

# SCENARIO EVOLUTIVO DEL SETTORE ESTETICA

In collaborazione con

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

Mappatura e censimento del comparto  
in Italia e in Lombardia

Gian Andrea Positano  
*Centro Studi di Cosmetica Italia*

Milano, 7 ottobre 2018

# COSMETICA ITALIA

## ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE COSMETICHE

- **500** aziende associate (di cui **95% PMI**)
- **35.000** addetti del settore (**200.000** con gli indiretti)
- Associazione nazionale di Confindustria, aderisce a **Federchimica** e, in Europa, a **Cosmetics Europe (ex-Colipa)**
- Nel 2013 ha confermato per la seconda volta la **certificazione ISO 9001-2000** ed ha ottenuto la **certificazione ISO 14001:2004**

# COSMETICA ITALIA

## LE ECCELLENZE

I **laureati totali** sono pari all'11% degli occupati, contro una media nazionale del 6%

Per l'**innovazione** e la **tecnologia**, le imprese della cosmesi in Italia investono più del 6% del fatturato, contro una media nazionale stimata inferiore al 3%

In **Europa**, dove le statistiche e classificazioni sono più dettagliate e complete, la percentuale del trucco prodotto da aziende italiane tocca il **67%**, a livello **mondiale** tocca il **55%**

Il rapporto **export/produzione** è pari al 42% a fine 2017 in crescita esponenziale da oltre 20 anni

Le **esportazioni** italiane nel 2017 sono cresciute del **7,1%** contro una crescita mondiale dei consumi di cosmetici del 4,5%: questo conferma la **sempre maggiore penetrazione** dell'offerta italiana nei vari mercati



# IL MERCATO COSMETICO

	Mercato Italia	Esportazioni
2016	<b>+0,5%</b> (9.890 mio/€)	<b>+13,1%</b> (4.309 mio/€)
2017	<b>+1,7%</b> (10.097 mio/€)	<b>+7,1%</b> (4.617 mio/€)
2018	<b>+1,9%</b>	<b>+8,0%</b>



# EVOLUZIONE INDUSTRIA

	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 16/15	CONSUNTIVO 2017	VARIAZIONE % 17/16	PROIEZIONE % 18/17
<b>Fatturato Italia</b>	<b>6.209</b>	<b>0,7</b>	<b>6.313</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>
Canali tradizionali: <i>grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette</i>	5.540	0,7	5.630	1,6	1,9
Canali professionali: <i>acconciatura, estetica</i>	669	1,3	683	2,0	2,0
<b>Esportazioni</b>	<b>4.309</b>	<b>13,1</b>	<b>4.617</b>	<b>7,1</b>	<b>8,0</b>
<b>Fatturato globale settore cosmetico</b>	<b>10.518</b>	<b>5,3</b>	<b>10.930</b>	<b>3,9</b>	<b>4,5</b>

# PREVISIONE CANALI

		CANALI	CONSUNTIVI 2017	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2018	PREVISIONI II SEMESTRE 2018	PREVISIONI TOTALI 2018
Canali tradizionali		Farmacia	2,0	1,3	1,5	1,5
		Erboristeria	0,9	1,0	0,5	0,5
		Profumeria	-0,5	0,5	0,5	0,5
		Mass market	1,5	1,5	0,5	1,0
		Vendite dirette*	8,7	9,0	12,0	12,0
Canali professionali		Acconciatura	1,9	1,5	1,7	1,8
		Estetica	2,4	2,5	2,5	2,5
		Terzismo	10,0	8,5	10,0	10,0

# INTERSCAMBIO COSMETICO



**Export 4.617**

(+7,1 var.% '17/'16)



**Import 2.053**

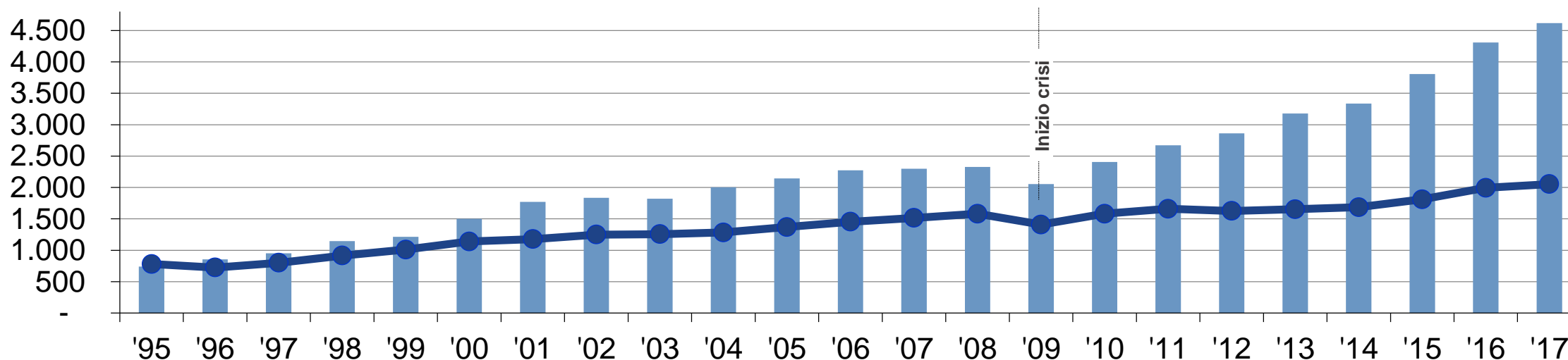
(+3,0 var.% '17/'16)

**2.564**



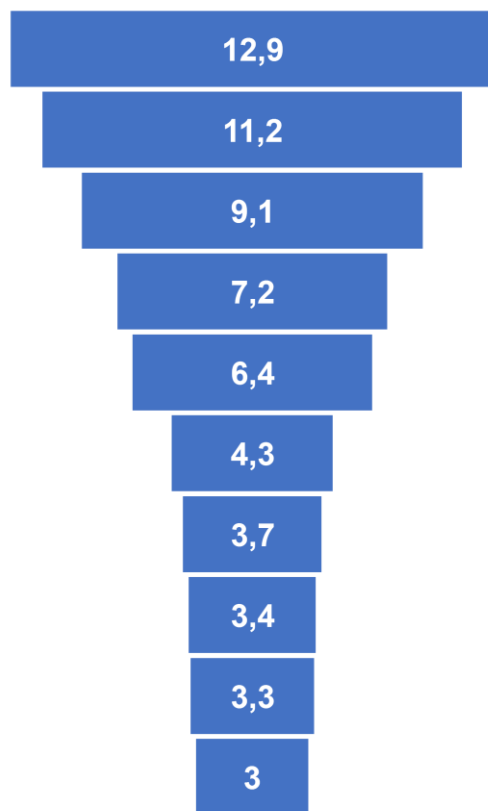
**saldo commerciale 2017**

(2.315 mio/€ nel 2016)

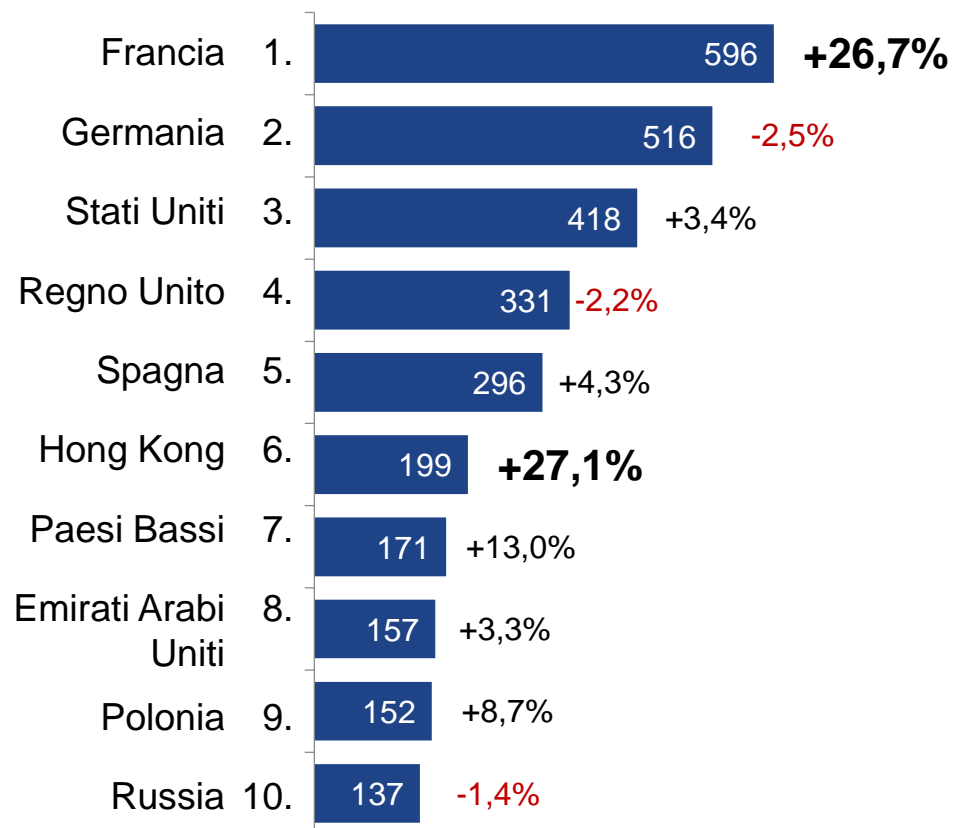


# EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2017

Peso % sul totale export cosmetico italiano



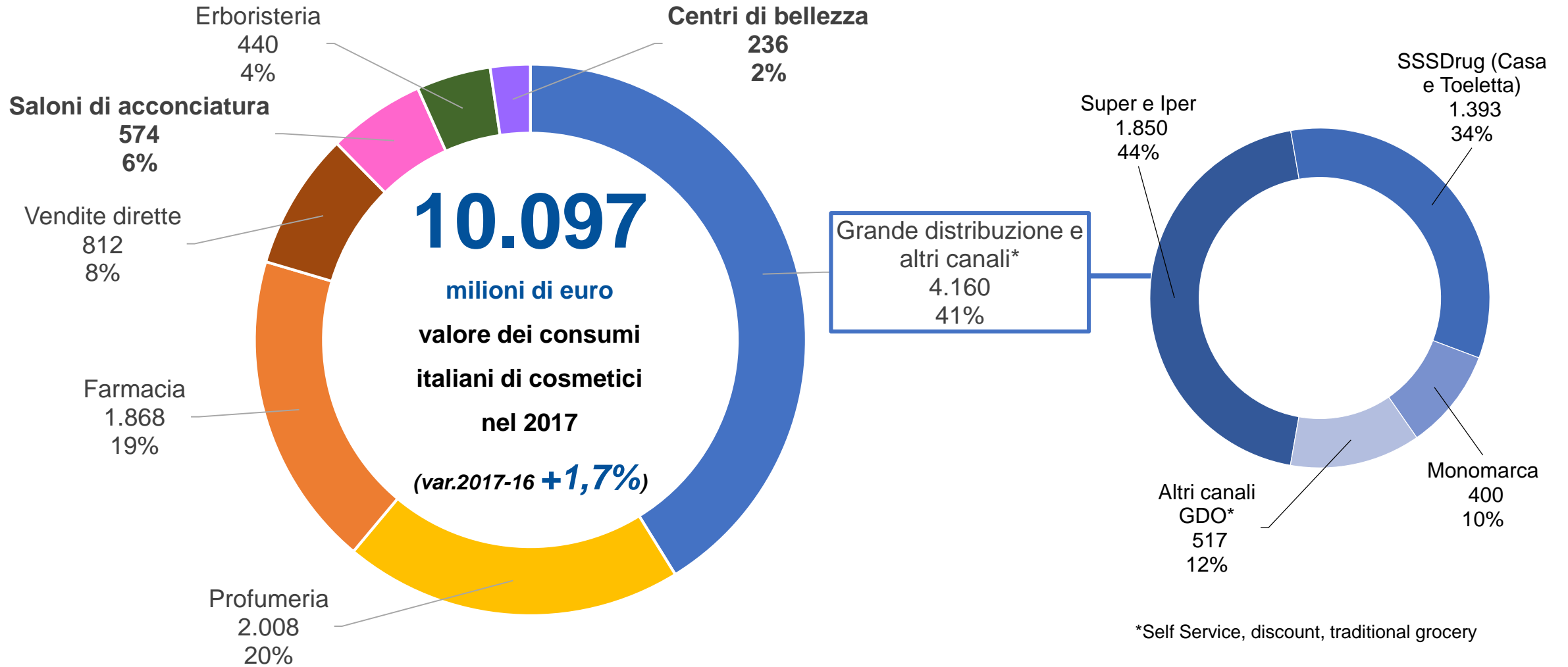
Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano



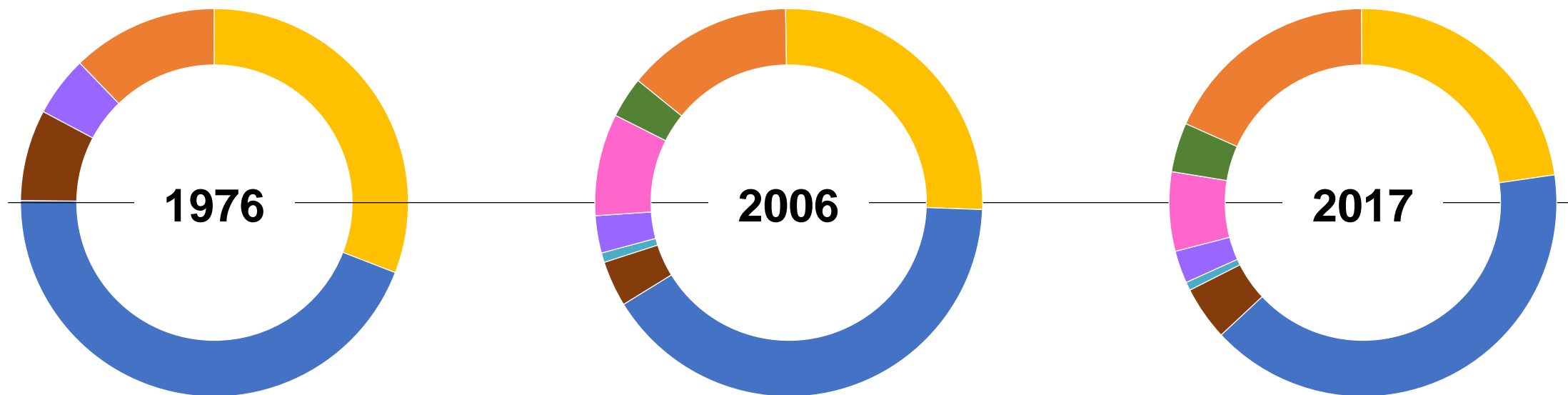
I **primi dieci paesi** di destinazione dell'**export** cosmetico italiano **concentrano** il **64,4%** del totale export



# MERCATO COSMETICO IN ITALIA NEL 2017



# LO STORICO DEI CONSUMI COSMETICI PER CANALE



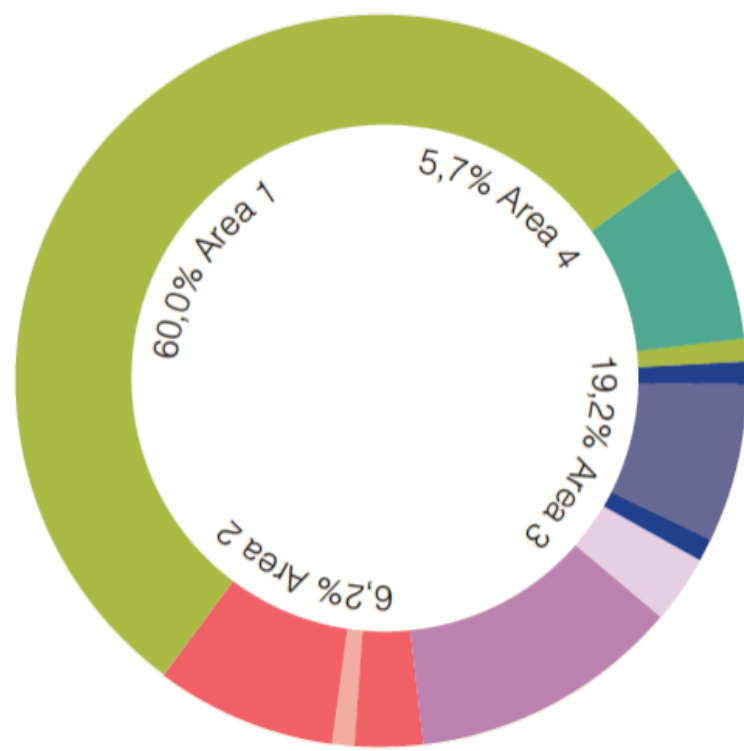
	1976	2006	2017
<span style="color: orange;">●</span> Farmacia	12,2	13,9	18,5
<span style="color: yellow;">●</span> Profumeria	30,9	25,8	19,9
<span style="color: blue;">●</span> GDO e altri canali	44,3	40,6	41,2
<span style="color: brown;">●</span> Domicilio	7,6	3,8	4,7
<span style="color: cyan;">●</span> Corrispondenza*	/	0,8	3,4
<span style="color: purple;">●</span> Centri di bellezza	5,0	3,1	2,3
<span style="color: pink;">●</span> Saloni di acconciatura	/	8,5	5,7
<span style="color: green;">●</span> Erboristeria	/	3,4	4,4

# INDUSTRIA E MERCATO COSMETICO IN LOMBARDIA NEL 2017

# RIPARTIZIONE DEL FATTURATO - LIVELLO REGIONALE

<b>Lombardia</b>	<b>59,7%</b>
<b>Liguria</b>	<b>1,1%</b>
<b>Piemonte</b>	<b>8,2%</b>

<b>Lazio</b>	<b>11,1%</b>
<b>Marche</b>	<b>0,4%</b>
<b>Sardegna</b>	<b>0,1%</b>
<b>Toscana</b>	<b>7,1%</b>
<b>Umbria</b>	<b>2,0%</b>

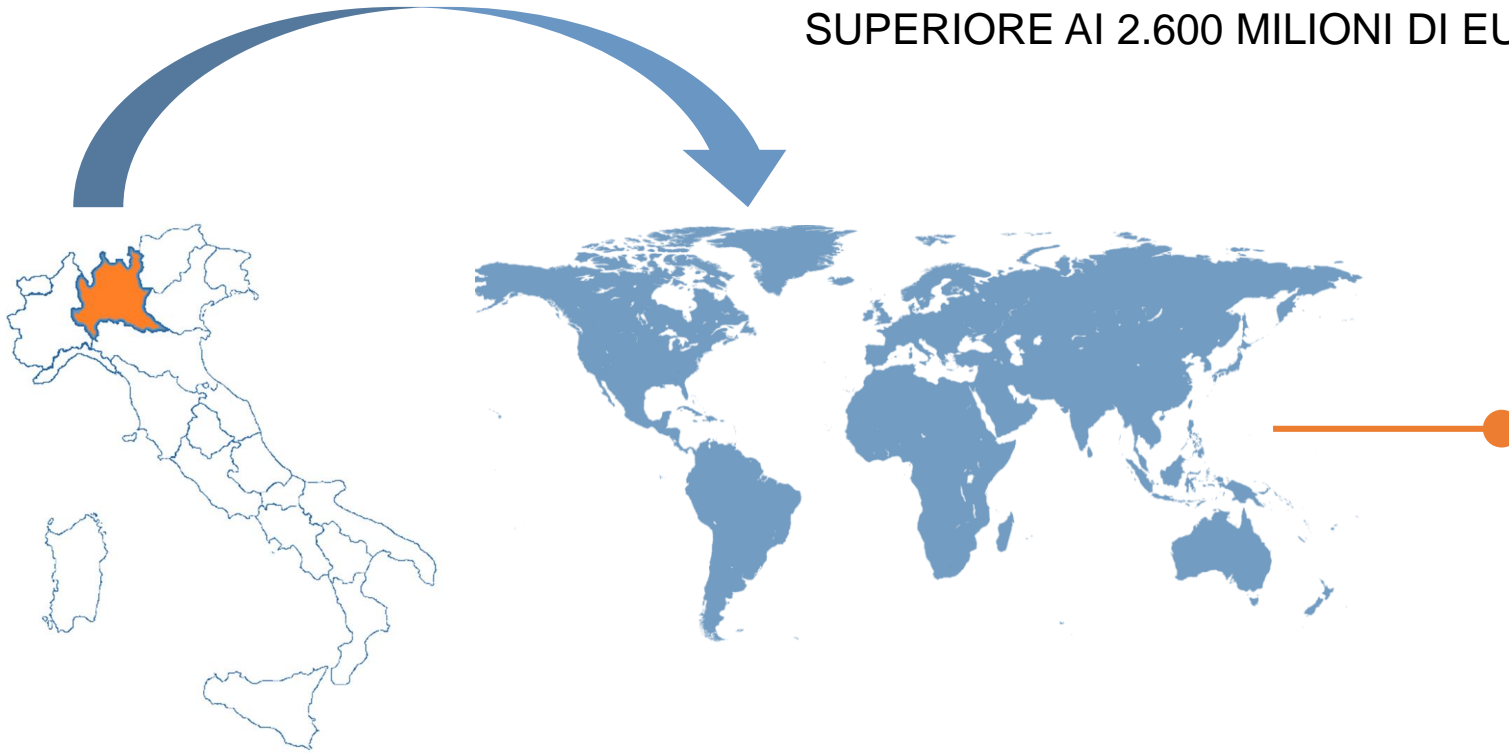


<b>Emilia Romagna</b>	<b>3,4%</b>
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>0,6%</b>
<b>Trentino Alto Adige</b>	<b>0,2%</b>
<b>Veneto</b>	<b>2,0%</b>

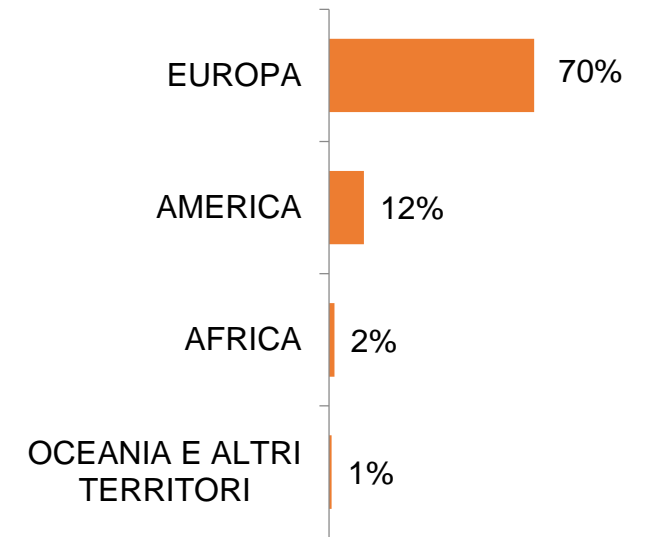
<b>Abruzzo</b>	<b>5,1%</b>
<b>Calabria</b>	<b>0,1%</b>
<b>Campania</b>	<b>0,3%</b>
<b>Molise</b>	<b>0,1%</b>
<b>Puglia</b>	<b>0,1%</b>
<b>Sicilia</b>	<b>0,1%</b>

# EXPORT COSMETICO A LIVELLO REGIONALE

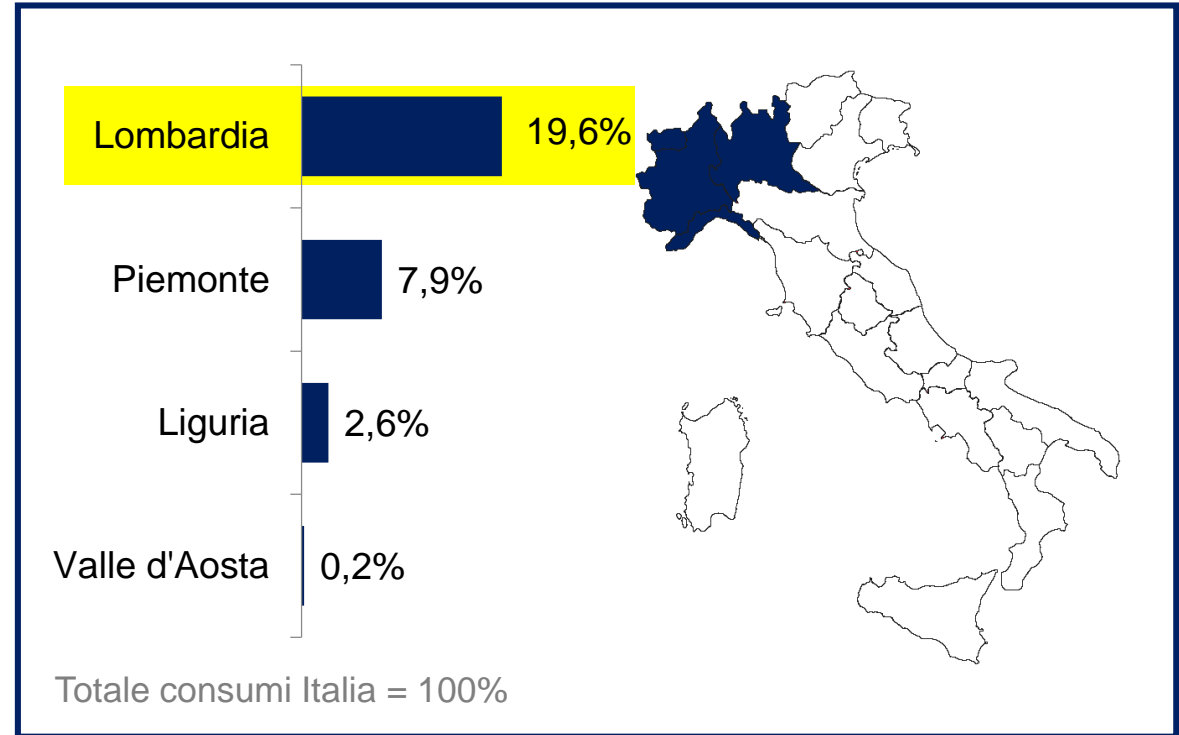
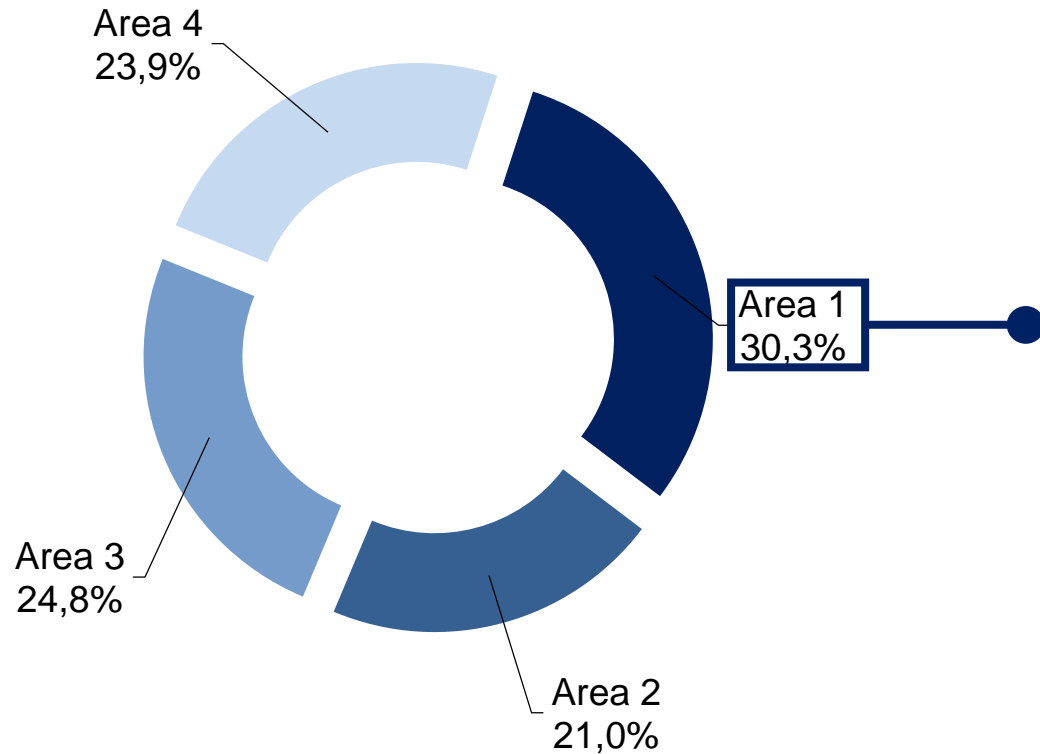
DEI **4.617** MILIONI DI EURO DI EXPORT COSMETICO DALL'ITALIA NEL 2017, LA **LOMBARDIA** NE ESPORTA OLTRE IL **60%** CON UN VALORE SUPERIORE AI 2.600 MILIONI DI EURO



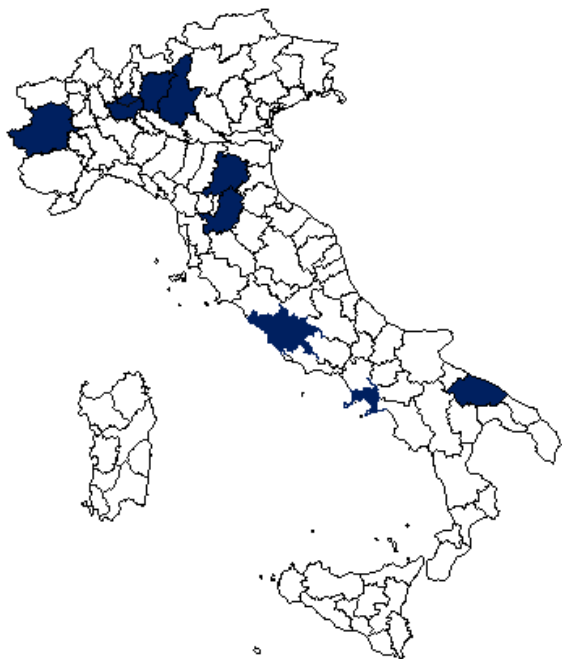
Ripartizione % dell'export cosmetico dalla Lombardia per area geografica nel 2017



# RIPARTIZIONE DEI CONSUMI - LIVELLO REGIONALE



# RIPARTIZIONE DEI CONSUMI - LIVELLO PROVINCIALE



Valori percentuali  
Totale consumi Italia = 100%



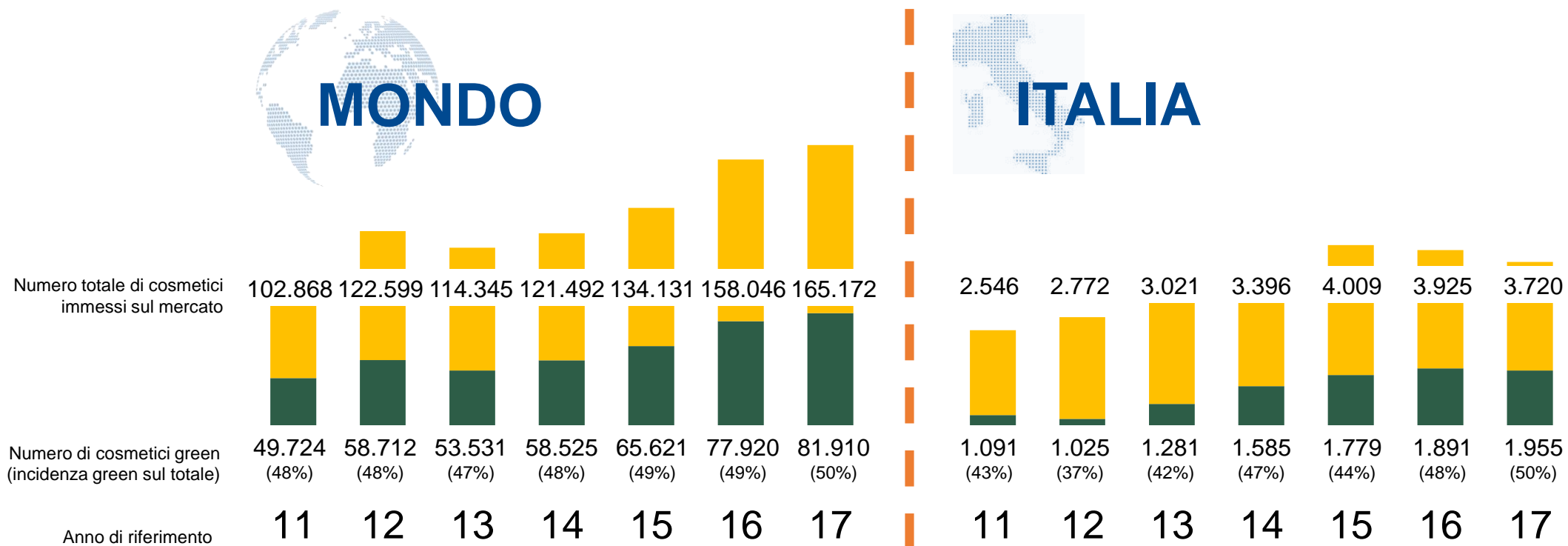
LE PRIME  
**DIECI PROVINCE**  
DETEGONO IL **36%**  
DEI CONSUMI IN ITALIA

# FOCUS GREEN



# EVOLUZIONE DEL FENOMENO “GREEN” NEL COSMETICO: I LANCI\*

Nel 2017 l'offerta di cosmetici cosiddetti *green* in Italia (1.955 lanci) rappresenta il 2,4% di quella mondiale, mentre l'incidenza del green nel mercato interno è pari al 50% del totale dei prodotti immessi in Italia. Sono valori perfettamente **allineati** con la **media mondiale**, pur avendo avuto uno sviluppo differito di circa cinque anni.



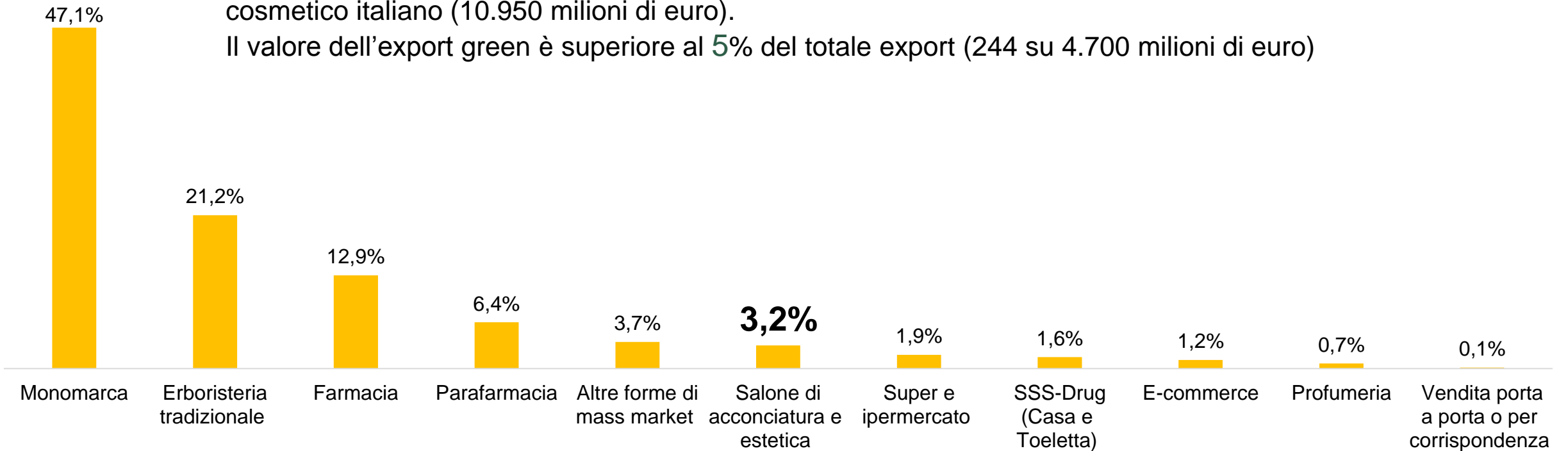
Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati **MINTEL**

\* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

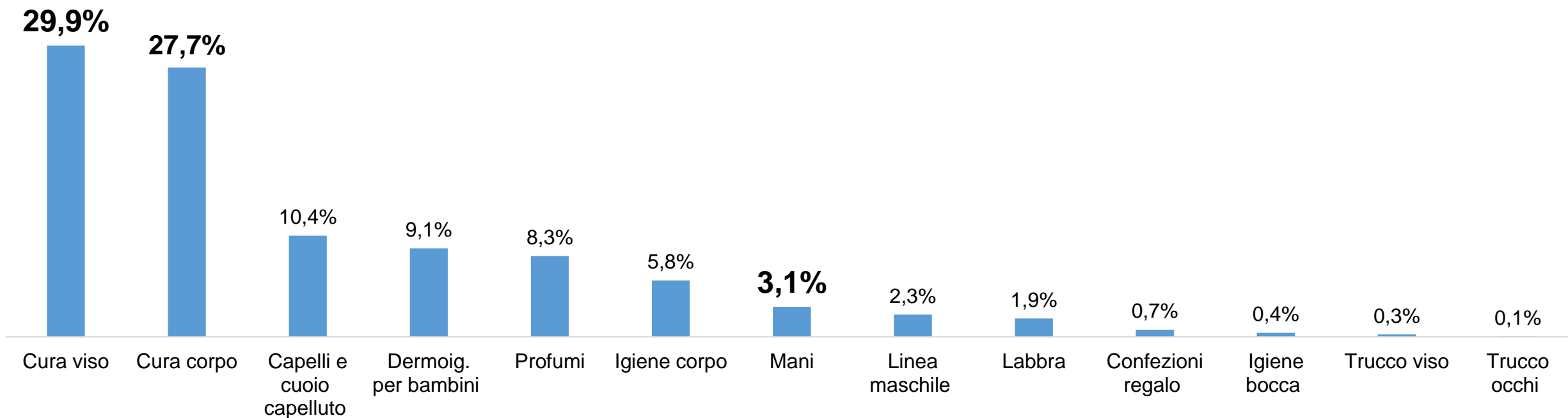
# FATTURATO (SELL-IN) GREEN COMPLESSIVO NEI CANALI DI VENDITA NEL 2017

Il fatturato green nel 2017 delle aziende intervistate tocca i **1.000** milioni di euro, pari al **9,5%** del fatturato cosmetico italiano (10.950 milioni di euro).

Il valore dell'export green è superiore al **5%** del totale export (244 su 4.700 milioni di euro)

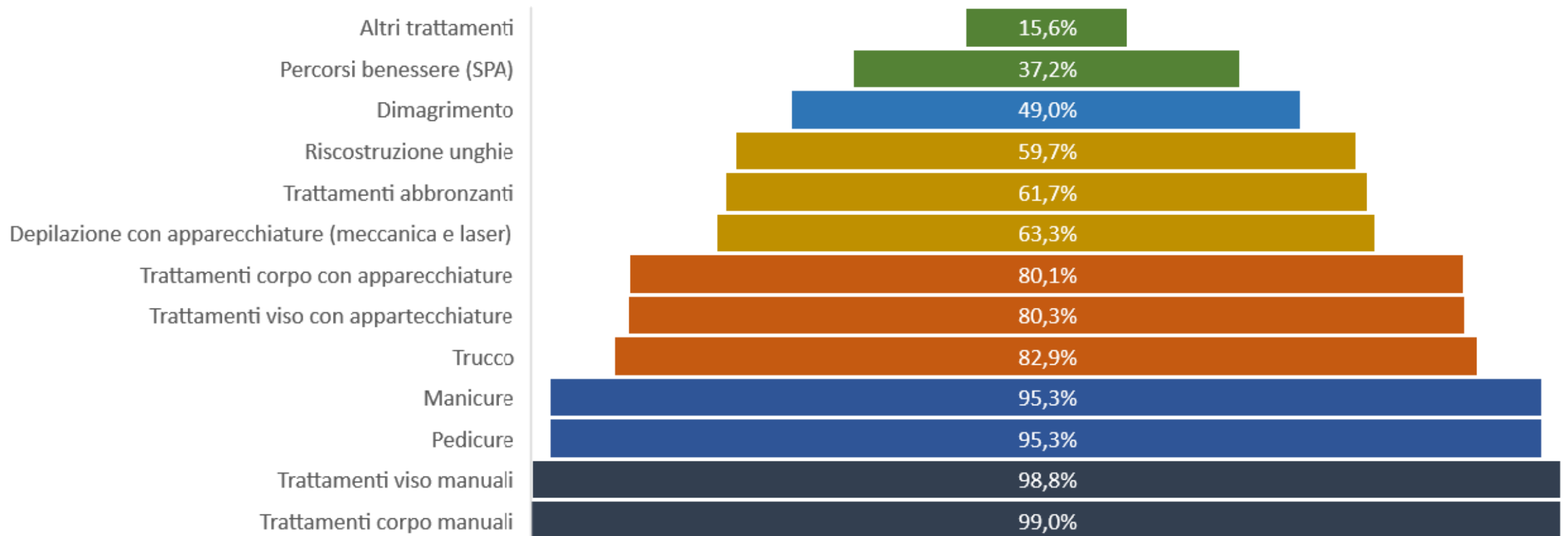


# FATTURATO (SELL-IN) GREEN NELLE CATEGORIE DI PRODOTTO NEL 2017



# FOCUS ESTETICA

# SERVIZI PROPOSTI IN SALONE NEL 2017



# APPARECCHIATURA UTILIZZATA PER IL TRATTAMENTO CORPO

Q: Quale apparecchiatura hai utilizzato per il tuo trattamento corpo?

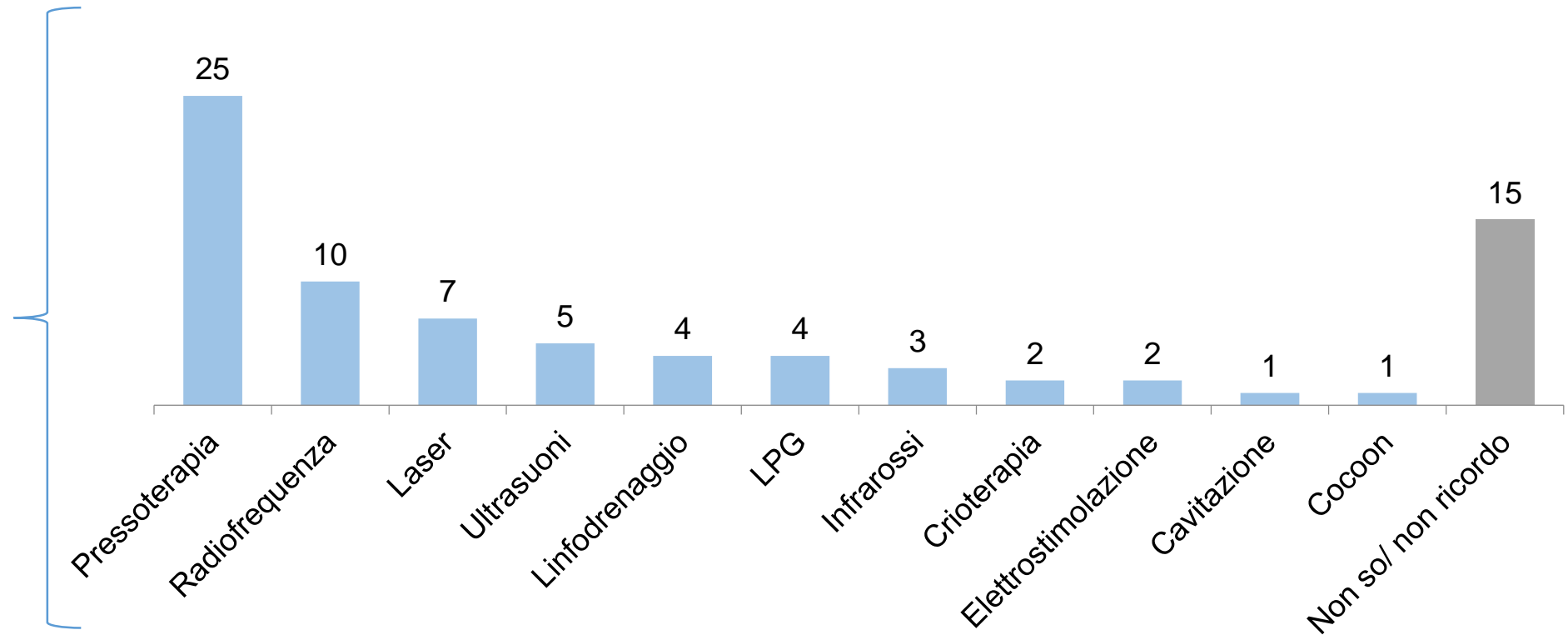
Valori in %



**13%**

(137 casi)

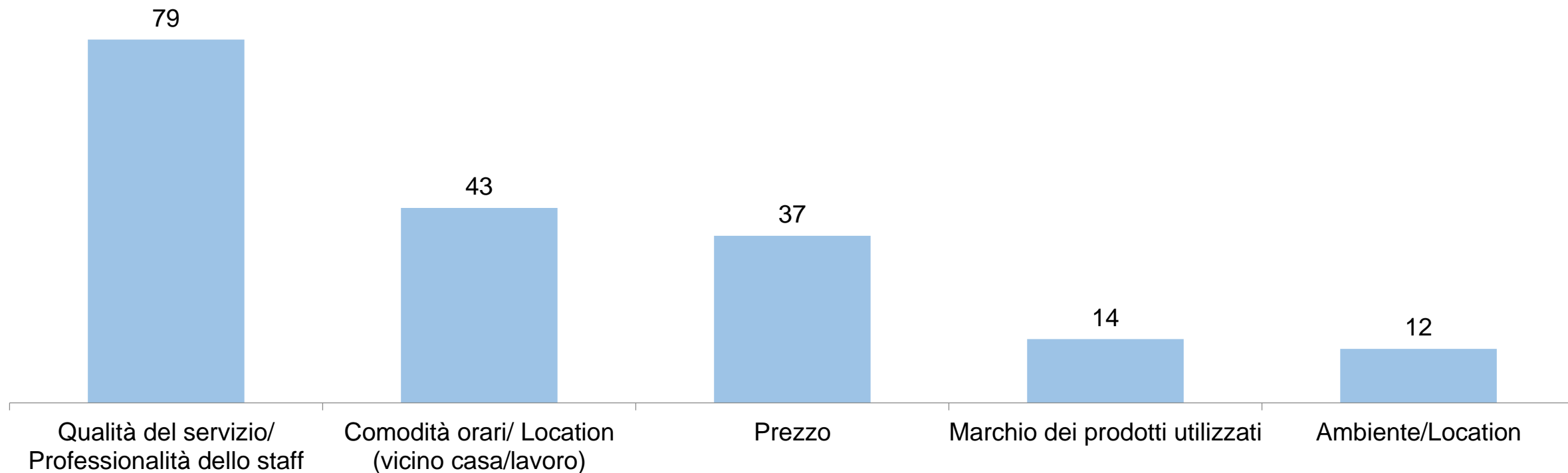
Ha usufruito di un  
trattamento corpo con  
apparecchiatura



# CARATTERISTICHE PIÙ IMPORTANTI CENTRO ESTETICO

**Q:** Quali delle seguenti caratteristiche ritieni fondamentali per la scelta di un centro estetico piuttosto che un altro? (MAX 2 RISPOSTE)

Valori in %



# ACQUISTO COSMETICI PRESSO CENTRO ESTETICO

**47%**

(478 casi)

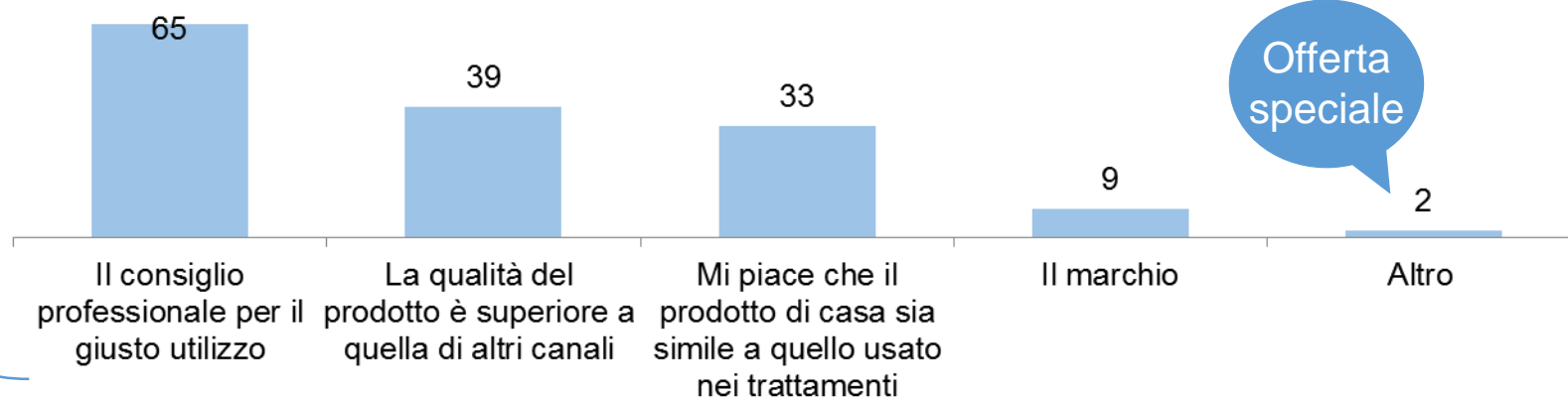
Acquista prodotti cosmetici presso il centro estetico

MOTIVAZIONI

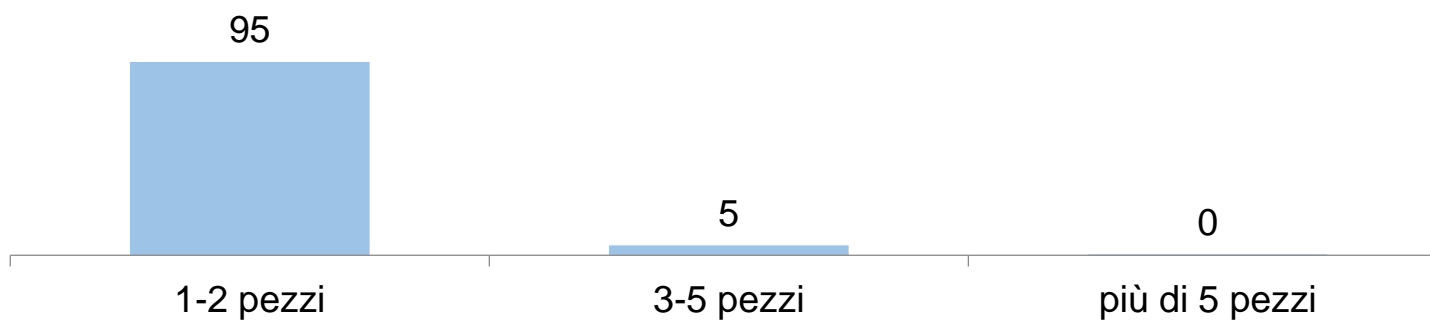


NUMERO PRODOTTI

Q: Quali motivazioni ti hanno spinto ad acquistare presso il centro estetico?



Q: Quanti prodotti acquisti/utilizzi alla volta?





# NON ACQUISTO COSMETICI PRESSO CENTRO ESTETICO

53%

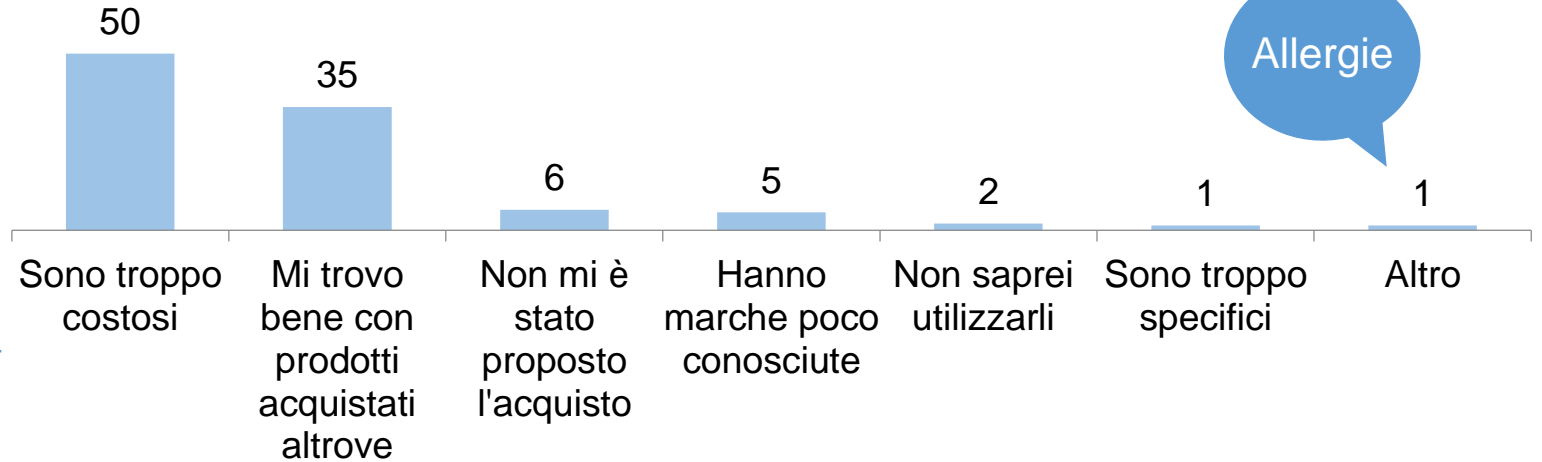
(540 casi) NON  
acquista prodotti  
cosmetici presso  
il centro estetico

## MOTIVAZIONI

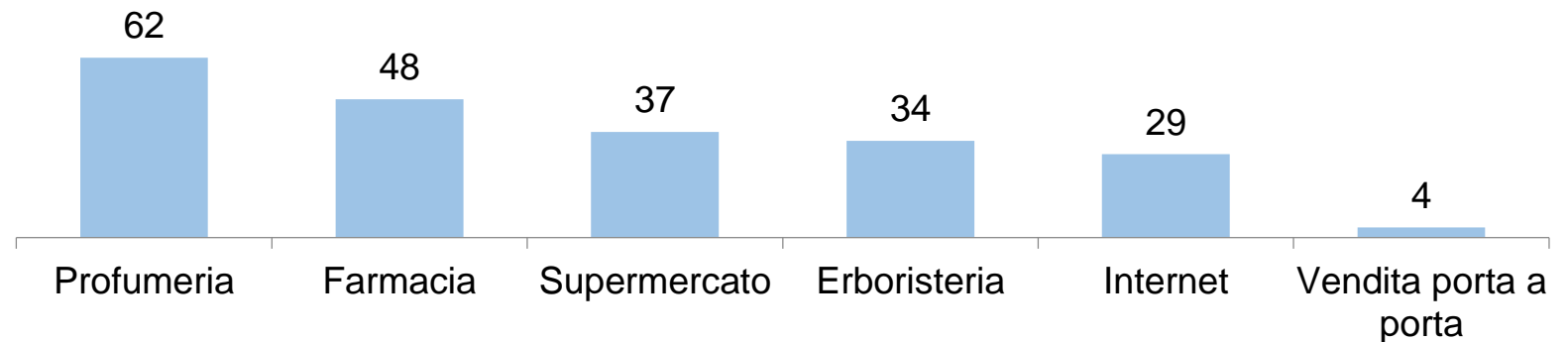


## LUOGO ACQUISTO

Q: Per quale motivo non acquisti prodotti cosmetici presso i centri estetici?



Q: Dove preferisci acquistare i tuoi prodotti cosmetici?



# HIGHLIGHTS

- I **servizi maggiormente usufruiti** in un centro estetico sono: Epilazione a cera (65%), Pedicure tradizionale (51%), Manicure tradizionale (45%), Massaggio/relax (44%), Trattamento viso cosmetico (36%)
- Tra coloro che hanno usufruito di un **trattamento viso**, le tipologie maggiormente richieste sono: Pelle impura (53%), Antirughe (38%) e Pelle sensibile/delicata (37%). Tra coloro che hanno usufruito di un **trattamento corpo**, le tipologie più richieste sono: Drenante (70%), Anti cellulite (61%) e Tonificante (59%)
- La **qualità del servizio** è il driver principale che guida la scelta di un centro estetico (79%). A seguire, la scelta di un centro passa anche dalla **comodità degli orari e dalla location** (43%). Il **prezzo** si posiziona al terzo posto (37%), segno che le donne considerano soprattutto la qualità e la comodità.
- Per quanto riguarda le prestazioni dei centri, è netta la preferenza delle intervistate verso **appuntamenti brevi**, cioè di durata inferiore a un'ora (78%). Per quanto riguarda invece il **numero di servizi fruiti**, il campione si divide perfettamente a metà: il 49% vuole usufruire di **1 singolo servizio** per appuntamento, mentre il 51% preferisce usufruire di **2/3 servizi** durante lo stesso appuntamento.

# TREND ESTETICA

È l'**Ultra Violet** il colore protagonista 2018, insieme alle tonalità pastello

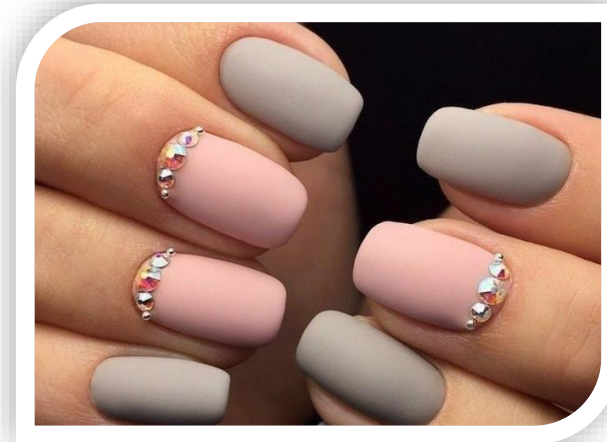
## PRIMAVERA

Il 2018 è anche l'anno delle fantasie bicolor, delle geometrie, del mosaico e dell'effetto a specchio che richiamano il rosa pastello, l'azzurro, il verde acqua e il lilla che accosteranno colori tenui a nuance ultra dark.



## AUTUNNO

I colori predominanti saranno il rouge noir (rosso sangue con sfumature nere), il nero, ma anche l'arancione, il grigio e il color fango, restando sempre su sfumature scure e non molto appariscenti



Su Instagram ci sono molte influencer che stanno sperimentando nuove tecniche di **nail art** per ottenere quella manicure perfetta che molte consumatrici sognano

Un trend che si sta facendo sempre più spazio da un paio d'anni tra le tecniche ormai abituali è lo **smalto in polvere**

Si utilizzano sul **semipermanente**, sull'**acrilico** o sul **gel** prelevandone una quantità sufficiente e strofinando delicatamente il pigmento sull'unghia



# Grazie

In collaborazione con

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

Gian Andrea Positano  
*Centro Studi di Cosmetica Italia*

Milano, 7 ottobre 2018