



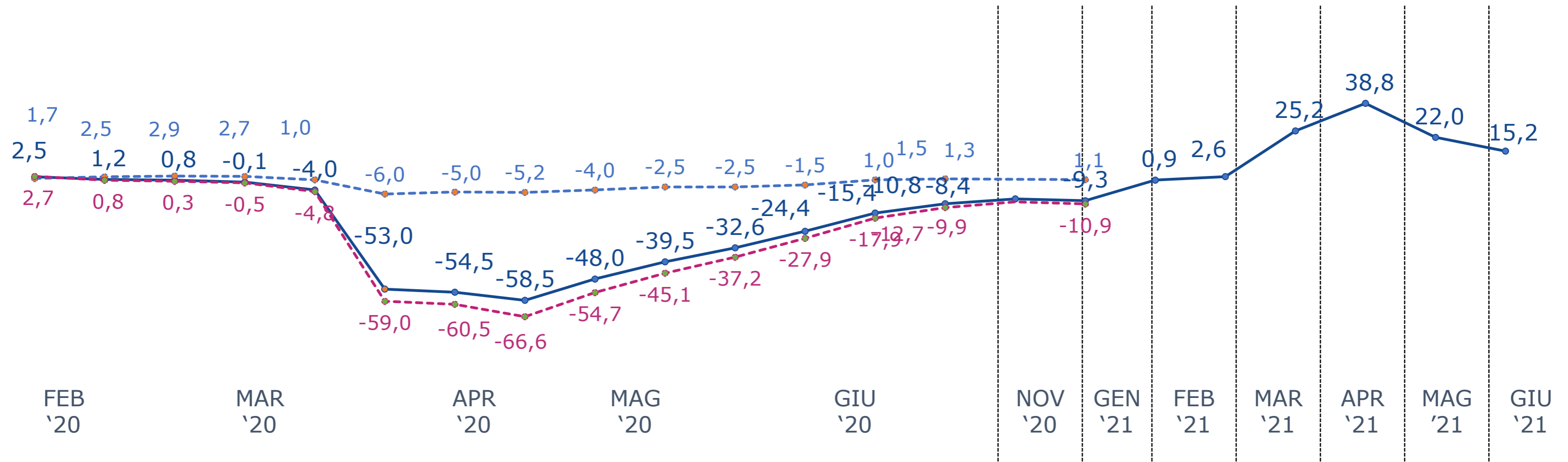
I DATI DEL SETTORE COSMETICO NAZIONALE NELL'ATTRAVERSAMENTO DELLA PANDEMIA

GIAN ANDREA POSITANO
Responsabile Centro Studi

Andamento sell-in delle imprese cosmetiche

confronto del periodo rispetto all'anno precedente

—●— fatturato totale -●- igiene corpo -●- altre categorie



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

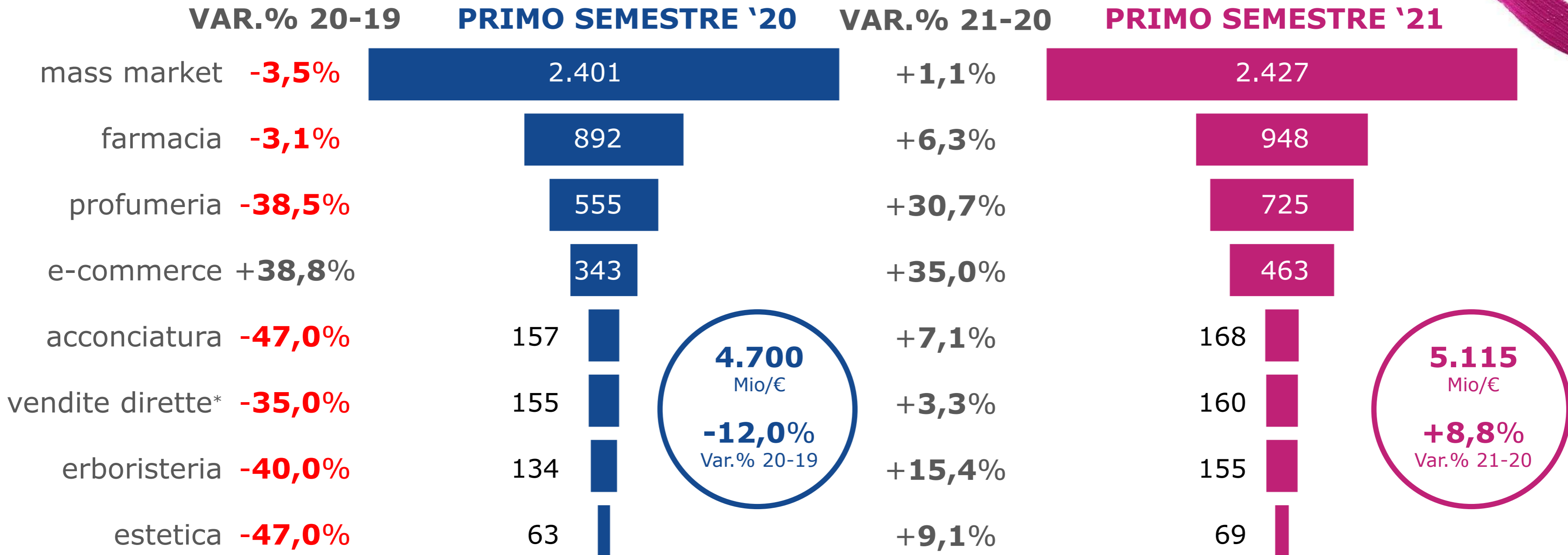
19/10/2021

Evoluzione dell'industria cosmetica

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



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



19/10/2021

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 nuova beauty routine di acquisto

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.

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			
Colluttori	+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%



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**



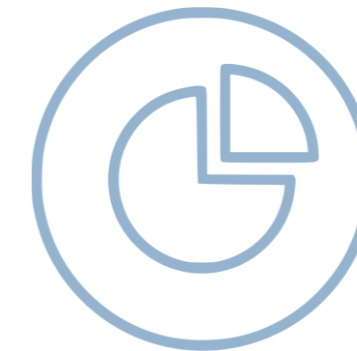
**POLARIZZAZIONE DEI
CONSUMI O STRATEGIE
PROMOZIONALI?**



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

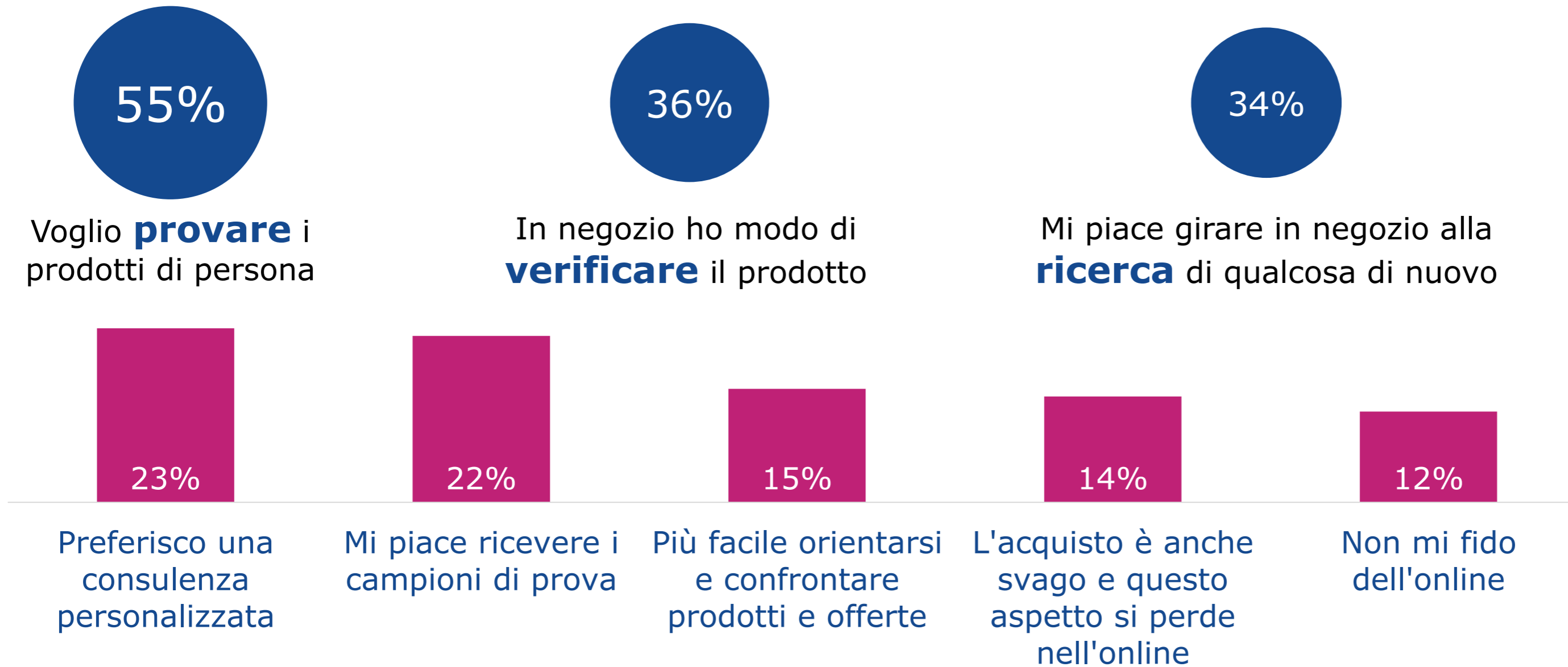


**ATTENZIONE ALLA CURA E
PULIZIA PERSONA +
DISINFEZIONE MANI**



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

Il desiderio di tornare alla normalità funzionale ed esperienziale





www.cosmeticaitalia.it



 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche