

in collaborazione con

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

# **LA SITUAZIONE DEL CANALE DELL'ESTETICA PROFESSIONALE DOPO LA PANDEMIA: VALUTAZIONI E PROSPETTIVE**

**GIAN ANDREA POSITANO**

Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

1 maggio

# L'attuale scenario



È in atto un profondo cambiamento delle catene di approvvigionamento e produttive in termini **economici, sociali e ambientali.**



Il Covid-19 ha prodotto **rallentamenti fisici e ritardi** nei flussi commerciali e di fornitura delle catene del valore del cosmetico.



Il recente scenario economico, condizionato anche dalle **tensioni geopolitiche** in Ucraina, dal **rincaro dei costi energetici** e delle **commodities**, impone la revisione delle stime, peraltro sempre positive, del Centro Studi, attraverso una lettura più cauta sia dei valori che delle proiezioni a medio termine.

# Analisi SWOT dell'industria cosmetica

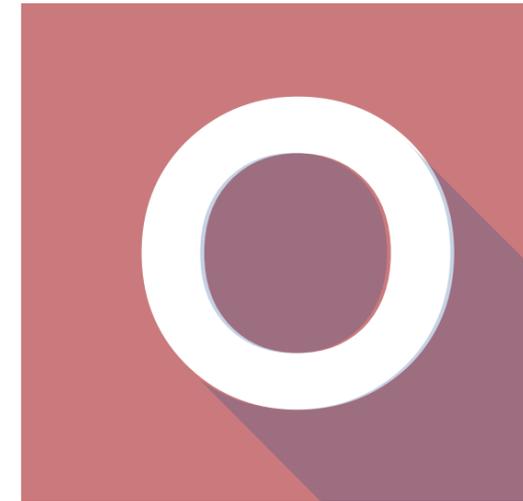


## FORZA

investimento in ricerca e sviluppo  
e-commerce e attività digital  
conoscenza della clientela

## DEBOLEZZE

pianificazione dei lotti e dell'attività produttiva  
attività promozionale  
ricorso all'autofinanziamento



## OPPORTUNITÀ

ripensamento del modello di business  
investimento sul mercato estero  
piani di fusione, acquisizione e partnership

## MINACCE

costo dell'energia  
costo materie prime  
rimodulazione della clientela





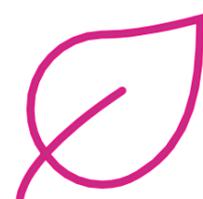
# Innovazione, flessibilità e focus sulla connotazione naturale e sostenibile

I numeri di un comparto oltre la crisi



**6%**

Per **l'innovazione** e la **tecnologia**, le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 6% del fatturato, più del doppio della media nazionale.



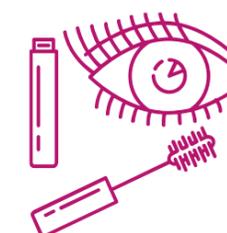
**16%**

Oltre 1.800 milioni di euro è il valore del fatturato generato dai **cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** in Italia, equivalente a più del 16% del totale dell'industria cosmetica.



**25%**

Durante i lockdown, la reazione delle imprese ha permesso una tempestiva **riconversione produttiva**, interpretata da un'azienda su quattro.



**67%**

In Europa la percentuale del **trucco prodotto da aziende italiane** è del 67%, a livello mondiale tocca il 55%.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

# Canali e mercato cosmetico in Italia nel 2021



## PRECONSUNTIVO VARIAZIONE

(MILIONI DI EURO NEL '21)

(VAR. % '21-'20)

mass market	4.544	+2,7
profumeria	1.877	+21,3
farmacia	1.866	+3,1
e-commerce	871	+23,2
acconciatura	550	+21,3
erboristeria	376	+13,8
vendite dirette	345	+2,0
<b>estetica</b>	<b>211</b>	<b>+25,2</b>
<b>Totale mercato</b>	<b>10.640</b>	<b>+8,8</b>

« Il mercato registrerà il ritorno ai **livelli pre-crisi** nel **2022.** »

### PROIEZIONI MERCATO

- al 2022: **+3,3%**
- al 2023: **+3,2%**

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.  
Valori in milioni di euro e variazioni % rispetto al periodo precedente.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

# Evoluzione del **paniere di consumo** di **cosmetici** in Italia

Peso % '20    Peso % '21

17,0%	<b>17,4%</b>	Cura viso
15,9%	15,7%	Cura corpo
11,0%	<b>12,5%</b>	Profumeria alcolica
12,7%	<b>11,7%</b>	Igiene corpo
12,2%	<b>11,1%</b>	Cura capelli
7,9%	<b>7,5%</b>	Igiene bocca
5,2%	<b>5,7%</b>	Trucco occhi
5,0%	<b>5,3%</b>	Trucco viso
3,9%	4,0%	Cura labbra
3,3%	3,1%	Dermici per bambini
2,4%	2,5%	Cura mani
1,6%	1,6%	Linea maschile
1,8%	2,0%	<i>Altri prodotti</i>

**8.113** MIO/€    **8.664** MIO/€

**Totale canali tradizionali**

« La funzione igienizzante che ha fortemente impattato sulla beauty routine nel corso del 2020, nel 2021 beneficia meno dell'**effetto accaparramento** e registra il **ridimensionamento** della frequenza di utilizzo. Tornano a crescere i prodotti più legati alla **sfera sociale**. »



# Evoluzione del **paniere di consumo** di **cosmetici** in Italia

« I **prodotti igienizzanti** superano a fine 2021 i valori pre-Covid, mentre i prodotti per il **trucco**, nonostante la ripresa avvenuta lo scorso anno, non recuperano ancora i livelli del 2019. »

	Var. % '21-'20	Var. % '21-'19
Cura viso	9,3%	-3,8%
Cura corpo	5,2%	-3,0%
Profumeria alcolica	22,0%	-4,3%
Igiene corpo	-1,5%	3,6%
Cura capelli	-2,9%	-0,7%
Igiene bocca	0,2%	1,6%
Trucco occhi	17,0%	-6,6%
Trucco viso	12,9%	-19,7%
Cura labbra	10,2%	-23,6%
Dermici per bambini	-1,5%	-10,1%
Cura mani	9,3%	-5,5%
Linea maschile	3,9%	-6,2%
Altri prodotti	17,1%	-6,9%
<b>Totale canali tradizionali</b>	<b>+6,8%</b>	<b>-4,7%</b>

# I consumi di cosmetici dei canali tradizionali interessanti per il salone di bellezza

		valore 2021	var. % 21-20	var. % 21-19
CURA CORPO	Solari e pigmentanti	357,1	13,6	-8,0
	<b>Depilatori</b>	<b>67,1</b>	<b>-11,6</b>	<b>-6,9</b>
	<b>Rassodanti, zone specifiche e antietà</b>	<b>62,9</b>	<b>4,9</b>	<b>-3,5</b>
	<b>Prodotti per la cellulite</b>	<b>55,6</b>	<b>-2,5</b>	<b>-10,4</b>
CURA VISO	Maschere e esfolianti per il viso	86,5	11,2	5,0
	Depigmentanti per il viso	23,6	11,9	9,0
	<b>Prodotti per le impurità della pelle</b>	<b>62,4</b>	<b>14,2</b>	<b>17,6</b>
TRUCCO MANI	<b>Smalti</b>	<b>128,9</b>	<b>11,4</b>	<b>-7,7</b>
TRUCCO VISO	Fondotinta e creme colorate	244,5	12,2	-20,4
	Rossetti e lucidalabbra	222,3	11,8	-28,2
	Mascara	193,3	15,6	-8,0
	Delineatori e matite	188,4	17,0	-4,7
	Correttori guance, fard e terre	162,1	14,8	-18,2
	Ombretti	108,2	19,5	-7,2
	Cipria	50,0	10,7	-21,2

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.  
Valori in milioni di euro e variazioni % rispetto al periodo di riferimento.



# Il consumatore del 2030

La previsione a lungo termine apparentemente azzardata vuole stimolare la riflessione in merito ai **nuovi orientamenti del consumatore**, sempre più in **evoluzione** e **contraddizione**.

