

BAROMETRO GCF

Andamento dei cosmetici in farmacia nel terzo trimestre e dettaglio di ottobre-novembre 2022

Il terzo trimestre del 2022 riporta per il mercato cosmetico una buona crescita a fatturato (+2,5%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a cui si accompagna tuttavia un rallentamento delle confezioni, che registrano invece un differenziale leggermente negativo (-0,4%). La differente dinamica delle due dimensioni, e la forbice di quasi tre punti percentuali che si apre tra i differenziali, certificano l'impatto dell'inflazione anche nel canale farmacia.

Andamento principali categorie 3° trimestre

CATEGORIA	Fatturato '22	Var. % '22-'20	Var. % '22-'21	Peso % '22
TRATTAMENTI VISO	94.072	+4,6%	+2,3%	21,0%
IGIENE ORALE	17.607	+3,8%	+1,1%	3,9%
TRATTAMENTI CORPO	55.142	+0,1%	-1,3%	12,3%
DERMATOLOGICI	47.978	+12,7%	+6,8%	10,7%
IGIENE CORPO	32.430	+7,4%	+3,9%	7,2%
PAIDOCOSMESI	15.692	-11,5%	-2,3%	3,5%
MAQUILLAGE	19.136	+10,4%	+5,4%	4,3%
CAPELLI	37.337	+2,4%	+2,6%	8,3%
IGIENE INTIMA	23.736	+0,7%	-0,1%	5,3%
TRATTAMENTI MANI	2.039	+10,2%	+2,8%	0,5%
PROFUMI	9.826	+8,9%	+3,0%	2,2%
TRATTAMENTI PIEDI	9.911	+9,4%	-0,7%	2,2%
SOLARI	50.745	+0,1%	+3,7%	11,3%
COSMETICI UOMO	1.725	-2,0%	+4,8%	0,4%
ALTRO	31.073	+10,8%	+5,1%	6,9%
TOTALE	448.447	+4,2%	+2,5%	100,0%

Fonte: New Line, 3° trimestre (luglio-settembre). Canale Farmacia. Fatturato (mgl €).

Il contributo maggiore alla crescita del comparto a fatturato è dato dai Trattamenti Viso, che rappresentano il 21% delle vendite totali e riportano trend positivi del +2,3%. Anche i segmenti dei Solari (+3,7% con l' 11,3% di peso delle vendite), dei Prodotti Dermatologici (+6,8% con il 10,7% del totale vendite) e dei Prodotti per Capelli (+2,6% con l'8,3% di peso delle vendite) contribuiscono ai buoni risultati globali,

mentre tra le categorie più importanti i prodotti per la Cura del Corpo riportano una lieve flessione (-1,3% con il 12,3% di peso delle vendite). I trend a confezioni dei segmenti più performanti ricalcano sostanzialmente la dinamica osservata a fatturato, al netto dei solari che registrano invece un differenziale negativo (-2,6%), frutto verosimilmente dell'impatto dell'aumento dei prezzi.

Nel bimestre ottobre-novembre 2022 il mondo dermocosmetico risente positivamente dell'avvicinarsi del periodo natalizio. Il fatturato continua, infatti, la sua crescita rispetto allo stesso periodo del 2021 (+5,2%): un risultato sostenuto non solo dall'aumento dei prezzi ma anche da una crescita generalizzata delle confezioni (+1,9%), trainate da momenti di scontistica particolari come il Black Friday.

Andamento principali categorie ottobre-novembre

CATEGORIA	Fatturato '22	Var. % '22-'20	Var. % '22-'21	Peso % '22
TRATTAMENTI VISO	84.256	+8,5%	+6,5%	28,6%
IGIENE ORALE	12.006	+4,6%	+4,2%	4,1%
TRATTAMENTI CORPO	31.314	+5,1%	+1,5%	10,6%
DERMATOLOGICI	33.256	+10,0%	+6,4%	11,3%
IGIENE CORPO	17.768	+12,5%	+6,2%	6,0%
PAIDOCOSMESI	8.829	-7,4%	-2,7%	3,0%
MAQUILLAGE	18.496	+31,4%	+12,7%	6,3%
CAPELLI	28.927	+0,8%	+4,6%	9,8%
IGIENE INTIMA	15.418	+1,1%	+1,1%	5,2%
TRATTAMENTI MANI	3.553	-20,6%	-18,6%	1,2%
PROFUMI	6.499	+17,2%	+10,6%	2,2%
TRATTAMENTI PIEDI	4.139	+16,7%	+1,6%	1,4%
SOLARI	3.792	+62,5%	+18,3%	1,3%
COSMETICI UOMO	1.172	+5,4%	+9,1%	0,4%
ALTRO	24.982	+10,4%	+6,3%	8,5%
TOTALE	294.407	+8,2%	+5,2%	100,0%

Fonte: New Line, ottobre-novembre. Canale Farmacia. Fatturato (mgl €).

I differenziali positivi globali a fatturato sono espressione di una crescita generalizzata di tutte le categorie, tra cui spiccano per rilevanza i Prodotti per il Viso (+6,5%), i Prodotti Dermatologici (+6,4%), i Prodotti per Capelli (+4,6%) e il Maquillage (+12,7%). Anche i prodotti per la cura del Corpo invertono la dinamica del trimestre precedente e registrano trend positivi (+1,5%).

Anche i differenziali a confezioni sono positivi per i segmenti più importanti, con l'eccezione della lieve flessione del segmento della cura del Corpo (-1,6%), risultato su cui ha sicuramente pesato la dinamica

inflattiva degli ultimi mesi, un fattore importante nelle scelte d'acquisto del consumatore.

La farmacia nelle stime del Centro Studi di fine anno

Il canale farmacia è uscito per certi versi rafforzato dal periodo pandemico grazie all'intercettazione di nuovi consumatori, condizionati dagli obblighi per il contenimento dei contagi. Nel 2022 non è stato facile confermare le profonde dinamiche di crescita del 2021, tuttavia grazie alla diversificazione dell'offerta, alla fine dell'anno si proietta una crescita del 3,4% per un valore superiore ai 1900 milioni di euro, pari al 17% di tutto il consumo di cosmetici.

Nel confronto con i valori del periodo precedente la pandemia, il canale recupera oltre 70 milioni di euro. Nei primi sei mesi del 2022 si è osservata quindi la sostanziale tenuta del consumo di cosmetici nelle farmacie, e, anche grazie alle vendite digitali, si sono registrate minori sofferenze rispetto al passato in alcuni prodotti di dermocosmesi, in particolare nei solari e nella categoria del cura persona.

Consumo di cosmetici degli italiani: evoluzione dei canali

	CONSUNTIVO 2021 (mio/€)	STIMA chiusura 2022-21 (%)	STIMA chiusura 2022-19 (%)
mass market	4.544	5,4%	4,2%
profumeria	1.877	15,0%	3,1%
farmacia	1.866	3,4%	2,8%
e-commerce	871	12,3%	96,5%
acconciatura	550	14,3%	7,4%
erboristeria	376	0,2%	-15,7%
vendite dirette	344	1,7%	-27,4%
estetica	211	11,4%	-1,0%
Totale mercato	10.640 (mio/€)	7,6% (11.448 mio/€)	5,8%

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.

Variazioni % rispetto al periodo precedente e valori in milioni di euro.

Da tempo il fenomeno più importante nel canale è stato il consolidamento delle vendite digitali che già vedevano il canale più attrezzato rispetto ad altri canali e oggi sembra beneficiare di questa accelerazione anticipata.

Il consolidamento dei valori del mercato può ancora beneficiare del ripensamento e riposizionamento strategico dei farmacisti nei confronti del cosmetico, anche se molti operatori esprimono preoccupazione per le dinamiche ancora disomogenee nella struttura distributiva.

Andamento dello skin care nel mondo

Le stime di chiusura nel 2022 proposte dall'istituto di ricerca mondiale Statista registrano una crescita globale del mercato cosmetico di oltre 17 punti percentuali per un valore prossimo a 500 miliardi di euro. L'importante contributo alla crescita di questa performance è dettato dalla top 5 dei Paesi per dimensione dei consumi di prodotti cosmetici: Stati Uniti, Cina Giappone, India e Brasile concentrano complessivamente oltre il 40% del mercato mondiale cosmetico e riportano andamenti mediamente superiori di oltre 20 punti percentuali rispetto al 2021.

Fatto 100 il mercato cosmetico mondiale, la quota di consumo dedicata alla cura della pelle rappresenta il 27% (il peso nella sola Europa sale a 29%) e registra una crescita nel 2022, rispetto all'anno precedente, del 17,9%.

Valore dei consumi globali di cosmetici per categoria

	Consuntivo 2021	Stima 2022	Stima Var. % 22-21	Proiezione Var. % 23-22
Make-up	68,2	88,0	29,1	15,1
Profumeria alcolica	42,7	50,6	18,3	12,4
Igiene personale	199,3	225,7	13,2	9,5
Cura viso e corpo	115,2	135,8	17,9	11,9
Totale	425,4	500,1	17,5	11,4

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia su dati Statista. Valori in miliardi di euro e variazioni % rispetto al periodo precedente.