



OTTOBRE 2020 – EDIZIONE SPECIALE

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Il mercato cosmetico in Italia tra il 2019 e il 2020

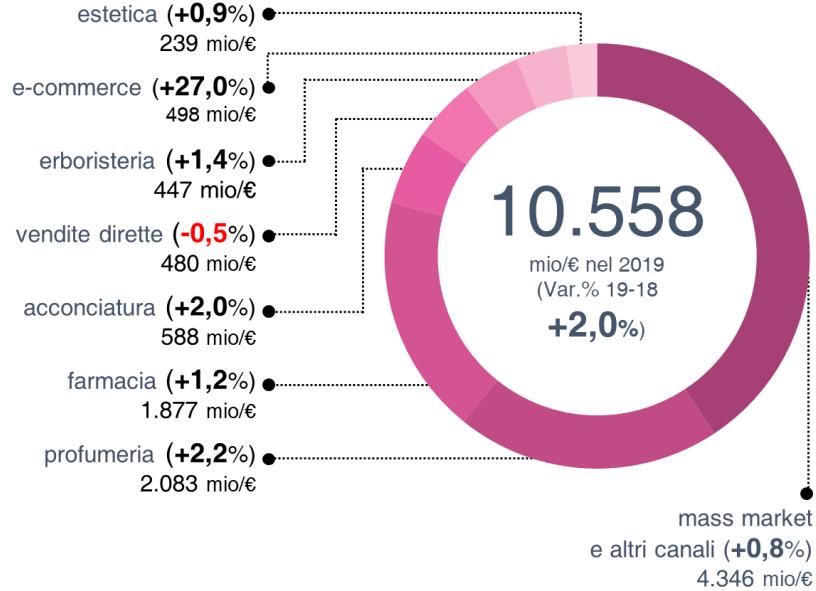
I canali di distribuzione di prodotti cosmetici durante il lockdown hanno sofferto pesantemente per le chiusure obbligatorie di alcuni settori professionali e per la scarsa frequentazione dei consumatori in generale.

Il repentino cambio delle abitudini di acquisto ha generato una serie di nuovi comportamenti e opzioni di consumo che probabilmente si ripercuoteranno anche il futuro: dalla dilatazione della beauty routine, alla maggiore attenzione ai concetti di cosmetici green e sostenibili, alla cresciuta sensibilità verso concetti di sicurezza (safe beauty).

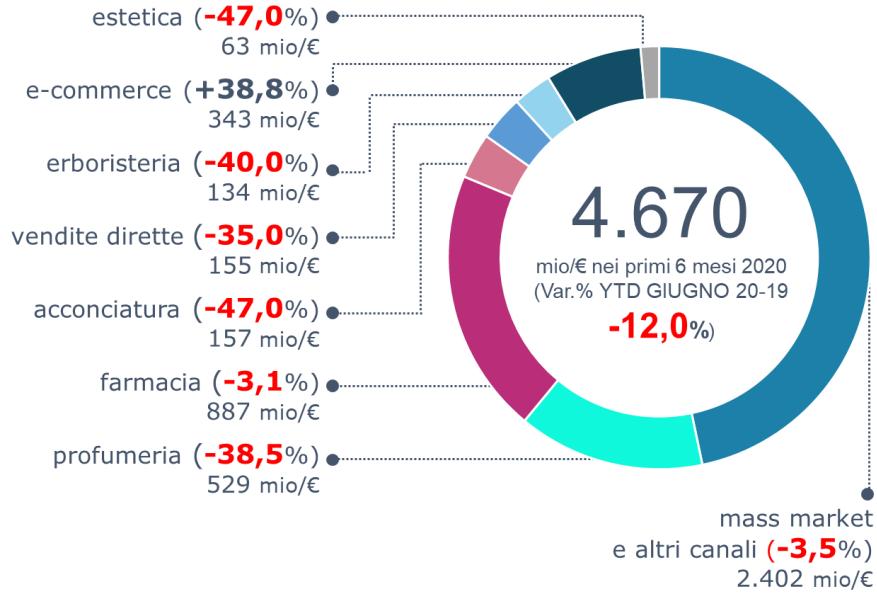
Infatti, la fotografia dei consumi di cosmetici in Italia registra una contrazione nel confronto tra il 2019 e il primo semestre del 2020: nei primi sei mesi di quest'anno i consumi ammontano a 4.670 milioni di euro, con un calo di dodici punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2019; la previsione per fine anno vedrà un valore prossimo ai 9.600 milioni di euro (-9,3%).

La canalizzazione del mercato cosmetico di quest'anno è il risultato di nuovi equilibri: ad eccezione dell'e-commerce, con una crescita del 38,8%, solo mass market e farmacia compensano parzialmente la contrazione poiché canali di accesso anche a beni di prima necessità.

Consumi di cosmetici in Italia nel 2019



Consumi di cosmetici in Italia nei primi sei mesi del 2020



Secondo la stima che si registrerà a fine anno, il sorpasso storico della farmacia sulla profumeria,

Ripartizione del mercato cosmetico in Italia tra 2019 e 2020

CANALI DISTRIBUTIVI	RIPARTIZIONE % 2019	STIMA RIPARTIZIONE % 2020
Mass market	41,2%	44,4%
Profumeria	19,7%	16,4%
Farmacia	17,8%	19,1%
Acconciatura	5,6%	4,3%
Vendite dirette: porta a porta e corrispondenza	4,5%	3,5%
Erboristeria	4,2%	3,5%
E-Commerce	4,7%	7,0%
Estetiste	2,3%	1,8%
Totale mercato Italia	10.558 mio/€	9.600 mio/€ (-9,3%)

è il segnale più forte delle nuove abitudini. Infatti, se nel 2019 la profumeria era il secondo canale per valore degli acquisti di cosmetici, nel 2020 la quota di consumo di oltre 19 punti percentuali è cannibalizzata dalla farmacia, portando la profumeria al 16,4%.

Di particolare interesse il peso delle vendite online che dal 4,7% saranno prossime al 7%.

Anche la grande distribuzione rafforza la concentrazione degli acquisti di cosmetici grazie alle formule distributive dei discount e del libero servizio.

Composizione del mercato cosmetico per categorie di prodotto nei canali tradizionali (escluso i canali diretti e professionali)

	peso '19	var.% '19-'18	peso '20	var.% '20-'19	Ranking '20
Viso	14,4%	+2,9%	16,4%	-14,2%	1°
Corpo	13,2%	+0,1%	15,7%	-14,0%	2°
Igiene corpo	9,8%	-0,1%	12,7%	+7,3%	3°
Capelli	9,5%	+0,2%	12,7%	+8,2%	3°
Profumeria femminile	6,5%	+3,7%	4,4%	-10,3%	8°
Igiene orale	6,1%	+1,0%	8,3%	+2,4%	4°
Trucco viso	4,5%	+0,7%	6,7%	-17,7%	6°
Profumeria maschile	4,0%	+3,5%	2,9%	-52,7%	11°
Trucco occhi	4,1%	+1,1%	6,8%	-9,9%	5°
Labbra	3,5%	+5,1%	5,0%	-20,0%	7°
Prodotti dermici bambini	2,7%	-1,9%	3,3%	-9,2%	9°
Mani	1,8%	-1,2%	3,2%	-2,0%	10°
Prodotti maschili	1,4%	-2,0%	1,1%	-12,6%	12°
Confezioni regalo	1,2%	+3,1%	0,1%	-28,1%	14°
Cofanetti trucco	0,5%	-0,6%	0,6%	-39,0%	13°

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa. Peso percentuale e var.% anno terminante 2019 su 2018 e periodo gennaio-giugno 2020 sullo stesso periodo 2019

Anche a livello di famiglie di prodotto cambia lo scenario tra il primo semestre 2020 e lo stesso periodo dell'anno precedente. La profumeria alcolica perde posizioni nella classifica, per valore dei consumi, a favore dei prodotti per la cura dei capelli, igiene orale e prodotti per il trucco.

Se il *lockdown* incide negativamente sul consumo di solari e parzialmente sul trucco labbra, si registra la performance positiva di tinture e saponi.

**Up & down dei consumi cosmetici in Italia nel primo semestre 2020 nei canali tradizionali
(escluso i canali diretti e professionali)**

	Valore gennaio-giugno '20	Var.% gennaio-giugno '20-'19
Coloranti, spume colorate	151,0	+49,5%
Saponi liquidi	110,4	+38,1%
Saponi e syndet	50,7	+7,0%
Doposhampoo, balsami e maschere	73,6	+3,5%
Creme polivalenti	34,2	+2,0%
Dentifrici	232,6	+1,3%



	Valore gennaio-giugno '20	Var.% gennaio-giugno '20-'19
Delineatori e matite labbra	34,6	-8,5%
Rossetti e lucidalabbra	107,1	-9,1%
Acque di toeletta e profumo femminile	175,6	-10,3%
Solari e pigmentanti	132,5	-33,7%
Acque di toeletta e profumo maschile	115,2	-52,7%

