



INDAGINE CONGIUNTURALE: MERCATO E INDUSTRIA COSMETICA

BENEDETTO LAVINO
Presidente Cosmetica Italia



Lo scenario

Durante la fase di uscita dalla pandemia, l'evento bellico in Ucraina ha dato libero sfogo alle iniziali pressioni sui **costi delle materie prime** del 2021 con **rincari che non hanno precedenti** nel dopoguerra, fatta forse eccezione per quelli della crisi petrolifera degli anni 70.

I **beni energetici** e le **produzioni agricole** sono i comparti più colpiti dall'impennata delle quotazioni ed hanno influenzato pesantemente la **struttura dei prezzi** del Largo Consumo.

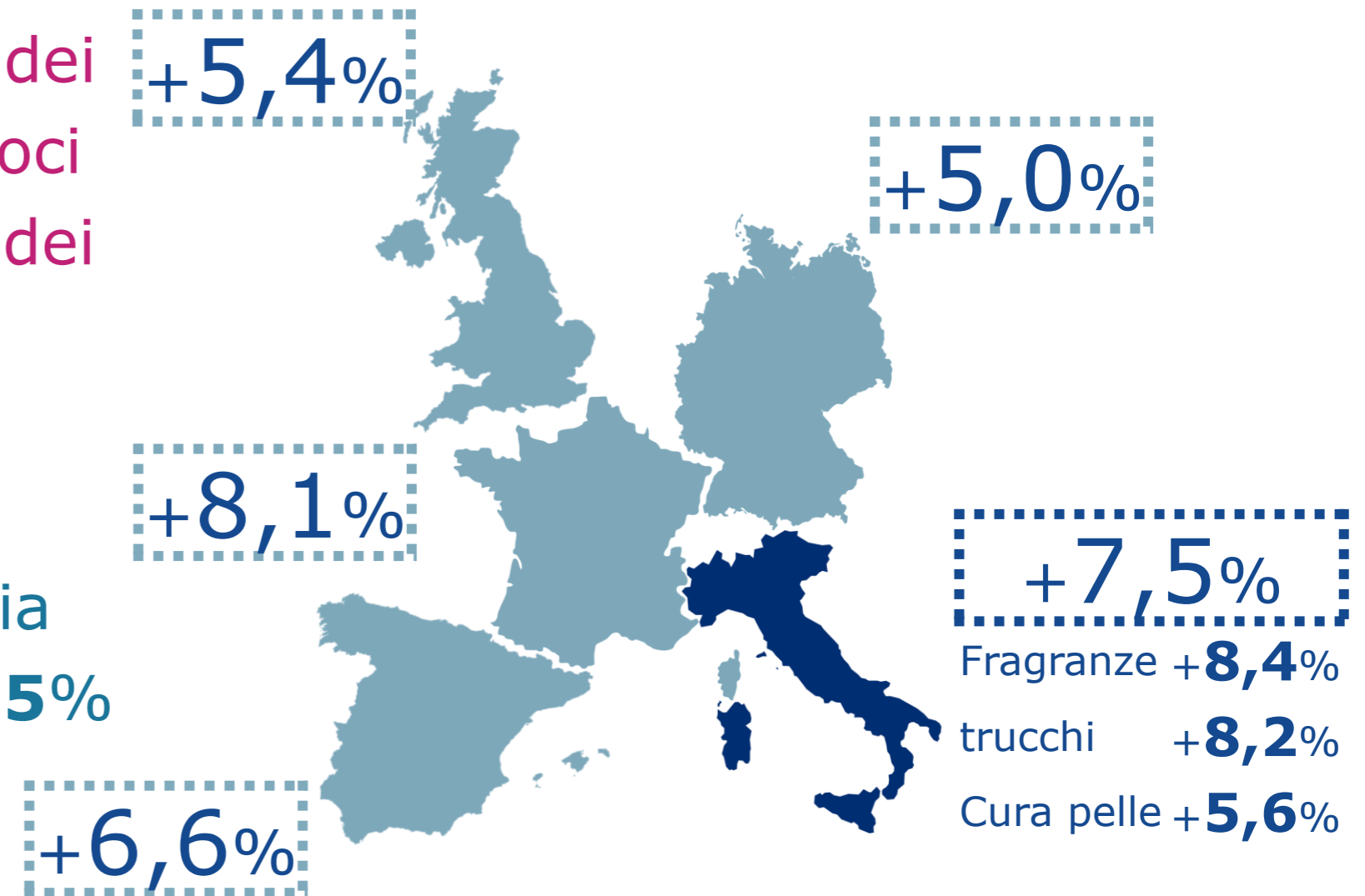


L'industria cosmetica italiana alla luce dell'attuale scenario

A livello europeo, assistiamo ad un rientro mercato delle tensioni che però non si traduce in un **rallentamento proporzionale dei prezzi finali** dei beni di prima necessità, che diventano una delle voci dove l'**inflazione** pesa di più nel carrello di spesa dei consumatori.

In Italia nella prima metà del 2023 il **cosmetico** registra incrementi dei prezzi al di sotto della media generale delle principali categorie di acquisto (+**7,5%** contro poco più del **12%** nel Largo Consumo Confezionato) ma superiori alla media europea.

Variazione dei prezzi del cosmetico nei principali mercati europei a metà del 2023



Il cosmetico tra necessità e benessere

La narrazione legata al cosmetico non gravita solo intorno all'**essenzialità** e alla risposta di **bisogni di prima necessità** in cui domina la leva **prezzo**.

Infatti, la sfera del **benessere psico-fisico** e di **soddisfazione** del cosmetico tocca **aspetti evocativi** e di **realizzazione** ben sviluppati dai cosmetici di lusso.

Evocazione e soddisfazione sono due temi che persistono e si confermano anche nel 2023.





Cosmetici premium e polarizzazione degli acquisti in Italia nel corso del 2023

Il cosmetico di lusso racchiude evocazione e realizzazione che, nonostante lo **scenario di incertezza** tra aumento dei tassi di interesse e fantasmi della recessione, confermano il **radicamento nelle abitudini** dei consumatori in Italia.



FRAGRANZE DAL PREZZO MEDIO >150 EURO

(peso a valore **6%** su totale fragranze)



ROSSETTI DAL PREZZO MEDIO >35 EURO

(peso a valore **37%** su totale rossetti)



CREME VISO DAL PREZZO MEDIO >350 EURO
(peso a valore **5%** su totale creme viso)

DAL PREZZO MEDIO <25 EURO
(peso a valore **25%** su totale creme viso)

Come si traducono questi trend nei valori preconsuntivi di fine 2023?

PER L'INDUSTRIA COSMETICA

FATTURATO

14,8 €MLD

Preconsuntivo '23 +10,9% var. % 23-22

Previsione '24 +8,5% var. % 24-22

PER GLI ACQUISTI DI COSMETICI DA PARTE DEGLI ITALIANI

MERCATO

12,4 €MLD

Preconsuntivo '23 +8,2% var. % 23-22

Previsione '24 +5,8% var. % 24-22



www.cosmeticaitalia.it



 COSMETICA ITALIA
associazione nazionale imprese cosmetiche