



Post-event report

COSMETICA ITALIA - INDAGINE CONGIUNTURALE

46^a edizione dell'Indagine congiunturale,
appuntamento semestrale con il Centro Studi di Cosmetica Italia

Il **Centro Studi di Cosmetica Italia** ha presentato lo scorso 15 febbraio, presso la sede di Intesa Sanpaolo a Milano, la **46^a edizione dell'Indagine congiunturale**, un appuntamento che con cadenza semestrale permette di scattare un'istantanea sull'andamento del settore ed evidenziare i principali trend in atto.

«I dati congiunturali ci restituiscono l'immagine di un settore reattivo: nel 2023, pur in un contesto socio-economico caratterizzato da tensioni, difficoltà legate a costi e reperibilità delle materie prime, rincari energetici, l'industria cosmetica italiana ha registrato trend positivi sia sul mercato interno sia sui mercati internazionali» ha commentato **Benedetto Lavino**, presidente di Cosmetica Italia. «Innovazione, ricerca, capacità di adattarsi repentinamente alle nuove modalità di consumo sono gli ingredienti che costituiscono la formula vincente per il nostro comparto. Secondo i dati preconsuntivi 2023, il fatturato totale dell'industria cosmetica in Italia raggiunge i 15 miliardi di euro con una crescita del 13,3% rispetto all'anno precedente. Le **previsioni per il 2024** proiettano un ulteriore andamento positivo, +9,8%, che porterà il valore del fatturato a 16,5 miliardi di euro. A incidere su questi numeri sono le esportazioni, che valgono 7 miliardi di euro (+19,5% rispetto al 2022) e si stima cresceranno di ulteriori 12 punti percentuali nel corso del 2024».

Significativo anche il fatturato generato dal **contoterzismo cosmetico**, pari a 2 miliardi di euro nel 2023 (+9,1% nel confronto col 2022); le proiezioni per il 2024 indicano un **tasso di crescita del 7,5%** che porterà il valore del fatturato contoterzi a oltre 2,1 miliardi di euro.

Analizzando i valori del **mercato interno**, emerge come anche i preconsuntivi 2023 relativi ai consumi cosmetici degli italiani siano in crescita (+8,9% nel confronto col 2022) raggiungendo il valore di 12,5 miliardi di euro. **La proiezione per il 2024 è ulteriormente contraddistinta da un incremento, +8,4%**, portando così la previsione dei consumi 2024 a un valore di 13,5 miliardi di euro.

Il dettaglio sull'andamento dei singoli canali distributivi, sia nei preconsuntivi 2023 sia nelle previsioni

2024, mostra trend altrettanto positivi, anche a doppia cifra.

È il caso della **profumeria** che chiude il 2023 con un +12,6% e consumi pari a 2,5 miliardi di euro. Andamento analogo per l'**e-commerce**, +12,5%, che tocca così un valore di 1,1 miliardi di euro. È a due cifre anche la crescita dell'**erboristeria**, +12%, per un valore del canale stimato di 400 milioni di euro.

La **grande distribuzione** con 5,2 miliardi di consumi cosmetici resta il canale più rappresentativo a valore con un incremento dell'8% rispetto al 2022. Dopo la seconda posizione della profumeria, la **farmacia** mantiene il terzo posto e chiude il 2023 in crescita del 7,4% e un valore di 2,1 miliardi di euro.

Buoni anche i trend dei **canali professionali: i saloni di acconciatura** con 600 milioni di euro chiudono il 2023 a +6,1%, mentre i centri estetici, secondo i preconsuntivi 2023, registrano un valore di 200 milioni di euro per i consumi cosmetici e crescono del 5,1% nel confronto col 2022. Segno positivo anche per le **vendite dirette** che, seppur in misura inferiore ad altri canali, segnano un incremento 2023/2022 dell'1,1% e raggiungono quota 400 milioni di euro.

L'Indagine congiunturale, oltre ai canonici punti di analisi che inquadrano fatturato e consumi, propone di volta in volta anche un focus tematico specifico.

Per questa edizione gli imprenditori intervistati sono stati stimolati sul tema dell'intelligenza artificiale: «È interessante notare come le imprese cosmetiche stiano affrontando l'evoluzione, sia strategica sia operativa, delle ricadute e delle applicazioni dell'intelligenza artificiale: **più del 50% dei rispondenti sta valutando l'introduzione di metodiche digitali per la gestione della comunicazione** e della definizione delle analisi di mercato» ha commentato **Gian Andrea Positano**, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia.



Website:
www.cosmeticaitalia.it