

Il questionario è scaricabile in versione pdf al seguente [link](#).

I periodi di *lockdown* condizionano i fatturati delle imprese e i valori del mercato cosmetico. È pertanto fondamentale la più allargata partecipazione a questa rilevazione per offrire un'analisi dinamica quanto più coerente con gli scenari di riferimento per il settore.

**\* 1. Dati del compilatore:**

Azienda

Nome

Cognome

Posizione in azienda

E-mail

**\* 2. Dati aziendali 2020 del solo settore cosmetico:**

*(valori in milioni di euro)*

Totale vendite complessive (fatturato)

*di cui vendite ESTERO (se presenti)*

\* 3. Principali canali di distribuzione:

- ☐ Acconciatura professionale
- ☐ Estetica professionale
- ☐ Profumeria
- ☐ Farmacia
- ☐ Erboristeria
- ☐ Mass market: grandi superfici (super e iper)
- ☐ Mass market: monomarca
- ☐ Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)
- ☐ Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)
- ☐ E-commerce
- ☐ Vendite per corrispondenza
- ☐ Vendite a domicilio (porta a porta)
- ☐ Contoterzismo



Congiunturale dell'industria cosmetica: secondo semestre 2020

*RIPARTIZIONE DEL FATTURATO, ANDAMENTO CONGIUNTURALE E PREVISIONI*

*Con riferimento ai canali distributivi selezionati alla domanda precedente.*

#### 4. PROPRIA AZIENDA : Indicare la ripartizione % del fatturato nei canali di riferimento:

*(la somma dei valori espressi deve fare 100)*

Acconciatura professionale

Estetica professionale

Profumeria

Farmacia

Erboristeria

Mass market: grandi superfici (super e iper)

Mass market: monomarca

Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)

Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)

E-commerce

Vendite per corrispondenza

Vendite a domicilio (porta a porta)

Contoterzismo

## 5. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PRECONSUNTIVO 2° SEMESTRE 2020)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 2° semestre 2020 rispetto al 2° semestre 2019:

*(indicare con il segno + o - le variazioni %)*

Acconciatura professionale

Estetica professionale

Profumeria

Farmacia

Erboristeria

Mass market: grandi superfici (super e iper)

Mass market: monomarca

Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)

Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)

E-commerce

Vendite per corrispondenza

Vendite a domicilio (porta a porta)

Contoterzismo

## 6. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PREVISIONE 1° SEMESTRE 2021)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 1° semestre 2021 rispetto al 1° semestre 2020:

*(indicare con il segno + o - le variazioni %)*

Acconciatura professionale

Estetica professionale

Profumeria

Farmacia

Erboristeria

Mass market: grandi superfici (super e iper)

Mass market: monomarca

Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)

Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)

E-commerce

Vendite per corrispondenza

Vendite a domicilio (porta a porta)

Contoterzismo

\* 7. Con riferimento alla propria azienda, indicare l'andamento del secondo semestre 2020 per:

	In forte diminuzione	In lieve diminuzione	Costante	In aumento	Non utilizzato/a
Occupazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cassa integrazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grado utilizzo impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costi di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in macchinari e impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in manutenzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in comunicazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## FOCUS: LA RIPRESA DELLE ATTIVITÀ A CAVALLO DELLE EMERGENZE COVID-19

Ogni anno il Centro Studi approfondisce un tema di rilevanza strategica per le imprese cosmetiche, così da rispondere a specifiche esigenze dettate dalle evoluzioni del mercato, o come avvenuto per questa edizione, da cambiamenti repentini dello scenario nazionale alla luce dell'emergenza Covid-19.

Questa parte dell'indagine Congiunturale vuole misurare gli effetti e le azioni adottate dalle imprese cosmetiche.

\* 8. Il nuovo equilibrio per l'azienda e per i suoi mercati di riferimento avviene:

- ☐ è già in corso
- ☐ nella seconda metà del 2021
- ☐ a partire dal 2022
- ☐ mai

## **FOCUS: le tendenze del business**

\* 9. ASPETTI POSITIVI

*(esprimere liberamente il proprio punto di vista riguardo i punti di forza e opportunità del proprio business all'inizio del 2021)*

\* 10. ASPETTI NEGATIVI

*(esprimere liberamente il proprio punto di vista riguardo i punti di debolezza e criticità del proprio business all'inizio del 2021)*

## \* 11. GUARDANDO IL FUTURO

Ponendosi l'obiettivo di una ripresa stabile di mercato, come classifichereste i seguenti item in elenco?

**Punti di forza:** le attribuzioni interne del comparto che sono utili a raggiungere l'obiettivo;

**Punti di debolezza:** le attribuzioni interne al comparto che sono dannose per raggiungere l'obiettivo;

**Opportunità:** condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo;

**Rischi:** condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance.

	S forza	W debolezza	O opportunità	T rischi
Investimento sul mercato estero (internazionalizzazione)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimento sul mercato interno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Razionalizzazione della clientela	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Migliori opportunità dal finanziamento esterno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ricorso all'autofinanziamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimento sulla formazione interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimento su ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimento sull'analisi del consumatore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ricorso all'outsourcing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piani di fusione/acquisizione; in generale partnership con altre imprese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ripensamento del modello di business (canale e filiera)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maggiore attenzione al web marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ricorso all'e-commerce come espressione d'investimento nella multicanalità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ritardi dei pagamenti e insoluti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumento costi fissi e logistica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forte concorrenza su prezzi e promozioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Difficoltà di pianificazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Situazione economico-politica del paese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro (specificare)



\* 12. LE FUTURE PAROLE CHIAVE DEL SETTORE

Con riferimento al mercato cosmetico italiano, evidenziare quali tra le parole-chiave riportate nell'elenco, secondo la sua azienda, registreranno la maggior presenza online (blog, social network, forum, siti web aziendali) nei prossimi 2 anni:

*(sono previste massimo 4 risposte)*

- ☐ cure & care
- ☐ shopping experience
- ☐ sicurezza
- ☐ multicanalità
- ☐ cultura cosmetica
- ☐ social beauty
- ☐ counseling
- ☐ sostenibilità
- ☐ etico
- ☐ naturale/biologico
- ☐ valore
- ☐ convenienza
- ☐ multifunzionalità
- ☐ fiducia
- ☐ personalizzazione
- ☐ e-commerce
- ☐ anti-age
- ☐ lunga durata
- ☐ monouso
- ☐ Altro (specificare)

\* 13. Indicare il livello di evoluzione e dell'investimento della sua azienda per...

	Molto alto	Abbastanza alto	Né alto né basso	Abbastanza basso	Molto basso	<i>Assente</i>
reparto interno dedicato allo sviluppo digitale e/o web & social marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gestione di una società di consulenza che segue lo sviluppo digitale e/o web & social marketing, e digital engineering	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gestione di piattaforme social come Instagram/TikTok/Facebook/YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
coinvolgimento di influencer (attraverso blog, video tutorial, testimonial, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
attività di e-commerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
utilizzo di siti/social network per la condivisione e/o la vendita b2b (LinkedIn, Meetup, Viadeo, Xing, Slideshare, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
supporto digitale alla logistica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>