

in collaborazione con



I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA LUIGI CORVI

Presidente Gruppo Cosmetici in Farmacia Cosmetica Italia

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**, ad esempio i filtri solari, segue il **rincaro 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.



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

Canali e mercato cosmetico in Italia nel 2022



| | PRECONSUNTIVO (MILIONI DI EURO NEL '22) | VARIAZIONE (VAR. % '22-'21) | PROIEZIONE (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% |
| Totale mercato | 11.505 | 8,1% | 6,3% |

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

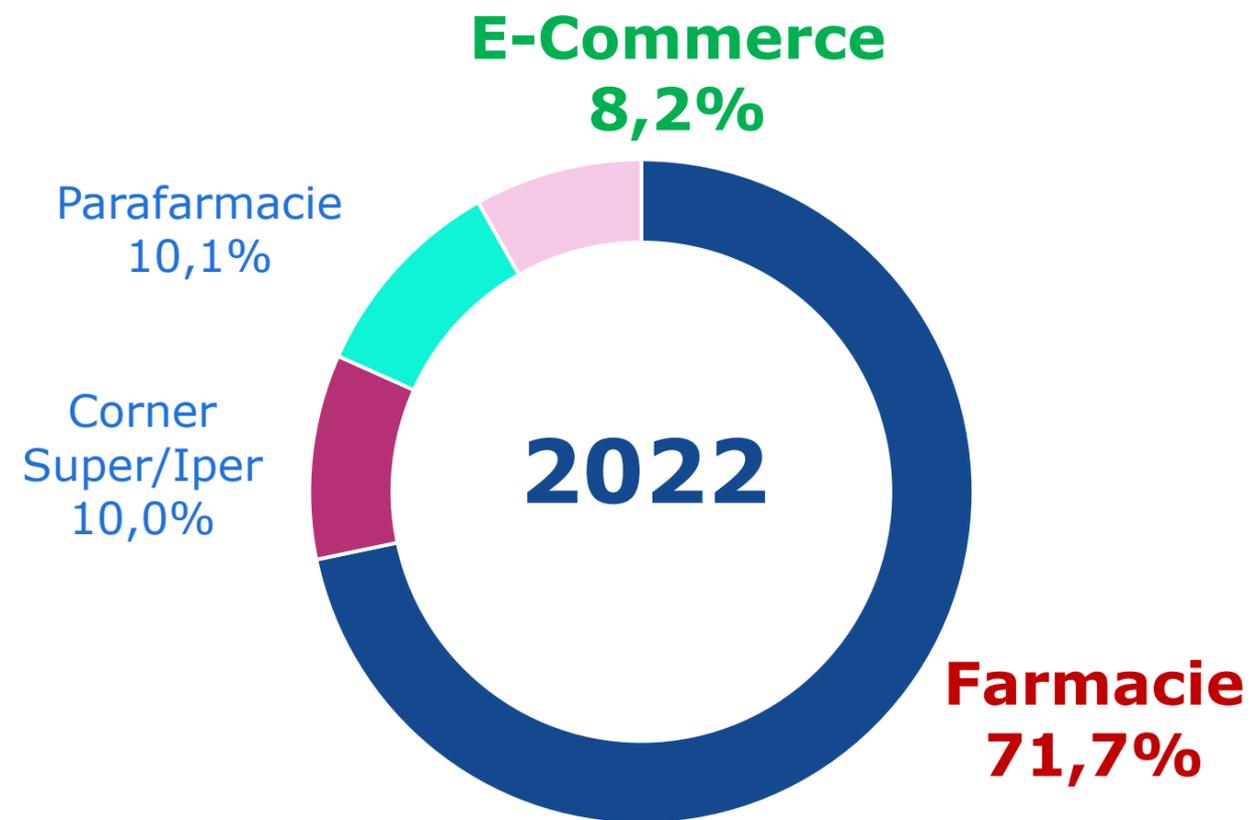
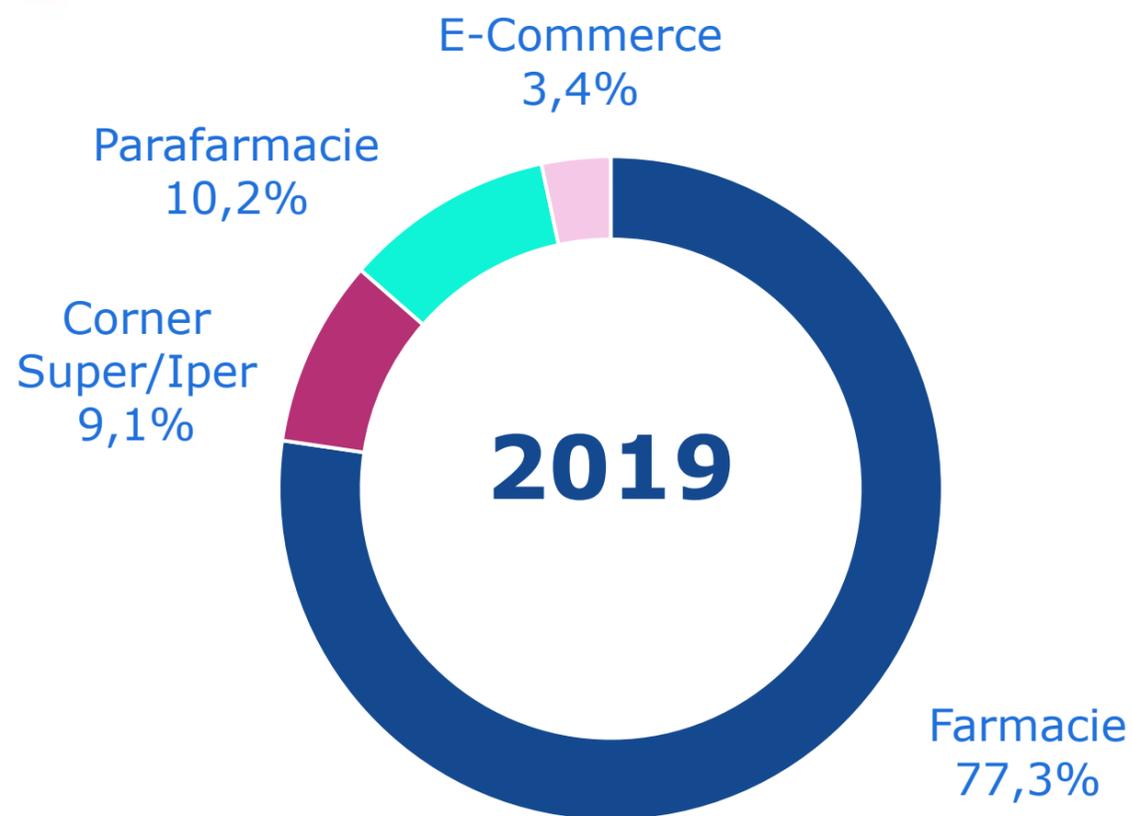


