



Il mercato cosmetico: scenari di riferimento per il canale erboristeria - risultati della ricerca ESDB

Roberto Isolda
Centro Studi Cosmetica Italia

9 settembre 2023



Il mondo del beauty è cambiato?

E-commerce
4° canale beauty
988 mio/€ nel '22
+490 mio/€ '22-'19




Il fenomeno pandemico non ha cambiato le abitudini fondamentali, ha però accelerato la crescita del canale **online** che ricopre, oggi, un ruolo importante nel riacquisto di prodotti in uso abituale

Connotazione naturale e sostenibilità sono sempre più presenti nella quotidianità e negli acquisti di cosmetici da parte degli italiani

valore CCNeS
2.893 mio/€ nel '22
25% il peso sul totale consumi beauty in Italia



Evoluzione del fenomeno della **connotazione naturale e sostenibile omnicanale**

	Valore 2019	Valore 2020	Valore 2021	Valore 2022	Proiezione 2023
 Totale mercato cosmetico	10.817 (+2,1%)	9.780 (-9,6%)	10.640 (+8,8%)	11.458 (+8,5%)	12.181 (+6,3%)
 Cosmetici a connotazione naturale e sostenibile	2.623 (+4,3%)	2.413 (-8,0%)	2.654 (+10,0%)	2.893 (+9,0%)	3.101 (+7,2%)
 Cosmetici nel canale erboristeria	447 (+1,4%)	331 (-26,0%)	376 (+13,8%)	378 (+0,5%)	383 (+1,3%)

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno.



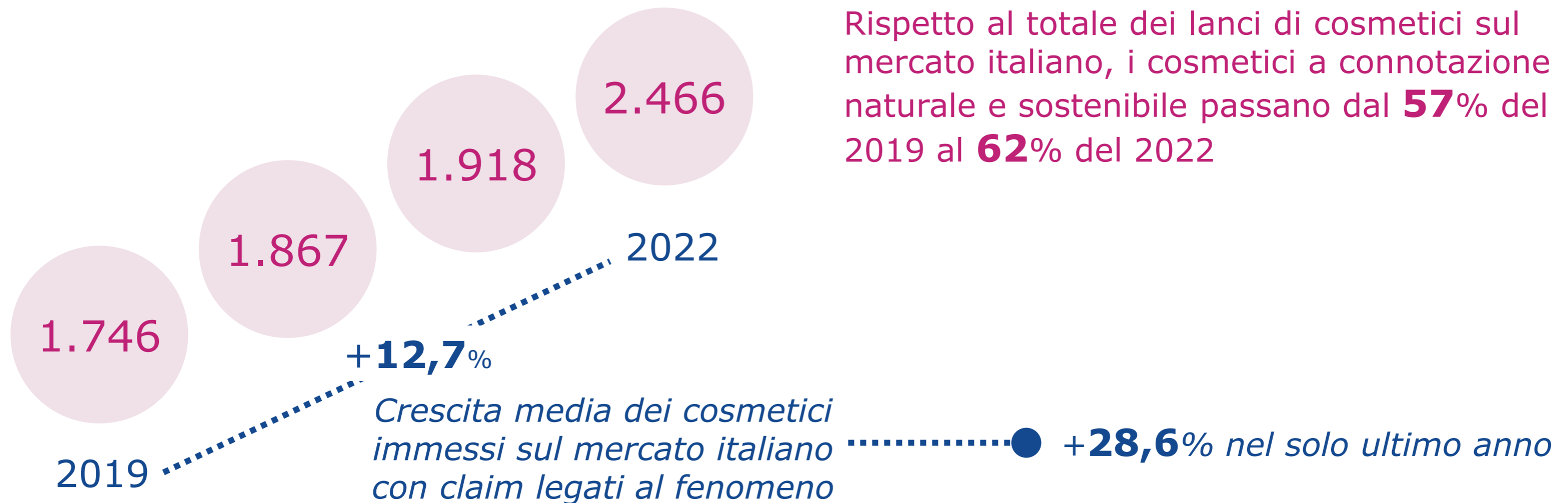
Composizione degli acquisti di **cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** in Italia

	Valore 2021	Valore 2022	Var.% 22-21
Cosmetici a connotazione naturale/biologici	1.159	1.215	4,8%
Sovrapposizione dei due insiemi	1.486	1.649	11,0%
Cosmetici sostenibili/green	1.494	1.678	12,3%
Totale	2.654	2.893	9,0%

Elaborazione Centro Studi di Cosmetica Italia.
Valori in milioni di euro e variazioni % 2022 rispetto il 2021.

Evoluzione dei claim legati ai cosmetici a connotazione naturale e sostenibile in Italia

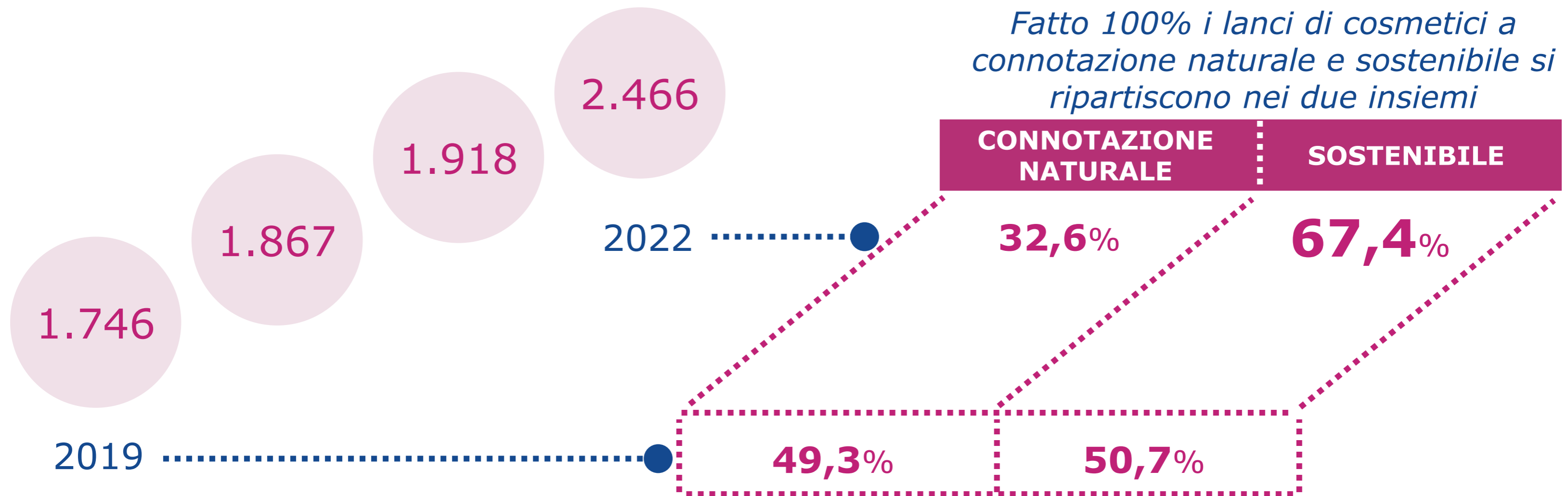
I prodotti immessi sul mercato





Evoluzione dei claim legati ai cosmetici a connotazione naturale e sostenibile in Italia

La composizione tra i due insiemi del fenomeno



Il mondo del beauty è più complesso

Il consumatore oggi utilizza, in media, **5 diversi canali di acquisto**, questa diversità si espande **fino a 9** diversi canali per i profili più «beauty addicted»



Il proliferare dei canali beauty rappresenta una **opportunità**, poiché genera la sensazione di nuovi bisogni, crea domanda, crea occasioni di consumo e genera mercato

Cosmetica Italia ha indagato il nuovo percorso di acquisto nel beauty

I driver - o leve di acquisto - sono solo alcune delle evidenze emerse dal progetto a cura di ESDB ma rappresentano l'obiettivo primario per definire le migliori strategie per gli erboristi o, in generale, per gli attori coinvolti a valle della filiera (distribuzione/canali di vendita)

INVESTIRE	COLTIVARE
TRASCURARE	MANTENERE

I risultati sono frutto della mappatura dell'**importanza** di una serie di leve che 1.200 consumatori hanno **associato** a tutti i canali di vendita di cosmetici in Italia, con il dettaglio per il canale erboristeria

Il primo macro-driver di acquisto di cosmetici associato ai canali di vendita





I primi cinque driver di acquisto di cosmetici associati all'erboristeria

RANKING I DRIVER NEL DETTAGLIO

ERBORISTERIE
ORGANIZZATE
IN CATENE

1. Prodotti con ingredienti naturali
2. Prodotti eco-sostenibili
3. Bella figura nel fare un regalo
4. Prodotti poco aggressivi sulla pelle
5. Prodotti esclusivi che trovo solo lì

NEGOZI
TRADIZIONALI DI
ERBORISTERIA

1. Prodotti con ingredienti naturali
2. Assistenti con cui mi piace interagire
3. Comodo da raggiungere
4. Prodotti per pelli delicate
5. Assistenti discreti

QUALITÀ

INNOVAZIONE

SERVIZIO

Le aree di investimento in erboristeria

INVESTIRE | COLTIVARE
TRASCURARE | MANTENERE

RANKING I DRIVER NEL DETTAGLIO



1. Prodotti adatti alla mia età
 2. Buona scelta di fasce di prezzo
 3. Buona selezione delle mie marche
 4. Scaffali ben organizzati per la selezione
 5. Informazioni che orientano sul giusto prodotto
-
1. Prodotti di cui mi fido
 2. Prodotti adatti alle specifiche esigenze
 3. Prodotti facili da trovare
 4. Scaffali ben organizzati per la selezione
 5. Costante rifornimento dei miei prodotti

ERBORISTERIE ORGANIZZATE IN CATENE

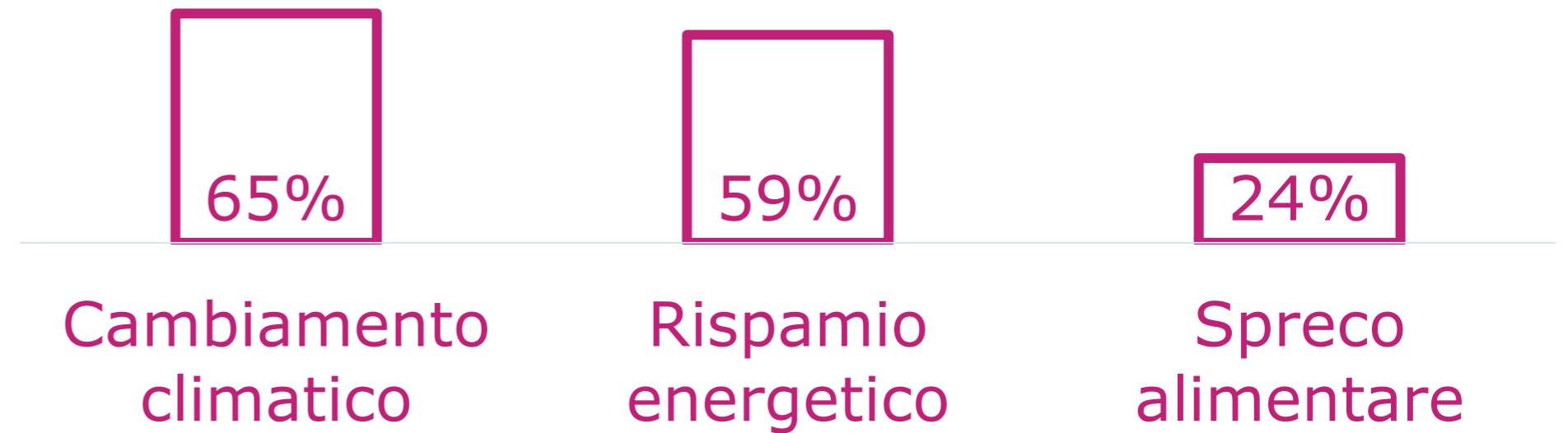
NEGOZI TRADIZIONALI DI ERBORISTERIA

Trend in atto e conclusioni

Per gli italiani, le sfide principali di scenario si affrontano preservando le proprie finanze oltre che per tutelare l'ambiente: *less is more* non più per una logica di privazione ma anche per responsabilità.



Argomenti di maggior sensibilità per le famiglie in Italia a metà 2023



Nel futuro a breve, si rafforzerà l'impegno delle aziende in ambito di sostenibilità, tema che trova sempre più equilibrio su aspetti ambientali, economici e sociali.



www.cosmeticaitalia.it



 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche