

Il comparto industriale della cosmetica italiana, evoluzione e internazionalizzazione



a cura di: **GIAN ANDREA | POSITANO**

EVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

	CONSUNTIVO 2017	CONSUNTIVO 2018	VARIAZIONE % 18/17	PROIEZIONE % 19/18
Fatturato (valore della produzione) in Italia	6.544	6.598	0,9	1,5
generato nei canali professionali, <i>acconciatura, estetica</i>	717	721	0,5	0,9
generato negli altri canali, <i>grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette, E-Commerce</i>	5.828	5.877	0,9	1,7
Esportazione (fatturato all'estero)	4.617	4.792	3,8	4,5
Fatturato globale settore cosmetico	11.151	11.390	2,1	2,8

elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno

IL FATTURATO DELLA FILIERA COSMETICA

	INDUSTRIA	MATERIE PRIME	MACCHINARI	IMBALLAGGI	TOTALE
Fatturato 2017	11.151	995	272	3.432	15.850
(var.% '17/'16)	3,9	4,8	0,5	4,0	3,9
Fatturato 2018	11.390	1.010	293	3.535	16.228
(var.% '18/'17)	2,1	1,5	7,7	3,0	2,4
Proiezione % '19/'18	2,8	0,5	7,0	3,0	2,6
Export 2018	4.792	354	215	1.853	7.215
(var.% '18/'17)	3,8	3,5	7,4	4,0	3,7
Export/fatturato 2018	42	35	73	52	44

elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno

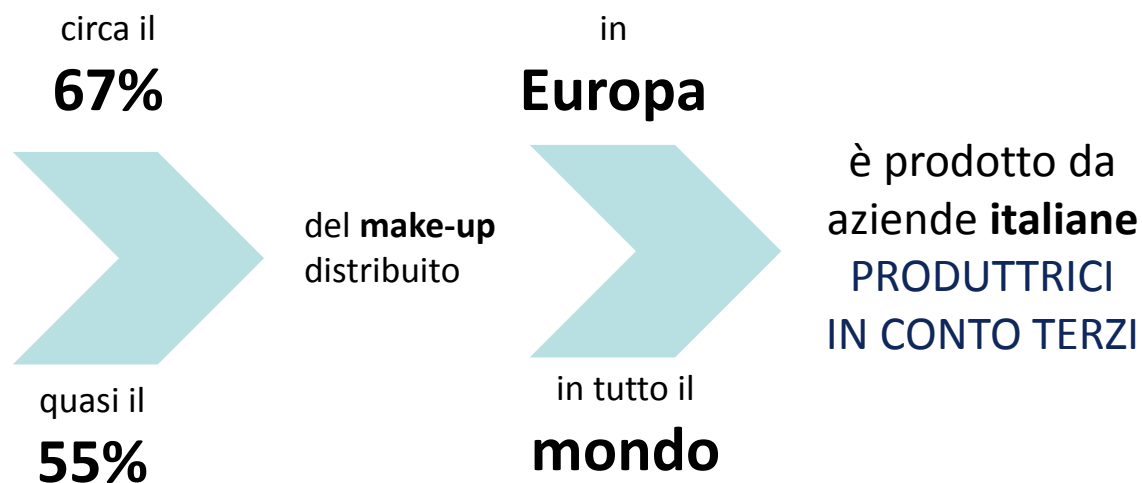
FILIERA COSMETICA: I FATTORI CHIAVE

- attesa di recupero per l'imballaggio; crescita mercato interno e Europa
- ancora bassi lotti di produzione, con difficoltà di pianificazione
- investimenti in innovazione (macchinari) legati alla flessibilità degli impianti
- frammentazione della distribuzione
- ordini in generalizzata crescita

FILIERA COSMETICA: I FATTORI CHIAVE

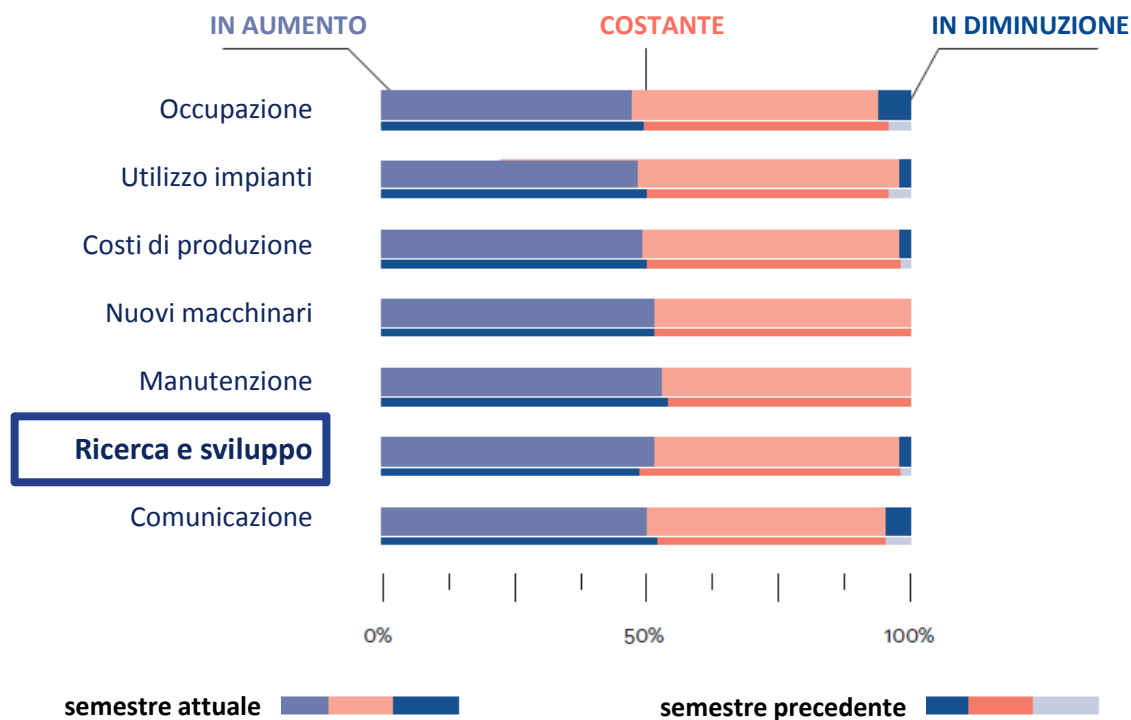
- per effetto della crisi dei marchi, si esternalizza
- i settori a monte hanno ancora poca visibilità
- necessità di valorizzare il *made in Italy* nella sua complessità
- necessità di stimolare la filiera (con marchio di qualità, certificazioni ...) per stimolare i singoli anelli della catena allargata

LA LEADERSHIP DEL CONTOTERZISMO COSMETICO ITALIANO



elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia

LE DINAMICHE INDUSTRIALI



STABILITÀ GENERALE DELLE
DINAMICHE INDUSTRIALI,
AD ECCEZIONE DEGLI
**INVESTIMENTI IN RICERCA
E SVILUPPO** CHE
AUMENTANO CON
DINAMICHE SUPERIORI
AL PASSATO

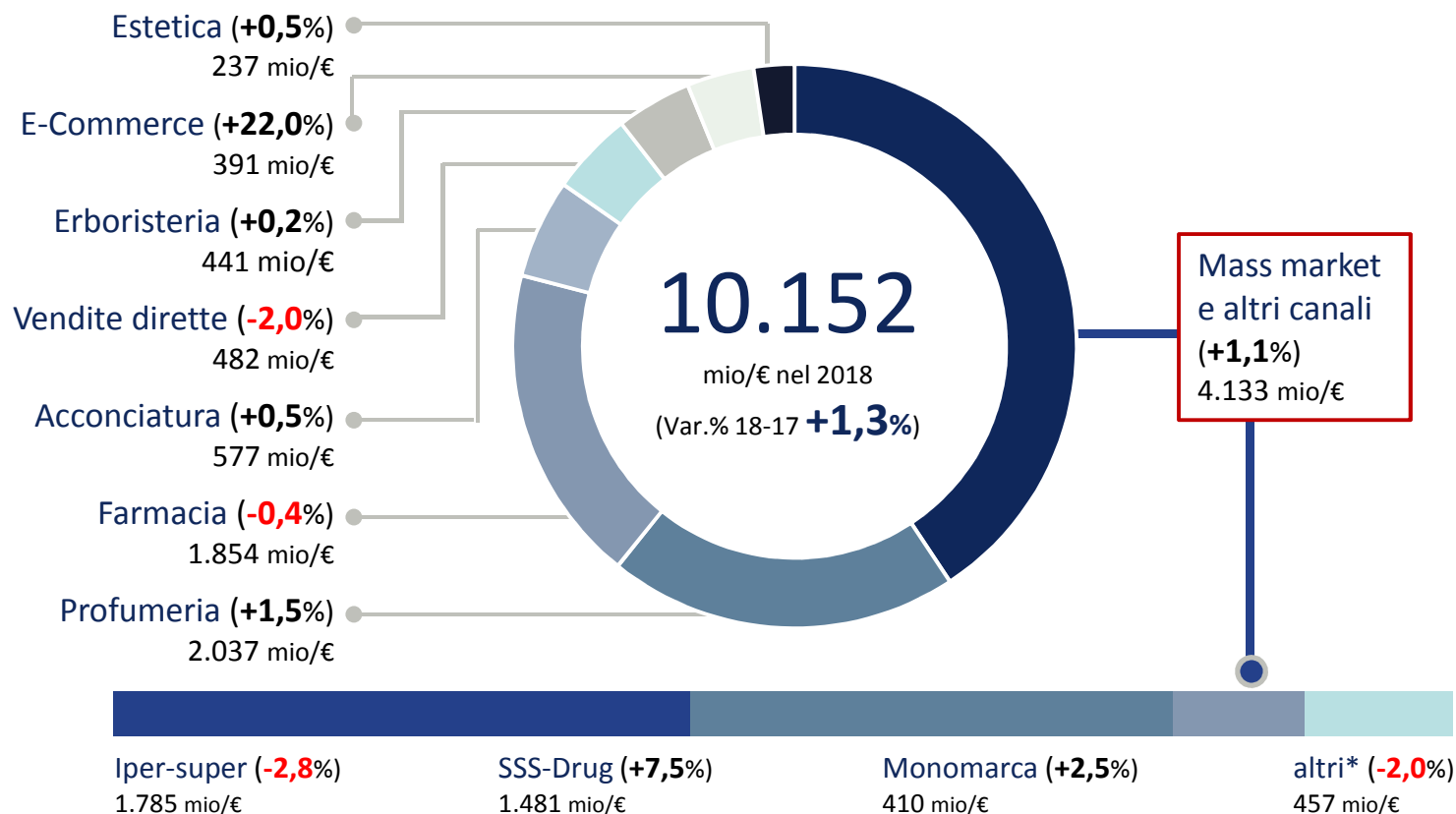
elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia sulla base degli operatori intervistati

CONGIUNTURA: ANDAMENTO CANALI

CANALI	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2019	PREVISIONI II SEMESTRE 2019	STIMA CHIUSURA 2019/2018
Farmacia	1,8	1,5	1,6
Erboristeria	1,5	1,8	1,8
Profumeria	1,4	1,2	1,2
Mass market	1,3	1,5	1,5
Vendite dirette: porta a porta e corrispondenza	-2,0	-2,0	-2,0
E-Commerce	15,0	20,0	22,0
Acconciatura	-0,5	-1,0	-1,0
Estetica	0,2	0,5	0,5
Terzismo	5,0	5,0	5,0

elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Variazioni percentuali rispetto al periodo precedente di riferimento

MERCATO ITALIA NEL 2018



*Liberi servizi e discount. Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017

EVOLUZIONE CANALI DISTRIBUTIVI

	1998	2018
Grande distribuzione:	42,5	40,8
di cui Super e Iper	34,6	17,6
di cui SSS-Drug	-	14,7
di cui Monomarca	-	4,0
di cui altri canali GDO	7,9	4,5
Profumeria	25,8	20,1
Farmacia	14,2	18,3
Erboristeria	-	4,3
Porta a porta e per corrispondenza	7,6	4,7
E-Commerce	-	3,8
Acconciatura professionale	6,8	5,7
Centri estetici	3,1	2,3

A FINE **2018** IL MERCATO COSMETICO (VALORE DEI CONSUMI) È PARI A **10.152** MILIONI DI EURO, REGISTRANDO LA CRESCITA DEL **+1,3%** RISPETTO AL 2017

elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Ripartizione fatto 100 il mercato cosmetico in Italia nell'anno di riferimento

PRODOTTI: CONSUMI PER CANALE NEL 2018 DALLA SPECIALIZZAZIONE ALLA DIVERSIFICAZIONE

ALLOCAZIONE % FATTO 100 I CONSUMI NEL CANALE

CATEGORIE	TOTALE MERCATO	FARMACIA	PROFUMERIA	SSS-DRUG	ERBORISTERIA
CURA PELLE	33,5	52,2	26,9	26,1	43,0
IGIENE E CURA DI SÉ	19,7	22,0	1,4	23,8	17,1
TRUCCO	15,1	10,0	20,8	14,5	15,4
PROFUMI	12,7	0,9	40,2	11,7	11,3
CAPELLI	11,7	9,8	1,8	18,6	6,7
LINEA BAMBINI	3,5	4,5	0,2	3,0	1,2
CONFENZIONI E COFANETTI	2,0	-	6,8	-	-
LINEA MASCHILE	1,7	0,5	1,8	2,2	5,3

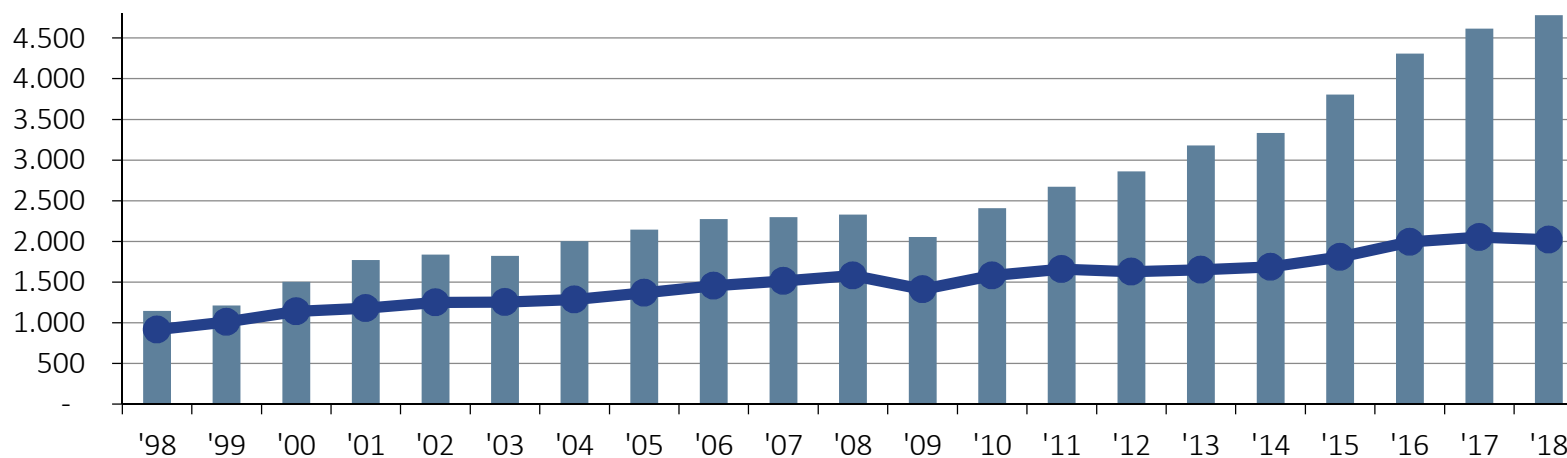
elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Ripartizione % sul totale consumi per canale distributivo

INTERSCAMBIO COSMETICO NEL 2018

Export 4.792
(+3,8 var.% '18/'17)

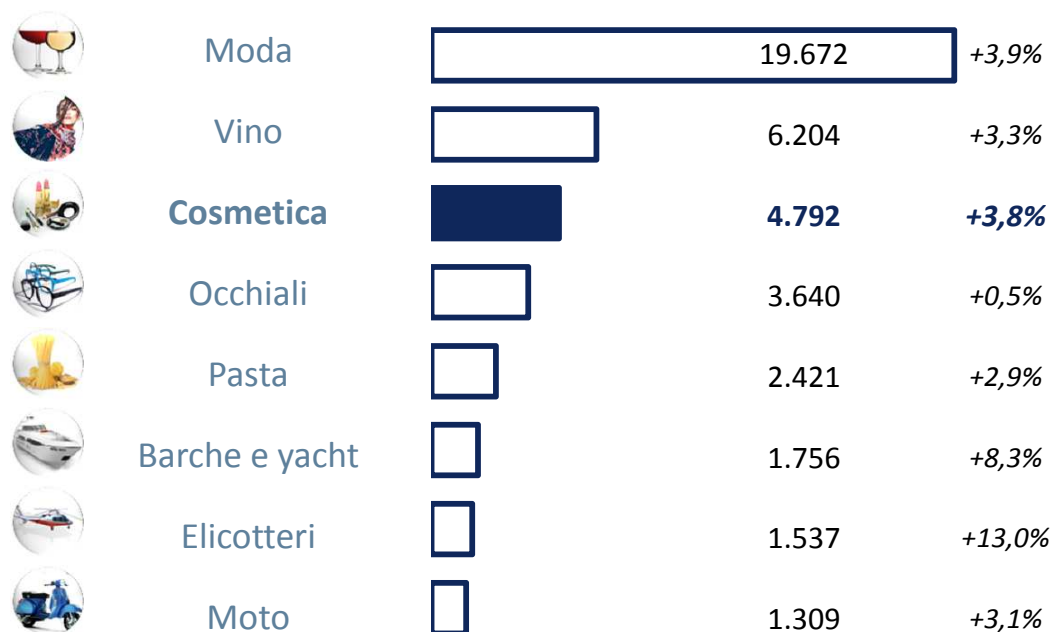
Import 2.043
(-1,4 var.% '18/'17)

2.749 
saldo commerciale 2018
(2.542 mio/€ nel 2017)



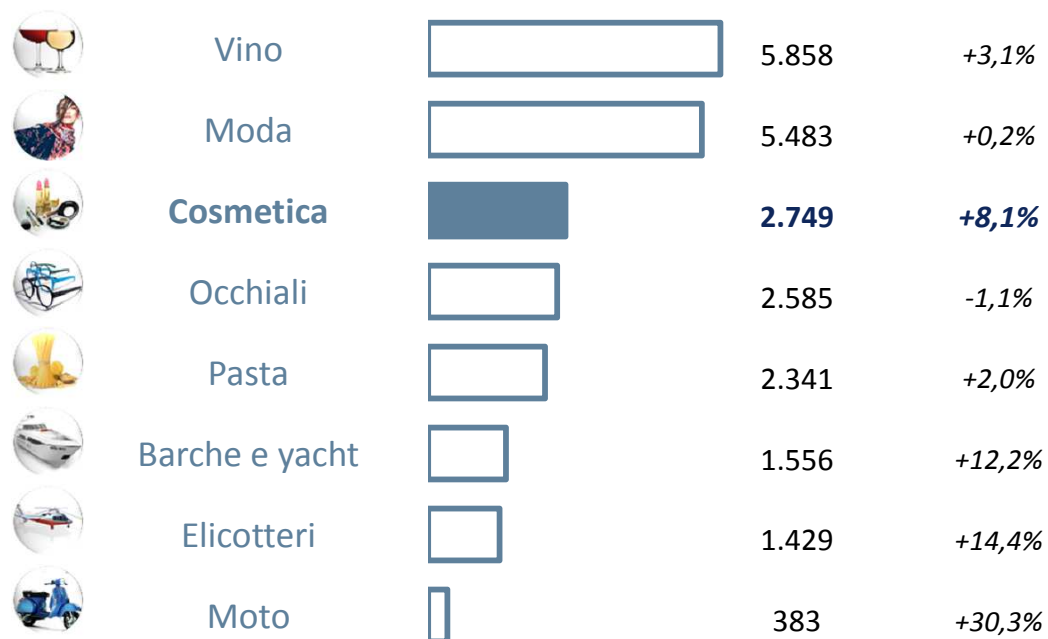
elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno su dati ISTAT

CONFRONTO TRA I PRINCIPALI SETTORI DEL MADE IN ITALY NEL 2018: EXPORT



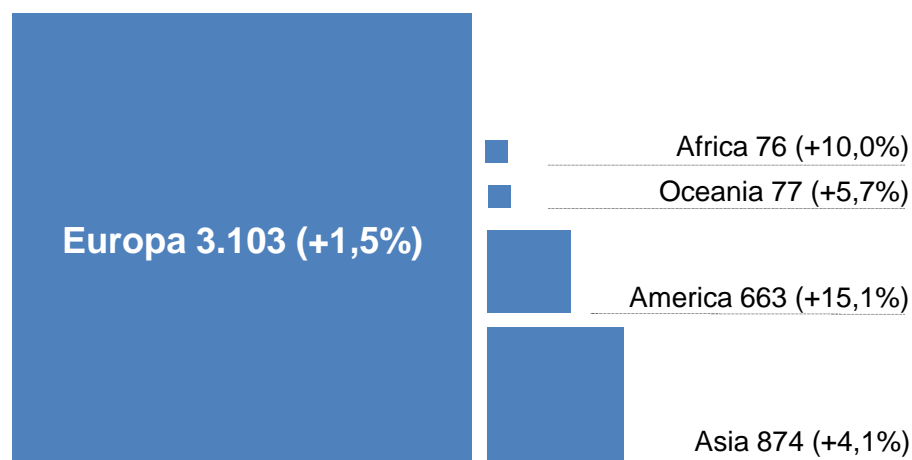
elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017 su dati ISTAT

CONFRONTO TRA I PRINCIPALI SETTORI DEL MADE IN ITALY NEL 2018: SALDO COMMERCIALE



elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017 su dati ISTAT

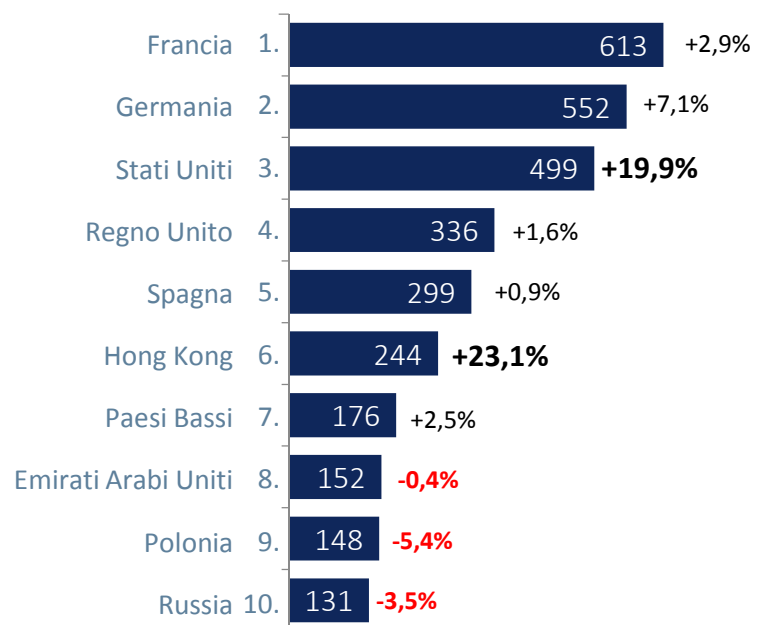
EXPORT COSMETICO NEL 2018 PER AREA GEOGRAFICA



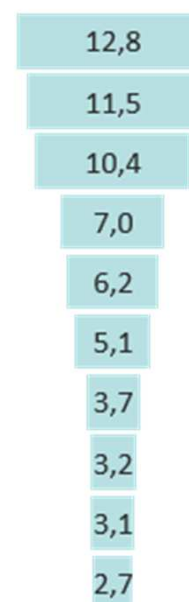
elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017 su dati ISTAT

EXPORT COSMETICO NEL 2018 TOP 10 DESTINAZIONI

Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano



Peso % sul totale export cosmetico italiano

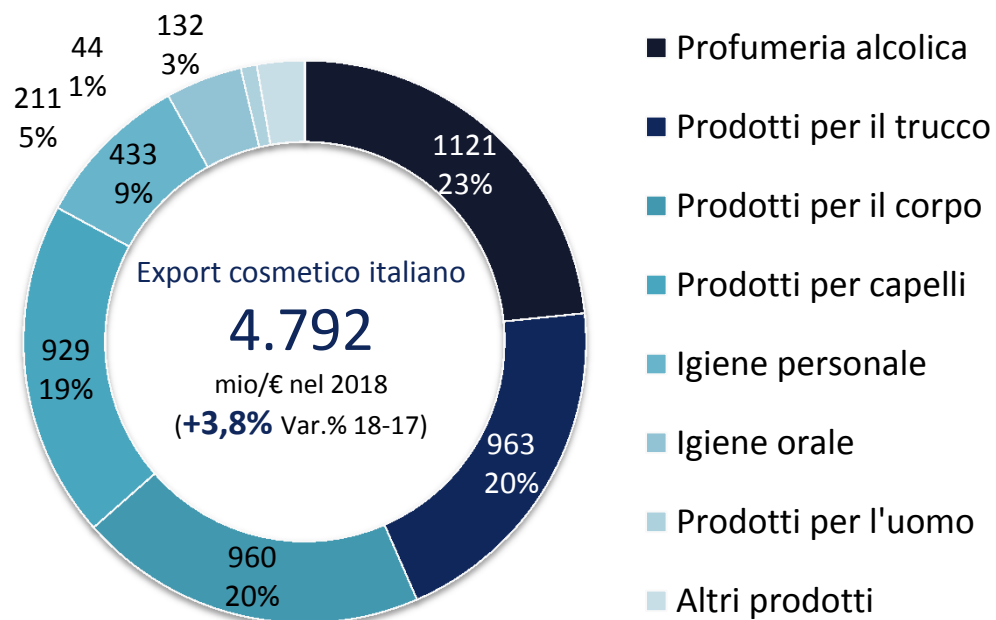


66% DELLA CONCENTRAZIONE
NEI PRIMI DIECI PAESI
(ERA IL 64% NEL 2017)

IL **MAROCCO** È LA 54esima
DESTINAZIONE CON QUASI **11**
MILIONI DI EURO E UNA CRESCITA
DELL'EXPORT COSMETICO ITALIANO
DEL **6%**
SEGUE LA **TUNISIA** CON MENO DI
10 MILIONI DI EURO DOVUTO AD
UNA CONTRAZIONE DI **11 PUNTI**
PERCENTUALI NELL'ULTIMO
ESERCIZIO

elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017 su dati ISTAT

EXPORT COSMETICO ITALIANO NEL 2018



elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2018 su 2017 su dati ISTAT



TREND 2019

DIECI TREND CHE CONDIZIONERANNO MAGGIORMENTE LA NARRAZIONE DEI FENOMENI DI CONSUMO IN AMBITO COSMETICO MONDIALE: **DAL PRODOTTO ALLE NUOVE ABITUDINI DI ACQUISTO**

GENERAZIONE NON DEFINITA

«approcci sottili e sfumati alla vecchiaia: i confini diventano sempre labili»

RITORNO ALL'ESSENZIALE

«desiderio di semplicità e orientamento alla riduzione del numero di ingredienti nella formulazione del prodotto»

UN MONDO SENZA PLASTICA

«i brand narrano gli impegni presi a favore del riciclo, del riutilizzo e dello smaltimento sia del prodotto che del packaging che lo accompagna»

DIGITALMENTE INSIEME

«realtà aumentata trasversale nel punto vendita, dalla simulazione di utilizzo dei prodotti alla formazione»

PRENDERSI CURA DI SÉ STESSI

«ritorno alle esperienze *reali* di consumo abbandonando le soluzioni proposte da influencer di ampia audience»

CONSUMATORE CONSAPEVOLE

«desiderio di far prevalere i propri gusti e i brand di riferimento dalla massa»

LA GIOIA DI DISCONNETTERSI

«soluzioni per evadere dalla quotidianità valorizzando il vissuto *offline*»

CHIUNQUE È ESPERTO

«feedback e recensioni sono elementi che qualificano l'esperienza del consumatore»

LO VOGLIO ORA!

«Il *mobile commerce* e l'acquisto *one-click* facilitano l'atto di acquisto online»

VITA SOLITARIA

«Fenomeni di consumo indipendente e autonomo si spostano verso la condivisione della beauty journey»

Fonte  EUROMONITOR INTERNATIONAL



TREND 2019

CLEAN BEAUTY

«**BELLEZZA PULITA**»

PRINCIPIO DEL **LESS IS MORE**

PULITA IN TERMINI DI
INGREDIENT LIST

E DI **ESTETICA**

SKIP-CARE

«**SEMPLIFICAZIONE**»

DEI REGIMI DI BELLEZZA ATTRAVERSO UN APPROCCIO MINIMALISTA
ALLA BEAUTY ROUTINE

FAST BEAUTY

(BEAUTY ON-THE-GO E NOMADIC BEAUTY)

OLTRE CHE PRODOTTI

MULTITASKING

E **IBRIDI**

SUSTAINABLE BEAUTY

CONSUMATORE SENSIBILE ALL'ASPETTO «**GREEN**»

ECO-FRIENDLY PACKAGING

SUSTAINABLE RAW MATERIALS

WATERLESS BEAUTY

TECH BEAUTY

IL PUNTO VENDITA DIVENTA LUOGO DI «**ESPERIENZA**»

PRODUCT INNOVATION

(FOCUS SU R&D)

PROCESS INNOVATION

(SMART MANUFACTURING)

BUSINESS INNOVATION

(BEAUTY INTERATTIVO RIVOLTO AL SINGOLO INDIVIDUO)