| | PESO % 2019 | PESO % 2021 | PESO % 2022 |
|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| mass market | 42,5% | 42,7% | 41,9% |
| profumeria | 19,4% | 17,6% | 19,3% |
| farmacia | 17,4% | 17,5% | 17,0% |
| e-commerce | 4,6% | 8,2% | 8,6% |
| acconciatura | 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% |
| Totale mercato | 10.817 mio/€ | 10.640 mio/€ | 11.505 mio/€ |

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



Evoluzione della market share inter-canale degli acquisti di cosmetici



Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia su dati IQVIA.
Ripartizione % fatto 100 il totale degli acquisti di cosmetici nel canale farmacia, parafarmacia, corner GDO e e-commerce.



Le categorie cosmetiche trainanti nel 2022 rispetto al periodo pre-Covid in Italia

Il post Covid ha mantenuto inalterato il ranking di scelta dei cosmetici nel canale e si conferma l'incidenza dei valori a favore dei prodotti *core* come la cura viso e cura corpo.

| CATEGORIE | TOTALE CANALI TRADIZIONALI % | | FARMACIA % | |
|-------------------|------------------------------|--------------|------------|--------------|
| | 2019 | 2022 | 2019 | 2022 |
| Viso e corpo | 33,2% | 31,6% | 52,6% | 53,3% |
| Make-up e smalti | 18,6% | 21,1% | 10,2% | 9,4% |
| Detergenza corpo | 15,1% | 14,0% | 18,7% | 18,6% |
| Profumi | 12,7% | 13,6% | 1,1% | 1,1% |
| Capelli e tinture | 11,4% | 10,7% | 9,7% | 9,6% |
| Igiene orale | 7,4% | 7,4% | 7,2% | 7,5% |
| Linea maschile | 1,6% | 1,5% | 0,5% | 0,4% |

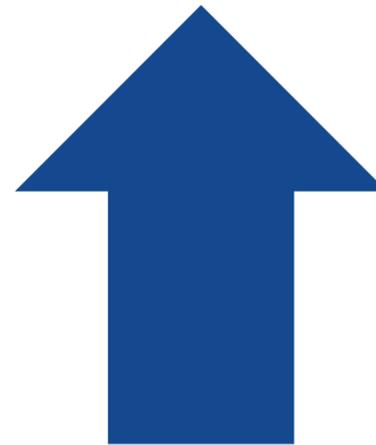
Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Ripartizione % fatto 100 il totale degli acquisti di cosmetici nei canali e totali in milioni di euro (sono esclusi i canali professionali).

Up & down dell'acquisto di cosmetici nel 2022 in farmacia

Protettivi labbra **+25,1%**

Solari **+21,1%**

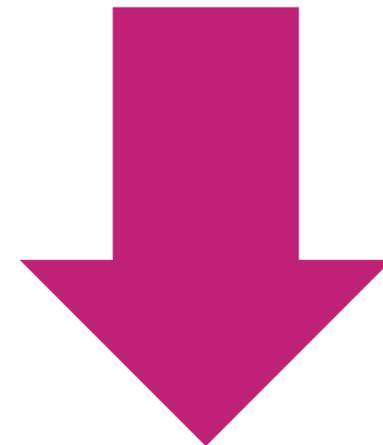
Colluttori **+9,9%**



Coloranti e spume colorate **-5,6%**

Maschere e esfolianti viso **-6,5%**

Rassodanti e zone specifiche **-9,0%**



Il primo driver di acquisto di cosmetici associato ai canali di vendita



Fonte: ESDB *Il nuovo percorso di acquisto nel beauty*, 2023

Il Gruppo Cosmetici in Farmacia @ Cosmofarma 2023

- **Stand istituzionale del Gruppo Cosmetici in Farmacia** (pad. 25, stand C2)
- **Tavola rotonda sul tema della sostenibilità** sabato 6 maggio (h 15.30/16.30) in collaborazione con Kantar con un intervento di Cosmetica Italia sulle attività promosse per favorire la diffusione della cultura della sostenibilità tra le imprese
- **Ricerca qualitativa sui farmacisti**
Il Centro Studi di Cosmetica Italia condurrà la sesta edizione dell'indagine in tempo reale, coinvolgendo i farmacisti presenti in fiera, con l'obiettivo di analizzare le future dinamiche e l'evoluzione del prodotto cosmetico all'interno del canale



www.cosmeticaitalia.it



 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche