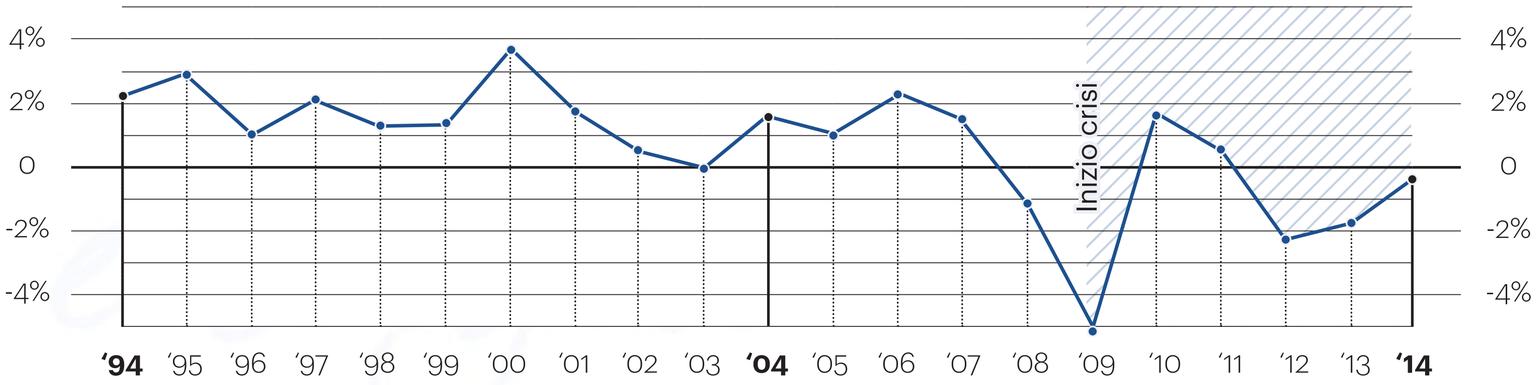
Il quadro macroeconomico di sintesi

	Italia				Paesi area Euro				Usa			
PIL	**-1,8**	**-0,4**	**0,5**	**1,1**	**-0,4**	**0,6**	**0,8**	**1,2**	**2,2**	**2,2**	**2,9**	**2,5**
Inflazione	**1,2**	**0,3**	**0,7**	**1,5**	**1,3**	**0,6**	**1,2**	**1,7**	**1,5**	**1,8**	**1,8**	**2,4**
Anno	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016

Variazione del PIL italiano negli ultimi 20 anni



Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Prometeia. Valori in percentuale.

*Italia: si auspica un **lieve recupero** dal 2015; continua la crescita dei mercati esteri*

Fabio Rossello | 18 dicembre 2014

Mercato cosmetico ’13-'14

*Mercato interno ancora frenato, cresce ancora l’**export cosmetico**, seppur in lieve rallentamento*

	Mercato Italia	*Esportazioni*
2013	**-1,2%**	**+11%**
*2014**	**-1,4%**	**+5,5%**

* previsione Centro Studi

Evoluzione industria

	CONSUNTIVO 2013	VARIAZIONE % 2013/12	PRECONSUNTIVO 2014	VARIAZIONE % 2014/13	PROIEZIONE % 2015/14
Fatturato Mercato Italia	**6.103**	**-1,2**	**6.020**	**-1,4**	**-0,3**
Canali tradizionali	5.401	-0,3	5.340	-1,1	0,1
Canali professionali	702	-7,7	680	-3,5	-2,9
Esportazione	**3.176**	**11,0**	**3.350**	**5,5**	**7,0**
Fatturato globale settore cosmetico	**9.279**	**2,6**	**9.370**	**1,0**	**2,3**

valori in milioni di euro

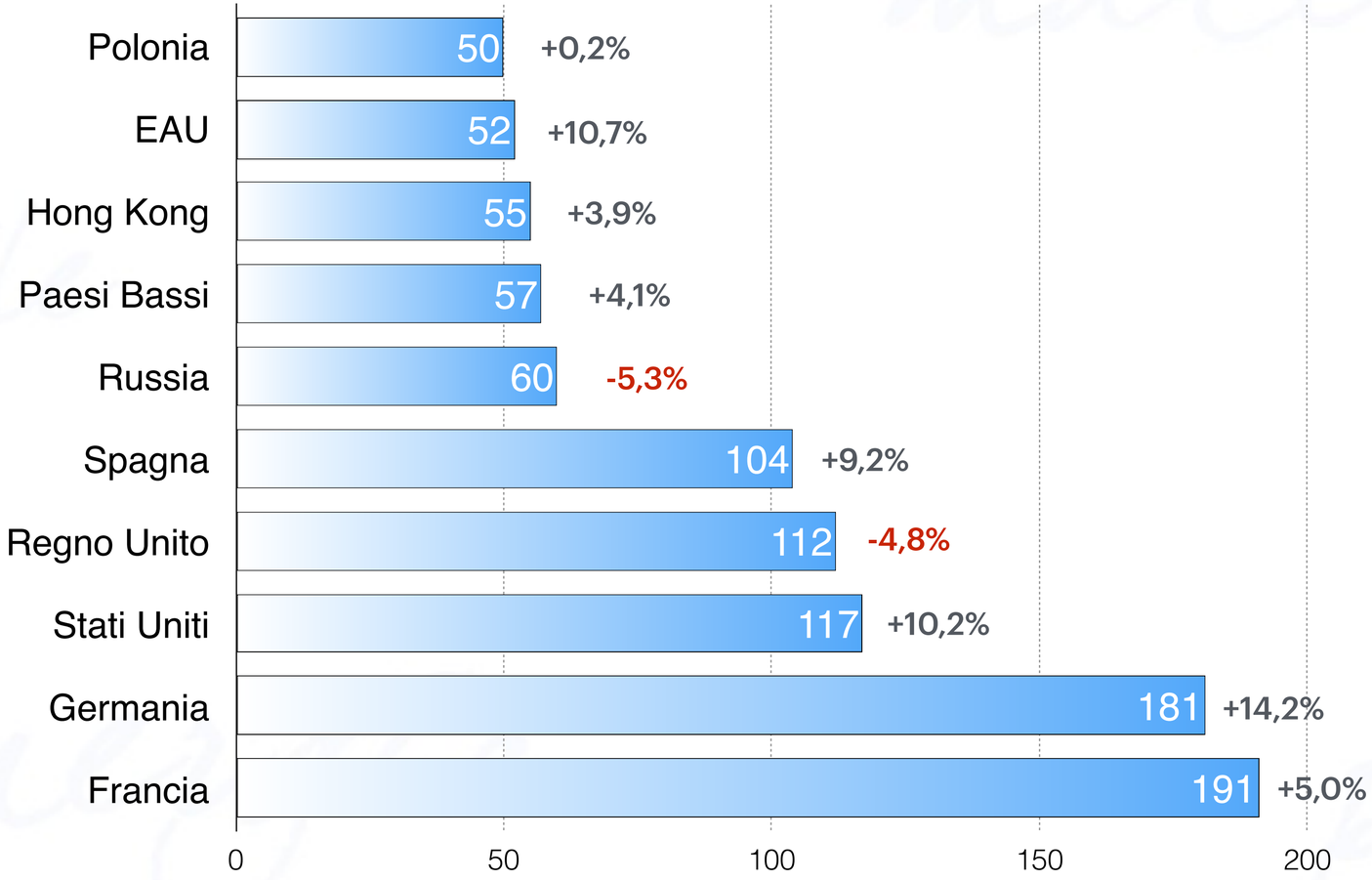
Previsione canali

	Preconsuntivi II semestre 2014	Chiusura 2014/2013	Previsioni I semestre 2015
Acconciatori	-2,9	-3,5	-2,4
Erboristerie	3,0	2,4	3,0
Estetiste	-3,5	-3,6	-3,0
Farmacia	0,5	0,8	1,0
Grande distribuzione	-1,0	-1,7	0,5
Profumeria	-2,5	-2,7	-3,0
Vendite dirette	3,5	2,8	2,5
Terzisti	3,5	3,0	3,0

E-commerce, monomarca e multicanalità come nuovi asset del mercato

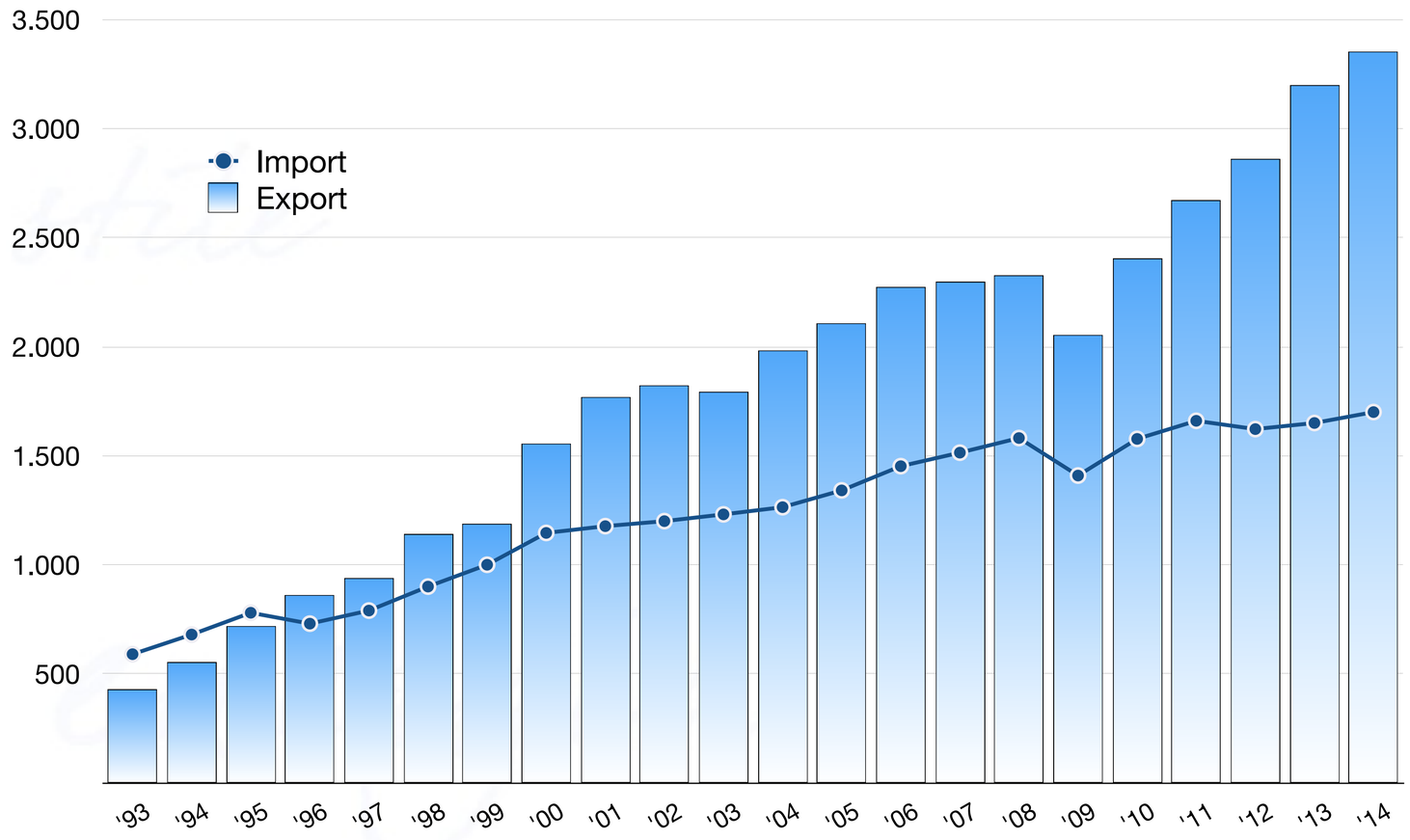
var. % rispetto al periodo precedente di riferimento

Esportazioni: 1° semestre 2014



elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

Interscambio cosmetico



saldo **1.537** commerciale 2013

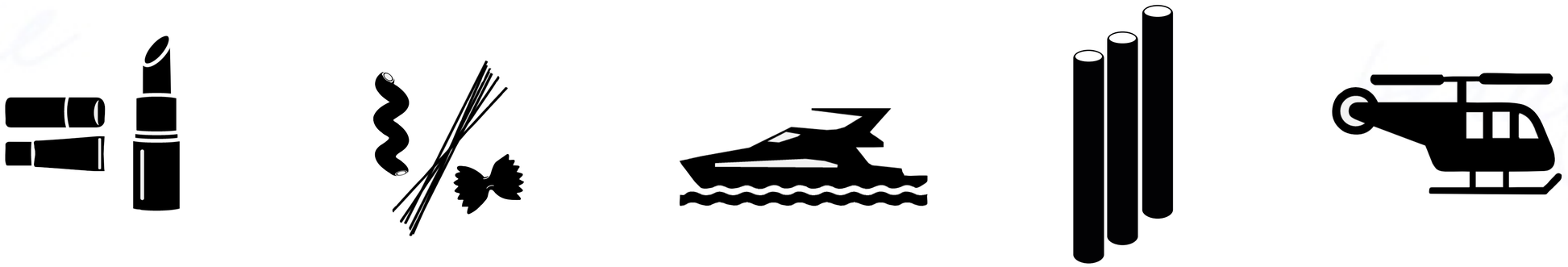
previsione **1.680** saldo commerciale 2014

	2012	*2013*	*var% '13/'12*	*previsioni 2014*	*var% '14/'13*
Import	1.622	1.639	+0,8	1.670	+2,0
Export	2.861	3.176	+11,0	3.350	+5,5

Eccellenze italiane

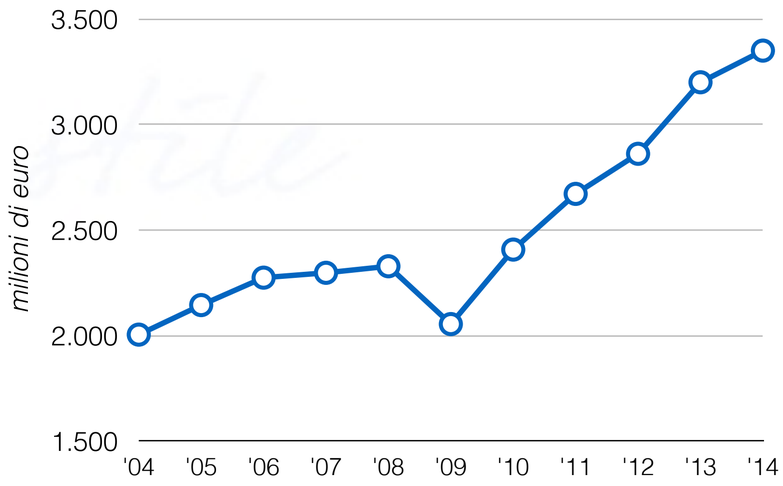
Saldo commerciale con l'estero (milioni di euro)

cosmetici	pasta	yacht	acciaio (tubi)	elicotteri
1.540	1.250	1.180	930	860

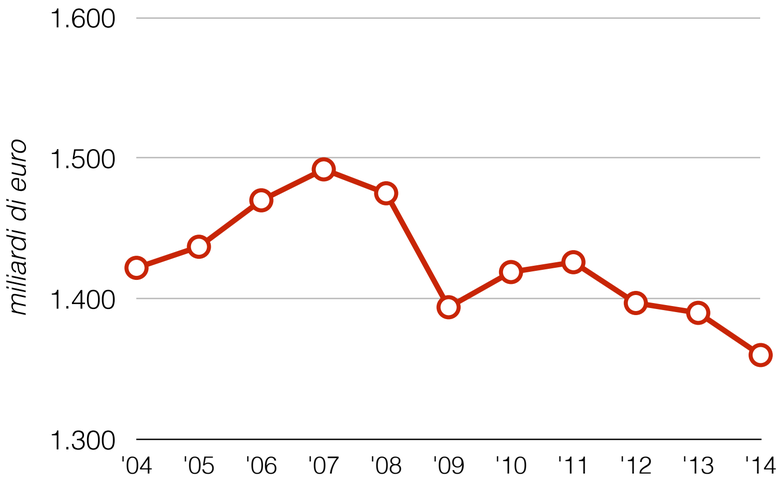


elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

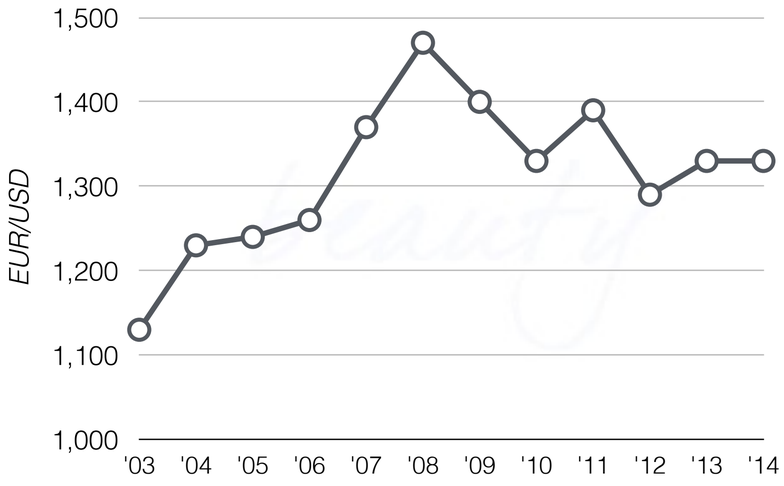
Eccellenze italiane



Esportazioni cosmetiche italiane



PIL italiano



Tasso di cambio medio annuo EUR/USD

elaborazione Centro Studi su dati ISTAT e Prometeia

Indagine di *sentiment*

ASPETTI POSITIVI

Recupero della fedeltà di marca

Incremento del consumo trasversale

Domanda trainata da canali e prodotti innovativi

Migliore pianificazione sulle attività estere

Costante attenzione agli investimenti industriali

Eccesso delle attività promozionali

Ritardi dei pagamenti e insoluti

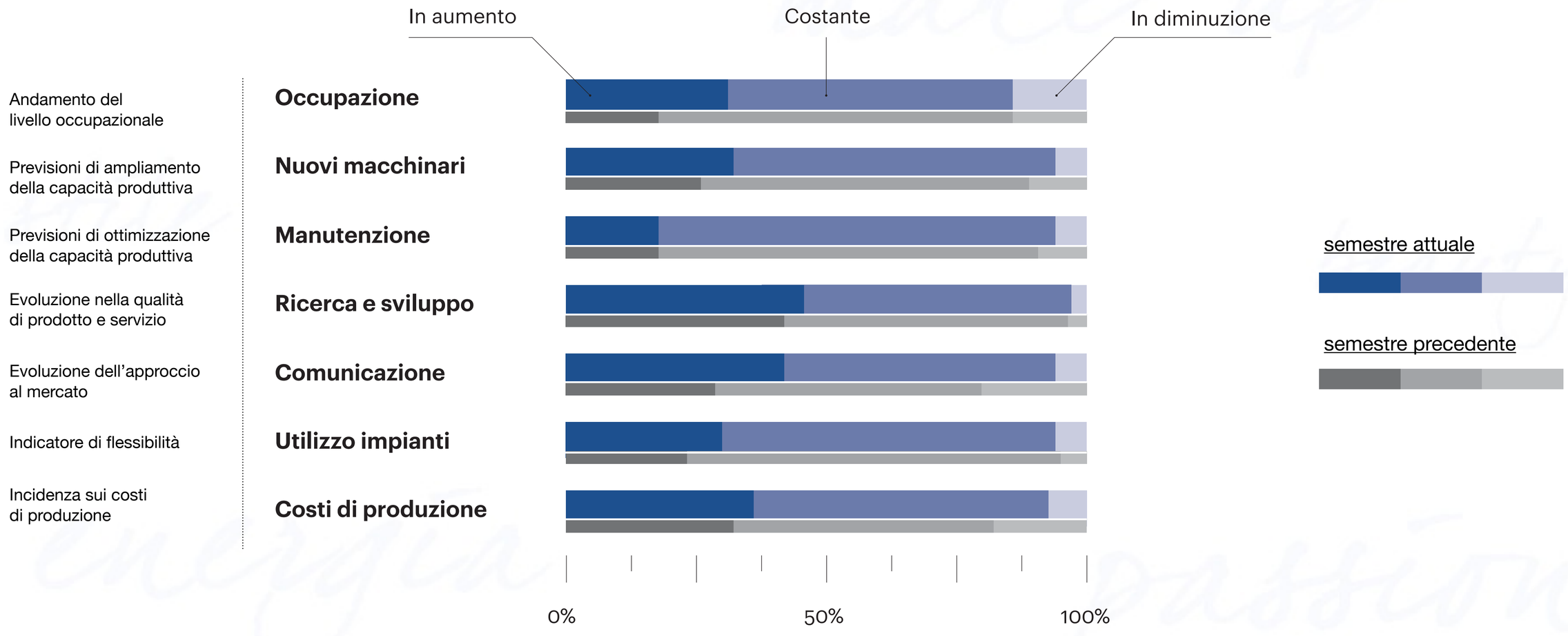
Indebolimento dell'identità per alcuni canali distributivi

Burocrazia, pressione fiscale e sistema bancario

Mercato interno ancora condizionato dalla crisi

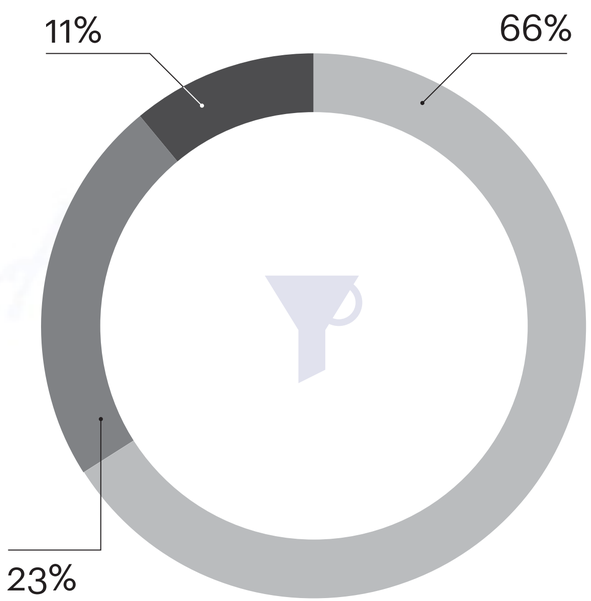
ASPETTI NEGATIVI

Le dinamiche industriali

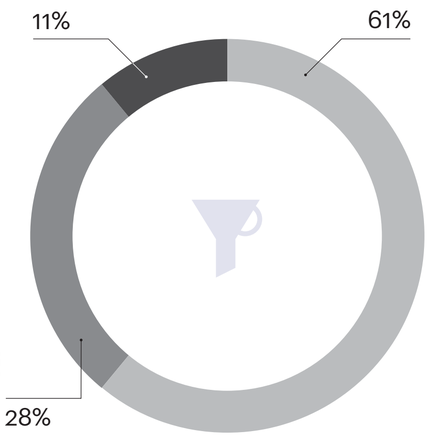


Fabio Rossello | 18 dicembre 2014

I prezzi delle materie prime



- Fino al 3%
- Dal 3 al 6%
- Oltre il 6%



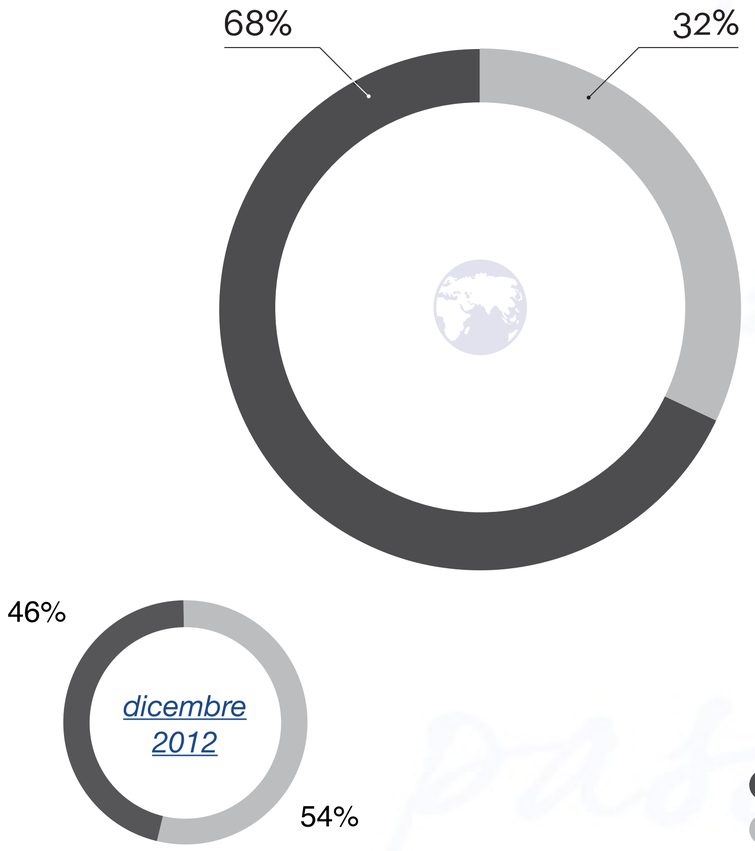
Semestre precedente

Stabile

l'incidenza dei prezzi delle materie prime sui costi di produzione

Destinazione dei fatturati

Negli ultimi 24 mesi, le aziende hanno indirizzato le loro esportazioni sui mercati extra-UE



Destinazioni emergenti

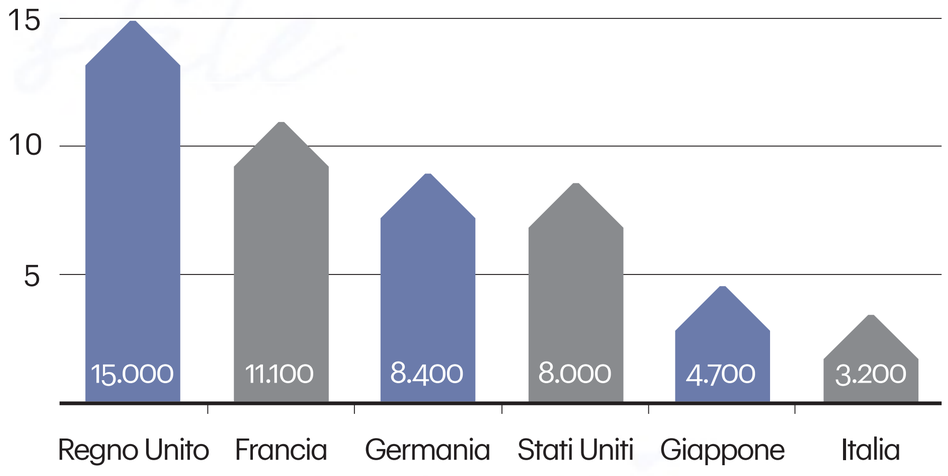
Paesi del Sud America

Emirati Arabi Uniti

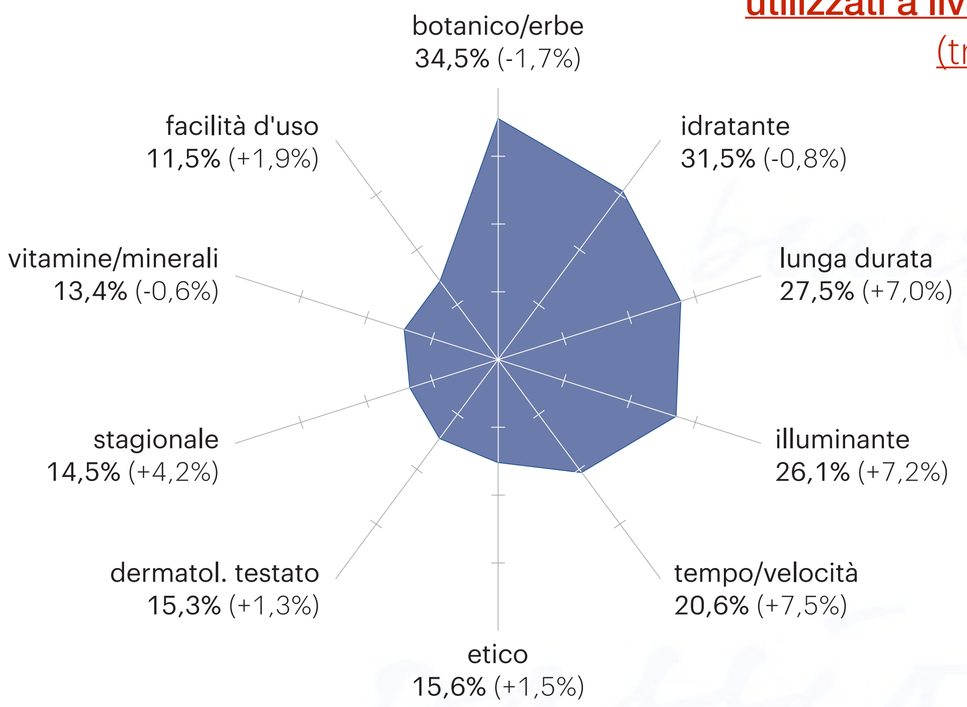
Hong Kong

Lanci di prodotti cosmetici nel 2014

Lanci di prodotti cosmetici



Principali claim utilizzati a livello mondiale (trend vs 2009)

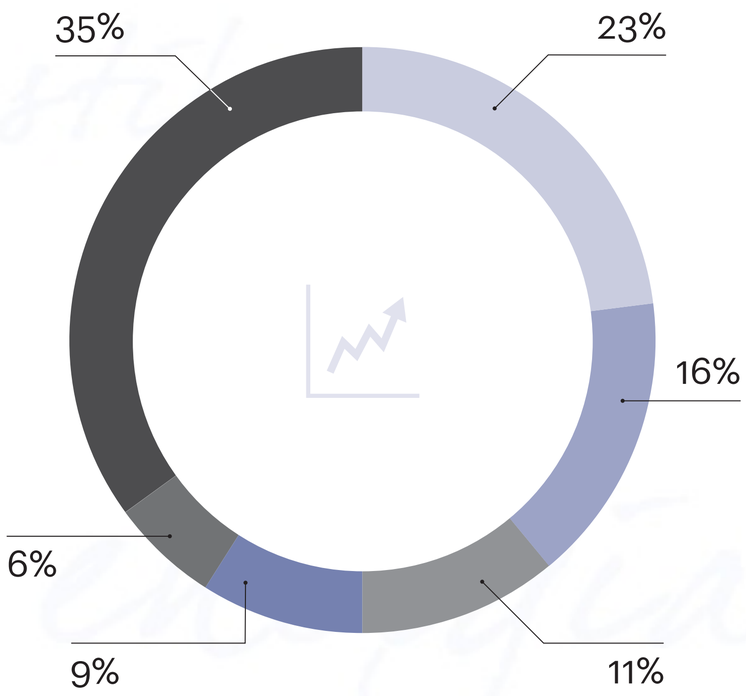


elaborazione Centro Studi su dati Mintel

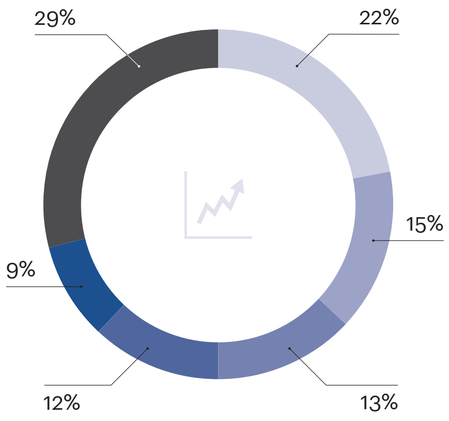
Fabio Rossello | 18 dicembre 2014

Flash: ripresa economica

I canali che registreranno dinamiche di crescita nei prossimi 12 mesi saranno…



- e-commerce
- farmacie
- discount
- erboristerie
- operatori professionali
- profumerie (catene)
- vendite a domicilio
- altre realtà distributive



Semestre precedente

Il 50% degli imprenditori crede nello sviluppo dei canali e-commerce, farmacia e discount

Fabio Rossello | 18 dicembre 2014

Flash: ripresa economica

S

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

W

- difficoltà di pianificazione
- situazione economico-politica
- ritardi dei pagamenti e insoluti

O

- e-commerce, multicanalità
- attenzione al web-marketing
- investimento sul mercato estero

T

- concorrenza su prezzi e promozioni
- aumento costi fissi e logistica
- investimenti sul mercato interno

Emerge l'esigenza di razionalizzare e pianificare i driver già individuati dagli stessi operatori per raggiungere una maggiore stabilità

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*

Fabio Rossello | 18 dicembre 2014