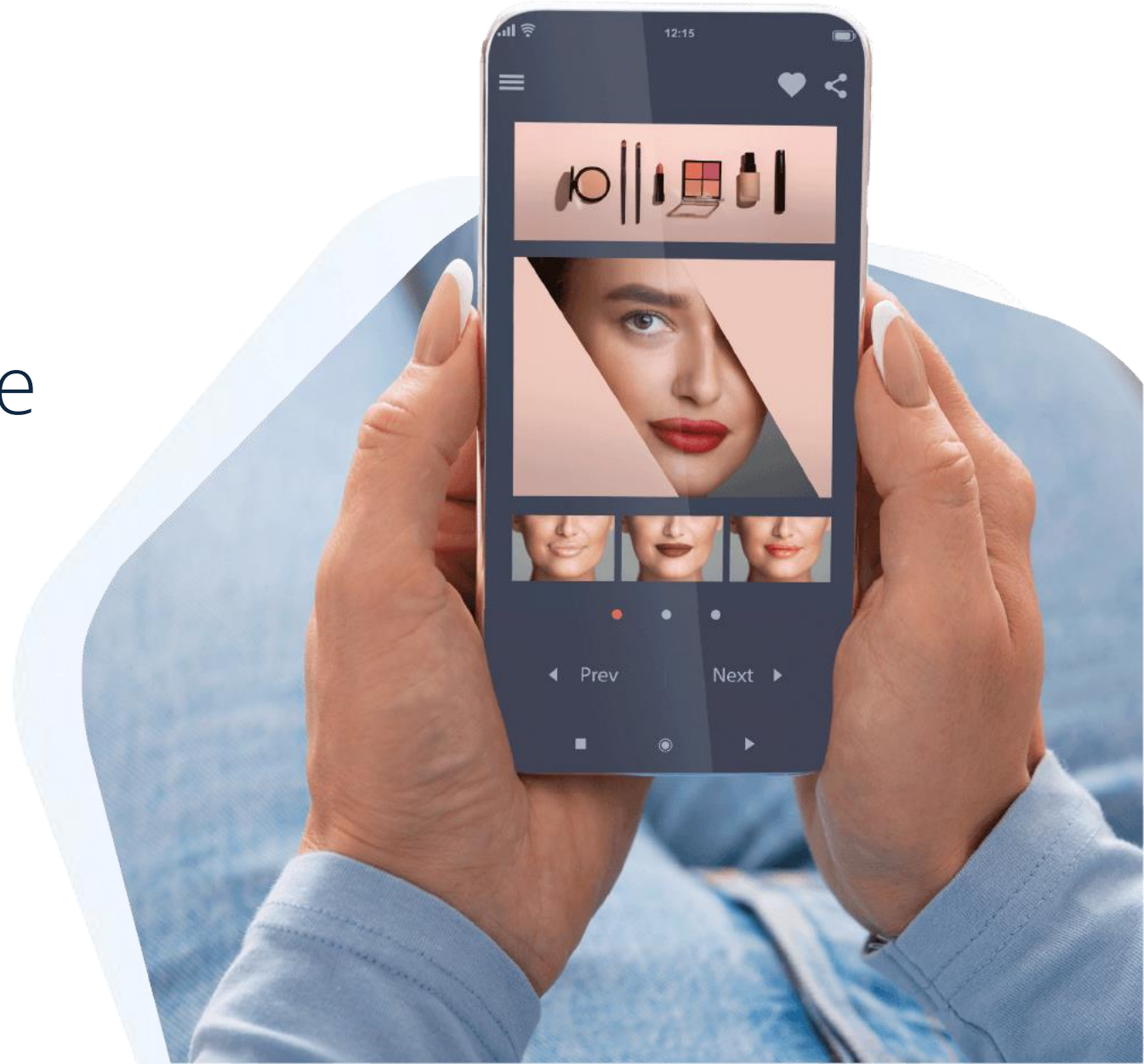


PRESENTAZIONE

Beauty, cosmetics e personal care: eCommerce e Beauty tech in Italia



Presentatori



Davide Crispo

Business Development Manager Italia

+39 3425774811

davide.crispo@statista.com

Background: business development

Responsabile per il mercato FMCG italiano di Statista



Simone Calio

Senior data analyst

(040) 123 456 789

simone.calio@statista.com

Background: data modelling, data analytics

Esperto in analisi e forecast di mercato nel dipartimento editoriale in Statista

Agenda

1. Introduzione

Statista in breve

2. eCommerce – beauty & personal care

Comparazione fra Italia ed una selezione di paesi europei

3. Beauty tech

Il mercato beauty tech in Italia

Nessun confine, quando si parla di dati

Statista in breve



Con oltre 1 milione di statistiche, 80,000 argomenti trattati e 22,500 fonti offriamo un'**ampia gamma di dati**.



Il lavoro di più di 400 professionisti tra data analysts e ricaricatori garantisce la qualità dei nostri dati e l'aderenza agli standard scientifici.



I nostri esperti analizzano i trend e i cambiamenti che attraversano il mondo dei beni di consumo e dell'industria retail per produrre **contenuti specializzati**.



Sviluppiamo costantemente nuovi prodotti per rendere **la vostra ricerca il più efficace e semplice possibile**.



I nostri dati sono pensati per **migliorare le decisioni di business**.



Statista è strutturato in maniera tale da ridurre le tempistiche di ricerca. Aniché ricercare informazioni da molteplici fonti, i dati che vi servono sono distanti **appena un click** – o massimo due.

Agenda

1. Introduzione

Statista in breve

2. eCommerce – beauty & personal care

Comparazione fra Italia ed una selezione di paesi europei

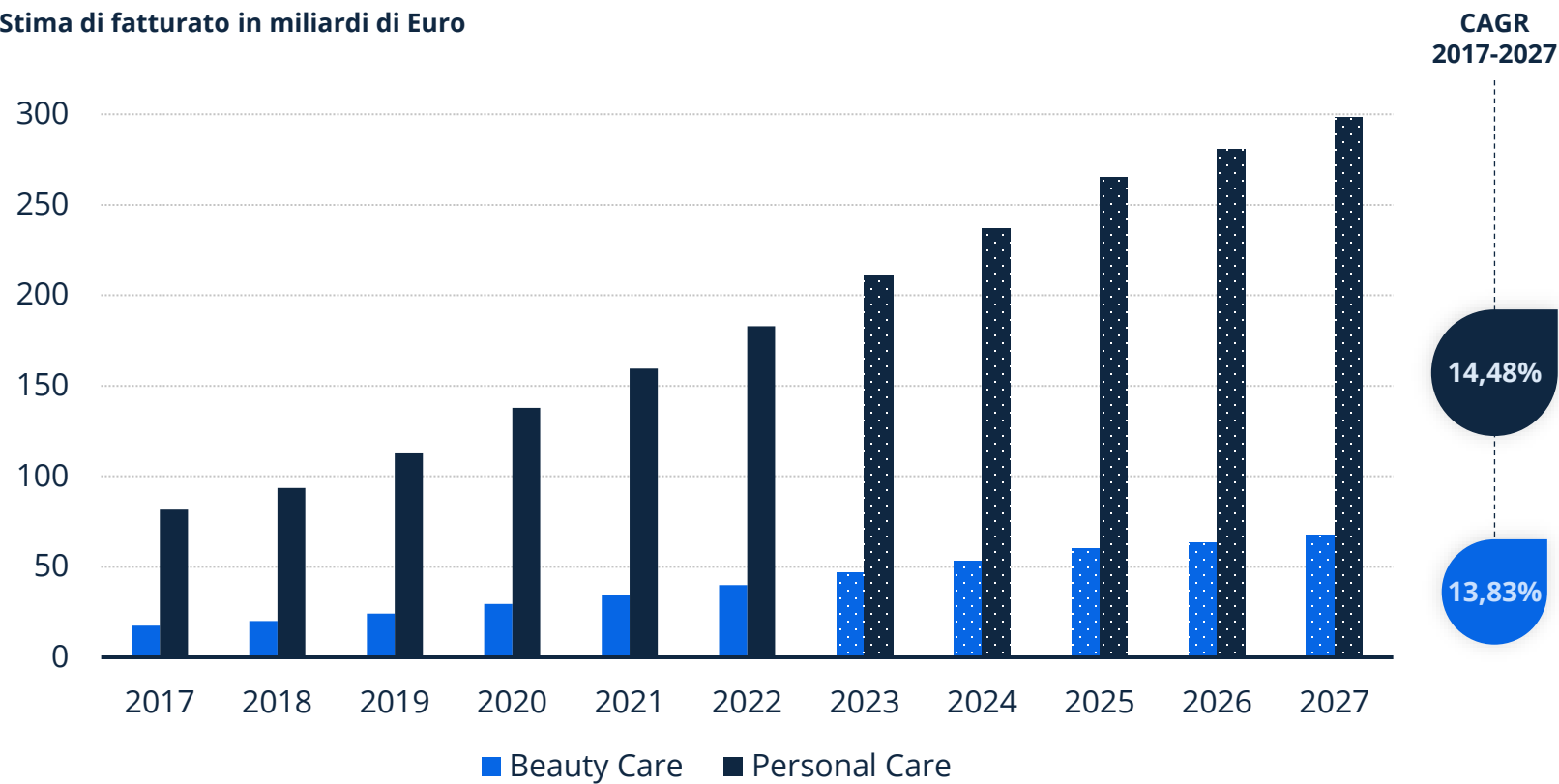
3. Beauty tech

Il mercato beauty tech in Italia

L' e-commerce della bellezza e della cura della persona continua a crescere

Previsioni sul fatturato del mercato globale del Beauty & Personal care e-commerce

Stima di fatturato in miliardi di Euro



Il mercato globale dell' e-commerce della cura della persona e dei prodotti di bellezza è in continua crescita, con circa 223 miliardi di euro di fatturato generati nel 2022.

Statista stima che il fatturato dell'e-commerce globale di prodotti di bellezza supererà i 67 miliardi di euro entro il 2027, mentre quello della cura della persona raggiungerà un valore di quasi 300 miliardi di euro.

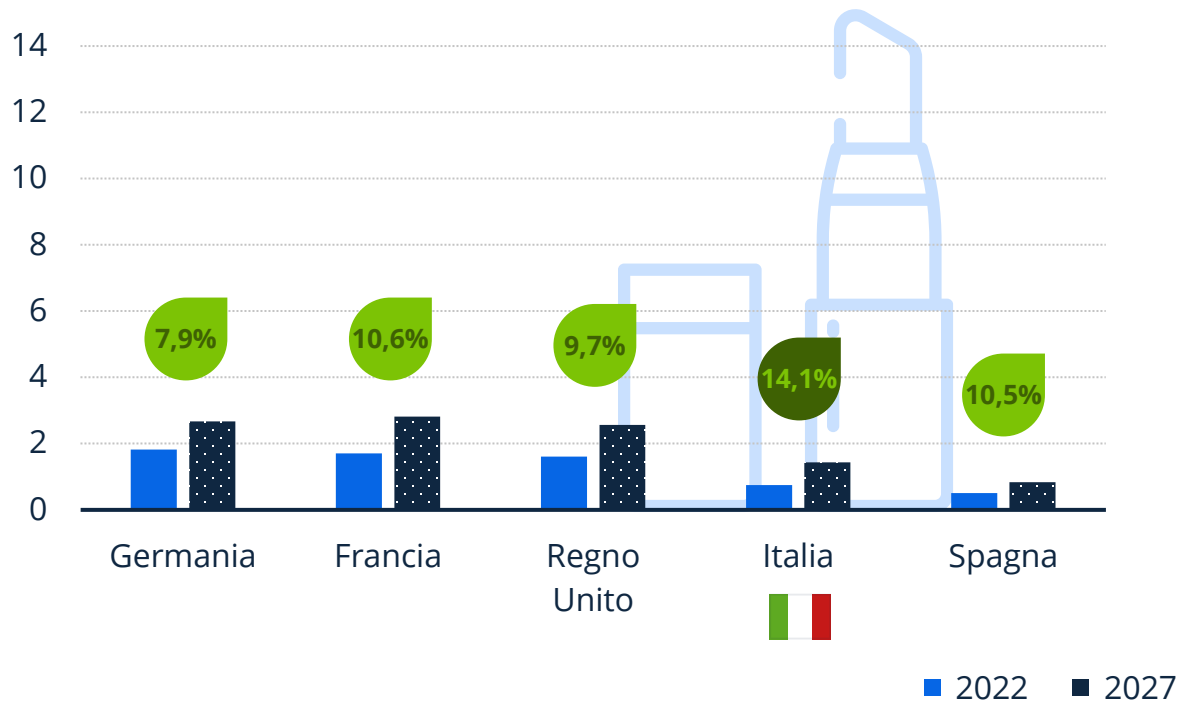
6 **Note:** Tutti i dati monetari si riferiscono al fatturato lordo annuale e non tengono conto dei costi di spedizione.

