

in collaborazione con

COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

NUMERI, TREND, VALORI DELLA COSMETICA

GIAN ANDREA POSITANO

Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

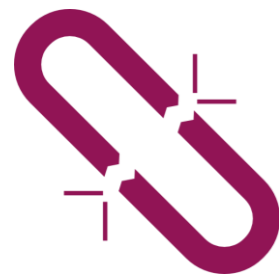
28 aprile

 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

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

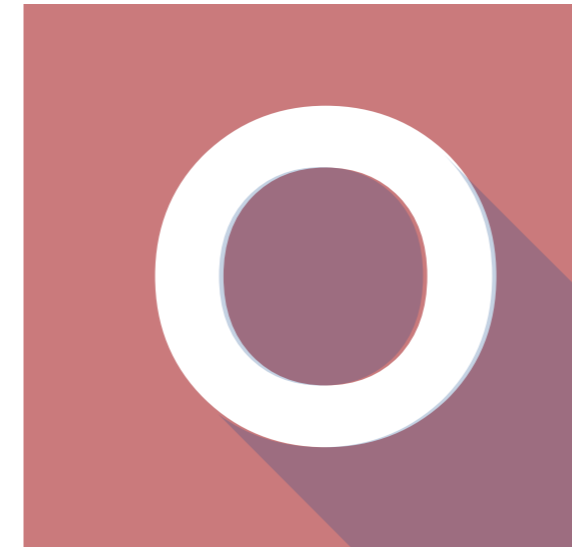


FORZA

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.



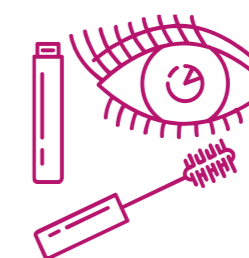
16%

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
estetica	211	+25,2
Totale mercato	10.640	+8,8

« 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.

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

Peso % '20 Peso % '21

17,0%	17,4%	Cura viso
15,9%	15,7%	Cura corpo
11,0%	12,5%	Profumeria alcolica
12,7%	11,7%	Igiene corpo
12,2%	11,1%	Cura capelli
7,9%	7,5%	Igiene bocca
5,2%	5,7%	Trucco occhi
5,0%	5,3%	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%
Totale canali tradizionali	+6,8%	-4,7%



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**.

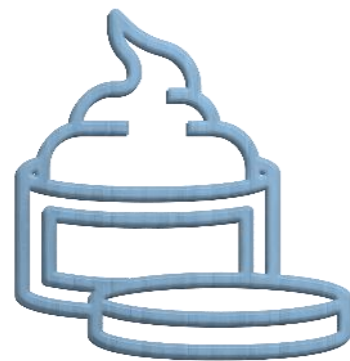
Il consumatore del 2030

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%**



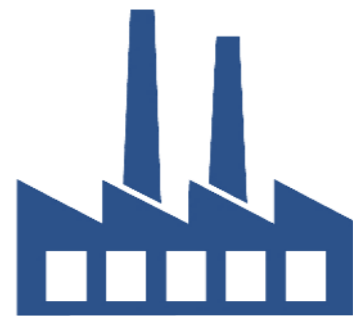
Rossetto **36%**



... 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 dell'export cosmetico italiano

