

L'industria cosmetica italiana: focus sul canale estetica

Gian Andrea Positano

Centro Studi e Cultura d'Impresa

22 ottobre 2016



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Evoluzione industria

L'industria cosmetica in Italia

	CONSUNTIVO 2014	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 2015/14	PROIEZIONE 2016	PROIEZIONE % 2016/15
Fatturato Mercato Italia	6.116	6.207	1,5	6.250	0,7
Canali tradizionali	5.610	5.713	1,8	5.755	0,7
Canali professionali	506	494	-2,4	495	0,2
Esportazioni	3.333	3.810	14,2	4.250	11,5
Fatturato globale settore cosmetico	9.449	10.013	6,0	10.500	5,0

Valori in milioni di euro

Mercato cosmetico '15 - '16

L'industria cosmetica in Italia

Mercato interno in lenta ripresa; bene l'export cosmetico, verso un'ulteriore crescita

	Mercato Italia	Esportazioni
2015	+1,4% (9.847 mio/€)	+14,2% (3.810 mio/€)
2016*	+0,7% (9.900 mio/€)	+11,5% (4.250 mio/€)



* Previsione Centro Studi

Previsione canali

L'industria cosmetica in Italia

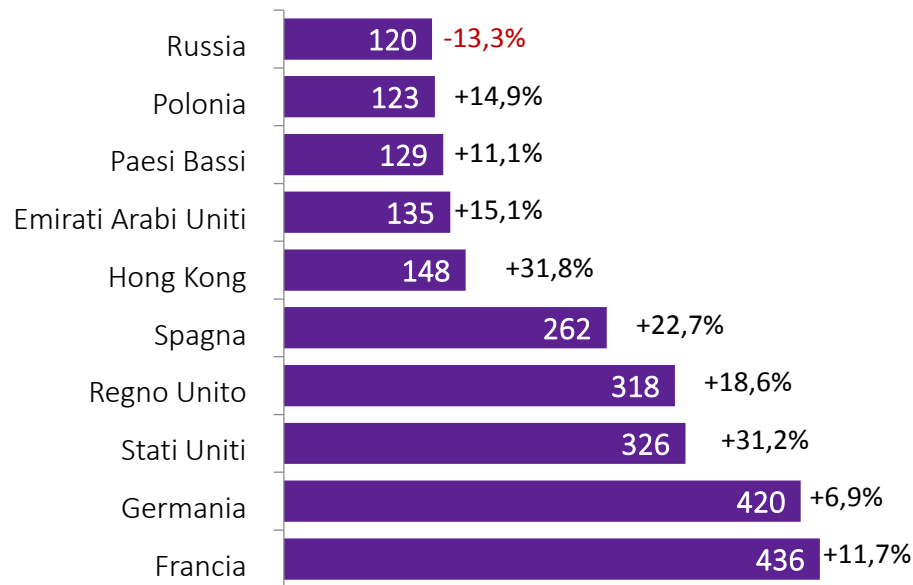
	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2016	PREVISIONI II SEMESTRE 2016	STIMA CHIUSURA 2016/2015
Acconciatura	0,5	1,0	0,8
Erboristeria	2,1	2,2	2,2
Estetiste	-2,0	-2,1	-2,1
Farmacia	1,0	1,5	1,3
Mass market	-0,5	-1,0	-0,8
Profumeria	1,0	1,0	1,0
Vendite dirette*	6,5	8,0	7,3

**E-commerce
(vendite dirette) in forte
dinamica;
riprende il canale
acconciatura**

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

Export cosmetico italiano nel 2015

L'industria cosmetica in Italia



esportazioni 2014 **3.334**

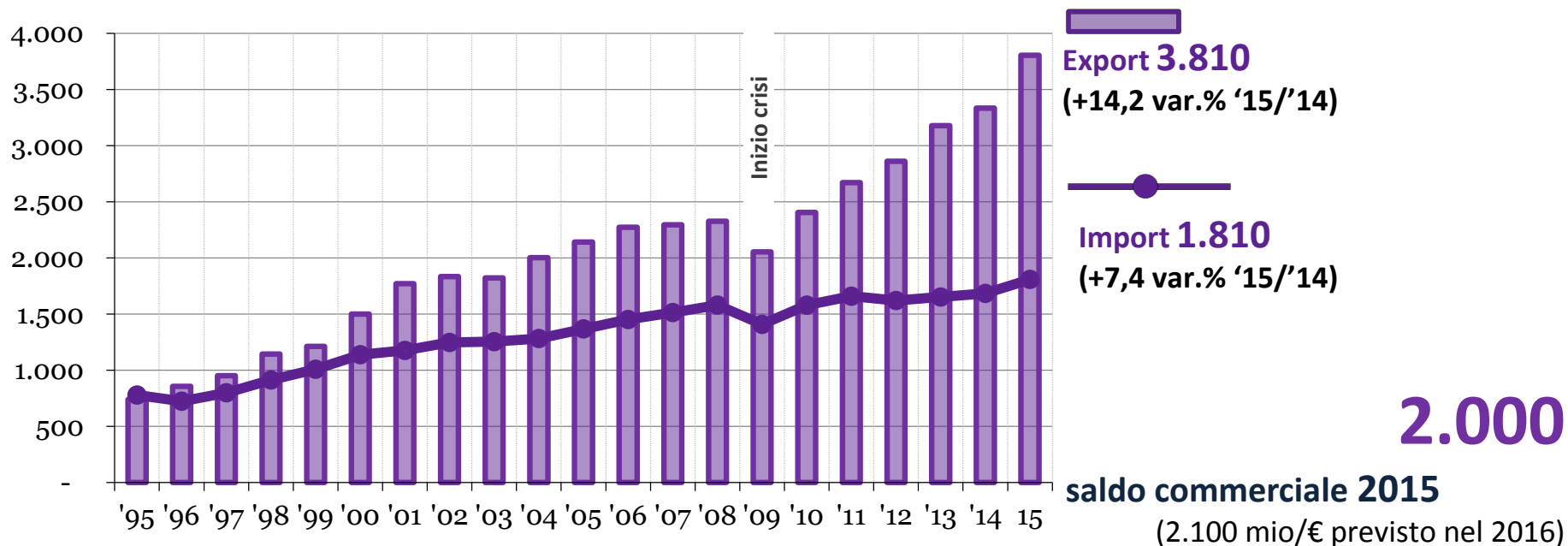
esportazioni 2015 **3.810**

previsione esportazioni 2016
(+11,5 var.% '16/'15) **4.250**

Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

Interscambio cosmetico

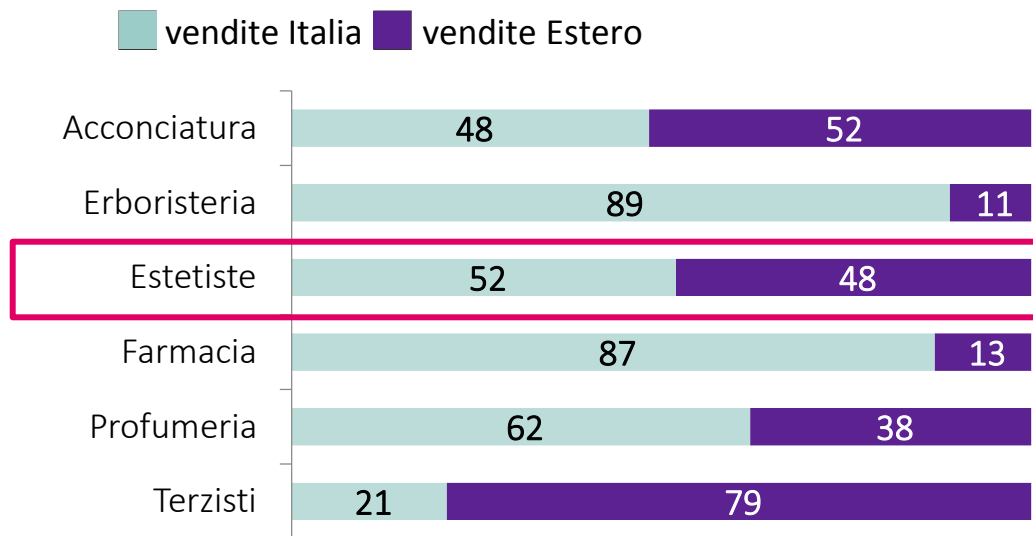
L'industria cosmetica in Italia



Valori in milioni di euro, elaborazione Centro Studi su dati ISTAT

La destinazione dei fatturati

L'industria cosmetica in Italia



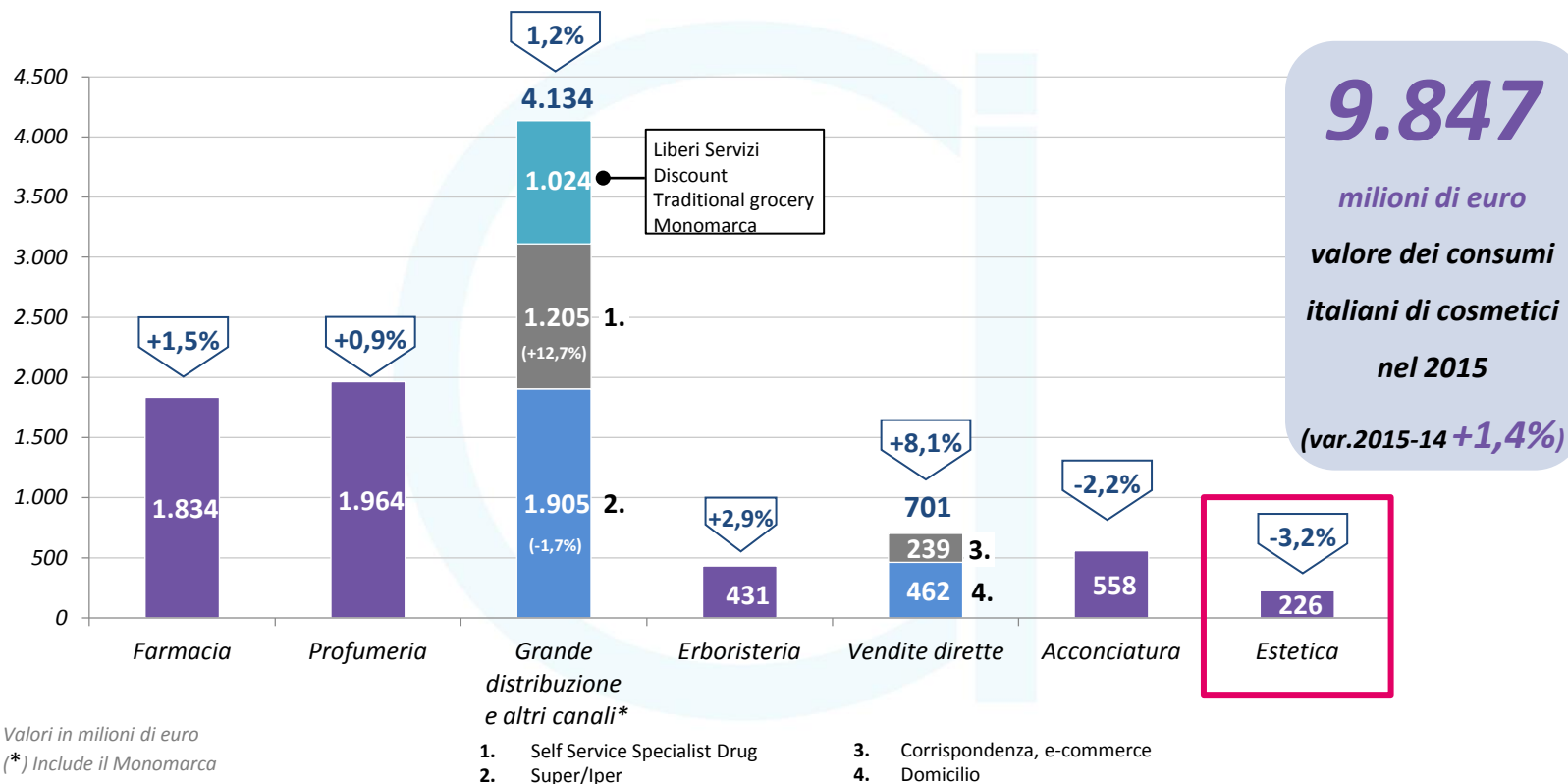
38,0%

è il peso delle esportazioni
sul valore della produzione
italiana di cosmetici nel 2015

Valori percentuali

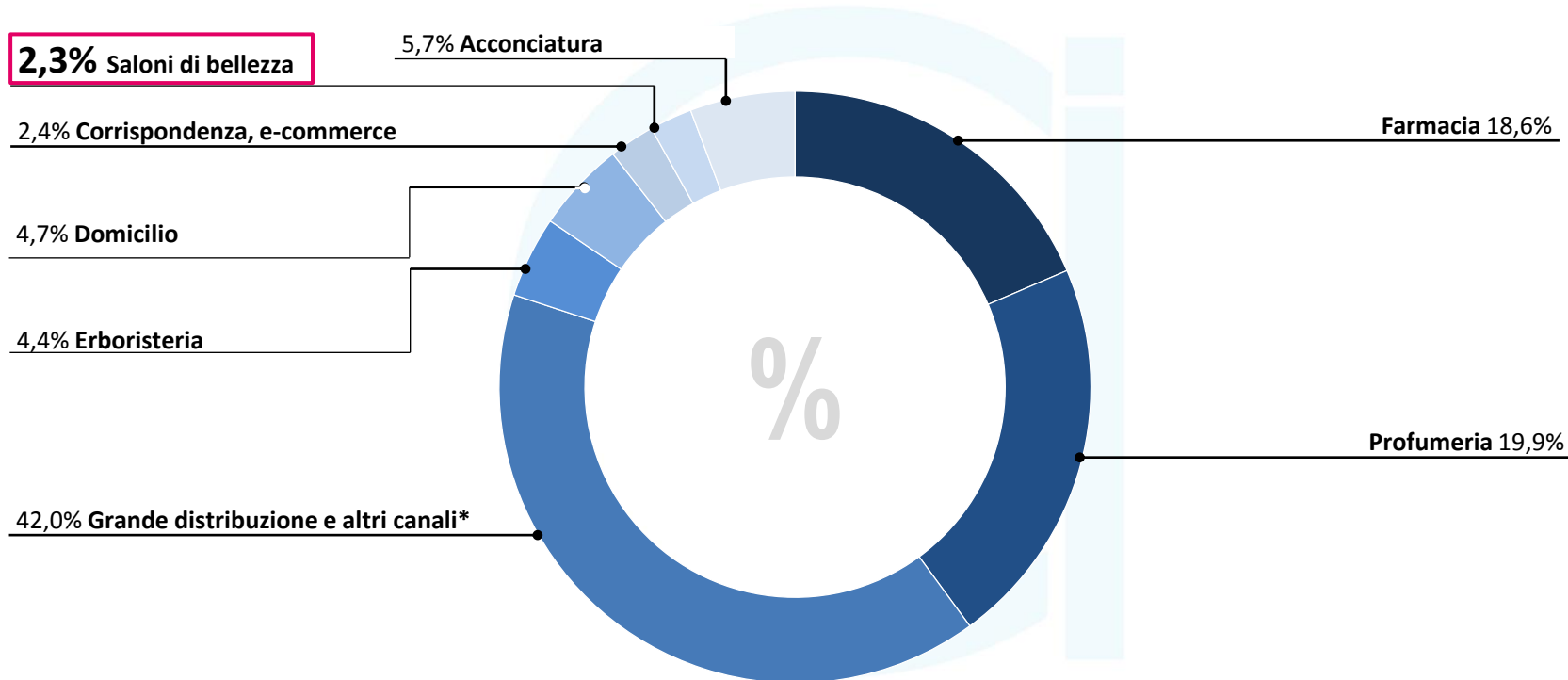
Mercato Italia 2015

L'industria cosmetica in Italia



Ripartizione percentuale dei consumi 2015 per canale

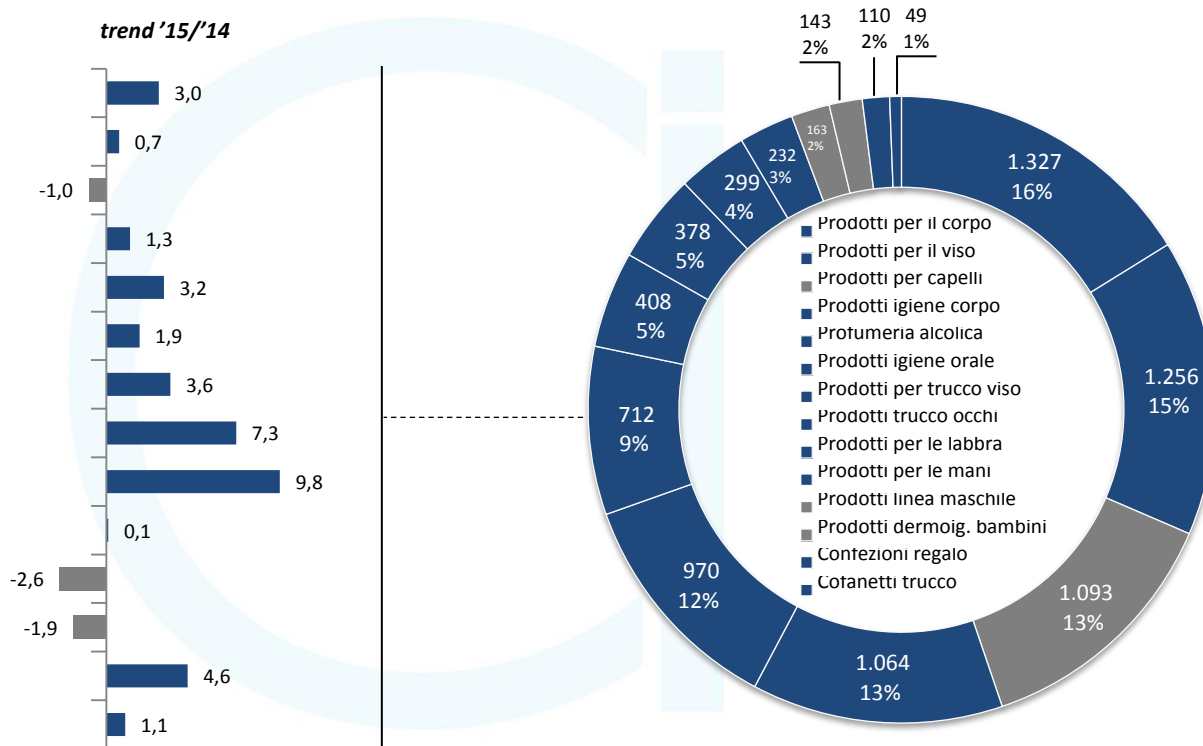
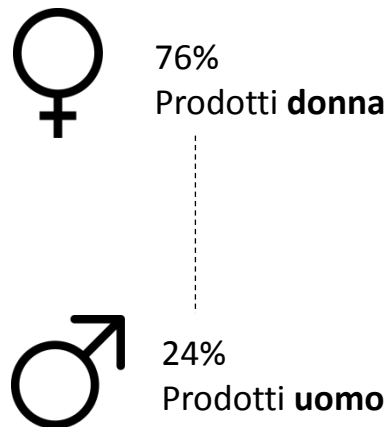
L'industria cosmetica in Italia



(*) Include il monomarca

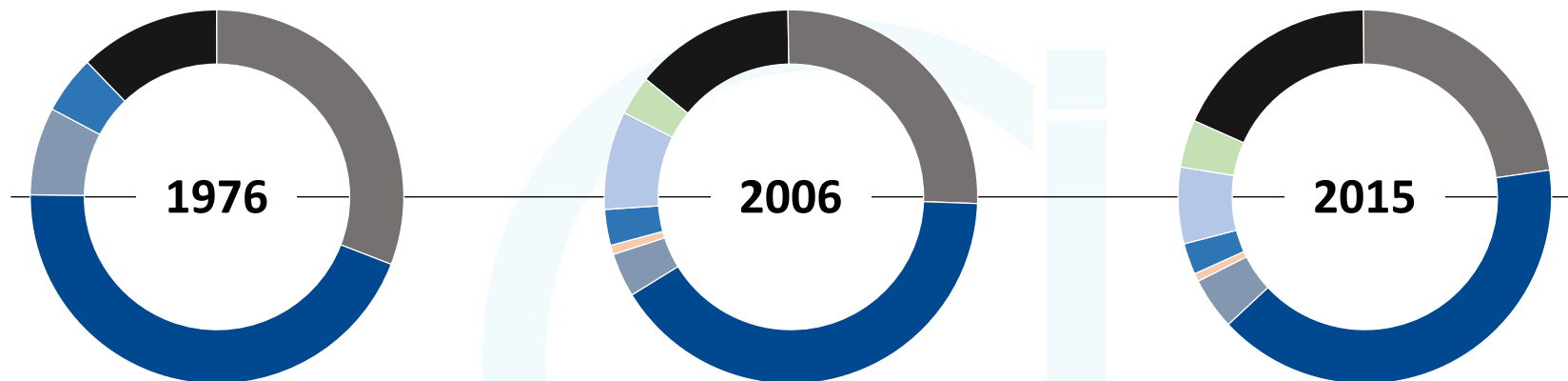
Ripartizione dei consumi 2015 per prodotto

L'industria cosmetica in Italia



Lo storico dei consumi - i canali

L'industria cosmetica in Italia



	1976	2006	2015
● Farmacia	12,2	13,9	18,6
● Profumeria	30,9	25,8	19,9
● GDO e altri canali*	44,3	40,6	42,0
● Domicilio	7,6	3,8	4,7
● Corrispondenza**	-	0,8	2,4
● Saloni di bellezza	5,0	3,1	2,3
● Acconciatura	-	8,5	5,7
● Erboristeria	-	3,4	4,4

Ripartizione % sul totale mercato Italia

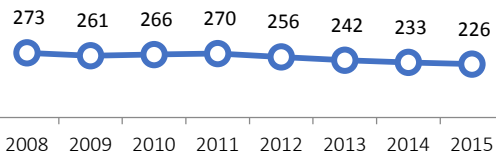
** Include il monomarca*

*** Dal 2010 il canale comprende anche le vendite e-commerce*

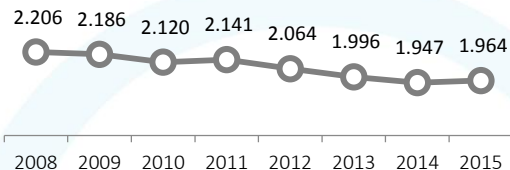
Lo storico dei consumi - i canali

L'industria cosmetica in Italia

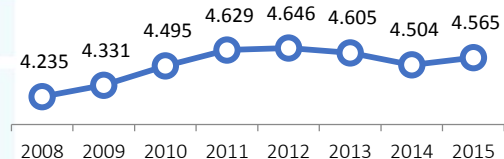
Saloni di bellezza



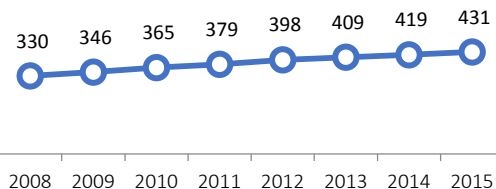
Profumeria



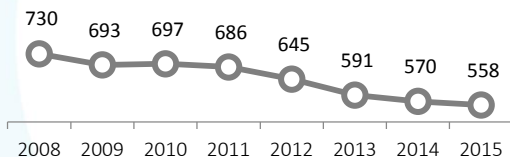
Grande distribuzione e altri



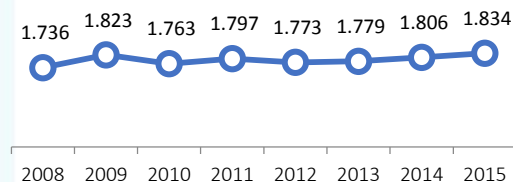
Erboristeria



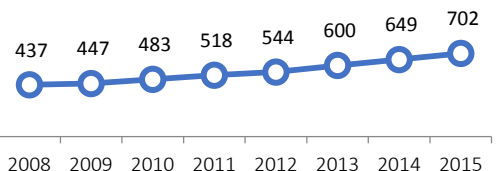
Acconciatura



Farmacia

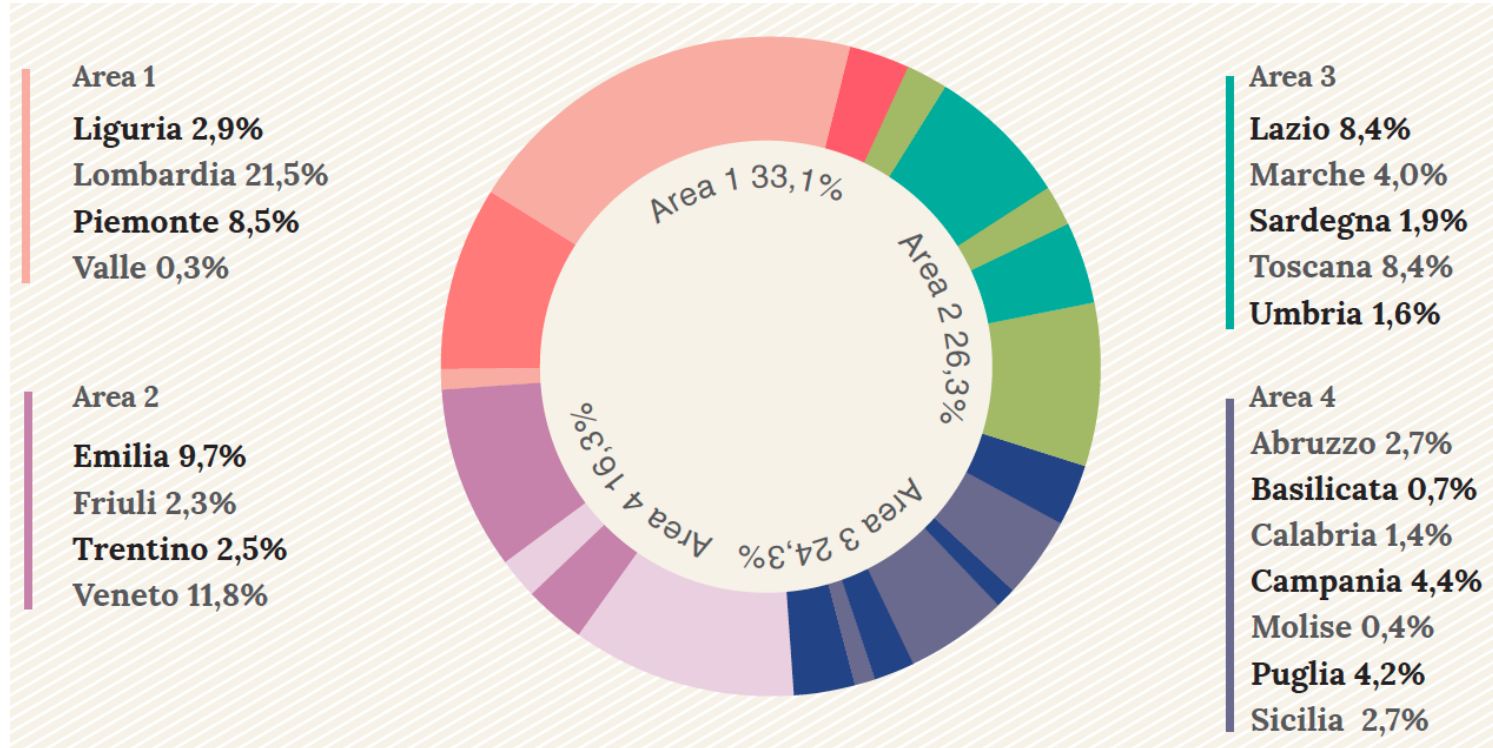


Vendite dirette



Distribuzione dei centri estetici italiani (2015)

L'industria cosmetica in Italia



Fonte: elaborazione Cosmetica Italia su dati Marketing & Telematica (2014), suddivisione per Aree Nielsen

La dimensione dei centri estetici italiani (2015)

L'industria cosmetica in Italia

● Fino a 50 mq 26% ● da 50 a 100 mq 57% ● da 100 a 200 mq 14% ● oltre i 200 mq 3%

In Italia poco oltre il 55% delle attività ha un'ampiezza compresa tra i 50 e i 100 mq; solo il 3% raggiunge i 200 mq. Le attività di minori dimensioni risultano essere nelle aree Nord-Ovest mentre quelle più grandi si collocano nelle zone centrali e nel Sud Italia.



Fonte: elaborazione Cosmetica Italia su dati Marketing & Telematica (2014), suddivisione per Aree Nielsen

Ripartizione dei consumi - livello regionale e per area

L'industria cosmetica in Italia

1. Lombardia	19,6%
--------------	-------

5. Piemonte	7,9%
-------------	------

Liguria 2,6%

Valle d'Aosta 0,2%

6. Campania	7,2%
-------------	------

Sicilia 5,9%

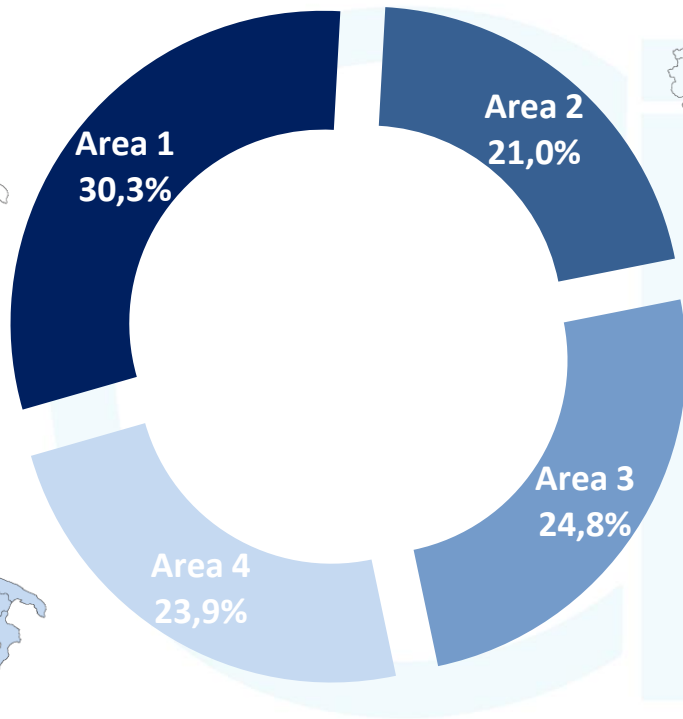
Puglia 5,4%

Calabria 2,2%

Abruzzo 2,0%

Basilicata 0,7%

Molise 0,4%



3. Emilia-Romagna	8,7%
-------------------	------

4. Veneto	8,2%
-----------	------

Friuli-Venezia Giulia 2,1%

Trentino-Alto Adige 2,1%

2. Lazio	11,3%
----------	-------

Toscana 7,0%

Sardegna 2,6%

Marche 2,5%

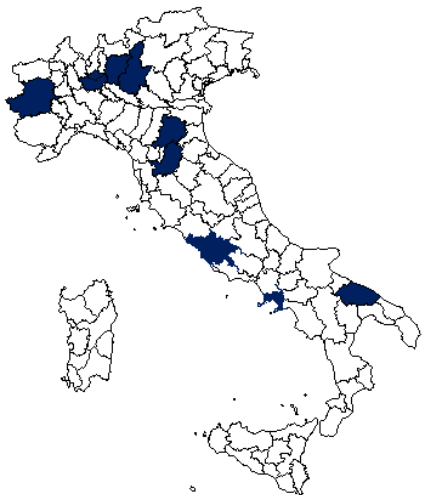
Umbria 1,4%

Totale consumi Italia = 100%

Elaborazione Centro Studi su dati Istat al 2013

Ripartizione dei consumi - livello provinciale

L'industria cosmetica in Italia



Valori percentuali
Totale consumi Italia = 100%

Roma 8,8

Milano 7,2

Torino 4,1

Napoli 3,8

Brescia 2,3

Bologna 2,1

Firenze 2,1

Monza e Brianza 2,0

Bergamo 1,8

Bari 1,7

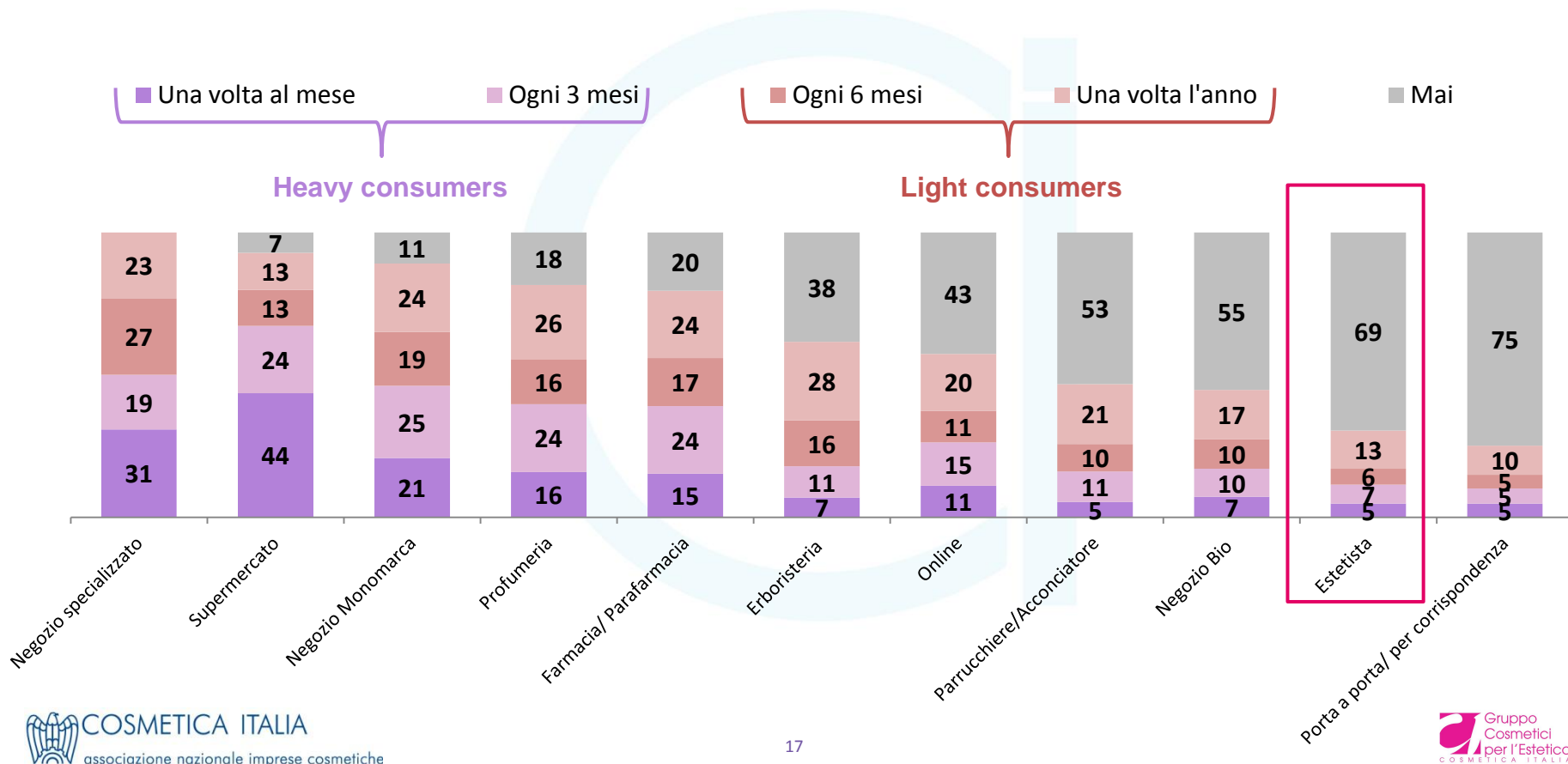
LE PRIME
DIECI PROVINCE
DETENGONO IL **36%** DEI
CONSUMI IN ITALIA

Elaborazione Centro Studi su dati Istat al 2013

Luogo e frequenza d'acquisto di cosmetici

L'industria cosmetica in Italia

Valori in %



I desiderata dei consumatori

L'industria cosmetica in Italia

Come sono cambiati negli ultimi 3 anni gli attributi nella scelta del negozio



42% Comunica con me in modo rilevante

Le principali motivazioni d'acquisto - evidenze

L'industria cosmetica in Italia

ESTETISTE

COMMESSA 36,6%

VISTO IN NEGOZIO 8,9%

PROMOZIONE 6,3%

PUBBLICITÀ IN NEGOZIO 4,8%

NOVITÀ 3,5%

INTERNET

SITI E NEWSLETTER 16,1%

INGREDIENTI 13,9%

AMICI CON CONOSCENTI 8,2%

NOVITÀ 5,4%

ADV TV 2,5%

FARMACIE

FARMACISTA 22,8%

MEDICO/DERMATOLOGO 14,0%

INGREDIENTI 7,8%

COMMESSA 6,6%

AMICI CON CONOSCENTI 3,0%

PROFUMERIE CATENE

COMMESSA 19,0%

NOVITÀ 4,9%

AMICI CON CONOSCENTI 4,4%

PUBBLICITÀ NEL NEGOZIO 2,5%

CAMPIONE OMAGGIO 1,2%

ERBORISTERIE

COMMESSA 23,4%

INGREDIENTI 15,1%

CAMPIONE OMAGGIO 7,9%

AMICI CON CONOSCENTI 3,1%

NOVITÀ 2,9%

VENDITE DIRETTE

AMICI CON CONOSCENTI 26,3%

NOVITÀ 10,0%

INGREDIENTI 7,6%

VENDITORE 2,7%

VOLANTINO 2,7%

L'importanza del consiglio della commessa è evidente nelle profumerie, erboristerie ed in farmacia (canale dove anche il medico è determinante)

Fonte
GfK

Aspetti generali

- l'**estetica** è un criterio di scelta importante
- **curo** molto il mio **aspetto**
- **alimentazione controllata**
- cibi leggeri
- evito grassi, zuccheri
- se vedo un **nuovo** prodotto lo compero
- amo i pezzi originali, unici, particolari
- mi piace concedermi ogni tanto qualche lusso
- mi piace guardare le vetrine
- **amore per la cucina casalinga**
- mi piace cucinare
- libri di cucina
- cura della casa

Aspetti specifici del canale **Estetica**

- ricerca gratificazione
- approccio critico
- ricerca della distintività
- cura dell'estetica
- spesso gli altri mi chiedono un parere su prodotti e marche da acquistare
- ricerca di naturalità
- capacità di cogliere le offerte

Aspetti **non condivisi** dai clienti del canale **Estetica**

- mi vesto come capita, senza preoccuparmi troppo
- compero prodotti delle marche più note
- la gran parte degli acquisti la faccio nei negozi vicini a casa
- la TV è il mio passatempo principale

Acquisti online di cosmetici (mio/€)

Acquirenti (mio)

2014	144	4,0
2015	170	4,7
2016*	200	5,2

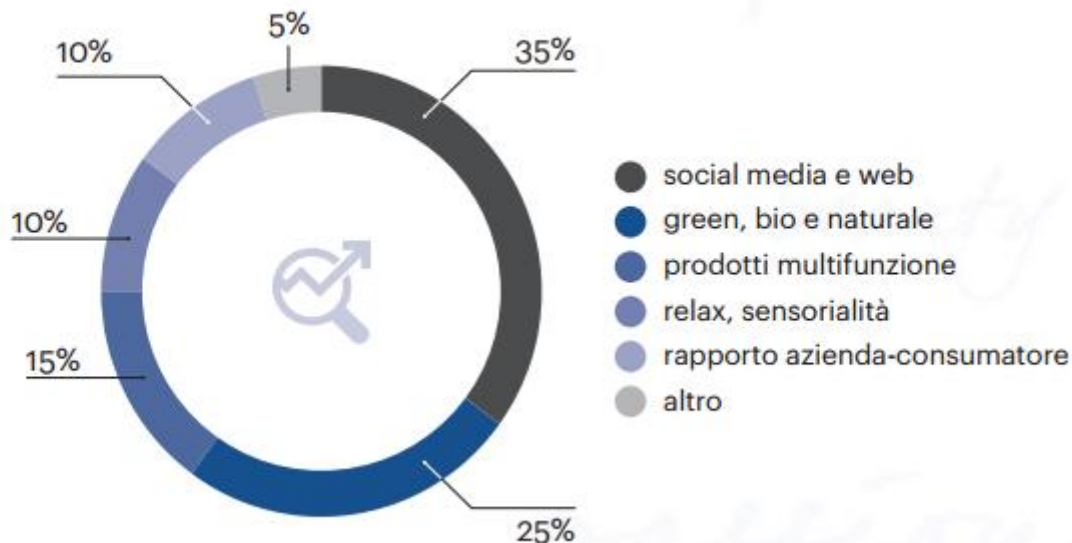
Le categorie più vendute (mio/€)

Profumi	32
Cura corpo	22
Cura viso	18
Cura capelli	17
Make-up	16

* previsione Centro Studi

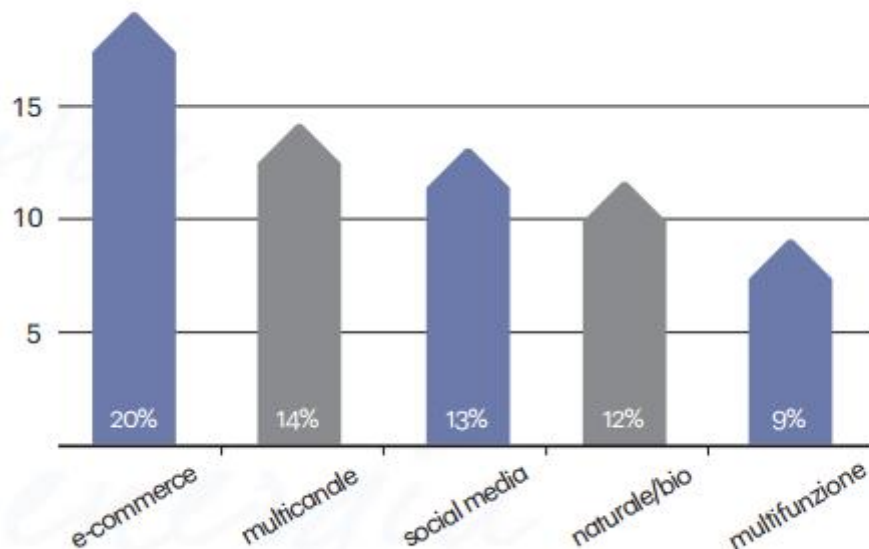
Le tematiche emergenti

Tematiche emergenti nel settore beauty per il 2018 in Italia
(opinione degli operatori)



I driver con il consumatore

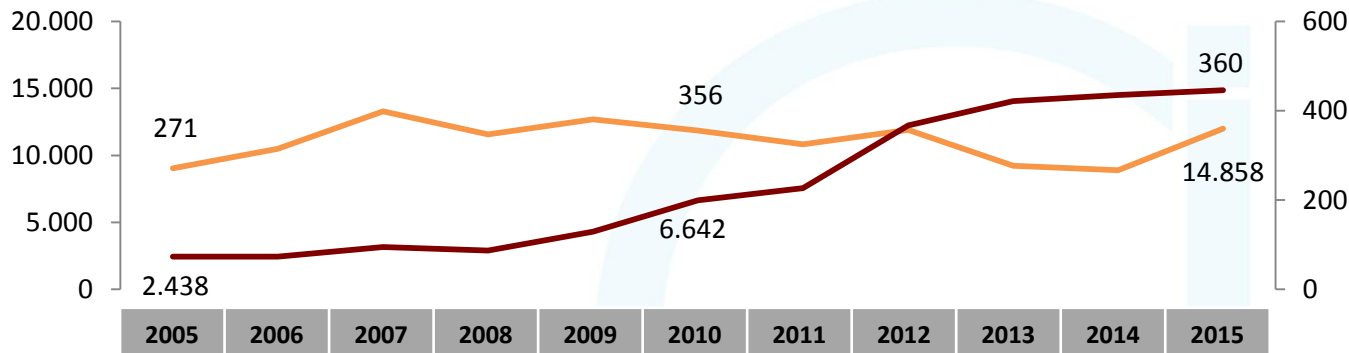
L'industria cosmetica in Italia



Consumatori: i driver di maggior rilievo per il 2018 in Italia
(opinione degli operatori)

Numero di lanci sul mercato di prodotti per la depilazione e di smalti per le unghie

nel mondo nel periodo 2005-2015

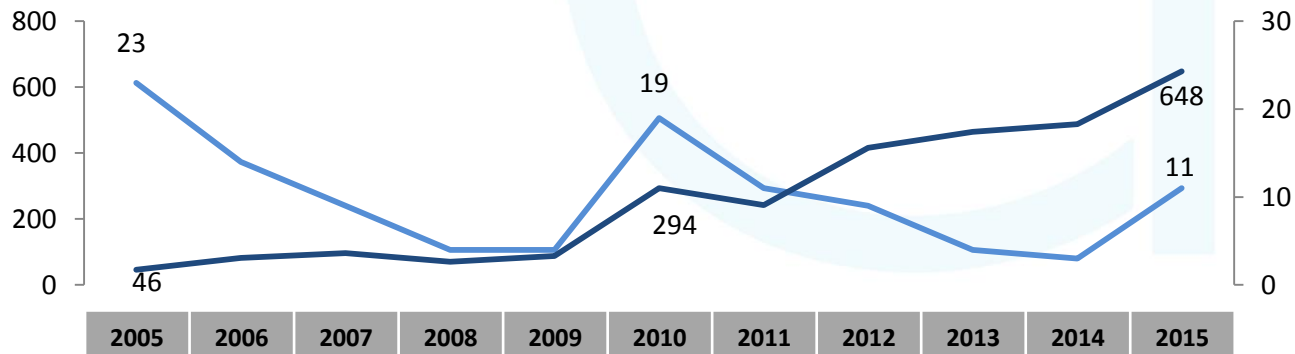


— Prodotti per la depilazione
— Smalti per unghie

CRESCITA MEDIA ANNUA
+3%

CRESCITA MEDIA ANNUA
+46%

in Italia nel periodo 2005-2015

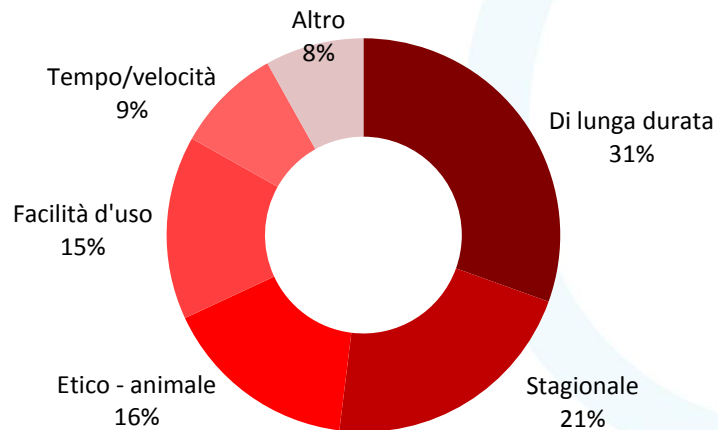


— Prodotti per la depilazione
— Smalti per unghie

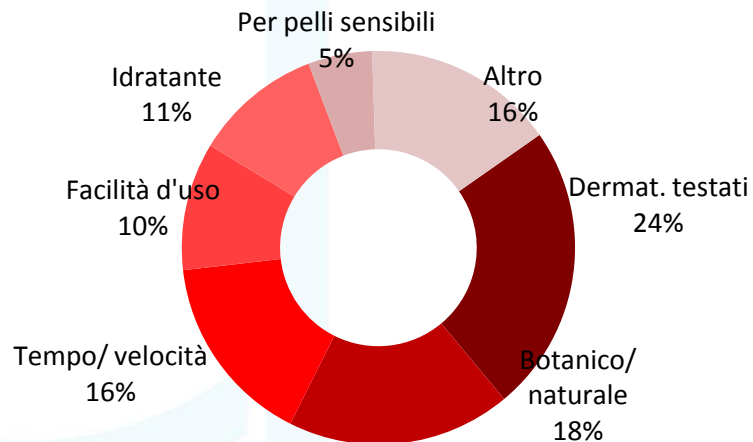
DECRESCITA MEDIA ANNUA
-5%

CRESCITA MEDIA ANNUA
+119%

smalti per unghie



Prodotti per la depilazione



GRAZIE

Gian Andrea Positano

Centro Studi e Cultura d'Impresa

22 ottobre 2016



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche