



## **BAROMETRO GCF**

### **L'analisi congiunturale del secondo semestre 2023**

La stabilizzazione seppur rallentata dell'economia mondiale, seguita alle incertezze nel periodo post covid, risente ancora delle fluttuazioni dei prezzi delle commodities e delle incertezze derivanti dalle tensioni geopolitiche. Gli andamenti congiunturali del secondo semestre 2023, oltre alle previsioni per i primi mesi del 2024, sottolineano la capacità reattiva dell'industria cosmetica nazionale che incorpora le incertezze a favore di strategie aziendali sempre più allineate alla misurazione dei fenomeni, sia di mercato che di evoluzione produttiva, ponendo al primo posto gli investimenti in innovazione e le analisi delle nuove propensioni di consumo.

Infatti, le valutazioni di chiusura del 2023 evidenziano un valore del fatturato delle imprese cosmetiche superiore ai 15 miliardi di euro (+13,3% rispetto al 2022) e una proiezione per il 2024 di 16,5 miliardi di euro (+9,8% rispetto al 2023). Sui livelli di produzione impatta ancora il parziale assorbimento della leva inflattiva, dovuta ai rincari delle materie prime che hanno avuto un riflesso su tutta la catena del valore.

Per quanto concerne i valori del mercato interno di cosmetici, secondo gli indicatori preconsuntivi, sono prossimi a 12.500 milioni di euro con una crescita di 8,8 punti percentuali a fine 2023, caratterizzati in larga parte dalla crescita nei canali tradizionali e digitali con un +9,2% e dall'incremento più contenuto dei canali professionali con un +5,8%.

La fase espansiva della spesa da parte degli italiani è dettata, soprattutto nella prima metà del 2023 dall'inflazione dei cosmetici, ridimensionata in misura importante a fine del 2023, oltre che dal concetto allargato di benessere 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. Lo storytelling d'impresa è infatti una leva strategica che ricopre il ruolo centrale nel rafforzamento della comunicazione su temi quali la sostenibilità.

### Canali di distribuzione

	Preconsuntivo 2023	Previsioni 2024
Mass market	8,0	7,8
Profumeria	12,6	11,4
<b>Farmacia</b>	<b>7,4</b>	<b>7,2</b>
E-Commerce	12,5	10,1
Acconciatura	6,1	5,5
Erboristeria	12,0	10,5
Vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza)	1,1	1,0
Estetica	5,1	4,1

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

Il canale farmacia supera la soglia dei 2 miliardi di euro, in termini di acquisti di cosmetici, grazie a una crescita a fine 2023 stimata del 7,4% e una performance abbastanza allineata anche per il 2024.

La quota delle farmacie sul totale mercato cosmetico in Italia rimane stabile, pari a circa il 17% ma, sarà in occasione di Cosmoprof Bologna (21-24 marzo) che verranno presentate le diverse dinamiche che, a livello di categorie di prodotto, hanno impattato sull'andamento del canale.

**Il dettaglio della pubblicazione è disponibile al seguente [link](#).**





## **COSMILE Europe app disponibile in italiano dal 4 marzo**

Dopo il lancio, nel febbraio 2023 di COSMILE Europe, il database europeo degli ingredienti cosmetici, lo scorso 30 novembre COSMILE Europe è diventato anche un'app che offre una nuova modalità per consultare in maniera rapida le informazioni su quasi 30.000 ingredienti utilizzati nei cosmetici presenti su [COSMILE Europe](#). Si tratta di uno strumento semplice per accedere a **informazioni affidabili, verificate e scientificamente supportate sugli ingredienti cosmetici** e permettere ai consumatori di prendere decisioni informate al momento dell'acquisto.

L'app COSMILE Europe è al momento disponibile in 8 lingue (francese, inglese, olandese, polacco, rumeno, spagnolo, tedesco e ungherese) e, **dal 4 marzo 2024, anche in italiano**. Permette di cercare facilmente informazioni sugli ingredienti presenti nei prodotti cosmetici, sulle loro proprietà e funzioni. È dedicata non solo ai **consumatori** ma anche alle **imprese**. L'app COSMILE Europe permetterà, infatti, non solo di ottenere dettagli sugli ingredienti **inquadrando con la fotocamera la lista INCI**, ma anche di avere informazioni su un prodotto specifico **scansionando il codice a barre** (se il prodotto è inserito nel database), dando così l'opportunità alle **imprese** di fornire direttamente contenuti affidabili sui singoli prodotti che loro stesse caricheranno all'interno della app.

La presenza di Cosmetica Italia con uno stand istituzionale a Cosmofarma Exhibition 2024 sarà anche l'occasione per presentare e promuovere l'app **COSMILE Europe** ad aziende e operatori del settore.





## **Calendario corsi di Cosmetica Italia Servizi: il piano formativo di interesse al Gruppo**

Si riporta la selezione dei corsi associati alle aree di maggior interesse per il Gruppo, con l'obiettivo di sensibilizzare in merito alla proposta formativa dell'Associazione.

### **SOSTENIBILITÀ**

- 13 marzo, *Sustainability Reporting: da strumento volontario a strumento obbligatorio. Come realizzare un Report di Sostenibilità*
- 28 marzo, *La progettazione del packaging nell'era dell'economia circolare*

### **REGULATORY**

- 4 marzo, *Redazione della specifica tecnica di un materiale di packaging in ambito cosmetico*
- 11 marzo, *Conoscere ed applicare le normative della cosmesi nei Paesi UE ed Extra-UE*

### **MARKETING E DIGITAL ECONOMY**

- 22 aprile, *Sudest asiatico: non solo un mercato promettente, ma un laboratorio di innovazione per il settore cosmetico*
- 17 maggio, *Beauty Influencer – L'influencer marketing nel mondo della cosmesi & beauty: tutela IP e regole di trasparenza*

**Il calendario completo dei corsi è disponibile al seguente [link](#).**

