GIAN ANDREA POSITANO

Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

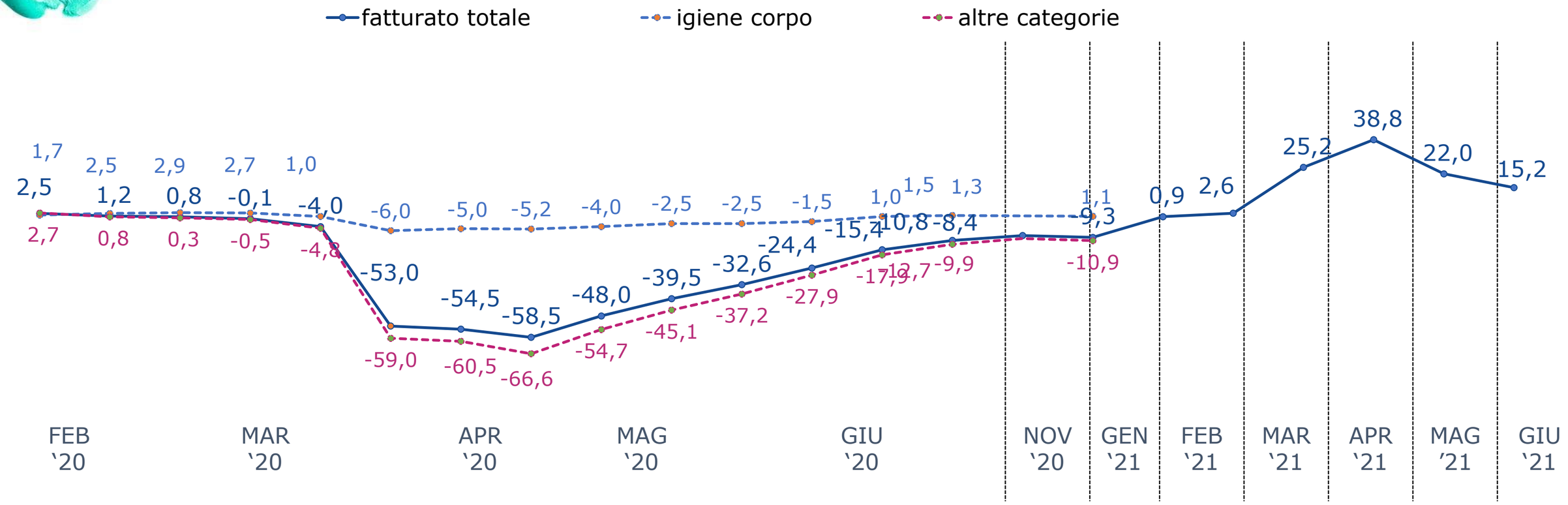
COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche

I DATI DEL SETTORE COSMETICO NAZIONALE
nell’attraversamento della pandemia

COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche

ANDAMENTO SELL-IN IMPRESE COSMETICHE

confronto del periodo rispetto all'anno precedente



09/09/2021

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa sulla base della var. % del fatturato globale delle aziende cosmetiche (sell-in destinato sia al mercato interno che all'estero) e sulla base della mappatura delle aziende produttrici di presidi medicochirurgici o igienizzanti mani

COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche

EVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA COSMETICA

	Consuntivo 2020	var. % 2020-19	proiezione % 2021-20
Fatturato in Italia	6.488	-8,7	6,7
generato nei canali professionali *acconciatura, estetica*	*597*	*-24,2*	*10,1*
generato negli altri canali *grande distribuzione, profumeria, farmacia, erboristeria, vendite dirette, E-Commerce*	*5.891*	*-6,8*	*6,5*
Esportazione *(fatturato all'estero)*	4.154	-16,7	5,0
Fatturato globale settore cosmetico	**10.641**	**-12,0**	**6,2**

