

# OnBeauty TALKS

**PROTAGONISTI  
DELLA TAVOLA ROTONDA:**

**CHIARA MAURI** DIRETTORE  
DELLA SCUOLA DI ECONOMIA E  
MANAGEMENT PRESSO LA LIUC  
UNIVERSITÀ CATTANEO

**FABRIZIO VALENTE** CEO KIKILAB  
**SYLVIE CAGNONI** NPD

**LUCIO CARLI** COSMETICA ITALIA  
**MICHELANGELO LIUNI**  
PRESIDENTE FENAPRO

MODERA:  
**CRISTINA MILANESI**  
DIRETTORE DI IMAGE

# IMAGINE



## OLTRE L'E-COMMERCE



# OnBeauty TALKS

**PROTAGONISTI  
DELLA TAVOLA ROTONDA:**

**CHIARA MAURI** DIRETTORE  
DELLA SCUOLA DI ECONOMIA E  
MANAGEMENT PRESSO LA LIUC  
UNIVERSITÀ CATTANEO

**FABRIZIO VALENTE** CEO KIKILAB  
**SYLVIE CAGNONI** NPD

**LUCIO CARLI** COSMETICA ITALIA  
**MICHELANGELO LIUNI**  
PRESIDENTE FENAPRO

MODERA:  
**CRISTINA MILANESI**  
DIRETTORE DI IMAGINE

# IMAGINE

## **OLTRE L'E-COMMERCE**



**LUCIO CARLI**  
COSMETICA ITALIA

## SCENARIO

- La prima metà del 2021 conferma la crescita dell'e-commerce dei FMCG anche nel periodo post-Covid diventando non è più una «spesa di necessità» ma una «spesa per scelta»: **27 milioni di euro** medi settimanali nel 2020, rispetto ai **36 milioni di euro** medi settimanali nelle prime 23 settimane del 2021;
- Senza vendite online, la GDO in Italia registrerebbe valori stabili, ma, **includendo nel perimetro anche le vendite digitali**, la variazione annuale diventa pari a quasi il **+1%**;
- Ad oggi, più di **10 milioni di italiani hanno acquistato almeno una volta online**, pari al 43% del totale delle famiglie in Italia, registrando una crescita del **+9%** rispetto al periodo pre-Covid.

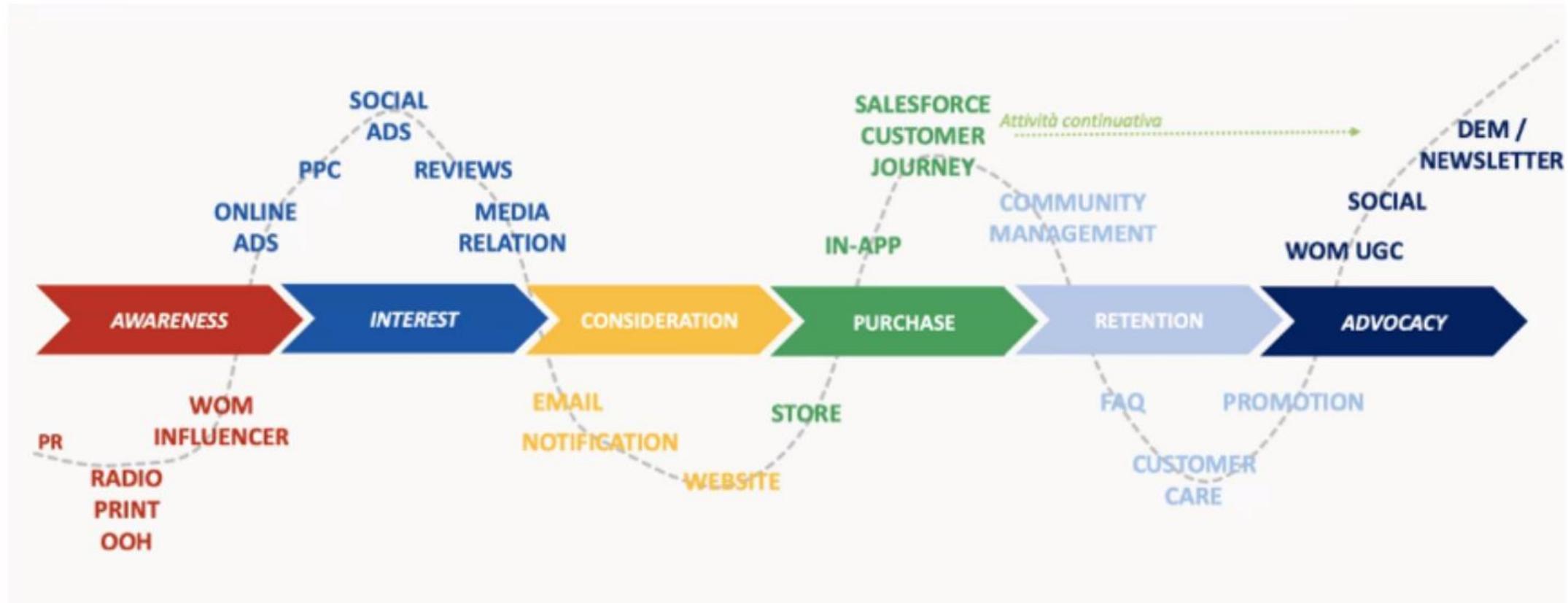
## I DATI DELLA COSMETICA

- Dal 2019 a oggi il **valore delle vendite on-line dei cosmetici è raddoppiato**: era pari al 4,7% del totale mercato, per toccare l'8,3 % alla fine del 2021, con un valore prossimo ai 1.000 milioni di euro.
- I **consumatori** che usano anche il canale cosmetico digitale toccano nel 2021 il **65%** degli utenti totali.
- L'evoluzione a cavallo della pandemia ha fatto ormai emergere la **visione unitaria** che le aziende stanno proponendo al mercato, coniugando retail e digital-commerce come facce di una medesima medaglia.

## COSMETIC DIGITAL HUB

- Il progetto **Cosmetic Digital Hub** di Cosmetica Italia, da oltre 5 anni, presidia la transizione digitale dell'industria cosmetica.
- Tra gli ultimi approfondimenti e stimoli alle imprese viene proposto lo studio dei fenomeni e strategie di ingaggio dei consumatori: dal **marketing di prossimità**, al contatto di marca agevolato dalle tecniche digitali; dall'evoluzione della **realtà aumentata** alle più qualificate figure di **marketing influencer**.

- Diventa imprescindibile monitorare lo **sviluppo dei marketplace** distinguendo tra quelli nati dalle attività storiche di retail e quelli sviluppati e cresciuti grazie al mondo digital con l'obiettivo di tracciare livelli di crescita e posizioni commerciali.
- La **comunicazione digitale sarà sempre più al centro della strategia d'impresa**: i dati, le tecnologie e le piattaforme sono elementi essenziali e un passaggio obbligato per poter competere oggi.
- Vengono presidiate **due strategie fondamentali**: a) rafforzare la consapevolezza digitale delle aziende associate; b) implementare l'utilizzo dei nuovi strumenti di programmazione sviluppo e processo, messi a disposizione dal mondo digitale.



netcomm  
**FORUM**   
#NetcommForum

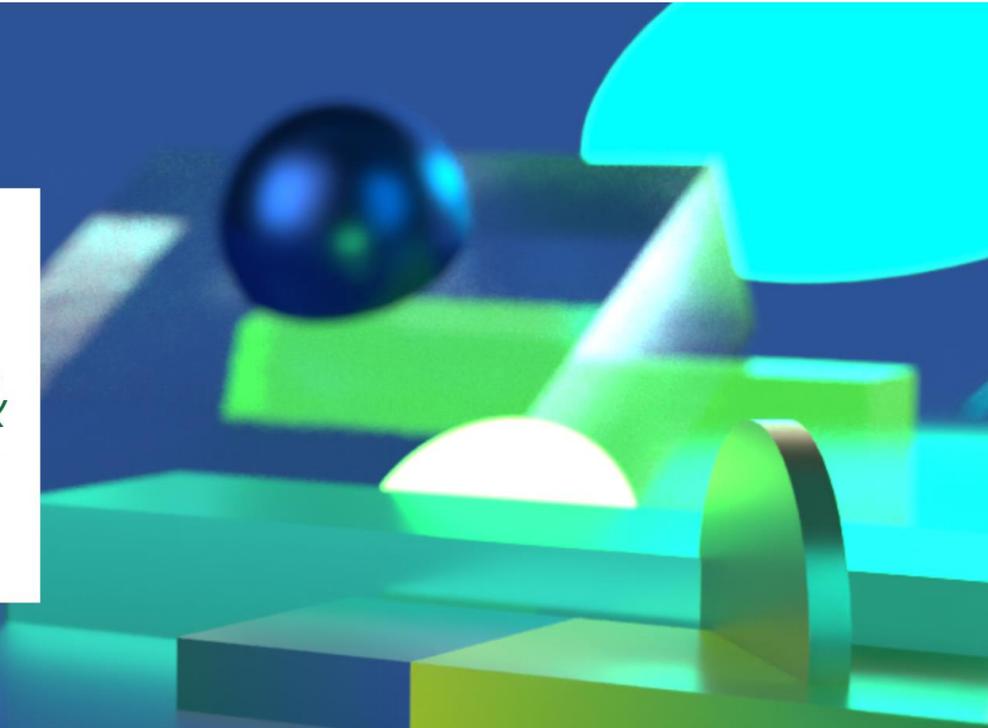
IT | EN

UN EVENTO DI  
**netcomm**  
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

netcomm  
**FORUM** Industries

Digital Edition  
5 | 6 | 7 Ottobre 2021  
On demand  
fino al 15 Ottobre 2021

*THE DIGITAL  
COMMERCE &  
RETAIL EVENT*



HOME EVENT SERIES ▾ AGENDA ▾ SPEAKERS EXPO ▾ PRESS ▾ FAQs MARKETINGTECH NEWS CONTACT US SUBSCRIBE TO NEWSLETTER JOIN OUR SPONSOR COMMUNITY

REGISTER NOW GET INVOLVED

EUROPE  
**#DMWF**  
DIGITAL MARKETING WORLD FORUM

EXPLORING THE FUTURE OF DIGITAL MARKETING  
23-24 NOVEMBER 2021 - HALL 5, RAI, AMSTERDAM

INFLUENCER & SOCIAL MEDIA MARKETING  
DIGITAL EXPERIENCE & ECOMMERCE STRATEGY  
DATA & INSIGHTS  
CONTENT & DIGITAL BRAND STRATEGY

# #DMWF Europe 2021

Physical Show: 23-24 November 2021, Hall 5, RAI, Amsterdam  
Virtual Show: 30 November – 1 December, Online

BOOK EARLY BIRD TICKETS

