

La filiera italiana del beauty tra eccellenza e nuove sfide

Beauty Summit 2026

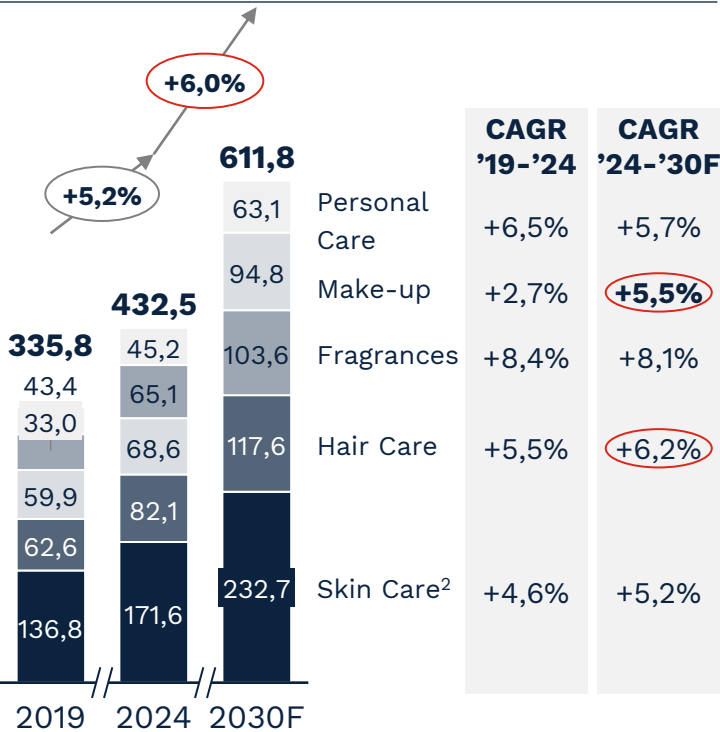
Here to Dare.

22 aprile | 2026

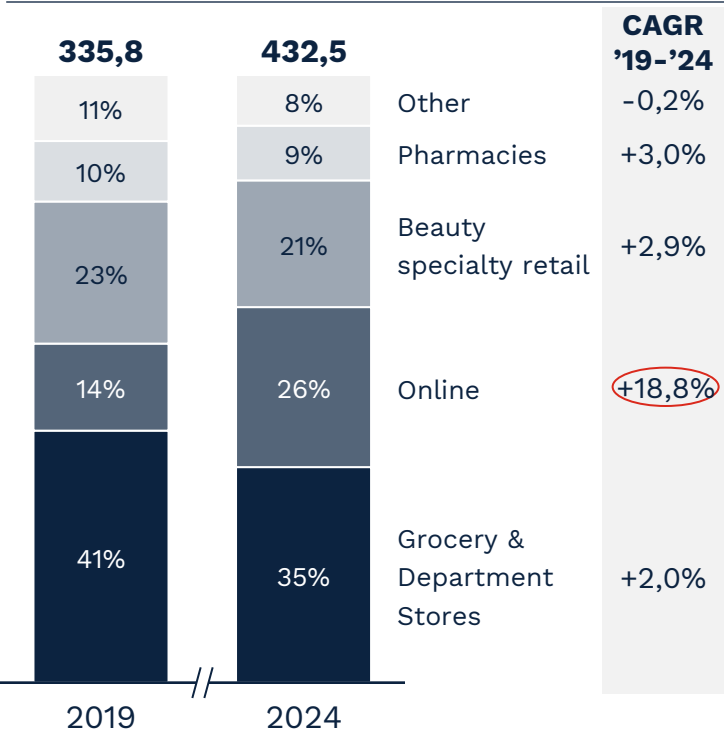
Il mercato del Beauty cresce,
con un importante cambio di
passo atteso nel make-up
globale

Il mercato del Beauty globale vale oltre 400€B e continua a esprimere capacità di crescita e solidità dei canali tradizionali

Dimensioni e previsioni del mercato globale sell-in per categoria di prodotto¹, 2019-2030F (€B)



Dimensioni del mercato globale sell-in per canale³, 2019-2024 (€B, %)



Nota metodologica: stime pre conflitto in Medio Oriente.

I tassi di crescita attesi potrebbero subire variazioni in funzione della volatilità geopolitica globale

Fonti: Rielaborazione BIP Corporate Finance & Strategy su base Euromonitor

Note: 1) L'analisi comprende solo le 7 categorie di prodotto riportate; 2) la categoria Skin Care include Skin Care, Sun Care e Men's Grooming; 3) L'analisi per canale è stata condotta considerando le medesime categorie di prodotto illustrate nella sezione a sinistra

I NUMERI CHIAVE DEL SETTORE

Boost del Make-up

Il **Make-up** cambia passo, trainato da **prodotti per il viso** e **rossetti**, con un **CAGR '24-30F** più che raddoppiato rispetto al '19-'24

~74%

La **tenuti dei canali fisici** conferma la centralità dell'acquisto fisico nel customer journey

MEA & LATAM

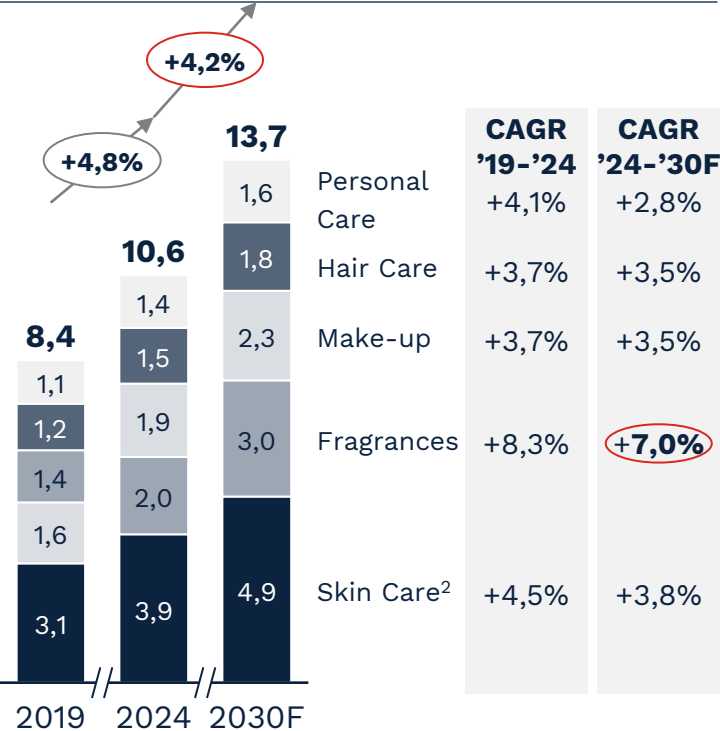
Le geografie con aspettative di crescita maggiore restano **Middle East & Africa** e **Latin America** con un **CAGR '24-'30F** stimato ante conflitto pari al **15,6%** e al **8,1%**

-5,3 p.p.

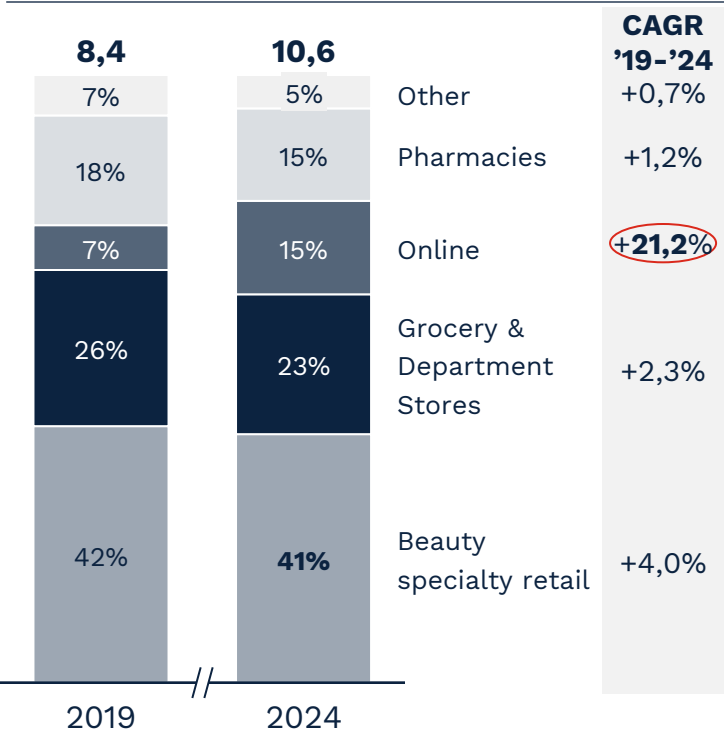
La **riduzione** del **peso complessivo** di **NAMER**, **APAC** ed **Europa Occidentale** riflette una **crescita attesa inferiore alla media globale**, pur **restando** i **mercati principali** (circa il **70%** del totale)

In Italia il settore cresce e supera i 10€B con fragranze e skin care come categorie protagoniste e la confermata forza del canale specializzato

Dimensioni e previsioni del mercato italiano sell-in per categoria di prodotto¹, 2019-2030F (€B)



Dimensioni del mercato italiano sell-in per canale³, 2019-2024 (€B, %)



Nota metodologica: stime pre conflitto in Medio Oriente.

I tassi di crescita attesi potrebbero subire variazioni in funzione della volatilità geopolitica globale

Fonti: Rielaborazione BIP Corporate Finance & Strategy su base Euromonitor

Note: 1) L'analisi comprende solo le 7 categorie di prodotto riportate; 2) la categoria Skin Care include Skin Care, Sun Care e Men's Grooming; 3) L'analisi per canale è stata condotta considerando le medesime categorie di prodotto illustrate nella sezione a sinistra

I NUMERI CHIAVE DEL SETTORE

Mix prodotti

Pur rimanendo **Skin Care la categoria principale**, il **mix di prodotto in Italia** si distingue per un **maggiore peso di Fragrances e Make-up** rispetto al mercato globale

219€

La **spesa pro-capite annua per la cosmetica nel 2024** conferma la **rilevanza strutturale della categoria**, anche tra le famiglie a **basso reddito**

+21,2%

L'**online cresce rapidamente anche in Italia**, ma resta ben **al di sotto del peso globale** (15% vs. 26%), a conferma di diverse abitudini di consumo e una **traiettoria di digitalizzazione più lenta**

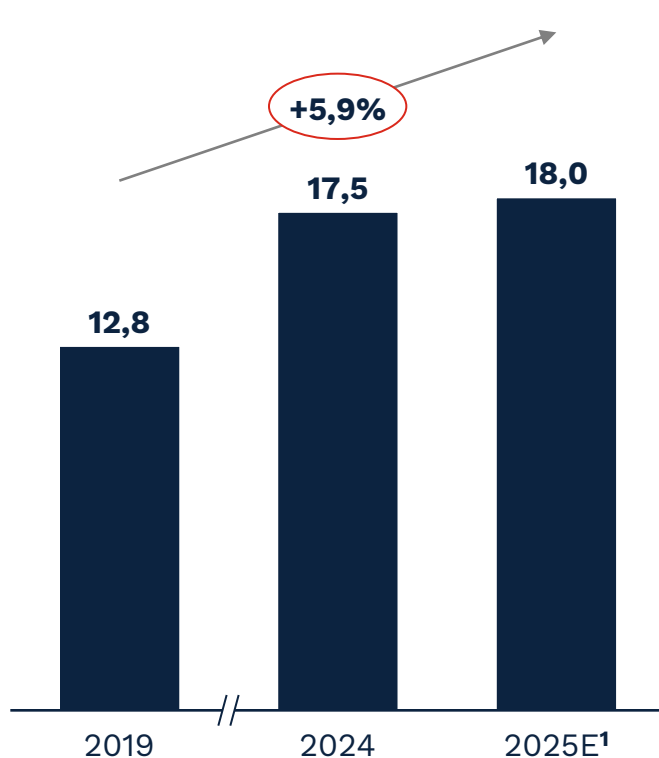
56%

Beauty Specialty Retail e **Pharmacies** confermano la forza dei **canali specializzati** e ad **alto contenuto consulenziale**

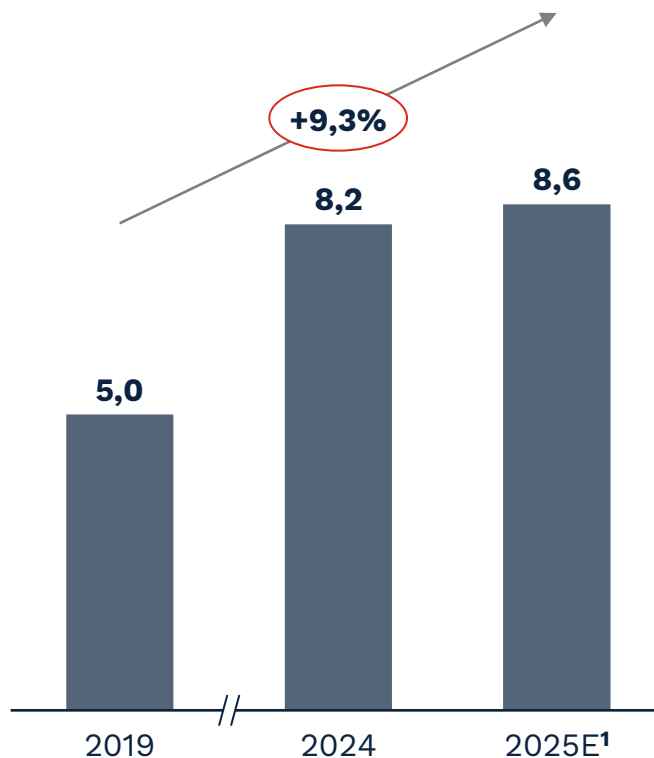
L'Italia conferma il valore della
filiera cosmetica per qualità,
know-how e flessibilità

La cosmetica italiana si conferma resiliente e in crescita: l'industria ha raggiunto 18€B nel 2025¹, con una crescente quota export

Fatturato² dell'Industria cosmetica in Italia, 2019-25¹ (€B)



Fatturato² da esportazioni dell'Industria cosmetica in Italia, 2019-25¹ (€B)



Fonti: Cosmetica Italia; Istat

Note: 1) Pre-consuntivo; 2) Il fatturato è calcolato da Cosmetica Italia come valore della produzione al netto della variazione delle rimanenze; 3) Il fatturato della filiera a monte include: Industria cosmetica, packaging, materie prime, macchinari; 4) Comprende l'intera filiera dalle attività a monte (packaging, materie prime, macchinari) fino alla distribuzione e retail a valle

I NUMERI CHIAVE DEL SETTORE

23,5€B

Il **valore della produzione** della **filiera** allargata³ nel **2024**, che include la produzione di **materie prime** e **ingredienti, macchinari** e **packaging**

48%

La **quota export sul fatturato** dell'industria cosmetica italiana (**+6 p.p. vs. 2019**) si conferma in crescita anche nel 2025 a tassi superiori rispetto alla media italiana (+4.1% vs +3,3%)

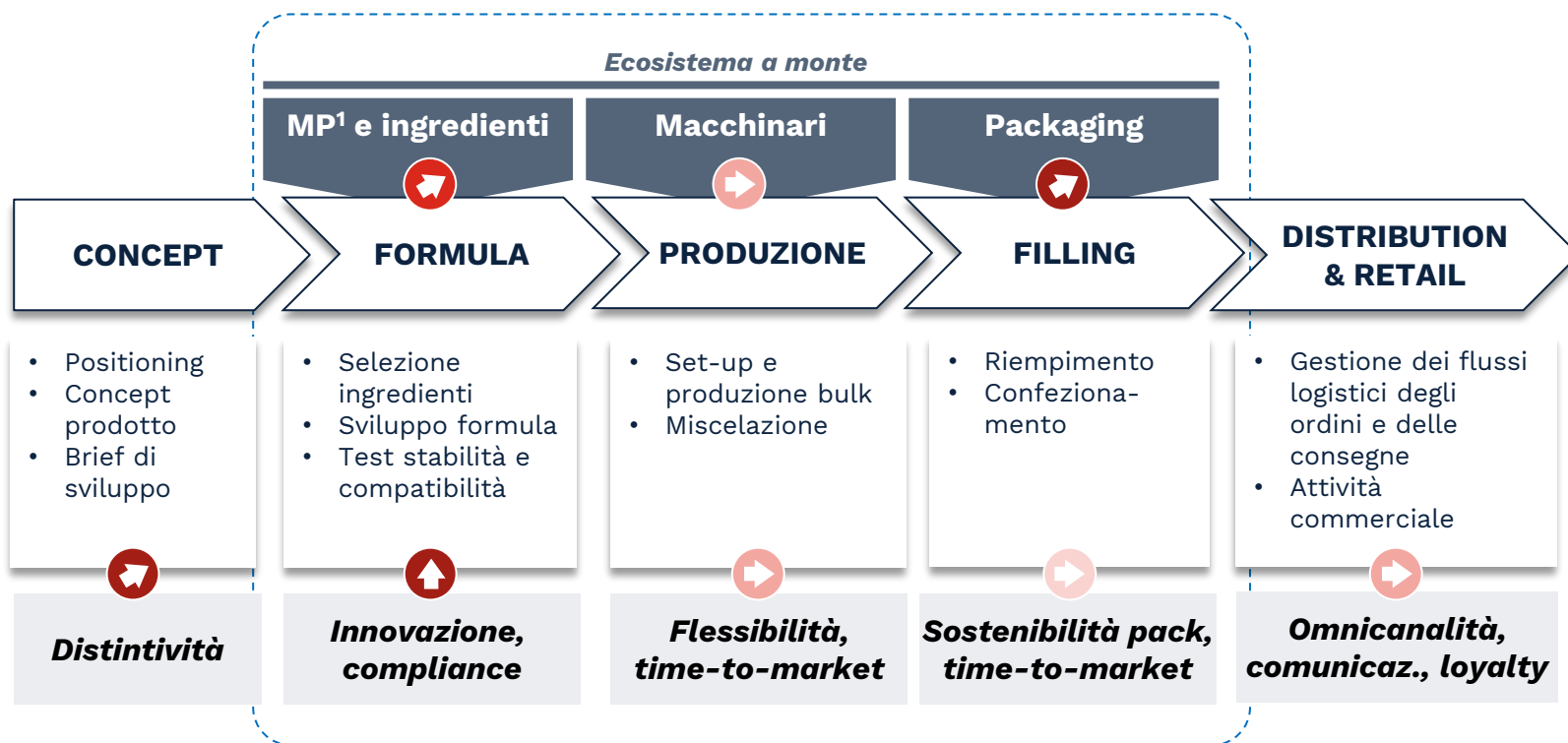
2,5x

Il **valore dell'export rispetto all'import** dell'industria cosmetica (1x negli anni '90), che si traduce nel **10%** della **bilancia commerciale del Paese**

>440.000

Il **numero di occupati** nel **sistema economico**⁴ del comparto in Italia nel **2024**, dei quali **>63.000** sono **addetti diretti** dell'industria cosmetica

La filiera italiana riveste un ruolo strategico all'interno del settore globale, ben presidiando i fattori critici di successo



LA STRUTTURA DELLA FILIERA

Frammentazione

Circa **5.000 imprese** nella filiera¹ in Italia, con una **coda molto lunga** di piccole imprese: **650 aziende** generano circa il **90% del fatturato** (23,5 €B)

Contoterzismo

Molto diffuso nella **produzione industriale**, comprende sia aziende integrate che aziende specializzate in singole fasi, alcune «quartiste»

End-to-end

Ecosistema integrato in grado di coprire **end-to-end** tutte le fasi della **catena del valore**

Elevato R&D

6% la quota media di **investimenti in R&D** sul **fatturato** della cosmetica, contro il **3%** medio della **manifattura italiana**

Cosmetic Valley

Il **53%** delle **imprese** è in **Lombardia** e genera **oltre il 65%** del **fatturato** italiano

Fonti: Cosmetica Italia; Analisi BIP su database AIDA; Interviste ad esperti del settore

Note: 1) dai fornitori di ingredienti fino ai brand inclusi, esclusi i player della fase di distribuzione e vendita

La filiera italiana crea valore trasformando complessità in qualità percepita, rapidità esecutiva e credibilità industriale

Punti di forza della filiera del Beauty in Italia



QUALITÀ



KNOW-HOW & INNOVAZIONE



FLESSIBILITÀ & TIME-TO-MARKET

L'opinione degli Esperti

“

Qualità e stabilità del prodotto restano **criteri primari di scelta** da parte del fornitore

”

Technical & Scientific
Director, CSDMO Italiano

“

Con **compliance e tracciabilità degli ingredienti** sempre più **centrali**, la **qualità** è diventata un **requisito di sistema**, non un plus

”

Ex VP & GM APAC,
Brand Integrato globale

“

Il punto di forza dell'Italia non è tanto produrre attivi, quanto **saperli tradurre in formule efficaci e commercialmente credibili**

”

CEO & Founder, Fornitore
ingredienti Italiano

“

Il vero **valore aggiunto della Cosmetic Valley italiana** risiede nel **know-how lato sviluppo delle formule** e nelle **competenze di R&D**

”

Ex COO, Brand Integrato
Italiano

“

Riduzione della dimensione dei lotti e aumento della volatilità cambiano il paradigma, dove la **flessibilità operativa è uno dei principali punti di forza**

”

Technical & Scientific
Director, CSDMO Italiano

“

Trasformare rapidamente un trend in presenza a scaffale: una capacità che rappresenta una capacità distintiva della filiera italiana

”

MD, Brand Integrato Italiano

Rafforzare integrazione ed efficienza lungo la catena del valore è la nuova sfida della filiera per garantire servizio e *time-to-market*

Principali aree di miglioramento della filiera



- **Opportunità di rafforzare la visibilità e la condivisione della pianificazione tra brand e produttori**, con impatti su efficienza operativa e capacità di risposta



- **Chiarezza nella responsabilità di approvvigionamento del packaging** tra brand e produttore, che genera ritardi e allunga i lead time



- **Anticipazione delle validazioni in fase di concept e sviluppo prodotto**, con verifiche di fattibilità e compatibilità packaging



- **Rafforzamento della collaborazione tra marketing e R&D**, per aumentare efficacia e velocità di innovazione

Principali direttrici di intervento

NON ESAUSTIVO



- **Tecnologia e digitalizzazione** come **leve** per l'**efficientamento** dei processi operativi



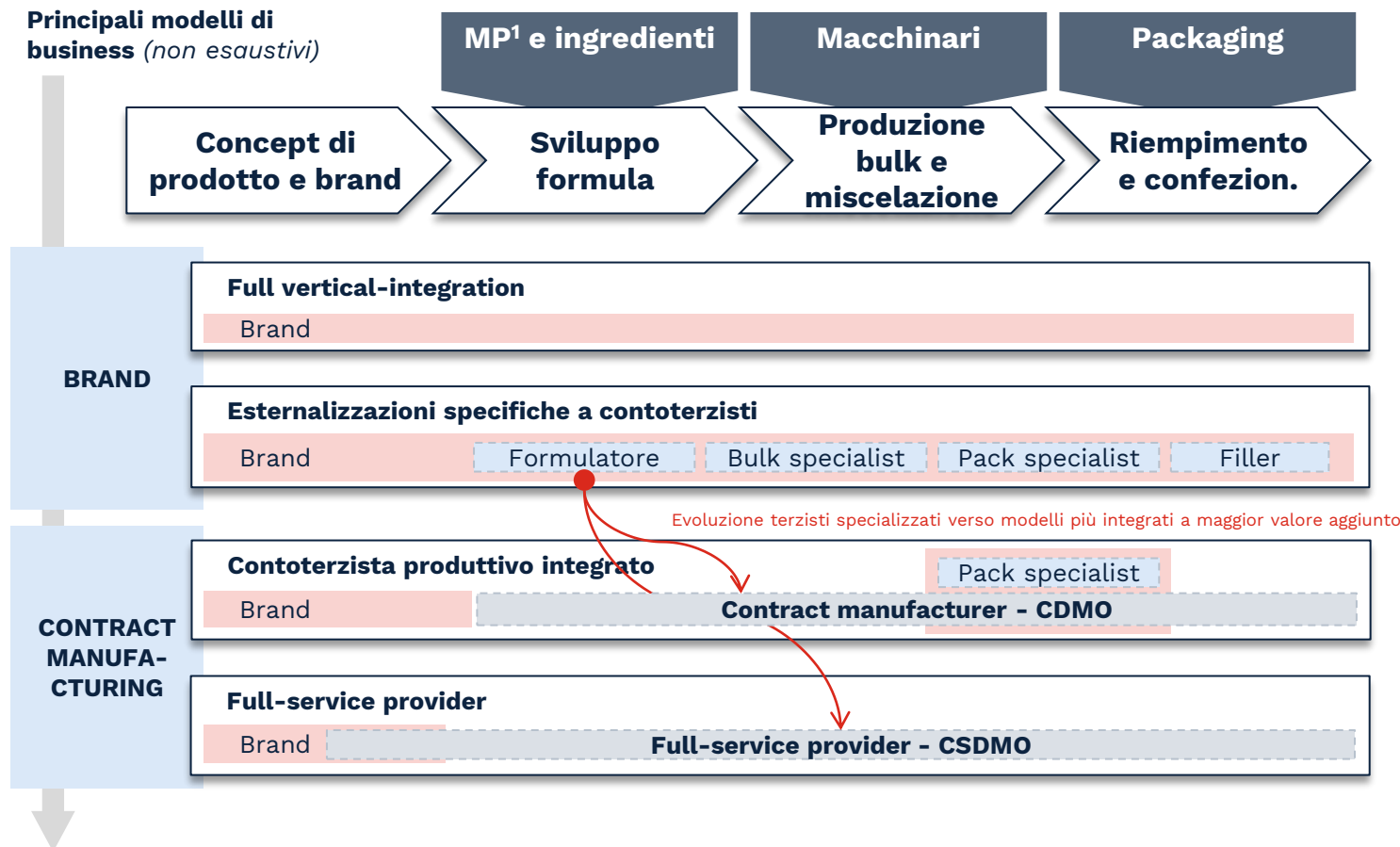
- **Modelli integrati** di product manufacturing che **evolvono** sempre di più **verso servizi**



- **Evoluzione** dei **modelli di collaborazione** per **favorire** un **dialogo** continuo tra gli attori della **filiera** e **supportare l'attrazione di talenti** qualificati

Il modello evolve e si rafforza il ruolo strategico del *contract manufacturing* integrato e *full-service*

Principali modelli di business (non esaustivi)



IL MODELLO «CSDMO»²

Fatta eccezione per i brand «*fully integrated*», il **value pool** si sta spostando **verso modelli «CDMO» o «CSDMO»**, sempre più partner strategici per i brand, in quanto:

- ✓ **“Liberano” i brand** dalla complessità operativa e gestionale della **supply chain**, consentendo un pieno focus su *GTM* e *demand generation*
- ✓ **Ottimizzano l'efficienza** della filiera, centralizzando il **coordinamento** tra i diversi attori e assumendo la piena **responsabilità** dell'ordine (es. test compatibilità)
- ✓ **Estendono** il perimetro di **creazione del valore**, offrendo **servizi integrati ad alto valore aggiunto** (co-sviluppo, testing, compliance regolatoria)

~2x

Il **CAGR 22-24** dei **player CSDMO** rispetto alla **media della filiera** nello stesso periodo

L'Italia continua ad attrarre
investimenti lungo una filiera in
consolidamento

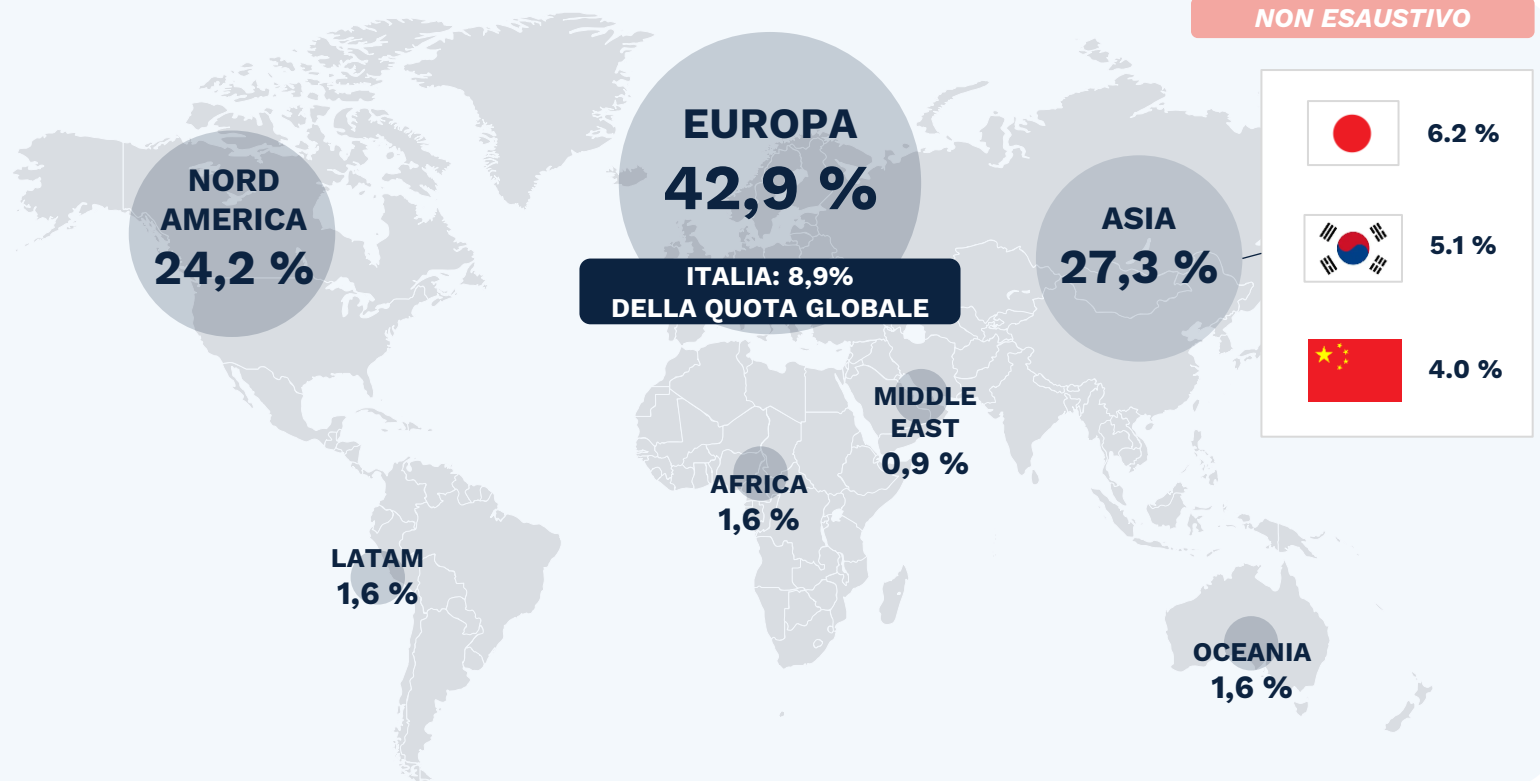
L'Europa è il principale teatro di operazioni di M&A con un ruolo protagonista dell'Italia, seguita dall'Asia con Giappone, Corea del Sud e Cina

Operazioni M&A 2025: segmentazione per Regione geografica (%)



Geo-Share % operazioni M&A

NON ESAUSTIVO



Fonti: rielaborazione BIP Corporate Finance & Strategy su dati Mergermarket e AIFI

Note: analisi su 450 operazioni effettuate nel settore, non esaustivo della totalità di operazioni M&A intercorse nel 2025

M&A DEL SETTORE IN NUMERI

15,6% crescita

Il **numero delle operazioni di M&A** del settore del Beauty è **costantemente cresciuto negli ultimi 5 anni**, indicatore di un **settore dinamico**

Asia disomogenea

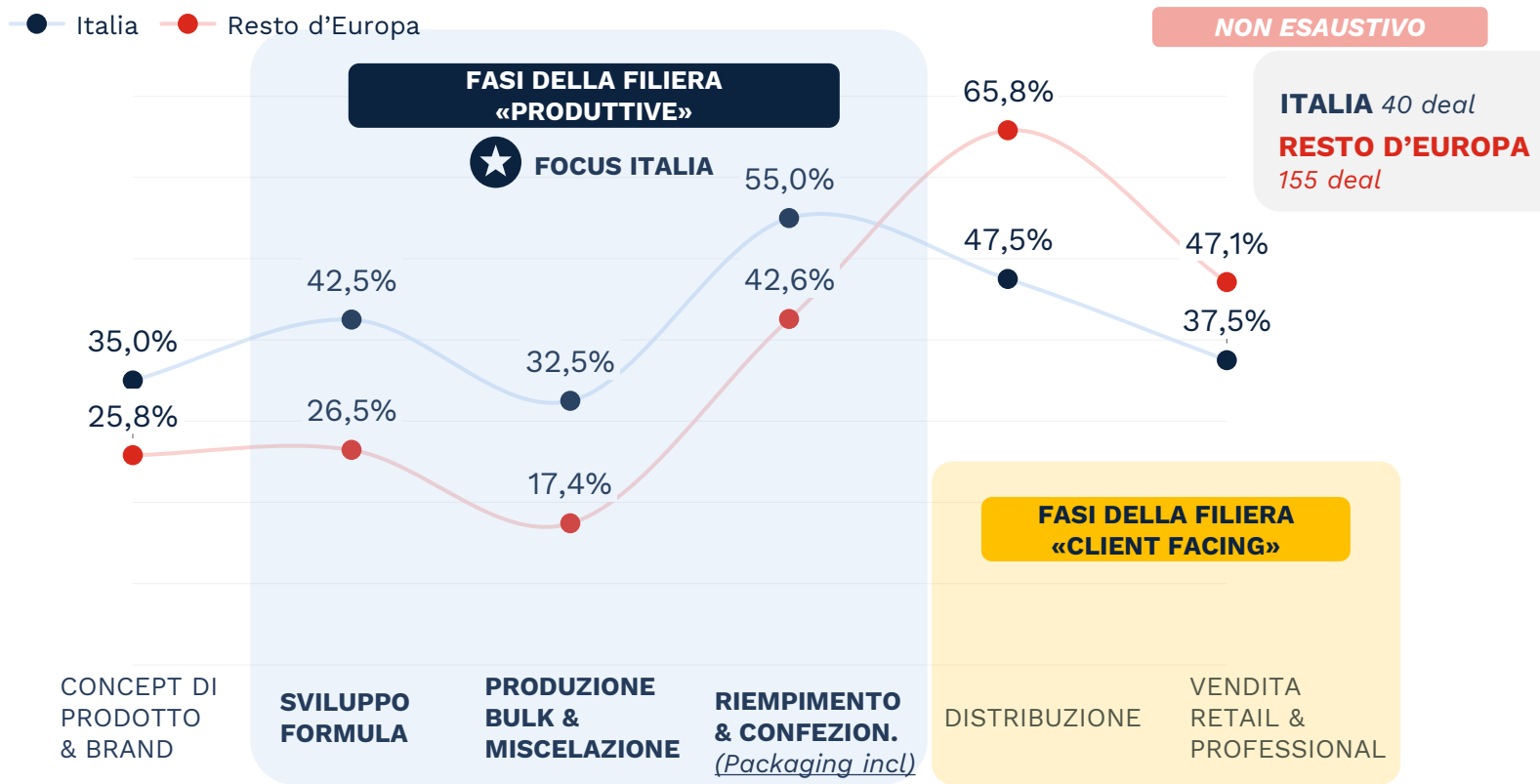
L'Asia non è un blocco omogeneo: **Giappone e Corea del Sud** guidano soprattutto su **innovazione beauty**, mentre la **Cina** compete sempre più su produzione su larga scala **scala e velocità**

8,9% Italia

Nelle 400+ operazioni analizzate, **l'Italia** si posiziona come il **primo mercato europeo** (davanti a UK e Germania) e il **secondo globale** dietro solo agli Stati Uniti (22,1% sul totale)

Il focus strategico dei *deal* si concentra in Italia sul suo hub manifatturiero, diretto e indiretto, mentre in Europa si guarda prevalentemente alla distribuzione

Multi-copertura della value chain da parte delle aziende target delle operazioni M&A 2025 (%)



M&A DEL SETTORE IN NUMERI

3,3\$B

Il **valore** (disclosed) delle **operazioni di M&A nel 2025 analizzate in Italia** per il presente report (segmenti di mercato del *Personal care*, *Cosmetic/care chemicals*, *Fragrances*, *Chemists/health* e *Packaging*)

45%

delle operazioni in Italia oggi ha una **componente "Future-Proof" (Tecnologia o Sostenibilità)**, segnale che i player cercano, oltre la redditività, anche e soprattutto la **capacità di adattamento** per cavalcare il dinamismo di settore

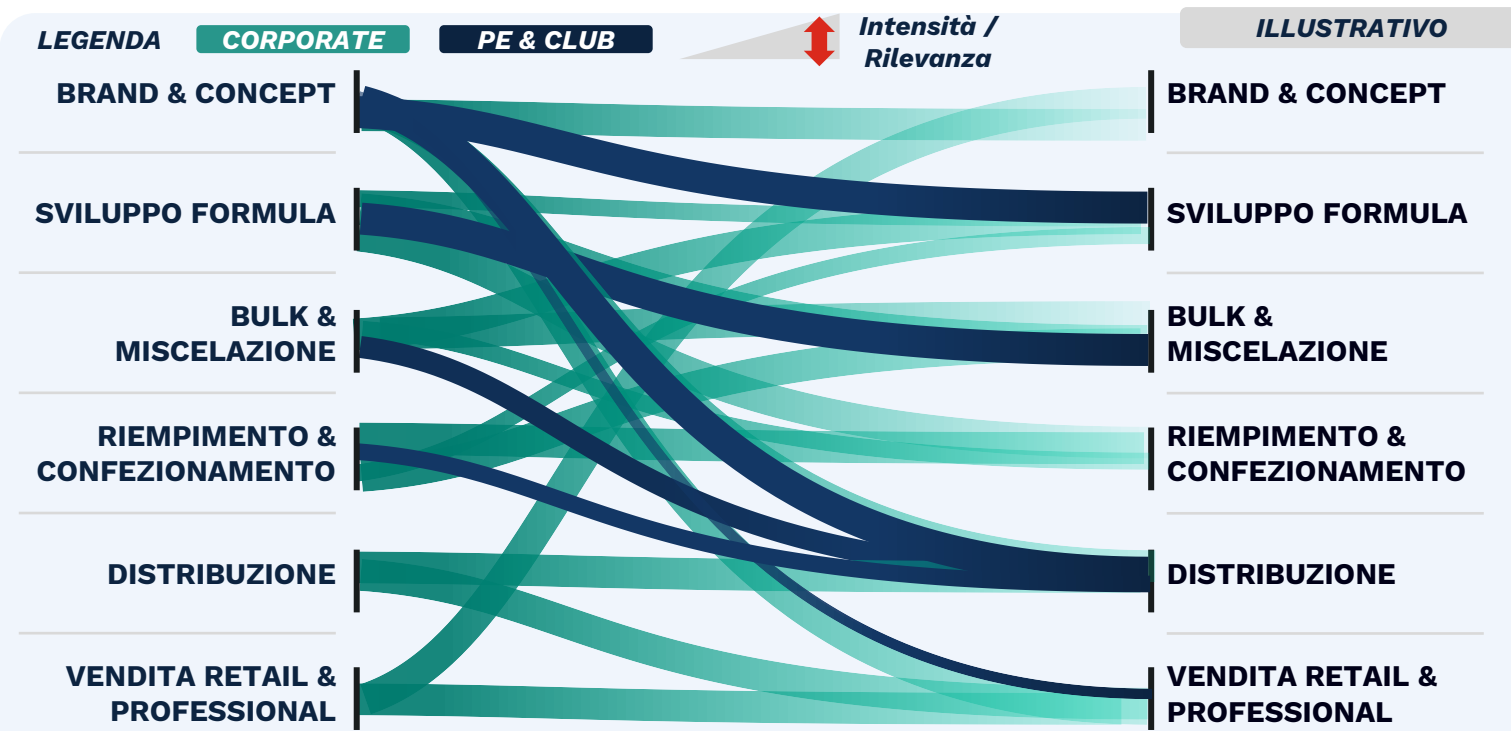
42,5 %

dei deal in analisi in Italia del 2025 riguarda i segmenti di prodotto di **skin care, fragrances, make-up**

Fonti: rielaborazione BIP Corporate Finance & Strategy su dati Mergermarket e AIFI
Note: analisi su 450 operazioni effettuate nel settore, non esaustivo della totalità di M&A del 2025

Le Corporate guidano il consolidamento cross-chain con il 57,5% dei deal, mentre PE e Club Deal investono su combinazioni selettive tra brand, industria, distribuzione

Traiettorie prevalenti di M&A per tipologia di attore lungo la filiera Beauty in Italia - 2025



La frammentazione del mercato italiano offre opportunità uniche per strategie di «platform building» e consolidamento volte alla creazione di campioni nazionali

Fonti: rielaborazione BIP Corporate Finance & Strategy

DINAMICHE CHIAVE M&A PER ATTORE

Selettività

Focus selettivo su asset multipli (Brand/Formula/Distr.) per scalabilità e aggregazione strategica (es. Investindustrial/Eurovetrocap, Orienta/Inunup)

Cross-chain

Presidio end-to-end e integrazione verticale per controllo qualità e time-to-market (es. L'Occitane/Integra, Alfaparf/IV San Bernard)

60%

Il 60% dei deal interessa almeno due step della filiera, segnalando una logica di platform building: si acquisisce una base industriale o commerciale iniziale e la si rafforza con add-on successivi su attività adiacenti

Fare sistema è necessario per rispondere alle sfide industriali, tecnologiche e di sostenibilità cui è chiamata la filiera del Beauty in Italia

La filiera cosmetica italiana affronta nuove sfide su innovazione, Time-to-Market e sostenibilità: efficientamento, ricerca, formazione di talenti e sviluppo dell'AI tra i driver della trasformazione

Sfide

Innovazione e ricerca scientifica



Concorrenza asiatica



Normative sulla sostenibilità



Digitalizzazione & AI



Talenti



- **Consumatori più esigenti** su **efficacia** e **benessere** rendono sempre più centrali **R&D** ed **innovazione**

- **Corea del Sud** e **Cina** combinano **vantaggi di costo, velocità** nel recepimento dei trend e **forti investimenti** in **innovazione**

- La **crescente complessità normativa** rende più **difficile** garantire **compliance** e gestire **packaging** (e.g., PPWR), materiali e tracciabilità

- Il **ritardo** sullo sviluppo tecnologico ha impatti su **pianificazione, coordinamento** e **rapidità** di risposta

- La sempre più **scarsa disponibilità** di **profili trasversali già formati** su sviluppo prodotto, commerciali e temi tecnico-regolatori

- **Necessario accelerare** su sviluppo e validazione formule, mantenendo **coerenza tra performance** e **compliance**

- Serve **aumentare efficienza, capacità di investimento** in R&D e **rapidità** di sviluppo e industrializzazione per **ridurre il time-to-market**

- Fare sistema per **interpretare l'evoluzione normativa, contrastare** approcci poco aderenti alla realtà industriale e **trovare soluzioni** concrete

- **Incorporare tecnologie AI** e digitali diventa cruciale per **migliorare l'efficienza operativa, ridurre gli errori** e **rafforzare gestione e controllo** in tutte le fasi

- Diventano **centrali formazione** e capacità di attrarre talenti per **rafforzare efficacia operativa** e garantire un miglior coordinamento

L'AI sarà un fattore di competitività lungo la filiera se integrata nei processi core: efficienza, qualità e capacità d'innovazione

Fasi filiera	Use-case riscontrati	NON ESAUSTIVI	Impatto
Concept e brand	 Generazione concept prodotto da ascolto mercato		 
MP e ingredienti	 Generazione libreria ingredienti e attivi		 
Sviluppo formula	 Simulazioni e test virtuali per verifica stabilità Generazione idee per blend		  
Prod. Industriale	 Previsioni/ simulazioni su qualità attesa Integrazione in telecamere per controllo qualità visivo		 ★★★ 
Packaging	 Simulazioni e test virtuali per verifica compatibilità		 ★★★ 
Vendita retail	 Utilizzo virtual try-on per personalizzazione prodotto Ottimizzazione apparecchiature durante utilizzo		
Cross-filiera	 Verifica continua compliance regolatoria		 

Fonti: Interviste ad esperti del settore

 Riduzione tempi

 Supporto innovazione

 Riduzione costi

★★★ Aumento qualità

 CX

PRINCIPALI IMPATTI AI

Agilità Industriale

L'AI **comprime i tempi** di concept, test e sviluppo industriale, **riducendo il time-to-market** lungo la filiera e potenziando le **capacità d'innovazione**

Controllo Qualità

Test virtuali, controlli predittivi e sistemi di visione **rafforzano la qualità** prima e durante la produzione

Compliance

L'AI supporta la **tracciabilità**, la **coerenza dei claim** e la **supervisione regolamentare** necessarie per operare in modo conforme tra geografie

L'AI genera vantaggio solo se innestata su dati di qualità: digitalizzazione e corretta gestione del dato sono gli abilitatori chiave

La capacità di fare sistema lungo la filiera e gli investimenti in ricerca, formazione e digitale rappresentano le leve chiave per rafforzare la competitività dell'industria cosmetica italiana



1. Promuovere l'integrazione sistemica e la crescita dimensionale



2. Accelerare R&D su Health & Wellness e sostenibilità (biotech, chimica verde, packaging circolare)



3. Potenziare lo sviluppo di competenze e la retention del talento, in un contesto di crescente carenza di profili qualificati e di limitata disponibilità di percorsi formativi dedicati alla filiera, con conseguente ridotta disponibilità di profili già formati



4. Ottimizzare la flessibilità operativa e adottare le nuove tecnologie con processi integrati a garanzia della qualità e dell'efficienza



Grazie per l'attenzione