



SPECIALE COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA 2025

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

La competitività del Made in Italy nel 2024

In Italia, il cosmetico è tra i settori protagonisti con orientamento al Made in Italy: registra le più importanti dinamiche di crescita dopo la gioielleria, con il comparto manifatturiero in sofferenza.

Infatti, a fine 2024, il fatturato delle imprese supera i 16,5 miliardi di euro con una crescita del 9,1%, mentre le esportazioni confermano un valore di 7,9 miliardi di euro e dinamiche di crescita del 12,0%: l'Italia rappresenta il quarto Paese mondiale per valore dell'export cosmetico dopo Francia, Stati Uniti e Corea del Sud.

Confronto tra settori con maggior orientamento al Made Italy per export e bilancia commerciale

	Valore export 2024	Var. % export 24/23	Bilancia commerciale 2024
Totale manifatturiero	593,4€ MLD	-0,5%	120,6€ MLD
..... di cui settori con maggior orientamento al Made in Italy:			
1. Gioielli	15,3€ MLD	40,9%	12,2€ MLD
2. Cosmetica	7,9€ MLD	12,0%	4,7€ MLD
3. Barche & Yacht	4,3€ MLD	7,5%	3,8€ MLD
4. Vino	8,1€ MLD	5,5%	7,5€ MLD
5. Pasta	3,3€ MLD	3,7%	3,3€ MLD
6. Moda Abbigliamento	22,8€ MLD	-0,2%	7,9€ MLD
7. Occhiali	5,1€ MLD	-1,2%	3,6€ MLD
8. Mobili	11,4€ MLD	-2,6%	8,6€ MLD
9. Moto	2,0€ MLD	-5,2%	0,7€ MLD
10. Pelletteria	12,8€ MLD	-7,7%	8,0€ MLD
11. Calzature	11,8€ MLD	-8,3%	4,4€ MLD

È significativo l'impatto dell'export sulla bilancia commerciale che, nel 2024, tocca livelli record con 4,7 miliardi di euro, ben il 17% della bilancia commerciale europea del cosmetico.

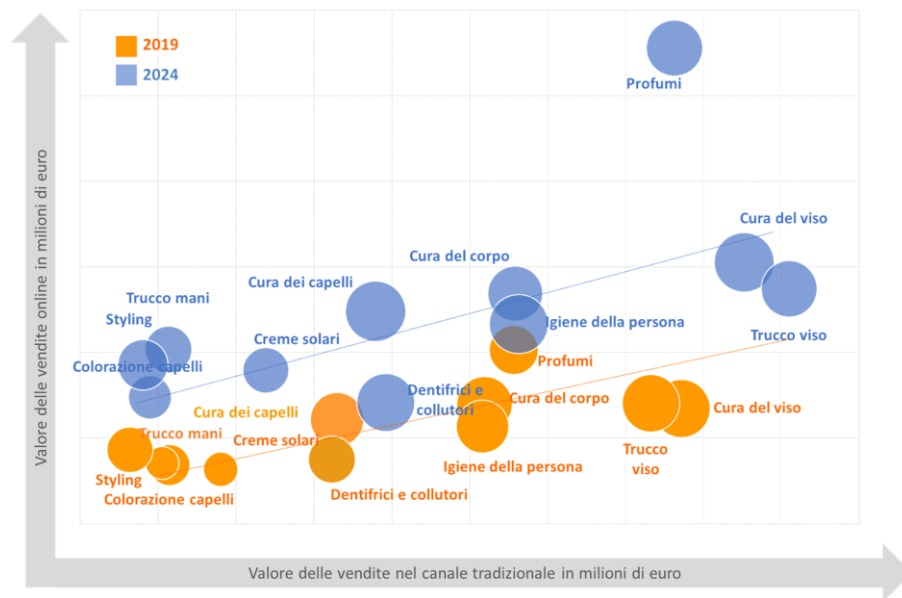
La profumeria alcolica e i prodotti per la cura dei capelli registrano il più alto saldo commerciale nel confronto con le altre categorie cosmetiche, rispettivamente con 1,6 e 1,2 miliardi di euro, pari al 60% della bilancia generata dall'interscambio dell'industria cosmetica italiana, dimostrando il grado di specializzazione e di competitività delle imprese cosmetiche nel contesto mondiale.

Nella lettura per destinazioni, invece, sono gli Stati Uniti a concentrare il contributo più alto alla bilancia commerciale con valore pari al 23% (1,1 miliardi di euro) sul totale generato dall'industria cosmetica italiana.

Di primaria importanza sarà capire il riflesso dei dazi su tali performance, tenendo ben presenti le importanti realtà dell'export generate anche attraverso aree emergenti quali Medio-Oriente, con, ad oggi, un peso del 7,4% sul totale esportato e una crescita dell'11,5% rispetto al 2023.

La multicanalità dei cosmetici online e offline

La dimensione delle vendite nei negozi fisici e e-commerce nel 2024



Nel 2024 il mercato cosmetico in Italia rappresenta 13,4 miliardi di euro con un crescita del 6,9% sul 2023. Sul totale degli acquisti di cosmetici da parte degli italiani, le vendite nel solo canale online pesano il 9,4%, con un valore di oltre 1,2 miliardi di euro (+13,5% rispetto all'anno precedente) e, scorporando queste dinamiche alle restanti formule distributive, si registra un +6,3% a dimostrazione della reciprocità delle strategie cosiddette *onlife*.

Nel grafico a sinistra è riportato il dettaglio per categorie in merito al valore degli acquisti sui canali tradizionali e correlato con gli acquisti sul canale e-commerce.

Connotazione naturale o sostenibilità?

Da tempo Cosmetica Italia monitora il perimetro di classificazione individuato nel 2019 da un'apposita commissione dell'Associazione. Da alcuni anni è quindi disponibile la fotografia di un fenomeno composto da due aree: connotazione naturale da un lato, sostenibilità dall'altro.

In una pura accezione di comunicazione, emerge nel tempo un orientamento maggiore delle imprese cosmetiche verso i temi legati alla sostenibilità, complice anche una sensibilità da parte del consumatore più recente.

Complessivamente, il valore dei gli acquisti di questo fenomeno vale nel 2024 oltre 3,3 miliardi di euro con un crescita media negli ultimi 3 anni di oltre cinque punti percentuali, + 6,5% nel solo ultimo anno ma è imprescindibile oramai l'impegno delle aziende su entrambi gli aspetti (+22,5% la sovrapposizione dei due fenomeni).

Evoluzione degli acquisti di cosmetici a connotazione naturale e sostenibile dal 2021 al 2024 in Italia

