

INDAGINE CONGIUNTURALE DI COSMETICA ITALIA: CONTRAZIONE DEL FATTURATO GLOBALE, MA PROSPETTIVE DI CRESCITA PER IL 2021

I numeri che emergono dall'Indagine congiunturale, presentata il 10 febbraio dal Centro Studi di Cosmetica Italia, delineano l'impatto che la pandemia ha avuto sul settore, che ha saputo reagire consegnando saldi finali meno critici di quanto previsto, nonostante i segni negativi.

Secondo i dati preconsuntivi 2020, il fatturato globale del settore sfiora i 10,5 miliardi di euro con una contrazione del -12,8% rispetto al 2019; in calo anche i valori del mercato interno (-9,6%); le esportazioni registrano un -16,5% e raggiungono un valore di oltre 4 miliardi di euro.

L'analisi dell'andamento dei canali distributivi evidenzia le dinamiche di reazione alla pandemia, condizionate dalla specializzazione di riferimento oltre che dalle limitazioni stesse che li hanno riguardati.

Segnali di difficoltà arrivano dall'erboristeria, -26%, con andamenti diversi tra monomarca e punti vendita tradizionali. **La farmacia chiude il 2020 con un trend attorno al -2,5%**, analogamente alla **grande distribuzione, anch'essa a -2,5%**. Quest'ultima continua a rappresentare oltre il 41% dei consumi cosmetici. Solo l'e-commerce mostra dati positivi con un valore di 700 milioni di euro (+42% rispetto al 2019). Infine, il **fatturato del contoterzismo scende a 1.370 milioni di euro (-17,5%)**, condizionato dalla contrazione della domanda estera, tradizionalmente volano della crescita per i produttori terzi italiani.

"Le prospettive di ripresa per il 2021, seppur distanti dai valori del 2019, sono legate alla natura anticiclica del comparto. Il cosmetico è infatti un bene indispensabile, come la stessa pandemia ci ha ricordato" commenta **Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia**.

Insieme all'Indagine congiunturale sono stati presentati i risultati del lavoro di una **commissione interna dedicata ai prodotti a connotazione naturale e orientati alla sostenibilità ambientale**, la cui domanda è in continua crescita nel mondo della cosmesi, come in altri comparti.

A oggi a livello normativo non esiste una definizione univoca dei concetti di "naturale/bio" e "sostenibilità ambientale" riferita ai cosmetici; allo scopo di permettere le rilevazioni statistiche sul settore, Cosmetica Italia ha quindi sentito l'esigenza di tracciare un perimetro di classificazione individuando due aree.

Cosmetici a connotazione naturale/biologica – Prodotto caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione naturale/biologica, in linea con la sua composizione formulativa, ovvero la presenza di un alto numero di ingredienti biologici o di origine naturale. Questo cosmetico può inoltre comunicare: la conformità allo standard internazionale ISO 16128; la certificazione naturale/biologica secondo il protocollo di un organismo privato specializzato; la conformità a una propria caratterizzazione autodefinita, nel rispetto del Regolamento 655/2013.

Cosmetici con connotazione di sostenibilità ambientale/green - Prodotto caratterizzato da elementi grafici o testuali (claim) che ne comunicano la connotazione di sostenibilità ambientale/green in ambiti che possono riguardare tutto il suo ciclo di vita e/o le politiche corporate dell'impresa verso la sostenibilità (ambientale, sociale, economica). A titolo esemplificativo gli ambiti possono interessare: processi produttivi; caratteristiche dell'imballaggio; gestione sostenibile della filiera; impronta ambientale di prodotto; certificazione di prodotto. Le aziende possono comunicare le proprie pratiche legate al campo della sostenibilità ambientale anche attraverso altri strumenti, quali certificazione Sistema Gestione Ambientale, certificazioni corporate, rapporto o bilancio di sostenibilità e premi/riconoscimenti internazionali.

Sulla base di questi perimetri di classificazione è stato possibile indagare il valore di questi cosmetici, pari a **1.654 milioni di euro (778 milioni quelli a connotazione naturale/biologica; 876 milioni quelli sostenibili/green)**.

Analizzando la distribuzione tra canali del fatturato di questa tipologia di prodotti emerge come il 44,7% dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile sia da attribuire al mass market; seguono i saloni professionali di acconciatura ed estetica (18,7%) e la profumeria (11,2%). Significativo anche il peso delle vendite dirette (e-commerce, porta a porta e per corrispondenza) che rappresentano il 10,3%.

(Fonte: Cosmetica Italia)