

Post-event report

CONGIUNTURA TREND E MERCATI NEL SETTORE COSMETICO

Lo scorso 16 febbraio è stata presentata a Milano, l'indagine congiunturale a cura del Centro Studi di Cosmetica Italia, (associazione nazionale imprese cosmetiche Fondata nel 1967, che riunisce circa 640 aziende, dalle PMI alle multinazionali) un appuntamento che, con cadenza semestrale, permette di scattare un'istantanea sull'andamento del settore.

“Nel contesto di uno scenario mondiale complesso, anche il comparto cosmetico deve affrontare delle sfide. Costo e reperibilità delle materie prime, seguiti dal rincaro energetico, sono i temi che i nostri imprenditori evidenziano come maggiormente impattanti. Tuttavia, si conferma la reattività dell'industria cosmetica italiana come dimostrato dall'impegno nel contenimento dei prezzi in un contesto inflattivo pesante e da un'attenzione crescente verso le destinazioni dell'export extra-europee; resta poi fondamentale la costante propensione all'investimento su leve strategiche” ha commentato Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia. “Il settore si appresta a superare i livelli di fatturato pre-pandemia: secondo i dati preconsuntivi sul 2022, il fatturato totale del settore cosmetico italiano è di 13,2 miliardi di euro (+9% rispetto al 2019); le previsioni per il 2023 indicano un'ulteriore crescita a 14,2 miliardi di euro (+7,7% rispetto al 2022)”.

Le esportazioni rappresentano oltre il 42% del fatturato del settore. In particolare, i dati preconsuntivi sul 2022 attestano un valore di 5,6 miliardi (+15,8% rispetto al 2021), stimato a 6,2 miliardi per il 2023 (+10% nel confronto col 2022). L'analisi dell'andamento dei canali distributivi evidenzia trend in crescita sia nei preconsuntivi 2022 sia nelle stime sul primo semestre 2023. La grande distribuzione resta il canale più rappresentativo a valore (42,5% dei consumi) con un incremento dell'8,2% nel 2022 e una previsione di

+5,1% per i primi sei mesi del 2023. Seguono la profumeria con andamenti a doppia cifra (+16,5% nel 2022 e +11% per il 2023) e al terzo posto la farmacia (+4,8% nel 2022, +3,2% nel primo semestre 2023). In quarta posizione, con dinamiche di crescita importanti, si colloca l'e-commerce che raggiunge nel 2022 il valore di 1 miliardo di euro (+13,4% secondo i preconsuntivi 2022, +12% per il primo semestre 2023). Andamento sostenuto anche per il canale dell'acconciatura professionale che chiude il 2022 a +7% e proietta +5,5% per i primi sei mesi dell'anno in corso.

Più moderati i trend di erboristeria e vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza) che a fine 2022 segnano rispettivamente +0,5% e +1,2% (+1,3% e 1,5% per il 2023). Infine, il canale dell'estetica professionale che indica un +4,5% nel preconsuntivo 2022 e proietta un +5,5% per l'avvio 2023.

“Rileviamo una sorta di “effervescenza distributiva”, analogamente a quanto avvenuto 20 anni fa con l'arrivo dei monomarca. Il percorso di acquisto beauty si evolve sempre più in ottica multicanale; in particolare, accanto al consolidamento delle vendite online, il 2022 ha visto il ritorno dei consumatori nei punti vendita fisici, anche con l'apertura di negozi specifici per la bellezza” ha evidenziato Gian Andrea Positano, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia – Ci sono ampie opportunità per creare esperienze di acquisto coinvolgenti, in grado di integrare strumenti digitali, rispondendo a nuovi bisogni».

I materiali presentati durante il webinar sono disponibili al seguente link:

<https://www.cosmeticaitalia.it/centro-studi/congiunturale-2022-secondo-semester/>

<https://www.cosmeticaitalia.it/home/>

 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

