

Nielsen su consumo trucco labbra e occhi

A fronte di un calo sia del trucco labbra che occhi, il primo perde il 24% su base annua (periodo gennaio-giugno 2020), mentre il secondo perde "solo" il 10%. Ancora più evidente il gap nel periodo del lockdown (marzo-maggio 2020), responsabile di pressoché tutto il calo per entrambi i segmenti: mentre il trucco occhi perde il 29%, quello labbra cede oltre la metà, -60%.

TOTALE ITALIA (Iper + Super + Liberi Servizi + Drugstores + Discount)								
	VENDITE A VALORE IN EURO							
	Anno terminante 30GIU2019	Anno terminante 28GIU2020	Delta	Var %	18FEB-30GIU2019	17FEB-28GIU2020	Delta	Var %
COSMETICI LABBRA	49.814.633	37.662.588	-12.152.045	-24%	17.671.657	7.058.276	-10.613.381	-60%
COSMETICI OCCHI	99.472.575	89.685.030	-9.787.546	-10%	35.583.935	25.195.371	-10.388.564	-29%