

COMUNICATO STAMPA

Indagine congiunturale: i cosmetici a connotazione naturale e sostenibile

*Un nuovo perimetro di classificazione per
un mercato da oltre 1,6 miliardi di euro*

Milano, 10 febbraio 2021 – La domanda di prodotti a connotazione naturale e orientati alla sostenibilità ambientale è un trend in costante crescita nel mondo della cosmesi, così come in altri comparti.

In occasione della presentazione dell'Indagine congiunturale, Cosmetica Italia ha voluto illustrare i risultati di analisi e riflessioni che per oltre un anno hanno animato i lavori di una **commissione** interna appositamente dedicata a questa tematica.

Ad oggi a livello normativo non esiste una definizione univoca dei concetti di "naturale/bio" e "sostenibilità ambientale" riferita ai cosmetici; allo scopo di permettere le rilevazioni statistiche sul settore, Cosmetica Italia ha quindi sentito l'esigenza di tracciare un perimetro di classificazione individuando due aree:

Cosmetici a connotazione naturale/biologica – Prodotto caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione naturale/biologica, in linea con la sua composizione formulativa, ovvero la presenza di un alto numero di ingredienti biologici o di origine naturale. Questo cosmetico può inoltre comunicare: la conformità allo standard internazionale ISO 16128; la certificazione naturale/biologica secondo il protocollo di un organismo privato specializzato; la conformità a una propria caratterizzazione autodefinita, nel rispetto del Regolamento 655/2013.

Cosmetici con connotazione di sostenibilità ambientale/green – Prodotto caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione di sostenibilità ambientale/green in ambiti che possono riguardare tutto il suo ciclo di vita e/o le politiche corporate dell'impresa verso la sostenibilità (ambientale, sociale, economica). A titolo esemplificativo gli ambiti possono interessare: processi produttivi; caratteristiche dell'imballaggio; gestione sostenibile della filiera; impronta ambientale di prodotto; certificazione di prodotto. Le aziende possono comunicare le proprie pratiche legate al campo della sostenibilità ambientale anche attraverso altri strumenti, quali certificazione Sistema Gestione Ambientale, certificazioni corporate, rapporto o bilancio di sostenibilità e premi/riconoscimenti internazionali.

Ufficio Stampa

Benedetta Boni

(+39) 02.281773.48

(+39) 333.8785084

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Francesca Casirati

(+39) 02.281773.47

(+39) 340.1711105

francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, via Accademia 33

tel. +39 02 281773 1

www.cosmeticaitalia.it

Codice Fiscale 80052390152



Sulla base di questi perimetri di classificazione è stato possibile indagare il **valore dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** che è risultato pari a **1.654 milioni di euro**.

Il valore dei cosmetici a **connotazione naturale/biologica** è di **778 milioni di euro**, mentre quello dei **cosmetici sostenibili/green** è di **876 milioni di euro**. La **sovrapposizione dei due insiemi**, ovvero delle imprese che adottano processi o producono cosmetici legati alla sostenibilità e di quelle che fabbricano cosmetici a connotazione naturale/biologici, raggiunge i **925 milioni di euro**.

Analizzando la **distribuzione tra canali** del fatturato di questa tipologia di prodotti emerge come il **44,7%** dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile sia da attribuire al **mass market**; seguono i saloni professionali di **acconciatura ed estetica (18,7%)** e la **profumeria (11,2%)**. Significativo anche il peso delle **vendite dirette** (e-commerce, porta a porta e per corrispondenza) che rappresentano il **10,3%**.

Tra le famiglie merceologiche, sono poi i **prodotti per capelli e cuoio capelluto** a ricoprire il **33,1%** del fatturato dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile, seguiti dalla **cura pelle (30,6%)** e dal **make-up (23,2%)**.

«Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una crescente enfasi sul cosmetico a connotazione naturale e sostenibile tanto in termini di mercato quanto di attenzione da parte dell'opinione pubblica e dei media - ha commentato **Benedetto Lavino, vice presidente di Cosmetica Italia che coordina la commissione interna dedicata a questi temi** - Per questa ragione, come Associazione di categoria, abbiamo ritenuto fondamentale approfondire e delineare un campo di indagine puntuale per poter fornire analisi accurate sul fenomeno e sui macro trend che lo caratterizzano: prodotti a connotazione naturale e processi produttivi sostenibili come parte strategica della filiera cosmetica».

*I materiali presentati durante il webinar
sono disponibili al seguente link:*

<https://www.cosmeticaitalia.it/centro-studi/Congiunturale-2020-secondo-semester/>

Cosmetica Italia – associazione nazionale imprese cosmetiche
Fondata nel 1967, è l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche che riunisce oltre 580 aziende, dalle PMI alle multinazionali, rappresentative del 90% del fatturato del settore che secondo i dati preconsuntivi ha sfiorato i 10,5 miliardi nel 2020.

www.cosmeticaitalia.it | Facebook: [@CosmeticaItaliaAssociazione](https://www.facebook.com/CosmeticaItaliaAssociazione) | Instagram: [@AssociazioneCosmeticaItalia](https://www.instagram.com/AssociazioneCosmeticaItalia) | LinkedIn: [Cosmetica Italia](https://www.linkedin.com/company/CosmeticaItalia) | Youtube: [Cosmetica Italia](https://www.youtube.com/CosmeticaItalia)

