

IL COMPARTO COSMETICO: NUMERI E TREND focus solari

GIAN ANDREA POSITANO

Responsabile Centro Studi Cosmetica Italia

Milano, 22-23 Novembre

Sintesi e stime di chiusura relative al 2023

PER L'INDUSTRIA COSMETICA

FATTURATO

14,8 € MLD

Preconsuntivo '23 +10,9% var. % 23-22

PER GLI ACQUISTI DI COSMETICI DA
PARTE DEGLI ITALIANI

MERCATO

12,4 € MLD

Preconsuntivo '23 +8,2% var. % 23-22

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa. Valori in miliardi di euro e variazioni percentuali rispetto al periodo precedente.

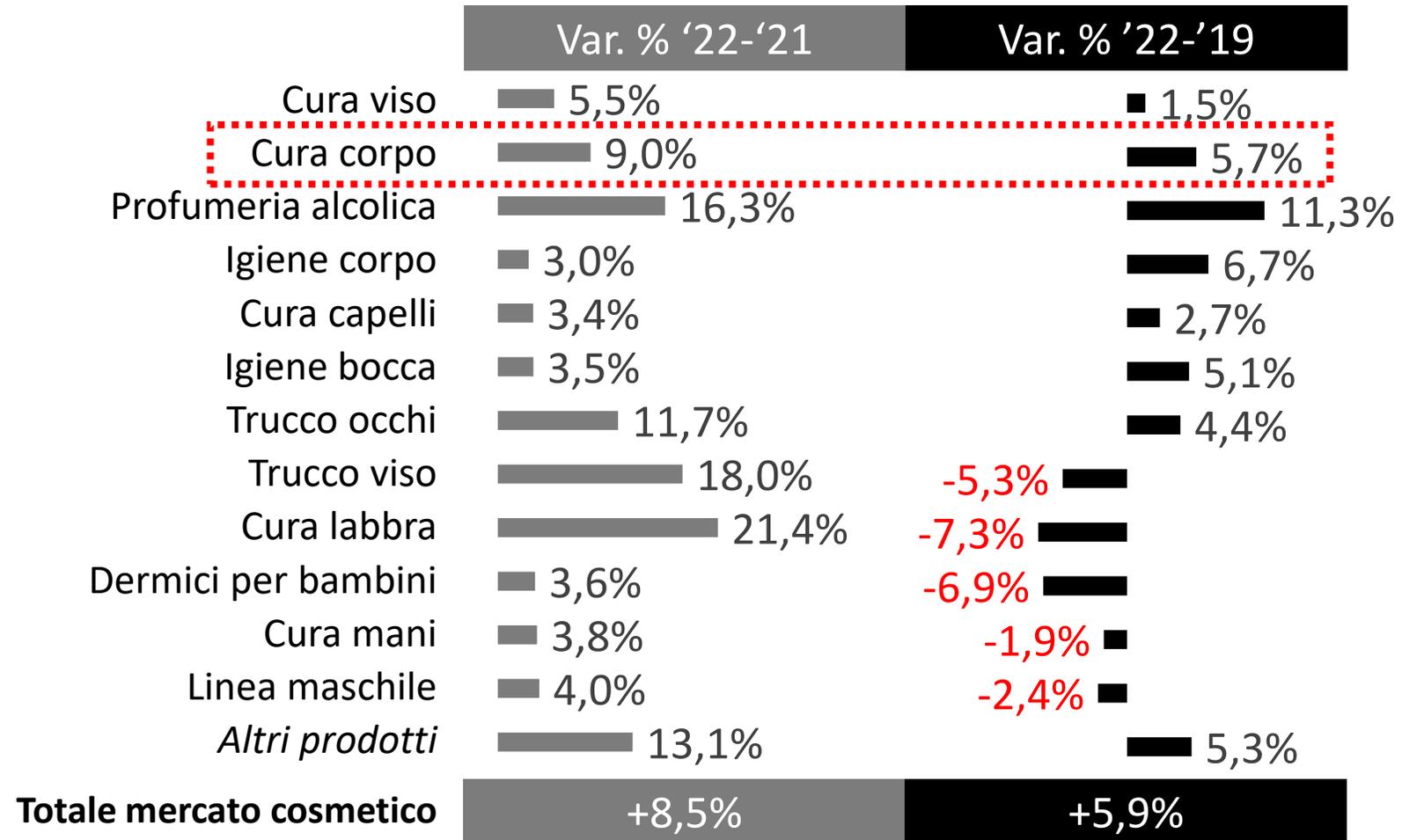
Consumo di cosmetici degli italiani: evoluzione dei canali



	CONSUNTIVO 2022 (mio/€)	preconsuntivo 1° semestre '23 (var. %)	stima 2° semestre '23 (var. %)	PREVISIONE 2024 (var. %)
mass market	4.819	+7,4%	+7,8%	+4,8%
profumeria	2.217	+11,4%	+12,0%	+8,5%
farmacia	1.951	+5,9%	+5,8%	+4,1%
e-commerce	988	+12,2%	+12,0%	+9,8%
acconciatura	561	+6,2%	+6,5%	+4,3%
erboristeria	378	+8,1%	+7,5%	+5,9%
vendite dirette	348	+1,6%	+1,4%	+1,2%
estetica	196	+5,3%	+4,8%	+4,1%
Totale mercato	+8,5% (11.448 mio/€)	+8,2% (12.397 mio/€)	+5,8% (13.112 mio/€)	

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali rispetto al periodo precedente.

Evoluzione del paniere di consumo di cosmetici in Italia

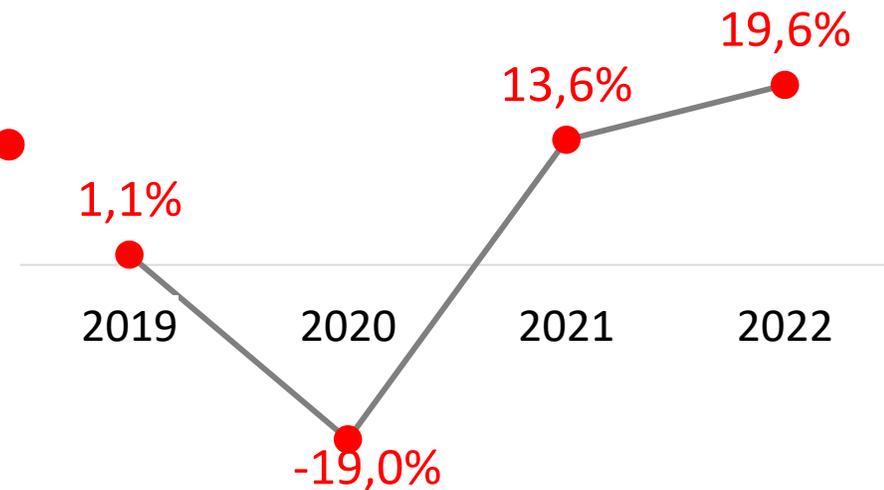


Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia. Variazione % 2022 rispetto al 2021 e confronto categorie con il 2019 degli acquisti nei canali tradizionali (sono esclusi i canali professionali).

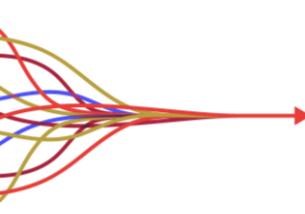
Andamento dei solari nel mercato italiano

	valori 2022	Var. % 22-21
Totale mercato cosmetico in Italia	11.458	+8,5
di cui CURA CORPO così suddiviso:	1.371	+9,0
Deodoranti e antitraspiranti	474	+12,9
Solari e pigmentanti	402	+19,6
Idratanti, nutrienti ed esfolianti	213	-1,8
Crema polivalenti	83	4
Depilatori	59	0,6
Rassodanti, zone specifiche e antietà corpo	57	-6,0
Prodotti per la cellulite	52	-4,6
Acque e olii per il corpo	31	-1,1

Così come per il mercato complessivo, anche i solari hanno recuperato i valori pre-Covid nel corso del 2022.



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa. Valori in milioni di euro e variazioni percentuali rispetto al periodo precedente.



Trend legati ai solari nello scenario mondiale

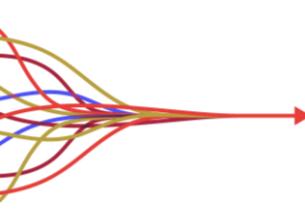
PROTEZIONE A 360 GRADI

Non solo difesa dai raggi UV: la visione olistica del concetto di benessere, che si è rafforzata nell'attraversamento della crisi da Covid, ha toccato anche il mercato cosmetico grazie alla proposta, nel caso dei solari, di soluzioni capaci di proteggere dall'**inquinamento** e dalle **luci blu degli schermi** dei *device*.

La facilità d'uso necessita packaging, oltre che sistemi di erogazione, innovativi e al passo con le abitudini di consumo: con il post-Covid si ritorna a claim legati alla **durabilità**, **velocità di applicazione** e all'**aspetto estetico** della pelle. Ad esempio, i **consumatori asiatici** sono più preoccupati dell'impatto dei raggi UV sull'aspetto che il rischio di sviluppare malattie gravi della pelle.

OLTRE ALLA SALUTE

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su fonte dati Mintel



Trend legati ai solari nello scenario mondiale

EMPATIA & ETICA

In passato, l'efficacia dei solari è stata spesso veicolata da campagne improntate sui potenziali pericoli derivanti dal mancato utilizzo: ad oggi, la comunicazione abbraccia **benefici** e **sensazioni rassicuranti** legate alla **sicurezza** sia per l'individuo che per l'ambiente.

... e in Italia?

Grazie alla stagionalità favorevole, si registra nei **primi nove mesi del 2023** una crescita dei solari, in particolare nella farmacia multicanale, pari al **12,9%***, dove il consumatore ha privilegiato le protezioni solari con un SPF più elevato, nei formati spray e creme.

Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su fonte dati Mintel.

*Fonte IQVIA: Andamento della farmacia multicanale (farmacia, parafarmacia, corner nei Super e Iper, e-commerce) sull'anno mobile a settembre 2023 rispetto allo stesso periodo del 2022.