

CORONAVIRUS: INDAGINE FLASH

Quarta rilevazione
(settimana dal 16 al 20 marzo 2020)

Release 30 marzo



COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche

Il sentimento delle imprese cosmetiche: andamento sell-in

PRE-EMERGENZA ➔

Terza settimana febbraio
(dal 17 febbraio al 21 febbraio 2020)
rispetto allo stesso periodo del **2019**

+2,5%

+1,7%



IGIENE CORPO

+2,7%



ALTRO

SPECIALIZZAZIONE DI PRODOTTO

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa

Variazione % del fatturato globale della propria azienda (sell-in destinato sia al mercato interno che all'estero)

Il sentimento delle imprese cosmetiche: andamento sell-in

A PARTIRE
DALL'EMERGENZA



Quarta settimana febbraio
(dal 24 al 28 febbraio 2020)
rispetto allo stesso periodo del 2019

Prima settimana marzo
(dal 2 al 6 marzo 2020)
rispetto allo stesso periodo del 2019

Seconda settimana marzo
(dal 9 al 13 marzo 2020)
rispetto allo stesso periodo del 2019

Terza settimana marzo
(dal 16 al 20 marzo 2020)
rispetto allo stesso periodo del 2019

Sentiment generale	+1,2	+0,8	-0,1	- 4,0
---------------------------	-------------	-------------	-------------	--------------

Sentiment per specializzazione di prodotto:

	<i>Igiene corpo</i>	+2,5	+2,9	+2,7	+1,0
	<i>Altre categorie di prodotto</i>	+0,8	+0,3	-0,5	-4,8

SCENARIO – SENTIMENT

- La rilevazione risente inevitabilmente del **blocco di molte attività** per effetti dei DPCM per contrastare il contagio, e per chiusure volontarie: frenata dei consumi in generale e adeguamento delle attività produttive. Importanti primi casi di riconversione.
- Contrazione delle **esportazioni** con scenari in evidente contrasto: mercati fermi, riapertura della Cina, di Singapore e alcuni paesi Arabi
- Aumenta, con ritmi meno dinamici, il **consumo** di prodotti **igiene corpo**, in forte **riduzione make-up**, blocco dei **prodotti professionali**
- Andamenti disomogenei, tendenzialmente negativi, nella **produzione conto terzi**: chi ha ordini in evasione accelera le procedure, negative le pianificazioni e gli approvvigionamenti. Preoccupano le cancellazioni di ordini e dilatazione termini di pagamento
- Nuove **criticità**: annullamenti ordini, concorrenza estera sui mercati di sbocco, difficoltà di pianificazione.
Atteggiamenti reattivi: congelamento crediti e assistenza ai canali
- i **CANALI** in sintesi: il **mass market** registra ancora una tenuta; la **profumeria** segna una pesante contrazione; in rallentamento la **farmacia** dove si arresta la vendita di dermocosmesi; per l'**erboristeria** si conferma il calo dei consumi, molte chiusure; nei **canali professionali** il calo è più evidente per il blocco delle frequentazioni; in lenta ripresa le **vendite dirette** (porta a porta e corrispondenza); significative crescite per **e-commerce**: +30% nelle ultime settimane
- I **commenti degli imprenditori** confermano le preoccupazioni per le chiusure in Italia, le difficoltà di pianificazione e le dilatazioni dei pagamenti. Cancellazione ordini da molti paesi. Tenuta per coloro che servono il mass market e le farmacia. Molti diversificano con le vendite online. Crisi delle filiere di produzione, tranne coloro che riconvertono in prodotti igienizzanti. Preoccupazioni per una ripresa che si annuncia difficile e non immediata. Sicuramente occorrerà fronteggiare le modificate attitudini di consumo.
- Sul fronte dei **consumi** tengono i **prodotti per igiene corpo**, anche se le limitazioni della distribuzione in Italia condizionano gli acquisti. A livello mondiale si stima nell'anno un calo della domanda di cosmetici del 20%



COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche