

CORONAVIRUS: INDAGINE FLASH

Quinta rilevazione
(settimana dal 23 al 27 marzo 2020)

Release 6 aprile



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Il sentiment 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%



SPECIALIZZAZIONE DI PRODOTTO

+2,7%



ALTRO

IGIENE CORPO

Il sentiment delle imprese cosmetiche: andamento sell-in

ULTIMA RILEVAZIONE ➡

Quarta settimana marzo

(dal 23 al 27 marzo 2020)

rispetto allo stesso periodo del **2019**

-53,0%

-6,0%



IGIENE CORPO

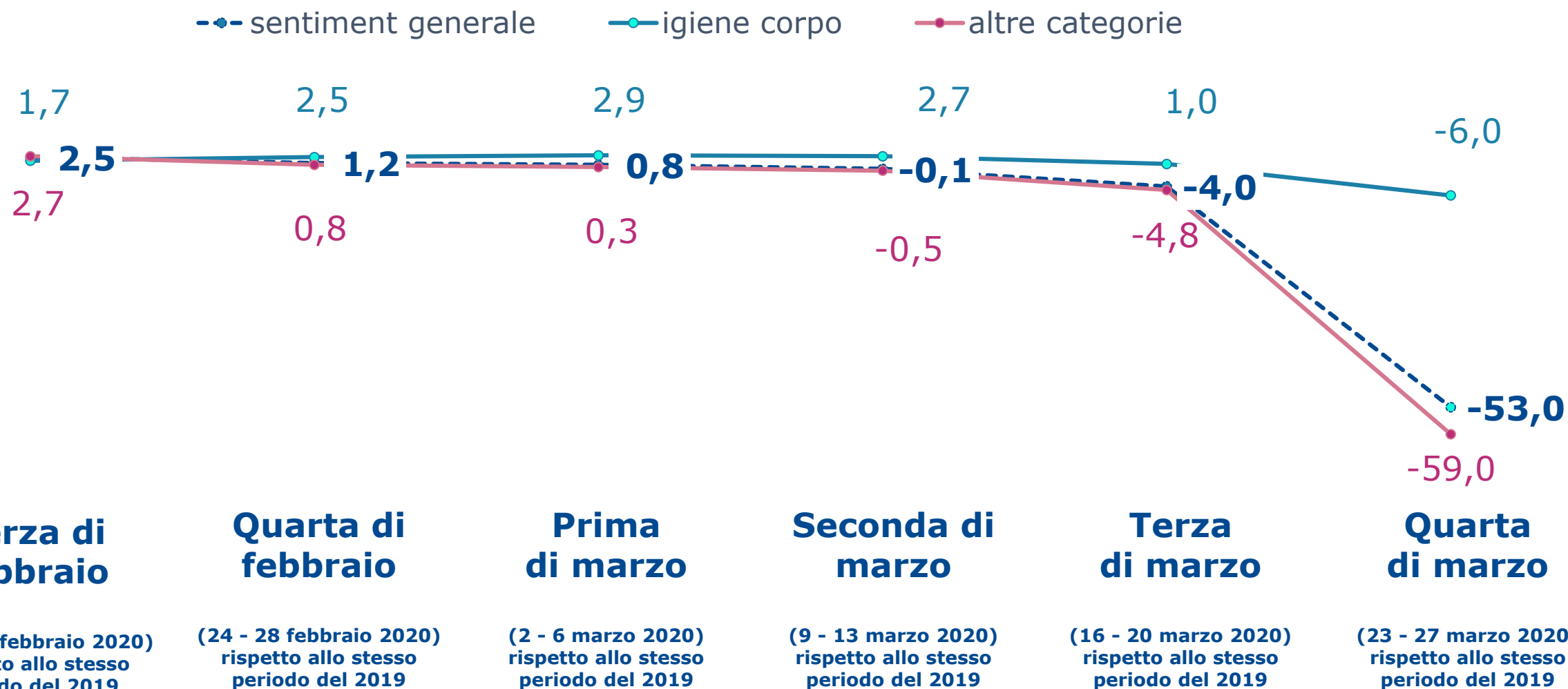
-59,0%



ALTRO

SPECIALIZZAZIONE DI PRODOTTO

andamento sell-in



Il sentiment delle imprese cosmetiche: andamento canali



Situazione aggiornata al 3 aprile 2020
(periodo 23 - 27 marzo 2020, rispetto allo stesso periodo del 2019)

	Var.%
Mass market	-55
Profumeria	-60
Farmacia	-20
Canali professionali	-100
Vendite dirette	-80
E-commerce	+35
erboristeria	-100

- il **mass market** dopo la tenuta delle precedenti settimane perde una metà dei valori e un quarto delle quantità;
- la **profumeria** segna una pesante contrazione, compensata in piccola parte dall'on-line;
- in significativo rallentamento la **farmacia** dove si arresta la vendita di dermocosmesi;
- per l'**erboristeria** si conferma il calo quasi totale dei consumi, molte chiusure;
- nei **canali professionali** il calo è totale per il blocco delle frequentazioni;
- in forte calo le **vendite dirette** (porta a porta e corrispondenza);
- significative crescite per **e-commerce**: +35% nelle ultime settimane

Evoluzione delle azioni per mitigare gli effetti negativi sul business

	2-6 marzo	23-27 marzo
annullamento/posticipo di viaggi, trasferte, fiere	● 60,8%	33,3%
ricorso allo smart working	● 33,3%	54,2%
individuazione di nuovi fornitori	● 29,4%	16,7%
anticipo degli acquisti	● 23,5%	8,3%
posticipo degli acquisti	● 21,6%	12,5%
promozione	● 21,6%	4,2%
anticipo della produzione	● 19,6%	16,7%
rinegoziazione dei tempi di pagamento	● 17,7%	37,5%
riposizionamento nei canali distributivi	● 15,7%	20,8%
smaltimento ferie	● 13,1%	41,7%
anticipo della distribuzione	● 11,8%	4,2%
riduzione degli orari di lavoro	● 7,8%	20,8%
posticipo della produzione	● 5,9%	8,3%
ricorso alla cassa integrazione	● 4,5%	45,8%
posticipo della distribuzione	● 2,0%	4,2%

● in aumento

● in diminuzione

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 molto meno dinamici, il **consumo** di prodotti **igiene corpo**, in forte **riduzione make-up**, blocco dei **prodotti professionali e prodotti lusso**
- Andamenti disomogenei, tendenzialmente molto 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 la 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 **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. Perdite importanti anche 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 sempre meno 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 intorno al 25%



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche