



# **INDAGINE CONGIUNTURALE:** mercato e industria cosmetica

25 luglio 2017





# FABIO ROSSELLO

## Presidente Cosmetica Italia

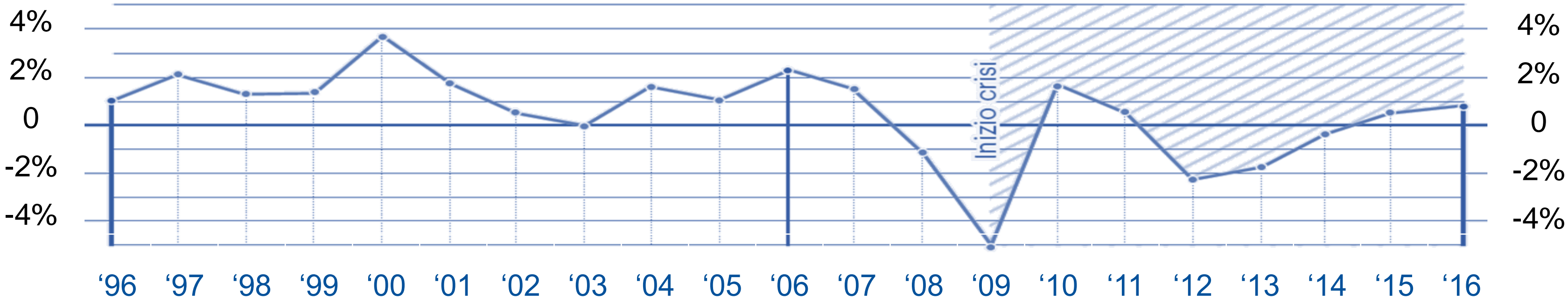
25 luglio 2017



# IL QUADRO MACROECONOMICO DI SINTESI

	Italia				Paesi area euro				Usa			
PIL	1,0	1,2	1,0	0,8	1,7	1,9	1,7	1,5	1,6	2,1	2,2	2,1
Inflazione	-0,1	1,5	1,1	1,3	0,2	1,6	1,4	1,6	1,3	1,9	2,3	2,4
Anno	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019

Variazione del PIL italiano negli ultimi 20 anni



# IL MERCATO COSMETICO

	Mercato Italia	Esportazioni
2016	<b>+0,5%</b> (9.890 mio/€)	<b>+12,7%</b> (4,293 mio/€)
2017*	<b>+1,2%</b> (10.000 mio/€)	<b>+9,5%</b> (4.700 mio/€)



\* Previsione Centro Studi



# EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 15/14	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	PROIEZIONE % 17/16
<b>Fatturato Italia</b>	<b>6.164</b>	<b>1,5</b>	<b>6.209</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>
Canali tradizionali	5.504	2,0	5.540	0,7	1,2
Canali professionali	661	-2,4	669	1,3	1,9
<b>Esportazioni</b>	<b>3.807</b>	<b>14,3</b>	<b>4.293</b>	<b>12,7</b>	<b>9,5</b>
<b>Fatturato globale settore cosmetico</b>	<b>9.971</b>	<b>6,0</b>	<b>10.502</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>

# PREVISIONE CANALI

	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2017	PREVISIONI II SEMESTRE 2017	PREVISIONI 2017/2016
<b>Acconciatura</b>	1,5	2,0	1,8
<b>Erboristeria</b>	0,8	0,9	0,9
<b>Estetiste</b>	2,2	2,3	2,3
<b>Farmacia</b>	0,5	0,5	0,5
<b>Mass market</b>	0,5	0,5	0,7
<b>Profumeria</b>	-0,5	0,5	0,0
<b>Vendite dirette*</b>	7,5	8,5	8,5
<b>Terzisti</b>	5,0	5,5	5,3

\* Include l'e-commerce. Var. % rispetto al periodo precedente di riferimento

# CONSIDERAZIONI DI TREND

- La **farmacia** sta registrando curve di consumo anomale dovute, in parte, al decreto sulla liberalizzazione che porterà a squilibri concorrenziali e alla rimodulazione dei livelli di acquisto;
- Attenzione ai prezzi: troppe marginalità in **Profumeria**, troppo effetto leva nella **Grande distribuzione**;
- L'**Erboristeria** moderna VS tradizionale necessita una rivisitazione dell'identità di canale;
- L'**E-Commerce** è sottostimato: nel 2017 il valore ipotizzato è prossimo ai 300 milioni di euro dovuto dall'ingresso di nuovi player;
- L'**Estetica** investe sulla qualificazione del servizio con ripresa delle frequentazioni (es. area benessere);
- L'**Acconciatura** in ripresa grazie alla rimodulazione dei servizi e alla maggior attenzione alla rivendita.

# INTERSCAMBIO COSMETICO



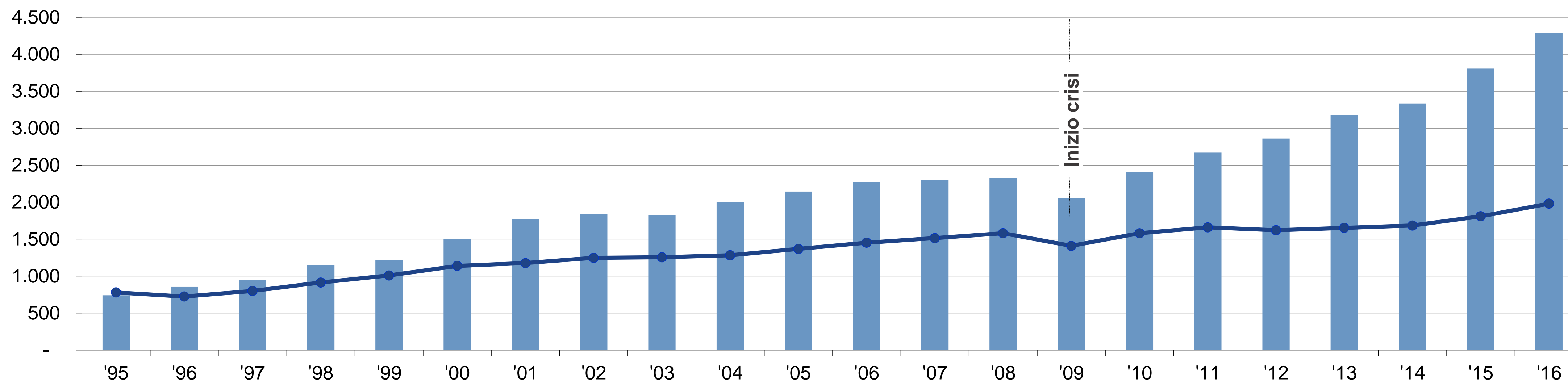
**Export 4.293**  
(+12,7 var.% '16/'15)



**Import 1.981**  
(+9,2 var.% '16/'15)



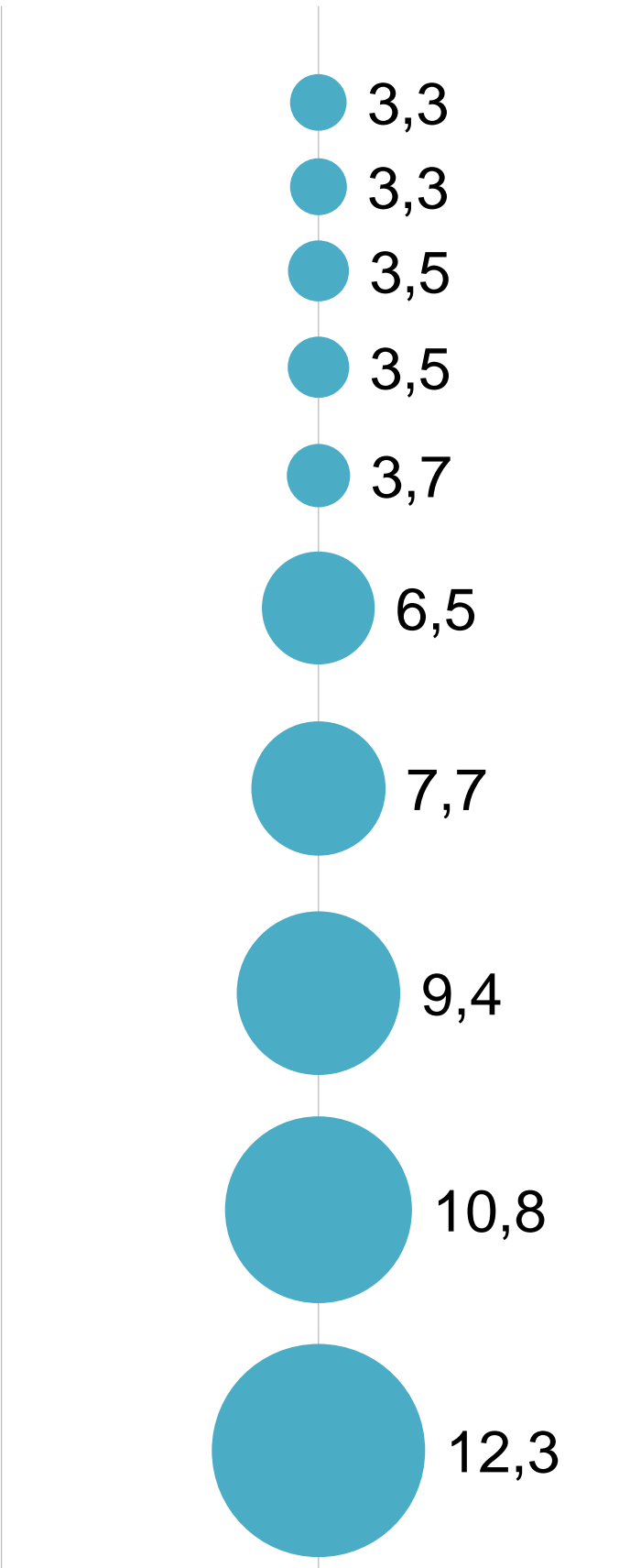
**2.312**  
**saldo commerciale 2016**  
(2.000 mio/€ nel 2015)



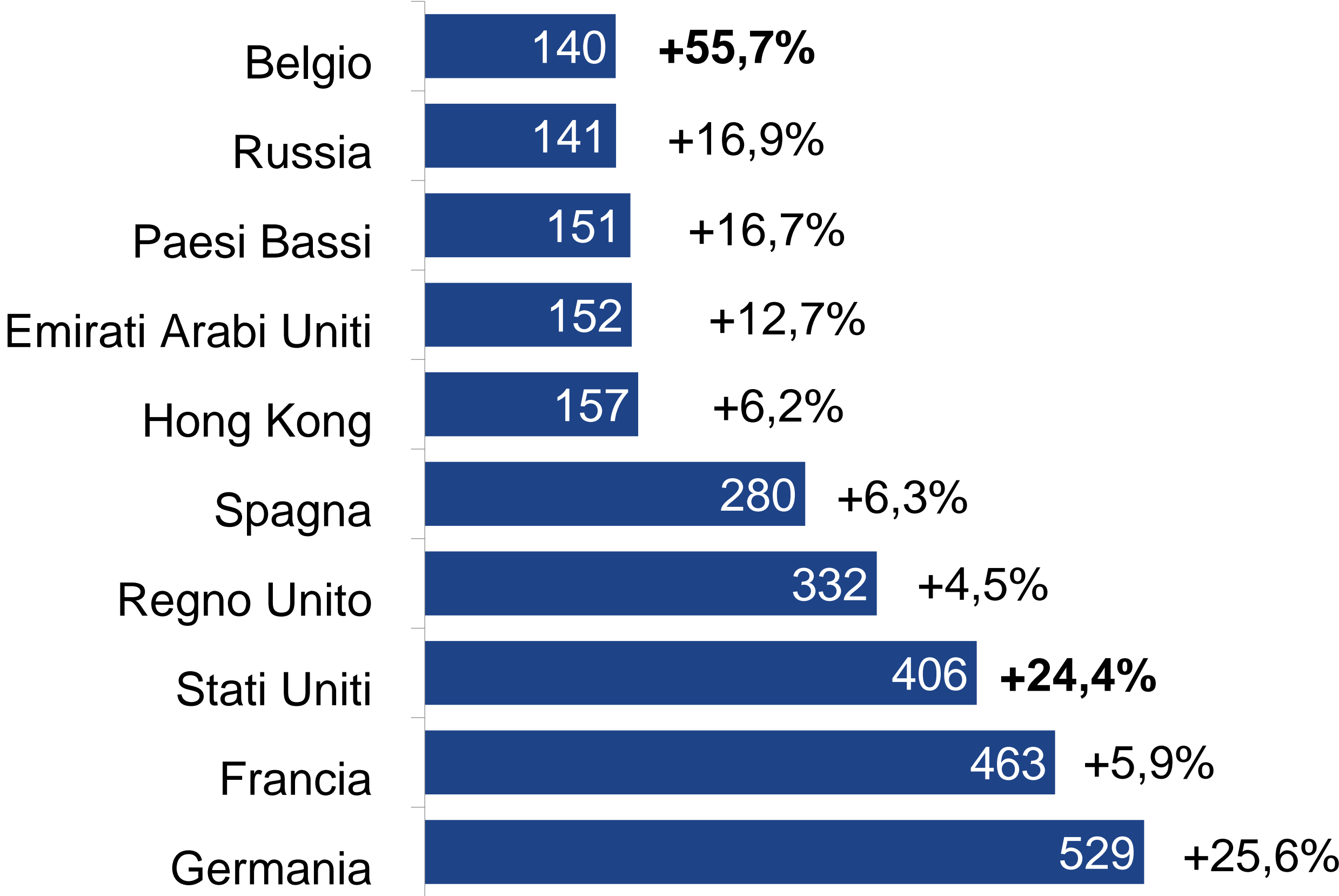


# EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2016

Peso % sul totale export cosmetico italiano



Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano



I **PRIMI DIECI PAESI**  
DI DESTINAZIONE  
DELL'**EXPORT** COSMETICO  
ITALIANO **CONCENTRANO**  
IL **64%** DEL  
TOTALE EXPORT

# RANKING 2016 DEL SALDO COMMERCIALE CON L'ESTERO DEI PRINCIPALI SETTORI



5.316



4.424



2.312



2.263



2.194



1.469



1.154



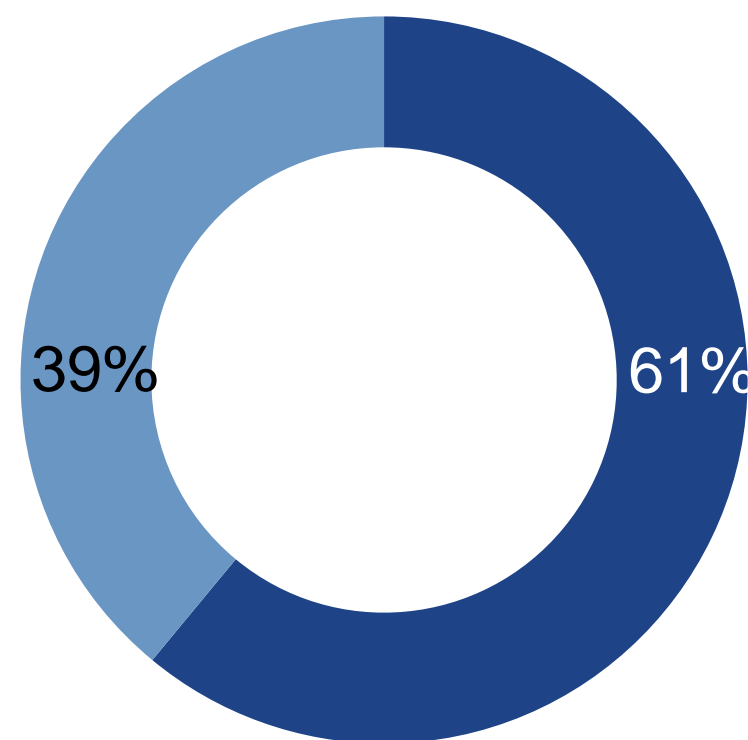
520

Il saldo commerciale con l'estero del sistema Italia è complessivamente di **51,6** miliardi (25% rapporto tra export e fatturato), il **settore cosmetico** ha un peso a valore del **4,5%** su tale bilancia (41% rapporto tra export e fatturato)

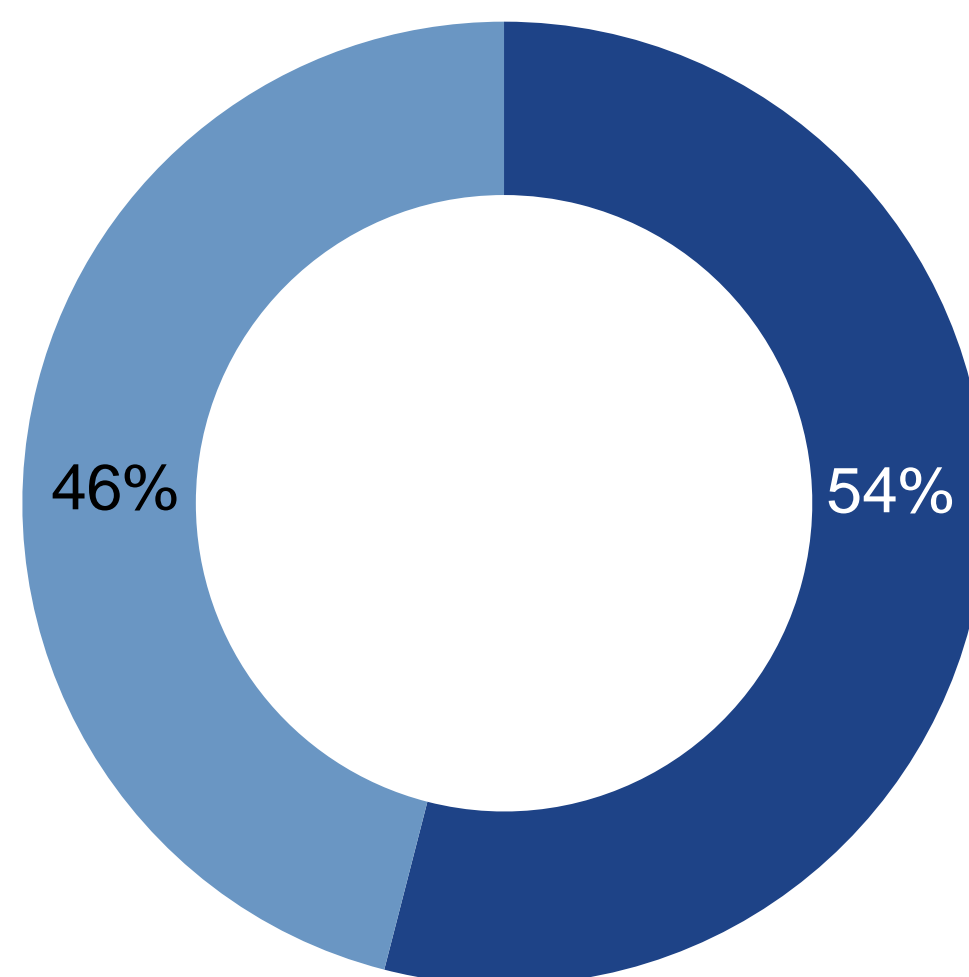
# DESTINAZIONE DELLE ESPORTAZIONI

Diminuisce l'interesse delle aziende cosmetiche verso i paesi extra-europei, a favore dell'**Europa** che si conferma importante area di sbocco delle esportazioni

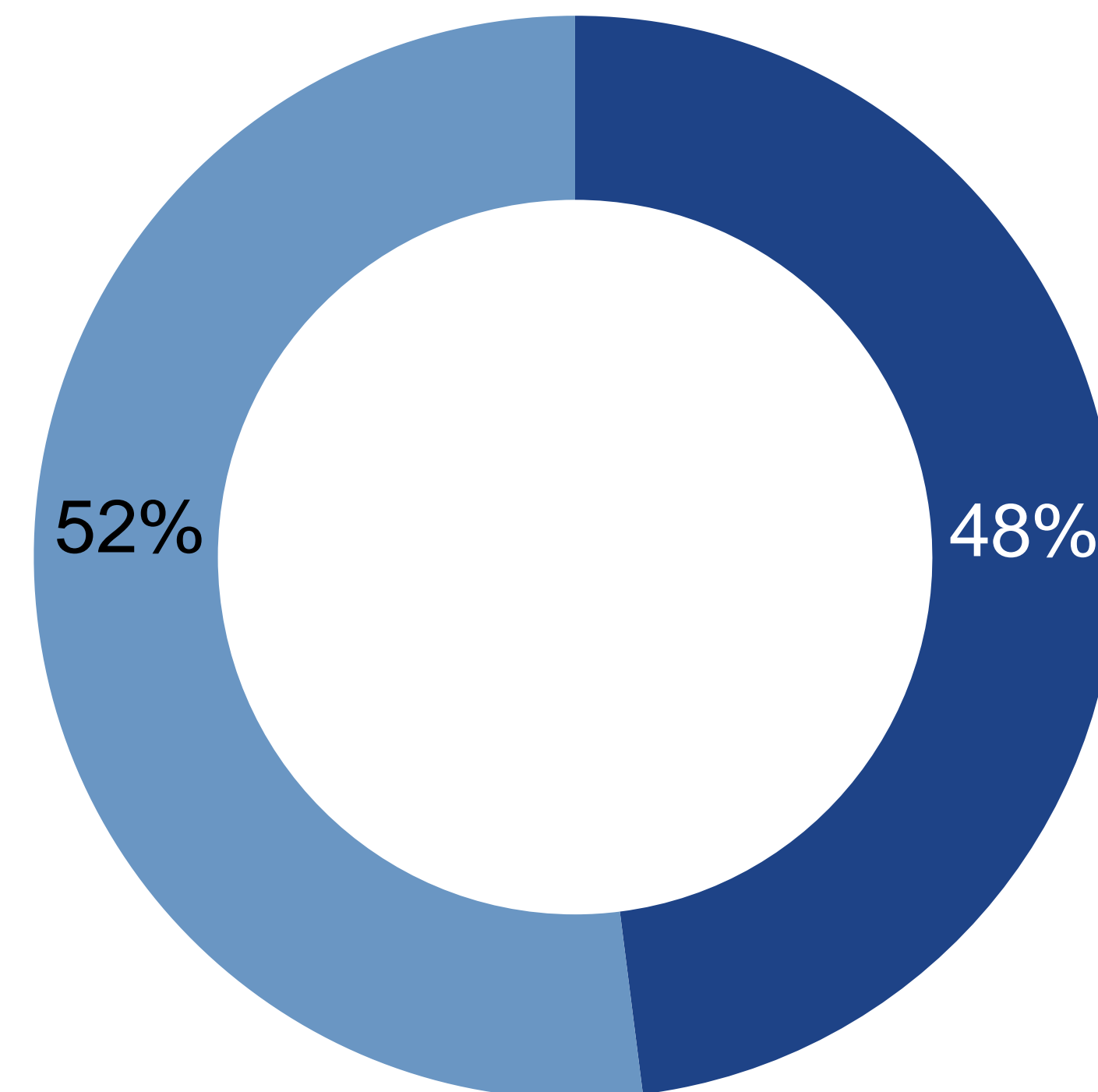
■ extra-UE ■ UE



Luglio **2015**



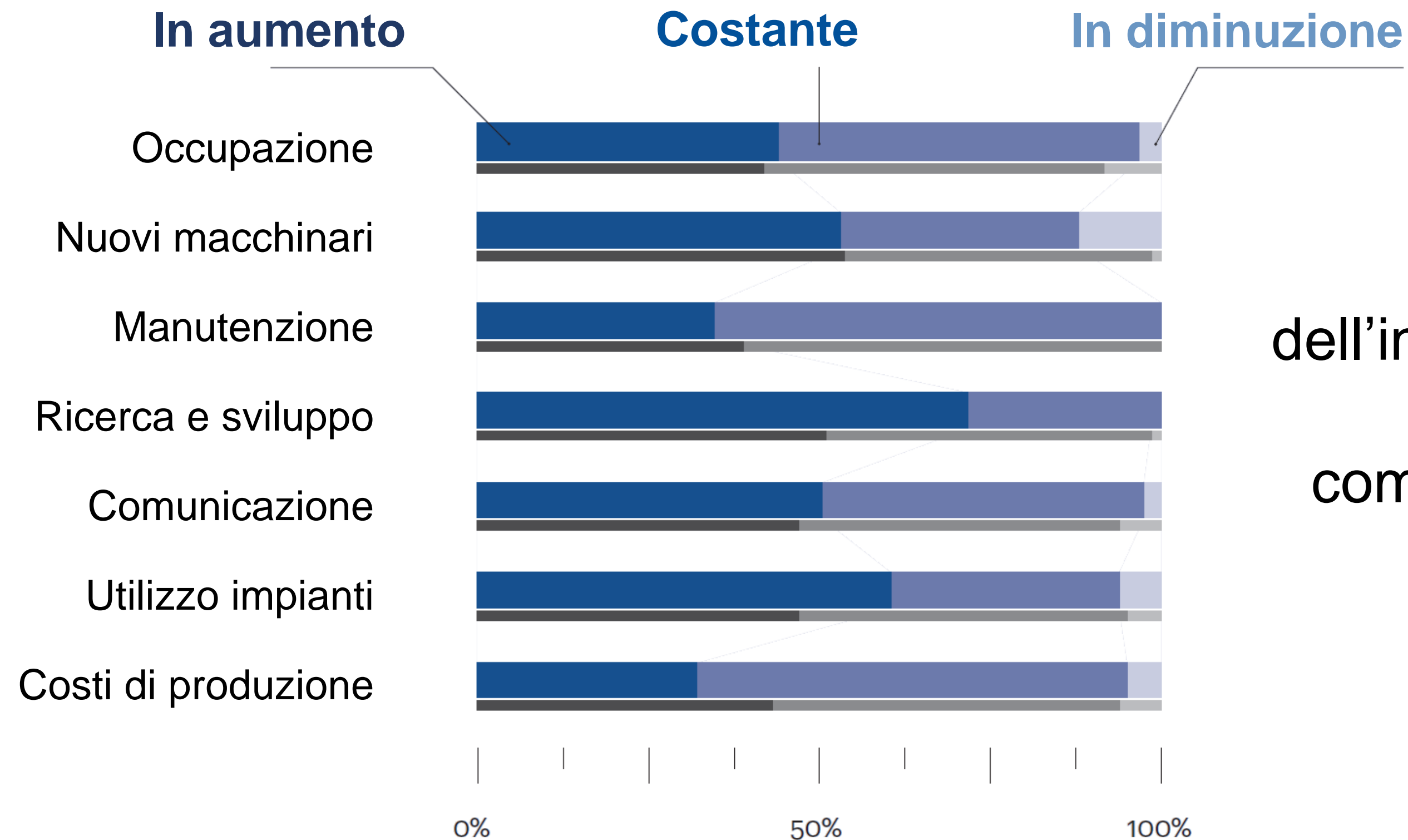
Luglio **2016**



Luglio **2017**



# LE DINAMICHE INDUSTRIALI



I fondamentali  
dell'industria cosmetica  
confermano un  
comparto **dinamico e  
competitivo**



semestre attuale



semestre precedente

# SWOT ANALYSIS PER GUARDARE OLTRE LA CRISI

investimento su ricerca e sviluppo  
ricorso all'autofinanziamento  
investimento sulla formazione

difficoltà di pianificazione  
aumento costi fissi e logistica  
situazione economico-politica

finanziamento esterno  
ricorso all'outsourcing  
ricorso all'e-commerce

tensione su prezzi e promozioni  
indebolimenti da fusione/acquisizione  
ritardi dei pagamenti e insoluti

**Strenghts**

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

**Weaknesses**

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

**Opportunities**

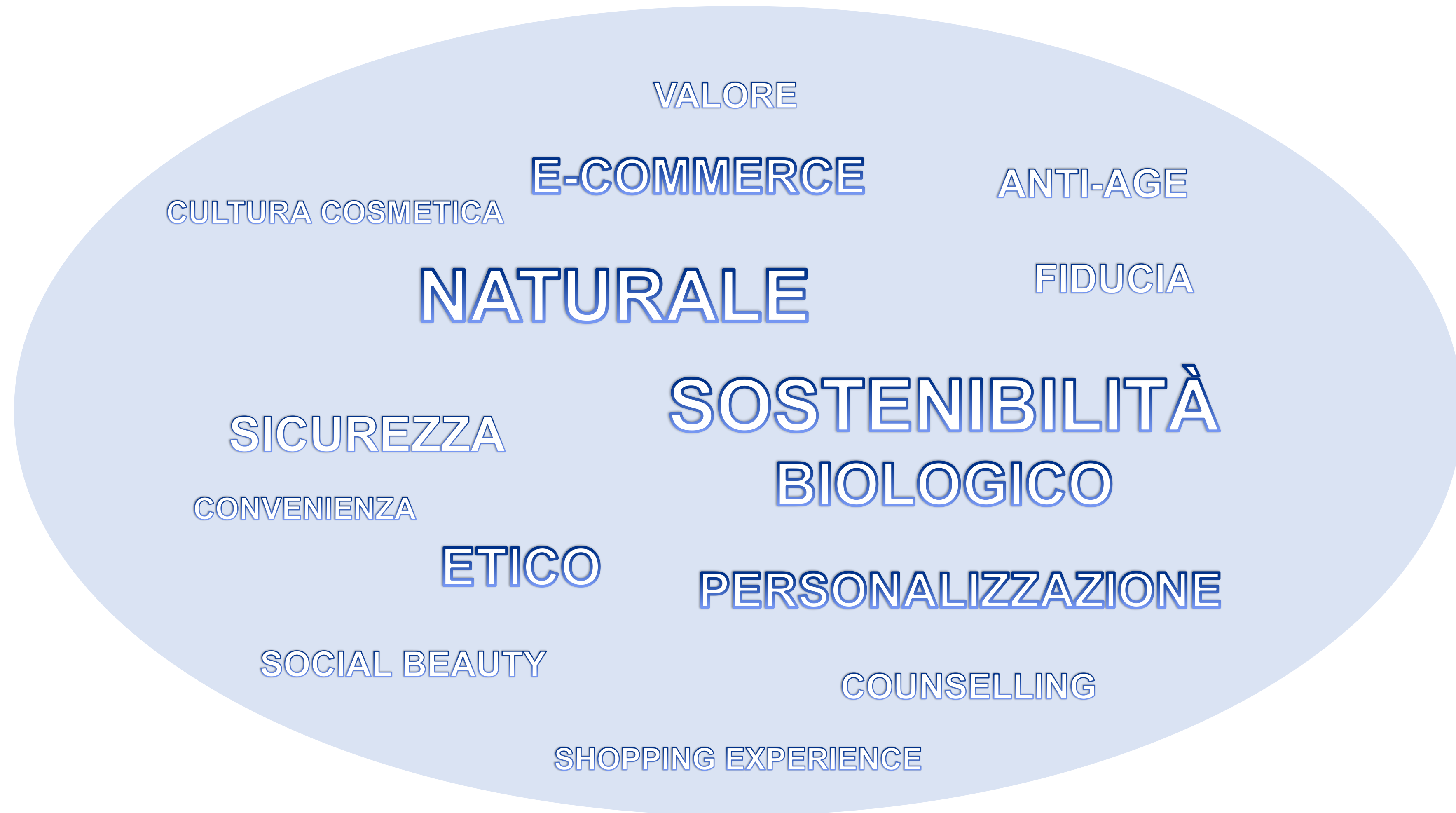
Opportunità: condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo

**Threats**

Minacce: condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance

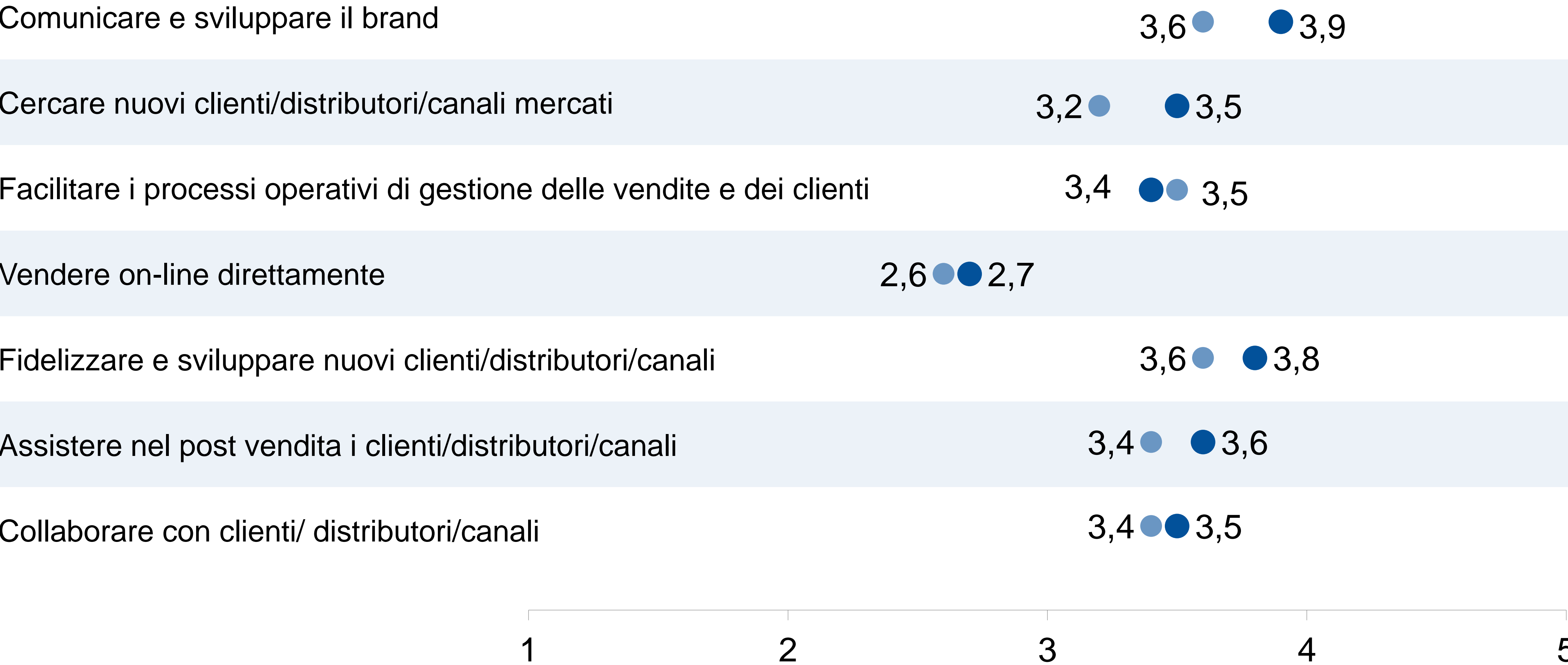
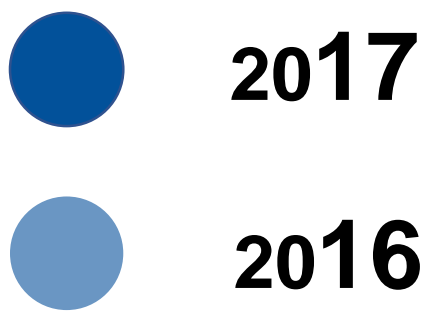


# PAROLE CHIAVE PER LO SVILUPPO DELLA COMUNICAZIONE SOCIAL E COMMERCIO DIGITALE



# DIGITAL TRANSFORMATION

## MIGLIORAMENTI ATTESI



Priorità al grado di attenzione degli operatori intervistati presso la propria impresa  
in una scala da 1 a 5 (5 più importante)

# DIGITAL TRANSFORMATION

## LIVELLI DI INVESTIMENTO



Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati



# GRAZIE

