



25 febbraio 2025

## **CONGIUNTURA, TREND E INVESTIMENTI NEL SETTORE COSMETICO**

L'Indagine congiunturale a cavallo tra il secondo semestre 2024 e i primi sei mesi del 2025 relativi al comparto cosmetico italiano conferma la capacità reattiva dell'industria cosmetica nazionale anche a fronte di uno scenario dettato da criticità e nuovi equilibri.

Infatti, le proiezioni di chiusura del 2024 evidenziano un valore del fatturato delle imprese cosmetiche superiore ai 16,5 miliardi di euro (+9,2% rispetto al 2023) e una previsione per il 2025 di 17,7 miliardi di euro (+6,9% rispetto al 2024). Sui livelli di produzione prosegue l'assorbimento della leva inflattiva, in netto calo rispetto alle dinamiche registrate a fine 2022.

Un importante contributo ai livelli del fatturato cosmetico è dato dall'export, fortemente in crescita già dal 2021, con una stima positiva a chiusura del 2024 di circa 12,5 punti percentuali e con il valore record che si avvicinerà a 8 miliardi di euro, in un contesto in cui la manifattura italiana, nel suo complesso, sta accusando gli effetti della domanda internazionale. Le proiezioni al 2025 vedono per l'export dell'industria cosmetica italiana una ulteriore crescita dell'8,5%, per un valore che supererà gli 8,6 miliardi di euro, grazie alla buona diversificazione dell'offerta.

Nell'arco di vent'anni il peso dell'export sul totale del fatturato dell'industria cosmetica in Italia è raddoppiato, passando dal 23% del 2003 al 48% di fine 2024 con significativo e progressivo contributo ai valori di fatturato totale del comparto. Inoltre, nello stesso periodo, se consideriamo il solo valore assoluto, le esportazioni di cosmetici Made in Italy sono più che quadruplicate passando da 1,8 a poco meno di 8 miliardi di euro.

Ci sono tuttavia fenomeni geopolitici su cui impatta il futuro delle strategie di internazionalizzazione dell'industria cosmetica in Italia.

Primo fra tutti l'interesse verso la Groenlandia derivante dallo sfruttamento delle risorse minerarie dell'isola, ricchissime e inesplorate, e dalla navigazione sempre più praticabile su rotte che riducono drasticamente tempi e costi di trasporto.

Altro punto chiave è rappresentato dalla siccità che pone l'attenzione anche al Canale di Panama (concentra ad oggi quasi il 6% degli scambi globali via mare; di questo, il 40% è statunitense): il dislivello tra le due sponde del sistema di chiuse idrauliche hanno limitato i passaggi e fatto aumentare le tariffe nonostante sia uno snodo imprescindibile dei flussi commerciali tra Estremo Oriente e Stati Uniti in quanto offre un tragitto più diretto rispetto alla rotta via Suez.

Lo scenario dei flussi commerciali internazionali è in profondo cambiamento, il futuro nel breve-medio termine porterà al consolidamento di alcuni mercati rispetto ad altri e, come sempre, l'industria cosmetica italiana trasformerà questi mutamenti in opportunità.



## SCENARIO MACROECONOMICO

Nei primi mesi del 2025 il contesto mondiale si caratterizza per un nuovo rincaro dei prezzi dell'energia e per il rallentamento del commercio internazionale, mentre le misure protezionistiche dei principali mercati sembrano, al momento, avere impatti marginali sull'interscambio.

Sicuramente, la tensione tra apertura commerciale e autonomia nazionale emerge nei periodi di più rapida trasformazione, come quello attuale, guidata dall'aumento delle distanze e delle tensioni geopolitiche in corso.

**PIL in Italia:** le recenti elaborazioni curate dal Fondo Monetario Internazionale e dall'Istat indicano per l'Italia una crescita del PIL dello 0,5% nel 2024 e dello 0,8% nel 2025, con prospettive, per quanto concerne la manifattura italiana, ancora altalenanti.

Se il rincaro dei costi energetici si rivelerà persistente, emergerà il rischio che aumentino in misura marcata i costi sostenuti dalle imprese italiane ed europee per l'energia, intesa come elettricità e gas, petrolio e raffinati. L'impatto maggiore si avrebbe sull'industria, già in difficoltà per altre ragioni, e in particolare sui settori industriali energivori, come quello cosmetico.

Per quanto concerne i consumi in Italia, gioca un ruolo importante la propensione al risparmio delle famiglie italiane, che si traduce in un freno alle dinamiche di consumo che sta portando al ribasso le stime del primo trimestre del 2025.

### Previsioni del PIL per area (var. % reali)

	2024	2025	2026
<b>Pil mondiale</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>
Area Euro	0,8	1,2	1,5
Francia	1,1	1,1	1,3
Germania	-	0,8	1,4
Italia	0,5	0,8	0,7
Spagna	2,9	2,1	1,8
Brasile	3,0	2,2	2,3
Cina	4,8	4,5	4,1
Emirati Arabi Uniti	4,0	5,1	5,1
Giappone	0,3	1,1	0,8
India	7,0	6,5	6,5
Nigeria	2,9	3,2	3,0
Russia	3,6	1,3	1,2
USA	2,8	2,2	2,0
UK	1,1	1,5	1,5

*Elaborazione Centro Studi su dati Fondo Monetario Internazionale, Centro Studi Confindustria e Intesa Sanpaolo*



## INDUSTRIA

L'Indagine congiunturale sul secondo semestre del 2024 e le proiezioni relative ai primi sei mesi del 2025 evidenzia una buona crescita del fatturato trainata fortemente dalle esportazioni che impattano sempre più sulle dinamiche complessive del sell-in cosmetico in Italia.

Le stime sulla chiusura del 2024 delineano una crescita del fatturato totale del settore pari al 9,2%, per un valore di oltre 16,5 miliardi di euro, con una proiezione del +6,9% alla fine del 2025; si riconferma anche l'andamento positivo delle esportazioni che registrano, nelle stime di fine anno, un +12,5%, per un valore di poco superiore a 7,9 miliardi di euro, con una proiezione del +8,5% a fine 2025.

Per quanto concerne i valori di fatturato, quindi del sell-in, occorre rilevare l'ottima performance nei canali tradizionali, +6,4%, ma soprattutto l'ulteriore crescita dei canali professionali aumentati del 4,6%.

Sicuramente, i nuovi equilibri internazionali dettati dalle tensioni in atto e dalle possibili misure protezionistiche da parte dei principali mercati mondiali condizioneranno le dinamiche di crescita dei prossimi mesi. I riflessi sull'industria cosmetica italiana potrebbero avvenire sulle esportazioni nel primo trimestre del 2025, anche se, contrariamente all'andamento degli ordini manifatturieri esteri, le performance dei primi dieci mesi del 2024 lasciano intravedere segnali più che positivi.

### Evoluzione Industria Cosmetica

	Preconsuntivo 2024	Var. % 24/23	Proiezione % 25/24
<b>Fatturato Italia</b>	<b>8.609</b>	<b>6,3%</b>	<b>5,4%</b>
<i>di cui generato nei canali:</i>			
tradizionali e digitali	7.822	6,4%	5,5%
professionali	787	4,6%	4,1%
<b>Esportazione</b>	<b>7.921</b>	<b>12,5%</b>	<b>8,5%</b>
<b>Fatturato totale settore cosmetico</b>	<b>16.530</b>	<b>9,2%</b>	<b>6,9%</b>
<i>di cui generato dal contoterzismo</i>	2.137	8,2%	6,5%

*Elaborazione Centro Studi. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali rispetto al periodo precedente*



## CONSUMI

Nel 2024 i valori del mercato interno di cosmetici, secondo gli indicatori preconsuntivi, sono prossimi a 13,4 miliardi di euro con una stima di crescita del 6,7% rispetto al 2023, caratterizzati in larga parte dalla performance nei canali tradizionali e digitali con un +6,8% e dall'incremento più contenuto dei canali professionali con un +4,9%.

L'acquisto di cosmetici da parte degli italiani riconferma l'anelasticità della domanda che attraversa l'effervescenza dettata da ibridazioni di prodotto e di canale che, conseguentemente, creano nuove occasioni di consumo.

Infatti, la ritualità del consumo di cosmetici, accompagnata a nuovi modelli di esperienzialità nei punti vendita, crea una contaminazione di *touchpoint* virtuosi con il consumatore. Il grande tema dell'Intelligenza Artificiale si innesta perfettamente nella fase di scelta, di acquisto e di post-acquisto, grazie a sistemi di apprendimento capaci di indirizzare il consumatore verso la migliore scelta.

La dinamicità dei canali distributivi legati al mercato cosmetico è espressa anche con strumenti all'avanguardia, sia legati alla AI che di realtà aumentata, contribuendo alle strategie di multicanalità che alimentano reciprocamente le vendite online e offline.

Dalle profumerie alle farmacie, passando dai monomarca, emergono contaminazioni, oltre a quelle tecnologiche, anche a livello di format, abbattendo identità di canale oramai anacronistiche ma che, ai fini delle rilevazioni statistiche, sono imprescindibili per la lettura dell'andamento storico.

### Canali di distribuzione

	<b>Preconsuntivo 2024 (var. %)</b>	<b>Previsione 1° semestre 2025 (var. %)</b>
Mass market	5,1%	4,8%
Profumeria	10,2%	6,6%
Farmacia	6,0%	5,7%
E-Commerce	10,8%	10,0%
Erboristeria	5,3%	5,0%
Vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza)	0,8%	1,0%
Acconciatura	5,0%	4,5%
Estetica	4,7%	4,3%

*Elaborazione Centro Studi. Variazioni percentuali rispetto al periodo precedente*



## DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO – QUADRO DI SINTESI

Nel secondo semestre 2024 si conferma la positiva dinamica degli investimenti del sistema industriale italiano, nonostante i fondi spesi del Pnrr siano ancora il 30% delle risorse totali assegnate al Paese.

Inoltre, si registrano da parte delle imprese diffuse difficoltà di reperimento della manodopera dovute non solo ad un disallineamento di competenze, ma anche a fattori demografici che tenderanno ad acuirsi nei prossimi anni.

I fondamentali industriali, circoscritti al solo settore cosmetico, confermano, attraverso le dichiarazioni di andamento costante da parte degli operatori intervistati, il buono stato di salute delle imprese, nonostante emergano nuove preoccupazioni in merito al ritorno dell'aumento dei costi del gas che, inevitabilmente, porterebbe ripercussioni sui costi di produzione.

Infatti, le accelerazioni dei prezzi nel corso del 2023 hanno deviato il reale andamento dell'economia nazionale ed oggi, con il prezzo del gas ai massimi storici dagli ultimi due anni e il dimezzamento delle scorte europee, rendono caute le prospettive di crescita dell'industria cosmetica e non solo.

Lo scenario pone sotto i riflettori l'andamento lievemente positivo degli indicatori legati alle dinamiche industriali: dagli operatori intervistati emergono infatti mediamente dichiarazioni di investimento in leggera crescita rispetto al semestre precedente.

Nello specifico:

- l'**industria cosmetica**, nel secondo semestre del 2024 ha valori dell'**occupazione** in aumento rispetto al semestre precedente (45% degli operatori ne dichiara l'aumento contro il 31% delle dichiarazioni espresse nel primo semestre 2024);
- l'**utilizzo degli impianti** esprime al meglio la capacità reattiva dell'industria e ne conferma l'andamento costante nonostante la situazione di incertezza: le dichiarazioni di investimenti da parte degli intervistati (oltre due terzi dichiara valori costanti rispetto a poco più della metà del semestre precedente, mentre si riduce la densità di coloro che ne esprime l'aumento), sono il riflesso dello scenario economico mondiale che registra rallentamenti dei flussi commerciali e un andamento *flat* della produzione manifatturiera;
- i **costi di produzione**, in un contesto straordinario come quello che si sta attraversando, indicano l'impatto dell'incremento generale dei costi dettato dalla disponibilità di alcune materie prime oltre al già citato aumento dei costi energetici. Le dichiarazioni legate a tale aumento, infatti, sono in lieve aumento (era il 40% la dichiarazione di aumento nel semestre precedente e il 42% a febbraio 2025);



- gli **investimenti in macchinari e impianti** e gli **investimenti in manutenzione**, confermano la fase lievemente espansiva, ma altalenante, che negli ultimi quattro esercizi ha espresso gli elevati standard produttivi dell'industria cosmetica italiana;
- i valori di **ricerca e sviluppo** registrano dichiarazioni in lieve aumento rispetto al semestre precedente (41% contro il 39% del semestre precedente), a conferma del continuo investimento in know-how aziendale che da sempre contraddistingue la capacità competitiva dell'industria cosmetica;
- gli **investimenti in comunicazione** confermano l'andamento costante dichiarato degli operatori intervistati: questo alto livello di dichiarazioni è tuttavia la media dell'investimento tra gli strumenti tradizionali e le tecniche d'ambito digitale dall'elevato grado di complessità che movimentano i budget delle imprese.

#### **Evoluzione delle dinamiche del comparto cosmetico**

	DICHIARAZIONI "IN AUMENTO"	
	SEMESTRE IN CORSO	SEMESTRE PRECEDENTE
Occupazione	45%	31%
Grado utilizzo impianti	22%	28%
Costi di produzione	42%	40%
Investimenti in macchinari e impianti	33%	29%
Investimenti in manutenzione	29%	26%
Investimenti in ricerca e sviluppo	41%	39%
Investimenti in comunicazione	49%	49%

*Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati. Distribuzioni percentuali e confronto rispetto al semestre precedente*



## INNOVAZIONE E FONTI INFORMATIVE: I DATI COME TRAINO DEL KNOW-HOW AZIENDALE

*Si ringrazia il team scientifico composto da Erika Deserrano (Università Bocconi), Michele Fioretti (Università Bocconi), e Lorenzo Trimarchi (Université de Namur) per il supporto all'analisi focus di questa edizione dell'Indagine Congiunturale.*

Di pari passo ai processi di digitalizzazione d'impresa, il tema dei *Big Data* ha accompagnato l'evoluzione culturale e l'approccio all'online dell'industria. Negli ultimi dieci anni, le imprese cosmetiche in Italia, superato lo spauracchio dell'e-commerce, hanno intrapreso un percorso di evoluzione su questo tema, imparando a sfruttare il potenziale degli strumenti in ambito digitale.

L'importante mole di dati raccolta attraverso le iniziative online o legate ai processi aziendali rappresenta un know-how spesso non valorizzato ma capace di rendere efficienti scelte strategiche e di pianificazione.

Il focus di questa edizione ha evidenziato gli aspetti legati alla raccolta, alla gestione e all'utilizzo delle informazioni in ambiti critici quali ricerca e sviluppo, marketing, supply chain e risorse umane, oltre che analizzare le sfide principali, come la qualità dei dati, l'integrazione dei sistemi e gli investimenti futuri previsti in tecnologie e formazione.

### Raccolta dei dati

Media complessiva	3,56
<i>di cui:</i>	
di vendita	4,36
sui clienti	3,81
sui social media	3,64
di produzione	3,61
regolatori/compliance	3,59
sulla supply chain	3,27
sui fornitori	3,18
sui dipendenti	3,04

### Gestione dei dati

Media complessiva	3,11
<i>di cui:</i>	
gestione relazioni clienti	3,77
software di gestione magazzino	3,74
social media	3,51
e-commerce	3,37
sondaggi clienti	2,84
sistemi di punto vendita	2,48
sensori/IoT	2,08

*Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati.  
Frequenza di utilizzo da 1 a 5 dove 1=mai e 5=sempre, settimanalmente o più.*

I risultati mostrano una frequenza della raccolta dei dati maggiore rispetto alla relativa gestione, segnale di un approccio non ancora ottimizzato a sfruttarne tutto il potenziale. Questo potrebbe indicare una pluralità di fonti o, più probabilmente, una mancanza di meccanismi di governance interna.



È comunque interessante notare che, nonostante la raccolta di dati avvenga principalmente nelle vendite, il loro utilizzo più diffuso sembra essere nella produzione, con una media di utilizzo più alta nonostante l'uso più intuitivo dei dati sarebbe nella determinazione del *pricing*: le informazioni vengono probabilmente utilizzate per individuare le preferenze del mercato e creare prodotti percepiti come unici, stabilendo poi i prezzi alla luce delle loro strategie, indipendentemente dai dati.

#### **Analisi e utilizzo dei dati per aree**

	<b>Media complessiva</b>	<i>Modello di business prevalentemente orientato alla:</i>	
		<i>produzione</i>	<i>distribuzione</i>
Ricerca e Sviluppo	3,69	3,78	3,26
Supply Chain	3,52	3,56	3,43
Risorse Umane	3,49	3,48	3,55
Marketing e Vendite	3,26	3,20	3,42

*Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati.  
Frequenza di utilizzo da 1 a 5 dove 1=mai e 5=sempre, settimanalmente o più.*

#### **METODOLOGIA CONGIUNTURALE**

*Ogni sei mesi il Centro Studi redige una comunicazione, da inviare a tutti i soci, in cui richiede i dati congiunturali dei mercati di riferimento. Inoltre, predisponde il link al questionario online per la raccolta dei dati che contiene le richieste utili per elaborare l'Indagine completa.*

*In occasione di periodici incontri con i gruppi e con i referenti specifici di alcune aziende si valutano le esigenze e si propongono eventuali approfondimenti di indagine.*

*Il Centro Studi contatta i gruppi e le aziende più collaborative per condividere tendenze, giudizi e commenti sui dati definitivi. Il Centro Studi elabora i dati finali, pesando con un modello statistico le risposte ricevute e modulandole nel confronto con i valori riscontrati dagli enti di rilevazione.*

*Nel rapporto vengono proposte rilevazioni ad-hoc e statistiche che di volta in volta risultano utili alla migliore comprensione dei fenomeni legati al settore industriale e al mercato della cosmetica.*

*Per garantire l'attendibilità dei dati raccolti ed elaborati si è stabilito uno strumento di misurazione alle variazioni espresse dall'Indagine congiunturale (previsioni) e il confronto con le variazioni percentuali calcolate a consuntivo.*

*La valutazione del Centro Studi è un elemento contenuto nelle verifiche da parte degli esperti di Certiquality. Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi hanno ricevuto la conferma delle certificazioni UNI EN ISO 9001:2015 e 14001: 2015. La procedura conferma che il processo è ben governato se lo scarto tra i dati espressi dalla congiunturale e i dati determinati a consuntivo non superano in valore assoluto le 2 unità.*