

# NUMERI E TREND NEI PROGETTI DEL CENTRO STUDI

Gian Andrea Positano  
Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

Milano, 20 febbraio 2020



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

# La congiunturale: diamo i numeri



**38**

questa è la 38<sup>a</sup>  
presentazione  
della  
Congiunturale



**115**

buona  
rappresentatività  
numerica delle  
aziende coinvolte  
nell'analisi



**+22**

Variazione %  
delle vendite  
online nelle  
proiezioni del I°  
semestre 2020



**5.000**

Sono i milioni di  
euro, del valore  
export nelle  
proiezioni a fine  
2019



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche

# La congiunturale: i presupposti

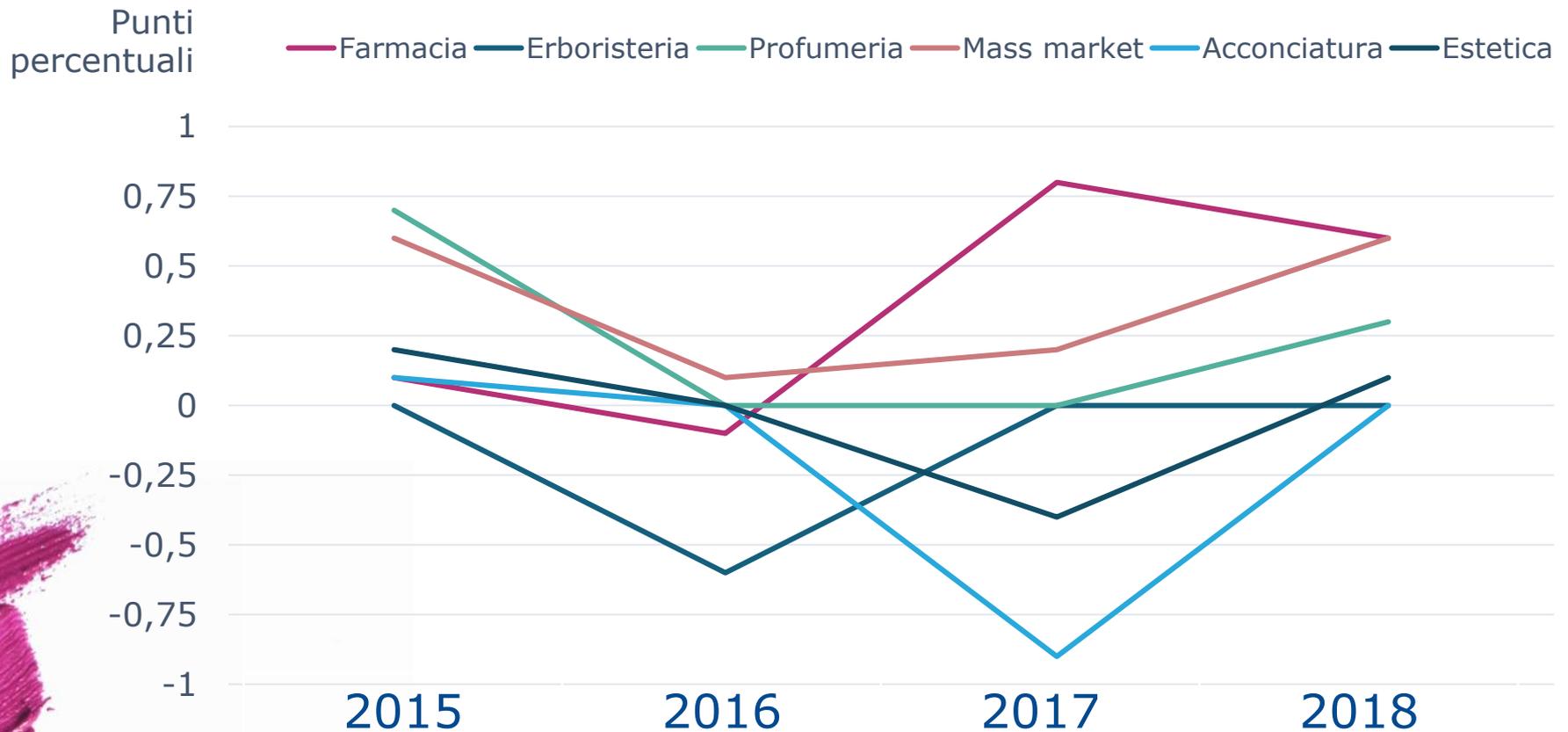
---

- metodo e fonti
- continuità al Cosmoprof
- mix fra innovazione e coccole
- industria 4.0?



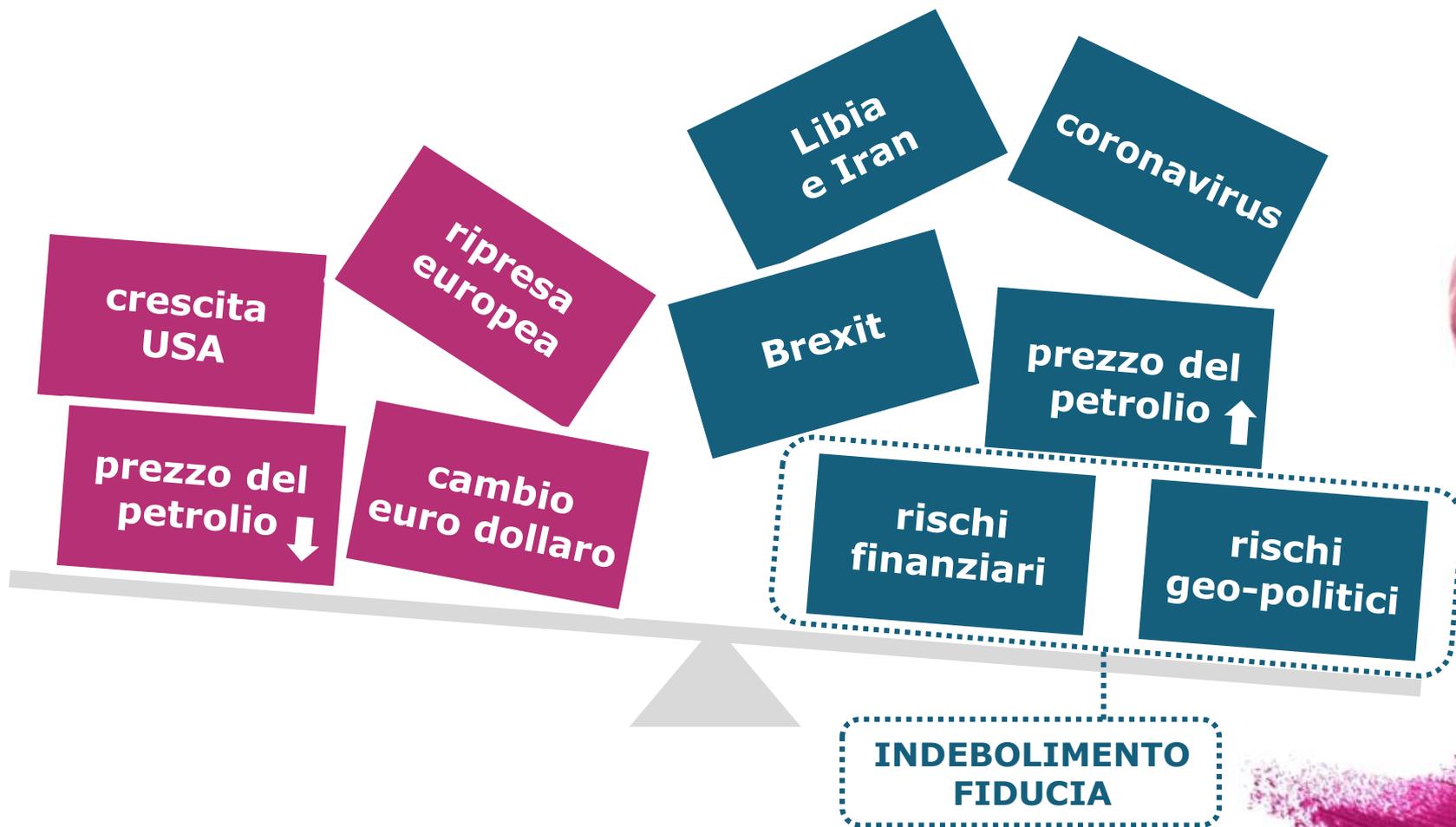
# Preconsuntivi e dati di chiusura

## Qualità delle previsioni: andamento degli scostamenti tra dati previsti e dati consuntivi



# Lo scenario internazionale

Il contesto macroeconomico in equilibrio tra opportunità e rischi

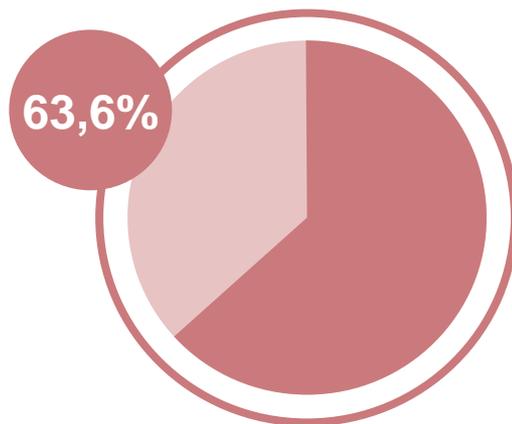


# In che misura l'incertezza politico-economica nazionale e internazionale impatta sul business

Le imprese sembrano preoccupate ma reagiscono proattivamente dimostrando autonomia e forza di reazione

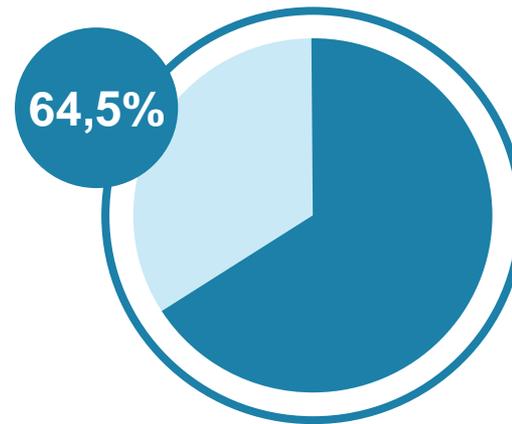
Valori % espressi di «molto + abbastanza»

## 2018



molto **18,2%**  
abbastanza **45,5%**

## 2019



molto **14,5%**  
abbastanza **50,0%**

Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati



**COSMETICA ITALIA**

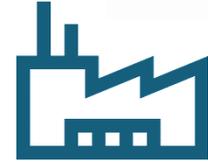
associazione nazionale imprese cosmetiche

# La cosmetica nel sistema manifatturiero italiano

## Internazionalizzazione e struttura



### COSMETICA



### MANIFATTURIERO

sia **importatrice** che **esportatrice**

32,3%

41,7%

**solo esportatrice**

*(verso un massimo di quattro aree geografiche extra-europee)*

27,7%

38,3%

**esportatrice globale**

*(esportatrice verso almeno cinque aree extra-europee)*

21,5%

6,8%

con sede in Italia e **appartenente a gruppi a controllo italiano** che hanno affiliate estere

9,2%

7,9%

con sede in Italia e **appartenente a gruppi a controllo estero**

9,2%

5,4%



# Le modalità di distribuzione all'estero

Ripartizione % fatto 100 il valore delle esportazioni

	<b>2018</b>	<b>2019</b>
distribuzione tramite <b>grossisti / intermediari locali</b>	35,5%	35,2%
distribuzione <b>diretta</b> in canali classici (come avviene in Italia)	27,2%	32,4%
distribuzione <b>b2b</b> (contoterzismo)	28,4%	25,1%
distribuzione al consumatore finale tramite piattaforma <b>online</b>	3,9%	2,7%
Altre forme di distribuzione all'estero	5,0%	4,6%

Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche

# Investimenti in comunicazione

Ripartizione % tra canali tradizionali e digitali fatto 100 gli investimenti in comunicazione

## TRADIZIONALI

(tv in chiaro e pay, radio, stampa, cinema e diretta per corrispondenza)

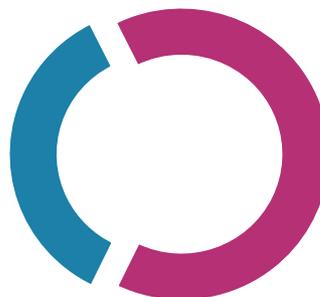
**35,4%**



## TRADIZIONALI

**20,4%**

1. Stampa
2. Tv in chiaro e pay
3. Radio
4. Cinema
5. diretta per corrispondenza



## DIGITALI

(motori di ricerca, social network, banner, pop-up, direct email marketing, sito aziendale)

**64,6%**

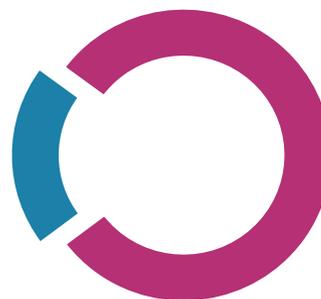


## DIGITALI

**79,6%**

1. social network
2. Sito aziendale
3. motori di ricerca
4. direct email marketing
5. banner e pop-up

**REGISTRANO IL MIGLIOR ROI,  
E QUINDI UN RISULTATO PIÙ EFFICACE...**



Elaborazione Centro Studi sulle segnalazioni degli operatori intervistati



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche

# Megatrend: nuove generazioni di consumatori



## DELLA GENERAZIONE Z...

pone attenzione verso ingredienti sicuri e di derivazione naturale



percepisce la bellezza attraverso l'igiene e la cura di sé



## DEI MILLENIALS...

che utilizzano prodotti *skin care* sono influenzati dalle recensioni e forum online



percepisce la bellezza attraverso un aspetto sano

# Megatrend: fasce mature di consumatori

In Italia la popolazione ha un'**aspettativa di vita** di **11 anni in più rispetto alla media mondiale** con una quota di over 65 tra le più alte al mondo, il 22,8% del totale

Lo scorso anno, l'indice di vecchiaia ha toccato il livello di 173,1: ogni **100 giovani ci sono 173 anziani** ed è il valore più alto al mondo dopo il Giappone

La **domanda** direttamente attribuibile agli **over 65** è ampia e in aumento: raggiungerà il **30% nel 2050**

## COSA OFFRIRE?

**POSIZIONAMENTO  
PREMIUM**

**ANTI-AGE  
VS  
NO-AGE**

**BELLEZZA  
=  
BENESSERE**





 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche