

CORONAVIRUS: INDAGINE FLASH

Terza rilevazione
(settimana dal 9 al 13 marzo 2020)

Release 23 marzo



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

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
--	---	--

Sentiment generale

+1,2

+0,8

-0,1

Sentiment per specializzazione
di prodotto:



Igiene corpo

+2,5

+2,9

+2,7



Altre categorie di prodotto

+0,8

+0,3

-0,5

SCENARIO – SENTIMENT

- Ancora più evidente il rallentamento delle **esportazioni**
- Aumenta il **consumo** di prodotti **igiene corpo**, in **riduzione make-up** e **prodotti professionali**
- Andamenti disomogenei nella **produzione conto terzi**: bene chi ha ordini in evasione, 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.
- I **canali** in sintesi: il **mass market** registra ancora la crescita superiore alla media; la **profumeria** segna una costante contrazione; cresce la **farmacia**; 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 ripresa le **vendite dirette** (porta a porta e corrispondenza); significative crescite per **e-commerce**: +25% nelle ultime settimane
- I **commenti degli imprenditori** evidenziano 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** prosegue l'attenzione ai **prodotti per igiene corpo**, anche se le limitazioni della distribuzione in Italia condizionano gli acquisti.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche