PAMBIANCO

LA BEAUTY INDUSTRY E I NUOVI MODELLI DI BUSINESS

Innovazione, Sostenibilità e Ricerca

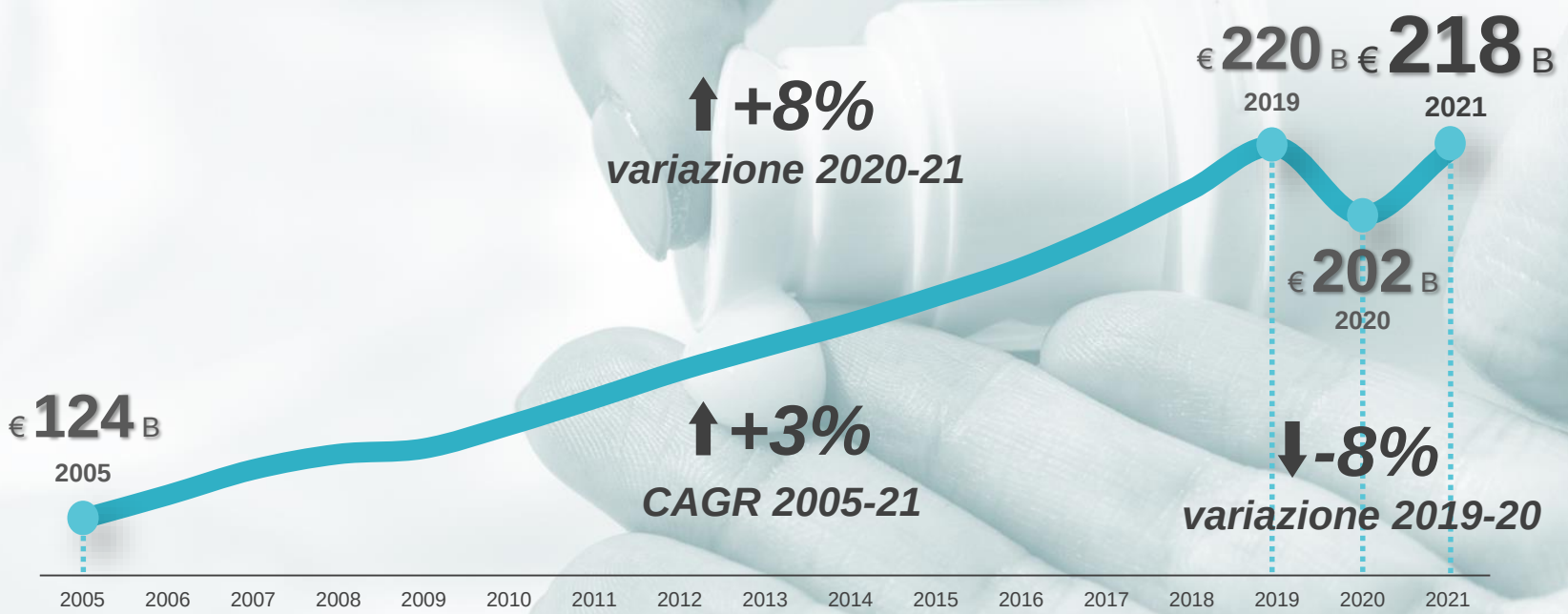
Intervento di **Alessio Candi**

Giovedì, 28 aprile 2022

Palazzo Mezzanotte – Piazza degli Affari 6, Milano

IL LIPSTICK EFFECT PER LA PRIMA VOLTA NON HA FUNZIONATO

Valori di consumo mondiale in miliardi di euro e % di variazione

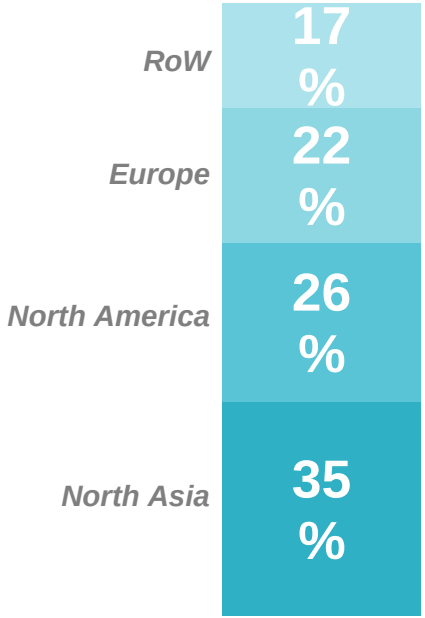


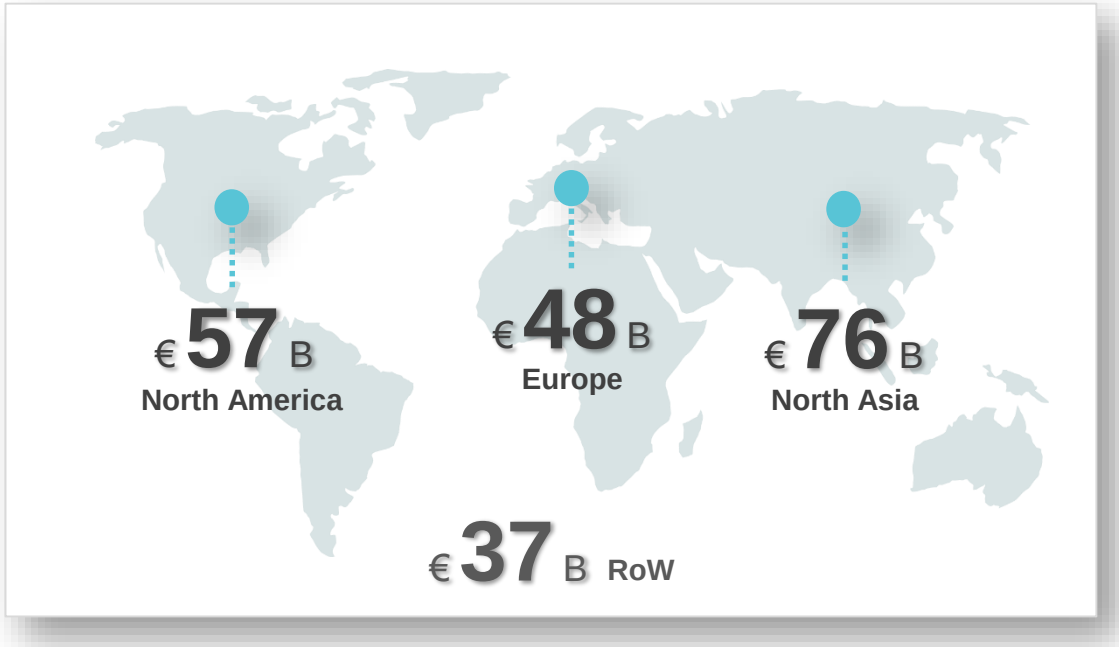
*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

Fonte: L'Oréal Annual Report, stime e valutazioni Pambianco

ASIA SI CONFERMA AREA PRINCIPALE (35% DEL MERCATO)

Valori di consumo 2021 in miliardi di euro e % del consumo



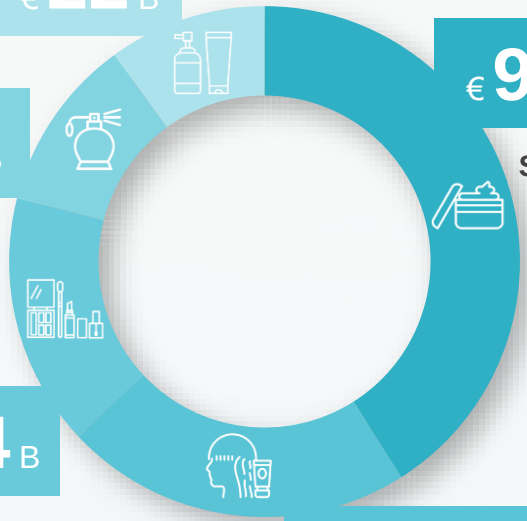


*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

Fonte: L'Oréal Annual Report

TUTTE LE CATEGORIE IN CRESCITA SUL 2020, SKINCARE PRODOTTO PIÙ IMPORTANTE (41%)

Valori di consumo mondiale 2021 in miliardi di euro, % del consumo e % di variazione 2020-2021



Igiene personale 10% € 22 B +8%

11% € 23 B +19% **Fragrances**

16% € 34 B +8% **Make-up**

€ 91 B 41% **Skincare** +5%

€ 48 B 22% **Haircare** +8%

*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

Fonte: L'Oréal Annual Report

8 PLAYERS FATTURANO CIRCA 78 BLN

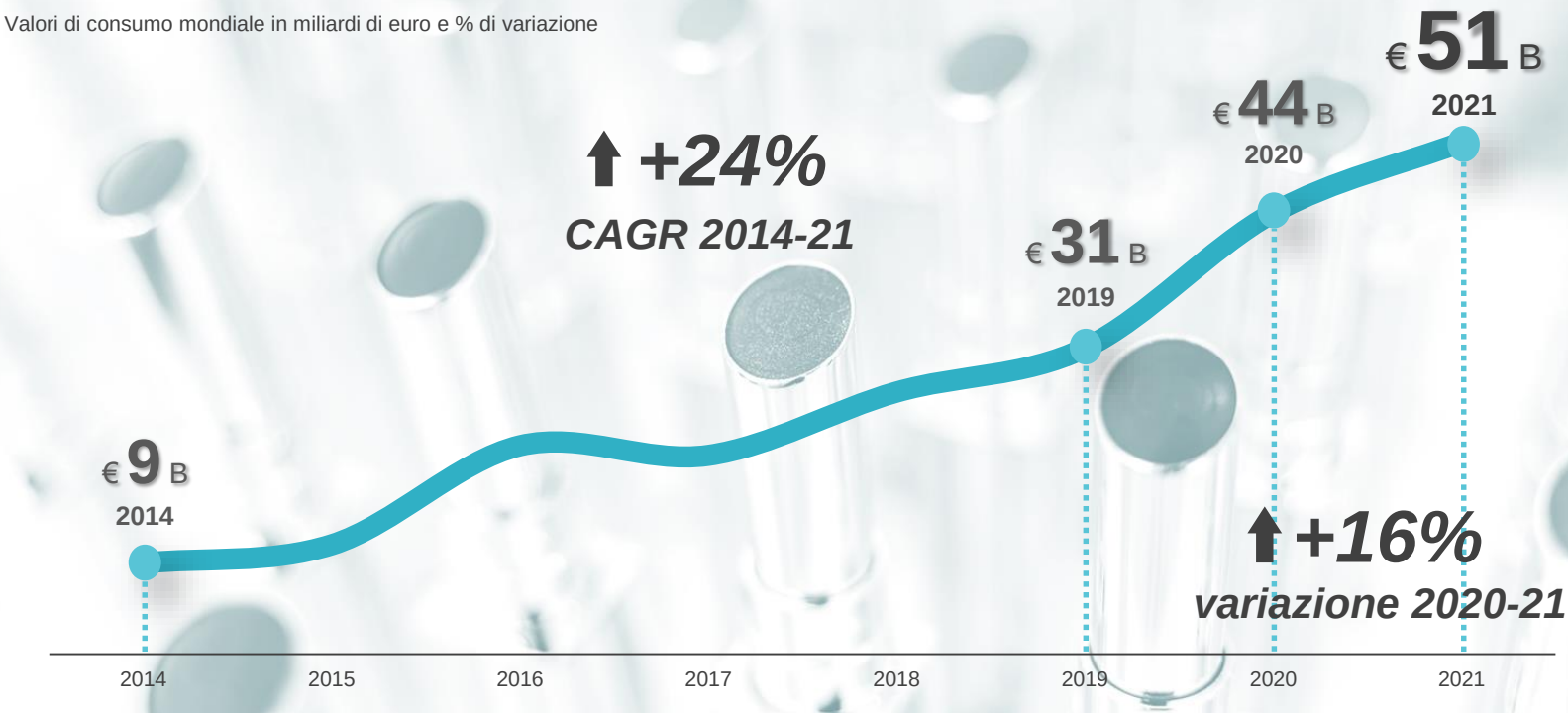
Valori in milioni di euro

	2019	EBITDA %	2020	Δ%	EBITDA %	2021	Δ%	EBITDA %	
L'ORÉAL	29.874	25	27.992	-6	26	32.288	15	25	
ESTĒE LAUDER	13.212	19	12.706	-4	9	14.413	13	20	
SHISEIDO	8.840	15	7.194	-19	8	8.087	12	17	⚠
ULTA BEAUTY	6.576	16	5.468	-17	9	7.672	40	18	
natura &co	5.107	11	5.724	12	10	6.227	9	10	
COTY	5.589	-47	4.194	-25	-11	4.115	-2	12	⚠
DOUGLAS	3.454	8	3.233	-6	5	3.120	-3	1	⚠
L'OCCITANE	1.427	15	1.644	15	23	1.538	-6	27	
Totale	**74.078**	*15*	**68.155**	*-8*	*15*	**77.460**	*14*	*19*	

Fonte: Annual Report

L’ONLINE CONTINUA A CORRERE E VALE IL 23% DEL MERCATO

Valori di consumo mondiale in miliardi di euro e % di variazione



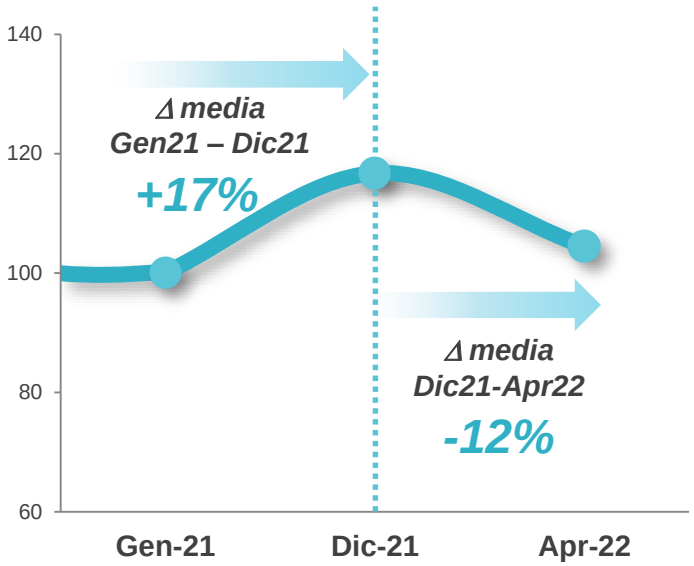
*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

Fonte: L’Oréal Annual Report, stime e valutazioni Pambianco

BENE IL 2021, MALE I PRIMI MESI DEL 2022

Valori in milioni di euro

	Mkt Cap €	Prezzo Gen-21	Prezzo Dic-21	Prezzo Apr-22
L'OREAL	193.498	310,8	417	360,5
ESTEE LAUDER	83.704	266,2	369,4	278,3
GIVAUDAN (CHF)	32.909	3.730	4.708,6	3.869
INT. FLAVORS&FRAGRANCES	27.099	108,8	149,7	125,2
BEIERSDORF	21.625	94,4	89,7	95,2
SHISEIDO (¥)	19.880	7.136	6.414	6.220
KAO CORP. (KANEBO) (¥)	19.848	7.970	6.019	5.235
SYMRISE	15.319	108,4	130,3	109,5
AMORE PACIFIC (KRW)	8.485	206.000	167.000	167.500
COTY	6.139	7	10,5	8,6
NATURA	5.405	20	9,3	9,3
L'OCCITANE	3.919	19,3	31,6	25,5
INTERPARFUM	2.285	60,5	106,2	84,4
NU SKIN ENTERPRISES	2.086	54,6	50,3	49
EDGEWELL PC	1.748	34,6	45,5	38
REVLON	320	11,9	11,3	7
SH KELKAR (INR)	257	120,5	154,9	163,3
JACQUES BOGART	164	10,5	12,5	11,1
Totale	**444.689**			



0,85 $ vs € 0,92 CHF vs € 0,0008 KRW vs €
0,01 YEN vs € 0,11 HK$ vs € 0,01 INR vs €

TRENDS

PRINCIPALI TREND IN ATTO

Beauty Brand di Influencer e Celebrity

*In forte aumento il **lancio** di **brand** da parte di influencer e celebrities, **non solo al femminile***

M&A

***Continua la concentrazione** nel settore*

Omnicanalità

*L'E-Commerce ha dato il via alla **rivoluzione**. I **confini** tra i canali sono **sempre più sfumati***

Sostenibilità

*Diventato **un must su ogni fascia di mercato***

BEAUTY BRAND DI INFLUENCER E CELEBRITY

Influencer / Celebrity	Brand	Anno
Cristina Fogazzi	VeraLab	2015
Jen Atkin (P&G)	OUAI	2015
Kylie Jenner (Coty)	Kylie Cosmetics	2015
Negin Mirsalehi	Gisou	2015
Clio Zammatteo	ClioMakeup	2017
Kim Kardashian (Coty)	KKW	2017
Rihanna (LVMH)	Fenty Beauty	2017
Michelle Hunziker	Goovi	2018
Lady Gaga	Haus Laboratories	2019
Millie Bobby Brown	Florence by Mills	2019
Selena Gomez	Rare Beauty	2020
Ariana Grande	R.E.M Beauty	2021
Billie Eilish	Eilish	2021
Chiara Ferragni	Chiara Ferragni	2021
Jennifer Aniston	LolaVie	2021
Olivia Palermo	Olivia Palermo Beauty	2021
Scarlett Johansson	The Outset	2022

ALCUNI CASI DI SUCCESSO IN ITALIA

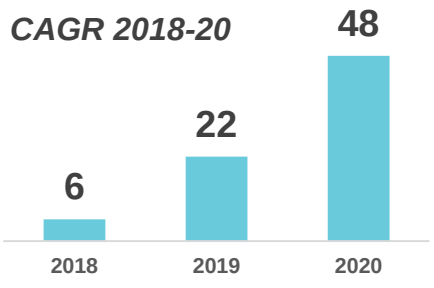
Cristina Fogazzi

VERALAB®

Fondata nel 2015

104%

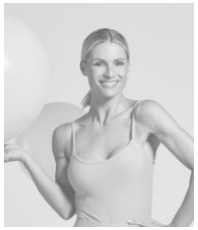
CAGR 2018-20



Michelle Hunziker

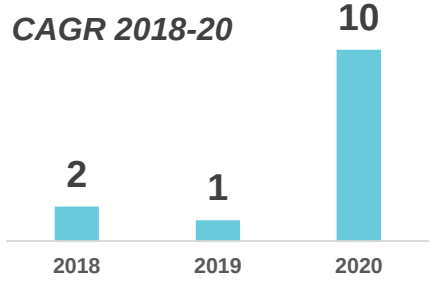
goovi

Fondata nel 2018



77%

CAGR 2018-20



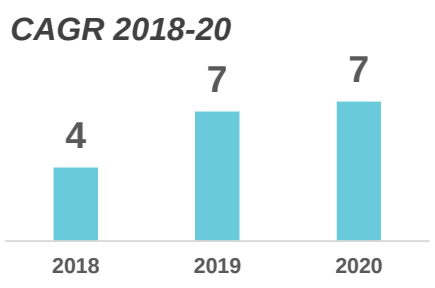
Clio Zammatteo

CLIOMAKEUP

Fondata nel 2017

24%

CAGR 2018-20



Fonte Imagine: Instagram @estetistacinica, @therealhunzigram & @cliomakeup.shop

E NON SOLO AL FEMMINILE

Pharrell Williams

Humanrace

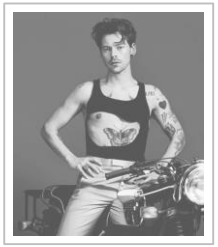
Fondata a Novembre 2020

Prodotti unisex per la cura della pelle

Harry Styles

Pleasing

Fondata a Novembre 2021



Smalti per unghie ed altri cosmetici

Machine Gun Kelly

UNDN LAQR

Fondata a Dicembre 2021

Smalti per unghie

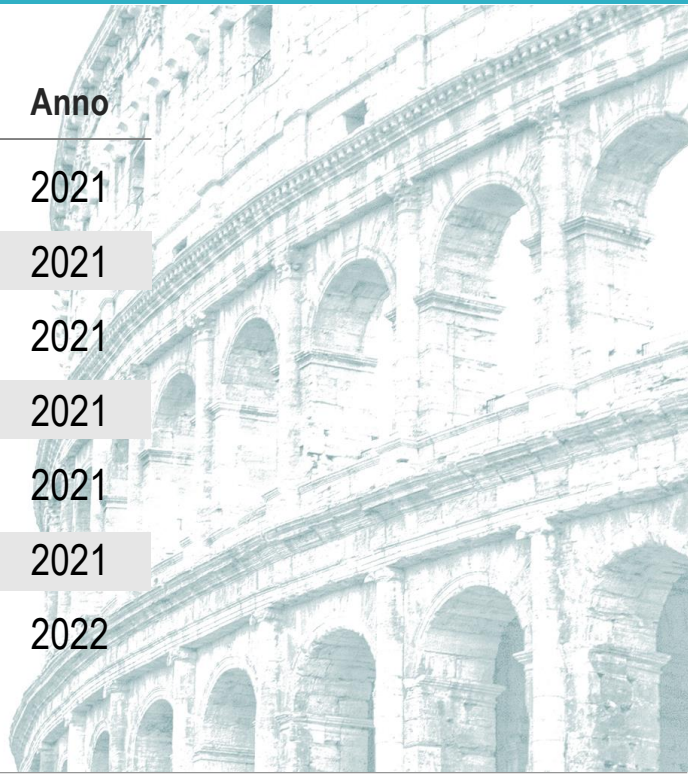
Fonte Imagine: Instagram @humanrace, @Pleasing & @UNDN_LAQR

OPERAZIONI M&A GLOBALI

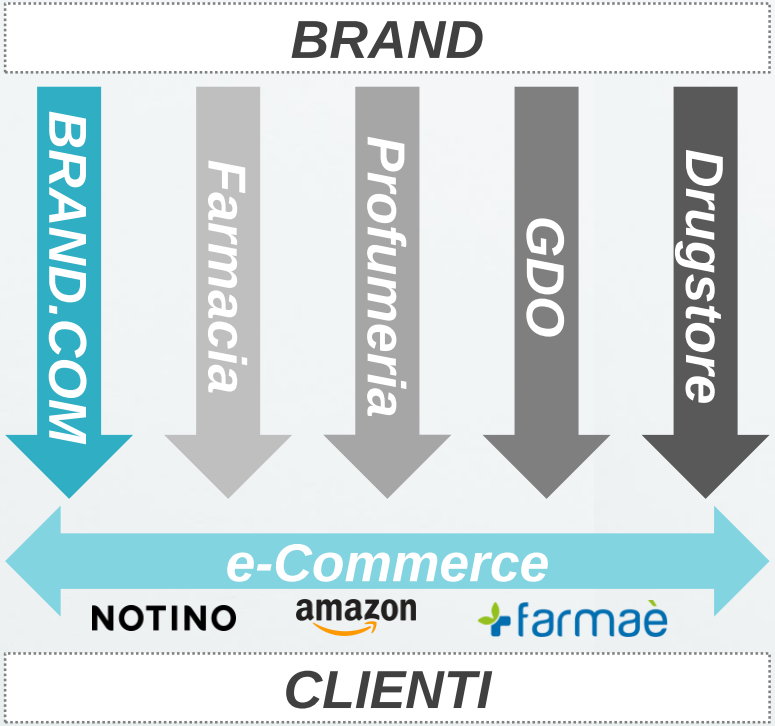
Acquirente	Acquisita	Valore Operazione	Anno
Estée Lauder	DECIEM (The Ordinary)	1B $	2021
Nestlé	The Bountiful Company	5,8B $	2021
Unilever	Paula's Choice	1,8B $	2021
L'Occitane	Sol de Janeiro	373M $	2021
Procter & Gamble	Farmacy Beauty		2021
Orveon	Bare Minerals, Laura Mercier and Buxom	700M $	2021
Procter & Gamble	OUAI		2021
L'Oréal	Youth to the People	338M €	2021
AS Beauty	CoverFX		2022
Aria Growth Partners	The Inkey List		2022
Eurazeo	Gisou		2022

OPERAZIONI M&A IN ITALIA

Acquirente	Acquisita	Anno
H.I.G. Capital	Acqua & Sapone	2021
Portobello Capital	Farmol	2021
Naturalia Tantum	Togethair	2021
TEC Beauty	HSA Cosmetics	2021
Specchiasol	Phyto Garda	2021
Palladio	Bios Line	2021
Milano Capital	Landoll (Nashi e Nashi Argan)	2022



OMNICANALITÀ – LA RIVOLUZIONE DELL'E-COMMERCE



L'E-Commerce ha avvicinato

i marchi ai clienti.

I confini tra i canali,

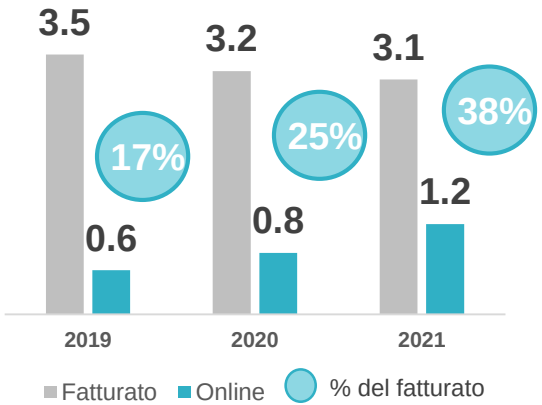
storicamente molto marcati,

sono sempre più sfumati

ALCUNI ESEMPI DI OMNICANALITÀ

Dal fisico al digitale

DOUGLAS



Dalla profumeria alla farmacia e viceversa

DOUGLAS

Douglas acquista Disapo (farmacie online)

farmaè

Farmaé lancia Beautyé

Da altri settori

FARFETCH

Più di 100 brand di beauty

Esclusiva per i profumi Off White

LUISAVIAROMA

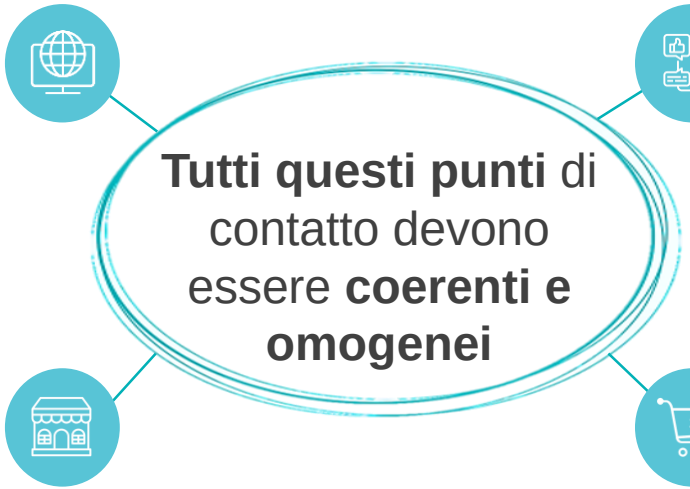
Dal fashion al beauty

WESTWING

Dal design al beauty

IL FUTURO È OMNICANALITÀ

Il consumatore ha **diversi touch point** con un brand:



Sito internet
aziendale di prodotto
e di vendita

Social media

Tutti questi punti di contatto devono essere **coerenti e omogenei**

Negozi fisici
(profumeria, farmacia, drugstore, …)

Siti di **E-Commerce** multibrand

NOTINO DOUGLAS amazon

SOSTENIBILITÀ

L'esempio di CHANEL

Nel 2018 entra nel capitale di SULAPAC

(start up finlandese leader nell'innovazione di packaging sostenibile)

Ad inizio 2022 lancia la linea N°1 de CHANEL

*con **ingredienti naturali** e **packaging totalmente eco-sostenibile***

Anche **il packaging della linea iconica N°5** viene completamente **sostituito con packaging eco-sostenibile**

SOSTENIBILITÀ

Pack Ricaricabili

Refill Revolution, ***sostituisce le confezioni monouso*** *per ridurre i rifiuti*

Implementato da brand come:

L'OCCITANE EN PROVENCE

FENTY BEAUTY BY RIHANNA

Glossier.

ROUGJ+

Prodotti Waterless

Riduce il ***consumo d'acqua*** *e* ***l'impatto delle spedizioni*** *sia a livello di packaging che di trasporto*

Implementato da brand come:

LUSH

CharlotteTilbury

CHANEL

ULTERIORI TREND IN ATTO

Inflazione

*Aumento dei costi delle **materie prime** e dei **trasporti***

Integratori

*Trattamenti che migliorano l'aspetto della pelle, la salute e il benessere **dall'interno***

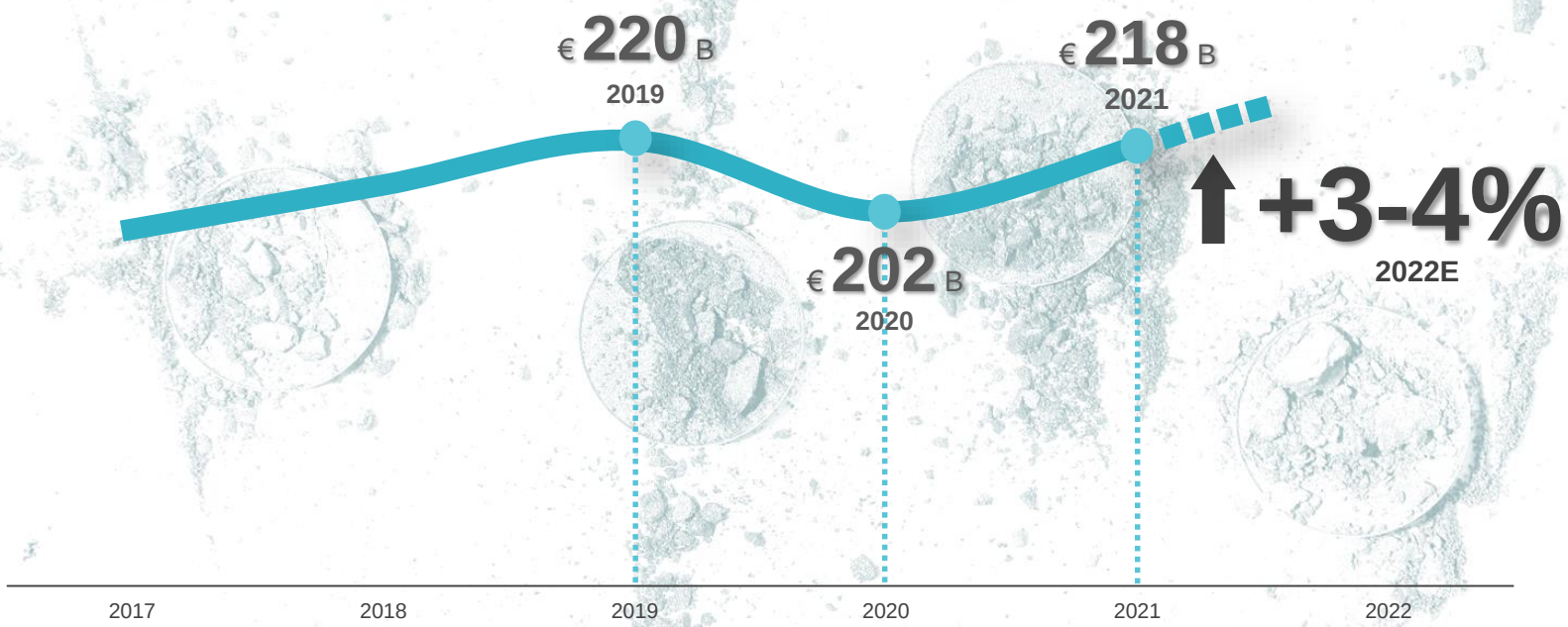
Dal Digital - Social al Virtual

*Brand iniziano a sperimentare con il **gaming**, il **metaverso** e gli **NTF***

WHAT’S NEXT?

NONOSTANTE LA GUERRA E GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA PREVEDIAMO PER IL 2022 UNA CRESCITA LOW SINGLE DIGIT

Valori di consumo mondiale in miliardi di euro e % di variazione



*Esclusi saponi, igiene orale, rasoi e lame

Fonte: L'Oréal Annual Report, stime e valutazioni Pambianco

GRAZIE!