

Indagine di sentiment per le imprese associate di Cosmetica Italia. I dati verranno unicamente raccolti e trattati dal Centro Studi di Cosmetica Italia in forma anonima e aggregata.

*** 1. Dati del compilatore:**

Azienda	<input type="text"/>
Nome e cognome	<input type="text"/>
E-mail	<input type="text"/>

*** 2. Fatto 100 i ricavi della vostra azienda quanta parte può essere ricondotta alla business unit cosmetica?**

(risposta singola)

- ☐ meno del 10%
- ☐ tra 10 e 20%
- ☐ tra 20 e 30%
- ☐ tra 30 e 50%
- ☐ tra 50 e 70%
- ☐ oltre 70%

*** 3. Fatto 100 i ricavi della sola business unit cosmetica c'è una singola categoria che pesa più del 50%?**

(risposta singola)

- ☐ Sì, cura capelli
- ☐ Sì, cura pelle (viso o corpo)
- ☐ Sì, detergenza (igiene corpo o orale)
- ☐ Sì, make-up (viso o mani)
- ☐ Sì, profumeria alcolica
- ☐ No, nessuna categoria supera il 50%
- ☐ Nessuna di queste siamo un'azienda della filiera

*** 4. Se nessuna categoria supera il 50%, quali sono le due categorie prevalenti, che concorrono a generare almeno il 50% dei ricavi della business unit cosmetica?**

(sono previste due risposte)

- ☐ Cura dei capelli
- ☐ Cura pelle (viso o corpo)
- ☐ Detergenza (igiene corpo o orale)
- ☐ Make-up (viso o mani)
- ☐ Profumeria alcolica
- ☐ Non si possono definire due categorie prevalenti

*** 5. Indicare, in percentuale, la variazione del fatturato (sell-in) della propria azienda per la business unit cosmetica:**

(variazione %)

preconsuntivo di chiusura 2025
sul 2024

previsione andamento 2026 sul
2025

*** 6. Indicare, in percentuale, la variazione stimata dei consumi (sell-out) per il mercato di riferimento cosmetico della propria azienda:**

(variazione %, per le aziende della filiera è un sentiment in ottica b2b)

preconsuntivo di chiusura 2025
sul 2024

previsione andamento 2026 sul
2025

*** 7. Quali driver, sia critici, sia di opportunità, impatteranno sul business della propria azienda?**

(scala da 1 a 4, dove 1=per niente d'impatto e 4=fortemente d'impatto)

	1	2	3	4	non saprei
FENOMENI MACRO					
politica commerciale statunitense	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rallentamento del mercato interno cinese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
espansione della beauty asiatica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
costi di produzione (impatto energia e materie prime)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rallentamento catene di approvvigionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IMPATTO REGOLATORIO					
ECGT - Empowering Consumers for the Green Transition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
direttiva Acque Reflue (UWWTD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
direttiva Packaging and Packaging Waste Regulation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Economia circolare ed Ecodesign	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
European Union Deforestation Regulation (EUDR)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AZIONI PER LA COMPETITIVITA'					
transizione digitale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sviluppo mercati internazionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sostenibilità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>