

Export cosmetico nel primo semestre 2021

Il flusso commerciale estero rappresenta la cartina tornasole della fiducia degli operatori internazionali nei confronti dell'industria cosmetica italiana. I segnali positivi emergono in misura rilevante nel primo semestre 2021: unitamente all'ottimismo evidenziato dal mercato interno, si conferma un roseo quadro che lascia ben intuire la piena ripresa dei valori pre-crisi, stimata nel corso del 2022.

Entrando nel dettaglio dell'interscambio cosmetico, l'export dei primi sei mesi 2021 registra un +19,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con un orientamento fortemente pronunciato a favore di destinazioni extra europee (+30,9%), rispetto alle destinazioni europee (+13,4%), già parzialmente presidiate durante i periodi di limitazione dei flussi di commercio estero.

	IMPORT			EXPORT		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Var. % rispetto semestre precedente	+3,7%	-20,6%	+11,9%	+3,8%	-21,4%	+19,4%
Totale export cosmetico nel primo semestre	1.082	859	962	2.426	1.907	2.277

	IMPORT		EXPORT		
	Var. % 20-19	Var. % 21-20	Var. % 20-19	Var. % 21-20	Valore 1° semestre '21
profumeria alcolica	-36,3%	+32,6%	-31,0%	+47,1%	548
cura viso e corpo	-15,6%	+11,9%	-17,7%	+25,1%	534
capelli	-12,1%	+13,2%	-17,8%	+25,1%	502
trucchi	-26,6%	-3,9%	-28,8%	+2,1%	355
igiene corpo	-11,3%	-4,4%	-17,8%	-9,4%	145
igiene orale	-13,1%	+1,9%	+2,3%	+5,6%	119
prodotti per uomo	-11,9%	-15,4%	-27,8%	+11,6%	16
altri cosmetici	-10,4%	+20,6%	+8,0%	-19,7%	58

La lettura per categorie merceologiche evidenzia una ripresa trasversale: fanno eccezione i prodotti per l'igiene corpo, già protagonisti nell'attraversamento della crisi pandemica, che vivono ora un rimbalzo negativo dopo la forte accelerazione del 2020.

Il contributo alla crescita più rilevante all'export cosmetico è generato dalle fragranze che, con quasi 550 milioni di euro nei primi sei mesi, registrano una crescita di oltre 47 punti percentuali: gli operatori auspicano il ritorno a una nuova normalità, in cui i cosmetici maggiormente utilizzati quotidianamente nei momenti di socialità fuori dalle mura domestiche possano tornare a essere parte integrante della beauty routine del consumatore.