

I NUMERI DELLA COSMETICA: ITALIA VS MONDO

L'industria cosmetica italiana rappresenta un'eccellenza capace di competere con i principali paesi. Da un'analisi di confronto a livello mondiale emerge l'elevata capacità di contraddistinguere la propria offerta e rinnovare la fiducia con il consumatore, pur mostrando un potenziale ancora inespresso.

Il fatturato cosmetico italiano rappresenta poco più del **5%** del valore della produzione di cosmetici nel mondo ma con trend di crescita superiori.



205
valore globale della cosmetica
nel 2016 in miliardi di euro **+4%**

+8,4%
crescita del **make-up**: segmento più dinamico
grazie alla **selfie generation**



10,5
valore della cosmetica
nel 2016 in miliardi di euro **+5%**

+10,0%
crescita dei **rossetti, lucidalabbra e prodotti per il trucco** nel segmento **under 25**



MONDO

+20,7%

crescita delle vendite **online** di cosmetici nel 2016
con un peso dell'11% sul totale consumi

77\$

budget di **spesa media pro capite** in **Cina**
tra Millenials e Generazione Z (14-24 anni)
seguono USA (37\$) e Francia (35\$)



ITALIA

+35,0%

crescita delle vendite **online** di cosmetici nel 2016
con un peso del 2,3% sul totale consumi

33\$

budget di **spesa media pro capite**
tra Millenials e Generazione Z (14-24 anni)

L'innovazione del settore è sia di prodotto che di canale: l'**online**, ancora marginale a valore, registra ottime performance di crescita.

La spesa media pro capite tra le fasce di età più giovani, cioè i futuri alto spendenti, è più elevata in Cina; l'Italia mostra un valore di circa la metà (allineato con la media europea), dovuto probabilmente a fenomeni sociali e culturali diversi da quelli del mercato asiatico.