

IL COSMETICO A CONNOTAZIONE NATURALE E SOSTENIBILE: I NUOVI PERIMETRI DI CLASSIFICAZIONE E I DATI DI SELL IN

Gian Andrea Positano

Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

10 febbraio 2021

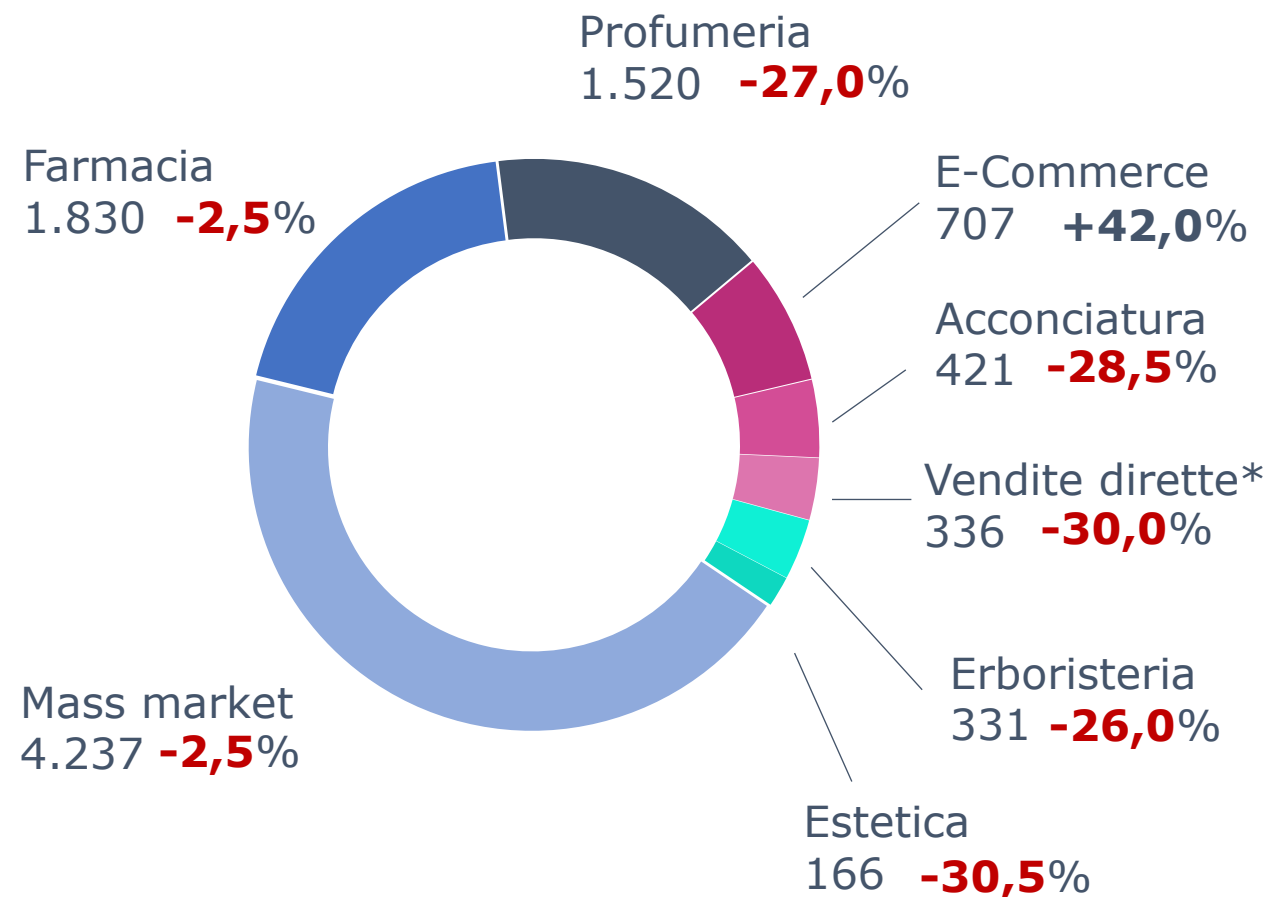


COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Il nuovo mercato cosmetico in Italia nel 2020

I consumi di prodotti cosmetici nel 2020 sono prossimi a **9.500** milioni di euro con un calo pari al **-9,6%** (erano **10.558** nel 2019).



COSA CAMBIA IN VALORE RISPETTO AL 2019

MASS MARKET	-100 mio/€
FARMACIA	-50 mio/€
PROFUMERIA	-550 mio/€
E-COMMERCE	+200 mio/€
ACCONCIATURA	-170 mio/€
VENDITE DIRETTE*	-150 mio/€
ERBORISTERIA	-120 mio/€
ESTETICA	-70 mio/€

*Comprendono vendite porta a porta e per corrispondenza.

Elaborazione Centro Studi. Valori preconsuntivi in milioni di euro e variazioni percentuali '20-'19

Commissione cosmetici a connotazione naturale e sostenibile

Ambiti di applicazione e obiettivo di ricerca

Dalla definizione del campo di applicazione (perimetro di definizione):

- **Studi e analisi di mercato**
 - Attività di comunicazione esterna
 - Servizi agli associati

Mappatura del fenomeno dei CCN&S presso le imprese associate di Cosmetica Italia

106

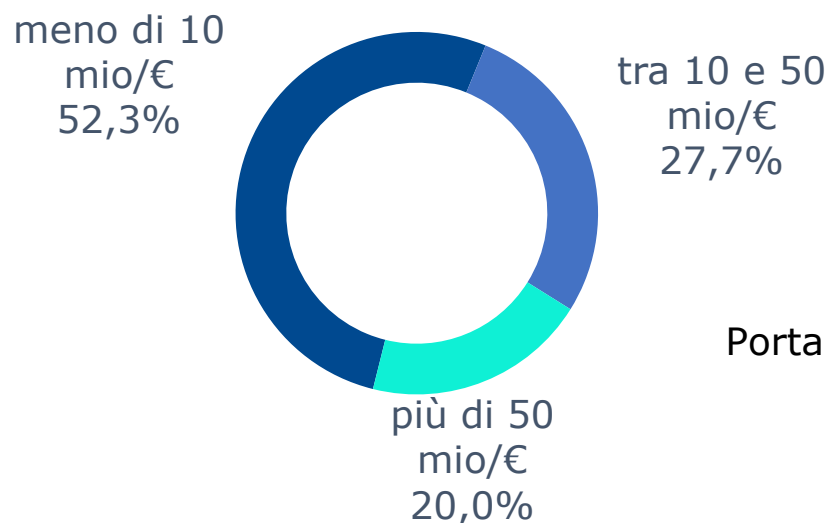
Numero delle
imprese rispondenti

7,1

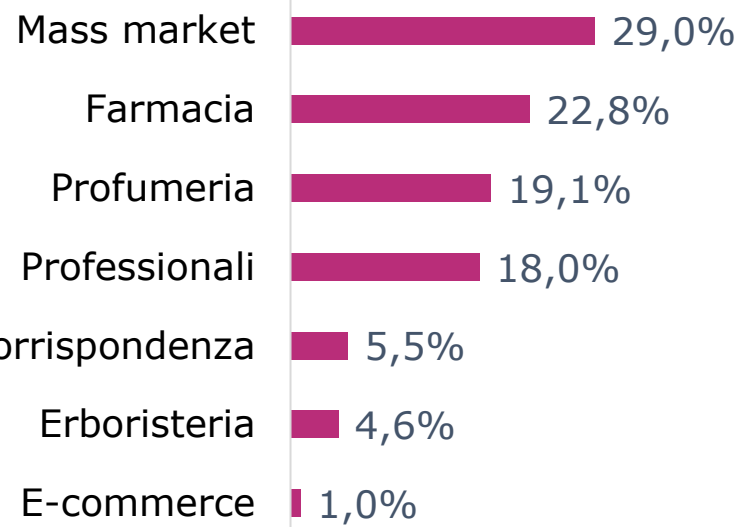
Miliardi di euro rappresentati dal fatturato (sell-in)
delle imprese rispondenti, pari al 59% del
fatturato totale industria

Struttura del campione intervistato

Classe di fatturato



Specializzazione di canale



Origine



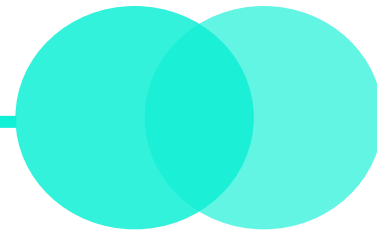
Perimetri di classificazione del cosmetico a connotazione naturale/ biologico e sostenibile/green (abbreviato in **CCN&S**)

COSMETICO A CONNOTAZIONE NATURALE / BIOLOGICO

È un prodotto che è caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione naturale/biologica (richiamo al mondo vegetale, minerale o animale), in linea con la sua composizione formulativa.

Inoltre, il cosmetico a connotazione naturale/biologica può comunicare la:

- conformità allo standard internazionale ISO 16128
- certificazione naturale/biologico secondo il protocollo di un organismo privato specializzato



SOSTENIBILITÀ / GREEN

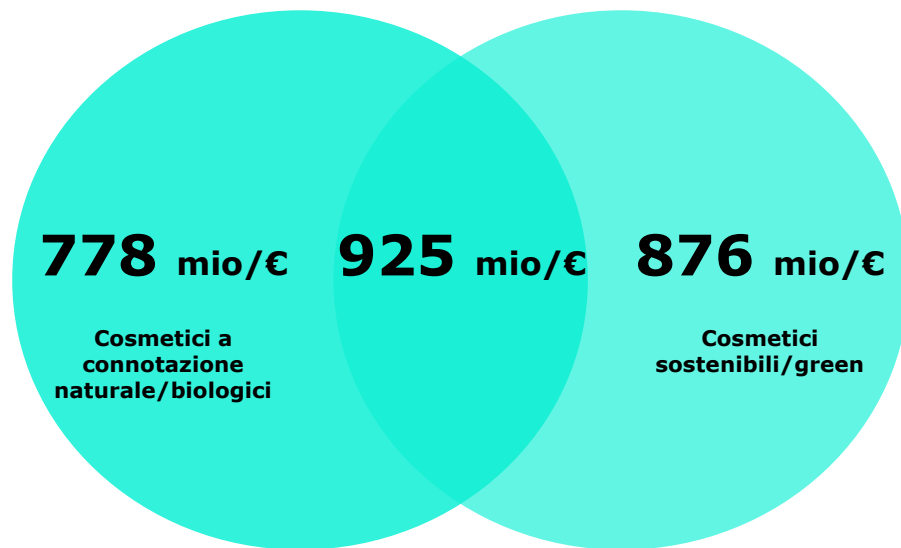
È un prodotto che comunica elementi legati alla sostenibilità ambientale in termini (esemplificativi) di:

- processi produttivi (emissione CO2, riduzione utilizzo dell'acqua, gestione rifiuti, risparmio energetico, ...)
- caratteristiche dell'imballaggio (riduzione materiale, packaging riciclato, riciclabile, biodegradabile, ...)
- gestione della filiera (approvvigionamento materie prime, trasporto, logistica distribuzione)
- impronta ambientale (PEF, LCA, ...)
- certificazione di prodotto (ecolabel, Nordic Swan, Blue Angel)
- certificazione corporate (ISO 14001, B Corp, ...)
- Relazione del bilancio di sostenibilità
- Premi/riconoscimenti internazionali
- Altre forme di sostenibilità ambientale

Il valore di sell-in dei CCN&S in Italia

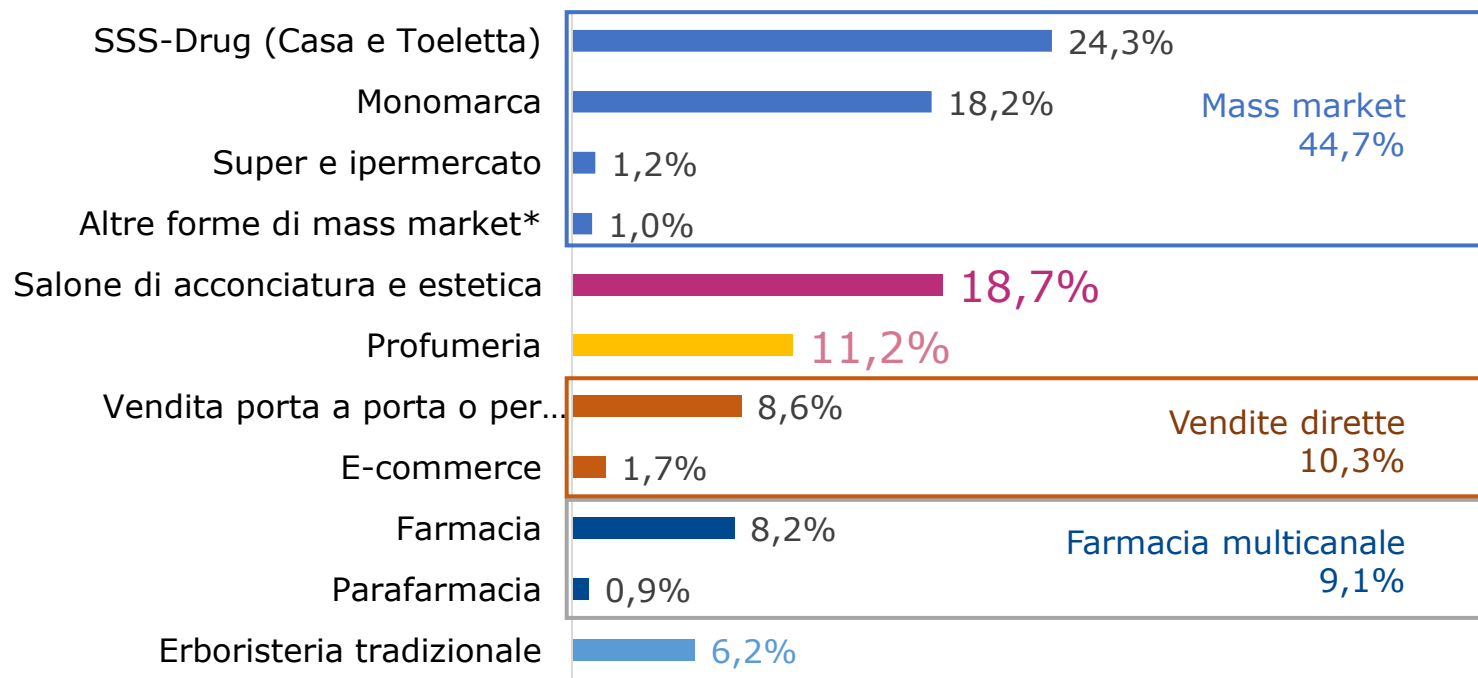
Il valore dei CCN&S è pari a **1.654** milioni di euro.

Il valore dei **solì cosmetici a connotazione naturale/biologici** è di **778** milioni di euro, mentre il valore dei **solì 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 producono cosmetici a connotazione naturale/biologici, è pari a **925** milioni di euro.



Elaborazione Centro Studi. Valori in milioni di euro

Canalizzazione del fatturato generato dai CCN&S



Libero Servizio, Discount e Traditional grocery)

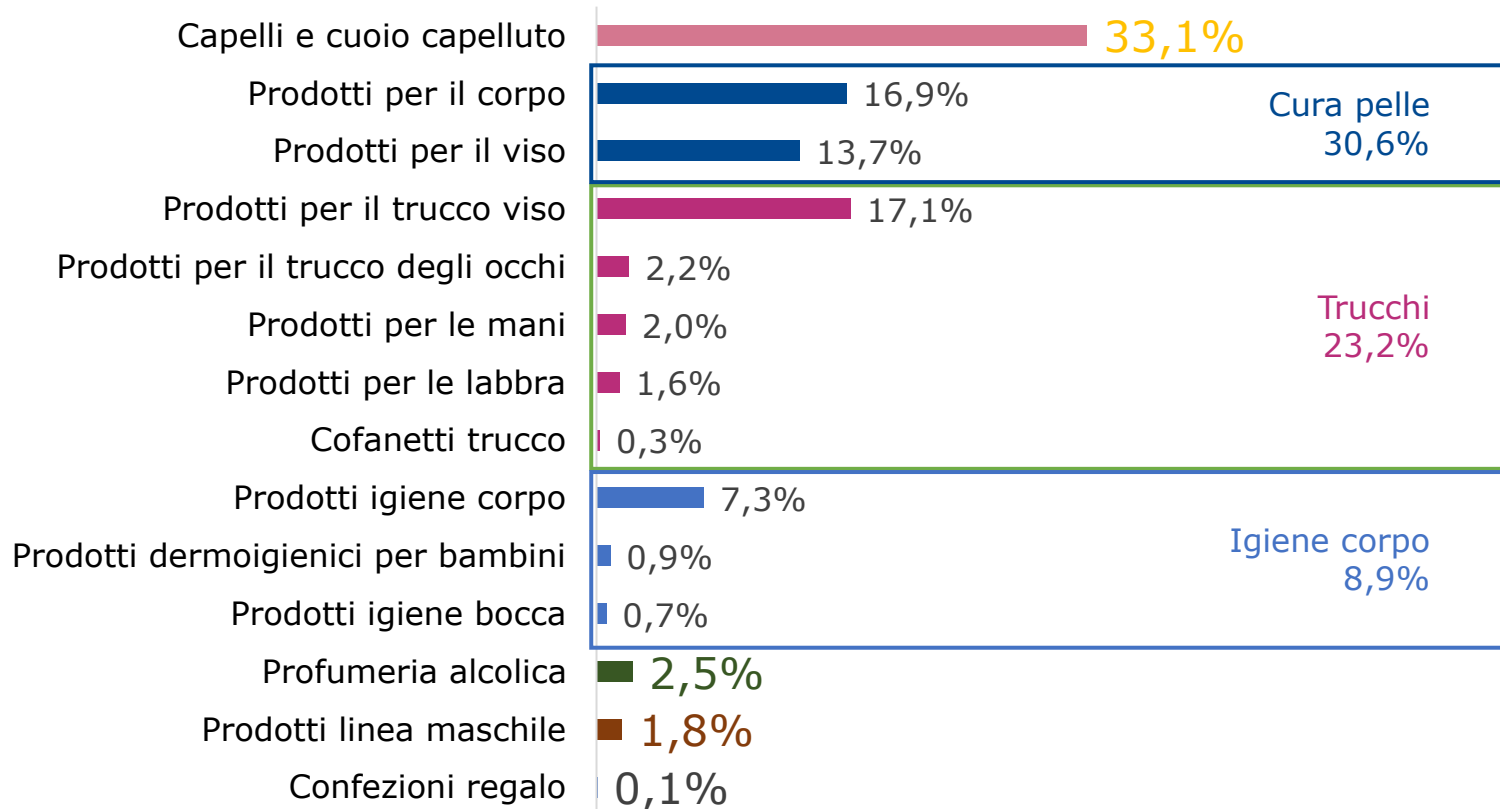
* Comprende libero servizio, discount e traditional grocery)
Elaborazione Centro Studi. Distribuzione percentuale

Canalizzazione del fatturato generato dai CCN&S: split per i due insiemi

		Connotazione naturale/biologico	Sostenibile/green
SSS-Drug (Casa e Toeletta)	24,3%	16,3%	31,7%
Monomarca	18,2%	24,7%	12,1%
Super e ipermercato	1,2%	1,6%	0,8%
Altre forme di mass market*	1,0%	1,2%	0,9%
Salone di acconciatura e estetica	18,7%	18,8%	18,7%
Profumeria	11,2%	4,2%	17,6%
Vendita porta a porta o per...	8,6%	17,6%	0,1%
E-commerce	1,7%	2,3%	1,1%
Farmacia	8,2%	5,8%	10,5%
Parafarmacia	0,9%	0,9%	0,8%
Erboristeria tradizionale	6,2%	6,5%	5,9%

* Comprende libero servizio, discount e traditional grocery)
Elaborazione Centro Studi. Distribuzione percentuale

Ripartizione per famiglie di prodotto del fatturato generato dai CCN&S

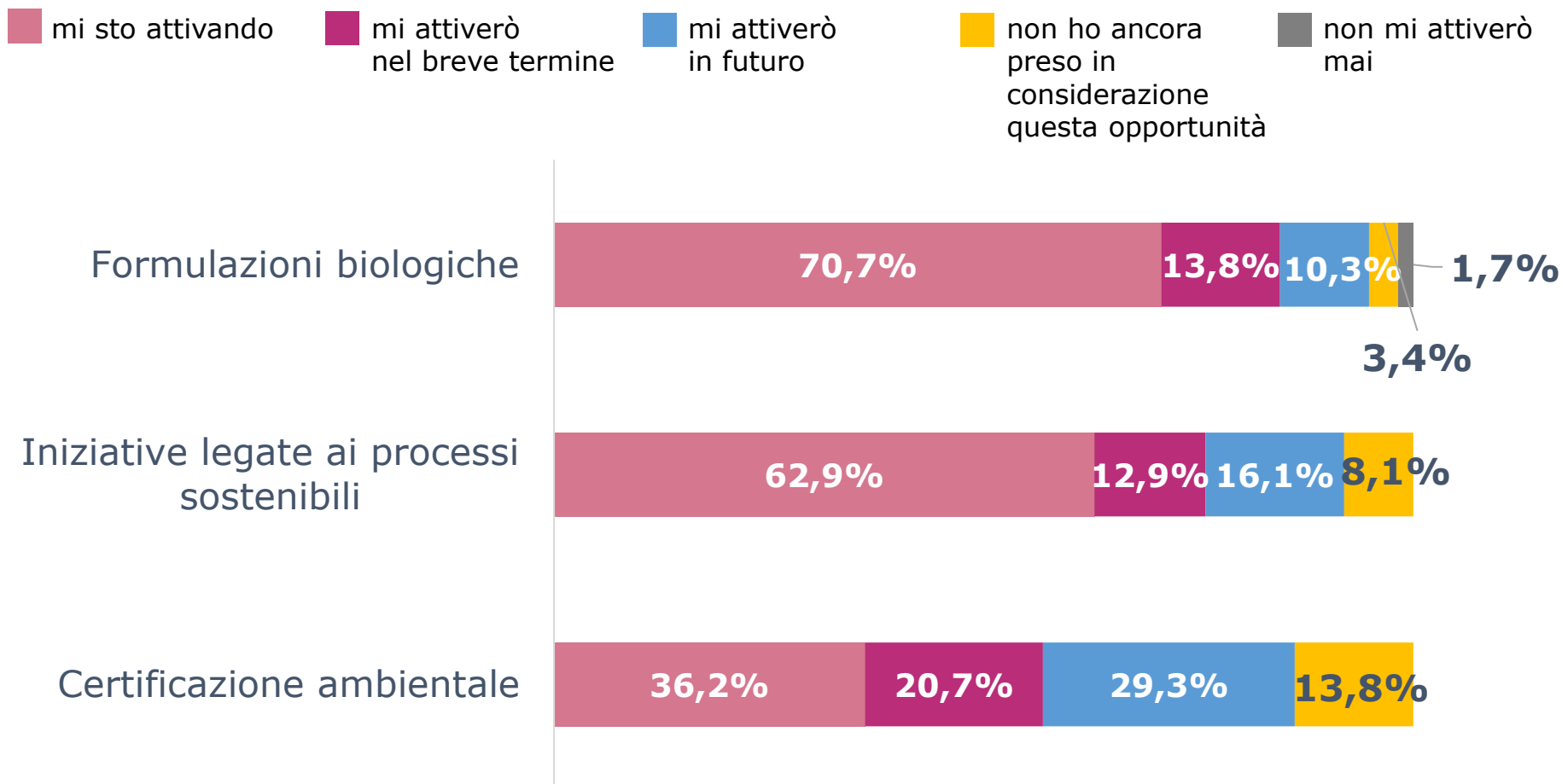


Ripartizione per famiglie di prodotto del fatturato generato dai CCN&S: split per i due insiemi

		Connotazione naturale/biologico	Sostenibile/green
Capelli e cuoio capelluto	33,1%	36,4%	28,2%
Prodotti per il corpo	16,9%	20,7%	11,2%
Prodotti per il viso	13,7%	15,6%	11,0%
Prodotti per il trucco viso	17,1%	9,8%	27,9%
Prodotti per il trucco degli occhi	2,2%	2,5%	1,8%
Prodotti per le mani	2,0%	1,7%	2,5%
Prodotti per le labbra	1,6%	1,2%	2,0%
Cofanetti trucco	0,3%	-	0,6%
Prodotti igiene corpo	7,3%	6,9%	7,8%
Prodotti dermoigienici per bambini	0,9%	0,9%	1,0%
Prodotti igiene bocca	0,7%	0,1%	1,5%
Profumeria alcolica	2,5%	2,8%	2,0%
Prodotti linea maschile	1,8%	1,3%	2,4%
Confezioni regalo	0,1%	0,1%	0,1%

Elaborazione Centro Studi. Distribuzione percentuale

Atteggiamento nei confronti delle opportunità strategiche di investimento



Elaborazione Centro Studi. Distribuzione percentuale

