

## 4 TRENDS, 4 YOU

Trends4Clients è uno strumento di approfondimento agile e funzionale che ogni mese sintetizza per te le tematiche di maggiore attualità in 4 key points

### Cosa

Qual è il trend emergente

### Dove

In quali territori si localizza

### Chi

Quali categorie e aziende interessa

### Quanto

Quanto vale il fenomeno

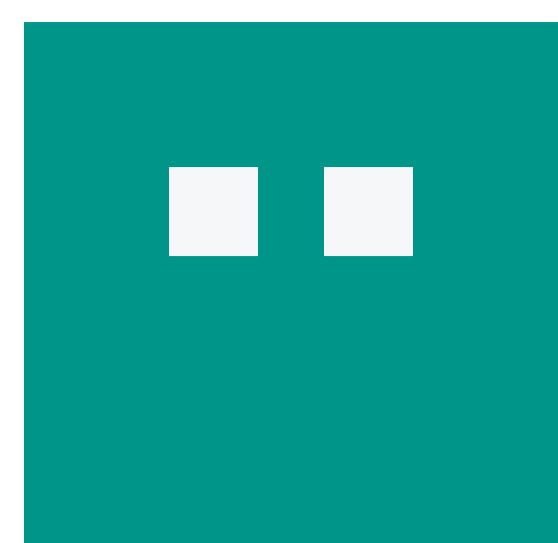


## Pronti a ripartire

La Fase 2 è iniziata: come affrontarla? Molto dipenderà dal modo in cui industria e retail sapranno **riconquistare i consumatori gestendo le nuove abitudini di consumo** e le nuove modalità di comunicazione. Per parlare di ripresa dobbiamo distinguere due momenti: il *subito dopo* e il *dopo*.

Nella prima immediata fase *post-covid* dobbiamo mettere in campo lo **studio continuo dei bisogni** da una parte e la **ricostruzione della fiducia** dall'altra. Due asset fondamentali per evitare di non riuscire a rispondere alla domanda che riprenderà sulle categorie abbandonate durante l'emergenza – anche per banali errori di calcolo sugli stock – e alla richiesta di prodotti per la prevenzione nella prossima stagione invernale.

In questa fase è fondamentale guardare al **dato microterritoriale** per comprendere i bisogni emergenti dei consumatori, le modalità di approvvigionamento, le criticità legate alla distribuzione intermedia e finale.

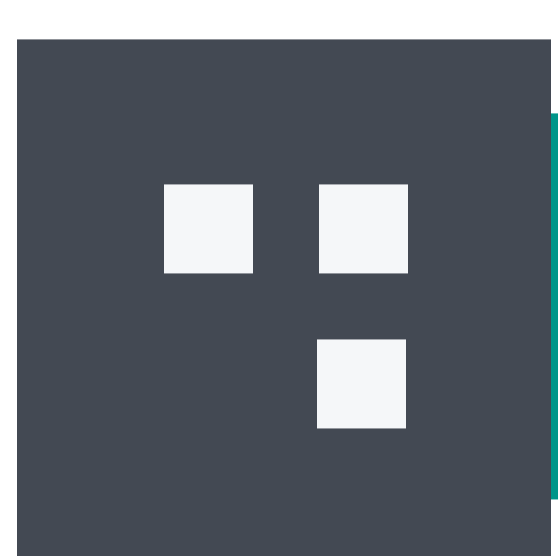


## Una geografia diversificata

Dalle zone rosse\* alle disomogeneità tra le ordinanze regionali, le dinamiche dei mercati tra i vari territori italiani hanno contribuito con **incidenza molto variabile** all'andamento del settore. Si conferma invece il ruolo da protagonista delle **farmacie di prossimità** in tutto il territorio nazionale durante il periodo dell'emergenza.

\* Dipartimento della Protezione Civile, monitoraggio al 31 maggio 2020

\*\* Trend % VS anno corrispondente, in confezione, periodo emergenza Covid-19: 16 febbraio - 17 maggio 2020



## Nuovi bisogni e modalità d'acquisto

Durante il periodo dell'emergenza il **farmaco su prescrizione ha mostrato trend nel complesso negativi**. Dopo un primo effetto "scorta" dovuto alle prescrizioni di piani terapeutici più lunghi che hanno ridotto le uscite della popolazione fragile, nelle ultime settimane abbiamo assistito a un **calo di traffico legato al farmaco etico**.

Il trend\*\* del Commerciale riflette le dinamiche che il *lockdown* ha indotto nei diversi comparti, alcuni più legati ai **nuovi bisogni indotti** come i prodotti legati alla prevenzione e all'emergenza, altri più legati alle **diverse modalità di approvvigionamento** da parte del consumatore.



IMMUNOSTIMOLANTI

+95,1%



VITAMINA C

+243,2%



INTEGRATORI PER IL RIPOSO NOTTURNO E CALMANTI

+25,1%



TRATTAMENTI VISO

-15,2%



TRATTAMENTI CORPO

-10,3%



TINTURE PER CAPELLI

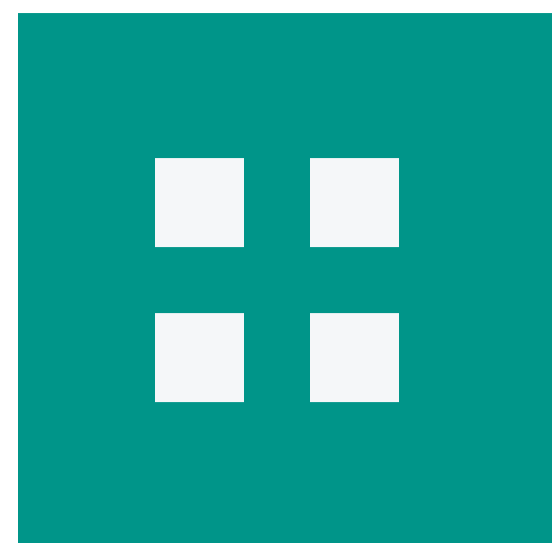
+179,9%



DEPILAZIONE

+81,3%



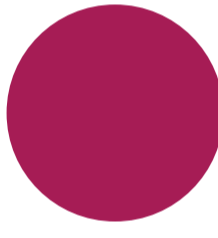




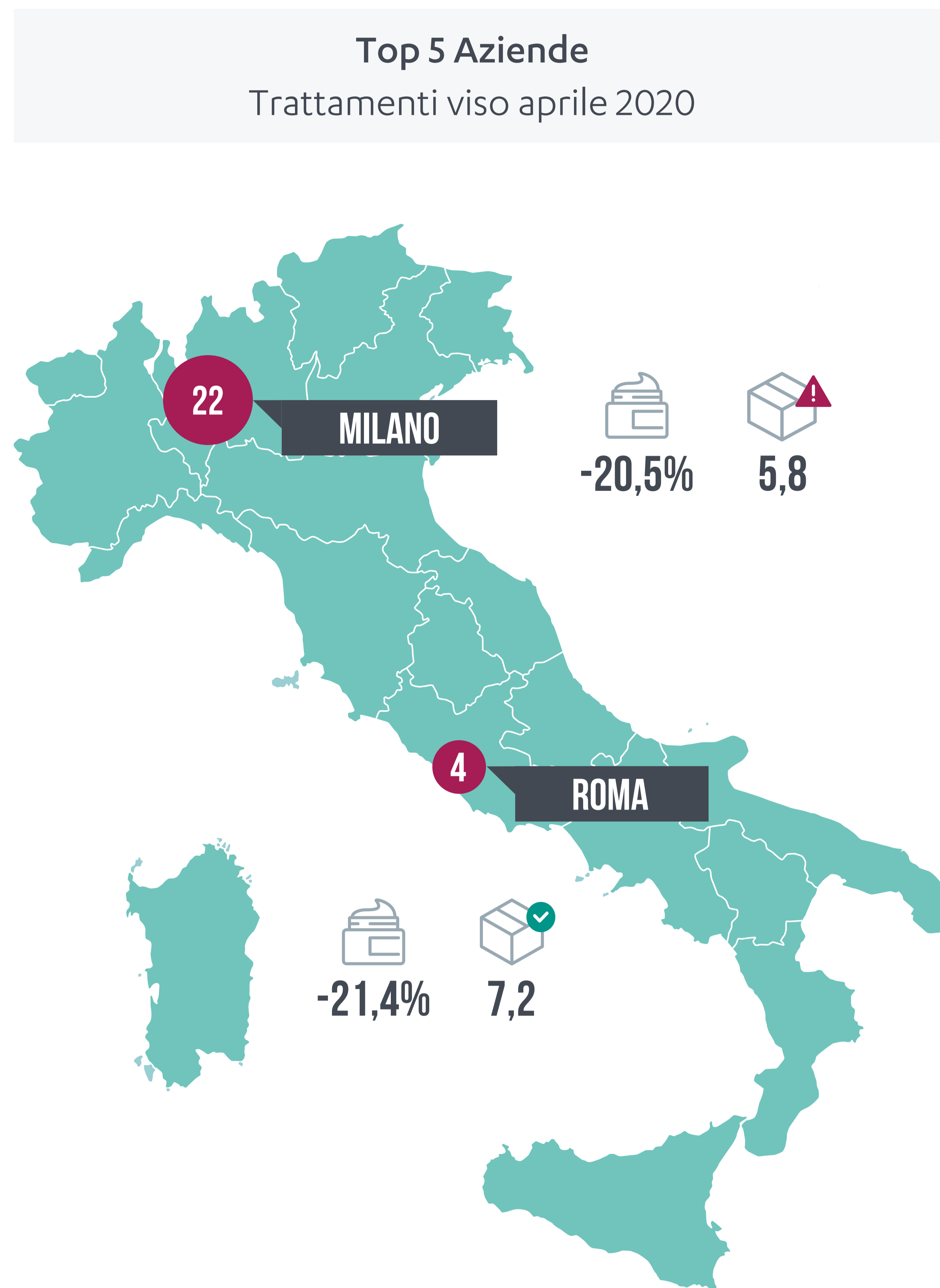
# Uno sguardo agli stock

La Dermocosmesi, e più precisamente l'Area Trattamenti, è stato un settore molto penalizzato durante il periodo Covid-19.

È interessante osservare che due province italiane con incidenze di casi Covid-19 molto diverse quali **Milano e Roma**, a fronte di un calo della domanda (rispettivamente, -24,4% e -24,1%) mostrano un comportamento differente rispetto alla gestione dello stock: nella provincia di Milano le prime 5 Aziende dei trattamenti viso hanno un **problema di indice di provvista**.

In fase di riapertura queste farmacie dovranno necessariamente avere i prodotti richiesti in casa per **fidelizzare di nuovo le consumatrici** e rifornirsi nell'ottica della ripartenza.

-  NUMERO DI CASI PER FARMACIA
-  TREND CONFEZIONI
-  INDICE DI PROVISTA



## COME PERFORMANO I BRAND DELLA TUA AZIENDA NELLE PROVINCE PIÙ COLPITE? ESISTE UN PROBLEMA DI STOCK?

Contatta ora il tuo Team Account New Line per prenotare una analisi personalizzata o fissare un incontro di approfondimento. I nostri esperti sono pronti a rispondere a tutte le tue domande.



WWW.NEWL.IT



INFO@NEWL.IT



+39 02 39198028



NEW LINE RICERCHE DI MERCATO SRL  
VIA RICCARDO LOMBARDI 19/10 | 20153 MILANO  
[ABOUT US](#)