente in erboristeria.»

Le valutazioni del Centro Studi in effetti rilevano per il 2017:

- 440 milioni di euro venduti in Erboristeria;
- 660 milioni di euro venduti in altri canali: farmacia, parafarmacia, grande distribuzione, bioprofumerie, monomarca di proprietà e negozi in franchising e venduti con modalità e-commerce.
- Per un **totale mercato green di 1.100 milioni di euro**

IL LUOGO D'ACQUISTO IDEALE PER I COSMETICI GREEN

CARATTERISTICHE ESSENZIALI



- ***Spiegazioni dei prodotti in evidenza***
- ***Semplificare il più possibile la comprensione degli ingredienti***
- ***Dare informazioni a 360° sul prodotto e modalità d'uso, comprese info su produzione ed azienda.***



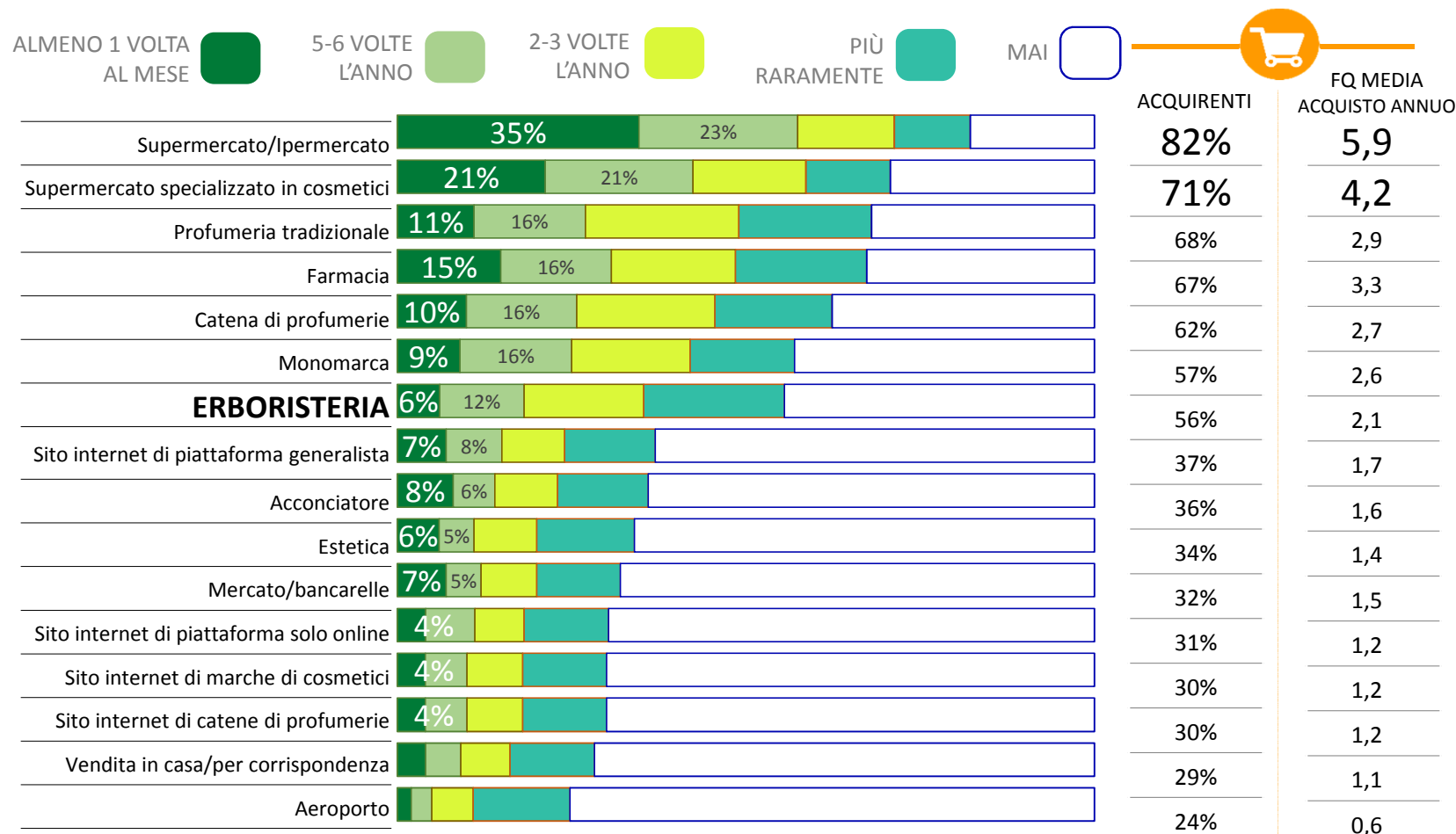
- ***Servizio di assistenza preparato***
- ***Creazione di un rapporto di fiducia***
- ***Servizio di assistenza disponibile al bisogno***

- Esperienza: fornire un'esperienza d'acquisto sensoriale che sia coerente con la greenness, attraverso percorsi tematici, profumi e test di prodotto
- Personale preparato essenziale.

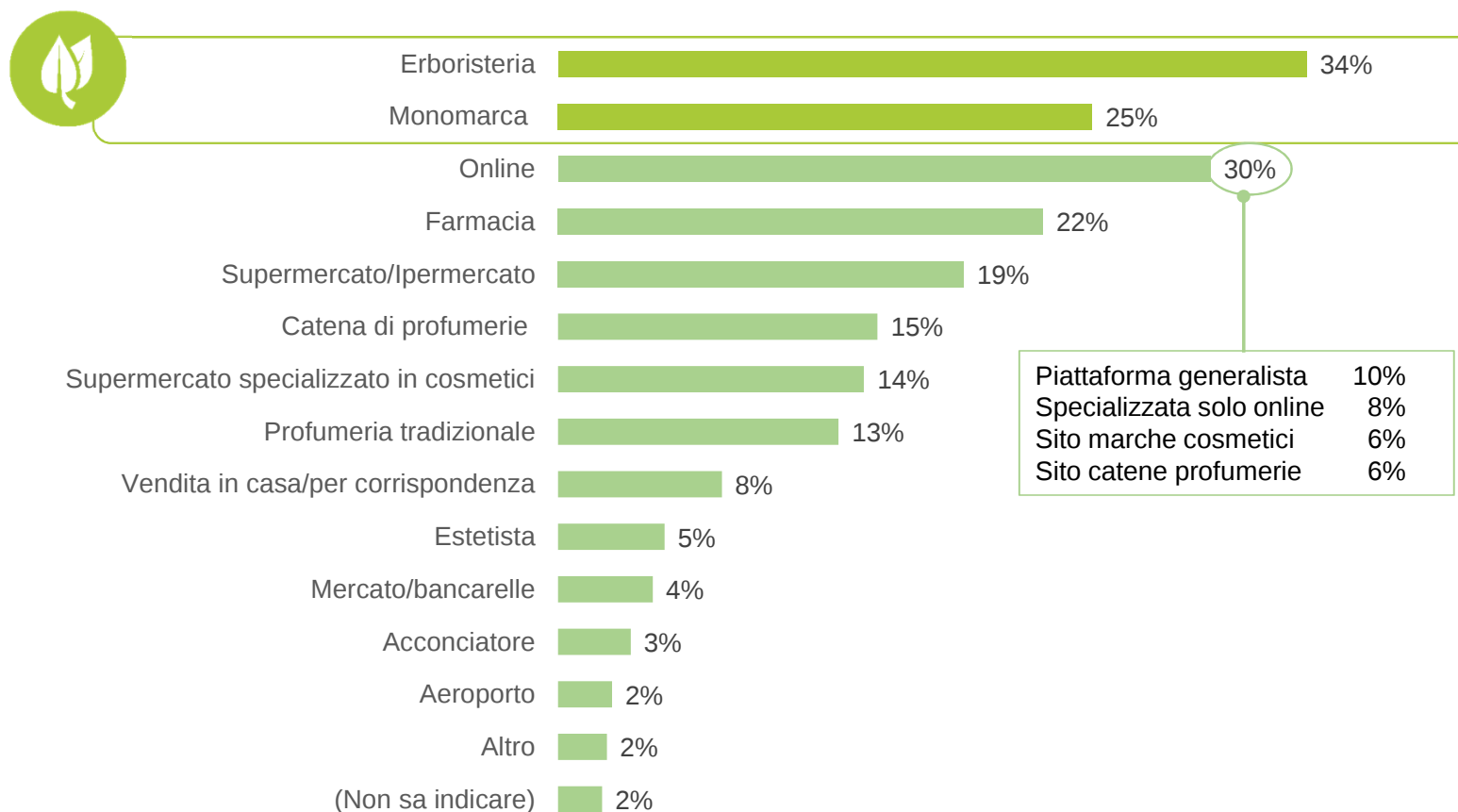


- Diverse modalità di pagamento (PayPal, contrassegno, carte prepagate etc...)
- Spedizioni veloci e con possibilità reso in caso di insoddisfazione (importante cercare di ricreare il test possibile in negozio)

L'ACQUISTO DI COSMETICI NEI DIVERSI CANALI



PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO DI COSMETICI A CONNOTAZIONE NATURALE



PROFILO DELLA CLIENTELA DI COSMETICI A CONNOTAZIONE NATURALE

	 UOMO	 DONNA	 15-24 ANNI	 25-44 ANNI	 45-64 ANNI	 65 ANNI e più
Erboristeria	21%	27%	17%	22%	28%	32%
Monomarca	13%	16%	18%	16%	14%	9%
Farmacia	12%	14%	13%	11%	15%	14%
Online	10%	9%	11%	17%	3%	4%
Supermercato specializzato in cosmetici	7%	7%	9%	7%	6%	5%
Supermercato/Ipermercato	13%	6%	9%	6%	10%	11%
Catena di profumerie	6%	5%	6%	6%	6%	5%
Profumerie	8%	4%	5%	4%	5%	8%
Altri canali	10%	12%	12%	11%	13%	12%

PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO DI COSMETICI: CONFRONTI

	COSMETICI NATURALI GREEN 	PRODOTTI PER LA DETERSIONE E LA CURA DELLA PELLE DEL VISO 	PRODOTTI PER L'IGIENE DEL CORPO 	PRODOTTI PER IL CORPO 	PRODOTTI COSMETICI VISO 	PRODOTTI COSMETICI DA UOMO 	PROFUMI E EAU DE TOILETTE 	PRODOTTI PER I CAPELLI 
Erboristeria	34%	14%	9%	9%	7%	7%	6%	7%
Online	30%	22%	10%	9%	18%	12%	14%	9%
Monomarca	25%	21%	10%	9%	32%	9%	10%	8%
Farmacia	22%	31%	19%	20%	17%	11%	6%	12%
Supermercato	19%	39%	66%	58%	20%	65%	17%	60%
Catene profumerie	15%	25%	13%	15%	32%	13%	34%	11%
Supermercato specializzato	14%	30%	33%	33%	31%	27%	17%	31%
Profumerie tradizionali	13%	24%	11%	16%	25%	18%	46%	11%

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA DELL'ERBORISTERIA TRADIZIONALE



PUNTI DI FORZA

Maggior assortimento di cosmetici naturali (48%)

Personale competente per prodotti naturali (39%)

Marche diverse, che non trovo altrove (23%)

Rapporto amicale/di fiducia (22%)



PUNTI DI DEBOLEZZA

Poche marche (18%)

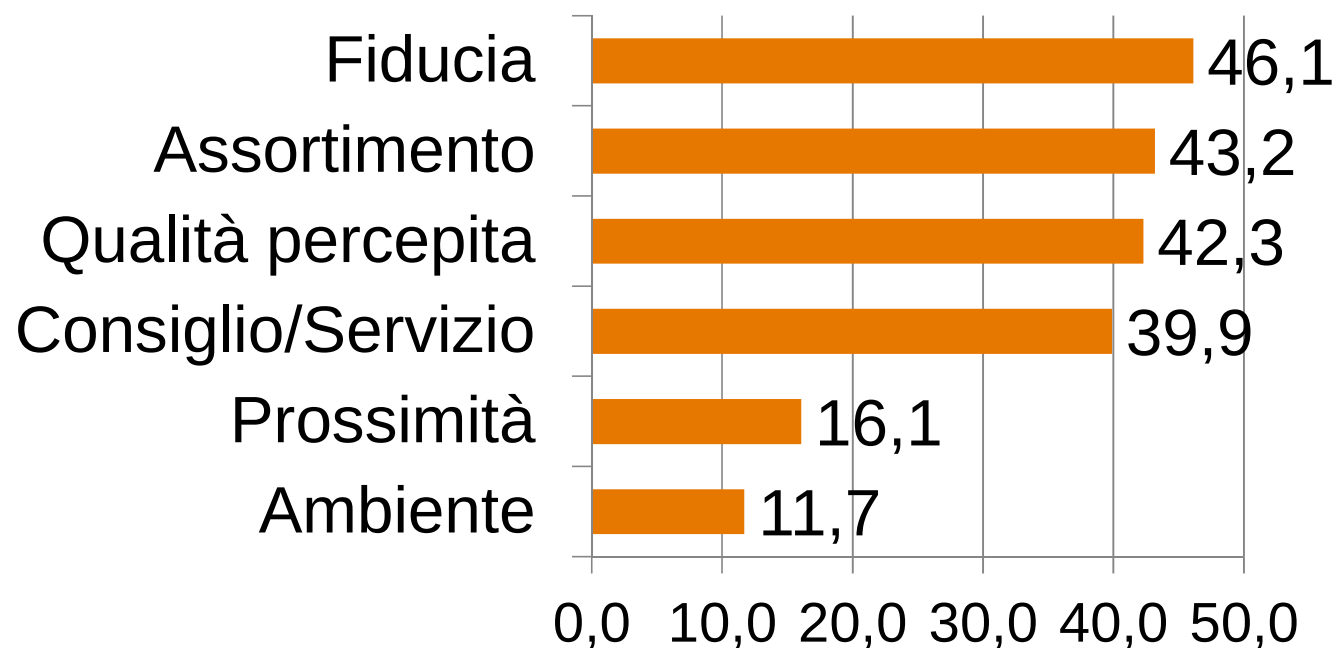
Scarsità di profumi/profumi poco gradevoli (15%)

Scarso assortimento di altri tipi di cosmetici (11%)

Personale poco competente (5%)

A quali caratteristiche in particolare fa attenzione in un punto vendita?

Base rispondenti: 915; se durante l'anno acquista cosmetici naturali



LE PREVISIONI DEL COSMETICO «GREEN» IN FUTURO

IL PACK DEL FUTURO È BIO, INTELLIGENTE E CONSERVA IL PRODOTTO PER LUNGO TEMPO

I Macro-trend di prodotto

Il prodotto cosmetico del 2027: eco e bio-friendly, etico e personalizzato

L'innovazione punta verso il naturale e cerca l'efficacia

I Consumatori si aspettano prodotti Bio, Economici ed Ecologici mentre le aziende guardano con maggior interesse ai temi della Sicurezza e della Lunga Durata

Packaging bio-degradabile, più contenuto che contenitori

Ma anche intelligenti e capaci di conservare il prodotto a lungo (per le Imprese) e sempre acquistabili come “ricarica” di un contenitore (per i Consumatori)

Grazie

Gian Andrea Positano

Responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia

Bologna, 8 settembre 2018