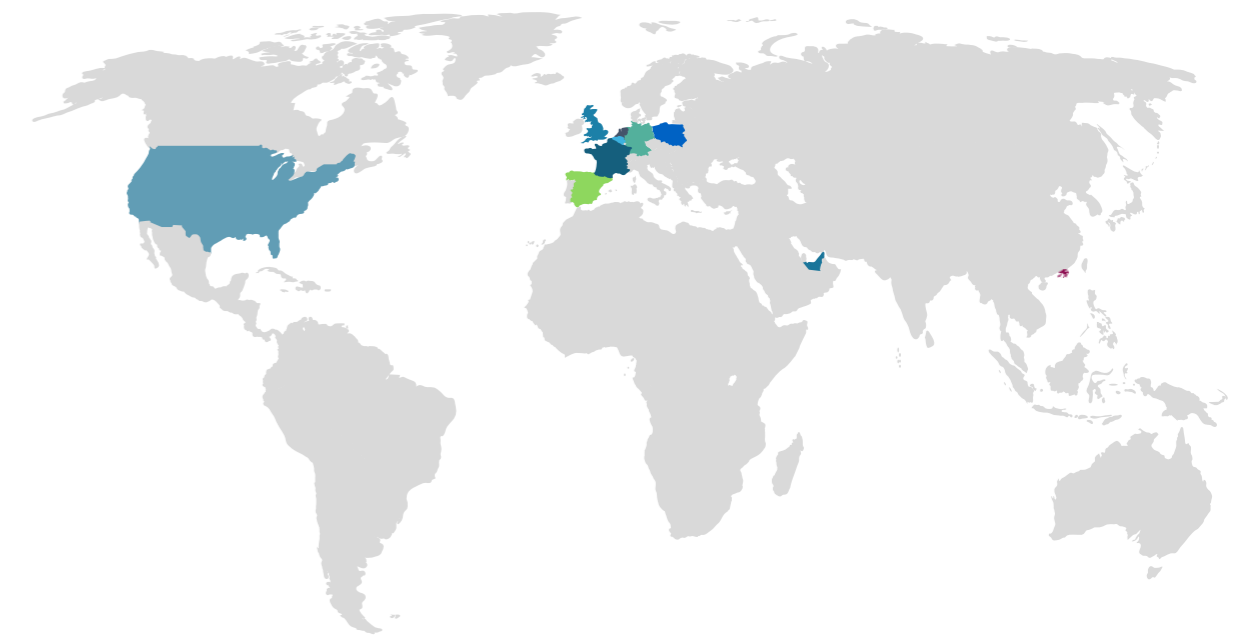
	valore 2019	valore 2020	preconsuntivo 2021	proiezione 2022	proiezione 2023
EXPORT	4.985 mio/euro	4.154 mio/euro	4.849 mio/euro	4.994 mio/euro	5.219 mio/euro
	+0,8 Var. %	-16,7 Var. %	+13,8 Var. %	+3,0 Var. %	+4,5 Var. %
BILANCIA COMM.LE (export – import)	2.776 mio/euro	2.222 mio/euro	2.748 mio/euro		

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali rispetto l'anno precedente

Export cosmetico italiano nel 2021 – Top 10

« L'export cosmetico italiano registra a fine 2021 una crescita del **13,8%**.
Le prime dieci destinazioni concentrano il **64%** del totale export cosmetico italiano. »

	Var.% '21-'20	Var.% '21-'19	Valore 2021
1. Francia	+6,0%	-10,2%	552
2. USA	+28,0%	3,0%	528
3. Germania	+6,6%	-12,0%	498
4. Hong Kong	+23,1%	22,4%	298
5. Spagna	+5,1%	-9,4%	276
6. UK	-1,0%	-23,9%	271
7. Paesi Bassi	+34,0%	31,2%	225
8. Polonia	+6,7%	6,8%	176
9. Emirati Arabi Uniti	+37,2%	1,6%	141
10. Belgio	+18,0%	-18,0%	118



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2021-20 e 2021-19

Export cosmetico italiano nel 2021 – prodotti

	Valore 2021	Var. % '21-'20	Var. % '21-'19	Bilancia comm.le (export – import '21)
Profumeria alcolica	1.169	+22,9%	+3,4%	655
Cura corpo	1.116	+18,2%	+13,0%	348
Cura capelli	1.075	+14,7%	+14,5%	814
Trucchi	780	+13,3%	-21,5%	568
Igiene personale	307	-5,1%	-29,8%	164
Igiene orale	234	-1,4%	+10,9%	107
Linea maschile	38	+13,4%	-14,4%	21
Altri prodotti	130	-9,8%	-2,8%	70
Totale export cosmetico	4.849	+13,8%	-2,7%	

« Le **tinture** per capelli, la **profumeria** alcolica e i **trucchi** per gli **occhi** sono i prodotti più competitivi, con marchio o *unbranded*, a livello mondiale, con cui guadagniamo quote nei mercati locali di destinazione dell'export. »



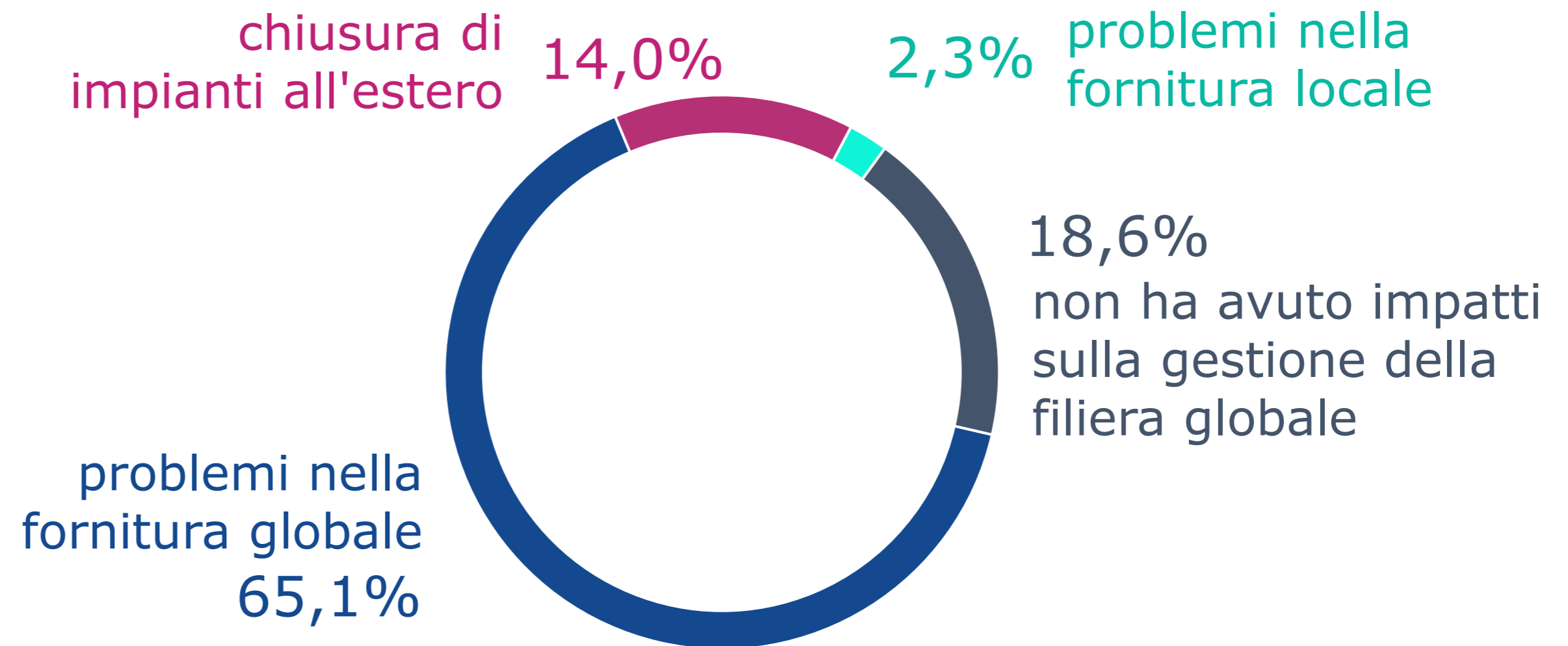
Evoluzione e stime del **fatturato cosmetico** *#fenomenocrisi 1*

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



 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche