



in collaborazione con

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

# NUMERI, TREND, VALORI DELLA COSMETICA

**Gian Andrea Positano**  
Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

16 marzo 2023



**COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche



# Lo scenario mondiale tra minacce e opportunità

Da uno studio mondiale proposto al *World Economic Forum* condotto su un campione di oltre 1.200 soggetti tra istituzioni governative, operatori economici e accademici, sono stati chiesti quali saranno **i principali fenomeni** che impatteranno a livello mondiale nel **2023**.





# Le sfide per l'industria cosmetica: aderenza con lo scenario e reazione



**reperibilità e costo**  
materie prime

I fenomeni dichiarati dalle imprese cosmetiche che impatteranno maggiormente nel 2023 sono il costo (**50,9%**) e la reperibilità (**20,8%**) delle **materie prime**, segue il **rincarico energetico (43,4%)**.



**crisi energetica**

La reattività dell'industria cosmetica italiana è dimostrata dalla **leva inflattiva (3,5-4,0%)**, circa la metà del paniere dei consumi a gennaio 2023 e dall'accelerazione dell'esplorazione di destinazioni extra-UE (da **33%** del 2020 al **38%** del 2022).



**costo della vita**



**inflazione**

# Il fatturato dell'industria cosmetica in Italia

**13,3**

**miliardi**

**+12,1**

**var. % 22-21**

*preconsuntivo 2022*

**14,4**

**miliardi**

**+7,7**

**var. % 23-22**

*proiezione 2023*

**+10,5**

**var. % 22-19**

# Il fatturato dell'industria cosmetica in Italia nel dettaglio

	preconsuntivi 2022	var. % 2022-21	proiezione % 2023-22
Fatturato in Italia	7.493	7,6	5,9
<i>di cui generato nei canali tradizionali e digitali</i>	6.731	7,9	6,0
<i>di cui generato nei canali professionali</i>	762	5,2	5,1
Esportazione (fatturato all'estero)	5.851	18,5	10,0
<b>Fatturato totale settore cosmetico</b>	<b>13.344</b>	<b>12,1</b>	<b>7,7</b>

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa.  
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno.





# Le esportazioni dell'industria cosmetica italiana

**5,9**  
miliardi

**+18,5**  
var. % 22-21

*preconsuntivo 2022*



**6,4**  
miliardi

**+10**  
var. % 23-22

*proiezione 2023*

# Evoluzione dell'export cosmetico italiano

	valore <b>2019</b>	valore <b>2020</b>	valore <b>2021</b>	preconsuntivo <b>2022</b>	proiezione <b>2023</b>
<b>EXPORT</b>	<b>4.985</b> mio/euro	<b>4.260</b> mio/euro	<b>4.939</b> mio/euro	<b>5.851</b> mio/euro	<b>6.400</b> mio/euro
	<b>+0,8</b> Var. %	<b>-14,5</b> Var. %	<b>+16,0</b> Var. %	<b>+18,5</b> Var. %	<b>+10,0</b> Var. %
<b>BILANCIA COMM.LE</b> (export – import)	<b>2.776</b> mio/euro	<b>2.328</b> mio/euro	<b>2.742</b> mio/euro	<b>3.282</b> 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 2022 – prodotti

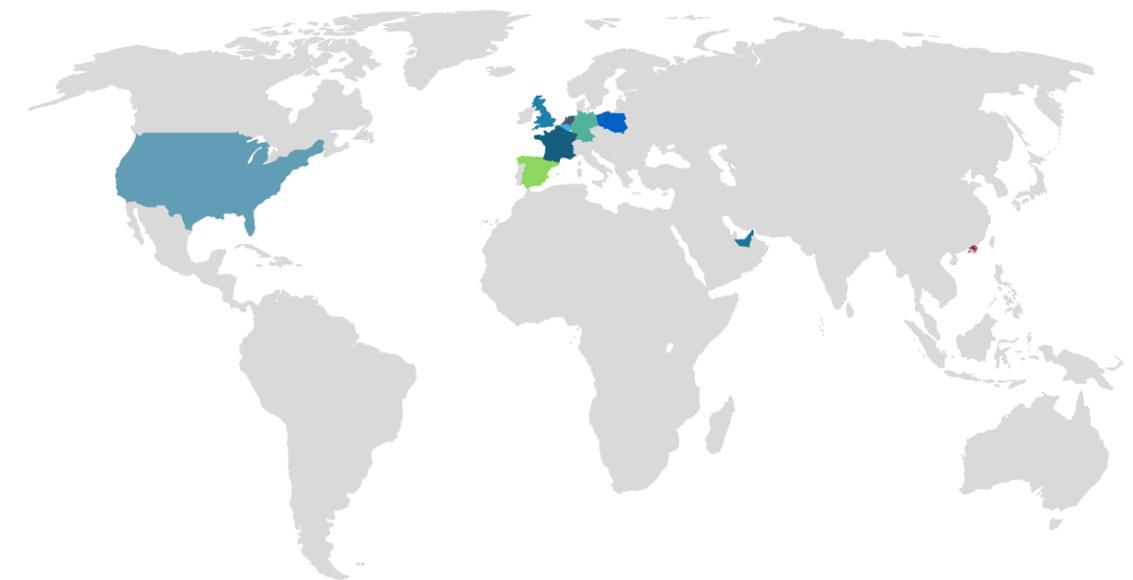
	Valore 2022	Var. % '22-'21	Bilancia comm.le (export – import '22)
Profumeria alcolica	1.488	26,5%	312
Cura pelle	1.325	15,6%	179
Cura capelli	1.285	16,7%	184
Trucchi	950	20,0%	158
Igiene personale	347	10,0%	32
Igiene orale	240	1,1%	3
Linea maschile	40	3,1%	1
Altri prodotti	175	32,2%	43
<b>Totale export cosmetico</b>	<b>5.851</b>	<b>+18,5%</b>	<b>3.282</b>

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.  
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2022-21.



# Export cosmetico italiano nel 2022 – Top 10

	Var.% '22-'21	Valore 2022
1. USA	38,7%	731
2. Francia	10,7%	625
3. Germania	3,6%	531
4. Spagna	17,9%	340
5. UK	14,6%	311
6. Paesi Bassi	17,7%	271
7. Polonia	36,2%	257
8. Emirati Arabi Uniti	60,7%	226
9. Hong Kong	-24,3%	225
10. Belgio	24,0%	149



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.  
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali 2022-21.

# Canali e mercato cosmetico in Italia nel 2022



	<b>PRECONSUNTIVO</b> (MILIONI DI EURO NEL '22)	<b>VARIAZIONE</b> (VAR. % '22-'21)	<b>PROIEZIONE</b> (VAR. % '23-'22)
--	---	---------------------------------------	---------------------------------------

mass market	4.819	6,0%	5,1%
profumeria	2.217	18,1%	11,0%
farmacia	1.951	4,6%	3,2%
e-commerce	988	13,4%	12,0%
acconciatura	582	5,8%	5,5%
erboristeria	378	0,5%	1,3%
vendite dirette	348	1,2%	1,5%
estetica	222	5,1%	5,5%
<b>Totale mercato</b>	<b>11.505</b>	<b>8,1%</b>	<b>6,3%</b>

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



# Evoluzione dei canali tra il 2022 e il periodo pre-Covid



	<b>PESO % 2019</b>	<b>PESO % 2021</b>	<b>PESO % 2022</b>
mass market	42,5%	42,7%	41,9%
profumeria	19,4%	17,6%	19,3%
farmacia	17,4%	17,5%	17,0%
e-commerce	4,6%	8,2%	8,6%
acconciatura	5,4%	5,2%	5,1%
erboristeria	4,1%	3,5%	3,3%
vendite dirette	4,5%	3,2%	3,0%
estetica	2,2%	2,0%	1,9%
<b>Totale mercato</b>	<b>8.700 mio/€</b>	<b>8.288 mio/€</b>	<b>11.505 mio/€</b>



Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.  
Ripartizione % fatto 100 il totale degli acquisti di cosmetici nei canali.

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

Peso % '21

Peso % '22

16,8%	16,4%	Cura viso
15,2%	15,3%	Cura corpo
12,7%	13,6%	Profumeria alcolica
12,0%	11,4%	Igiene corpo
11,2%	10,7%	Cura capelli
7,8%	7,4%	Igiene bocca
5,9%	6,1%	Trucco occhi
5,5%	6,0%	Trucco viso
4,1%	4,6%	Cura labbra
2,8%	2,6%	Dermici per bambini
2,5%	2,3%	Cura mani
1,6%	1,5%	Linea maschile
2,1%	2,2%	<i>Altri prodotti</i>

**8.288** MIO/€

**8.987** MIO/€

**Totale canali tradizionali**

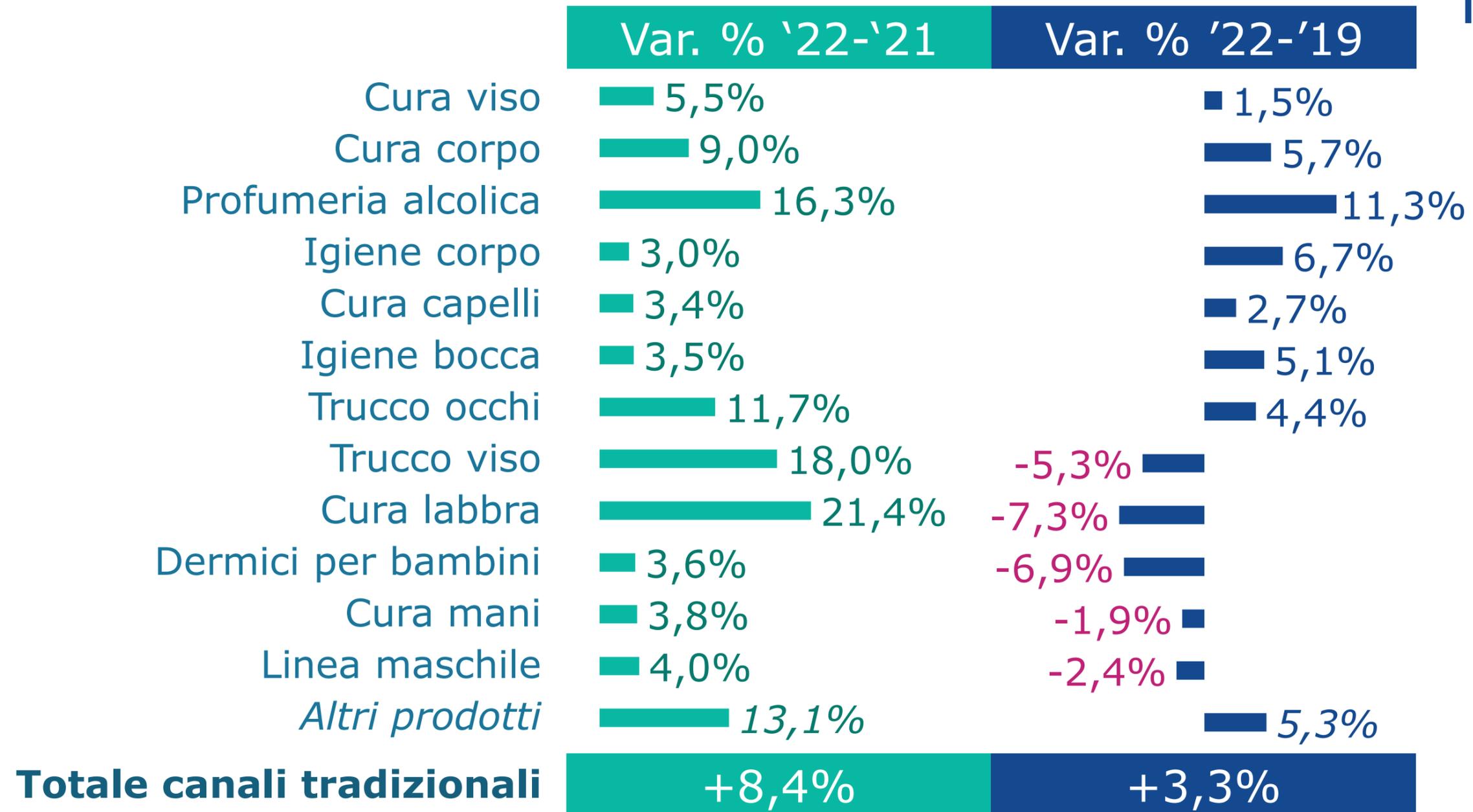
Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Ripartizione % fatto 100 il totale degli acquisti di cosmetici nei canali tradizionali (sono esclusi i canali professionali).



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche

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



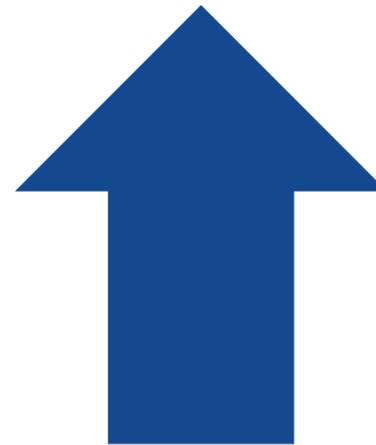
Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Variazione % 2022 rispetto al 2021 e confronto con il 2019 degli acquisti di cosmetici nei canali tradizionali (sono esclusi i canali professionali).

# Up & down dell'acquisto di cosmetici nel 2022 nei canali tradizionali in Italia

Rossetti e lucidalabbra **+23,4%**

Solari **+19,6%**

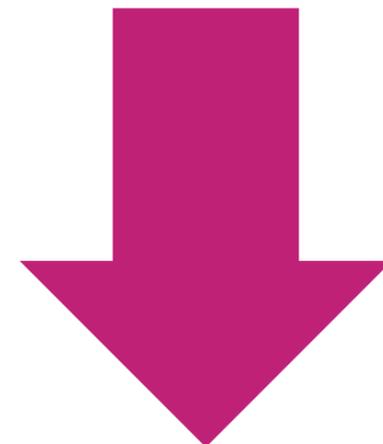
Correttori, fard e terre **+18,5%**



Coloranti e spume colorate **-4,7%**

Saponi liquidi **-5,9%**

Rassodanti e zone specifiche **-6,0%**





2019

## Le categorie cosmetiche nei canali tradizionali pre-Covid in Italia

categorie/canali	Totale %	Farmacia %	SSS-drug %	Profumeria %	Iper e super %
Viso e corpo	33,2%	52,6%	26,2%	27,1%	28,9%
Make-up e smalti	18,6%	10,2%	15,3%	22,1%	4,0%
Detergenza corpo	15,1%	18,7%	17,2%	1,4%	25,7%
Profumi	12,7%	1,1%	11,7%	40,6%	0,8%
Capelli e tinture	11,4%	9,7%	18,3%	1,7%	20,9%
Igiene orale	7,4%	7,2%	9,1%	0,2%	16,9%
Linea maschile	1,6%	0,5%	2,1%	1,8%	2,4%
<b>Valore degli acquisti di cosmetici nel canale</b>	<b>9.093</b>	<b>1.877</b>	<b>1.581</b>	<b>2.093</b>	<b>1.720</b>

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

# Le categorie cosmetiche trainanti nei canali tradizionali nel 2022 rispetto al periodo pre-Covid in Italia

categorie/canali	Totale %	Farmacia %	SSS-drug %	Profumeria %	Iper e super %
Viso e corpo	31,6%	53,3%	26,6%	25,8%	29,0%
Make-up e smalti	21,1%	9,4%	13,9%	25,9%	3,0%
Detergenza corpo	14,0%	18,6%	17,6%	1,4%	26,6%
Profumi	13,6%	1,1%	12,0%	43,4%	0,6%
Capelli e tinture	10,7%	9,6%	19,0%	1,7%	21,2%
Igiene orale	7,4%	7,5%	9,1%	0,2%	17,4%
Linea maschile	1,5%	0,4%	1,8%	1,7%	2,1%
<b>Valore degli acquisti di cosmetici nel canale</b>	<b>8.987</b>	<b>1.951</b>	<b>1.762</b>	<b>2.217</b>	<b>1.732</b>

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

# Covid e cosmetici: impatto e coinvolgimento dell'acquisto nella quotidianità in Italia nel 2022

maggiore acquisto negli ultimi  
12 mesi di cosmetici ...

di **prima necessità** per il **brand**

Ho subito sensazioni di stress e ansia	34,0%	<b>49,0%</b>
Ho acquistato di più online	32,0%	<b>42,0%</b>
Ho avuto impatti negativi sulle mie finanze	22,0%	22,0%
Sto cercando di risparmiare	36,0%	42,0%
Ho cancellato i viaggi che avevo programmato	23,0%	32,0%
Sto lavorando di più da casa	18,0%	19,0%
Sto cercando di evitare incontri di persona	19,0%	24,0%

Il Covid ha consolidato  
due fenomeni:  
il **benessere a 360  
gradi** del cosmetico e  
**l'acquisto online**

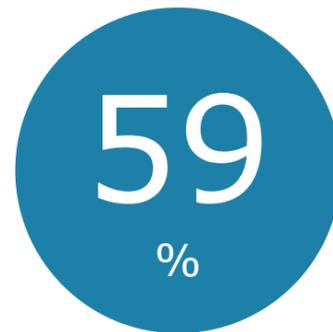
# I principali driver d'acquisto di cosmetici per i consumatori nel mondo nel 2023 (1 di 2)

La **qualità** è il primo asset decisionale per ogni consumatore nel mondo ma cambia la sua rilevanza per i singoli paesi...

GERMANIA



FRANCIA



RUSSIA



BRASILE



La **sicurezza** dei prodotti cosmetici garantita dalla normativa europea diventa una garanzia implicita e pone l'attenzione del consumatore su altre leve di scelta

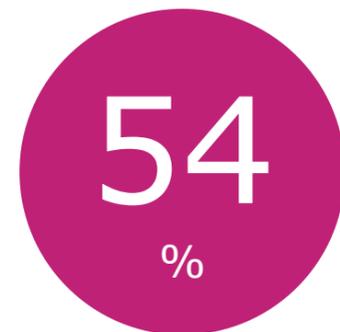




# I principali driver d'acquisto di cosmetici per i consumatori nel mondo nel 2023 (2 di 2)

Al netto degli standard qualitativi percepiti, l'impatto culturale incide significativamente sulle scelte dei cosmetici. La **compatibilità con la propria pelle** cambia a seconda della tradizione...

COREA DEL SUD



UK



STATI UNITI



Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia su fonte Statista.  
Valori % su scelte multiple espresse da oltre 12.000 intervistati per singolo paese.

... e in Italia?

*IL PERCORSO DI ACQUISTO NEL BEAUTY*  
a cura di **ESDB**

Il consumatore ha subito una profonda **rimodulazione** nell'acquisto di cosmetici: la ricerca multicanale metterà in evidenza i principali **driver d'acquisto** (rapporto qualità/prezzo, fiducia e prossimità), oltre che le importanti trasformazioni legate alle più recenti **formule distributive**.





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



 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche