

B BEAUTY **T** TREND **W** WATCH

OTTOBRE 2018

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA

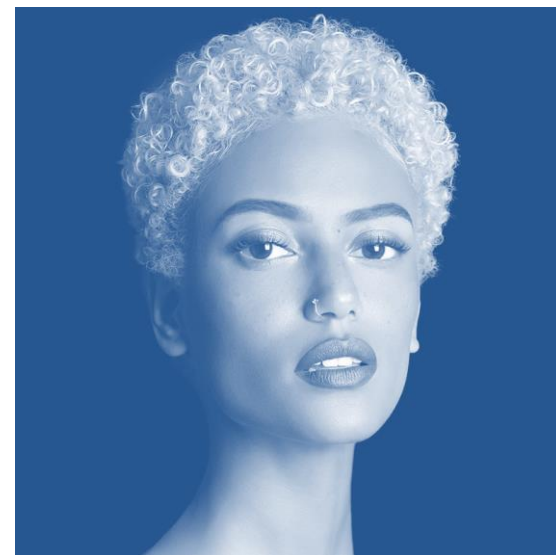


COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

LA MESCOLANZA DEI CANONI DI BELLEZZA

Il colore della pelle e dei capelli non identifica più nulla, tutto si mescola e si libera dei pregiudizi. Partendo da questa provocazione, in contrapposizione con il ciclo di trend che ha registrato l'accentuazione dei tratti somatici e l'enfasi alla bellezza etnica, si assiste ad un ritorno dell'omologazione dei canoni estetici ma con un retaggio diverso: la combinazione di riferimenti e la creazione di nuova bellezza non genera uno standard normale ma, anzi, ne valorizza l'origine. Etnico, naturale, sofisticato, storico, latino, vintage, nordico, ... le coniugazioni dei modelli di bellezza trionfano per la loro diversità senza sembrare oramai fuori luogo: l'evoluzione della comunicazione e l'accelerazione delle fonti di informazione, propongono canoni e stili di vita che sono fatti propri dai nuovi e vecchi consumatori. Il Centro Studi monitorerà nei prossimi mesi questo trend con il supporto di fornitori e partner specializzati nel cogliere queste nuove tendenze.



EVOLUZIONE E RIVOLUZIONE IN FARMACIA

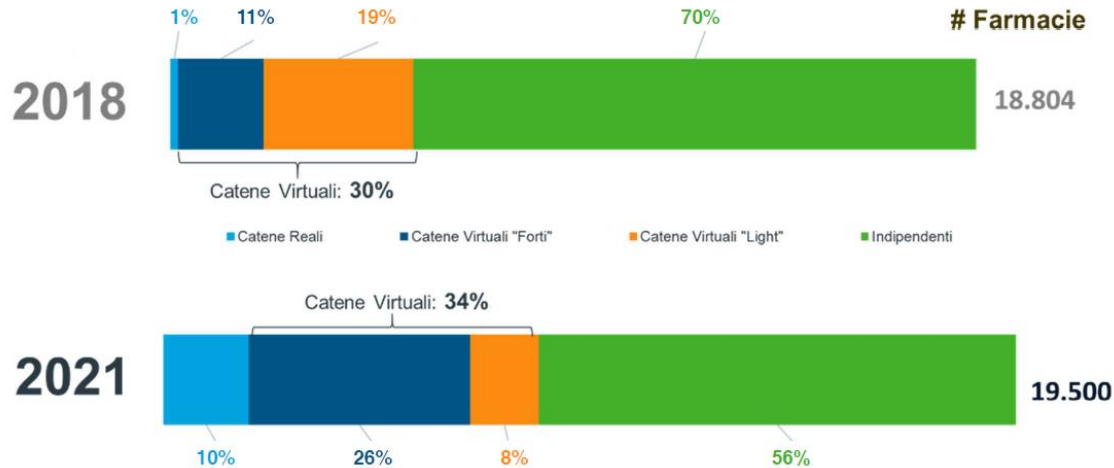
Il modello di business della farmacia si differenzia fortemente per paese e, all'interno degli stessi confini nazionali, spesso presenta dinamiche e strategie opposte. Un esempio, accelerato dal Ddl concorrenza, è rappresentato dall'Italia, dove la farmacia rimodula la propria organizzazione, sia sul piano commerciale che organizzativo.

Lo scenario del canale farmacia in Italia nel 2017

			
Aperture farmacie	Espansione catene di farmacie	Distribuzione intermedia	Nuovi player e nuovo modello della farmacia
+650 nuove farmacie da inizio 2017, trend in crescita nei prossimi anni	1 farmacia su 3 già associata in catene virtuali, ~10% farmacie parte di catene di proprietà nei prossimi 2-3 anni	Concentrazione della quota di mercato, continua riduzione del numero di grossisti	Affermazione di nuovi modelli di vendita (e-commerce +17% nel 2017), sviluppo della farmacia dei servizi

IQVIA prevede che nei prossimi tre anni le farmacie tradizionali migreranno a favore delle cosiddette «catene virtuali» nella logica di essere più competitive grazie a economie di scala per prezzo e logistica.

Previsione della ripartizione tra catene e farmacie indipendenti nei prossimi tre anni in Italia

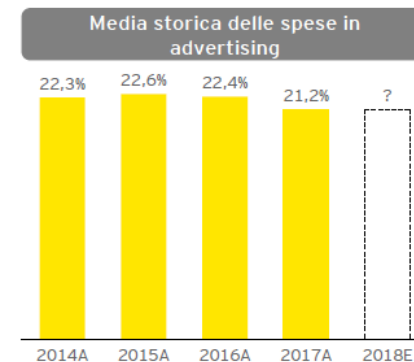
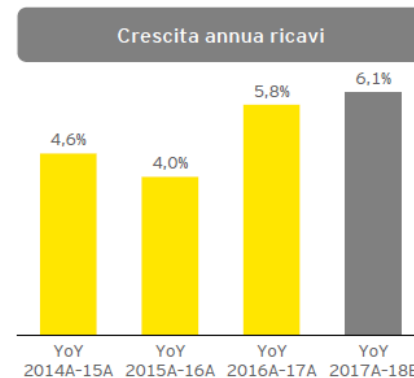


TREND E ATTIVITÀ M&A NELLA COSMETICA

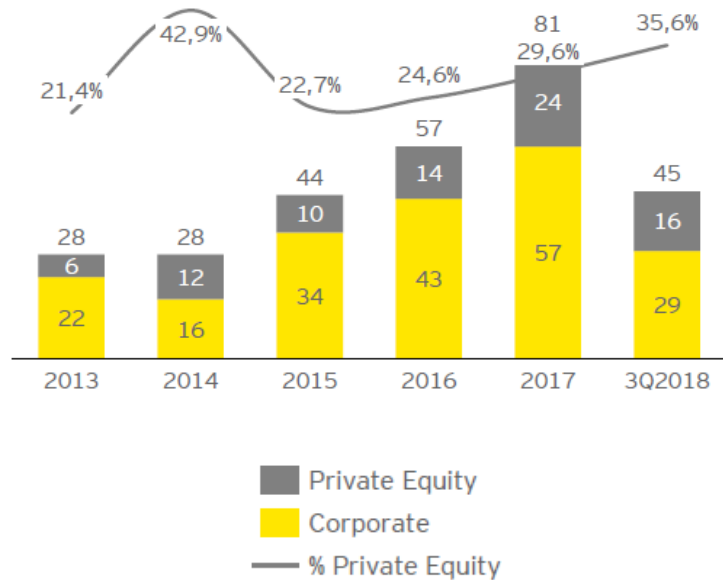
I principali operatori del settore a livello globale si stanno espandendo nei mercati emergenti in Asia-Pacific e America Latina, mercati trainati dall'aumento dei livelli di reddito. Nei prossimi anni, la multicanalità sosterrà la crescita tramite e-commerce, negozi a gestione diretta (DOS) e canali di vendita al dettaglio.

In questo contesto evolutivo, la crescita dei ricavi è determinata da altri trend di consumo: *premiumization*, un uso più frequente del trucco tra i millennial e la Generazione Z, l'incremento della *middle class* nei mercati emergenti e del *travel retail*, e la diffusione di nuovi prodotti e marchi di nicchia.

Il settore cosmetico in Italia rimane caratterizzato da un alto tasso di spesa per pubblicità, ampiamente superiore alla media degli altri settori, che prevede una forte componente social attraverso l'utilizzo di testimonial e blogger.



Numero di transazioni a livello globale (2013-3Q2018)



Come conseguenza delle ottime performance registrate dall'industria cosmetica, il settore mostra un costante aumento delle transazioni finanziarie effettuate negli ultimi 5 anni. Infatti, anche i fondi di *private equity* hanno iniziato a considerare le opportunità nel settore, spinti dal macro trend positivo, dalla crescita e dagli ottimi livelli di redditività delle aziende e dall'interesse al consolidamento dei principali operatori.