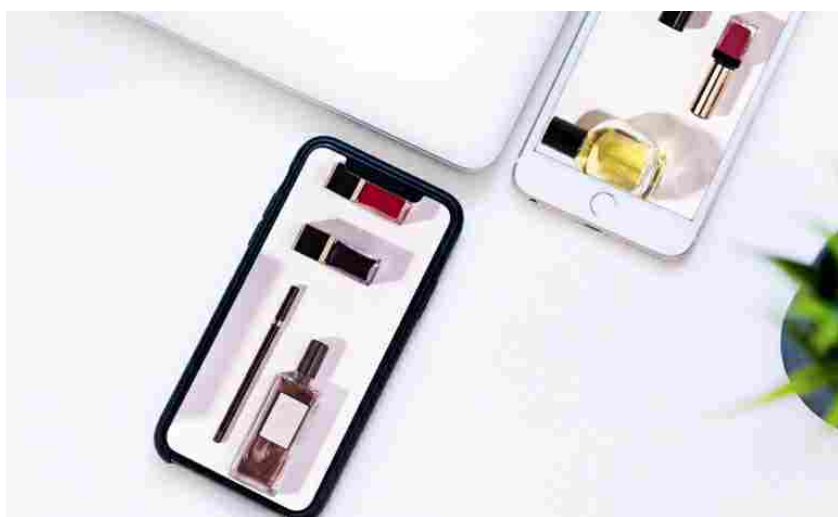


PAMBIANCO *beauty*

Lunedì 15 Marzo 2021 - Testata fondata nel 2001

Beauty Prestige, previsioni Npd a +18% nel 2021

15 Marzo 2021 di Redazione



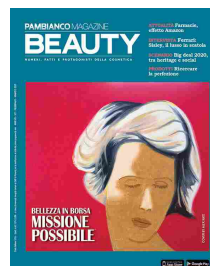
Npd Beauty Trends

The Npd Group, società internazionale specializzata nell'analisi e nelle ricerche di mercato, ha condiviso in esclusiva per **Cosmoprof Worldwide Bologna** i risultati dell'ultimo studio dedicato al **Beauty Prestige** e alle previsioni per il 2021.

In Italia Npd ipotizza una crescita realistica del mercato prestige del +18% rispetto al 2020, che si era chiuso a -23%: una percentuale che però potrebbe scendere al +12% nello scenario peggiore e salire al +21% nella migliore delle ipotesi. Tuttavia, se si prende come benchmark il 2019, risulta chiaro che non sarà possibile ritornare ad un livello del comparto pre-pandemia. "Ci aspettiamo che il comparto registri infatti nel 2021 un calo del -10% rispetto al 2019, con una variazione attesa del -14% nel peggiore dei casi e un -7% in uno scenario ottimistico", afferma **Sylvie Cagnoni**, executive director Npd BeautyTrends Italy.

La situazione è simile se vengono analizzati i dati sugli altri principali paesi europei: Germania, Francia, UK e Spagna. "Anche in questo caso - prosegue Cagnoni - rispetto al 2020 si prevede una crescita realistica media EU5 del +15%. La Germania e la Francia dovrebbero registrare un rimbalzo inferiore a quello Italia, rispettivamente +11% e +16%, perché sono riuscite a contenere meglio la pandemia rispetto al nostro paese nel 2020. La Spagna e UK sono

PAMBIANCO BEAUTY N.1



IN QUESTO NUMERO:
BELLEZZA IN BORSA - MISSIONE POSSIBILE

ATTUALITÀ
Farmacie, effetto Amazon

INTERVISTA
Ferrari: Sisley, il lusso in scatola

SCENARIO
Big deal 2020, tra heritage e social

PRODOTTI
Ricerca la perfezione

SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

SCOPRI le QUOTABILI 2020



SCARICA LA 15° EDIZIONE DEL PREMIO PAMBIANCO "LE QUOTABILI 2020" E SCOPRI TUTTI I VINCITORI

BEAUTY TV



Lo Prato (Naima): "Il consumatore resta al centro"



Pirillo (Rouge): "Il nostro successo è il make-up"



Plà (Angelini): "Devono crescere tutti i canali"

attese in linea con l'Italia, con una previsione di crescita rispetto al 2020 rispettivamente del +16% e +18%. Se però andiamo ad analizzare il trend 2021 verso 2019, il mercato prestige in Europa subirà un calo medio del -9%: Francia e Germania sono attese ad un -7%, mentre per la Spagna prevediamo -13%. Il Regno Unito segnerà un calo del -10%, in linea con le percentuali italiane”.

L'e-commerce è stato un canale fondamentale per sostenere i consumi nel 2020, e Npd prevede un consolidamento ulteriore nel 2021. Le attese nelle analisi dei 5 mercati chiave per l'Europa (Germania, Francia, UK, Spagna e Italia) sono ancora di crescita rispetto al 2020, con un +7%; il rapporto con il 2019 segna un tasso del +55%. Per l'Italia, Paese ancora a bassa penetrazione delle vendite online, le crescite attese sono a doppia cifra rispetto al 2020: +20% (+146% verso il 2019).

Ci sono comunque delle aree che lasciano presagire una ripresa del Beauty Prestige. “Il maggiore ottimismo si registra per le categorie skincare, haircare e le fragranze, mentre per il make-up sarà ancora un anno problematico per la scarsa vita sociale e l'uso della mascherina ancora obbligatorio. Riteniamo che skincare e haircare continueranno a beneficiare della consolidata beauty routine e dei nuovi rituali di bellezza riscoperti durante il 2020 per la cura del proprio benessere: Spa at home, home scent rituals, disconnection rituals”, conclude Cagnoni.

PAMBIANCO MAGAZINE



SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

IN QUESTO NUMERO:
DOSSIER
Con il Covid la strategia è l'aggregazione

ATTUALITÀ Effetto Covid, le fiere sperano nell'estate

LE QUOTABILI 2020
Sono 9 quelle pronte per la Borsa

SCENARI Il turismo cinese diventa domestico

GIRO POLTRONE



Kimbell nuovo CEO di Ulta Beauty



Betti a capo di Marionnaud Italia e Centro Europa



Laboratoire Native Italia arruola Magnaguagno



Sofia Vergara pronta per la sua avventura di bellezza



Zalando assume Rogers come VP Beauty

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

Sostenibilità, una carta per il made in Italy

Prima era la moda del biologico e del naturale. Poi si è innescata la questione del circular per...

