

B BEAUTY **T** TREND **W** WATCH

SETTEMBRE 2022

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

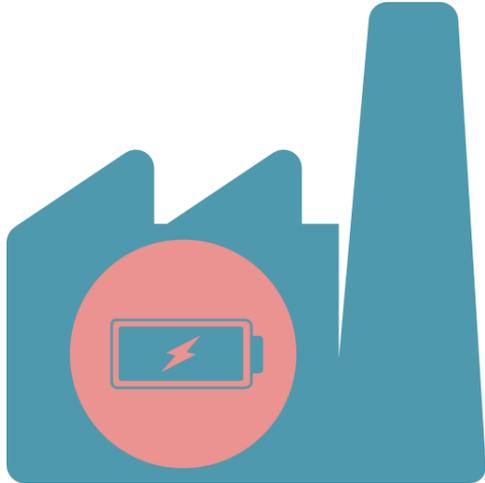
Il nuovo concetto di lusso

I prodotti premium possono essere apparentemente in conflitto con le nuove accezioni legate alla sostenibilità. La comunicazione dei brand verte sul concetto del *less is more*: la riduzione dei costi e dell'impatto sull'ambiente non è una limitazione dell'esperienza, ma una valorizzazione dell'appartenenza a un disegno unitario in cui dare il proprio contributo e messaggio alla società.

È ben inteso che il fenomeno legato alla sostenibilità non muove le scelte d'acquisto tra i brand, ma arricchisce la percezione e consolida la fedeltà alla marca basata su una narrazione ben più ampia. I risultati oggettivi e quantificati derivanti dall'impegno delle aziende sul fronte del miglioramento dei processi produttivi diventerà sempre più una leva strategica di comunicazione.



L'impiego di energia nell'industria cosmetica



I maggiori costi dovuti all'aumento dei prezzi delle commodities, gravano in misura importante sull'industria cosmetica italiana.

Complessivamente, nella lettura aggregata dei bilanci delle imprese cosmetiche, l'incidenza dei costi di produzione sul fatturato del comparto è pari all'86% e, considerato l'aumento dei soli costi legati alla fornitura di energia del 330%, l'aumento generale sulla produzione di cosmetici è di oltre 4 punti percentuali.

Tale aumento viene assorbito in misura importante dalle imprese che non riversano gli aumenti sui prezzi, se non in misura limitata.

Considerando l'aumento della spesa media del carrello degli italiani di oltre l'8%, l'impatto sui soli cosmetici è ben al di sotto del tasso d'inflazione.

Il trucco che «non aggiunge»

Nel corso degli ultimi anni, l'approccio ai prodotti per il trucco si è spostato a favore di un atteggiamento minimalista. A questo trend si affianca la richiesta crescente di prodotti di make-up ibridi, in grado di offrire benefici più specifici rispetto a coprire, colorare o nascondere gli inestetismi. Il focus si è concentrata sulle formulazioni che migliorano la pelle proteggendola e perfezionandola allo stesso tempo.

La maggiore attenzione alla cura di sé è anche un fattore che ha persuaso un certo numero di brand legati al trucco viso a creare prodotti innovativi con formulazioni ibride unendo le funzionalità della skincare a prodotti di make-up.

Questo movimento minimalista nel trucco guiderà l'attenzione su linee di prodotti semplici e pulite che semplificheranno la routine dei consumatori.