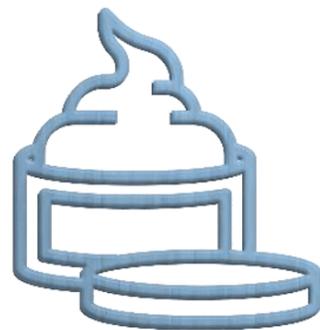
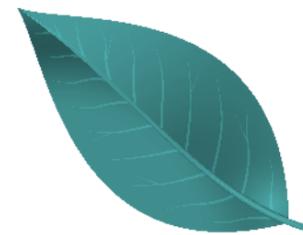
# Il consumatore del 2030

Si consolideranno i canoni di bellezza **pre-Covid**:



trucco **invisibile**

bellezza **naturale**



beauty routine **minimaliste**

cosmetici **multiuso**





# Il consumatore del 2030

Si allenteranno le restrizioni adottate per prevenire la diffusione del Covid-19 e l'attenzione tornerà sul **trucco viso**.  
Per le pelli irritate e sollecitate dai lunghi periodi con la mascherina, si porrà l'attenzione su **texture delicate e funzionali**.

[claim idratante, antiossidante, illuminante]



# Il consumatore del 2030

In Europa, si sta già amplificando la presenza del claim **idratante** sul totale dei lanci di prodotti per il **trucco viso**.

Fondotinta **58%**



Base trucco **52%**



Correttore **47%**



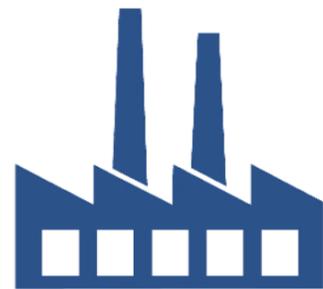
Rossetto **36%**



... e in futuro sarà sempre più richiesto ai brand cosmetici il ruolo di **strumenti** del **benessere** a 360 gradi del consumatore.



# Il fatturato cosmetico in Italia



**fatturato**

**11.810**

**mio/euro**

**(+9,9% sul '20)**



**export**

**4.848**

**mio/euro**

**(+13,8% sul '20)**

preconsuntivo  
**2021**



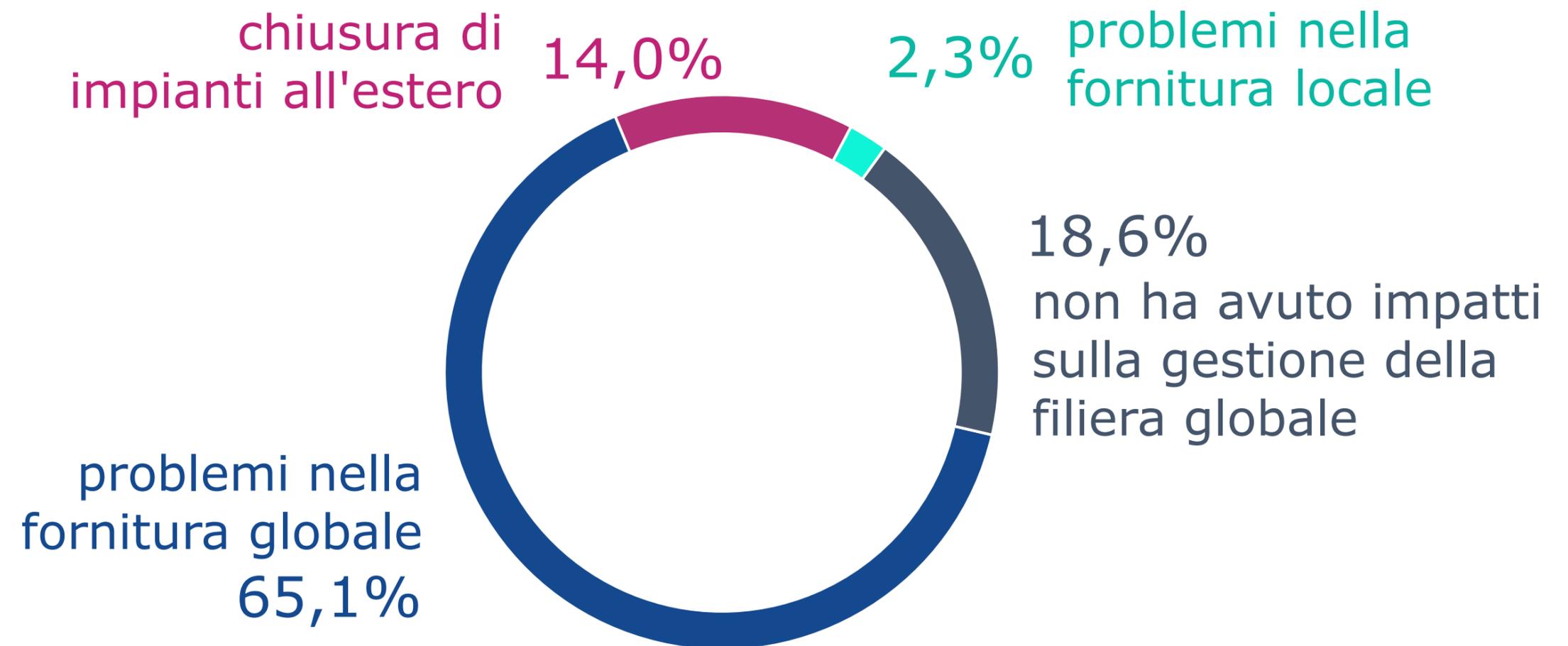
# Evoluzione e stime del **fatturato cosmetico** *#fenomenocrisi 1*

valore <b>2019</b>	valore <b>2020</b>	preconsuntivo <b>2021</b>	proiezione <b>2022</b>	proiezione <b>2023</b>
<b>12,1</b> mld/euro	<b>10,7</b> mld/euro	<b>11,8</b> mld/euro	<b>12,1</b> mld/euro	<b>12,5</b> mld/euro
<b>+1,5</b> Var. %	<b>-11,0</b> Var. %	<b>+9,9</b> Var. %	<b>+2,7</b> Var. %	<b>+3,3</b> Var. %

« Sulle stime fatte a gennaio non impattavano gli **effetti** della **crisi Russia – Ucraina (2022 = +6,5% e 2023 = +6,6%)**.

La revisione prevede comunque nel corso del 2022 il **recupero** dei valori **pre-crisi**. »

# Impatti sulla **catena del valore cosmetico** *#fenomenocrisi 2*



Elaborazione Centro Studi sulla base delle dichiarazioni espresse dagli operatori intervistati.  
Ripartizione % sulla base delle dichiarazioni espresse degli operatori in ambito cosmetico.

# L'impatto economico delle crisi sul fatturato dell'industria cosmetica è ancora marginale *#fenomenocrisi 3*

**Aumento dei costi** da inizio 2022, alla luce dei due momenti storici attraversati (Covid-19 e crisi Russia-Ucraina), rispetto al 2019



**+14,2** Var. % 22-19  
**materie prime**



**+35,7** Var. % 22-19  
**energia**



# Su chi grava il **rincaro dei costi** di produzione? *#fenomenocrisi 4*

Ad oggi, sui **canali distributivi** impatta ancora marginalmente il rincaro dei prezzi dell'energia.



Oltre il **70%** delle imprese cosmetiche dichiara un aumento dei prezzi **inferiore** all'incremento dei costi.

... tuttavia, la **leva inflazionistica** proietta la stima del rialzo dei prezzi al consumo compreso tra il **4,2** e il **5,8%\***.

# Come sta **rispondendo** alla **crisi** l'industria cosmetica?



Ritorno a **fiere** ed **eventi** in presenza

**COSMOPROF**  
**Milano Beauty Week**  
**In-Cosmetics**  
**Making Cosmetics**



Innovazione di **processo**  
e di **prodotto**

*less is more*  
ecosostenibilità formule  
tracciabilità ingredienti  
produzioni a impatto zero



Sviluppo incessante del **digital** e  
rilettura **canali tradizionali**

**l'incremento dell'e-commerce**  
**le opportunità del metaverso**  
**il retail ibrido e il mix fra i canali**



Ridefinizione dei parametri nei  
**canali di comunicazione**

**social media e influencer**  
**incrementano costantemente il**  
**loro peso nell'investimento media**



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

# La prossima risposta dell'industria cosmetica

Oltre al **COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA in corso ...

M B W

MILANO BEAUTY WEEK

3 - 8 MAGGIO 2022



[www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)



 COSMETICA ITALIA  
associazione nazionale imprese cosmetiche