



NPD BEAUTY ITALY

Beauty Prestige

Update Oct2020

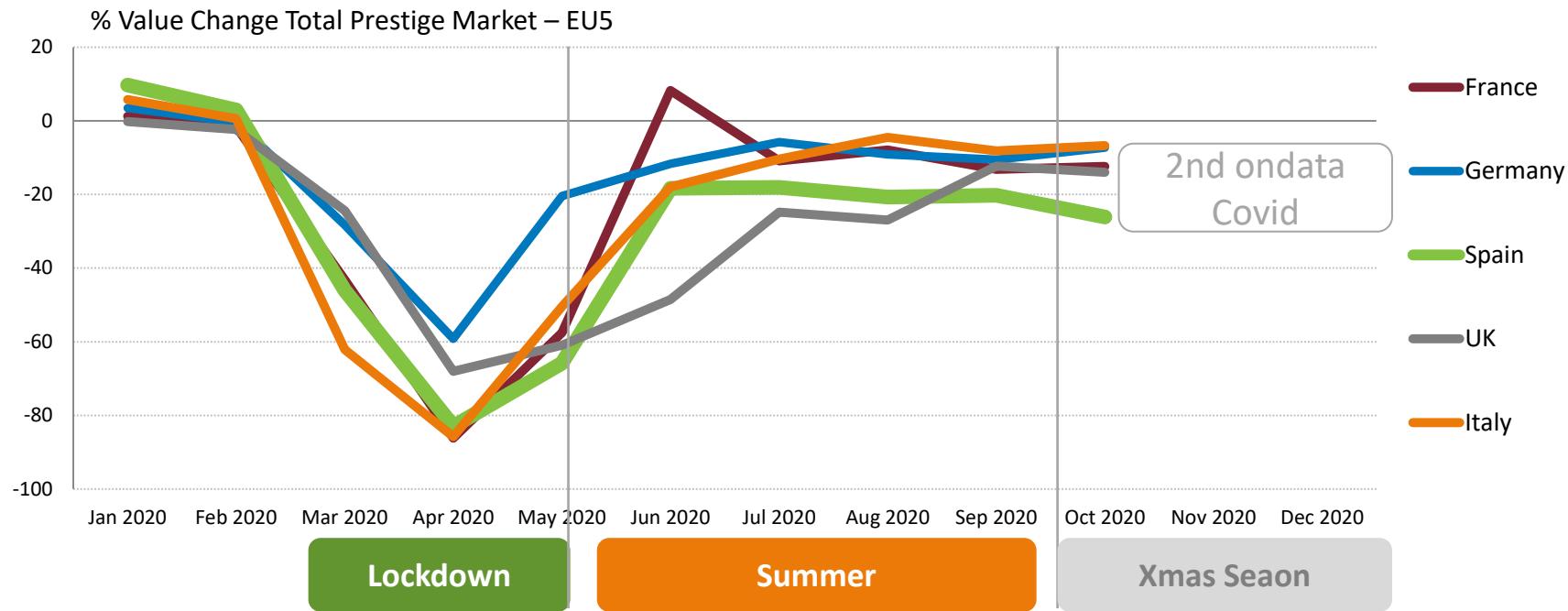
Sylvie Cagnoni

Director NPD Beauty Italy

Copyright 2020. The NPD Group, Inc. All Rights Reserved.
This presentation is **proprietary and confidential** and may not be disclosed in any manner, in whole or in part, to any third party without the express written consent of NPD.



Il recupero in Europa, seppur su livelli diversi per paese, è stato ininterrotto dalla fine del lockdown fino ad ottobre, prima della 2nd ondata Covid e delle nuove restrizioni introdotte



Perimeter: B&M + ECM

I 5 Paesi Europei consolidati registrano a fine ottobre, -22,7% sul Total Prestige Beauty (fine settembre -24%)

YTD October 2020 prestige beauty value market size with value performance



Germany



U.K.



France



Italy



Spain

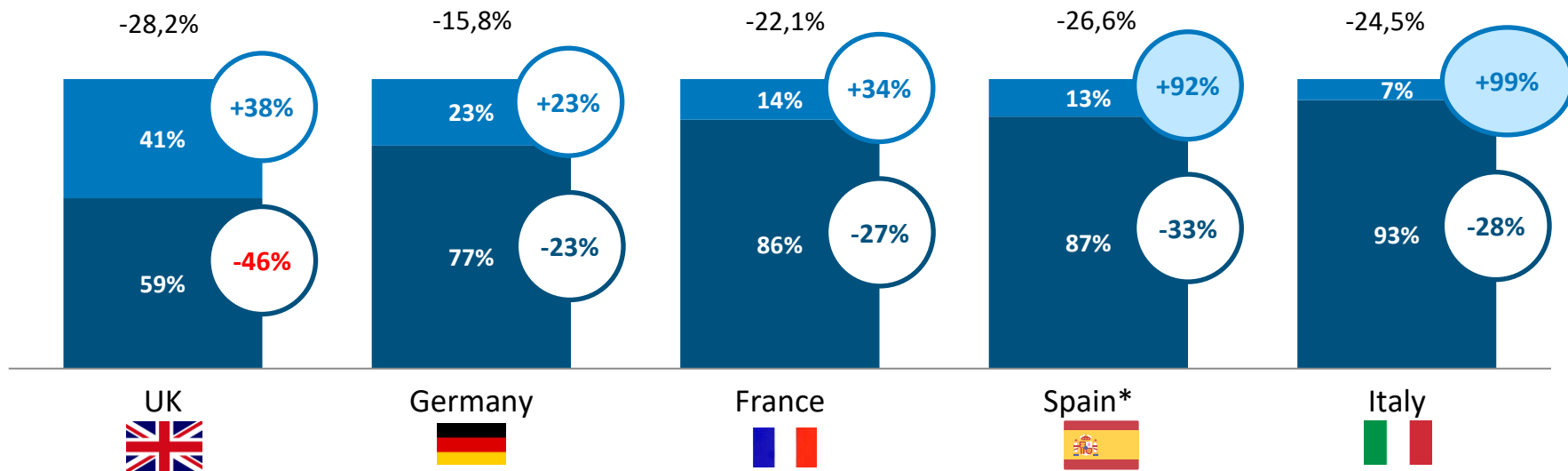
Value Sales YTD September 2020	1,9B€	1,2B£	1,6B€	1,1B€	0,95B€
%Ch YTD Sep 2020	-15,8%	-28,2%	-22,1%	-24,5%	-26,6%

*Prestige Markets : U.K, France, Spain/Prestige + mass brands sold in selective beauty distribution : Germany & Italy – NPD Beauty Trends 2020 including on-line
Conversion rate £1=1,1269€. *Prestige Markets*

Grande eterogeneità per paese nelle dinamiche tra B&M e ecommerce

Channel Value Weight (%) YTD September 2020 & %change vs YA

■ Brick & Mortar ■ Ecommerce



Source: Prestige Markets (Brick & Mortar + e-commerce), U.K, France, Italy, Spain, Germany – NPD Beauty Trends 2020.

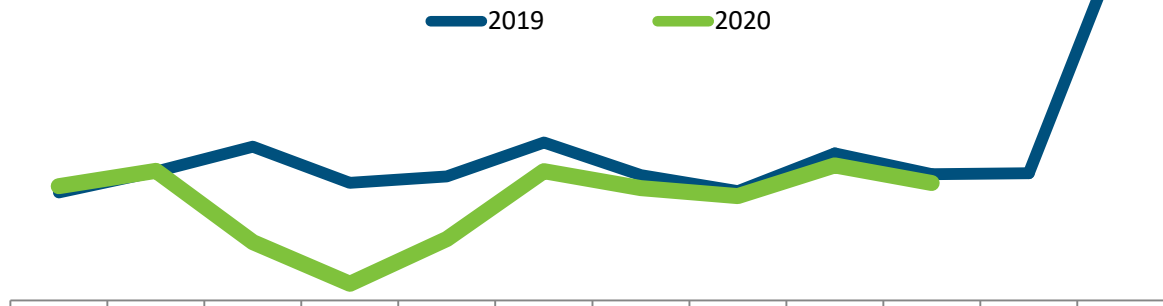
A hand is shown holding the handles of several shopping bags. The handles are in various colors, including red, green, and gold. The bags are partially visible, showing white and red paper. The background is a blurred city street with buildings and other people, overlaid with a semi-transparent blue filter. The text "FOCUS ITALIA" is centered in white, bold, sans-serif font.

FOCUS ITALIA

YTD Ottobre il Prestige Beauty Italy chiude a -24.5%, allineandosi gradualmente mese dopo mese al 2019, grazie ad un buona stagione estiva e ad un anticipo della Xmas season.



Value Sales Mio€



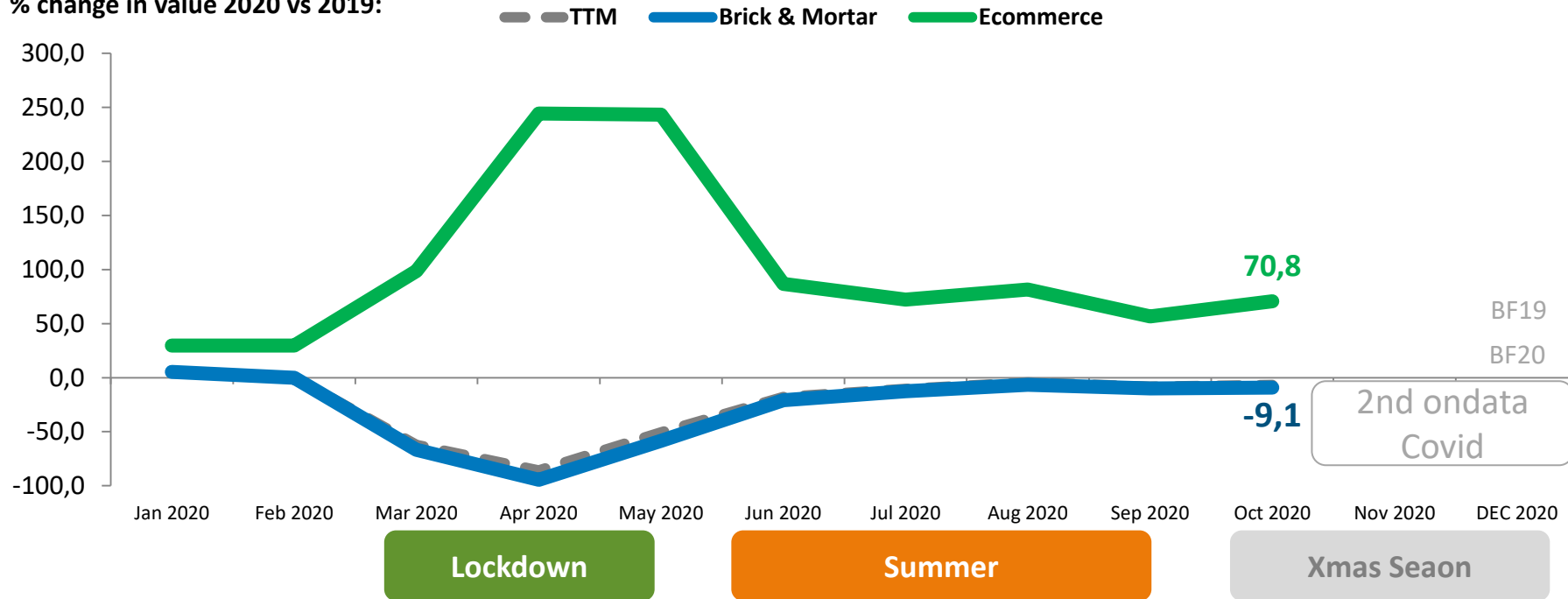
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
€ Chg%	5,8	0,6	-62,2	-85,8	-50,4	-18,0	-10,4	-4,5	-8,3	-6,8		
B&M	5,2	-0,2	-66,8	-94,4	-58,4	-20,9	-12,6	-6,7	-10,2	-9,2		
E-comm	29,6	29,6	98,7	244,2	243,3	86,7	72,2	81,5	56,5	70,7		



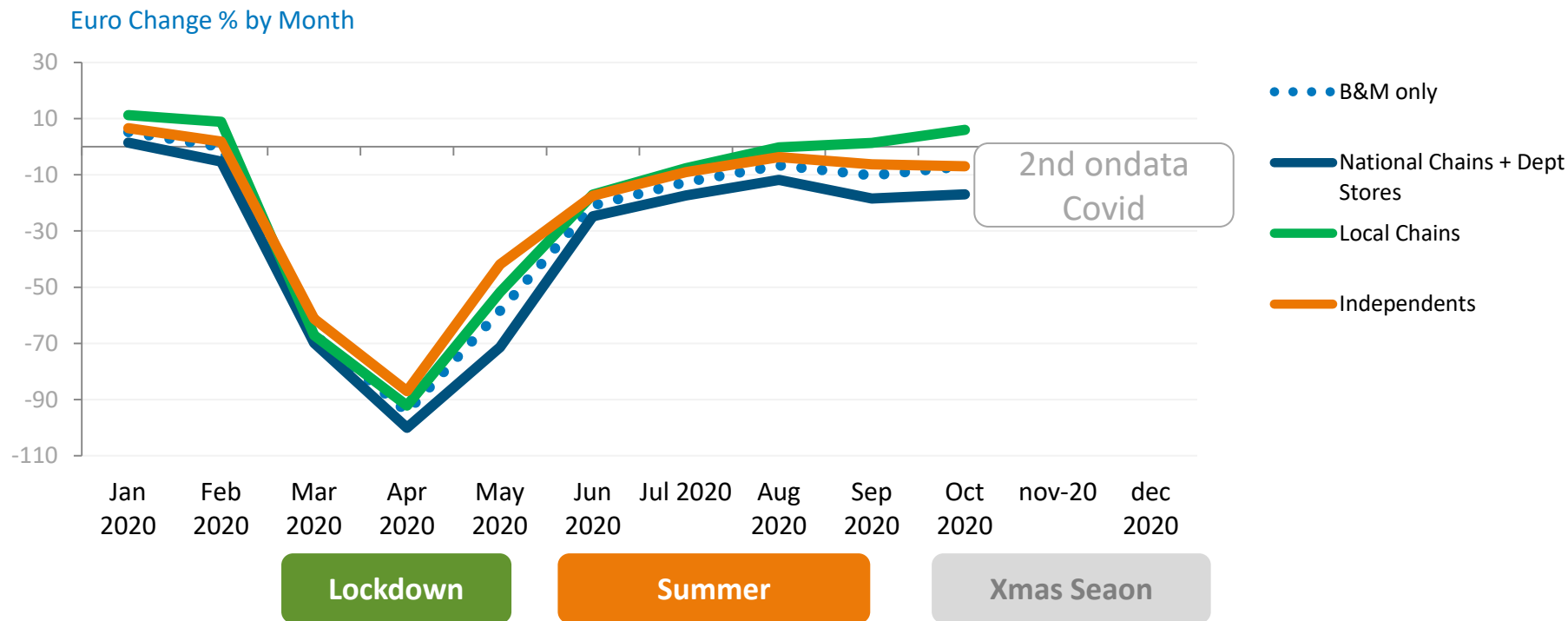
Il B&M recupera molto lentamente mentre l' E-retail continua la sua progressione ormai stabilizzata intorno al +70% da fine lockdown.



% change in value 2020 vs 2019:



Si conferma la maggiore sofferenza delle National Chains +Department stores

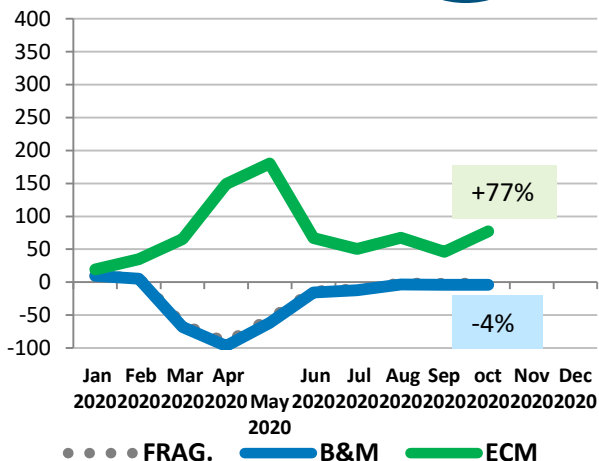


Le Fragranze avvicinandosi al Natale, finalmente si allineano al ritmo dello Skincare sia nel B&M che nell'e-commerce. Il Make up rimane fortemente negativo nel B&M.

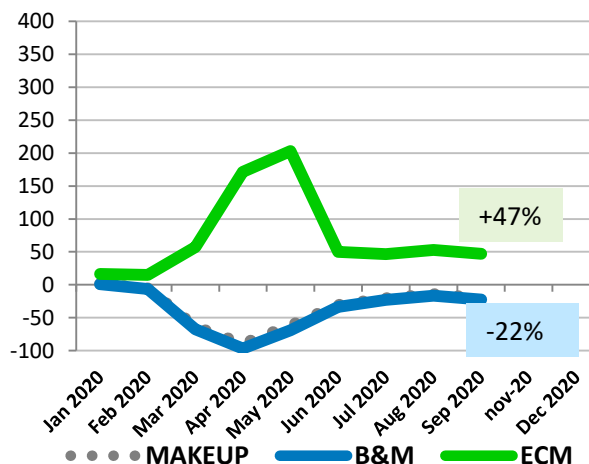
% Euro change in value 2020 vs 2019:



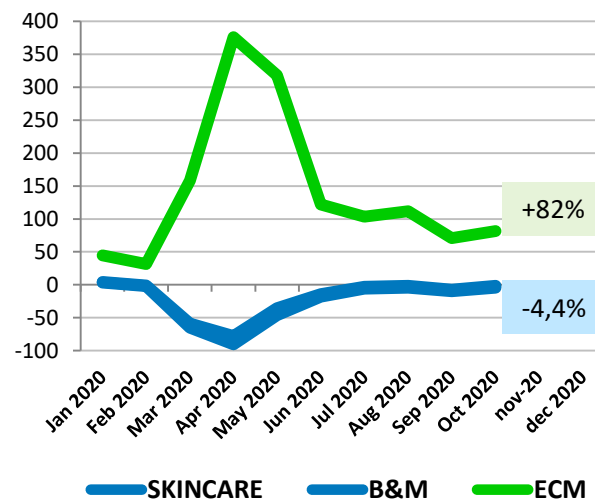
FRAGRANCES **-22%**



MAKEUP **-34%**



SKINCARE **-21%**



Non più le tipiche “last minutes Xmas sales”, a causa dell’incertezza sulla 2nd ondata Covid e al rischio di limitazioni allo shopping natalizio

Le chats sul tema di Natale sui Social sono già esplose a Settembre

L'interesse per il Natale è crescente



Le idee regalo Beauty hanno generato molto buzz: gli **Advent calendars** sono stati il Trend Topic di settembre (fonte blogmeter).

Advent Calendar 2020



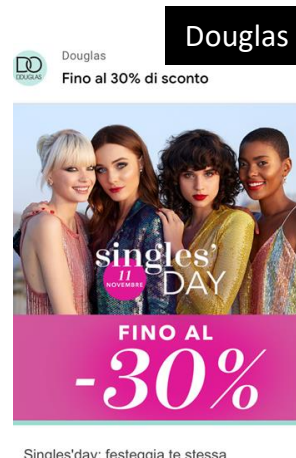
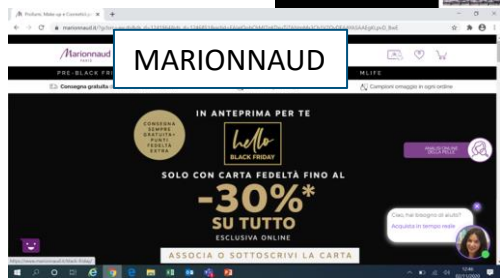
The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential

38



Black Friday and Christmas saranno ancora il clou delle vendite, ma nuovi Key period promozionali e di acquisto si aggiungono: **Amazon Prime Day, Single day**

Intense e estese attività promozionali, anticipate sin da fine settembre e sfruttamento di nuovi KCP Pre natalizi (single day)



Varie e nuove promozioni attivate dai retailers di ogni canale Prestige

2+1 or 1+1

GWP

FLAT DISCOUNTS, con o senza acquisto minimo

-40% sul 2° pdt meno caro



100 ML al prezzo del 50 ML

Extra discount w/ card

SABBIONI CAMBIA LOOK

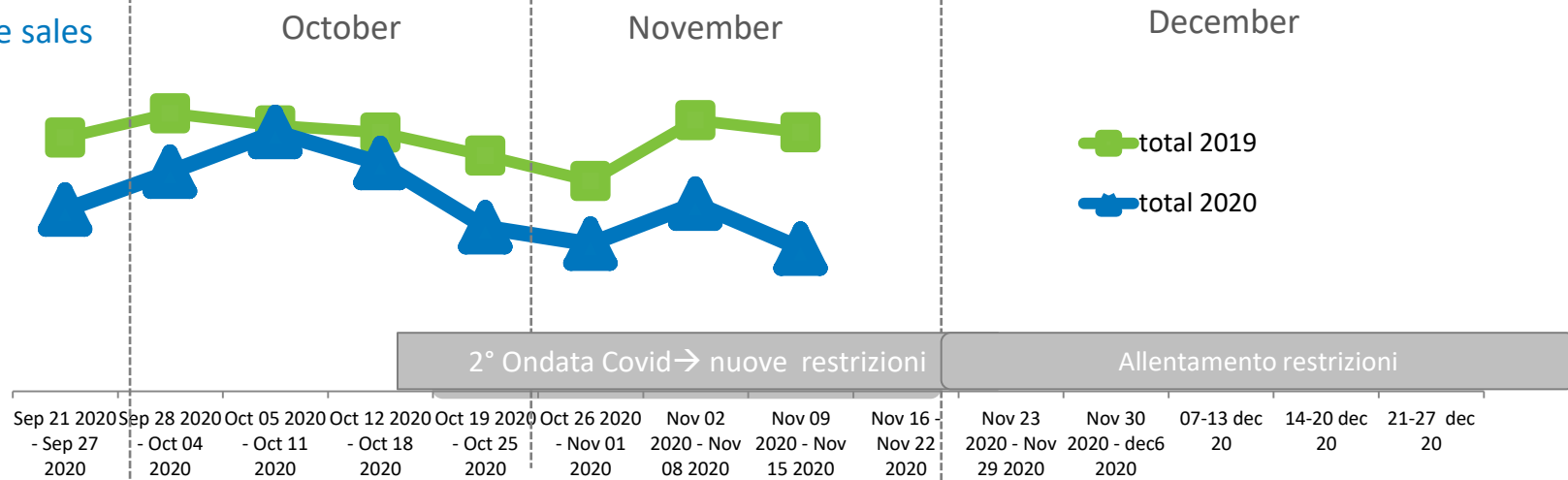
FESTEGGIA IL NUOVO LOGO CON NOI.
SABATO 24 OTTOBRE
-30% OFF-
SU TUTTO*
NEI NEGOZI E ONLINE



Le promozioni anticipate e i nuovi KCP hanno generato picchi di vendite già dalla prima metà di ottobre, seppure mantenendosi sui livelli al di sotto del 2019, poi la seconda ondata Covid con le nuove restrizioni ha bloccato la ripresa.

Christmas season

Euro value sales



WK 43 (19-25 Oct) WK 44 (26 Oct-1 Nov)

Curfew (11pm-5am) for several regions + shopping mall closure during w-e for Lombardia and Piemonte + no team sports

Bar and restaurant closed after 6pm + closure of gym & pools + stop skiing + stop to all contact sports

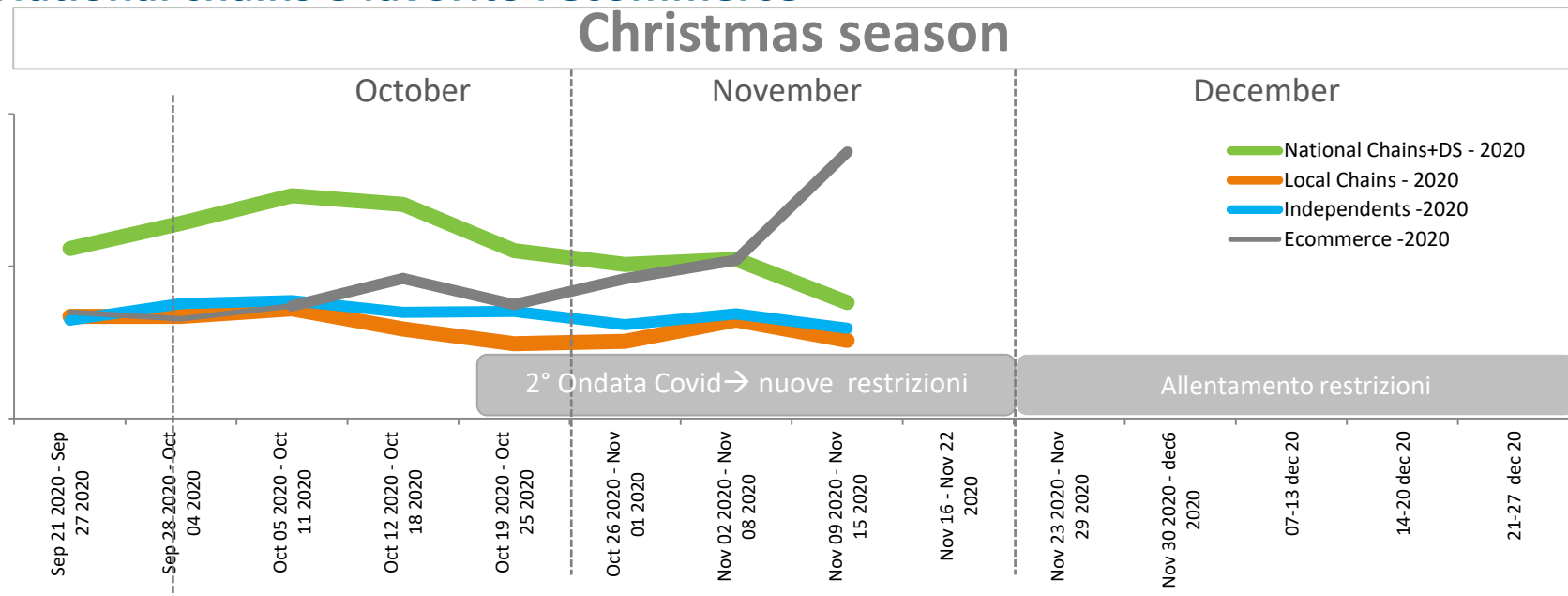
Week 45 (2-8 Nov)



BF19

BF20

I picchi di ottobre si sono registrati su tutti i canali, specialmente nelle National e Local Chains oltre all'e-commerce. Le nuove restrizioni hanno impattato soprattutto le National chains e favorito l'e-commerce



WK 43 (19-25 Oct) WK 44 (26 Oct-1 Nov)

Curfew (11pm-5am) for several regions + shopping mall closure during w-e for Lombardia and Piemonte + no team sports

Bar and restaurant closed after 6pm + closure of gym & pools + stop skiing + stop to all contact sports

Week 45 (2-8 Nov)



BF19

BF20

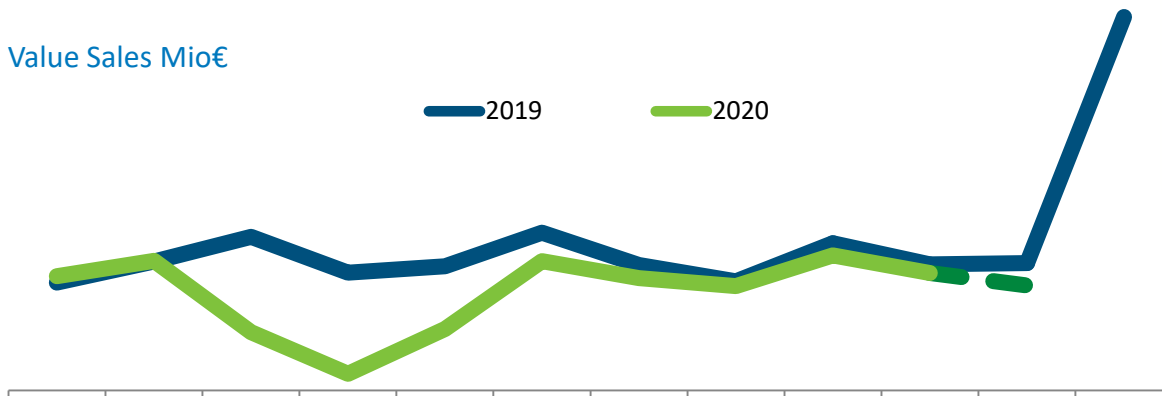
FUTURE



Le nuove restrizioni della 2nd ondata Covid, hanno impattato negativamente il B&M nel mese di Novembre (-24%), mentre l'e-commerce torna a crescere ai ritmi del Lockdown. Overall YtD Novembre chiude a -23,9%.

Value Sales Mio€

— 2019 — 2020



Quale chiusura dell'anno considerato che il mese di Dicembre rappresenta il 21 % delle vendite, con un Black Friday e un Cyber Monday con un'intensità promozionale senza precedenti?

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
€ Chg%	5,8	0,6	-62,2	-85,8	-50,4	-18,0	-10,4	-4,5	-8,3	-6,8	-17,7%	BF20
B&M	5,2	-0,2	-66,8	-94,4	-58,4	-20,9	-12,6	-6,7	-10,2	-9,2	-23,7	
E-comm	29,6	29,6	98,7	244,2	243,3	86,7	72,2	81,5	56,5	70,7	+164	

Quale previsione più probabile per il 2020 finale?

	€ % Chg Full Year 2020 vs 2019
	Total Beauty
Optimistic	-14%
Realistic	-19%
Pessimistic	-24%

