



I DATI DEL MERCATO A CONNOTAZIONE NATURALE E LA PERCEZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DA PARTE DEI CONSUMATORI

marzo 2024



Dimensione e fenomeni dell'industria cosmetica mondiale

guardando al passato...

+4,6% Var. % 22-17
CRESCITA STORICA

fatturato cosmetico mondiale
supera i **500€ MLD**

+6,9% Var. % 23-22
A FINE 2023

... e guardando al futuro

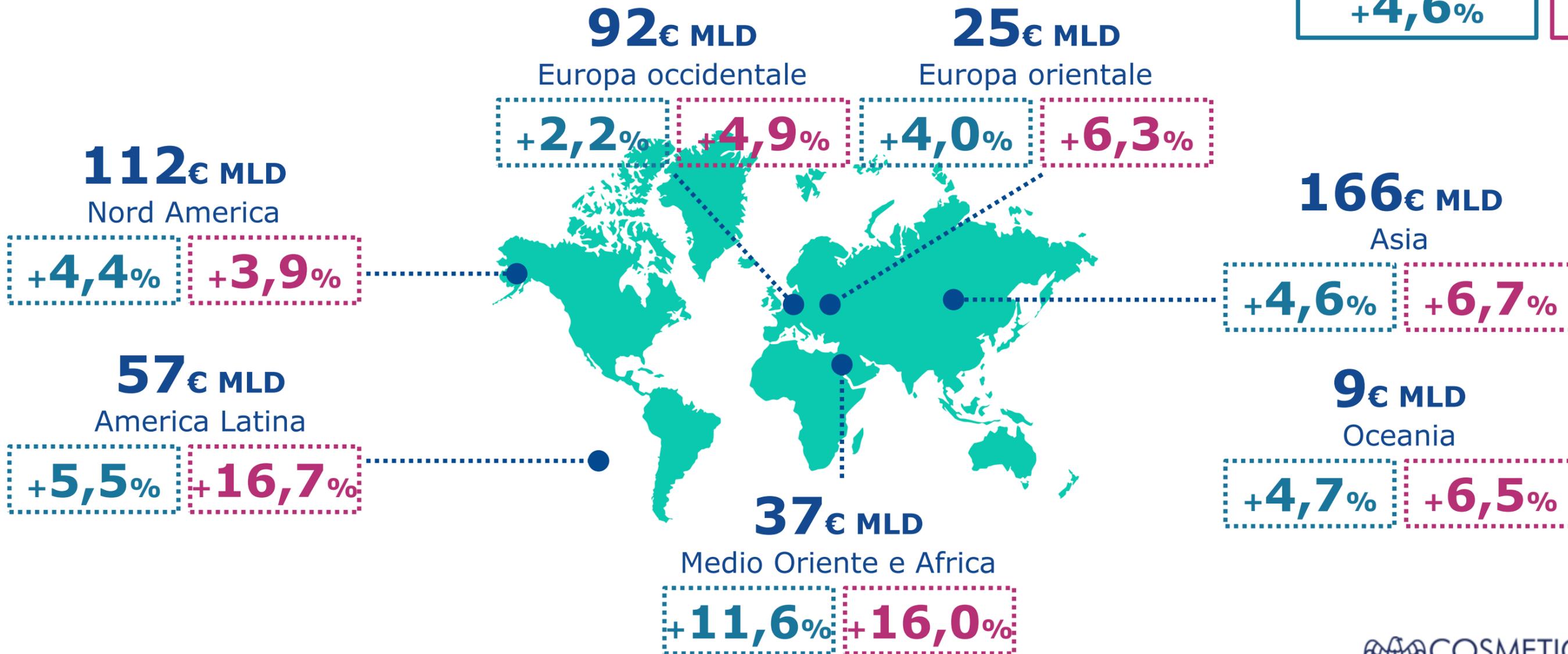
+7,9% Var. % 27-22
CRESCITA ATTESA

Si è assistito a un aumento generale dei costi e dei prezzi, ora stabilizzati. L'evoluzione dell'industria è in **forte accelerazione** grazie a nuovi mix di prodotto e di distribuzione che rispondono e anticipano i bisogni dei consumatori.

La virtuosità dell'industria cosmetica è globale

Andamento del fatturato per le principali aree geografiche
(evoluzione storica 2017-2022 e previsione 2022-2027)

CRESCITA STORICA (2017-2022)	CRESCITA ATTESA (2022-2027)
+4,6%	+7,9%



Fonte: KPMG. Variazioni percentuali nei periodi di riferimento.



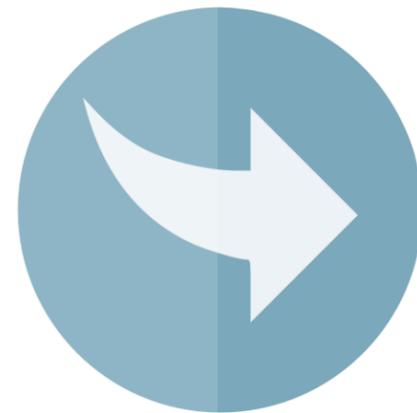
Evoluzione industria cosmetica in Italia

15,1€ MLD

Preconsuntivo '23 +**13,8%** var. % 23-22

Previsione '24 +**9,8%** var. % 24-23

di cui generati dal
contoterzismo



Oltre alle dinamiche dettate dal rincaro dei costi delle materie prime (es. trasporti e siccità), il fatturato dell'industria cosmetica aumenta anche grazie al forte **traino delle esportazioni.**

2€ MLD

Preconsuntivo '23 +**9,1%** var. % 23-22

Previsione '24 +**7,5%** var. % 24-23

Consumo di cosmetici degli italiani: evoluzione dei canali



consuntivo **2022**

11,5 € MLD

+**8,5** Var. % 22-21

preconsuntivo **2023**

12,5 € MLD

+**9,4** Var. % 23-22

proiezione **2024**

13,6 € MLD

+**8,4** Var. % 24-23

mass market	4,8€ MLD	+8,3%	5,2€ MLD	+7,8%
profumeria	2,2€ MLD	+14,2%	2,5€ MLD	+11,4%
farmacia	2,0€ MLD	+7,5%	2,1€ MLD	+7,2%
e-commerce	1,0€ MLD	+12,5%	1,1€ MLD	+10,1%
acconciatura	0,6€ MLD	+5,0%	0,6€ MLD	+5,5%
erboristeria	0,4€ MLD	+12,0%	0,4€ MLD	+10,5%
vendite dirette	0,3€ MLD	+1,1%	0,4€ MLD	+1,0%
estetica	0,2€ MLD	+5,3%	0,2€ MLD	+4,1%

Conferme a doppia cifra dettate da aumento dei prezzi (**profumeria**), crescite costanti (**e-commerce**) e rimbalzi positivi (**erboristeria**).

Evoluzione dei canali tra il 2023 e il periodo pre-Covid



consuntivo **2019**
10,8€ MLD

ripartizione %

preconsuntivo **2023**
12,5€ MLD

ripartizione %

mass market	42,5%	41,6%
profumeria	19,4%	20,2%
farmacia	17,4%	16,7%
e-commerce	4,6%	8,9%
acconciatura	5,4%	4,7%
erboristeria	4,1%	3,4%
vendite dirette	4,5%	2,8%
estetica	2,2%	1,6%

Si modifica marginalmente la ripartizione dei consumi nei canali, con il raddoppio del peso delle vendite online nella logica, oramai consolidata, di **unified commerce**.



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



consuntivo **2019** preconsuntivo **2023**

ripartizione %

ripartizione %

33,2%

31,6%

Viso e corpo

18,6%

21,8%

Make-up e smalti

12,7%

13,8%

Profumi

15,1%

13,5%

Detergenza corpo

11,4%

10,5%

Capelli e tinture

7,4%

7,4%

Igiene orale

1,6%

1,4%

Linea maschile



Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Ripartizione % fatto 100 il totale degli acquisti di cosmetici nei canali tradizionali (sono esclusi i canali professionali).



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Il mondo del beauty è cambiato?

No, è solo accelerato.

Connotazione naturale e sostenibilità sono sempre più presenti nella quotidianità e negli acquisti di cosmetici da parte degli italiani, fenomeno trasversale che non coinvolge più solamente il canale erboristeria.

valore di
3,1€ MLD nel 2023
pari al
25% del totale
consumi beauty in
Italia.



Evoluzione del fenomeno della **connotazione naturale e sostenibile omnicanale**

	Valore 2019	Valore 2020	Valore 2021	Valore 2022	Preconsuntivo 2023
 Totale mercato cosmetico	10.817 (+2,1%)	9.780 (-9,6%)	10.640 (+8,8%)	11.458 (+8,5%)	12.530 (+9,4%)
 Cosmetici a connotazione naturale e sostenibile	2.623 (+4,3%)	2.413 (-8,0%)	2.654 (+10,0%)	2.893 (+9,0%)	3.113 (+7,6%)
 Cosmetici nel canale erboristeria	447 (+1,4%)	331 (-26,0%)	376 (+13,8%)	378 (+0,5%)	423 (+12,0%)

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno.

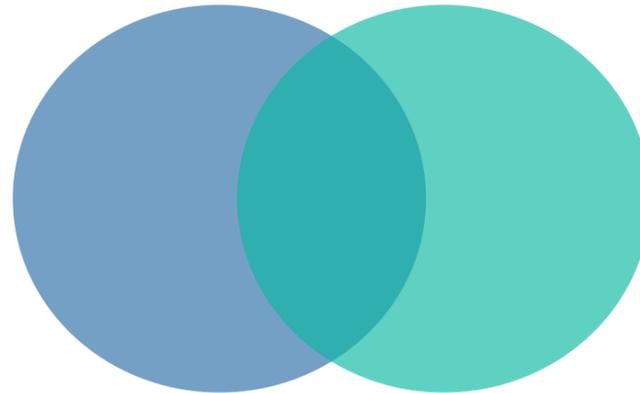
I cosmetici a connotazione naturale e sostenibile (CCN&S) perimetri di classificazione

COSMETICO A CONNOTAZIONE NATURALE / BIOLOGICO

Caratterizzato da **elementi grafici** o **testuali** (claim) che ne **comunicano** la **connotazione naturale/biologica** (richiamo al mondo vegetale, minerale o animale), in linea con la sua composizione formulativa.

Inoltre, può comunicare la:

- conformità allo standard internazionale **ISO 16128**
- certificazione naturale/biologico secondo il **protocollo** di un **organismo privato specializzato**



SOSTENIBILITÀ / GREEN

È un prodotto che comunica elementi legati alla sostenibilità ambientale in termini (esemplificativi) di:

- **processi produttivi** (emissione CO2, riduzione utilizzo dell'acqua, gestione rifiuti, risparmio energetico, ...)
- caratteristiche dell'**imballaggio** (riduzione materiale, packaging riciclato, riciclabile, biodegradabile, ...)
- **gestione** della **filiera** (approvvigionamento materie prime, trasporto, logistica distribuzione)
- **impronta ambientale** (PEF, LCA, ...)
- **certificazione di prodotto** (ecolabel, Nordic Swan, Blue Angel)
- **certificazione corporate** (ISO 14001, B Corp, ...)
- Relazione del **bilancio di sostenibilità**
- **Premi/riconoscimenti** internazionali
- Altre forme di **sostenibilità ambientale**

Connotazione naturale e sostenibilità: aspetti diversi di un fenomeno che li abbraccia entrambi

La naturalità/biologicità di un prodotto – intesa come percentuale di ingredienti del prodotto finito di origine naturale/biologica – **non equivale necessariamente ad una migliore prestazione ambientale del prodotto** rispetto ad un prodotto analogo con percentuali più basse di ingredienti di origine naturale/biologica



La sostenibilità nell'industria cosmetica deve considerare tutte le fasi: dal design del prodotto (incluso packaging) alla filiera di approvvigionamento, dal processo produttivo al consumo e fine vita...



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche



Cosmetico naturale \neq cosmetico sostenibile

"Ingrediente naturale" non significa **"ingrediente sostenibile"**, anzi "ingrediente sostenibile" di per sè è un'espressione imprecisa, si dovrebbe parlare di "ingrediente con migliori prestazioni ambientali [rispetto ad un altro]" oppure di "ingrediente con ridotte prestazioni ambientali [rispetto a prima]".

Per valutare come diminuire l'impatto ambientale delle formule non c'è altra strada che fare uno **studio per conoscerne gli impatti lungo il ciclo di vita.**



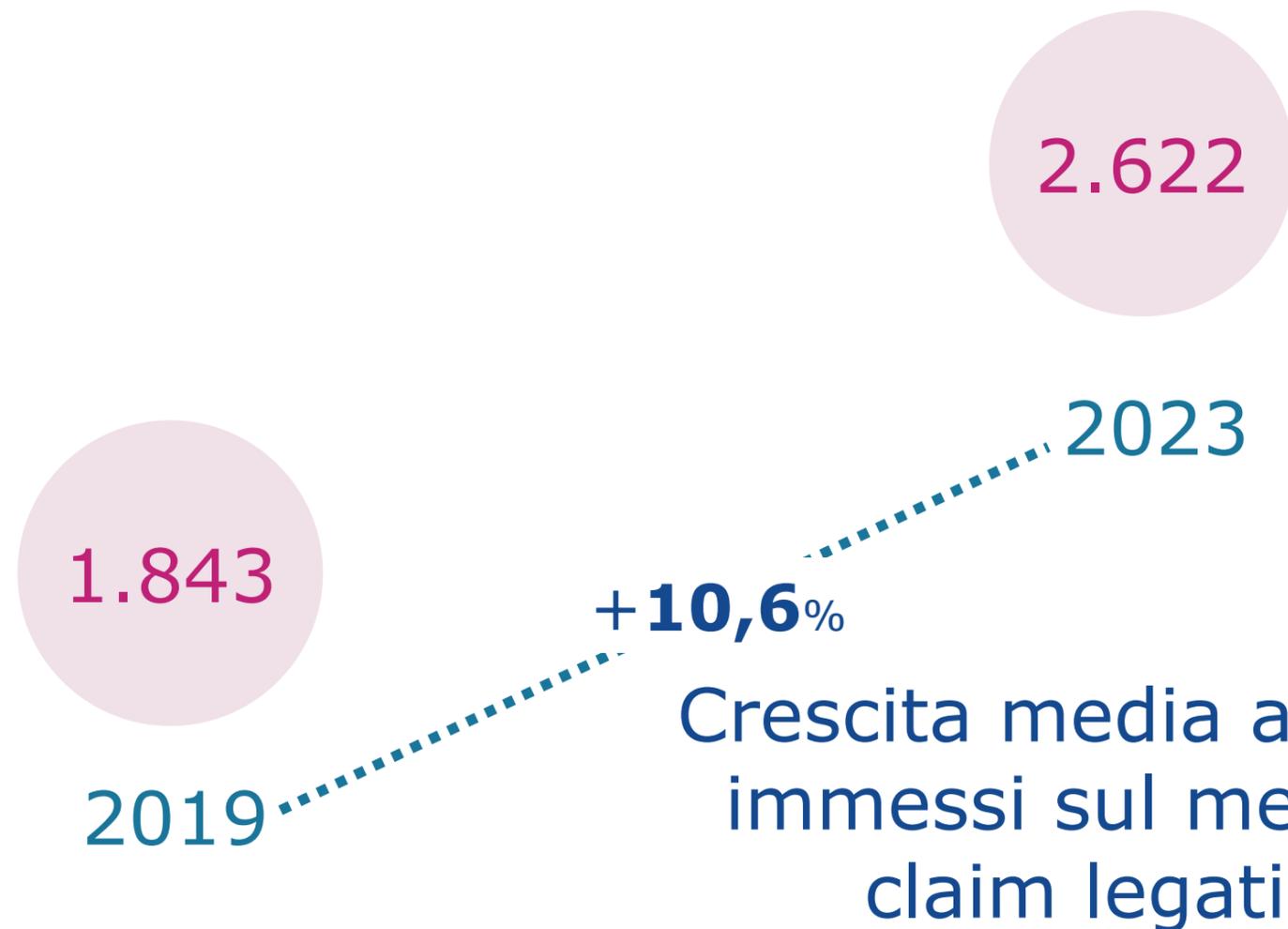
Composizione degli acquisti di **cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** in Italia

	Valore 2022	Valore 2023	Var.% 23-22
Cosmetici a connotazione naturale/biologici	1.215	1.301	7,1%
Sovrapposizione dei due insiemi	1.649	2.182	32,3%
Cosmetici sostenibili/green	1.678	1.812	8,0%
Totale	2.893	3.113	7,6%

La performance più significativa emerge dalla sovrapposizione dei due fenomeni con una crescita di oltre il **32%** rispetto al 2022.

Evoluzione dei claim legati ai cosmetici a connotazione naturale e sostenibile in Italia

I prodotti immessi sul mercato



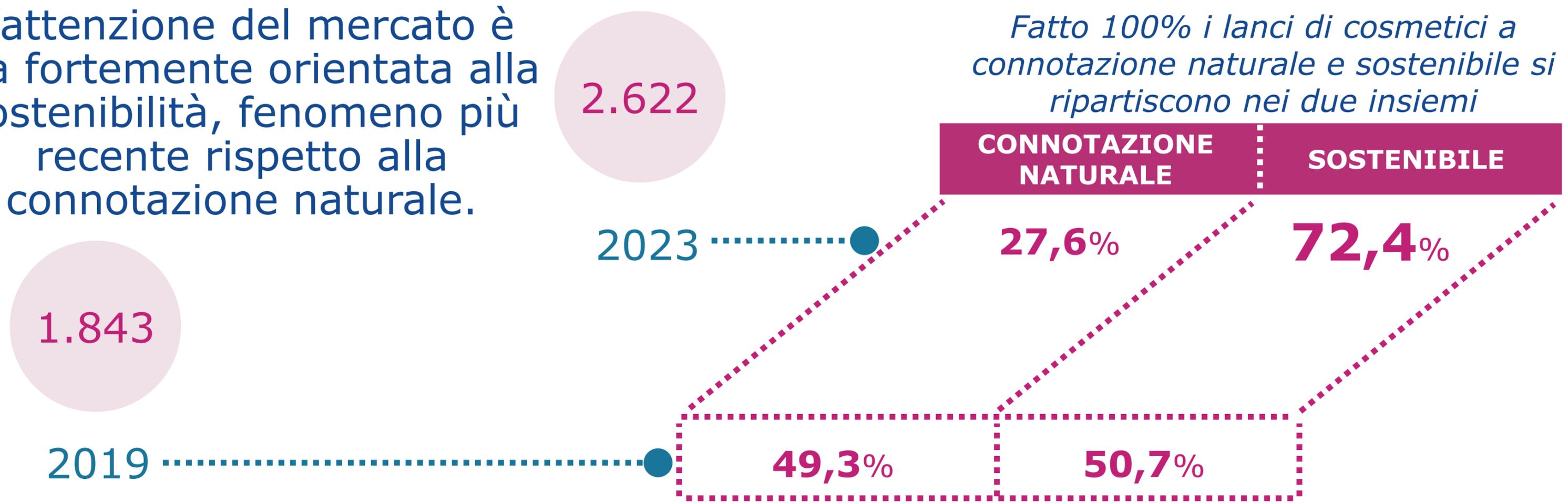
Rispetto al totale dei lanci di cosmetici sul mercato italiano, i cosmetici a connotazione naturale e sostenibile passano dal **56,6%** del 2019 al **63,9%** del 2023.



Evoluzione dei claim legati ai cosmetici a connotazione naturale e sostenibile in Italia

La composizione tra i due insiemi del fenomeno

L'attenzione del mercato è ora fortemente orientata alla sostenibilità, fenomeno più recente rispetto alla connotazione naturale.



Sostenibilità e aziende cosmetiche in Italia

NUOVI ORIENTAMENTI NELLE STRATEGIE AZIENDALI

		TOTALE MANIFATTURIERO LOMBARDO*	TOTALE INDUSTRIA COSMETICA IN ITALIA
Efficientamento energetico e rinnovabili		91,4%	85,7%
R&D e design del prodotto		62,9%	56,0%
Gestione scarti di produzione, emissioni e rifiuti		57,1%	36,9%
Riqualificazione sito produttivo		31,4%	23,8%
Engagement della filiera		28,6%	29,8%
Rimodulazione logistica e distribuzione		14,3%	31,0%

*Fonte: Assolombarda *Le imprese manifatturiere lombarde e la transizione ecologica*, giugno 2023
Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati.



Trend in atto

Per gli italiani, le sfide principali di scenario (es. inflazione e siccità) si affrontano preservando le proprie finanze e anche per tutelare l'ambiente: *less is more* non più per una logica di privazione ma anche per responsabilità.



Argomenti di maggior sensibilità per le famiglie in Italia durante il 2023



Nel futuro a breve, si rafforzerà l'impegno delle aziende in ambito di sostenibilità, tema che trova sempre più equilibrio su aspetti ambientali, economici e sociali.



www.cosmeticaitalia.it



 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche