

I DATI DEL SETTORE COSMETICO NAZIONALE NELL'ATTRAVERSAMENTO DELLA PANDEMIA

GIAN ANDREA POSITANO
Responsabile Centro Studi

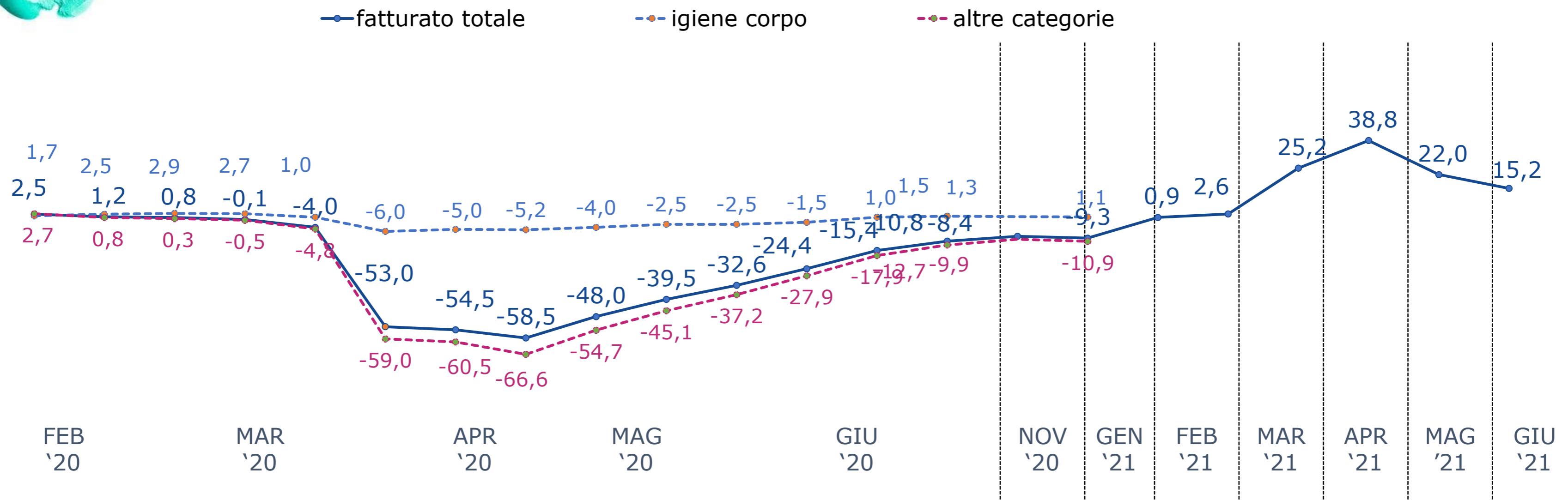


COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Andamento sell-in delle imprese cosmetiche

confronto del periodo rispetto all'anno precedente



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

Evoluzione dell'industria cosmetica

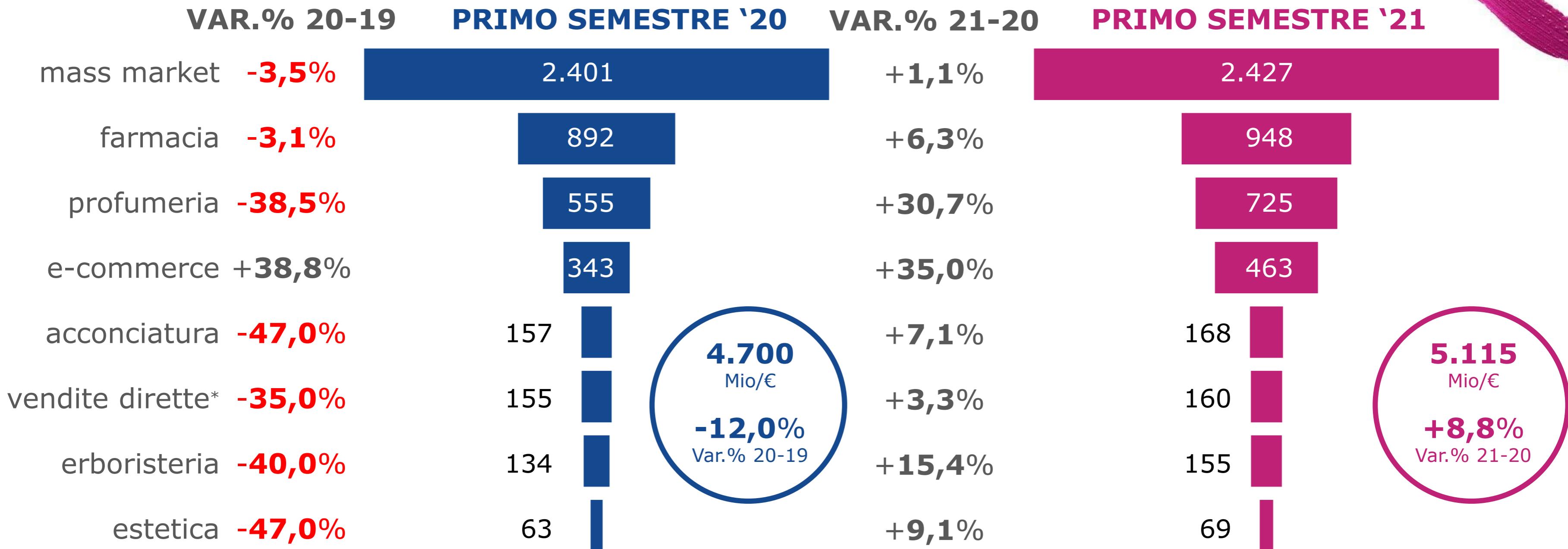
	Consuntivo 2020	var. % 2020-19	proiezione % 2021-20
Fatturato in Italia	6.488	-8,7	6,7
<i>generato nei canali professionali acconciatura, estetica</i>	597	-24,2	10,1
<i>generato negli altri canali grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette, E-Commerce</i>	5.891	-6,8	6,5
Esportazione (fatturato all'estero)	4.154	-16,7	5,0
Fatturato globale settore cosmetico	10.641	-12,0	6,2

Previsioni di mercato al 2023

Nel 2022 si tornerà alla dimensione del mercato pre-Covid-19

	2019	var.% '20/'19	2020	var.% '21/'20	2021	var.% '22/'21	2022	var.% '23/'22	2023
Mass market	4.615	-3,8	4.442	+3,0	4.575	+2,5	4.690	+1,8	4.774
Farmacia	1.877	-3,5	1.810	+3,3	1.870	+2,0	1.907	+2,1	1.947
Profumeria	2.083	-26,1	1.540	+6,3	1.637	+1,0	1.653	+1,5	1.678
E-Commerce	498	+42,0	707	+41,0	997	+22,5	1.221	+15,0	1.405
Acconciatura	585	-22,5	453	+10,1	499	+4,0	519	+1,5	527
Vendite dirette	482	-30,0	338	+3,7	350	+0,5	352	-0,5	350
Erboristeria	447	-26,0	331	+12,1	371	+1,0	374	+1,5	380
Saloni di bellezza	237	-29,0	168	+10,7	186	+4,5	195	+1,3	197
TOTALE	10.824	-9,6	9.789	+7,1	10.486	+4,1	10.912	+3,2	11.259

Il mercato cosmetico in Italia: primo semestre 2020 e 2021 a confronto





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%



Il cambiamento è ancora in atto

66%

I consumatori che
hanno cambiato il
modo di fare acquisti a
seguito della pandemia.

88%

I consumatori che
continueranno a rivedere
il proprio comportamento
di acquisto nel 2021.

Cosa resterà post pandemia?



E-COMMERCE INTEGRATO
IN UN CONCETTO DI
OMNICANALITÀ



AFFLUSSO A PUNTI
VENDITA SPECIALISTI DI
CATEGORIA



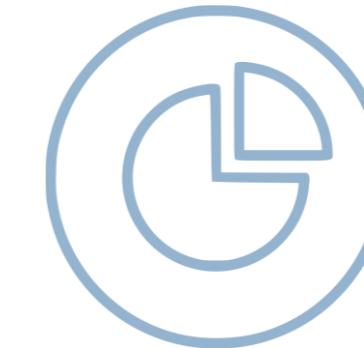
POLARIZZAZIONE DEI
CONSUMI O STRATEGIE
PROMOZIONALI?



TREND TRAINANTI:
MATERIALE RICICLATO,
MADE IN ITALY E GREEN



ATTENZIONE ALLA CURA E
PULIZIA PERSONA +
DISINFEZIONE MANI

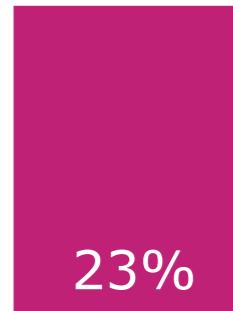


CRESCITA DEI PICCOLI
ATTORI DEL MERCATO
E FOLLOWER

Il desiderio di tornare alla normalità funzionale ed esperienziale



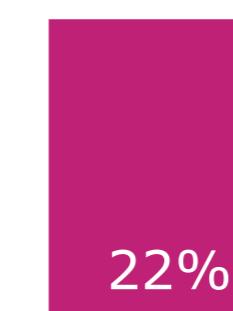
Voglio **provare** i prodotti di persona



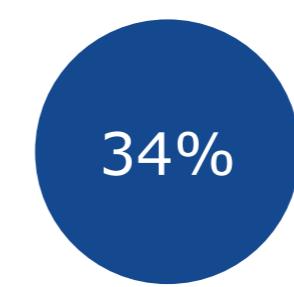
Preferisco una consulenza personalizzata



In negozio ho modo di **verificare** il prodotto



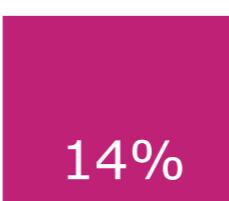
Mi piace ricevere i campioni di prova



Mi piace girare in negozio alla **ricerca** di qualcosa di nuovo



Più facile orientarsi e confrontare prodotti e offerte



L'acquisto è anche svago e questo aspetto si perde nell'online



Non mi fido dell'online



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



 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche