



2 ottobre 2023

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

Il 2023 segna il rafforzamento dell'economia mondiale, nonostante si registrino ancora fluttuazioni dei prezzi delle *commodities* e incertezze derivanti dalle tensioni geopolitiche. L'andamento congiunturale dei primi sei mesi dell'anno conferma la capacità reattiva dell'industria cosmetica nazionale che abbatte le incertezze e mette in luce le strategie aziendali adottate attraverso strumenti di contromisura e di anticipazione allo scenario.

Infatti, le stime di chiusura del 2023 portano a un valore del fatturato delle imprese cosmetiche prossimo a 14,8 miliardi di euro (+10,9% rispetto al 2022) e una proiezione per il 2024 di poco più di 16 miliardi di euro (+8,5% rispetto al 2023). Ormai il confronto con il periodo pre-Covid è solamente un lontano ricordo, tuttavia su tali livelli di produzione impatta il parziale assorbimento della leva inflattiva dovuta ai rincari delle materie prime che hanno avuto un riflesso su tutta la catena del valore.

Infatti, rispetto a una media del manifatturiero superiore al 12%, il comparto cosmetico registra nel corso del 2023 un rincaro dei prezzi inferiore all'8%, con lievi margini di miglioramento rispetto agli incrementi evidenziati a fine 2022.

Analoghe performance riguardano l'export, fortemente in crescita già dal 2021, ulteriormente amplificato alla fine del 2022, con una variazione positiva prevista a chiusura del 2023 di 15 punti percentuali e con il livello di valore record di 6,7 miliardi di euro, nonostante la manifattura italiana stia registrando un rallentamento della domanda internazionale e anche le prospettive del terzo trimestre non appaiono rosee. Le proiezioni al 2024 vedono per l'industria cosmetica in Italia una ulteriore crescita di dieci punti percentuali, per un valore che si approssima ai 7,4 miliardi di euro.

Inoltre, in questa 55esima edizione dell'analisi congiunturale, è stato dedicato un approfondimento sull'impegno delle imprese cosmetiche sul tema della sostenibilità: è oramai un fenomeno imprescindibile alimentato sia dal mercato che dall'industria grazie alla reciproca fiducia dettata da azioni concrete e una comunicazione trasparente e veritiera.



## SCENARIO MACROECONOMICO

La tensione tra apertura commerciale e autonomia nazionale emerge nei periodi di più rapida trasformazione, come quello attuale, guidata dall'aumento delle distanze geopolitiche tra paesi e dalla doppia transizione economica, green e digitale.

Il modello di sviluppo italiano è fondato sull'attività manifatturiera e, più di un terzo del manifatturiero italiano partecipa alle catene globali del valore, che amplificano gli effetti degli shock tra nodi produttivi. Inoltre, in negativo agisce anche il forte rialzo dei tassi, che toglie risorse a investimenti e consumi già colpiti anche dall'inflazione.

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

|                             | 2022       | 2023       | 2024       |
|-----------------------------|------------|------------|------------|
| <b>Economie consolidate</b> | <b>2,7</b> | <b>1,3</b> | <b>1,4</b> |
| Area Euro                   | 3,5        | 0,8        | 1,4        |
| USA                         | 2,1        | 1,6        | 1,1        |
| UK                          | 4,1        | -0,3       | 1,0        |
| Germania                    | 1,8        | -0,1       | 1,1        |
| Spagna                      | 5,5        | 1,5        | 2,0        |
| <b>Italia</b>               | <b>3,7</b> | <b>0,7</b> | <b>0,8</b> |
| <b>Nuove economie</b>       | <b>4,0</b> | <b>4,0</b> | <b>4,2</b> |
| Cina                        | 3,0        | 5,2        | 4,5        |
| India                       | 6,8        | 5,9        | 6,3        |
| Medio Oriente               | 5,3        | 2,9        | 3,5        |
| Russia                      | -2,2       | 0,3        | 2,1        |
| America Latina              | 4,0        | 1,6        | 2,2        |
| <b>Pil mondiale</b>         | <b>3,4</b> | <b>2,8</b> | <b>3,0</b> |

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

Per quanto concerne l'economia internazionale, dopo il +3,4% del 2022, il Pil mondiale salirà del 2,8% nel 2023; il contributo alla crescita più impattante è generato dalla fase espansiva di Cina e India, rispettivamente con una previsione per l'anno in corso del +5,2% e +5,9% rispetto al 2022. I rallentamenti nella catena globale di fornitura impatteranno ancora a monte della filiera ma i segnali di recupero, grazie anche alla lenta discesa del costo dell'energia, lasciano ben sperare per l'anno in corso. Resta caldo il tema dell'inflazione che sta colpendo soprattutto le fasce di popolazione meno abbienti.

In Europa il PIL è aumentato del 3,5% nel 2022, con una proiezione di crescita nel 2023 dello 0,8%. Il recupero è stato trainato sia dal ritorno dei livelli pre-Covid dei flussi di commercio estero, sia dai mercati interni, nonostante l'incertezza dello scenario vincoli la propensione ai consumi e le attività produttive per l'anno in corso.



## INDUSTRIA

L'indagine congiunturale sui primi sei mesi e le proiezioni per il secondo semestre 2023 evidenziano dinamiche di reazione alle criticità emerse nell'attuale scenario. I dati preconsuntivi sulla chiusura del 2023 delineano una crescita del fatturato globale del settore pari al 10,9%, con una proiezione del +8,5% alla fine del 2024; si riconferma anche l'andamento positivo delle esportazioni che registrano, nelle stime di fine anno, un +15%, con una proiezione del +10% a fine 2024. Per quanto concerne i valori di fatturato, quindi del sell-in, occorre rilevare l'ottima performance nei canali tradizionali, +7,9%, ma soprattutto l'ulteriore crescita dei canali professionali aumentati di 5,6 punti percentuali.

### Evoluzione Industria Cosmetica

|   | <b>Consuntivo<br/>2022</b> | <b>Preconsuntivo<br/>2023</b> | <b>Var. %<br/>23/22</b> | <b>Proiezione<br/>% 24/23</b> |
|---|----------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| <b>Fatturato Italia</b>                       | <b>7.450</b>               | <b>8.024</b>                  | <b>7,7</b>              | <b>7,3</b>                    |
| <i>di cui generato nei canali:</i>            |                            |                               |                         |                               |
| tradizionali e digitali                       | 6.732                      | 7.266                         | 7,9                     | 7,5                           |
| professionali                                 | 718                        | 758                           | 5,6                     | 5,2                           |
| <b>Esportazione</b>                           | <b>5.850</b>               | <b>6.728</b>                  | <b>15,0</b>             | <b>10,0</b>                   |
| <b>Fatturato totale<br/>settore cosmetico</b> | <b>13.300</b>              | <b>14.752</b>                 | <b>10,9</b>             | <b>8,5</b>                    |
| <i>di cui generato dal<br/>contoterzismo</i>  | <i>1.810</i>               | <i>1.975</i>                  | <i>9,1</i>              | <i>7,5</i>                    |

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

In un contesto competitivo dettato dalla difficoltà di reperimento delle materie prime, e il conseguente rincaro, oltre alla crisi bellica che ha generato conseguenze sui costi energetici, l'industria cosmetica riconferma una volta di più quelle caratteristiche di anelasticità che il settore esprime da sempre: la cura di sé e l'igiene personale restano necessità quotidiane a cui le imprese hanno dimostrato di sapere rispondere con prodotti sicuri e innovativi, affiancando, e non rincorrendo, l'evoluzione della opzioni di acquisto dei consumatori.



## CONSUMI

Nel 2023 i valori del mercato interno di cosmetici, secondo gli indicatori preconsuntivi, sono prossimi a 12.400 milioni di euro con una crescita di 8,2 punti percentuali, caratterizzati in larga parte dalla crescita nei canali tradizionali e digitali con un +8,4% e dalla espansione più contenuta dei canali professionali con un +6%.

La fase espansiva della spesa da parte degli italiani è dettata sia dall'inflazione dei cosmetici, mediamente pari al 7,5% nel corso del 2023, sia dal benessere a 360 gradi derivante dalla realizzazione e dalla soddisfazione di acquistare un prodotto cosmetico.

Infatti, la ritualità del consumo di cosmetici, accompagnata a nuovi modelli di esperienzialità nei punti vendita, migliora l'ingaggio del consumatore nei confronti dei brand oltre che una piena fiducia e identificazione nei valori narrati dalle aziende.

### Canali di distribuzione

|   | Preconsuntivo 1° semestre 23 | Stima 2° semestre 23 | Previsioni 24/23 |
|---|------------------------------|----------------------|------------------|
| Mass market   | 7,4                          | 7,8                  | 4,8              |
| Profumeria  | 11,4                         | 12,0                 | 8,5              |
| Farmacia  | 5,9                          | 5,8                  | 4,1              |
| E-Commerce  | 12,2                         | 12,0                 | 9,8              |
| Acconciatura  | 6,2                          | 6,5                  | 4,3              |
| Erboristeria  | 8,1                          | 7,5                  | 5,9              |
| Vendite dirette<br>(porta a porta e per corrispondenza) | 1,6                          | 1,4                  | 1,2              |
| Estetica  | 5,3                          | 4,8                  | 4,1              |

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





## DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO – QUADRO DI SINTESI

Le forti accelerazioni dei prezzi deviano il reale andamento dell'economia nazionale. Da un lato si attenuano i rincari di energia e la tenuta del potere d'acquisto totale delle famiglie, dall'altro il rialzo dei tassi di interesse lede l'accesso al credito.

L'industria cosmetica assorbe la leva inflazionistica riducendo parzialmente le marginalità, infatti, il riflesso a valle, cioè l'incremento effettivo sul carrello del consumatore, è di circa 7,5 punti percentuali per i prodotti cosmetici, contro un aumento medio del largo consumo confezionato, rilevato a metà del 2023, pari al 12,1%.

Nonostante lo scenario ponga sotto i riflettori alcune criticità di scenario, le dinamiche industriali segnalano mediamente dichiarazioni di investimento in aumento superiori al semestre precedente, con buone variazioni tra gli indicatori analizzati.

Nello specifico:

- l'industria cosmetica, nel primo semestre 2023 ha valori dell'**occupazione** in aumento rispetto al semestre precedente (due intervistati su cinque ne confermano il trend in crescita, contro poco meno di un operatore su tre nella precedente rilevazione);
- l'**utilizzo degli impianti** esprime al meglio la minor tensione derivante dalla reperibilità delle materie prime grazie ad addensamenti delle dichiarazioni di aumento maggiori rispetto al secondo semestre 2022; tuttavia, emergono ancora criticità generate dal rincaro delle *commodities* e dal rallentamento della supply chain;
- i **costi di produzione** sono solitamente tra le voci che esprimono al meglio la visione ottimistica degli operatori: in un contesto straordinario come quello che si sta attraversando, sarebbero l'espressione della ripresa, o accelerazione, dell'utilizzo degli impianti. Ad oggi, invece, le dichiarazioni legate all'aumento dei costi di produzione sono pari al 59% (era l'86% nella scorsa rilevazione): percentuale che vede comunque ridimensionarsi nelle densità di risposta con margini di miglioramento;
- gli **investimenti in macchinari e impianti** e gli **investimenti in manutenzione**, confermano la fase di espansione emersa dalle evidenze del semestre precedente, rafforzando le dichiarazioni degli operatori verso valori in aumento da quasi metà degli intervistati;
- anche i valori di **ricerca e sviluppo** registrano dichiarazioni in crescita rispetto al semestre precedente (44% contro il 33% 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** rappresentano la leva che registra un forte aumento, espresso dal 57% 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 DI INVESTIMENTI IN AUMENTO | DELTA AUMENTO RISPETTO AL SEMESTRE PRECEDENTE |
|---------------------------------------|--|---|
| Occupazione                           | 39%                                      | +9%   |
| Grado utilizzo impianti               | 39%                                      | +7%   |
| Costi di produzione                   | 59%                                      | -28%  |
| Investimenti in macchinari e impianti | 47%                                      | +10%  |
| Investimenti in manutenzione          | 32%                                      | +13%  |
| Investimenti in ricerca e sviluppo    | 44%                                      | +11%  |
| Investimenti in comunicazione         | 57%                                      | +12%  |

*Elaborazione sulla base delle segnalazioni degli operatori intervistati*

Oltre alle consolidate analisi, in questa indagine congiunturale si sono indagate le strategie aziendali sostenibili. Le evidenze emerse sono state confrontate con la virtuosità del tessuto produttivo del manifatturiero lombardo che concentra poco più della metà delle imprese cosmetiche in Italia. I risultati mettono in luce l'orientamento dalle aziende soprattutto nelle azioni di efficientamento energetico (85,7% degli intervistati), nella ricerca e sviluppo e design di prodotti attenti all'ambiente (56%) oltre che nella gestione degli scarti di produzione, emissioni e rifiuti (36,9%).

L'impegno concreto avvalora la trasparenza dei valori condivisi con un consumatore sempre più evoluto e attento alle tematiche legate alla sostenibilità.





## **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, predispose 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 dalla 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.*

