

Congiunturale dell'industria cosmetica: secondo semestre 2022

**\* 1. Dati del compilatore:**

Azienda

Nome

Cognome

Posizione in azienda

E-mail

**\* 2. Dati aziendali 2022 del solo settore cosmetico:**

*(valori in milioni di euro)*

Totale vendite complessive (fatturato)

*di cui vendite ESTERO (se presenti)*

**\* 3. Indicare la variazione delle vendite complessive (fatturato globale):**

*(variazione %)*

da luglio a dicembre 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021

del solo mese di dicembre 2022 rispetto a dicembre 2021

\* 4. Principali canali di distribuzione:

- Acconciatura professionale
- Estetica professionale
- Profumeria
- Farmacia
- Erboristeria
- Mass market: grandi superfici (super e iper)
- Mass market: monomarca
- Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)
- Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)
- E-commerce
- Vendite per corrispondenza
- Vendite a domicilio (porta a porta)
- Contoterzismo**



Congiunturale dell'industria cosmetica: secondo semestre 2022

*RIPARTIZIONE DEL FATTURATO, ANDAMENTO CONGIUNTURALE E  
PREVISIONI*

*Con riferimento ai canali distributivi selezionati alla domanda precedente.*

5. **PROPRIA AZIENDA:** Indicare la ripartizione % del fatturato nei canali di riferimento:

*(la somma dei valori espressi deve fare 100)*

Acconciatura professionale

Estetica professionale

Profumeria

Farmacia

Erboristeria

Mass market: grandi superfici (super e iper)

Mass market: monomarca

Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)

Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)

E-commerce

Vendite per corrispondenza

Vendite a domicilio (porta a porta)

**Contoterzismo**

## 6. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PRECONSUNTIVO 2° SEMESTRE 2022)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 2° semestre 2022 rispetto al 2° semestre 2021:

*(indicare con il segno + o - le variazioni %)*

Acconciatura professionale	<input type="text"/>
Estetica professionale	<input type="text"/>
Profumeria	<input type="text"/>
Farmacia	<input type="text"/>
Erboristeria	<input type="text"/>
Mass market: grandi superfici (super e iper)	<input type="text"/>
Mass market: monomarca	<input type="text"/>
Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)	<input type="text"/>
Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)	<input type="text"/>
E-commerce	<input type="text"/>
Vendite per corrispondenza	<input type="text"/>
Vendite a domicilio (porta a porta)	<input type="text"/>
<b>Contoterzismo</b>	<input type="text"/>

## 7. MERCATO DI RIFERIMENTO SELL-OUT (PREVISIONE 1°

SEMESTRE 2023)

Per quanto riguarda i canali sui quali si opera, indicare la variazione stimata del 1° semestre 2023 rispetto al 1° semestre 2022:

*(indicare con il segno + o - le variazioni %)*

Acconciatura professionale	<input type="text"/>
Estetica professionale	<input type="text"/>
Profumeria	<input type="text"/>
Farmacia	<input type="text"/>
Erboristeria	<input type="text"/>
Mass market: grandi superfici (super e iper)	<input type="text"/>
Mass market: monomarca	<input type="text"/>
Mass market: casa e toeletta (sss-drugs)	<input type="text"/>
Mass market: altri canali (discount, traditional grocery)	<input type="text"/>
E-commerce	<input type="text"/>
Vendite per corrispondenza	<input type="text"/>
Vendite a domicilio (porta a porta)	<input type="text"/>
<b>Contoterzismo</b>	<input type="text"/>

\* 8. Con riferimento alla propria azienda, indicare l'andamento del secondo semestre 2022 per:

	In forte diminuzione	In lieve diminuzione	Costante	In aumento	Non utilizzato/a
Occupazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cassa integrazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grado utilizzo impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costi di produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in macchinari e impianti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in manutenzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimenti in comunicazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Quali criticità di scenario stanno incidendo maggiormente sul business della propria azienda?

**(sono previste massimo due risposte)**

- Costo delle materie prime
- Reperibilità delle materie prime
- Rincarato energetico
- Crisi climatica
- Qualificazione dell'occupazione
- Accesso ai finanziamenti/tassi d'interesse
- Disorientamento dei consumatori
- Altro (specificare)