

## COMUNICATO STAMPA

### Indagine congiunturale

*Industria cosmetica e preconsuntivi 2021:  
crescono il fatturato globale del settore (+10,2% sul 2020)  
e l'export (+13% sul 2020).*

*Proiezioni: nel 2022 pieno recupero e superamento  
dei valori pre-pandemia*

Milano, 24 febbraio 2022 – I dati rilevati dall'Indagine congiunturale, presentata oggi dal Centro Studi di Cosmetica Italia, delineano una **netta ripresa del settore** che interessa trasversalmente tutti i canali.

Secondo i dati preconsuntivi 2021, infatti, il **fatturato globale del settore cosmetico** è pari a **11,7 miliardi di euro**, con una crescita del **+10,2%** rispetto al 2020.

Bene anche le **esportazioni**, che registrano un **+13%** rispetto al 2020, toccando un valore di **4,7 miliardi di euro**.

#### Ufficio Stampa

##### **Benedetta Boni**

(+39) 02.281773.48

(+39) 333.8785084

[benedetta.boni@cosmeticaitalia.it](mailto:benedetta.boni@cosmeticaitalia.it)

##### **Francesca Casirati**

(+39) 02.281773.47

(+39) 340.1711105

[francesca.casirati@cosmeticaitalia.it](mailto:francesca.casirati@cosmeticaitalia.it)

«Le prospettive di ripresa per l'anno in corso sono evidenti, tanto che le stime elaborate in questi giorni **prevedono una chiusura del 2022 prossima ai 12,5 miliardi di euro**; un valore di fatturato superiore a quello registrato dalle imprese cosmetiche nel 2019, prima della pandemia, quando superava di poco i 12 miliardi di euro. La crisi ha avuto un deciso impatto sulla filiera cosmetica, che tuttavia ha dimostrato la propria capacità di andare oltre le difficoltà congiunturali e rimanere al passo con le richieste del mercato – commenta **Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia** – Una propensione all'adattamento a una realtà in continua evoluzione che è testimoniata anche dai mutamenti in corso nelle catene di approvvigionamento e produzione in termini economici, sociali e ambientali».

Entrando ulteriormente nel dettaglio delle rilevazioni, vanno evidenziate diverse variabili che hanno influenzato le analisi del Centro Studi di Cosmetica Italia; accanto alle citate catene di approvvigionamento e alle rimodulazioni legate alla pandemia, incidono infatti sugli scenari dei prossimi mesi la **situazione geopolitica**, i **rincari dei costi energetici**, delle **materie prime** e dei **servizi logistici**.

L'andamento dei singoli **canali distributivi** fa emergere chiaramente un loro riposizionamento, legato alla formulazione e allo sviluppo di un **nuovo modello di business in risposta all'emergenza sanitaria**.

I canali professionali, **acconciatura (+22,1%)** ed **estetica (+28%)** chiudono il 2021 con una crescita notevole e un valore rispettivo di 554 e

#### Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, via Accademia 33  
tel. +39 02 281773 1  
[www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)  
Codice Fiscale 80052390152



di 215 milioni di euro; un incremento prevedibile nel contesto di un confronto diretto con un 2020 difficile, anche a causa delle chiusure.

L'**e-commerce** rientra tra i canali che evidenziano trend marcatamente positivi e registra un aumento pari al **+23,2%**, confermandosi – con un valore di 870 milioni di euro – come una scelta ormai irrinunciabile nelle mutate abitudini dei consumatori.

La **profumeria**, pur condizionata da nuove modalità di acquisto che hanno spostato i consumi anche verso altri canali, raggiunge un **+22,6%**, posizionandosi, con un valore di oltre 1.880 milioni di euro, al secondo posto – accanto alla farmacia – per vendite di cosmetici in Italia.

Segnali di ripresa arrivano dall'**erboristeria**, con un **+13,8%** e un valore di 370 milioni di euro, che lascia emergere al suo interno andamenti diversi tra monomarca e punti vendita tradizionali.

La **farmacia**, che rispetto agli altri canali ha sempre contenuto i cali, chiude il 2021 con un trend pari a **+2%** per un valore di 1.846 milioni di euro a fine esercizio.

La stessa crescita (**+2%**) viene registrata dalle **vendite dirette** (porta a porta e per corrispondenza) che, diversamente dagli altri canali che negli scorsi anni hanno subito forti contrazioni, non mostrano una decisa ripresa e si attestano a 345 milioni di euro.

La **grande distribuzione** conosce invece un rialzo pari a **1 punto percentuale**, segnalando un andamento costante negli ultimi esercizi e pressoché indifferente agli effetti della pandemia (4.500 milioni di euro).

Infine, il fatturato del **contoterzismo** registra un **+8%**, sicuramente influenzato dalla ripresa dei mercati internazionali (prossimo ai 2 miliardi di euro).

«Si percepisce il desiderio dei consumatori di riprendere il presidio della quotidianità e la libertà sulle scelte di acquisto: i brand possono fare leva su informazioni dettagliate e opzioni di offerta facilmente confrontabili - evidenzia **Gian Andrea Positano, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia** – Forte anche la volontà di uscire dai propri confini ed esplorare, giocare e accogliere nuove esperienze, sia virtualmente che nel mondo fisico: si punta a rendere ludica l'interazione con il consumatore in contrapposizione allo stress generato dalla pandemia».

*Materiali disponibili al seguente link:*

<https://www.cosmeticaitalia.it/appuntamenti/dettaglio/WebinarCongiuntura-trend-e-mercati-nel-settore-cosmeticobrGiovedi-24-febbraio-h.10.30/>

