

# **6° Beauty Summit**

## **LA BEAUTY INDUSTRY E I NUOVI MODELLI DI BUSINESS**

**Innovazione, Sostenibilità e Ricerca**



**COSMETICA ITALIA**

associazione nazionale imprese cosmetiche



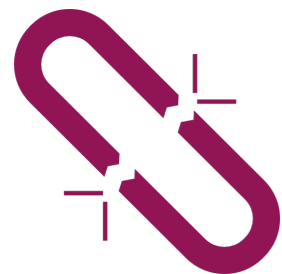
# **IL COSMETICO OLTRE LE CRISI**

**BENEDETTO LAVINO**  
**Vicepresidente Cosmetica Italia**

# L'attuale scenario



È in atto un profondo cambiamento delle catene di approvvigionamento e produttive in termini **economici, sociali e ambientali.**



Il Covid-19 ha prodotto **rallentamenti fisici e ritardi** nei flussi commerciali e di fornitura delle catene del valore del cosmetico.



Il recente scenario economico, condizionato anche dalle **tensioni geopolitiche** in Ucraina, dal **rincaro dei costi energetici** e delle **commodities**, impone la revisione delle stime, peraltro sempre positive, del Centro Studi, attraverso una lettura più cauta sia dei valori che delle proiezioni a medio termine.

# Analisi SWOT dell'industria cosmetica



## FORZA

**investimento in ricerca e sviluppo**

**e-commerce e attività digital**

conoscenza della clientela

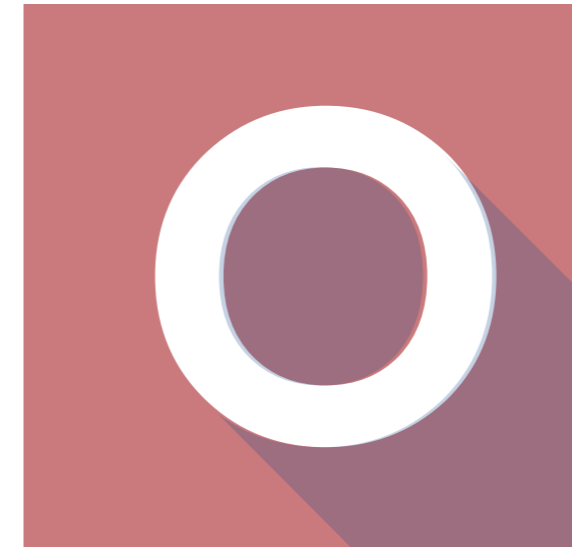
## DEBOLEZZE

**pianificazione dei lotti e dell'attività produttiva**

attività promozionale

ricorso

all'autofinanziamento



## OPPORTUNITÀ

**ripensamento del modello di business**

investimento sul mercato estero

piani di fusione, acquisizione e partnership

## MINACCE

**costo dell'energia**  
**costo materie prime**

rimodulazione della clientela





# Innovazione, flessibilità e focus sulla connotazione naturale e sostenibile

I numeri di un comparto oltre la crisi



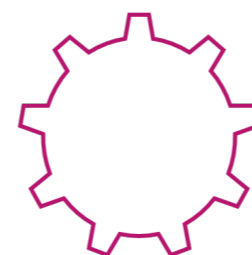
**6%**

Per **l'innovazione** e la **tecnologia**, le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 6% del fatturato, più del doppio della media nazionale



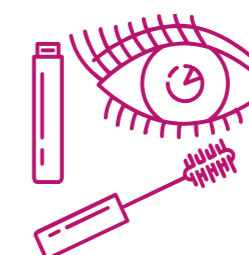
**16%**

Oltre 1.700 milioni di euro è il valore del fatturato generato dai **cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** in Italia, equivalente a più del 16% del totale dell'industria cosmetica.



**25%**

Durante i lockdown, la reazione delle imprese ha permesso una tempestiva **riconversione produttiva**, interpretata da un'azienda su quattro.



