

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA

B BEAUTY
T TREND
W WATCH

GIUGNO 2018

SPECIALE

COSMOPROF
NORTH AMERICA LAS VEGAS



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

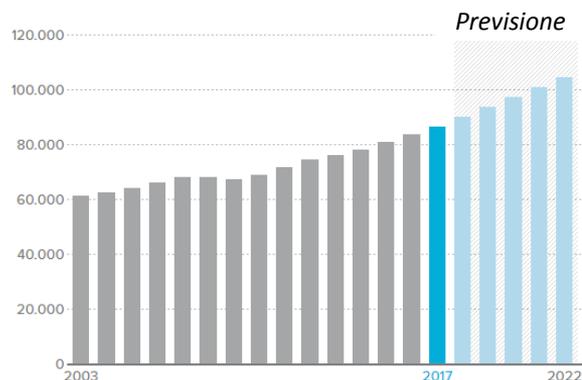
LO SCENARIO DEL COSMETICO NEGLI STATI UNITI

L'economia statunitense ha resistito al tumulto politico del 2017 con un vigore sorprendente, in quanto la maggior parte dei principali indicatori economico-finanziari sono migliorati sempre di più durante tutto l'anno, seppur con qualche segno di volatilità nei primi mesi del 2018.

Evoluzione del mercato (sell-out) cosmetico USA

Valori in milioni di euro, periodo 2003-2022

74.604 mio/€ nel 2017

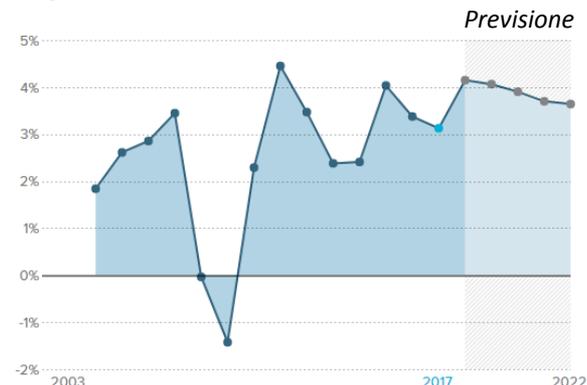


Di riflesso, anche il mercato cosmetico ha registrato buone performance nonostante la stagnazione dei salari reali per la maggior parte della classe media e l'aumento dell'indice dei prezzi al consumo,

Evoluzione del mercato (sell-out) cosmetico USA

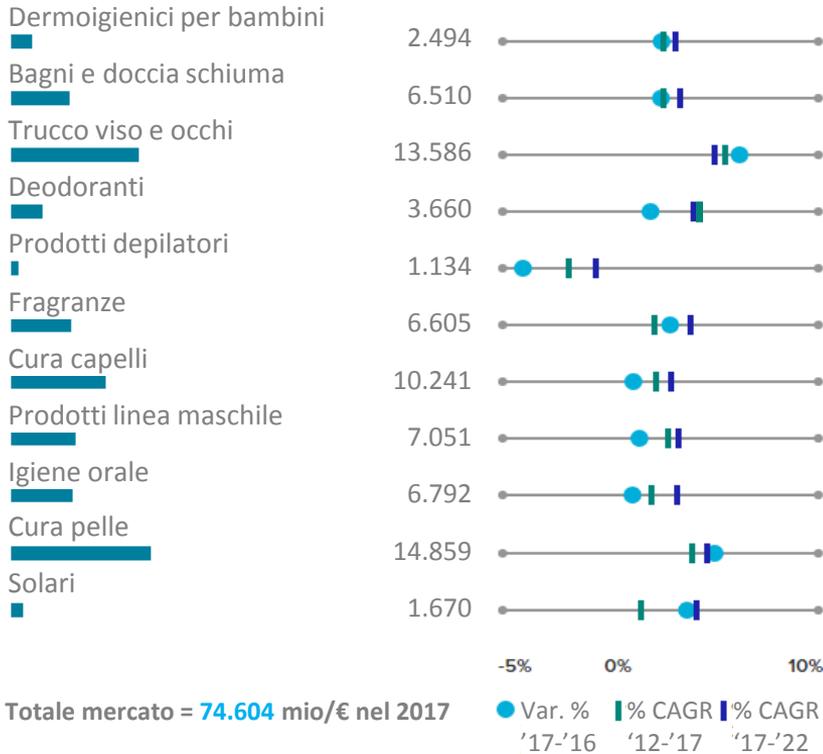
Var. % anno su anno, periodo 2003-2022

+3,1% nel 2017



Mercato (sell-out) cosmetico USA per categoria nel 2017

Valori in milioni di euro e var. % (CAGR) nel periodo indicato



Totale mercato = 74.604 mio/€ nel 2017

segno del ruolo irrinunciabile del cosmetico. Le performance migliori nell'anno 2017 sono registrate dai trucchi che, insieme ai prodotti per la cura pelle, rappresentano le principali famiglie di prodotto acquistate negli Stati Uniti.

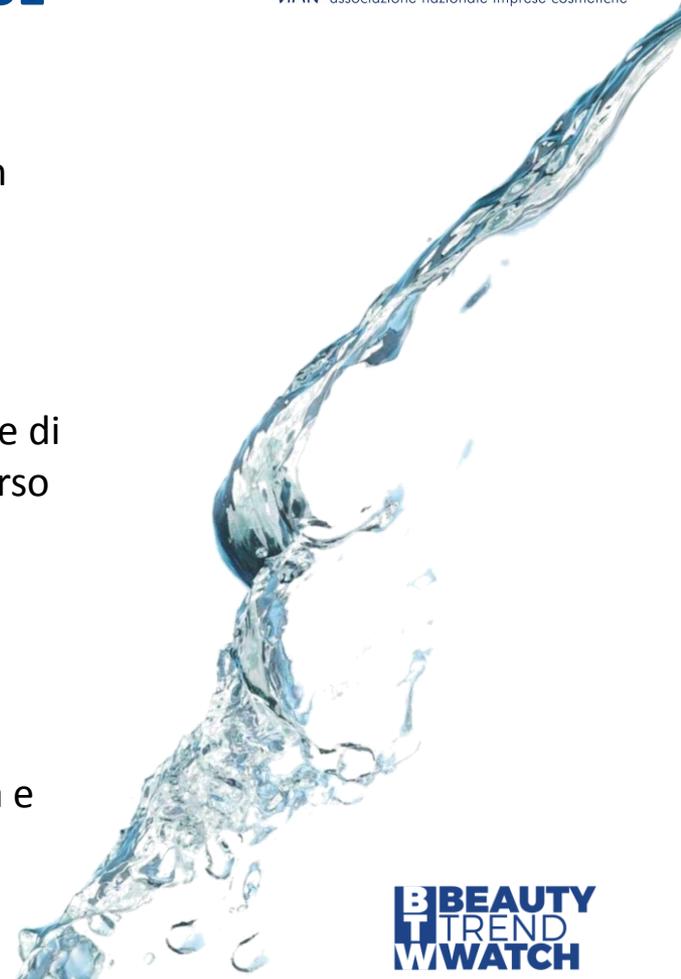
In una visione strategica futura, emerge un interessante trend previsionale (CAGR '17-'22) da parte dei prodotti per l'igiene orale e delle fragranze, grazie al peso in termini di valore e grazie ad una variazione futura più alta delle performance storiche degli ultimi cinque esercizi (CAGR '12-'17).

LA SOSTENIBILITÀ NEL MERCATO STATUNITENSE

Il fenomeno *green* accompagna in modo trasversale il cosmetico, con tempi e focus d'attenzione diversi per aree geografiche.

Se si registra la saturazione dei claim a connotazione naturale nel mercato asiatico, in quello europeo e americano l'industria cavalca il successo tardivo con novità sia di prodotto, che di packaging oltre che di processo. Dall'evento che ha trattato il tema della sostenibilità lo scorso maggio a New York dal titolo «*Sustainable cosmetics Summit NYC*» emerge un duplice interesse dal punto di vista del consumatore: un aspetto verso l'esterno e uno verso l'interno.

La positività esterna è legata al beneficio derivante per l'ambiente, attraverso i temi legati al minor impatto della plastica sull'ecosistema e alla riduzione dell'utilizzo di acqua nei processi produttivi.





Non ultimo anche il focus sullo studio di nuove forme e materiali del packaging, riflesso immediato dei valori etico-ambientali che le aziende trasmettono ancor prima che avvenga l'atto di acquisto. La virtuosità interna deriva invece dai maggiori benefici percepiti sulla salute dalla naturalità di alcuni elementi che, ciclicamente, vengono proposti nei cosmetici con specifiche proprietà e funzioni soprattutto per la cura pelle e la cura capelli.

La duplice visione virtuosa, dal punto di vista statunitense ma estendibile a livello mondiale, porta ad una riflessione fondamentale: il consumatore ha raggiunto una maturità e una consapevolezza in un settore che è ben lontano dalla sola apparenza e senso estetico, ma vuole contribuire alla crescita sociale e alla tutela ambientale.

EXPORT COSMETICO ITALIANO VERSO GLI USA

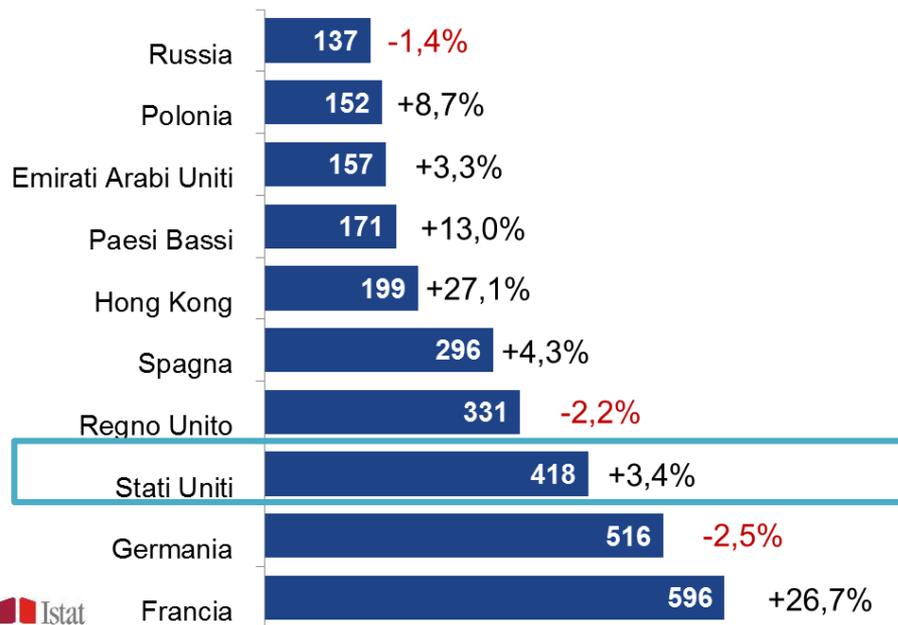
L'Italia segna nel 2017 un valore dell'export cosmetico pari a 4.617 milioni di euro. Di questi, oltre il 9% (418 milioni di euro) verso gli Stati Uniti come paese di destinazione, rendendo così la bandiera a stelle e strisce la terza meta importatrice del cosmetico italiano e la prima in termini di destinazione extraeuropea. Il contributo alla crescita di oltre tre punti percentuali deriva dalla performance dei prodotti per il trucco, +19,3% con un peso sul totale export cosmetico verso gli USA di oltre il 30%.

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa

Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno su dati 

Primi 10 paesi di destinazione dell'export cosmetico italiano nel 2017

Valori in milioni di euro, var. % '17-'16



Più marginali in termini di peso a valore, ma con un trend più che positivo, i prodotti per l'igiene personale registrano +26,2% nel 2017. La crescita dei consumi interni, +3,1%, confrontata con la crescita dell'export italiano verso gli Stati Uniti conferma, seppur marginale, una crescita della quota di mercato dei prodotti provenienti dall'Italia capaci di un forte richiamo verso consumatori attenti e abituati ad elevati standard qualitativi. In termini di numero di prodotti cosmetici immessi sul mercato statunitense (oltre 114 mila nuovi lanci), oltre il 40% si presenta a scaffale con claim di richiamo funzionale, segue con il 34% il tema del green anche se in calo, compensato dall'ascesa della connotazione naturale legata ai temi etico-ambientali e alla sostenibilità.

Ripartizione % dei claim presenti nei nuovi lanci di prodotti cosmetici in USA nel 2017

Totale nuovi lanci di cosmetici in USA nel 2017=114.421

