

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

STEFANO FATELLI
Presidente Gruppo Cosmetici
in Farmacia di Cosmetica Italia

Evoluzione dell'industria cosmetica

	Consuntivo 2020	var. % 2020-19	proiezione % 2021-20
Fatturato in Italia	6.488	-8,7	+6,7
<i>di cui in farmacia</i>	932	-3,5	+3,3
Esportazione <i>(fatturato all'estero)</i>	4.154	-16,7	+5,0
Fatturato globale settore cosmetico	10.641	-12,0	+6,2

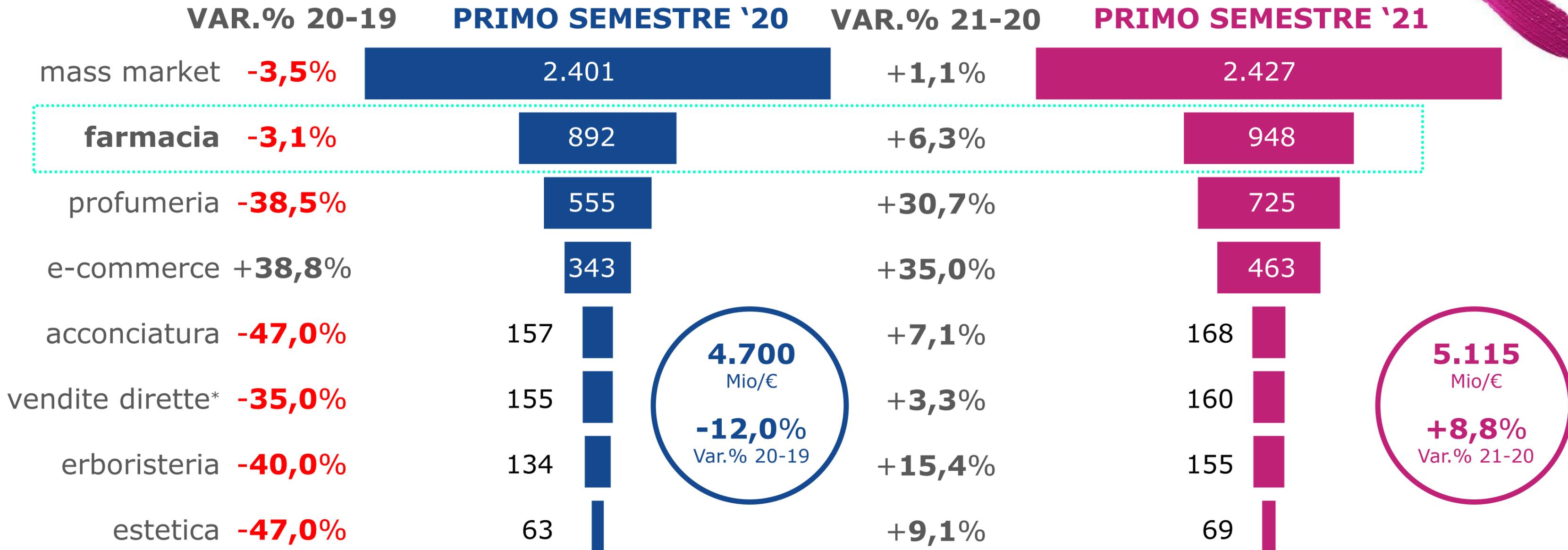


Previsioni di mercato al 2023

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

Il mercato cosmetico in Italia: primo semestre 2020 e 2021 a confronto



11/09/2021

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

La specializzazione della farmacia nel 2020

	TOTALE MERCATO	FARMACIA
Cura viso	16,8%	29,4%
Cura corpo	15,9%	22,9%
Igiene corpo	13,5%	15,2%
Cura Capelli	12,7%	10,7%
Profumeria alcolica	10,8%	0,9%
Igiene bocca	8,1%	7,5%
Trucco occhi	5,0%	1,6%
Trucco viso	4,7%	2,2%
Labbra	3,5%	2,6%
Prodotti dermici bambini	3,2%	4,2%
Cura mani	2,4%	2,3%
Linea maschile	1,6%	0,5%
Confezioni regalo	1,2%	0,0%
Cofanetti trucco	0,5%	0,0%
Totale (in milioni di euro)	8.123	1.810



Primo semestre 2021 dei cosmetici in farmacia

	VALORE 1° SEM. '20	V 100 1° SEM.'20	VALORE 1° SEM. '21	V 100 1° SEM. '21	VAR. % 1° SEM. '21-'20
Cura viso	231,8	28,5	265,7	30,4	+14,6
Cura corpo	208,8	25,7	241,3	27,6	+15,6
Igiene corpo	126,2	15,5	132,4	15,1	+5,0
Cura capelli	83,9	10,3	71,5	8,2	-14,9
Igiene bambini	37,9	4,7	35,8	4,1	-5,6
Igiene bocca	36,3	4,5	37,0	4,2	+1,7
Mani	21,4	2,6	23,4	2,7	+9,4
Trucco viso	21,3	2,6	19,4	2,2	-8,7
Labbra	20,3	2,5	17,4	2,0	-14,3
Trucco occhi	11,4	1,4	14,8	1,7	+29,6
Profumeria	10,2	1,3	11,8	1,3	+15,3
Linea maschile	3,7	0,5	3,6	0,4	-3,0
Cofanetti trucco	0,1	0,0	0,2	0,0	+42,6
TOTALE	813,5	100,0	874,3	100,0	+6,3





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.

Cosa resterà post pandemia?



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



**AFFLUSSO A PUNTI
VENDITA SPECIALISTI DI
CATEGORIA**



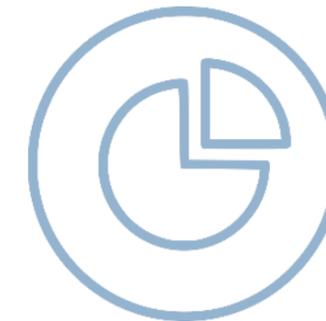
**POLARIZZAZIONE DEI
CONSUMI O STRATEGIE
PROMOZIONALI?**



**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**

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

23%

Preferisco una consulenza personalizzata

22%

Mi piace ricevere i campioni di prova

15%

Più facile orientarsi e confrontare prodotti e offerte

14%

L'acquisto è anche svago e questo aspetto si perde nell'online

12%

Non mi fido dell'online



Lo "skinalism" come nuova leva competitiva



In questo ultimo anno, la routine dei consumatori si è spostata tra le mura domestiche, creando profondi mutamenti nell'approccio ai cosmetici.

La cura di sé e il benessere hanno superato l'aspetto estetico. I brand legati al make-up dovranno cercare l'ibridazione con i concetti di **minimalismo** e di **idratazione**, cioè i claim più affini alla cura pelle.



www.cosmeticaitalia.it



 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche