

Per qualificare il valore dell'essenzialità della spesa per prodotti cosmetici TEHA ha condotto un'analisi comparata tra le diverse fasce di reddito utilizzando il database COICOP fornito dall'Istat.  
La metodologia si divide in 2 step:

## **Primo step - Variazione della spesa per prodotti cosmetici tra le diverse fasce di reddito**

Il primo focus mostra la ripartizione della spesa media della popolazione italiana per diverse categorie merceologiche, inclusi i beni per la cura della persona. I dati sono suddivisi in base ai quintili di reddito della popolazione. Ognuno dei 5 quintili in cui è suddivisa la popolazione è rappresentativo di una specifica fascia di reddito. In particolare, i quintili I e II identificano le fasce con redditi più bassi e, di conseguenza, con una capacità di spesa più limitata. Al contrario, i quintili IV e V rappresentano le fasce di popolazione con i redditi più elevati.

## Secondo step – Analisi del divario di spesa tra le fasce di popolazione con maggiore e minore capacità economica

La seconda analisi propone invece un confronto del divario di spesa esistente tra il quintile più ricco (V) e quello più povero (I) per prodotti cosmetici. Questo indicatore viene presentato sotto forma di "fattore moltiplicativo", indicando quanto spende in più un cittadino appartenente al quintile superiore rispetto a uno del quintile inferiore. In sintesi, escluse le spese incomprensibili, come casa e alimenti, i cosmetici mostrano il differenziale più basso rispetto alle altre categorie di spesa, con una dinamica simile a quella osservata per i beni legati alla salute.



Fonte: TEHA Group «Le priorità d'azione per la competitività dell'industria della cosmetica in Italia», 2025