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno

PREVISIONI DI MERCATO AL 2023

Nel 2022 si tornerà alla dimensione del mercato pre-Covid-19

	2019	var.% '20/'19	2020	var.% '21/'20	2021	var.% '22/'21	2022	var.% '23/'22	2023
Mass market	4.615	-3,8	4.442	+3,0	4.575	+2,5	4.690	+1,8	4.774
Farmacia	1.877	-3,5	1.810	+3,3	1.870	+2,0	1.907	+2,1	1.947
Profumeria	2.083	-26,1	1.540	+6,3	1.637	+1,0	1.653	+1,5	1.678
E-Commerce	498	+42,0	707	+41,0	997	+22,5	1.221	+15,0	1.405
Acconciatura	585	-22,5	453	+10,1	499	+4,0	519	+1,5	527
Vendite dirette	482	-30,0	338	+3,7	350	+0,5	352	-0,5	350
Erboristeria	447	-26,0	331	+12,1	371	+1,0	374	+1,5	380
Saloni di bellezza	237	-29,0	168	+10,7	186	+4,5	195	+1,3	197
TOTALE	**10.824**	**-9,6**	**9.789**	**+7,1**	**10.486**	**+4,1**	**10.912**	**+3,2**	**11.259**

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno

IL MERCATO COSMETICO IN ITALIA
primo semestre 2020 e 2021 a confronto

	VAR.% 20-19	PRIMO SEMESTRE '20	VAR.% 21-20	PRIMO SEMESTRE '21
mass market	-3,5%	2.401	+1,1%	2.427
farmacia	-3,1%	892	+6,3%	948
profumeria	-38,5%	555	+30,7%	725
e-commerce	+38,8%	343	+35,0%	463
acconciatura	-47,0%	157	+7,1%	168
vendite dirette*	-35,0%	155	+3,3%	160
erboristeria	-40,0%	134	+15,4%	155
estetica	-47,0%	63	+9,1%	69

4.700 Mio/€
-12,0% Var.% 20-19

5.115 Mio/€
+8,8% Var.% 21-20

Comprendono vendite porta a porta e per corrispondenza. Elaborazione Centro Studi.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali primo semestre '20-'19 e primo semestre'21-'20

COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche

LA NUOVA BEAUTY ROUTINE DI ACQUISTO

IGIENE PERSONALE			
Saponi corpo	+2,3%	Deodoranti	-4,0%
VISO E MANI			
Creme e gel mani	+9,3%	Protettivi labbra	-18,2%
Cura viso donna	+8,0%		
IGIENE ORALE			
Collutori	+4,7%	Dentifrici	-1,4%
CURA CAPELLI			
Dopo shampoo	+4,4%	Coloranti	-6,0%
Shampoo	+0,2%		
TRUCCHI			
Occhi	+12,2%	Labbra	-32,4%
		Viso	-9,4%

Dai primi sei mesi del 2021 nel largo consumo emergono **conferme** e **battute d'arresto** tra le categorie protagoniste durante i lockdown degli scorsi mesi.

Elaborazione Centro Studi su dati Nielsen.
Variazione percentuale primo semestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

IL CAMBIAMENTO È ANCORA IN ATTO

66%

I consumatori che hanno cambiato il modo di fare acquisti a seguito della pandemia.

88%

I consumatori che continueranno a rivedere il proprio comportamento di acquisto nel 2021.

Fonte: NielsenIQ Unlocking Consumption: Global survey December 2020/January 2021. Global Trends

COSA RESTERÀ POST PANDEMIA?

E-COMMERCE INTEGRATO IN UN CONCETTO DI **OMNICANALITÀ**

AFFLUSSO A **PUNTI VENDITA SPECIALISTI** DI CATEGORIA

POLARIZZAZIONE DEI CONSUMI O **STRATEGIE PROMOZIONALI**?

TREND TRAINANTI: **MATERIALE RICICLATO, MADE IN ITALY** E **GREEN**

ATTENZIONE ALLA **CURA E PULIZIA PERSONA** + **DISINFEZIONE MANI**

CRESCITA DEI **PICCOLI ATTORI** DEL MERCATO E **FOLLOWER**

Fonte: Nielsen

IL DESIDERIO DI TORNARE ALLA NORMALITÀ FUNZIONALE ED ESPERIENZIALE

55%

Voglio **provare** i prodotti di persona

36%

In negozio ho modo di **verificare** il prodotto

34%

Mi piace girare in negozio alla **ricerca** di qualcosa di nuovo

Fonte: Lattanzio KIBS, 2021