

Il 2021 ha risentito parzialmente degli effetti della crisi causata dal COVID-19. Nonostante la coda che consegue sul piano del recupero economico-finanziario, i brand hanno comunque vivacizzato il mercato cosmetico grazie all'offerta di

elevate referenze immesse sul mercato cosmetico italiano.

Complice l'attenzione agli igienizzanti e ai prodotti per la cura della pelle degli ultimi due anni, **il cosmetico declinato al target maschile si è rinnovato anche nel 2021** grazie all'offerta di oltre cento nuove referenze (+5% rispetto al 2020).

La concentrazione maggiore si è registrata nei cosmetici per l'igiene del corpo e in quelli per la cura della pelle.

I nuovi claim legati all'inclusività e alla fluidità di genere impatteranno sicuramente sulla proposta dei brand legata alla segmentazione socio-demografica, creando inevitabilmente una sovrapposizione anche nella beauty routine del consumatore.

**Numero dei cosmetici immessi sul mercato in Italia nel 2021:
confronto totale lanci rispetto a quelli con claim «uomo»**

Categoria	Totale lanci	Peso % totale lanci	Lanci target uomo	Peso % lanci target uomo
Cosmetici	1.097	37,6%	4	3,7%
Cura della Pelle	766	26,3%	22	20,6%
Prodotti per Capelli	469	16,1%	6	5,6%
Saponi, Prodotti per il Bagno	406	13,9%	29	27,1%
Fragranze	88	3,0%	15	14,0%
Deodoranti	57	2,0%	13	12,1%
Rasatura e Depilazione	33	1,1%	18	16,8%
Totale lanci	2.916	100,0%	107	100,0%