Fonti: Statista

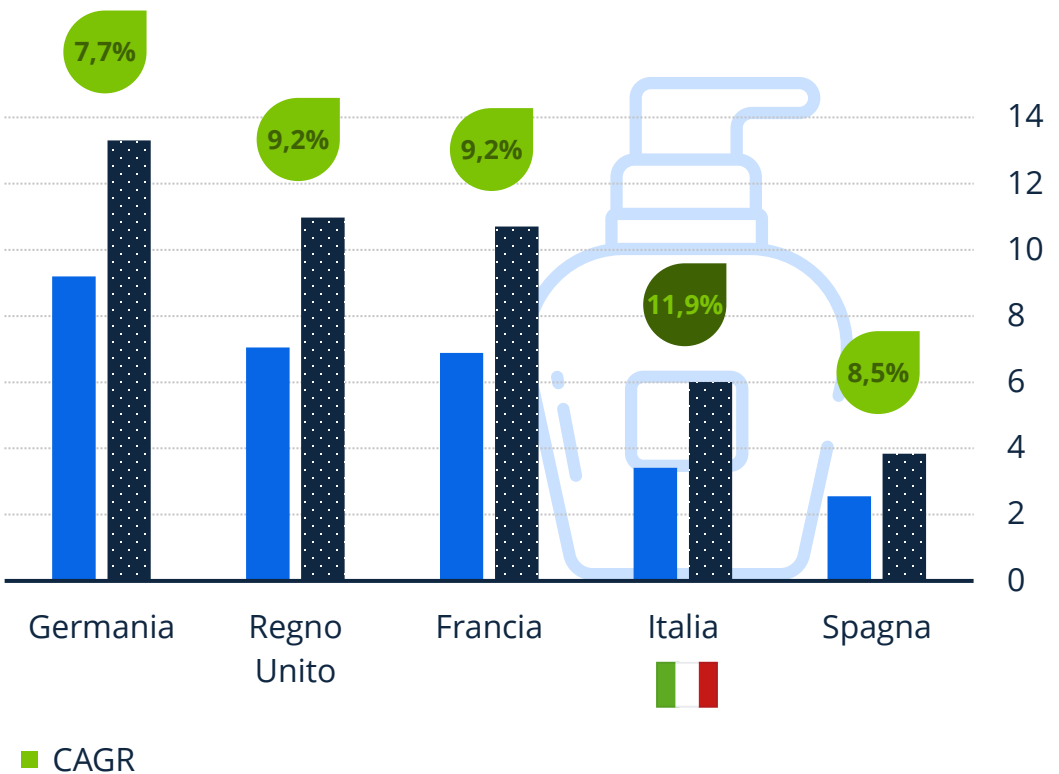
L'Italia resta indietro rispetto a Germania, Francia e Regno Unito, ma crescerà notevolmente

I mercati leader in Europa

Fatturato del Beauty Care e-commerce in miliardi di euro



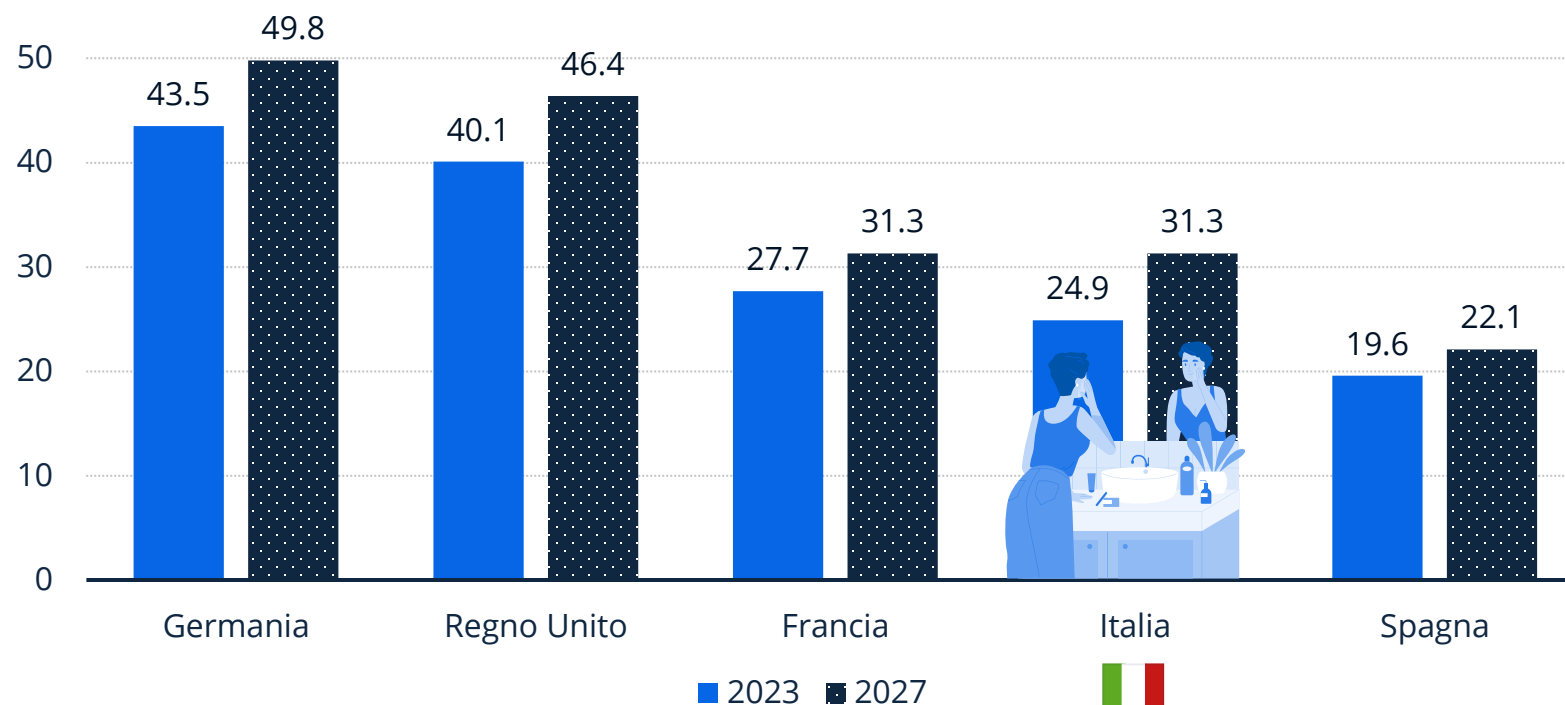
Fatturato del Personal Care e-commerce in miliardi di euro



La domanda in Europa continuerà ad aumentare

Stime sul numero di user del Beauty & Personal Care e-commerce

Stime del numero di users in milioni

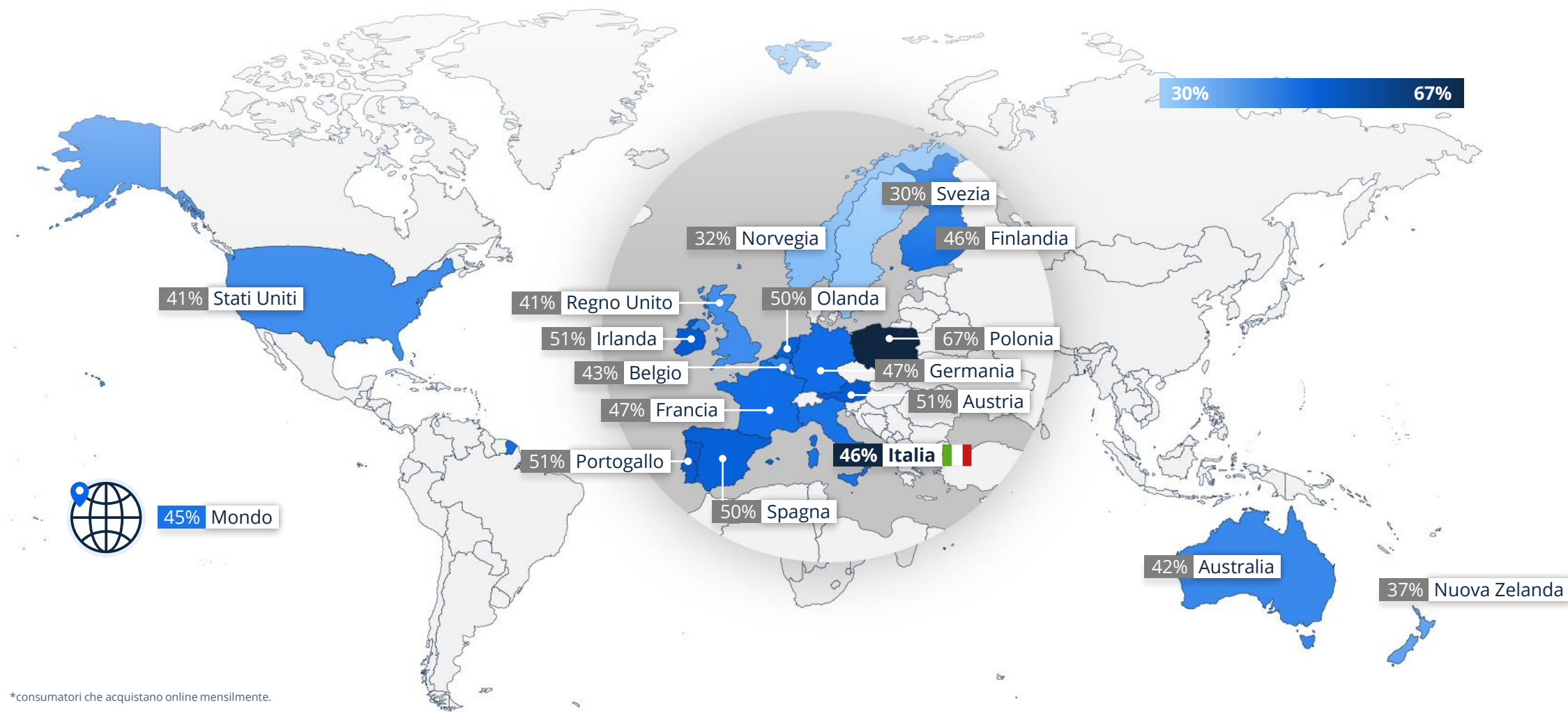


Con quasi 50 milioni di user previsti da Statista per il 2027, la Germania resta prima in classifica per quanto riguarda la domanda, seguita dal Regno Unito.

Nonostante un fatturato inferiore ai leader europei del mercato, anche per l'Italia si attende un notevole aumento della richiesta di prodotti di bellezza e cura della persona reperibili online, raggiungendo risultati molto simili alla Francia (circa 31 milioni di user).

Chi compra prodotti beauty online?

Quota di acquirenti online di prodotti beauty nel quarto trimestre del 2022

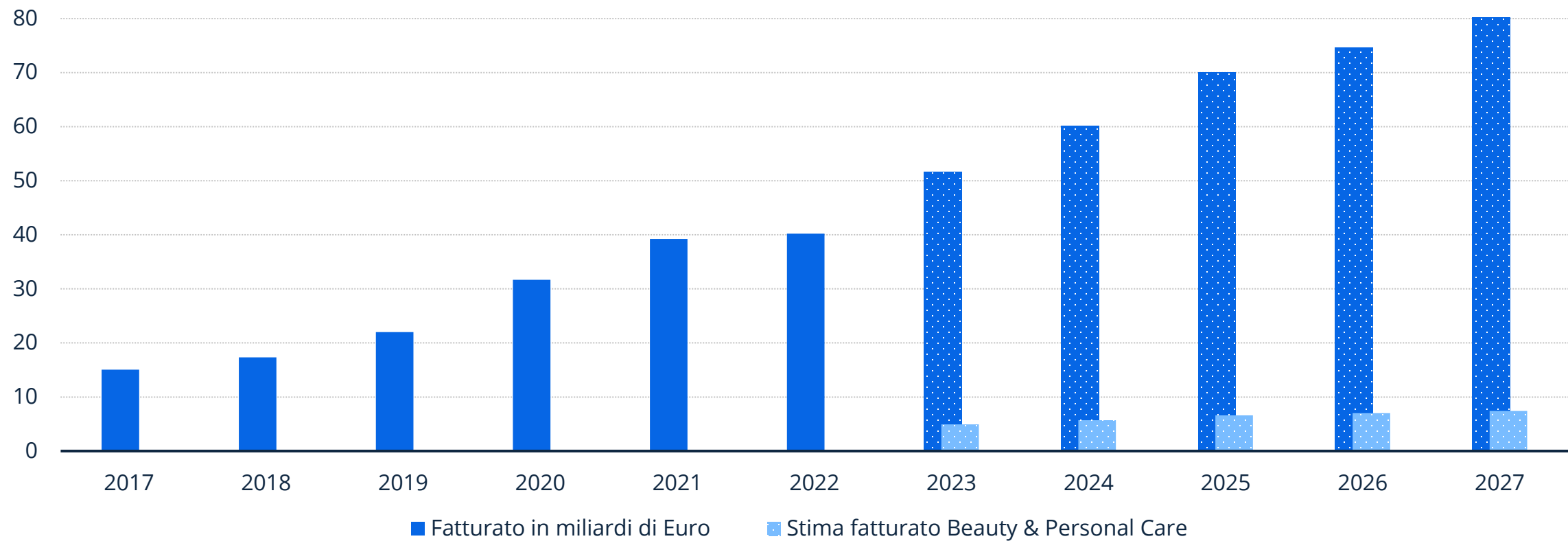


9 | Note: *consumatori che acquistano online mensilmente.

Fonti: Klarna; Nepa; [ID 1336233](#)

Il mercato dell' e-commerce in Italia

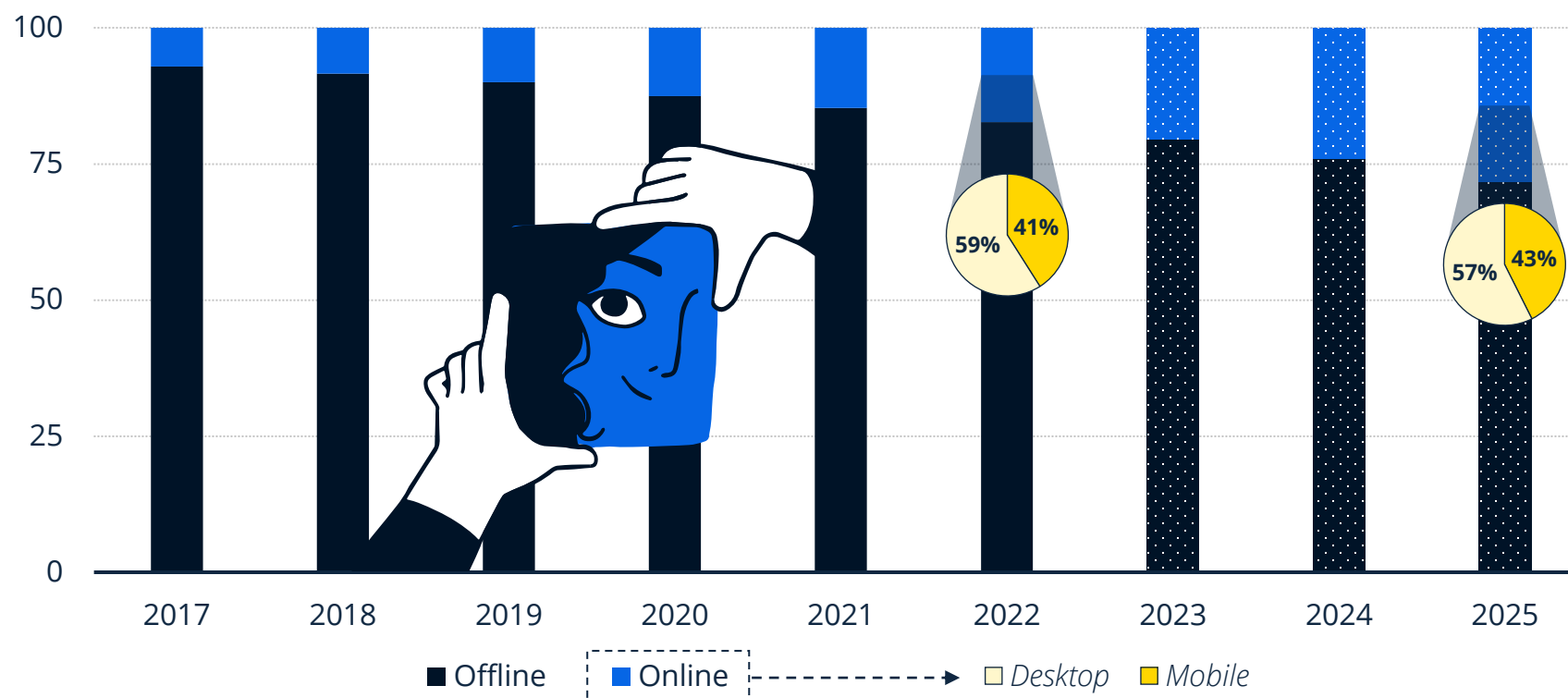
I settori del Beauty & Personal Care sono ben consolidati, con fatturato in costante aumento



I canali online versus quelli tradizionali

Il settore Beauty & Personal Care italiano andrà incontro ad un'espansione dei canali online

Distribuzione dei ricavi del settore bellezza e cura della persona in Italia



Statista prevede un'espansione del canale online nei prossimi anni: entro il 2025, circa il 28 per cento del fatturato del mercato della bellezza e della cura della persona in Italia sarà generato dai canali online, mentre quelli tradizionali continueranno a subire cali.

Inoltre, un maggior numero di acquisti online sarà effettuato tramite mobile, riducendo l'uso del desktop.

L'acquisto di prodotti beauty in Italia

Il numero di acquirenti online di prodotti beauty aumenterà, ma molti italiani restano fedeli agli acquisti in negozio

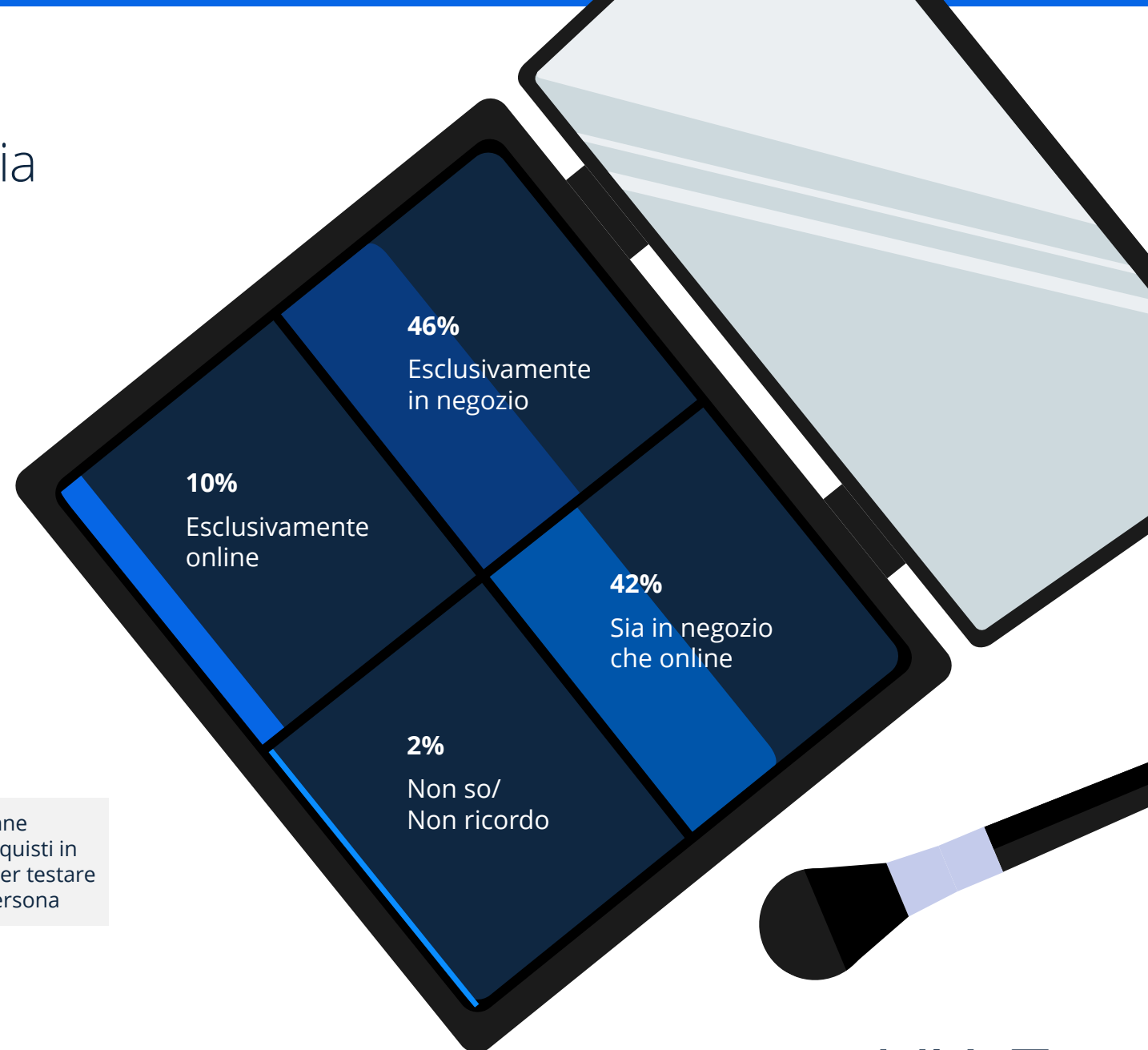
Nonostante la tendenza all'acquisto online sia in costante aumento, gli italiani non hanno ancora abbandonato gli acquisti di bellezza in negozio: circa il 46 per cento degli italiani infatti, preferisce acquistare cosmetici esclusivamente in negozio, mentre soltanto il 10 per cento sceglie unicamente il canale online.

Le ragioni dietro questa preferenza sono varie ed includono, ad esempio, la possibilità di testare i prodotti di bellezza dal vivo o di scoprirne di nuovi quando in negozio.

Il **34%** delle donne preferisce gli acquisti in negozio per scoprire nuovi prodotti

Il **44%** degli uomini preferisce gli acquisti in negozio per poter testare il prodotto di persona

Il **55%** delle donne preferisce gli acquisti in negozio per poter testare il prodotto di persona



Il profilo del beauty shopper online in Italia:

Le donne e le generazioni più giovani sono più propense ad acquistare prodotti di bellezza online



il **42%** delle **donne** italiane preferisce acquistare prodotti di bellezza prevalentemente online, rispetto al 30% degli uomini



il **43%** dei **millennial** acquista prodotti di bellezza prevalentemente online, seguito dal 42% dei consumatori appartenenti alla **Generazione Z**



il **45%** degli italiani acquista prodotti di bellezza online su base **mensile**



Agenda

1. Introduzione

Statista in breve

2. eCommerce – beauty & personal care

Comparazione fra Italia ed una selezione di paesi europei

3. **Beauty tech**

Il mercato beauty tech in Italia

Beauty tech ha le potenzialità per aumentare le vendite di cosmetici, prodotti per la cura della pelle e prodotti per la cura della persona

La nostra definizione di **Beauty tech**:

Prodotti acquistati da consumatori che, prima dell'acquisto, hanno consultato software di beauty e/o personal care.



Cosmetici



Cura della pelle



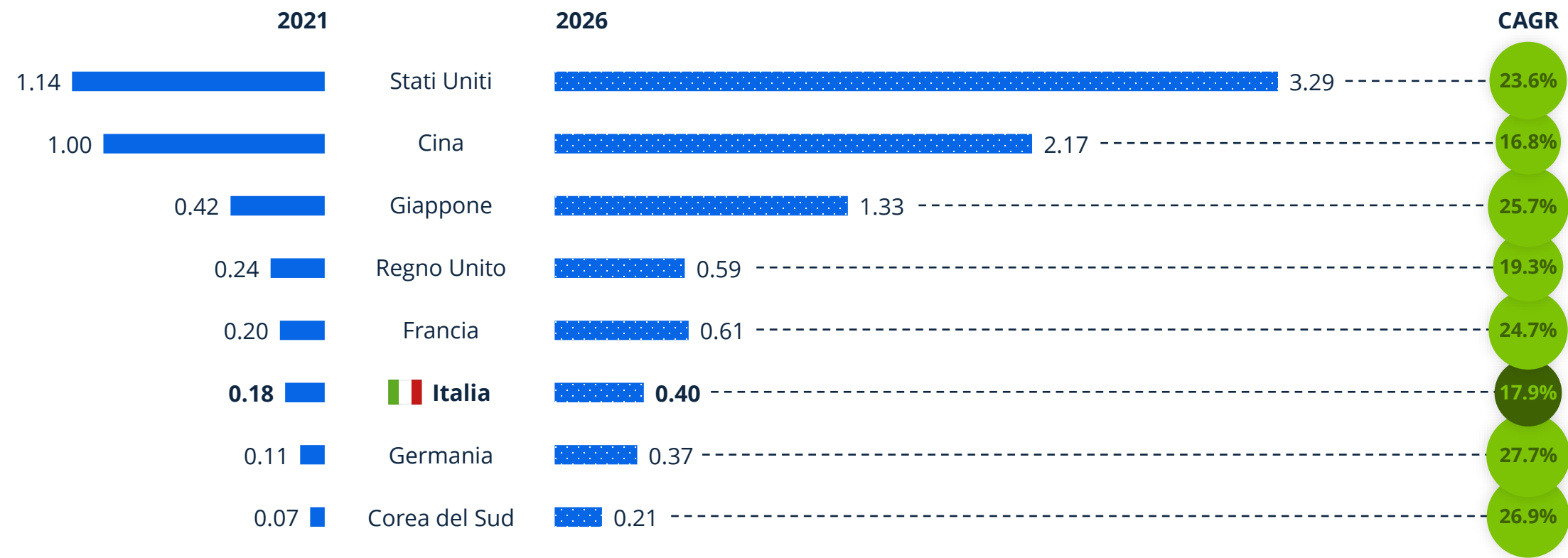
Cura della persona

Software di beauty e personal care includono applicazioni per smartphones e/o altri dispositivi mobili e altri device che utilizzano software di intelligenza artificiale (e.g., smart mirrors, device per la personalizzazione del makeup).

Le stime presentate nelle pagine seguenti si basano su dati di Primary Research di Statista (**Statista Global Consumer Survey** e **Statista Beauty and Cosmetics Survey**) e dati da altre fonti. Con questi dati Statista ha stimato i trend di breve e medio/lungo periodo del mercato. Nella nostra definizione, il mercato Beauty tech si divide in tre segmenti: cosmetici, prodotti per la cura della pelle, prodotti per la cura della persona. Nella nostra interpretazione, gli applicativi Beauty tech costituiscono un nuovo strumento che collega lo shopping online e quello in negozio. L'esperienza inizia in maniera digitale con un applicativo Beauty tech – mobile o in-store – e si conclude con un acquisto – da portale e-commerce o in negozio fisico.

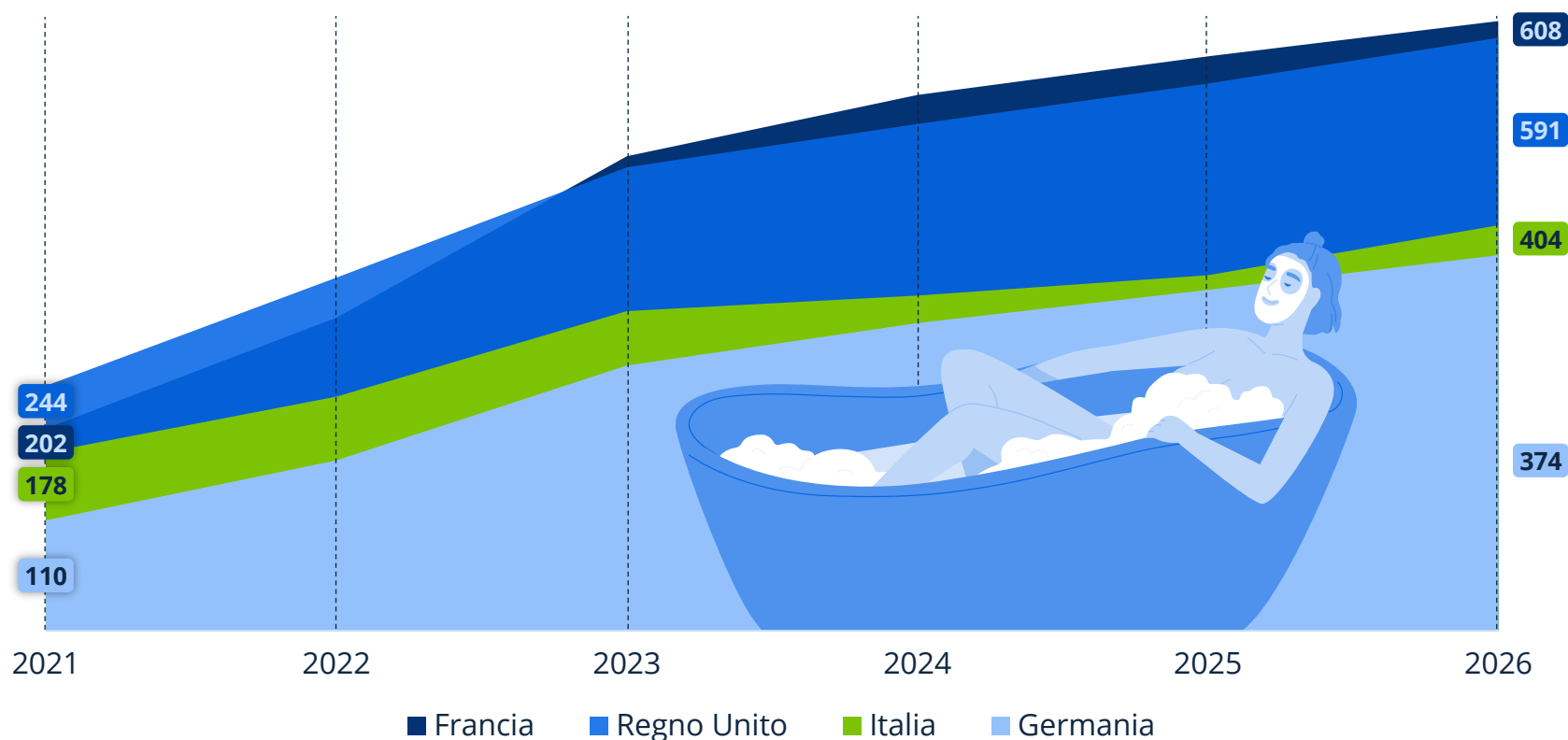
La crescita del mercato Beauty tech in Italia è sostenuta, ma più lenta che in altri paesi europei e del mondo

Fatturato del mercato Beauty tech, 2021 e 2026, in miliardi di Euro



Il mercato Beauty tech in Europa; confronto tra Italia, Francia, Germania e Regno Unito

Fatturato del mercato Beauty tech, 2021-2026, in milioni di Euro

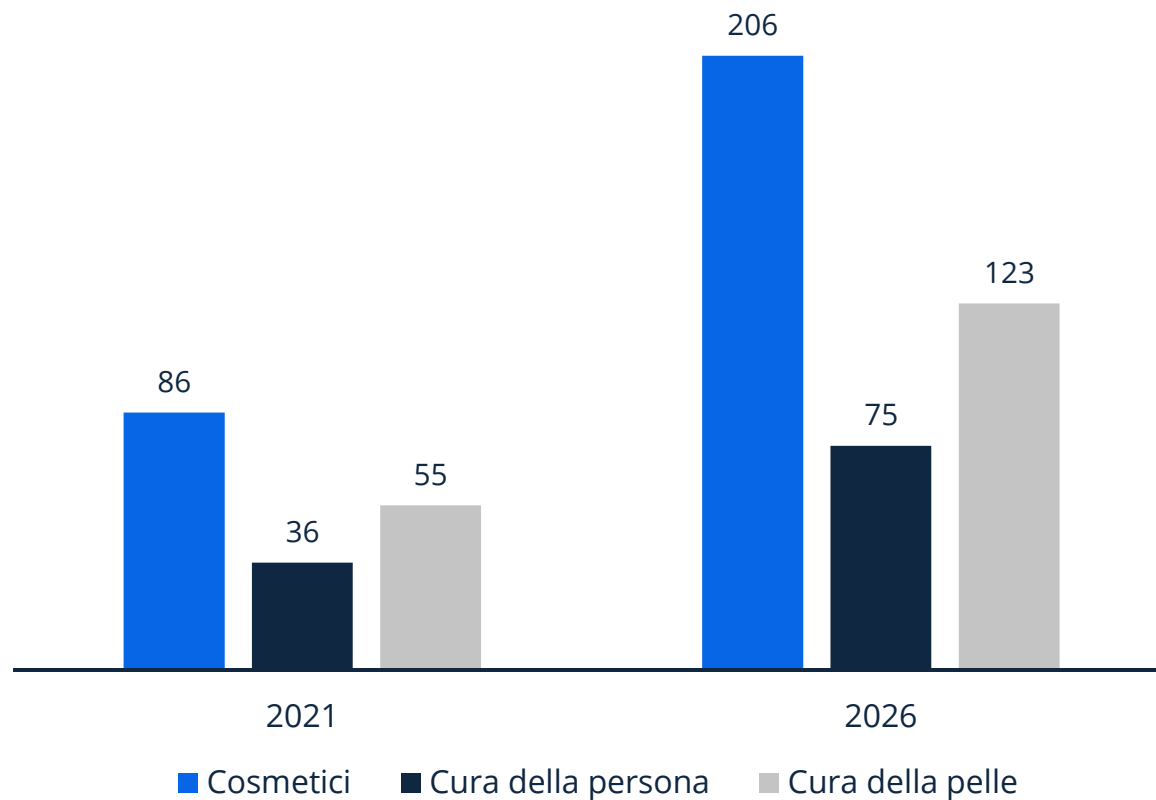


La stima è di un mercato Beauty tech italiano in crescita meno rapida dei mercati delle altre maggiori economie europee.

Tuttavia, a paragone con la Germania, il mercato Beauty tech italiano è stimato generare un revenue maggiore, nonostante l'economia tedesca abbia volumi di e-commerce nei settori Beauty e Personal care maggiori di quella Italiana (vedi pagina 6).

Analizzando i tre segmenti del mercato Beauty tech in Italia, i cosmetici sono stimati avere la crescita più rapida nel periodo 2021-2026

Fatturato del mercato Beauty tech per segmento, 2021 e 2026, in milioni di Euro



CAGR
2017-2027

19,0%

17,3%

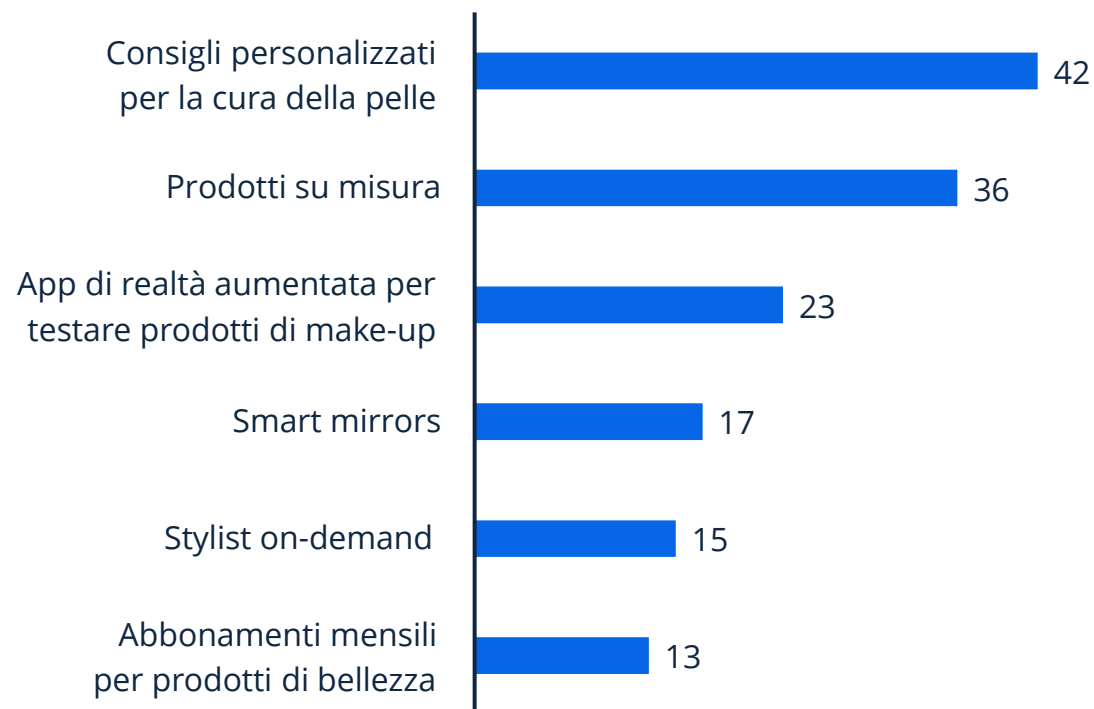
15,8%

Gli applicativi Beauty tech in Italia sembrano riscuotere particolare successo, soprattutto nel segmento dei cosmetici. Nel 2021, i consumatori che, prima dell'acquisto di cosmetici, hanno consultato un applicativo Beauty tech sono stimati aver generato vendite per 86,4 miliardi di Euro. In Statista prevediamo che queste vendite saranno più che raddoppiate nel 2026, superando i 200 miliardi di Euro. Le vendite generate da prodotti di cosmetica costituiscono oltre il 50 per cento di tutte le vendite Beauty tech in Italia.

I consumatori italiani dimostrano apertura verso gli smart mirrors e device per la realtà aumentata

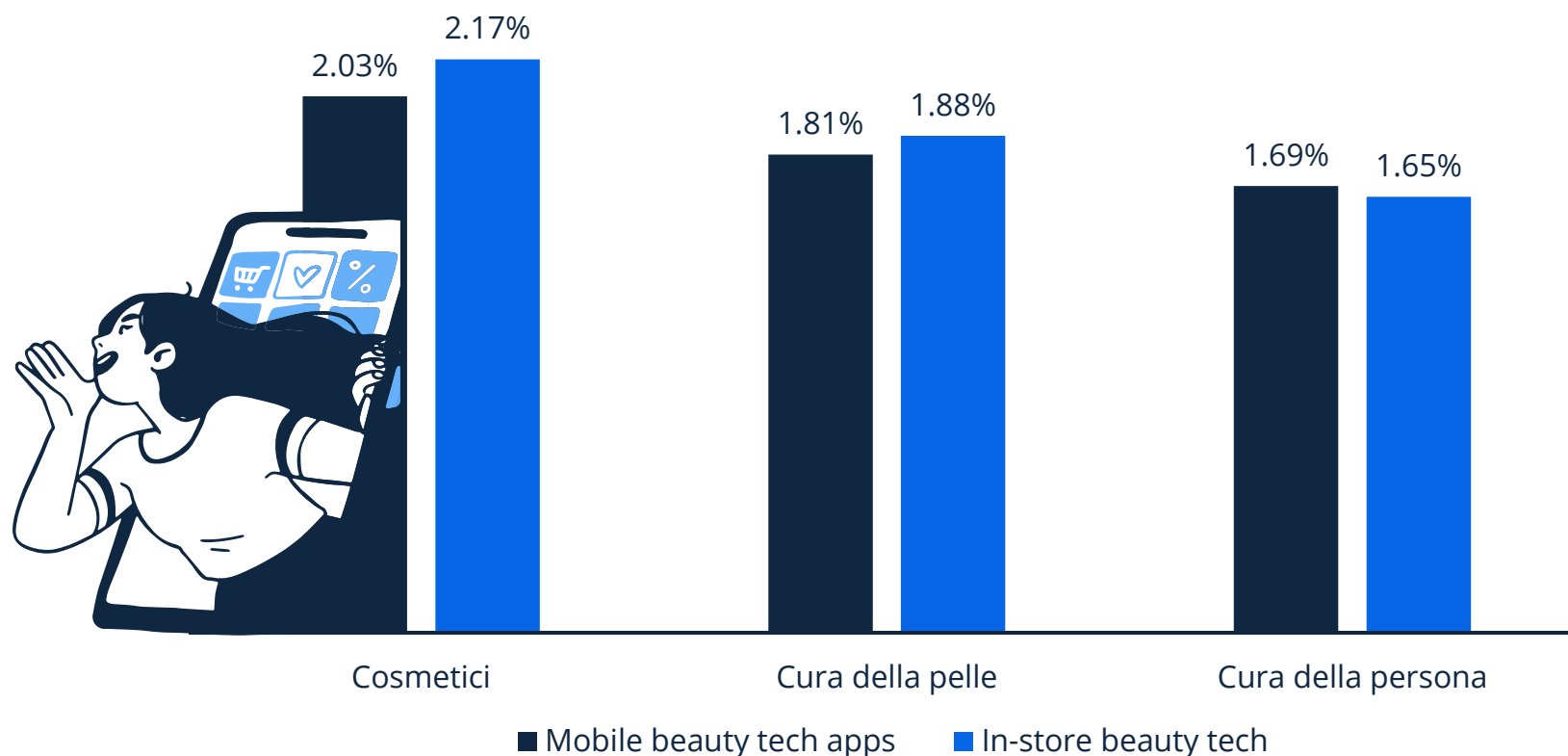
Percentuale di consumatori italiani interessati a provare in futuro applicativi e servizi beauty tech

I tool di personalizzazione tech hanno del potenziale in Italia



L'impatto degli applicativi Beauty tech sui conversion rates

Stima dell'aumento dei conversion rates dovuto ad applicative Beauty tech nel periodo 2022-2026 per segmento, worldwide



Gli applicativi Beauty tech – sia quelli basati su mobile devices dei consumatori, che quelli installati nei negozi fisici – hanno lo scopo di migliorare l'esperienza di acquisto del consumatore ed aumentare dunque le vendite. In Statista stimiamo che, nel periodo 2022-2026, gli applicativi Beauty tech avranno successo nell'aumentare i conversion rates.

Secondo le nostre proiezioni, il segmento dei cosmetici sarà quello in cui Beauty tech riuscirà a concretizzare al meglio le proprie potenzialità.

Grazie per l'attenzione!



Collaboratori e altri contatti



Davide Crispo
Business Development Manager
Davide.crispo@statista.com



Simone Calio
Senior data analyst
simone.calio@statista.com



Dominique Petruzzi
Research Specialist Cosmetics
dominique.petruzzi@statista.com



Tuğba Şabanoglu
Team Lead Non-food CG & Retail
tugba.sabanoglu@statista.com



Daniela Coppola
Senior Research Expert E-commerce
daniela.coppola@statista.com