



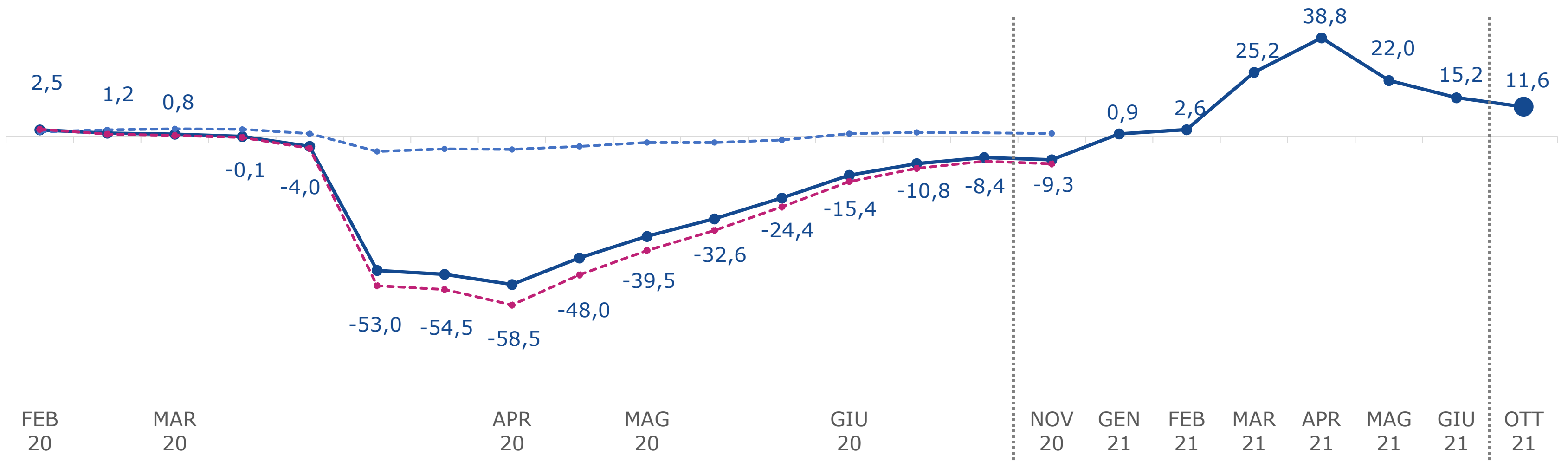
# **ANALISI E TREND DELLA NUOVA NORMALITÀ**

**GIAN ANDREA POSITANO**  
**Responsabile Centro Studi**

# Andamento sell-in delle imprese cosmetiche

confronto del periodo rispetto all'anno precedente

—●— fatturato totale      - - - igiene corpo      - · - · - altre categorie



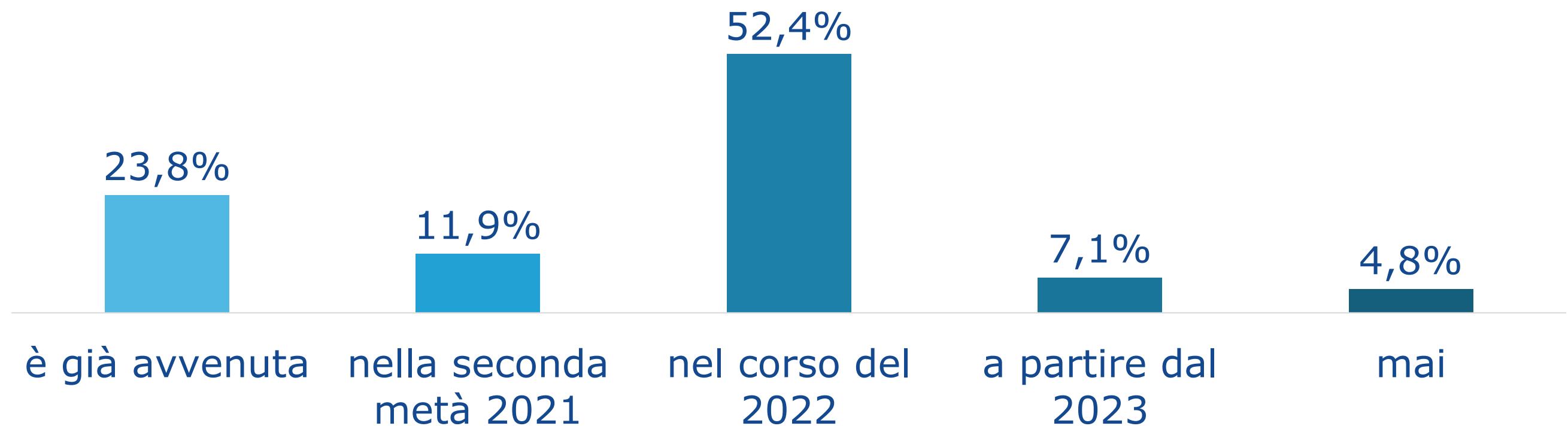
Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa sulla base della var. % del fatturato globale delle aziende cosmetiche (sell-in destinato sia al mercato interno che all'estero) e sulla base della mappatura delle aziende produttrici di presidi medicochirurgici o igienizzanti mani



# Il ritorno alla normalità per le aziende

Circa **un operatore su due nel 2022** prevede un ritorno alla normalità

**Un operatore su tre** si sta adattando al nuovo equilibrio già **nel corso del 2021**





# Evoluzione del contoterzismo cosmetico in Italia

Anno	Valore del fatturato totale industria cosmetica	Variazione % fatturato totale industria cosmetica	Valore del fatturato contoterzismo	Variazione % fatturato contoterzismo
2019	12.091	+1,5%	1.974	+3,5%
2020	10.641	-12,0%	1.680	-17,5%
<b>Stima 2021</b>	<b>11.750</b>	<b>+10,4%</b>	<b>2.016</b>	<b>+20,0%</b>

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa.  
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno.





# Minacce e opportunità per il contoterzismo cosmetico in Italia

## PUNTI DI FORZA E OPPORTUNITÀ

- Aumento della domanda estera
- maggiore propensione all'innovazione
- partecipazione a fiere di settore
- ristrutturazione della supply chain

## MINACCE

- Difficoltà di approvvigionamento
- aumento dei costi delle materie prime, del packaging e dell'energia



# La nuova beauty routine di acquisto

**DAI PRIMI SEI MESI DEL 2021 NEL LARGO CONSUMO EMERGONO CONFERME E BATTUTE D'ARRESTO TRA LE CATEGORIE PROTAGONISTE DURANTE I LOCKDOWN DEGLI SCORSI MESI.**

IGIENE PERSONALE			
Saponi corpo	+2,3%	Deodoranti	-4,0%
VISO E MANI			
Creme e gel mani	+9,3%	Protettivi labbra	-18,2%
Cura viso donna	+8,0%		
IGIENE ORALE			
Collutori	+4,7%	Dentifrici	-1,4%
CURA CAPELLI			
Dopo shampoo	+4,4%	Coloranti	-6,0%
Shampoo	+0,2%		
TRUCCHI			
Occhi	+12,2%	Labbra	-32,4%
		Viso	-9,4%

Elaborazione Centro Studi su dati Nielsen. Variazione percentuale primo semestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



# Le disabitudini di consumo



CLAIM **SBIANCANTE**  
E **SCHIARENTE**

SEGMENTAZIONE PER **ETÀ**,  
**GENERE** E **GRUPPI ETNICI**



LE MURA DOMESTICHE HANNO DEFINITO UN OSTACOLO SOCIALE E DI SVILUPPO ECONOMICO, ED ORA, COME ESORCISMO CULTURALE, **SI RIDUCONO ULTERIORMENTE LE BARRIERE SOCIO-DEMOGRAFICHE**



# Claim in continua evoluzione: cura viso

LE CONVERSAZIONI SOCIAL SULLA **LUMINOSITÀ** DELLA PELLE SONO CAMBIATE: PASSA IN SECONDO PIANO L'ASPETTO ESTETICO ED EMERGE IL CONTRIBUTO AL RIPRISTINO ALLO STATO NATURALE E OTTIMALE DELLA PELLE, SENZA FARE RIFERIMENTO AL CAMBIAMENTO DEL COLORE



PRESENZA % DEI CLAIM  
SUL TOTALE LANCI  
MONDIALI DI COSMETICI

CLAIM  
**SBIANCANTE**

CLAIM  
**ILLUMINANTE**

2019 E PRIMI  
SEI MESI 2020

48,0%

52,1%

DAL SECONDO  
SEMESTRE 2020 AD OGGI

37,7%

63,6%

AUMENTA L'ATTENZIONE DEI CONSUMATORI INTORNO AI VALORI LEGATI ALL'**INCLUSIVITÀ** E CRESCONO I BRAND CHE SI SONO MAGGIORMENTE ADATTATI AL **CAMBIAMENTO CULTURALE**



# Claim in continua evoluzione: solari

I GRANDI OUTSIDER DEL 2020 TORNANO ALLA RIBALTA:

L'USO STAGIONALE NON È PIÙ RELEGATO ALL'ESPOSIZIONE AI **RAGGI UV** MA DIVENTANO **COSMETICI PROTETTIVI 365 GIORNI L'ANNO** CREANDO MIX D'OFFERTA CON **FONDOTINTA** E **ILLUMINANTI VISO**

I CONSUMATORI STANNO DIVENTANDO SEMPRE PIÙ CONSAPEVOLI DELL'IMPATTO DELL'**INQUINAMENTO INDOOR E OUTDOOR** SULLA PELLE

IN **UK** IL **41%**  
DELLE DONNE

...che utilizza prodotti per la cura del viso considera l'inquinamento uno dei tre principali fattori che influiscono sull'aspetto

IN **CINA** IL **38%**  
DELLE DONNE

...con problemi di pelle ha citato l'inquinamento ambientale come principale causa

IN **FRANCIA** IL **62%**  
DEI CONSUMATORI

...è preoccupato per l'inquinamento indoor, il **49%** per l'inquinamento da radiazioni elettromagnetiche e il **48%** per la luce blu



# Claim in continua evoluzione: sostenibilità

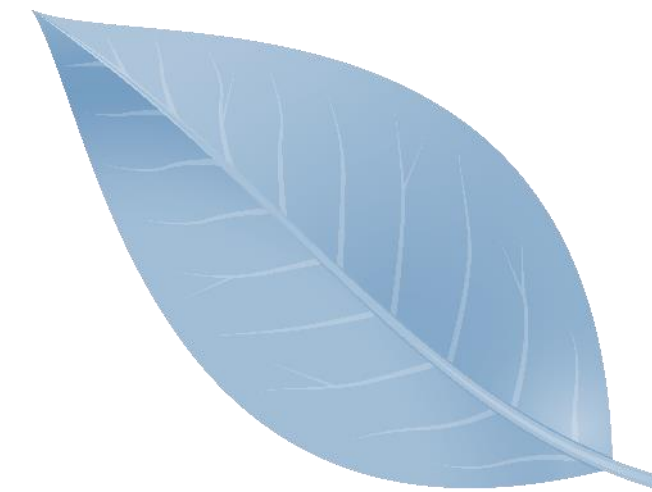
LE CATEGORIE DI COSMETICI A  
**CONNOTAZIONE NATURALE** CHE LE  
DONNE DICHIARANO DI ACQUISTARE  
MAGGIORMENTE SONO...

**CURA PELLE**

PER IL  
**60%**

**CURA CAPELLI**

PER IL  
**53%**



IL **75%** DELLE DONNE DI ETÀ  
COMPRESA TRA I 18 E I 34  
ANNI HA DICHIARATO  
L'IMPORTANZA DELL'ACQUISTO  
DI **COSMETICI SOSTENIBILI**

# Claim in continua evoluzione: sostenibilità



L' **89** %

...dei consumatori  
pensa che i brand  
dovrebbero comunicare  
se i loro prodotti sono  
etici e sostenibili

IL **94** %

...dei consumatori  
ritiene fondamentale  
l'onestà e la  
trasparenza in merito  
agli ingredienti dei  
prodotti





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

