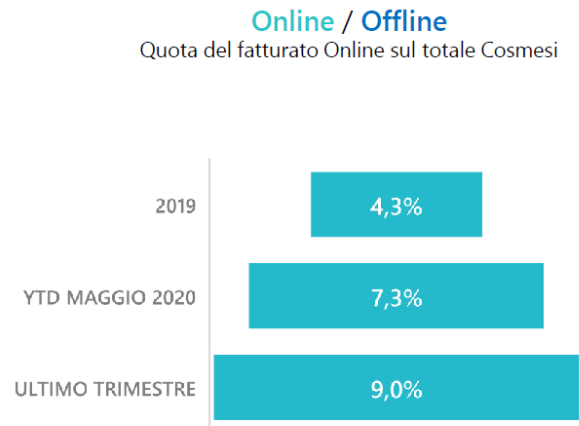


Dermocosmetica e shock Covid-19

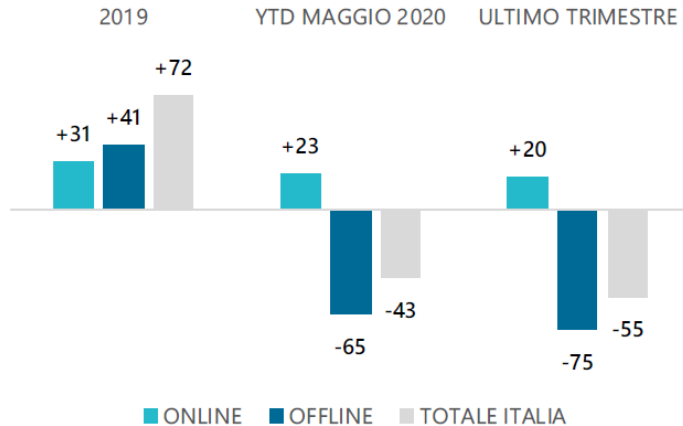
Da una recente analisi condotta da NewLine per il canale farmacia, emerge il significativo incremento della quota dell'online sul totale fatturato generato dai prodotti dermocosmetici. Questo aumento di quota ha portato ad una crescita del valore dei cosmetici acquistati online di oltre 20 milioni di euro nei soli primi cinque mesi del 2020.

Parallelamente al fenomeno dell'online della farmacia, si riportano alcune considerazioni registrate dagli operatori. La minaccia più evidente è la regressione media delle frequentazioni, nonostante la fedeltà nel canale sia intatta. Si confermano i recuperi di sell-out, dopo la contrazione importante dei consumi nelle parafarmacie e nei centri commerciali.



Online vs Offline

Differenza (Mio €) sullo stesso periodo dell'anno precedente



Restano attivi alcuni condizionamenti: impossibilità di organizzare le visite dei venditori, oltre all'e-commerce che penalizza molte farmacie tradizionali. Qualche preoccupazione per la perdita dell'identità del canale, bilanciata dalla presunzione che la crisi potrebbe accelerare il processo di ripensamento e riposizionamento strategico dei farmacisti nei confronti del cosmetico, cui l'online potrebbe dare ulteriore impulso.

Si sviluppa l'opportunità di nuove catene fisiche e virtuali. Per alcuni operatori il ritorno alla normalità si registrerà a cavallo dell'estate.