



15 febbraio 2024

CONGIUNTURA, TREND E INVESTIMENTI NEL SETTORE COSMETICO

La stabilizzazione seppur rallentata dell'economia mondiale, seguita alle incertezze nel periodo post covid, risente ancora delle fluttuazioni dei prezzi delle *commodities* e delle incertezze derivanti dalle tensioni geopolitiche. Gli andamenti congiunturali del secondo semestre 2023, oltre alle previsioni per i primi mesi del 2024, sottolineano la capacità reattiva dell'industria cosmetica nazionale che incorpora le incertezze a favore di strategie aziendali sempre più allineate alla misurazione dei fenomeni, sia di mercato che di evoluzione produttiva, ponendo al primo posto gli investimenti in innovazione e le analisi delle nuove propensioni di consumo.

Infatti, le valutazioni di chiusura del 2023 evidenziano un valore del fatturato delle imprese cosmetiche superiore ai 15 miliardi di euro (+13,3% rispetto al 2022) e una proiezione per il 2024 di 16,5 miliardi di euro (+9,8% rispetto al 2023). Sui livelli di produzione impatta ancora il parziale assorbimento della leva inflattiva, dovuta ai rincari delle materie prime che hanno avuto un riflesso su tutta la catena del valore.

Infatti, rispetto a una media del manifatturiero superiore al 12%, il comparto cosmetico registra nel corso del 2023 un rincaro dei prezzi inferiore all'8%, con lievi margini di miglioramento rispetto agli incrementi evidenziati a fine 2022. Oltre a questa virtuosità delle imprese del comparto va considerato che l'evoluzione dell'industria è in forte accelerazione anche grazie ai nuovi mix di prodotto e di distribuzione, che rispondono e anticipano i bisogni dei consumatori.

Un importante contributo alla crescita dei fatturati è dato dall'export, fortemente in crescita già dal 2021, con una variazione positiva a chiusura del 2023 di 19,5 punti percentuali e con il livello di valore record prossimo a 7 miliardi di euro, in un contesto in cui la manifattura italiana nel suo complesso sta registrando un rallentamento della domanda internazionale. Le proiezioni al 2024 vedono per l'export dell'industria cosmetica italiana una ulteriore crescita di dodici punti percentuali, per un valore che si approssima ai 7,5 miliardi di euro, grazie alla buona diversificazione dell'offerta.

Inoltre, in questa 46esima edizione dell'analisi congiunturale, è stato dedicato un approfondimento sulla visione da parte delle imprese del settore in materia di intelligenza artificiale. È interessante al riguardo totale che, con riferimento al potenziale impatto avvertito dalle imprese intervistate, più della metà ritiene mediamente alto il livello di coinvolgimento, ed entrando nello specifico, con riferimento agli ambiti e ai processi aziendali, che impatteranno o impatteranno sempre di più negli strategie di impresa, si segnalano, per oltre un terzo delle risposte, i temi della comunicazione, seguiti dai processi di analisi predittiva e, infine gli ambiti legati alla logistica e alla produzione.



SCENARIO MACROECONOMICO

È ancora uno scenario di forte incertezza quello che stiamo vivendo, con un contesto macroeconomico globale soggetto anche agli sviluppi geopolitici, da ultimo il conflitto israelo-palestinese, che hanno ulteriormente complicato la situazione internazionale. La tensione tra apertura commerciale e autonomia nazionale emerge nei periodi di più rapida trasformazione, come quello attuale, guidata dall'aumento delle distanze geopolitiche tra paesi e dalla doppia transizione economica, green e digitale.

PIL in Italia: le recenti elaborazioni indicano per l'Italia una crescita del PIL dello 0,7% nel 2023, con il terzo e il quarto trimestre caratterizzati da una crescita sostanzialmente piatta, e dello 0,7% nel 2024, con un'economia in accelerazione nella seconda parte dell'anno.

Tasso di inflazione in calo: si stima che nel Paese il tasso passerà dal 5,9% nel 2023 al 2,7% nel 2024. In questo contesto è importante notare come l'aumento dei prezzi pesi maggiormente sulle famiglie più povere, a causa della differente composizione dei consumi delle famiglie attraverso le diverse fasce di reddito.

I consumi privati hanno trainato la crescita del 2023, grazie ad un incremento dell'1,5% rispetto al 2022. Nel 2024 si prevede una certa resilienza grazie ad una propensione al consumo più alta rispetto ai recenti esercizi.

Il mercato del lavoro resta solido: si stima che il tasso di disoccupazione nel 2024 sarà poco sopra il 7%. Raggiunto il massimo storico ad agosto 2023 sul numero di occupati (circa 23,6 milioni).

I rallentamenti nella catena globale di fornitura impatteranno ancora a monte della filiera ma i segnali di recupero, grazie anche alla lenta discesa del costo dell'energia, lasciano ben sperare per l'anno in corso.

Il **PIL Eurozona** mostra una crescita sottotono: nel 2023 si è attestata sullo 0,4% rispetto al precedente esercizio. A pesare sulla performance sono principalmente i consumi delle famiglie.

Crescita mondiale: è rallentata nel 2023 al 3,0% dopo il 3,5% registrato nel 2022, per scendere poi al 2,9 % nel 2024 (valore vicino a quello pre-pandemia pari al 2,8%).





Previsioni del PIL per area (var. % reali)

	2023	2024	2025
Economie consolidate	1,5	1,4	1,8
Area Euro	0,5	0,4	1,5
USA	2,1	1,5	1,8
UK	0,5	0,6	2,0
Germania	-0,5	0,9	2,0
Spagna	2,5	1,7	2,1
Italia	0,7	0,7	1,2
Nuove economie	4,0	4,0	4,1
Cina	5,0	4,2	4,1
India	6,3	5,8	6,3
Medio Oriente	2,0	3,4	3,9
Russia	2,2	1,0	1,0
America Latina	2,3	2,3	2,4
Pil mondiale	3,0	2,9	3,2

Elaborazione Centro Studi su dati Fondo Monetario Internazionale, Centro Studi Confindustria e Intesa Sanpaolo

INDUSTRIA

L'indagine congiunturale sulla seconda parte del 2023 e le proiezioni per il primo semestre 2024 evidenziano dinamiche di reazione alle criticità emerse nell'attuale scenario. I dati preconsuntivi sulla chiusura del 2023 delineano una crescita del fatturato globale del settore pari al 13,3%, per un valore di oltre 15 miliardi di euro, con una proiezione del +9,8% alla fine del 2024; si riconferma anche l'andamento positivo delle esportazioni che registrano, nelle proiezioni di fine anno, un +19,5%, per un valore di 7 miliardi di euro, con una proiezione del +12% a fine 2024. Significativo il contributo offerto dall'espansione nell'area americana e asiatica.

Per quanto concerne i valori di fatturato, quindi del sell-in, occorre rilevare l'ottima performance nei canali tradizionali, +8,7%, ma soprattutto l'ulteriore crescita dei canali professionali aumentati di 5,5 punti percentuali dopo le difficoltà di ripresa al termine del periodo pandemico.



Evoluzione Industria Cosmetica

	Consuntivo 2022	Preconsuntivo 2023	Var. % 23/22	Proiezione % 24/23
Fatturato Italia	7,450	8.074	8,4	8,0
<i>di cui generato nei canali:</i>				
tradizionali e digitali	6,732	7.317	8,7	8,3
professionali	718	757	5,4	5,0
Esportazione	5.850	6.991	19,5	12,0
Fatturato totale settore cosmetico	13.300	15.065	13,3	9,8
<i>di cui generato dal contoterzismo</i>	<i>1.810</i>	<i>1.975</i>	<i>9,1</i>	<i>7,5</i>

Elaborazione Centro Studi. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali rispetto al periodo precedente

In un contesto competitivo dettato ancora dalla difficoltà di reperimento delle materie prime, e il conseguente rincaro, oltre alle crisi belliche che hanno generato conseguenze sui costi energetici, l'industria cosmetica riconferma una volta di più quelle caratteristiche di anelasticità che il settore esprime da sempre: la cura di sé e l'igiene personale restano necessità quotidiane a cui le imprese hanno dimostrato di sapere rispondere con prodotti sicuri e innovativi, affiancando, e non rincorrendo, l'evoluzione delle opzioni di acquisto dei consumatori.

CONSUMI

Nel 2023 i valori del mercato interno di cosmetici, secondo gli indicatori preconsuntivi, sono prossimi a 12.500 milioni di euro con una crescita di 8,8 punti percentuali, caratterizzati in larga parte dalla crescita nei canali tradizionali e digitali con un +9,2% e dall'incremento più contenuto dei canali professionali con un +5,8%.

La fase espansiva della spesa da parte degli italiani è dettata, soprattutto nella prima metà del 2023 dall'inflazione dei cosmetici, ridimensionata in misura importante a fine del 2023, oltre che dal concetto allargato di benessere derivante dalla realizzazione e dalla soddisfazione di acquistare un prodotto cosmetico.

Infatti, la ritualità del consumo di cosmetici, accompagnata a nuovi modelli di esperienzialità nei punti vendita, migliora l'ingaggio del consumatore nei confronti dei brand oltre che una piena fiducia e identificazione nei valori narrati dalle aziende. Lo storytelling d'impresa è infatti una



leva strategica che ricopre il ruolo centrale nel rafforzamento della comunicazione su temi quali la sostenibilità.

Canali di distribuzione

	Preconsuntivo 2023	Previsioni 2024
Mass market	8,0	7,8
Profumeria	12,6	11,4
Farmacia	7,4	7,2
E-Commerce	12,5	10,1
Acconciatura	6,1	5,5
Erboristeria	12,0	10,5
Vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza)	1,1	1,0
Estetica	5,1	4,1

Elaborazione Centro Studi. Variazioni percentuali rispetto al periodo precedente

DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO – QUADRO DI SINTESI

Le accelerazioni dei prezzi nel corso del 2023 hanno deviato il reale andamento dell'economia nazionale. Anche se oramai si sono attenuati i rincari a monte della filiera, al momento non si assorbono ancora i tassi di interesse per l'accesso al credito, continuando a ledere il potere d'acquisto totale delle famiglie.

Lo scenario pone sotto i riflettori alcune criticità che si riflettono solo in parte sulle dinamiche industriali: dagli operatori intervistati emergono mediamente dichiarazioni di investimento costanti rispetto al semestre precedente.

Nello specifico:

- l'industria cosmetica, nel secondo semestre del 2023 ha valori dell'**occupazione** in leggero aumento rispetto al semestre precedente (due intervistati su cinque ne confermano il trend in crescita);
- l'**utilizzo degli impianti** esprime al meglio la reazione di uscita dal torpore economico e la conferma della timida ripresa nonostante la situazione di incertezza: le dichiarazioni di investimenti da parte degli intervistati (-9% la percentuale di operatori che sposta la



dichiarazione da valori in aumento a valori di investimento costante), sono il riflesso dello scenario economico mondiale che registra rallentamenti dei flussi commerciali e un indebolimento generale della produzione manifatturiera;

- i **costi di produzione**, in un contesto straordinario come quello che si sta attraversando, indicano l'impatto dell'incremento generale dei costi dettato dal rallentamento lungo tutta la catena del valore. Ad oggi, le dichiarazioni legate a tale aumento sono riassorbite, -15% (era il 59% nel semestre precedente e l'86% a febbraio 2023): percentuale che vede ridimensionare le densità di risposta registrando margini di miglioramento;
- gli **investimenti in macchinari e impianti** e gli **investimenti in manutenzione**, confermano la fase di stabilizzazione a seguito dell'espansione emersa nel semestre precedente, rafforzando le dichiarazioni degli operatori verso valori costanti da quasi metà degli intervistati;
- anche i valori di **ricerca e sviluppo** registrano dichiarazioni costanti rispetto al semestre precedente (47% contro il 44% del semestre precedente), a conferma del continuo investimento in know-how aziendale che da sempre contraddistingue la capacità competitiva dell'industria cosmetica;
- gli **investimenti in comunicazione** rappresentano la leva che registra un leggero aumento, espresso dal 59% degli operatori intervistati: questo alto livello di dichiarazioni è tuttavia la media dell'investimento tra gli strumenti tradizionali e le tecniche d'ambito digitale dall'elevato grado di complessità che movimentano i budget delle imprese.



Evoluzione delle dinamiche del comparto cosmetico

	DICHIARAZIONI DI INVESTIMENTI IN AUMENTO	DELTA AUMENTO RISPETTO AL SEMESTRE PRECEDENTE
Occupazione	40	1
Grado utilizzo impianti	30	-9
Costi di produzione	44	-14
Investimenti in macchinari e impianti	29	-19
Investimenti in manutenzione	29	-4
Investimenti in ricerca e sviluppo	36	-9
Investimenti in comunicazione	59	2

Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati. Distribuzioni percentuali e variazioni rispetto al semestre precedente

Oltre alle consolidate analisi, in questa indagine congiunturale si sono indagati i processi di digitalizzazione delle imprese cosmetiche. Le evidenze emerse toccano sia aspetti di comunicazione social, sia di impegno e investimento a favore di strumenti legati all'intelligenza artificiale.

I risultati mettono in luce l'impatto dell'IA sul business delle imprese: se da un lato è tra le parole-chiave che rivestiranno un ruolo importante nello sviluppo della comunicazione e del commercio digitale di prodotti cosmetici nei prossimi due anni, dall'altro, ad oggi, è marginale il suo utilizzo nei processi d'azienda. Il marketing è l'ambito principale su cui le aziende stanno applicando strumenti che adottano l'intelligenza artificiale, sia in termini di comunicazione (29,4% delle dichiarazioni) che di analisi predittiva (22,9%) e di CRM (18,3%). L'IA sta trovando spazio anche all'interno di altre aree aziendali: logistica e produzione (18,3%) e, chiudendo la classifica, l'IT legata ai temi di cyber sicurezza (8,3%).





METODOLOGIA CONGIUNTURALE

Ogni sei mesi il Centro Studi redige una comunicazione, da inviare a tutti i soci, in cui richiede i dati congiunturali dei mercati di riferimento. Inoltre, predispose il link al questionario online per la raccolta dei dati che contiene le richieste utili per elaborare l'indagine completa.

In occasione di periodici incontri con i gruppi e con i referenti specifici di alcune aziende si valutano le esigenze e si propongono eventuali approfondimenti di indagine.

Il Centro Studi contatta i gruppi e le aziende più collaborative per condividere tendenze, giudizi e commenti sui dati definitivi. Il Centro Studi elabora i dati finali, pesando con un modello statistico le risposte ricevute e modulandole nel confronto con i valori riscontrati dagli enti di rilevazione.

Nel rapporto vengono proposte rilevazioni ad-hoc e statistiche che di volta in volta risultano utili alla migliore comprensione dei fenomeni legati al settore industriale e al mercato della cosmetica.

Per garantire l'attendibilità dei dati raccolti ed elaborati si è stabilito uno strumento di misurazione alle variazioni espresse dalla congiunturale (previsioni) e il confronto con le variazioni percentuali calcolate a consuntivo.

La valutazione del Centro Studi è un elemento contenuto nelle verifiche da parte degli esperti di Certiquality. Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi hanno ricevuto la conferma delle certificazioni UNI EN ISO 9001:2015 e 14001: 2015. La procedura conferma che il processo è ben governato se lo scarto tra i dati espressi dalla congiunturale e i dati determinati a consuntivo non superano in valore assoluto le 2 unità.

