

# Dermocosmetica in Farmacia, protagonista della ripartenza

Elena Folpini  
New Line Ricerche di Mercato

# Agenda

- Quadro generale
- Focus sulla Dermocosmetica
- Analisi dei Cluster di traffico



## Quadro generale

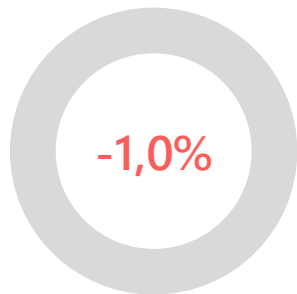
---

Il primo semestre 2021 chiude mostrando i  
primi segnali di ripresa

# Quadro generale

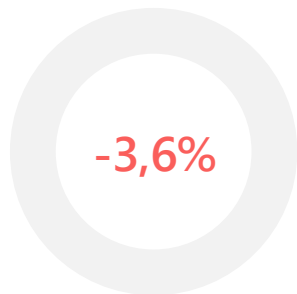
Progressivo giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

Segnali di recupero dopo un primo trimestre molto negativo, si invertono i trend tra fatturato e volumi grazie ad un *product mix* più simile al periodo pre-pandemia



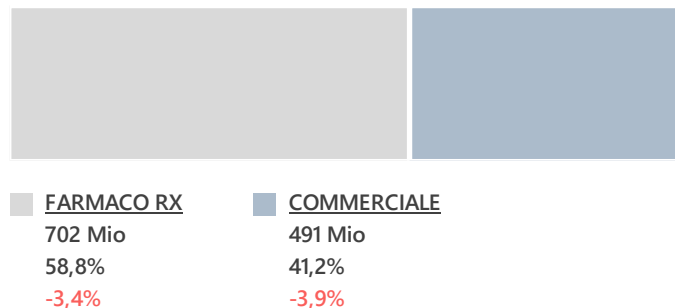
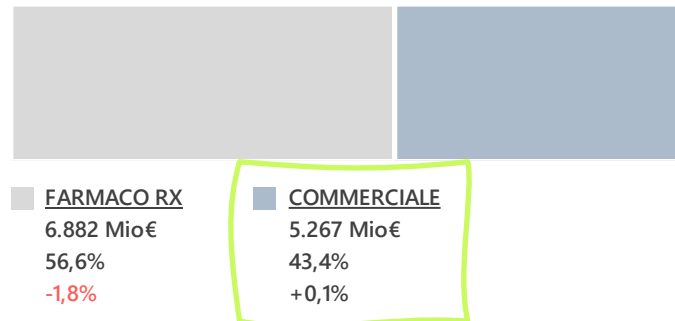
12.149 Mio€  
Fatturato YTD

della Farmacia  
italiana



1.193 Mio  
Confezioni YTD

totali vendute  
nella Farmacia  
italiana



# Area Commerciale

Progressivo giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

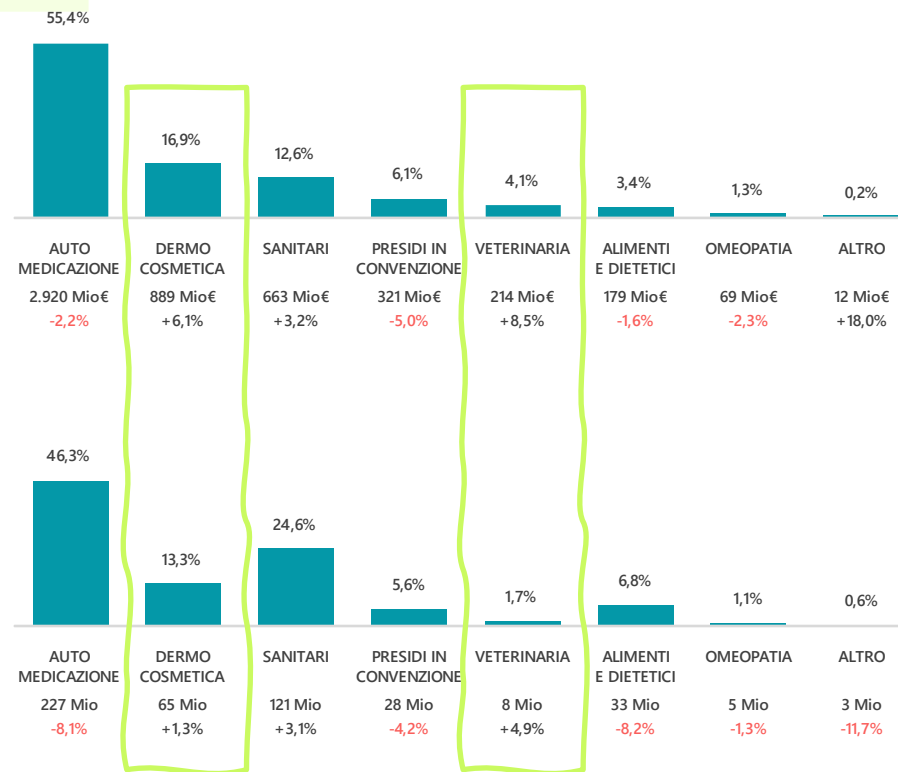
La Dermocosmetica, fortemente penalizzata durante i diversi *lockdown*, traina il recupero dell'Area Commerciale, Veterinaria in forte crescita, si iniziano ad assestare gli acquisti dei Sanitari

+0,1%

5.267 Mio€  
Fatturato YTD  
Commerciale nella  
Farmacia italiana

-3,9%

491 Mio  
Confezioni YTD  
totali vendite  
Commerciale nella  
Farmacia italiana



# Ingressi e Scontrino medio

Progressivo giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

La fine del *lockdown* e delle restrizioni porta, con giugno, ad un netto ritorno al negozio fisico: gli ingressi medi giornalieri si avvicinano ai valori del 2019

-1,9%

**176,8**  
Scontrini  
giorno

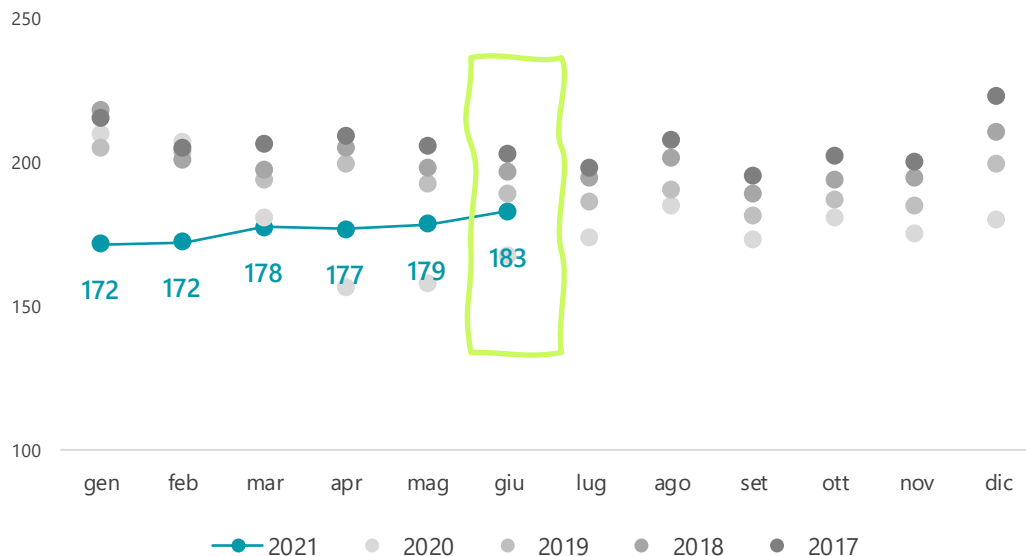
+0,4%

**27,38**  
€ medi  
per scontrino

-2,5%

**2,68**  
pezzi medi  
per scontrino

Ingressi medi giornalieri per Farmacia



## Focus sulla Dermocosmetica

---

A partire da marzo gli acquisti nel canale fisico sono ripartiti in modo significativo e in misura maggiore rispetto agli altri comparti

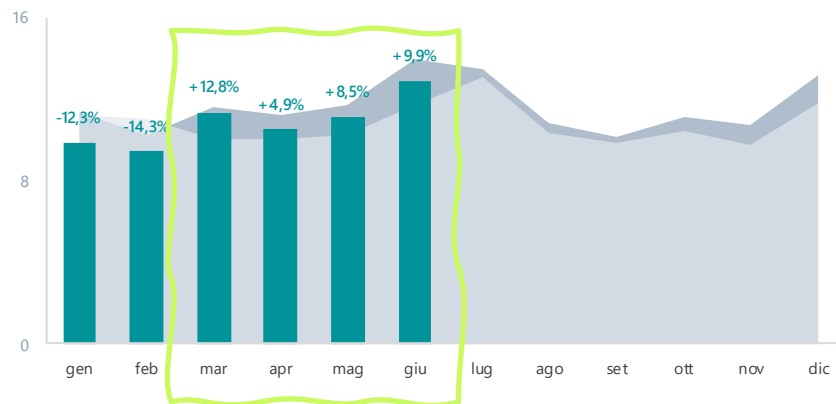
YTD  
vs 2020

Fatturato +6,1%  
Confezioni +1,3%

YTD  
vs 2019

Fatturato -3,5%  
Confezioni -6,9%

Vendite in confezioni (Mio) 2019, 2020, 2021 (trend vs 2020)



Le vendite a confezioni sono un buon indicatore dell'andamento della domanda di prodotti cosmetici nei mesi: il grafico mostra una significativa ripresa sin da marzo, in anticipo rispetto agli altri mercati

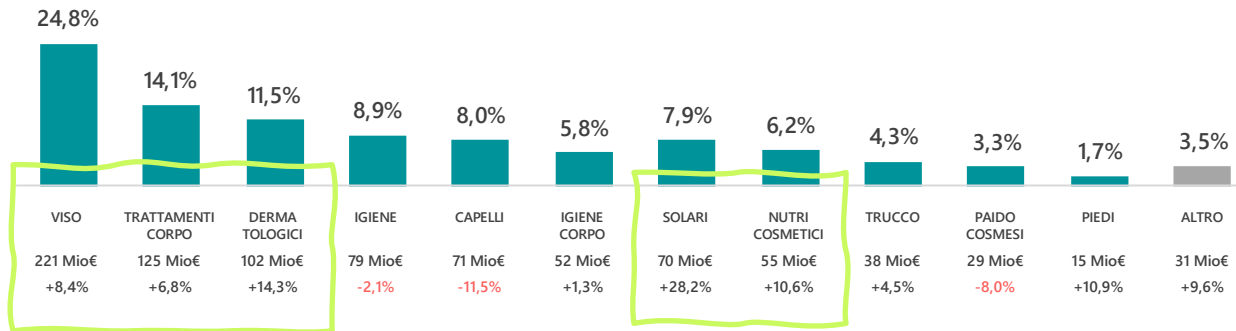


# Dermocosmetica: principali segmenti

Progressivo giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

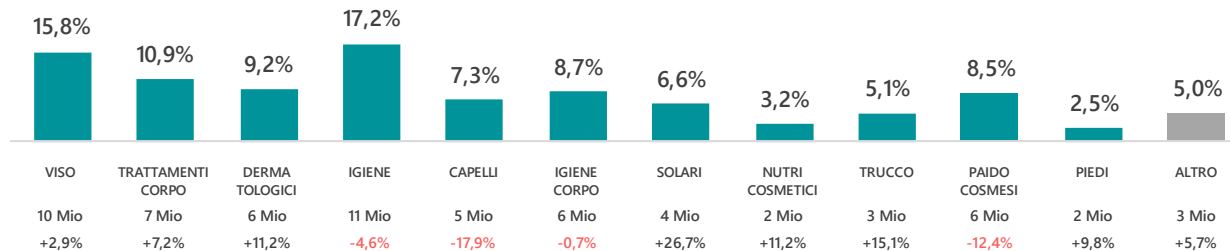
+6,1%

889 Mio€  
Fatturato YTD



+1,3%

65 Mio  
Confezioni YTD

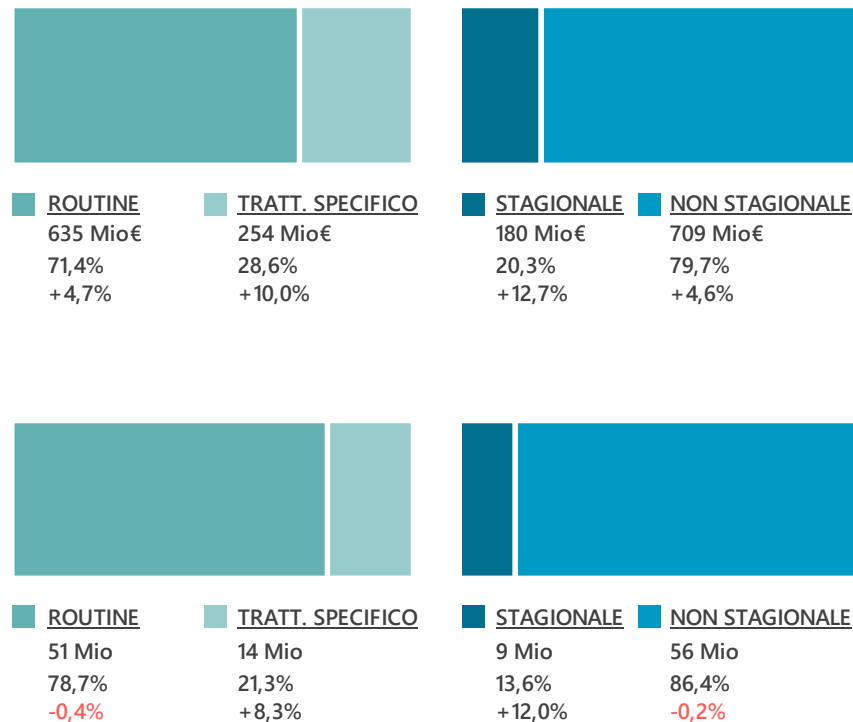


# Dermocosmetica: principali segmenti

Progressivo giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

I valori positivi del comparto testimoniamo come il Canale Farmacia sia un riferimento importante per le persone del Bacino di Utenza

L'area legata alla cura della Pelle e i Prodotti stagionali recuperano in modo vigoroso il forte calo registrato durante la Pandemia



# Dermocosmetica: canali a confronto

Progressivo giugno 2021 – Farmacia, Parafarmacia, GDO Italia (fatturato Mio€, confezioni Mio)

Tra i canali in analisi, la Farmacia chiude il semestre con i migliori risultati



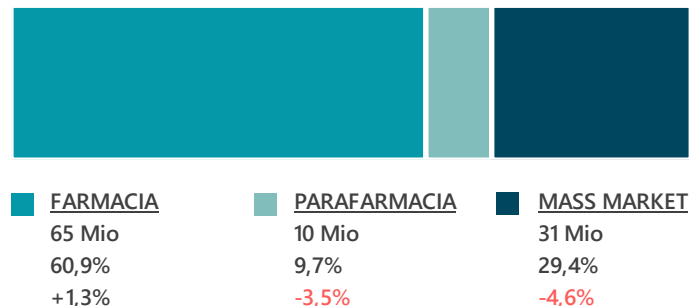
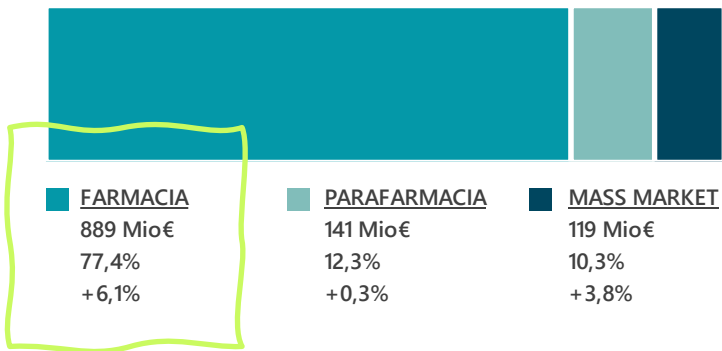
1.149 Mio€  
Fatturato YTD

Dermocosmetica  
nei 3 canali



107 Mio  
Confezioni YTD

Dermocosmetica  
nei 3 canali

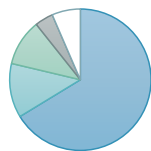


# Principali segmenti

Aggiornamento giugno 2021 – Canale Farmacia Italia (fatturato Mio€)

Oltre alla ripresa dei prodotti di trattamento Antietà, importante conferma dato il valore che il segmento ricopre per il canale, appaiono molto significativi i segnali nelle aree maggiormente legate alla cura della pelle, tra cui spicca il mondo dell'Acne, sia a livello topico sia a livello sistemico

## VISO



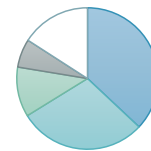
ANTIETA'	+11,3%
IDRATANTI	+4,0%
PULIZIA	+5,2%
LABBRA	-15,4%

## CORPO



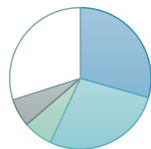
IDRATANTI	+4,7%
ANTICELLULITE	-1,1%
TRATT. SPECIALI	+32,7%
LENITIVI	+8,5%

## DERMATOLOGICI



DERM. ATOPICA	+7,7%
ACNE	+31,9%
DERM. SEBORROICA	+5,3%
EMOLLIENTI, PROT.	+12,4%

## TRUCCO



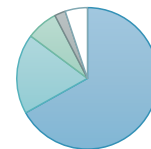
FONDOTINTA	-6,2%
OCCHI	+28,6%
LABBRA	-22,2%
SMALTI	+22,2%

## CAPELLI



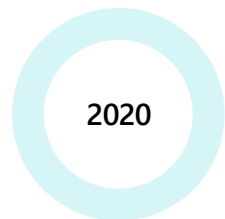
ANTICADUTA	+20,0%
USO QUOTIDIANO	-7,1%
TINTURE	-37,7%
ANTIFORFORA	-3,6%

## NUTRICOSMETICI



ANTICADUTA	+8,6%
ANTIETA'	+6,0%
FOTOPROTEZIONE	+23,4%
ACNE	+42,5%

Relazione tra canale Online e canale Offline a fatturato (la Quota\* è calcolata sul totale Dermocosmetica Farmacia e Parafarmacia)



Fatturato 171,4 Mio €  
Trend +80,3%  
Quota\* 7,9%



Fatturato 104,6 Mio €  
Trend +33,0%  
Quota\* 9,2%

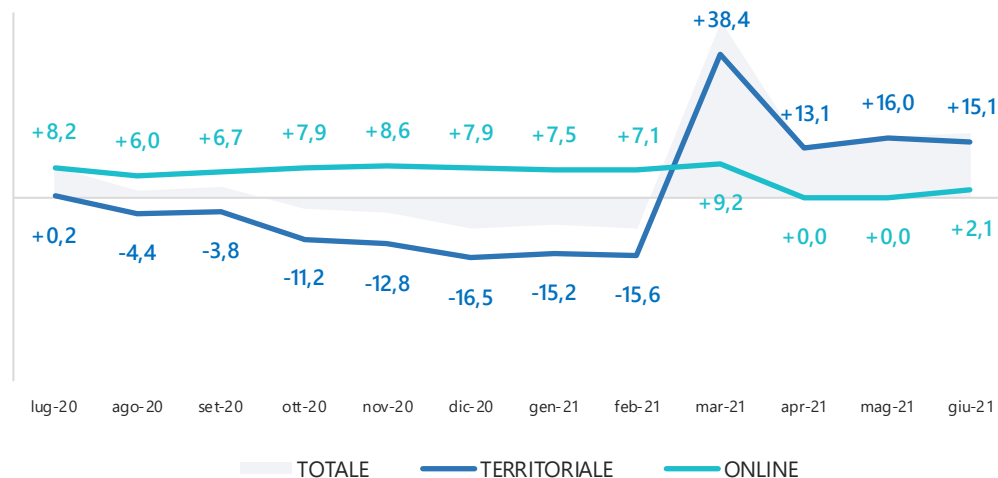


Fatturato 19,7 Mio €  
Trend +11,7%  
Quota\* 8,8%

## Online vs Offline

Differenza assoluta (Mio €) del fatturato mensile vs l'anno precedente

Fatturato (Mio €)



## Analisi cluster di traffico

---

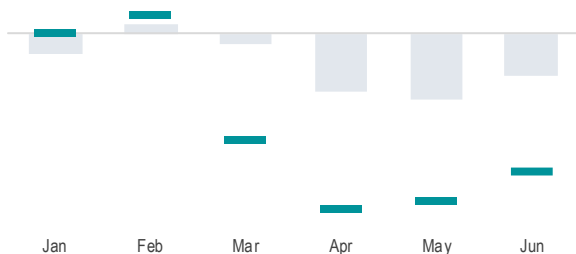
Come si sta muovendo la domanda di prodotti cosmetici nelle aree più fortemente penalizzate dalla pandemia?

# Drivers di ingresso durante il primo lockdown

Ingressi medi mensili: **Farmacie in prossimità dei drivers analizzati** vs benchmark (nessun driver nelle vicinanze)

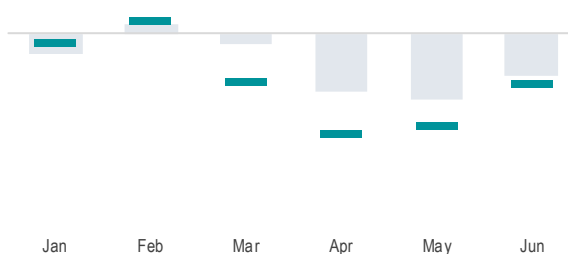
## AEROPORTI/STAZIONI

ingressi: **-1.634** su 6.491



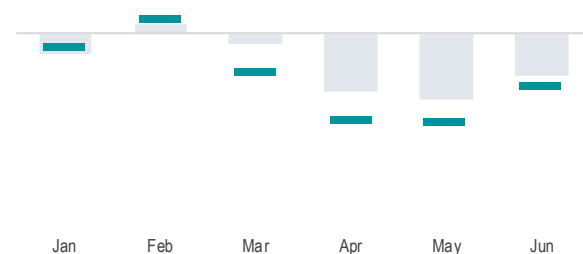
## SCUOLE

ingressi: **-809** su 6.505



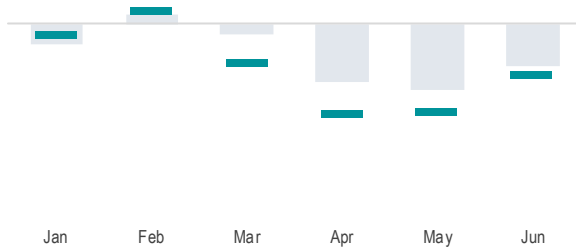
## UFFICI

ingressi: **-642** su 5.672



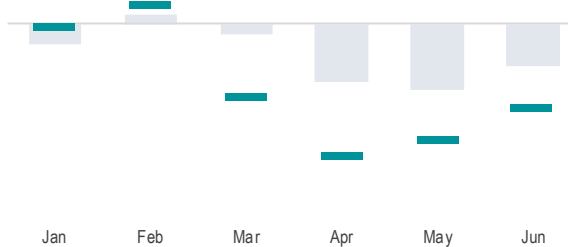
## OSPEDALI/POLIAMBULATORI

ingressi: **-677** su 5.963



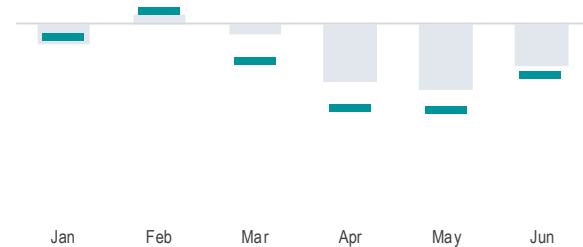
## CITTA' TURISTICHE

ingressi: **-1.019** su 5.965



## GDO

ingressi: **-617** su 5.619

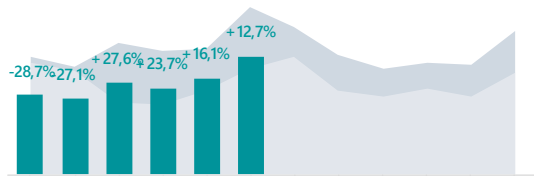


# Drivers di ingresso: Dermocosmesi

Vendite in confezioni: 2019, 2020, 2021 (trend vs 2020)

Anche gli ambiti maggiormente penalizzati dalla pandemia sono in recupero, sebbene resti una significativa distanza dai livelli 2019

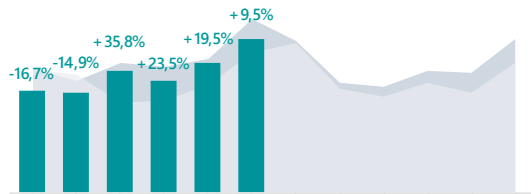
## AEROPORTI/STAZIONI (89.500€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-28,0%	YTD	Trend:	+0,6%
	Quota:	50,3%		Quota:	52,4%

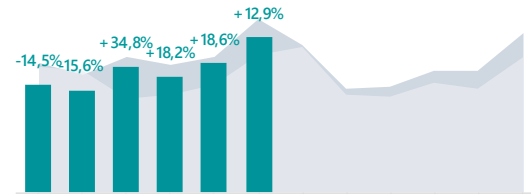
## SCUOLE (110.200€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-13,0%	YTD	Trend:	+7,4%
	Quota:	48,0%		Quota:	50,5%

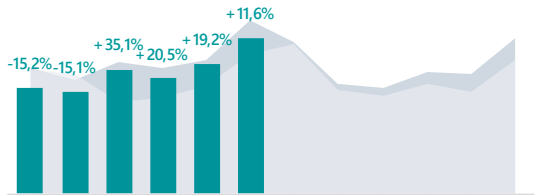
## UFFICI (107.000€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-13,0%	YTD	Trend:	+7,5%
	Quota:	50,6%		Quota:	53,2%

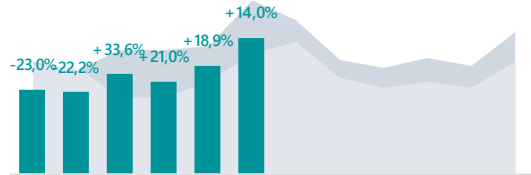
## OSPEDALI/POLIAMBULATORI (103.000€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-12,4%	YTD	Trend:	+7,6%
	Quota:	49,1%		Quota:	51,6%

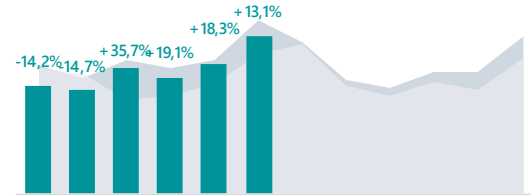
## CITTA' TURISTICHE (119.500€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-21,4%	YTD	Trend:	+4,6%
	Quota:	51,9%		Quota:	54,2%

## GDO (95.000€/MAT)



gen feb mar apr mag giu lug ago set ott nov dic

2020	Trend:	-11,9%	YTD	Trend:	+8,0%
	Quota:	49,3%		Quota:	51,8%

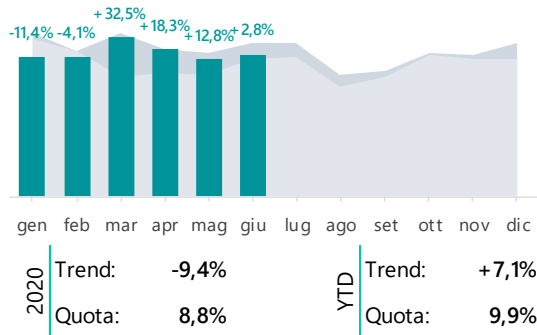


# Drivers di ingresso: Dermatologici

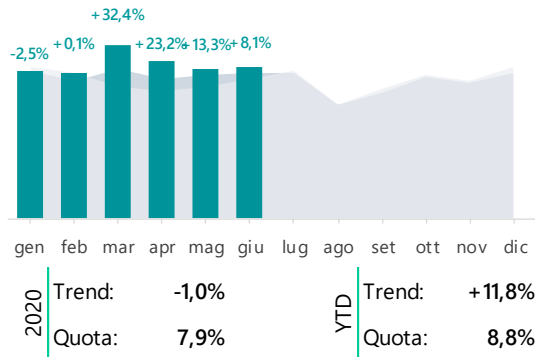
Vendite in confezioni: 2019, 2020, 2021 (trend vs 2020)

La domanda di prodotti per la cura della pelle è risalita in molti casi anche al di sopra dei livelli del 2019

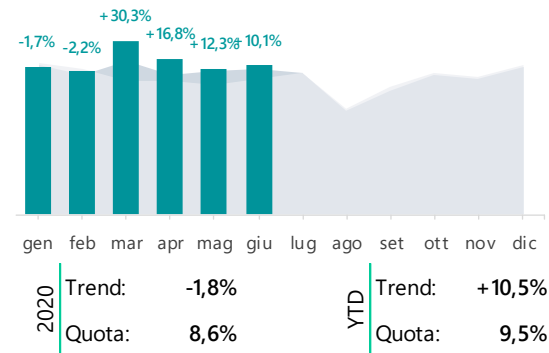
## AEROPORTI/STAZIONI (10.500€/MAT)



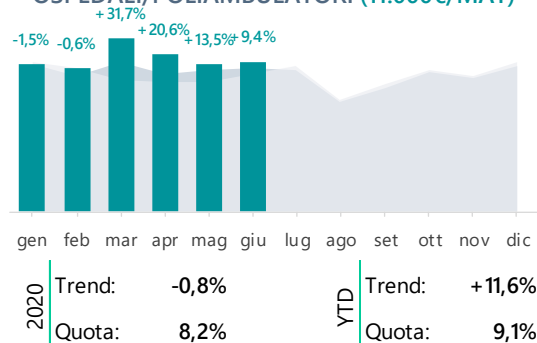
## SCUOLE (11.500€/MAT)



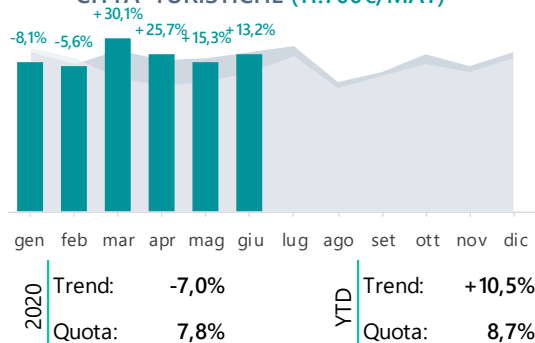
## UFFICI (11.700€/MAT)



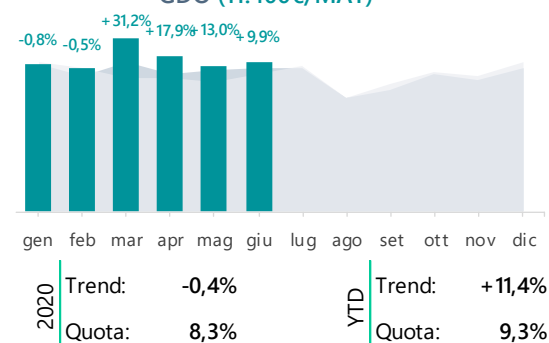
## OSPEDALI/POLIAMBULATORI (11.000€/MAT)



## CITTA' TURISTICHE (11.700€/MAT)



## GDO (11.400€/MAT)

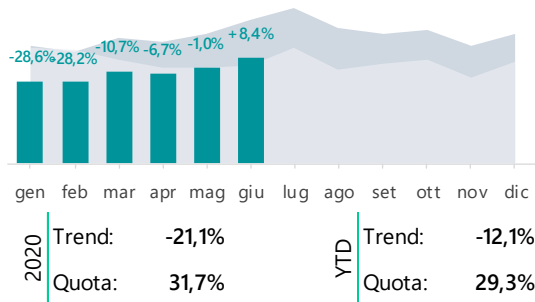


# Drivers di ingresso: Igiene

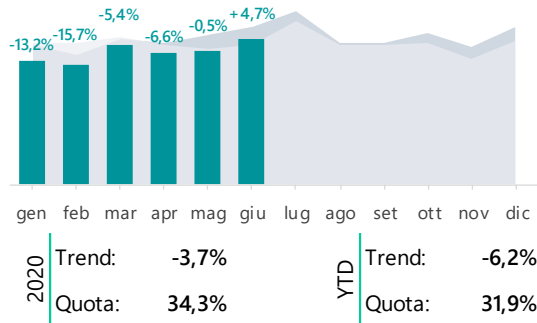
Vendite in confezioni: 2019, 2020, 2021 (trend vs 2020)

Al contrario la domanda di prodotti per l'igiene fatica a riprendere ed è ancora lontana dai livelli del 2019

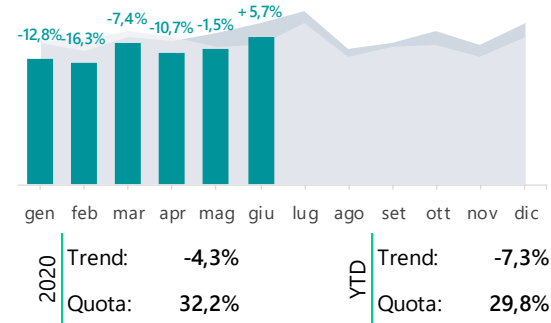
## AEROPORTI/STAZIONI (16.800€/MAT)



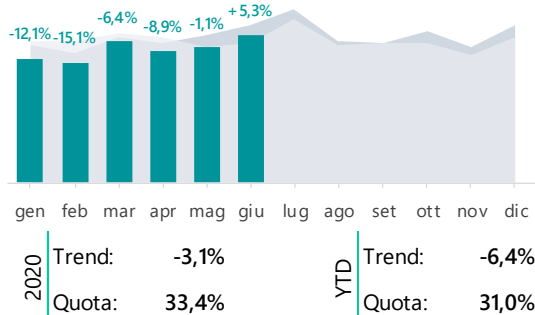
## SCUOLE (22.000€/MAT)



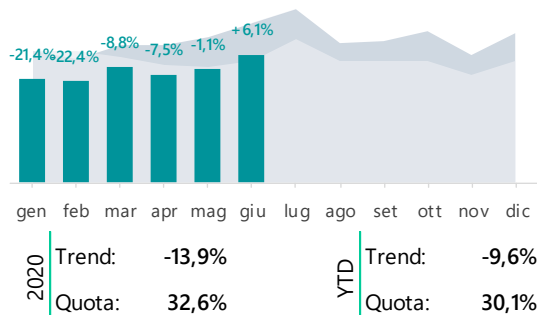
## UFFICI (19.900€/MAT)



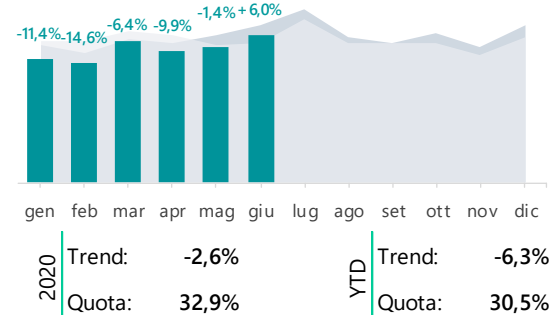
## OSPEDALI/POLIAMBULATORI (20.100€/MAT)



## CITTA' TURISTICHE (21.900€/MAT)



## GDO (18.500€/MAT)



## Take aways

La Farmacia è un **luogo** di riferimento importante per la salute, a cui continua ad essere riconosciuta una **forte specializzazione anche nell'ambito dell'extra-farmaco**, di cui la Dermocosmetica in questi primi mesi di ripresa è stata protagonista

Le *performance* dei prodotti destinati alla cura della pelle inquadrano un'area di **opportunità non sempre ben a fuoco** da parte degli operatori del settore, farmacisti inclusi: **si parla ancora più di esposizione che di relazione**

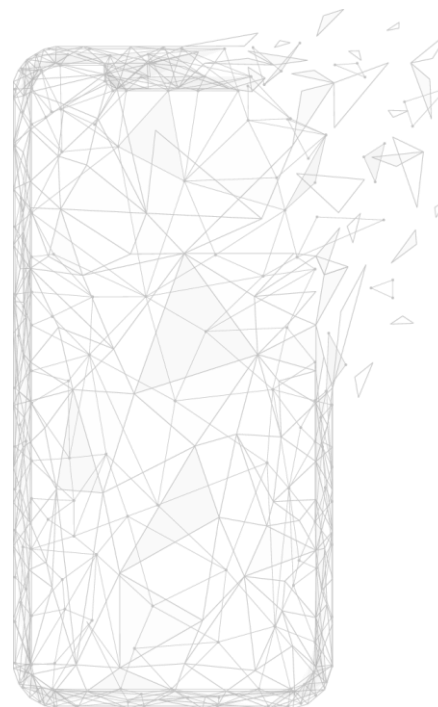
Date le caratteristiche della domanda, che trova anche dopo 3 *lockdown* le più importanti **risposte nel luogo fisico**, come sfruttare i driver di traffico per **parlare ai clienti anche quando sono fuori dalla farmacia?**



## I nostri contatti

NEW LINE RICERCHE DI MERCATO SOCIETA' BENEFIT S.P.A.  
Via Riccardo Lombardi 19/10  
20153 Milano

☎ +39 02 39198028  
🌐 [www.newl.it](http://www.newl.it)  
✉ [info@newl.it](mailto:info@newl.it)



FOLLOW US ON  PharmaRetail Pharm & Retail