

Beauty Trend Watch e indicatori analisi di bilancio

GIAN ANDREA POSITANO
Centro Studi Cosmetica Italia

Milano, 1 febbraio 2017



DIAMO I NUMERI... OLTRE A 50 ANNI

32 — 81 — 2.300 — 57

questa è la 32^a
presentazione
della
Congiunturale

sono le risposte al
questionario online
delle aziende
associate a
Cosmetica Italia
(da 5 anni
completamente online)

è la soglia, in milioni
di euro, prevista per il
saldo commerciale
tra import ed export
nel 2016

sono i giorni di
giacenza media nel
magazzino di una
impresa cosmetica

IL CENTRO STUDI DEL FUTURO

BEAUTY TREND WATCH

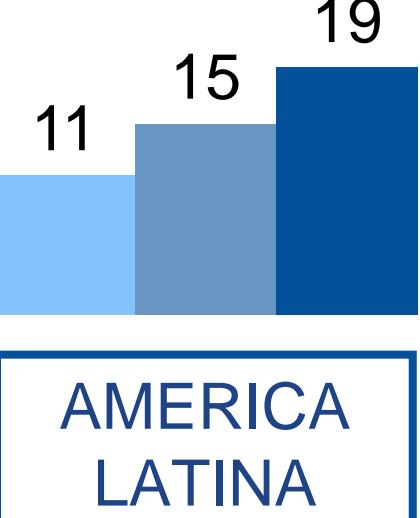
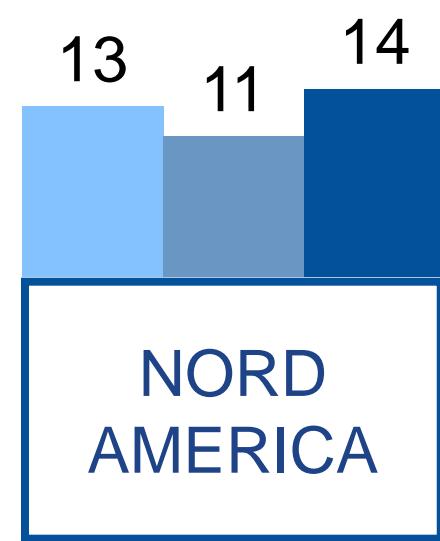
Il nuovo progetto dedicato a studi e approfondimenti sui principali trend cosmetici. Ogni mese viene inviata una newsletter con veloci flash sulle ultime tendenze.



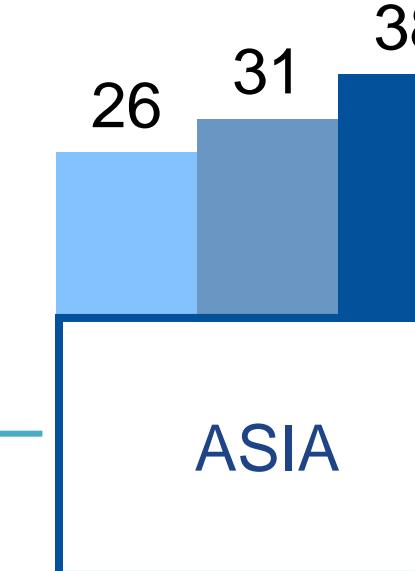
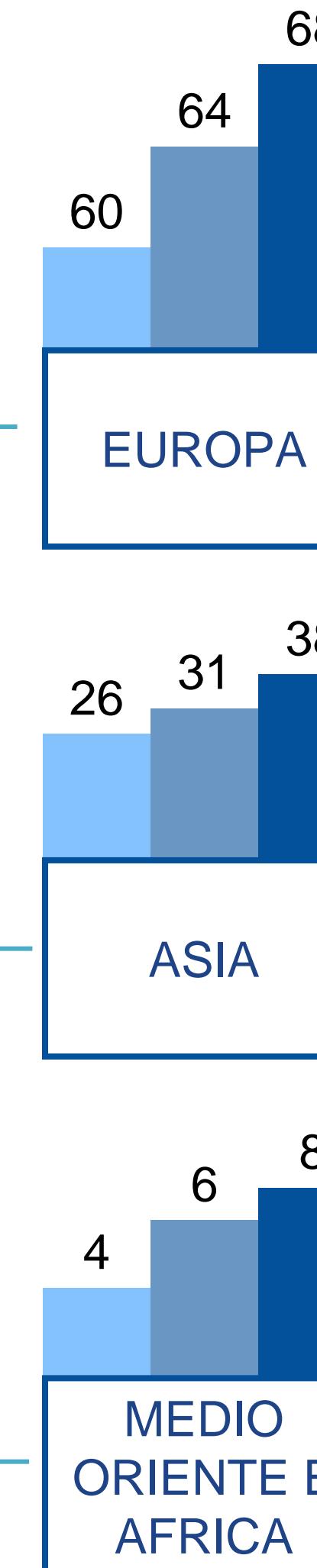
LANCI SUL MERCATO DI COSMETICI NEL MONDO

Valori in migliaia di prodotti

- 2014
- 2015
- 2016



146 mila cosmetici lanciati sul mercato
nel **2016** (+16% rispetto al 2015), di cui
92 mila nuovi prodotti



Elaborazione Centro Studi su dati **MINTEL**

I TREND IN ATTO NEL MONDO

AD OGNI CATEGORIA LA SUA EVOLUZIONE

CAPELLI

ETNICO

PROTEZIONE E ALL-IN-ONE
INGREDIENTI ATTIVI



PELLE

DERIVAZIONE BIOLOGICA
PRODOTTI MODULABILI



SOSTITUTI ALLE MICROPLASTICHE

CORPO

PACKAGING E APPLICATORI INNOVATIVI
FORMATI ON-THE-GO
ANTI-AGING E SOLARI



MAKE-UP

IBRIDAZIONE DI COMPARTI E CANALI
MULTIFUNZIONE E RISPARMIO TEMPO
NEW SHOPPING EXPERIENCE



IGIENE ORALE

FUNZIONALE E SBIANCANTE PER MILLENNIALS
FORTI INVESTIMENTI NEL SEGMENTO BABY



FRAGRANZE

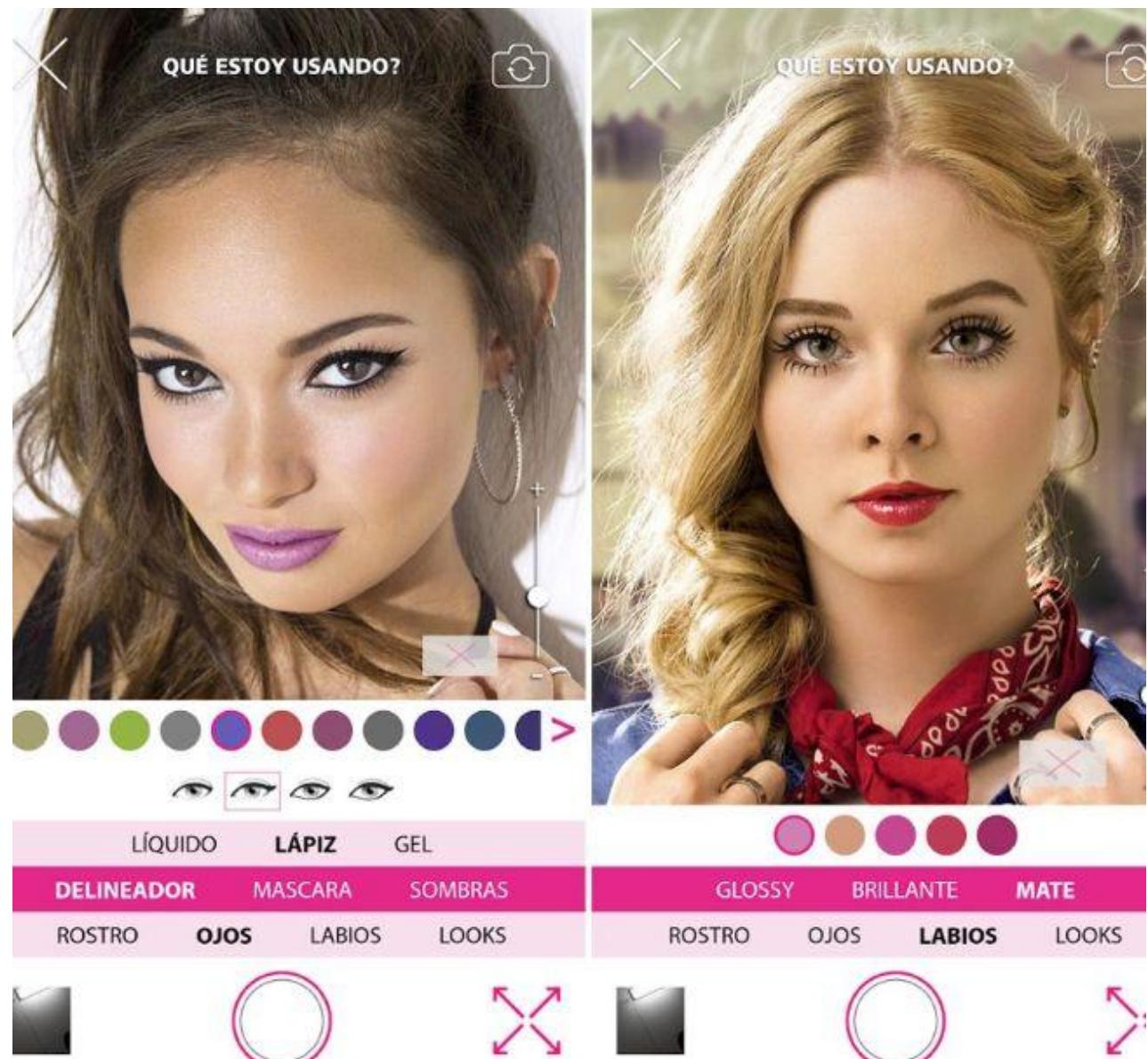
ESSENZE NATURALI
CAMBIO NOTE DURANTE IL GIORNO
NO GENDER



I TREND IN ATTO NEL MONDO

INTELLIGENZA ARTIFICIALE A PORTATA DI APP

Effetti verosimili di eyeliner, mascara, fondotinta, rossetto e fard a partire da un selfie degli utenti



E NEI PROSSIMI 5 ANNI?

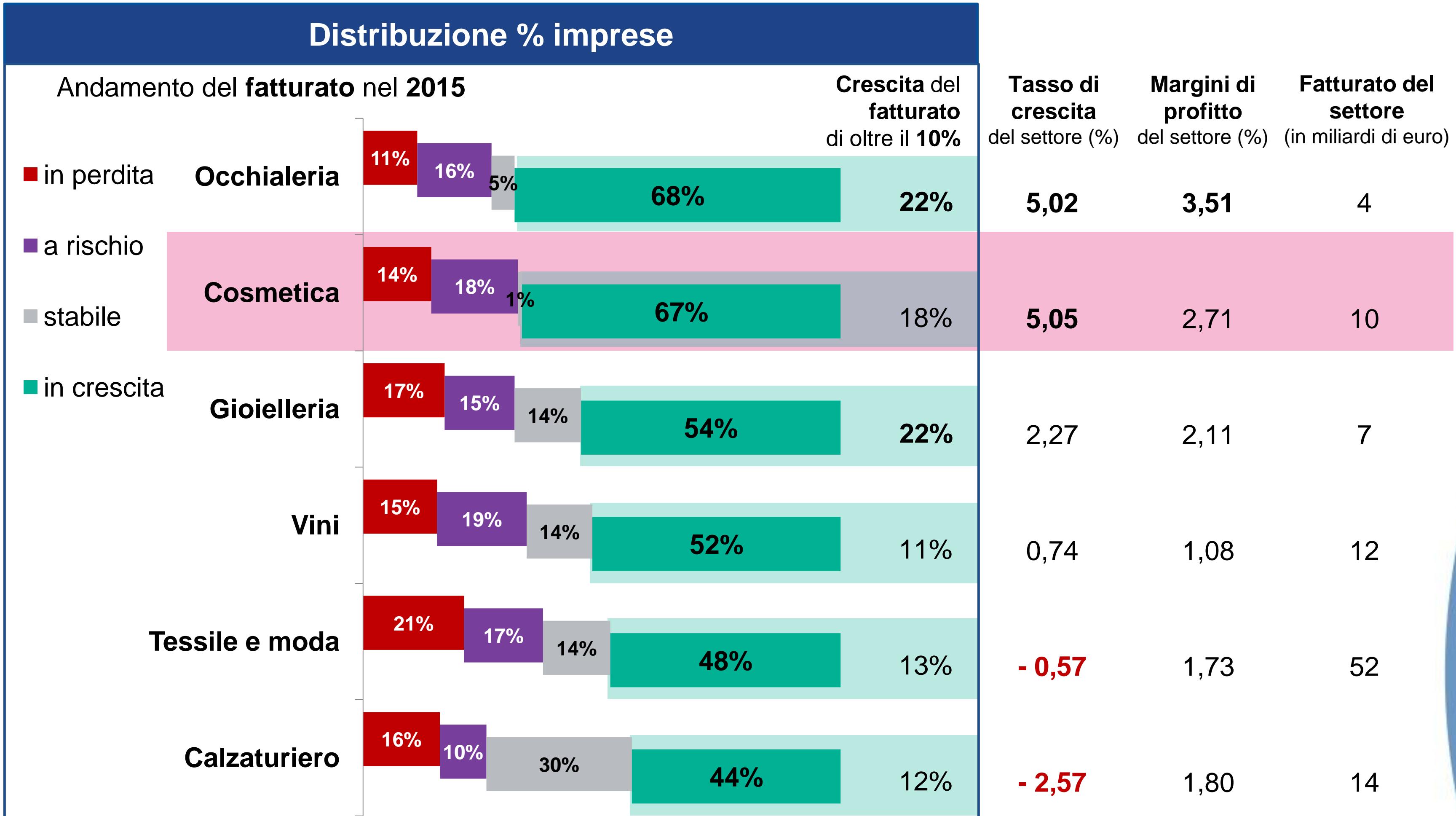
CLAIM FUNZIONALI

Aumento della domanda di prodotti make-up con benefici di protezione e idratazione

NUOVE TEXTURE

gel, gelatine, polveri umettanti e polveri trasformanti che combinano più effetti benefici in un prodotto solo . Texture liquide come creme e oli che danno idratazione e facilità di dosaggio si potranno trasformare in polveri per un look matte, naturale e finito.

ANALISI INDICI DI BILANCIO: CONFRONTO CON SETTORI INDUSTRIALI CONTIGUI

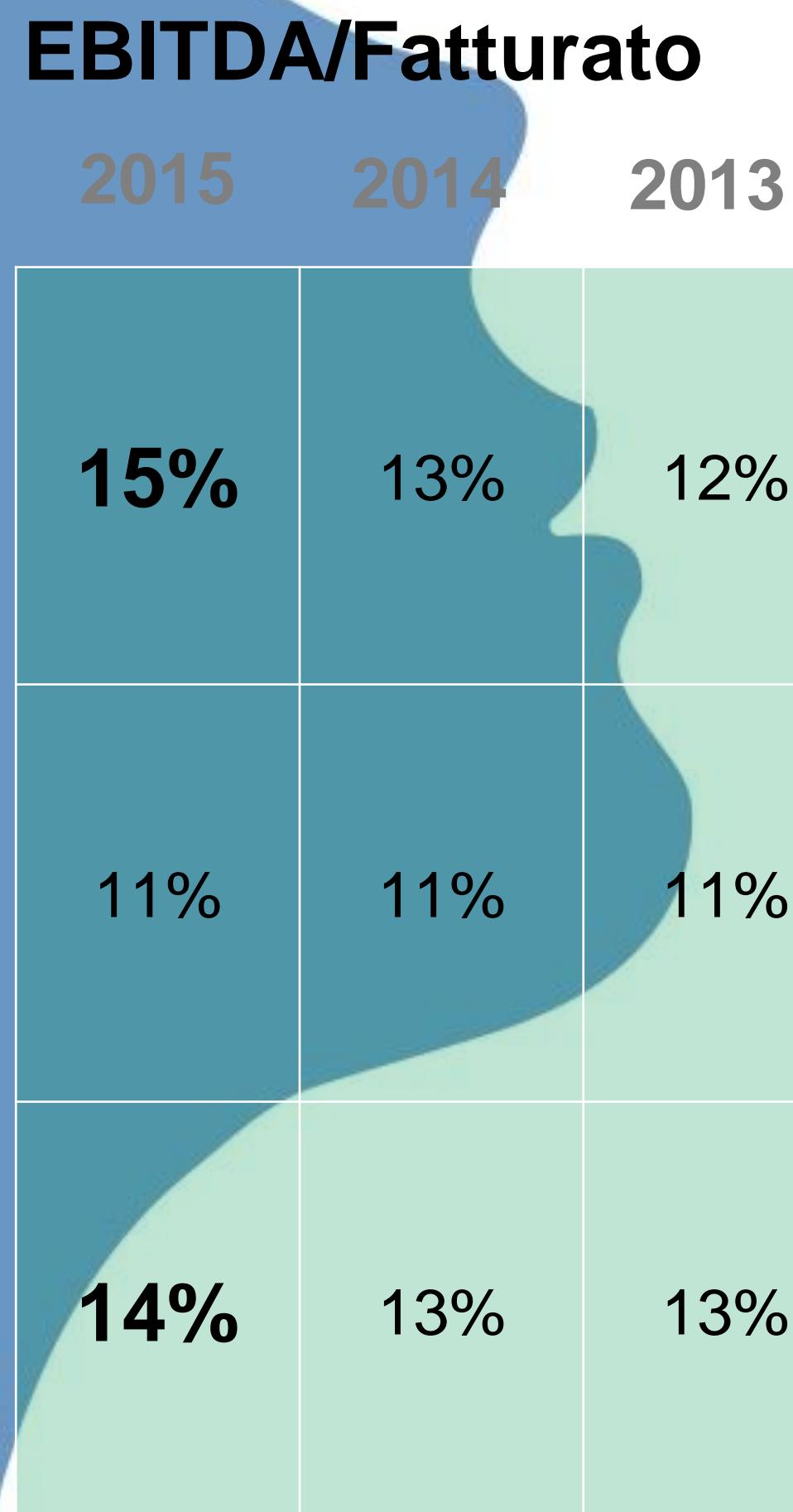
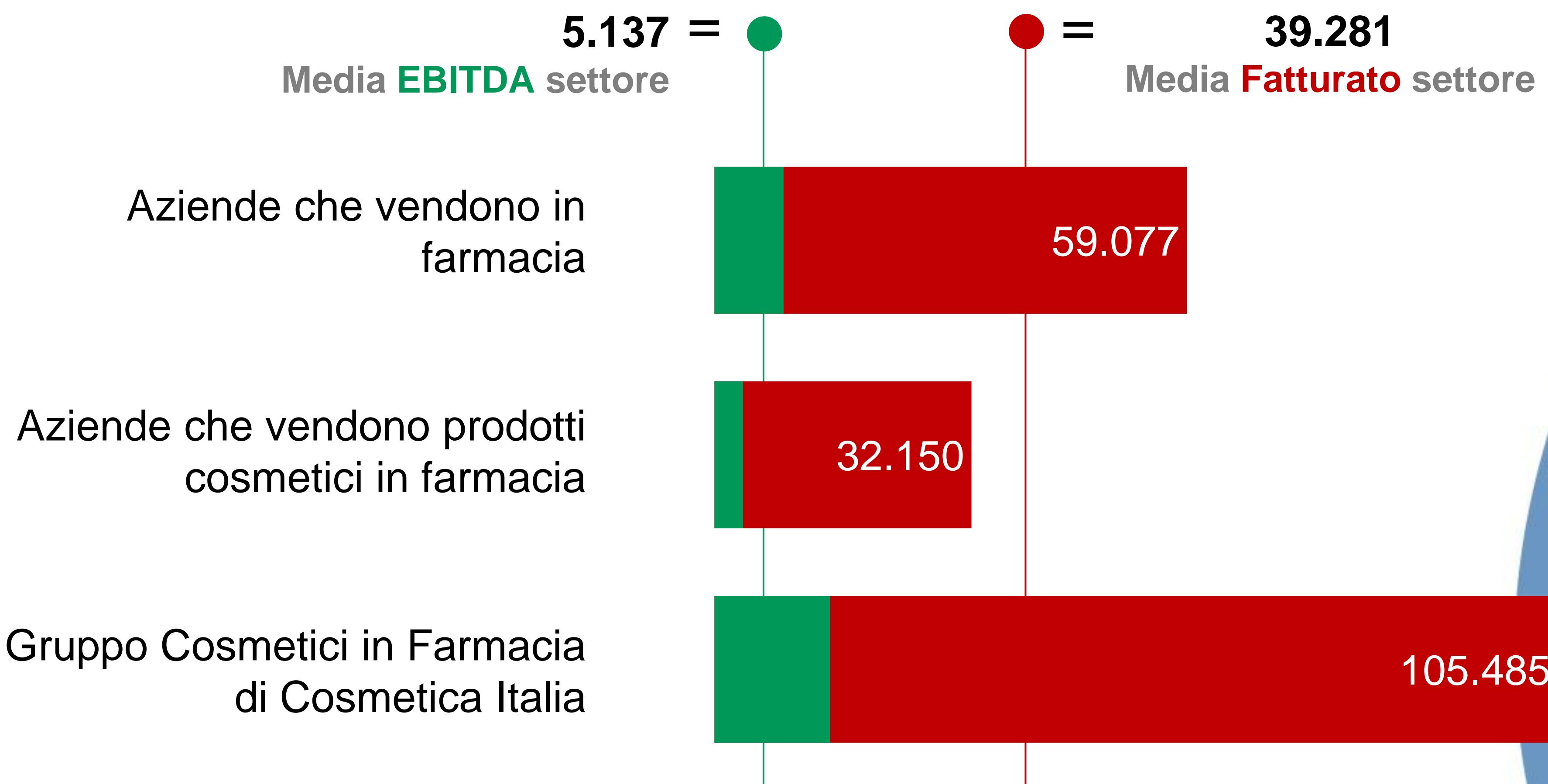


EVOLUZIONE DEI PRINCIPALI INDICATORI NELLA COSMETICA

INDICATORI	VALORE MEDIO 2015	VAR. O DIFF.		VALORE MEDIO 2008	VAR. O DIFF. '15-'08
		PUNTI% '15-'14	PUNTI% '14-'13		
Fatturato (mogl. euro)	37.511	+4,9	+1,6	34.044	+10,2
EBITDA (mogl. euro)	4.468	+8,8	+6,1	4.326	+3,3
EBITDA/Fatturato (indice)	11,9	+0,4	+0,4	12,7	-0,8
ROS - Redditività delle vendite (indice)	4,2	+0,3	+0,2	4,1	+0,1
ROI - Redditività del capitale investito (indice)	4,9	+0,9	-0,6	5,1	-0,2
ROE - Redditività del capitale proprio (indice)	8,5	+1,8	+3,2	5,6	+2,9
Copertura degli immobilizzi (indice)	6,0	+0,3	+1,5	4,4	+1,6
Costo lavoro per addetto (euro)	41.921	-0,9	+0,1	46.268	-9,4
Retribuzione media per addetto (euro)	33.626	-0,2	+2,6	33.025	+1,8
Ricavi pro-capite (euro)	371.586	-2,6	0,7	462.789	-19,7
Valore aggiunto per addetto (euro)	82.760	+1,6	+1,8	88.146	-6,1
Giorni di scorta media	57	-0,3	-2,2	77	-25,4
EBITDA/OF (indice)	4,6	+0,1	+0,1	2,4	+2,2
Leverage (indice)	3,6	-0,1	-4,0	3,5	+0,1

CONFRONTO PRE E POST CRISI

ANALISI INDICI DI BILANCIO: FOCUS CANALE FARMACIA NEL 2015



ATTIVITÀ AL COSMOPROF

DAL 16 AL 20 MARZO COSMETICA ITALIA ANIMERÀ GLI SPAZI DEL COSMOTALK
E DELLA LOUNGE DELL'ASSOCIAZIONE:

16 Marzo • **Profumeria selettiva**: routine d'acquisto e di utilizzo

- La cosmesi che verrà: **economia digitale** e nuovi linguaggi, tra ecologia e tecnologia

- **L'evoluzione** della cosmetica: industria, mercato, consumatori e abitudini d'uso da

17 Marzo oggi ai prossimi anni. Focus sul **target adolescenti**

- La filiera della **profumeria selettiva**: identità e trasformazione

- Le 4 regole fondamentali per una corretta strategia sui **Social Media + Capitale culturale** aziendale e **digital learning**

- Dalla comunicazione digitale all'**emotional marketing**: nuove modalità di consumo nel comparto cosmetico

18 Marzo • **Beauty Trends** Autunno/Inverno 18-19

- Valutazione, percezione e comportamenti del consumatore di **Cosmetici naturali**. Presentazione risultati rilevazione **Psicolinguistica**

20 Marzo • L'evoluzione della **professione dell'acconciatore**: attese e risposte della nuova generazione