**67%**

In Europa la percentuale del **trucco prodotto da aziende italiane** è del 67%, a livello mondiale tocca il 55%.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

# Canali e mercato cosmetico in Italia nel 2021



## PRECONSUNTIVO VARIAZIONE

(MILIONI DI EURO NEL '21)

(VAR. % '21-'20)

mass market	4.544	+2,7
profumeria	1.877	+21,3
farmacia	1.866	+3,1
e-commerce	871	+23,2
acconciatura	550	+21,3
erboristeria	376	+13,8
vendite dirette	345	+2,0
Estetica	211	+25,2
<b>Totale mercato</b>	<b>10.640</b>	<b>+8,8</b>

Il mercato registrerà  
il ritorno ai livelli  
pre-crisi nel 2022

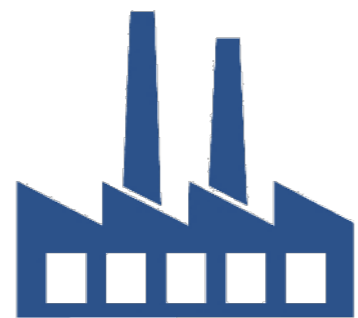
### PROIEZIONI MERCATO

- al 2022: +**3,3%**
- al 2023: +**3,2%**

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia.  
Valori in milioni di euro e variazioni % rispetto al periodo precedente.



# Il fatturato cosmetico in Italia



**fatturato**

**11.810**

**mio/euro**

**(+9,9% sul '20)**



**export**

**4.848**

**mio/euro**

**(+13,8% sul '20)**

preconsuntivo  
**2021**

# Evoluzione e stime del **fatturato cosmetico**

## *#fenomenocrisi 1*

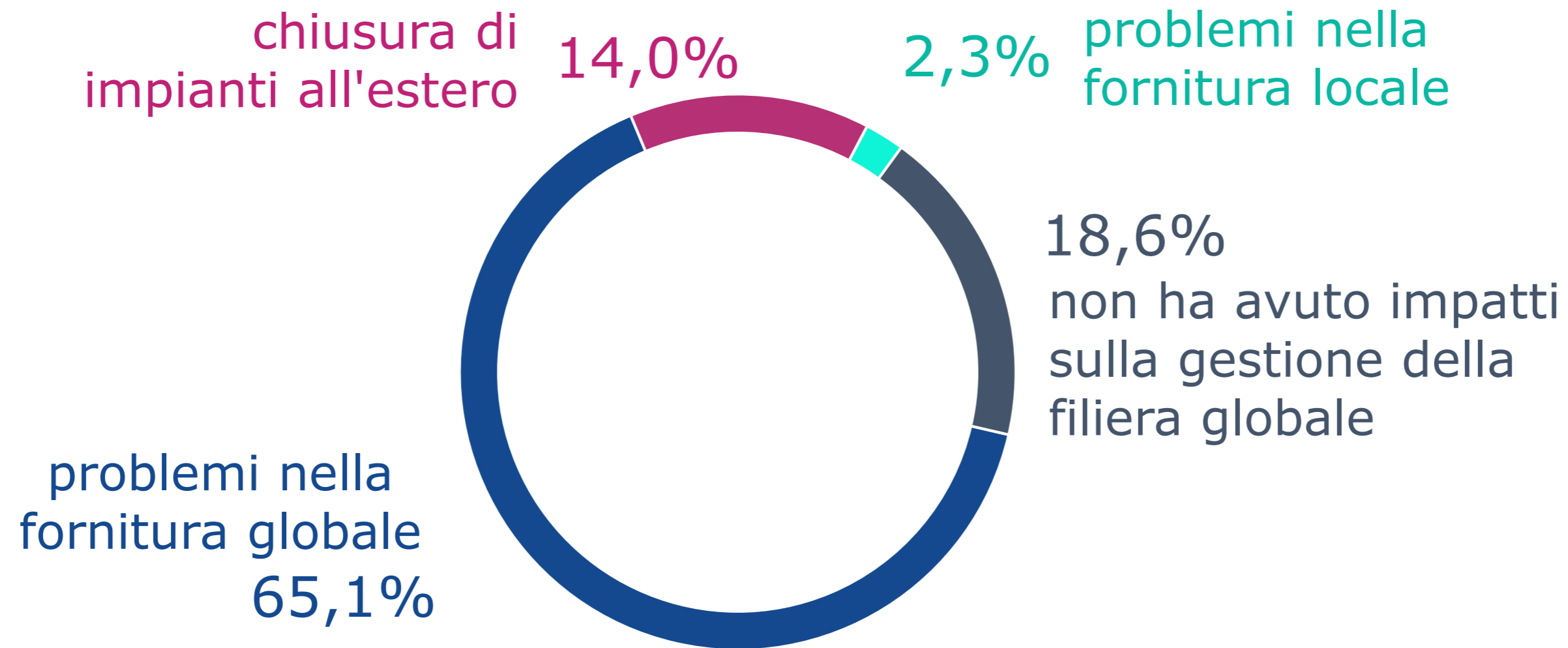
valore <b>2019</b>	valore <b>2020</b>	preconsuntivo <b>2021</b>	proiezione <b>2022</b>	proiezione <b>2023</b>
<b>12,1</b> mld/euro	<b>10,7</b> mld/euro	<b>11,8</b> mld/euro	<b>12,1</b> mld/euro	<b>12,5</b> mld/euro
<b>+1,5</b> Var. %	<b>-11,0</b> Var. %	<b>+9,9</b> Var. %	<b>+2,7</b> Var. %	<b>+3,3</b> Var. %

Sulle stime fatte a gennaio non impattavano gli **effetti** della **crisi Russia – Ucraina (2022=+6,5% e 2023=+6,6%)**.

La revisione prevede comunque nel corso del 2022 il **recupero** dei valori **pre-crisi**.



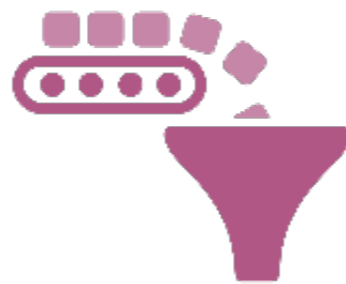
# Impatti sulla **catena del valore cosmetico** *#fenomenocrisi 2*



Elaborazione Centro Studi sulla base delle dichiarazioni espresse dagli operatori intervistati.  
Ripartizione % sulla base delle dichiarazioni espresse degli operatori in ambito cosmetico.

# L'impatto economico delle crisi sul fatturato dell'industria cosmetica è ancora marginale *#fenomenocrisi 3*

**Aumento dei costi** da inizio 2022, alla luce dei due momenti storici attraversati (Covid-19 e crisi Russia-Ucraina), rispetto al 2019



**+14,2** Var. % 22-19  
**materie prime**



**+35,7** Var. % 22-19  
**energia**



# Su chi grava il **rincaro dei costi** di produzione? *#fenomenocrisi 4*

Ad oggi, sui **canali distributivi** impatta ancora marginalmente il rincaro dei prezzi dell'energia.



Oltre il **70%** delle imprese cosmetiche dichiara un aumento dei prezzi **inferiore** all'incremento dei costi.

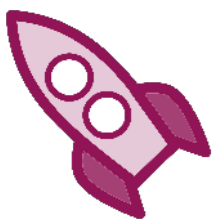
... anche se la **leva inflazionistica** proietta la stima del rialzo dei prezzi al consumo compreso tra il **4,2** e il **5,8%\***.

# Come sta **rispondendo** alla **crisi** l'industria cosmetica?



Ritorno a **fiere** ed **eventi** in presenza

**COSMOPROF**  
**Milano Beauty Week**  
**In-Cosmetics**  
**Making Cosmetics**



Innovazione di **processo**  
e di **prodotto**

*less is more*  
ecosostenibilità formule  
tracciabilità ingredienti  
produzioni a impatto zero



Sviluppo incessante del **digital** e  
rilettura **canali tradizionali**

**l'incremento dell'e-commerce**  
**le opportunità del metaverso**  
**il retail ibrido e il mix fra i canali**



Ridefinizione dei parametri nei  
**canali di comunicazione**

**social media e influencer**  
**incrementano costantemente il**  
**loro peso nell'investimento media**



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche



# La prossima risposta dell'industria cosmetica

Oltre al  che sta inaugurando in questo momento...

M B W

MILANO BEAUTY WEEK

3 - 8 MAGGIO 2022



[www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)



 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche