



LE DINAMICHE DEI NUMERI E DEI TREND DEL COSMETICO

GIAN ANDREA POSITANO
Responsabile Centro Studi

LA CONGIUNTURALE: DIAMO I NUMERI



44

questa è la 44^a
presentazione
della Congiunturale



+8,9%

chiusura del
mercato cosmetico
in Italia a fine
2022



+13,4%

chiusura dell'
e-commerce
cosmetico in
Italia a fine 2022



3,5-4%

inflazione media del
comparto cosmetico
rispetto a una media
nazionale del paniere
dei consumi a gennaio
2023 dell'8,5%



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Evoluzione del fatturato dell'industria cosmetica

	preconsuntivi 2022	var. % 2022-21	proiezione % 2023-22
Fatturato in Italia	7.541	8,3	5,9
<i>di cui generato nei canali tradizionali e digitali</i>	6.775	8,6	6,0
<i>di cui generato nei canali professionali</i>	766	5,9	5,1
Esportazione (fatturato all'estero)	5.615	15,8	10,0
Fatturato totale settore cosmetico	13.156	11,4	7,7

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali anno su anno.



Le dinamiche industriali nel secondo semestre 22

● SECONDO semestre 2022

● PRIMO semestre 2022

Il **62%** degli operatori in ambito cosmetico si posiziona su dichiarazioni di **investimento costante** (era il 52% il semestre precedente) ad eccezione dei costi di produzione che risentono del rincaro energetico e dell'approvvigionamento di materie prime.

	DICHIARAZIONI DI INVESTIMENTI IN AUMENTO		DICHIARAZIONI DI INVESTIMENTI COSTANTI	
Occupazione	29%	41%	65%	47%
Grado utilizzo impianti	31%	40%	61%	57%
Costi di produzione	86%	94%	4%	5%
Investimenti in macchinari e impianti	37%	45%	61%	52%
Investimenti in manutenzione	20%	41%	80%	53%
Investimenti in ricerca e sviluppo	33%	39%	65%	61%
Investimenti in comunicazione	45%	54%	43%	41%

Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati.

I trend in evidenza

INDUSTRIA



reperibilità e costo
materie prime



crisi **energetica**



costo della **vita**

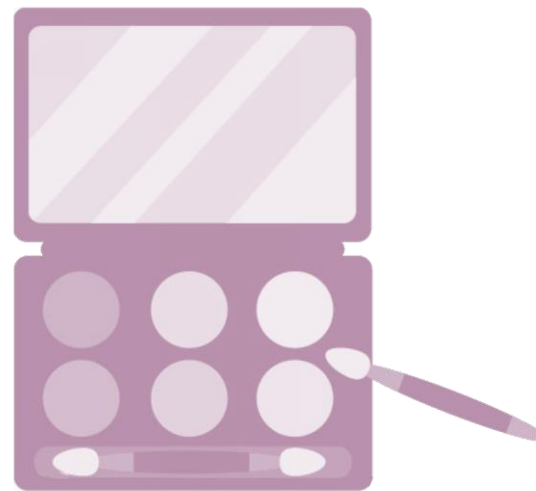


inflazione

Mentre l'industria cosmetica si prepara a quello che dovrebbe essere un altro anno turbolento con rallentamenti nella reperibilità delle materie prime, le aziende intensificheranno gli sforzi per accorciare le catene di approvvigionamento e orientare i contratti di fornitura a livello locale, mettendo in evidenza partnership a km zero.

I trend in evidenza

PRODOTTO



DALLA MULTIFUNZIONE ALLA IPERFUNZIONE

I nuovi cosmetici ibridi hanno iper-prestazioni al centro delle loro formulazioni, sia che combinino il trucco con risultati legati alla dermocosmesi funzionali e comprovati (**trasparenza** e **veridicità**), sia che esplorino un livello di benessere più profondo (**esperienzialità** e **ritualità**).

FUTURI FISICI

Lo shopping di cosmetici nei punti vendita fisici è tornato e prospera. Il 2022 ha visto gli acquirenti **tornare nei negozi** e si registra l'apertura di decine di negozi specifici per la bellezza: il 2023 offre un'enorme opportunità per la creazione di esperienze coinvolgenti per fidelizzare offrendo la possibilità sia di disconnettersi dal mondo virtuale, sia di sentirsi meglio in quello reale integrando strumenti digitali.



MERCATO

Evoluzione del percorso di acquisto beauty in ottica multicanale

LE PRIME EVIDENZE EMERSE DALLA FASE QUALITATIVA DELLA RICERCA ESDB

Oggi ai consumatori viene proposta la stessa effervescenza distributiva vissuta circa 20 anni fa con l'arrivo dei monomarca. Il proliferare dei canali beauty rappresenta una opportunità, poiché genera la sensazione di **nuovi bisogni** (prodotti in passato non considerati nella propria beauty routine), crea **domanda**, crea **occasioni di consumo** e genera **mercato**.

Negli ultimi anni, si è verificato un avvicinamento generazionale e un graduale «sdoganamento» della cosmesi nel mondo maschile. Mentre, fino agli scorsi decenni, le diversità generazionali e di genere erano molto più marcate, oggi notiamo un progressivo **interscambio** e **condivisione** socio-demografica.



www.cosmeticaitalia.it

