

BEAUTY TREND WATCH

Agosto 2016

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Biologico: keyword del consumatore e claim in Italia

Il mercato biologico è in forte espansione. Secondo le stime Ismea, nel 2015, i consumi a livello nazionale, food e non food, sono stati di oltre 2,4 miliardi di euro. Proiettando i dati Ismea è possibile stimare il mercato biologico non alimentare nella GDO a 296 milioni di euro nel 2015 con quasi sei punti percentuali di allocazione delle vendite nel canale farmacia ed erboristeria. Con riferimento al mercato cosmetico, il biologico segue un trend del tutto analogo al mercato bio generale (alimentare e non), come è dimostrato dall'interesse dei naviganti del web nei confronti dei prodotti cosmetici a connotazione biologica, secondo le analisi di Google Trend.

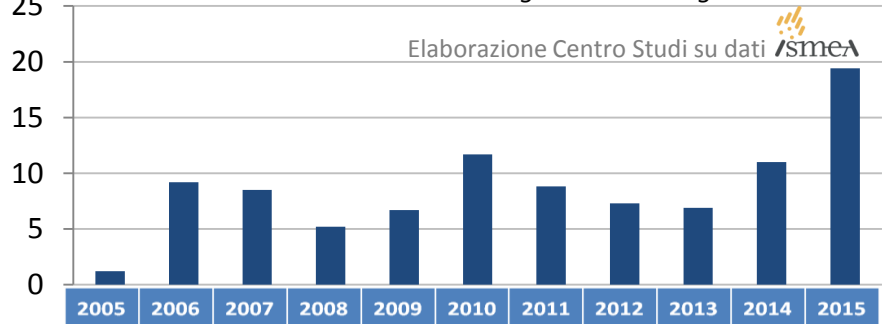
Evoluzione dell'interesse di ricerca del termine **Biologico** nel motore di ricerca Google

(Ricerca declinata alla categoria Bellezza nel periodo 2005 - 2015)



Variazione % di anno su anno dei consumi di Biologico* in valore nella GDO

*Consumi relativi a tutte le categorie merceologiche



Infatti nel corso degli anni, tra le parole chiave del comparto cosmetico, hanno assunto un ruolo sempre più importante i riferimenti al mondo del naturale, e con essi il biologico.

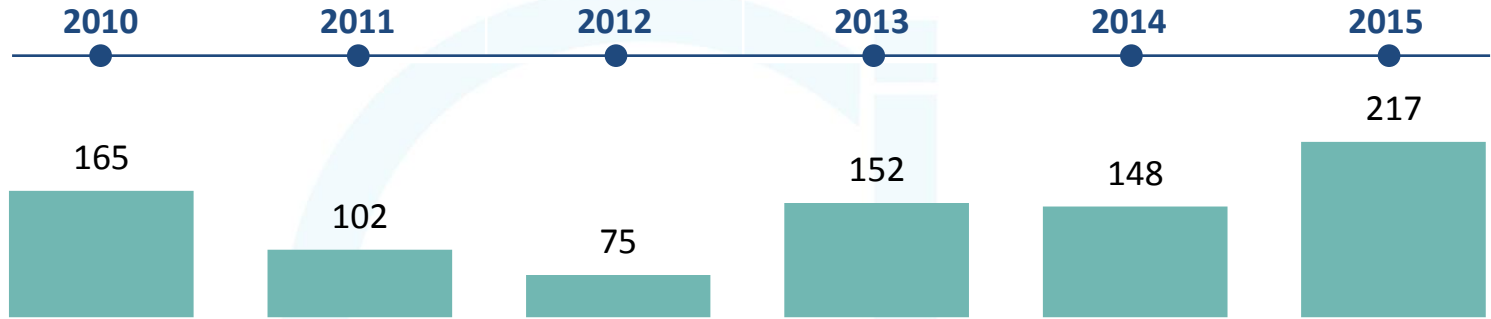
Si ha quindi, sia dal lato offerta che dal lato domanda, un interesse generale al naturale, compreso il mondo bio.

Importanza prevista dagli operatori circa le parole-chiave dei prossimi anni



Emerge anche da parte degli operatori del mercato cosmetico, intervistati dal Centro Studi, un'importanza sempre più marcata nei prossimi anni del **green**, tra cui **naturale**, **biologico** e **sostenibilità**. Anche l'analisi svolta con il database GNPD di **Mintel** avvalorava questo fenomeno. A livello di lanci di prodotti cosmetici, si assiste a un ciclico ma progressivo aumento di prodotti messi sul mercato con attenzioni sempre più dedicate alle categorie **shampoo**, **saponi liquidi**, **deodoranti** e **fragranze donna**. Nella tabella che segue, in grassetto, i pesi % di categoria più dinamici.

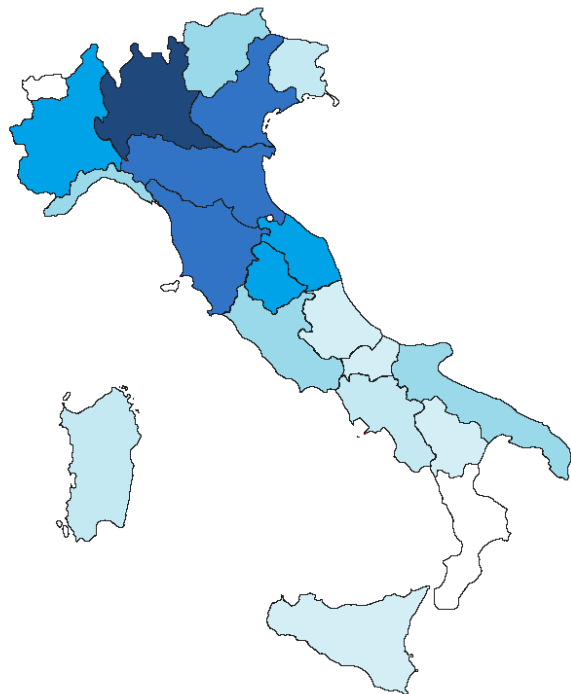
Lanci di prodotti cosmetici con claim *Biologico* in Italia



Peso % delle categorie di prodotto negli anni

Categoria	2010	2011	2012	2013	2014	2015
cura del corpo	19%	18%	28%	18%	18%	18%
prodotti da doccia	12%	22%	19%	20%	17%	15%
cura del viso e del collo	22%	15%	13%	13%	9%	12%
shampoo	9%	6%	7%	10%	10%	11%
saponette	1%	1%	1%	3%	8%	7%
sapone liquido	2%	2%	-	1%	3%	6%
trattamenti per i capelli	6%	3%	5%	4%	4%	4%
deodoranti	2%	4%	1%	4%	3%	4%
fragranze donna	2%	0%	-	3%	1%	4%
altro	25%	30%	25%	25%	26%	21%

Concentrazione regionale delle aziende produttrici di prodotti cosmetici biologici



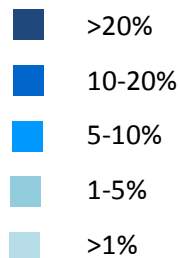
Attraverso la banca dati Biobank si è ulteriormente entrati nel dettaglio, analizzando, nel nostro territorio, la distribuzione delle aziende produttrici anche di prodotti cosmetici biologici.

Si nota come nell'area centro-settentrionale dell'Italia ci sia la concentrazione maggiore di questa tipologia di aziende.

Le prime quattro regioni, raggruppano il 63% delle aziende produttrici di cosmetici biologici, la sola Lombardia ne detiene il 24%, seguono Emilia-Romagna (15%), Toscana (13%) e Veneto (12%).

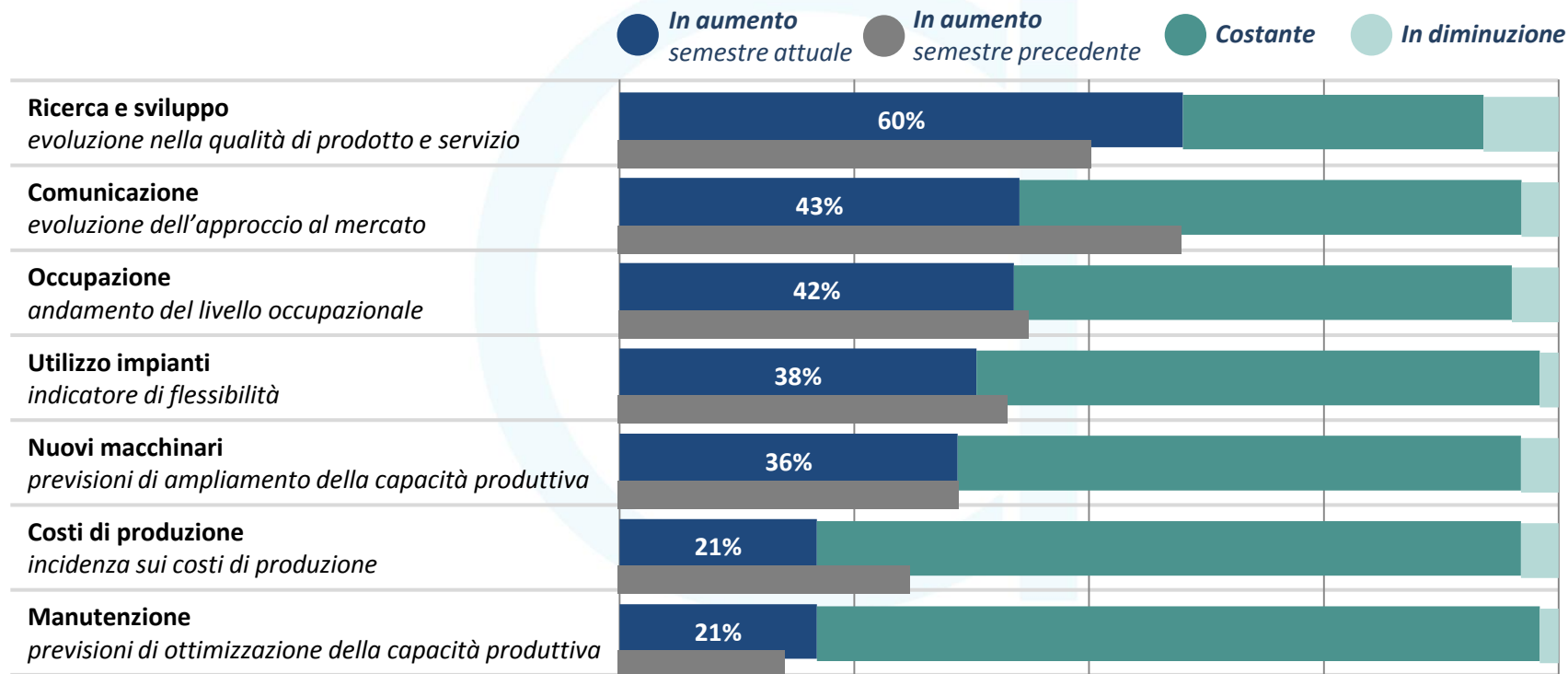
Le province di Milano, Bologna e Torino, detengono la maggiore concentrazione di aziende in campo bio.

Concentrazione %



Gli investimenti delle aziende

Dinamiche industriali espresse relative al primo semestre 2016 dagli operatori del mercato cosmetico



Fonte: Centro Studi.

La ripresa dell'attività dopo la pausa estiva tiene conto anche dei confortanti esiti della rilevazione congiunturale dello scorso luglio. In particolare l'evoluzione degli indicatori industriali offre uno scenario dinamico in positiva tendenza. Ad eccezione degli **investimenti in comunicazione**, nella sintesi delle interviste agli imprenditori, tutti gli indicatori hanno visto la tenuta, in positivo, dei trend rispetto al semestre precedente, che aveva peraltro registrato andamenti ottimistici. In particolare gli investimenti in **ricerca e innovazione** sono previsti in aumento dal 60% degli intervistati (erano il 50% nella precedente rilevazione), in tenuta dal 32%, mentre solo l'8% segnala un prevedibile calo. Significativo anche il trend del **grado di utilizzo degli impianti**, l'indicatore che spiega la capacità e la flessibilità di produzione: la conferma di incremento arriva dal 38% degli intervistati, il 60% segnala andamenti costanti, mentre solo il 2% ne prevede una diminuzione. Altrettanto importanti, per il riflesso sulla crescita economica del settore, sono gli investimenti in **nuovi impianti**, espressione dell'allargamento della capacità produttiva, previsti in aumento dal 36% delle imprese, costanti dal 60% e in diminuzione solo dal 4%.

Il quadro generale della cosmetica italiana offre sicuramente prospettive più dinamiche rispetto alla media dell'industria manifatturiera nazionale, basti pensare che, alla luce delle ultime rilevazioni ISTAT, il grado di utilizzo degli impianti medio è prossimo al 77%, mentre nella cosmetica italiana si supera l'80%.