

# **B** BEAUTY **T** TREND **W** WATCH

**NOVEMBRE 2020**

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche

Lo scorso 18 novembre si è tenuto il consueto appuntamento annuale con l'osservatorio legato al mondo del lusso promosso da **Altagamma**. Sembra una contraddizione parlare di lusso in uno scenario dettato dalla crisi pandemica in corso, ma le evidenze emerse mostrano un contributo e un significato ben più profondo rispetto ai canoni standard di classificazione.

Infatti, se nel 2020 gli andamenti negativi hanno toccato tutti i comparti merceologici, a partire dal prossimo anno le previsioni mostrano crescite a doppia cifra legate a nuovi trend in atto:

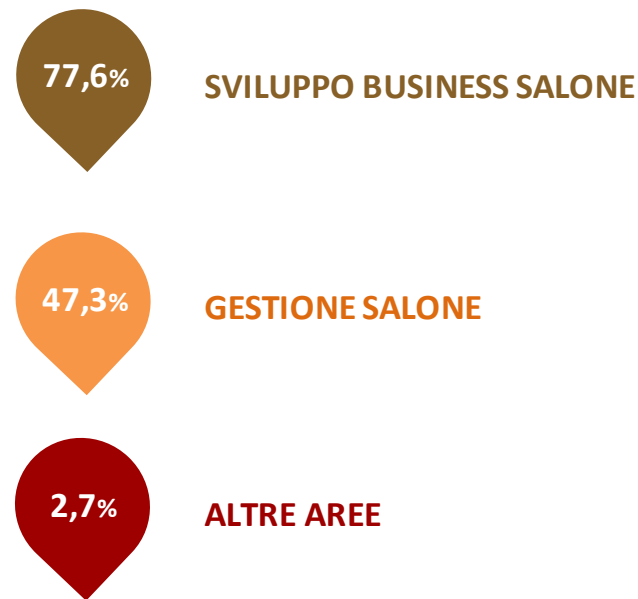
- ritorno all'acquisto presso **realità locali**;
- **generazione Z** più orientata ad acquisti a clessidra (polarizzazione consumi);
- il **digitale** offre esperienze sempre più simili a quelle vissute nei punti vendita fisici;
- trasformazione dell'**ecosistema distributivo**.

Nel comparto cosmetico, le previsioni per il 2021 vedono una crescita dei prodotti con alto posizionamento di prezzo, pari al **15%**, trainati soprattutto dalla categoria della **cura pelle**. A livello geografico sarà interessante vedere la reazione dei mercati maggiormente attratti dal richiamo del Made in Italy per questa famiglia di prodotto, soprattutto dell'**area asiatica** dove la previsione di crescita è pari al **17%**.

Grazie a MeTMi, istituto partner di Cosmetica Italia nelle rilevazioni dei canali professionali, si è indagata la capacità reattiva dei centri estetici nei primi dieci mesi del 2020. Si riportano le principali evidenze emerse:

- solo il **30,5%** dei centri estetici dichiara che la clientela cerca servizi e prodotti con prezzi più bassi e in minor quantità rispetto al passato;
- il **60,2%** dei centri estetici non è intervenuto sulla leva prezzi. Ipotesi che a maggio (subito dopo il lockdown) era stata invece esclusa solo dal **39,0%** di essi;
- il **54,3%** degli esercizi ha dichiarato di aver incrementato l'utilizzo di modalità digitali di pagamento;
- con il lockdown si è posta molta più attenzione rispetto al passato sull'impiego dei canali di comunicazione digitale e dei social network. Oggi, quasi il **48%** dei centri estetici dichiara di aver incrementato il loro utilizzo;
- l'utilizzo di piattaforme e-learning e l'aggiornamento online è una pratica ormai diffusa presso tutti gli operatori del settore cosmetico. Il **51,5%** dei centri estetici dichiara infatti di farne un uso maggiore rispetto al passato.

## Aree su cui essere supportati in futuro:



Si rinnova l'edizione annuale della rilevazione «Evoluzione della professione acconciatore» che, grazie al coordinamento di Camera Italiana dell'Acconciatura, propone i primi risultati con l'obiettivo di far emergere le principali realtà professionali nonché gli atteggiamenti per sostenere la crescita dell'attività e le strategie per il superamento delle criticità generate dal Covid-19.

Tra le evidenze emerse, si sottolineano quelle relative ai principali bisogni per affrontare la ripresa: oltre due acconciatori su tre (77,6%) vogliono supporto per lo sviluppo del business del salone sia dagli enti di rappresentanza che dalle aziende fornitrici di prodotti o da consulenti del lavoro, mentre quasi la metà desidera supporto per la gestione del salone (47,3%).

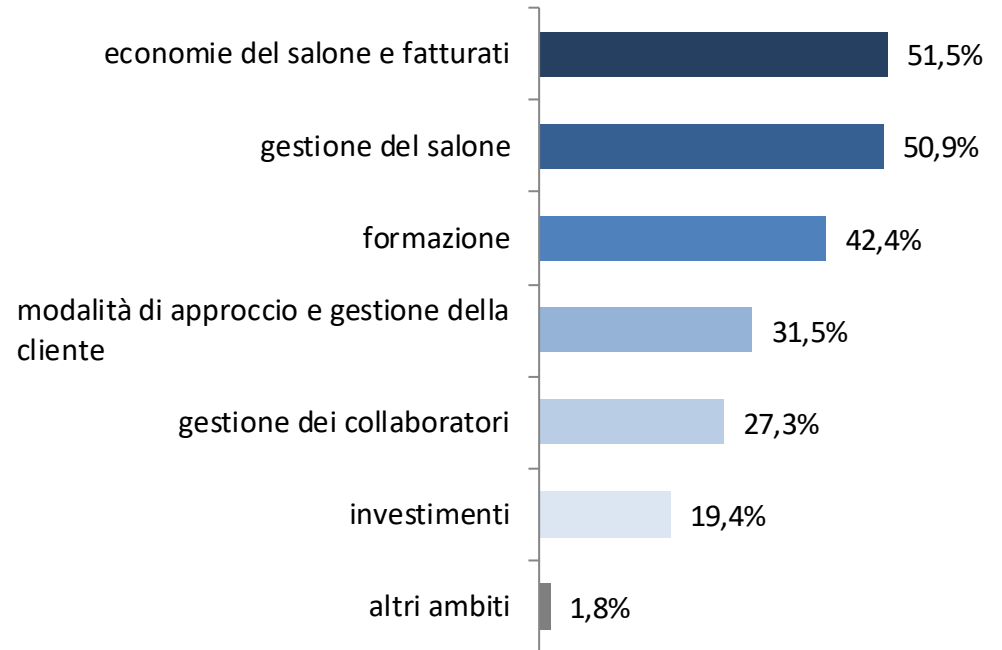
Fonte: Camera Italiana dell'Acconciatura «L'evoluzione della professione acconciatore».

Possibili più risposte

Con riferimento agli ambiti su cui intervenire per sostenere la ripresa, alla luce dell'attraversamento della crisi generata dal Covid-19, oltre la metà degli acconciatori ritiene di intervenire sui flussi di cassa del salone per minimizzare gli impatti sul fatturato, così come la gestione del salone.

Interessante come al terzo posto emerga la volontà di investire nella formazione: non solo revisione dei costi, ma l'attuale situazione è vista come un momento di crescita e di differenziazione tra la concorrenza.

#### Ambiti su cui intervenire per sostenere la ripresa:



Fonte: Camera Italiana dell'Acconciatura «L'evoluzione della professione acconciatore».

Possibili più risposte