

in collaborazione con



# **I COSMETICI IN FARMACIA: DAI NUOVI TREND DI CONSUMO, AI FUTURI ORIENTAMENTI DEL FARMACISTA**

**GIAN ANDREA POSITANO**

**Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia**

6 maggio

# Cosa abbiamo appena visto...



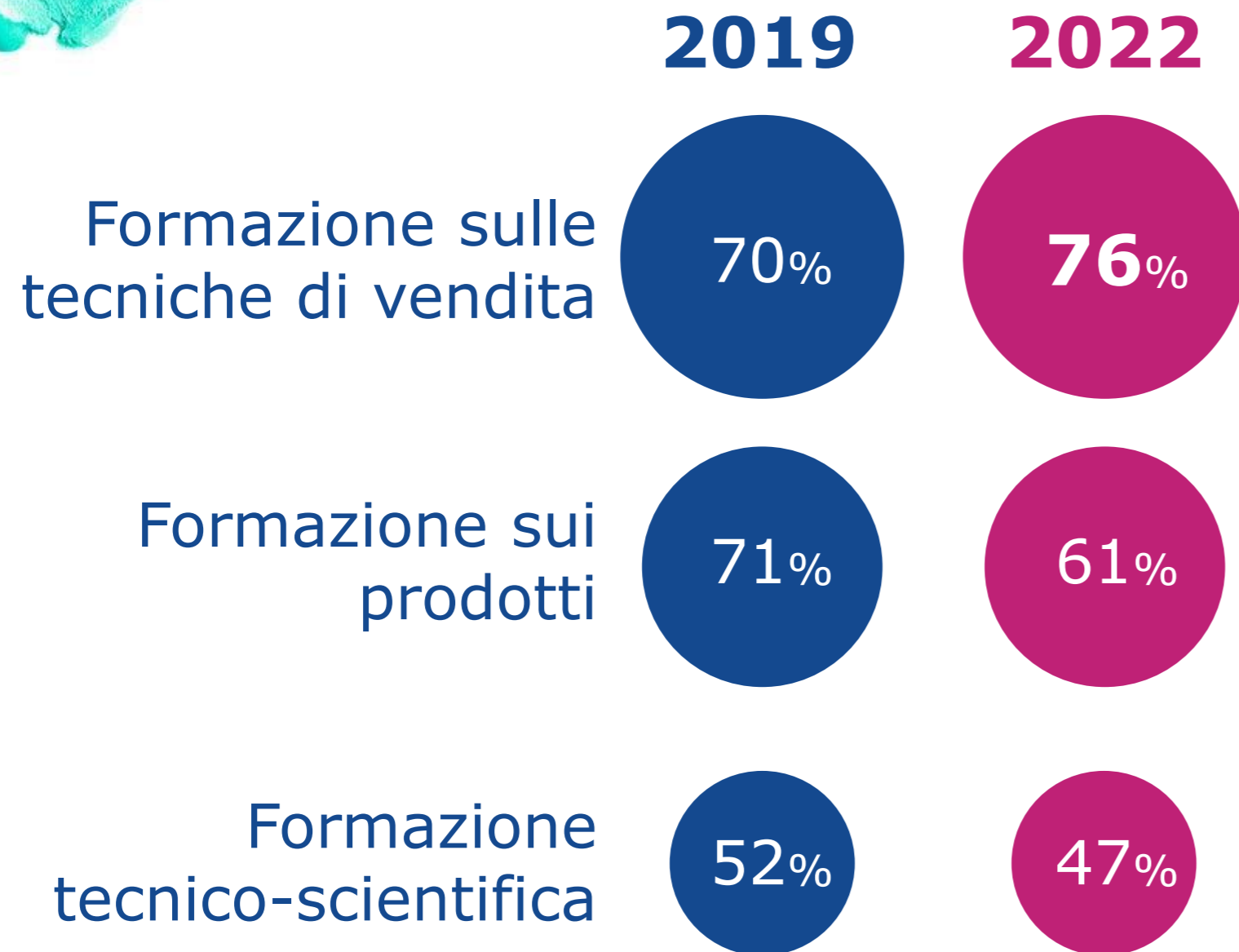
	<b>PRECONSUNTIVO</b> (MILIONI DI EURO NEL '22)	<b>VARIAZIONE</b> (VAR. % '22-'21)	<b>PROIEZIONE</b> (VAR. % '23-'22)
--	---	---------------------------------------	---------------------------------------

mass market	4.819	6,0%	5,1%
profumeria	2.217	18,1%	11,0%
<b>farmacia</b>	<b>1.951</b>	<b>4,6%</b>	<b>3,2%</b>
e-commerce	988	13,4%	12,0%
acconciatura	582	5,8%	5,5%
erboristeria	378	0,5%	1,3%
vendite dirette	348	1,2%	1,5%
estetica	222	5,1%	5,5%
<b>Totale mercato</b>	<b>11.505</b>	<b>8,1%</b>	<b>6,3%</b>

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.  
Valori in milioni di euro e variazioni % rispetto al periodo precedente.



# Strumenti più importanti per migliorare la capacità di consiglio da parte del farmacista



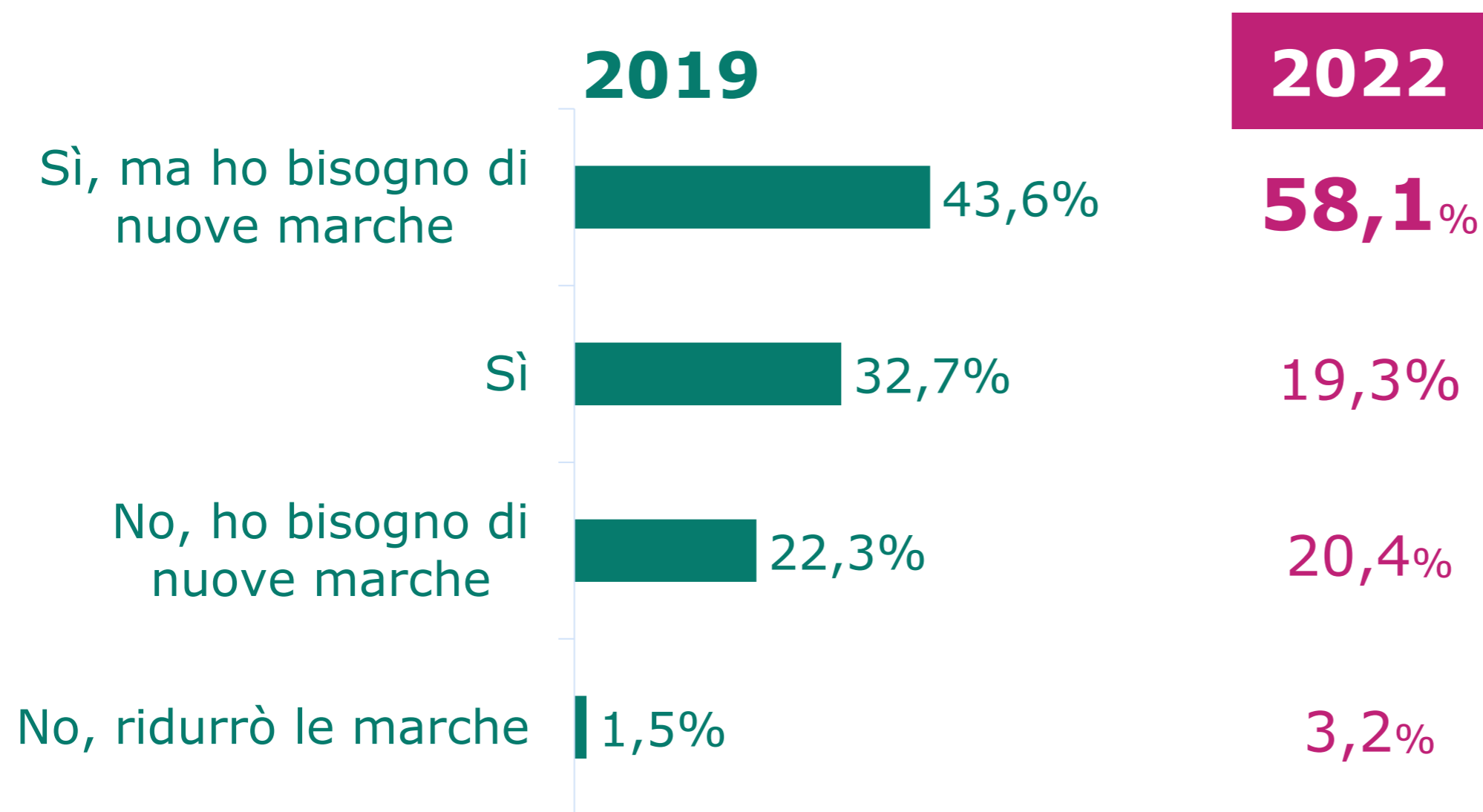
Le buone performance del canale sono dovute grazie anche al maggior orientamento all'**area commerciale**.

Tra le aree merceologiche su cui il farmacista si orienta, la **dermocosmesi** si consolida dal 51% del 2019 al 58% del 2022, seguono i **trattamenti estetici** dal 12% al 18%.



# Il cambiamento in atto del farmacista già prima dell'arrivo del Covid-19

Le marche presenti oggi nel reparto dermocosmetico saranno anche quelle del futuro?



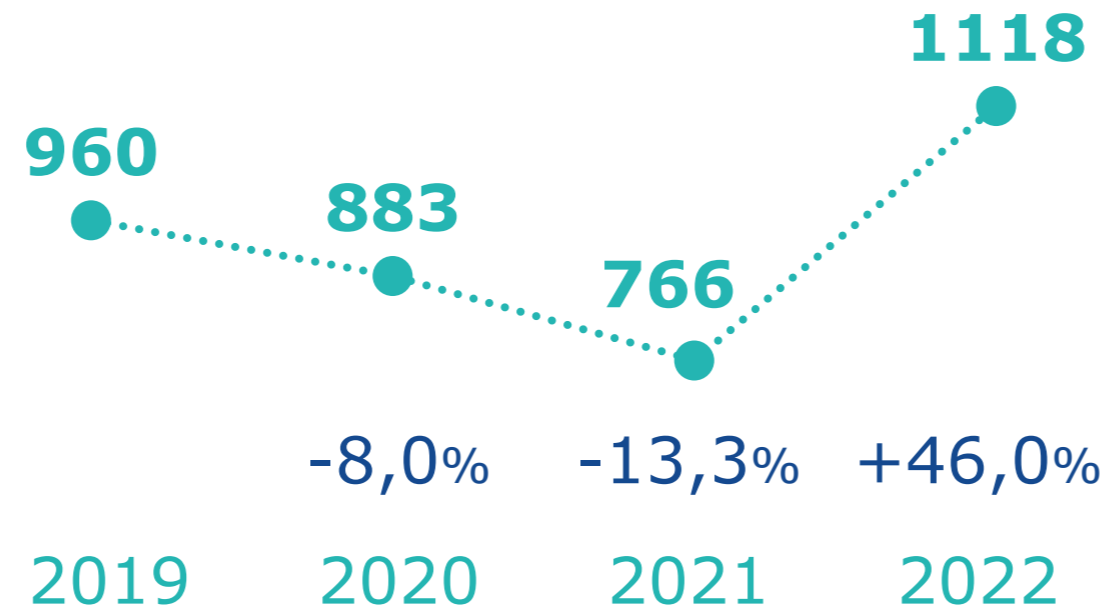
**2023**

La rilevazione **live** è in corso in questo momento, se sei un farmacista contribuisci alla nuova edizione!

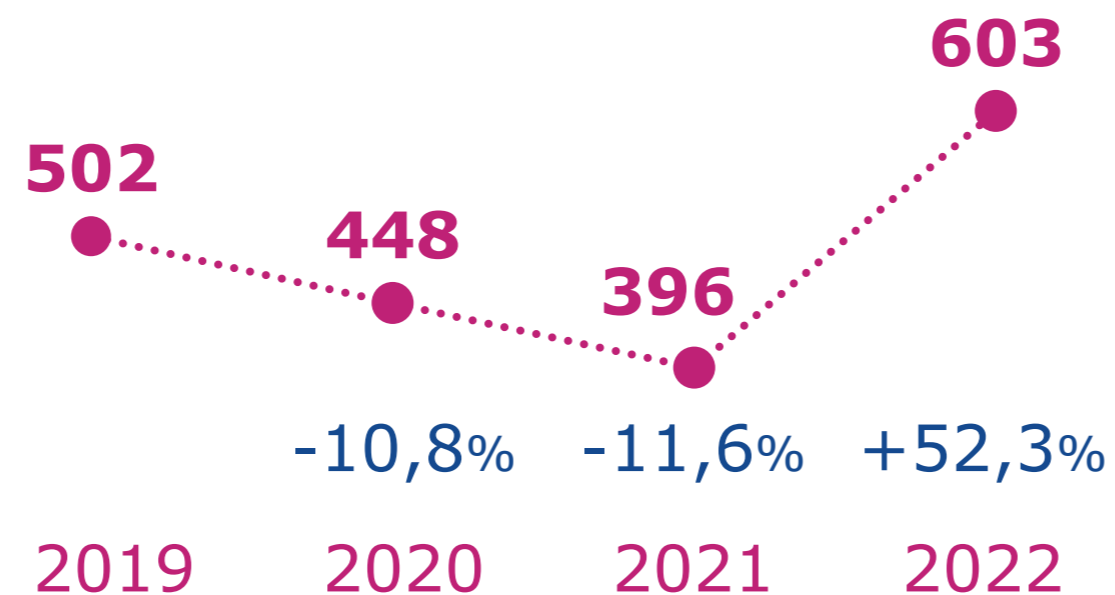
# I claim funzionali nei lanci di cosmetici legati alla cura pelle in Italia



**TOTALE LANCI  
CURA PELLE  
IN ITALIA**



**DI CUI CON  
CLAIM  
FUNZIONALI**



Circa un cosmetico su due, legato alla cura pelle, risponde a specifiche esigenze



# Evoluzione dei claim funzionali nei lanci di cosmetici legati alla cura pelle in Italia

Funzionalità di:	2019	2023
 prodotto	68,2%	65,3%
 utilizzo	31,8%	34,7%

Nel periodo pre-Covid la comunicazione era maggiormente orientata verso i claim che descrivono i benefici intrinseci derivanti dall'utilizzo del cosmetico legato alla cura pelle.

Oggi, rimane fondamentale tale descrizione ma aumentano i claim legati alla quotidianità/periodicità e alle modalità di utilizzo del cosmetico: la nuova normalità necessita nuovi input da parte dei brand nella beauty routine.

\*dati rilevati a fine aprile 2023. Elaborazione Centro Studi su dati Mintel

# Evoluzione dei claim funzionali nei lanci di cosmetici legati alla cura pelle in Italia



Funzionalità di:

2019

2023\*



prodotto

68,2%

65,3%

60,2%

idratante

29,5%

schiarante /  
illuminante

28,3%

per pelli  
sensibili

18,7%

fortificato con  
vitamine



utilizzo

31,8%

34,7%

31,3%

di lunga  
durata

30,1%

tempo /  
velocità

29,5%

protezione

16,9%

facilità d'uso

\*dati rilevati a fine aprile 2023. Elaborazione Centro Studi su dati Mintel



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche



[www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)



 COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche