

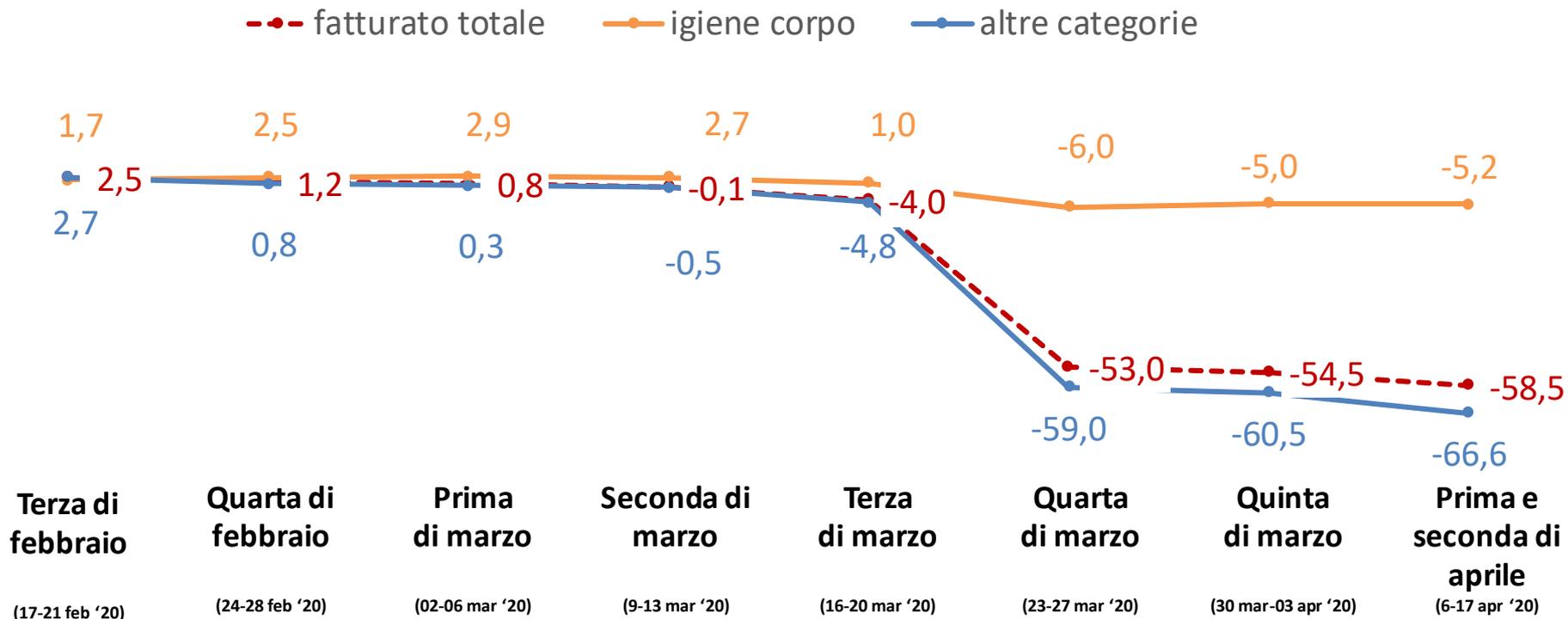
# Covid-19: rilevazione flash del Centro Studi

La rilevazione, avviata a fine febbraio 2020, si propone l'obiettivo di monitorare ogni settimana gli effetti del Covid-19 sui fatturati delle imprese cosmetiche. L'analisi riflette inevitabilmente il blocco di molte attività per gli effetti delle misure per contrastare il contagio e per le chiusure volontarie: frenata dei consumi in generale e adeguamento delle attività produttive. Si segnalano importanti casi di riconversione produttiva.

Dalle interviste agli imprenditori emergono importanti criticità: annullamento degli ordini, concorrenza estera sui mercati di sbocco e difficoltà di pianificazione. Preoccupano, oltre alle cancellazioni degli ordinativi, la dilatazione dei termini di pagamento e le molte insolvenze. Nei canali di distribuzione si evidenziano difficoltà di varia natura.

Dai canali professionali, penalizzati dalla riapertura posticipata, alle profumerie ed erboristerie, in gran parte in chiusura volontaria, limitate dalla domanda debole e da problemi di liquidità, alle farmacie, che registrano la contrazione del dermocosmetico e lo spostamento della domanda sull'e-commerce.

## Andamento sell-In: confronto 2020 su stesso periodo 2019



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa

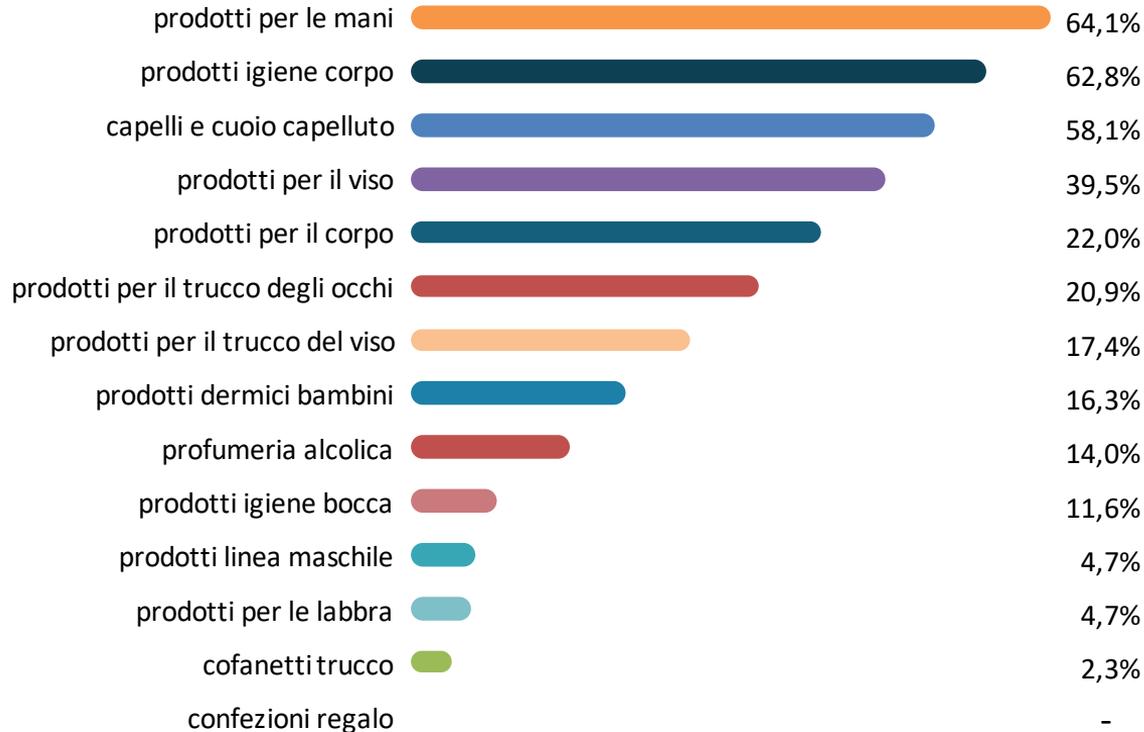
Variazione % del fatturato globale della propria azienda (sell-in destinato sia al mercato interno che all'estero) rispetto allo stesso periodo del 2019

**Andamento sell-in nei canali: confronto 2020 su stesso periodo 2019. Aggiornamento all'ultima settimana di aprile**

	Var.%
Mass market	-57
Profumeria	-80
Farmacia	-29
Canali professionali	-96
Vendite dirette	-75
E-commerce	40
erboristeria	-98

- Si dilatano le tendenze in negativo delle precedenti settimane.
- Il **mass market** perde il 57% in valore e quasi il 35% in quantità; cauto ottimismo per la fase 2.
- La **profumeria** conferma la pesante contrazione, compensata in parte dall'online e dalla riapertura di qualche catena.
- Prosegue la contrazione nelle **farmacie** dove crolla la vendita di dermocosmesi (niente solari e poca cura persona).
- L'**erboristeria** conferma il calo totale dei consumi, dovuto a molte chiusure.
- Nei **canali professionali** il calo è totale per il blocco delle frequentazioni. Preoccupazioni sulla riapertura posticipata.
- In forte calo le **vendite dirette** (porta a porta e corrispondenza);
- Significative crescite per l'**e-commerce**: prossimo al +40% nelle ultime settimane.

## A ripresa avvenuta, le famiglie di prodotto più acquistate sul mercato nel breve e medio periodo secondo le imprese



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa

Valori % su risposte multiple (possibili fino ad un massimo di 4 risposte)

Oltre il 64% degli intervistati vede al primo posto, nella fase di ripartenza dopo il *lockdown*, i prodotti per le mani, seguiti da prodotti igiene corpo e prodotti per capelli.

Evidente l'effetto mascherina: a fronte della ripresa per il make-up occhi, registrata dal 20% degli operatori, i prodotti per le labbra, rossetti in primis, non raggiungono il 5%.

Anche la profumeria alcolica, segnalata al 14%, sembra risentire del freno legato alla quarantena.