

Introduzione al sistema cosmetico italiano

Federica Borsa
Responsabile Education di Cosmetica Italia

30 novembre 2021





Cosmetica Italia: voce del comparto

**Un'INDUSTRIA che
fa BENE al PAESE**



Sono «quattro gatti»...



617

**aziende associate
(di cui 95% PMI)**



36mila → 400mila

**La filiera dà lavoro a 36mila persone,
che salgono a 400mila con l'intero sistema economico del comparto**

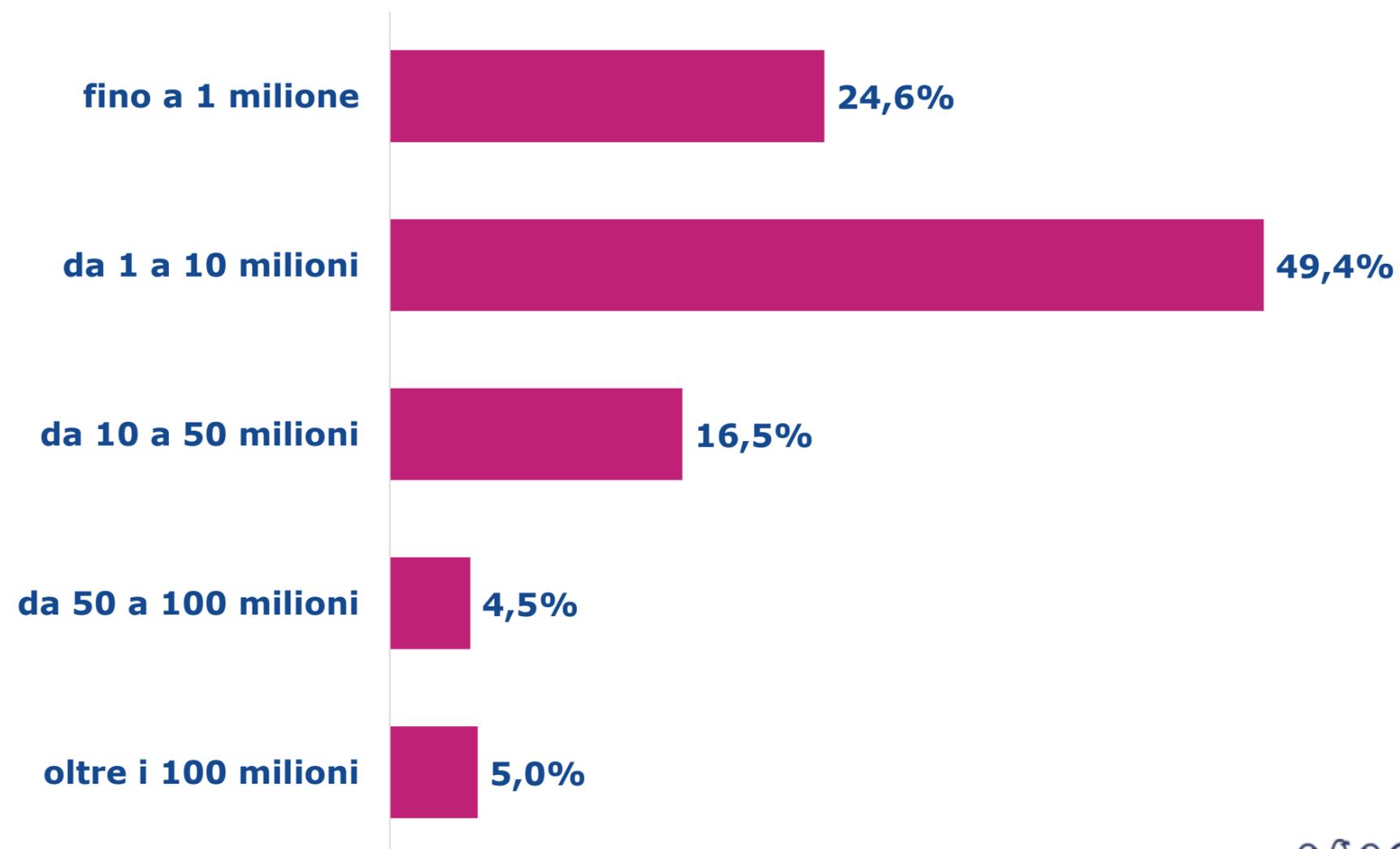
Cosmetica Italia aderisce a **Federchimica** ed è l'unica associazione del panorama confindustriale che rappresenta il settore.

È la più grande a livello europeo ed è membro di **Cosmetics Europe**.

Partner di **BolognaFiere** nella promozione di **Cosmoprof** in Italia e nel mondo.

...di cui tre multinazionali

Classi di fatturato delle imprese cosmetiche italiane (ripartizione %)





E' un business fatto di piccoli numeri...

L'Italia è il **quarto sistema economico** della cosmetica dopo Germania, Regno Unito e Francia, si arricchisce e si rafforza dall'appartenenza al concetto di **Made in Italy**, terzo brand al mondo.

Il **fatturato** nazionale

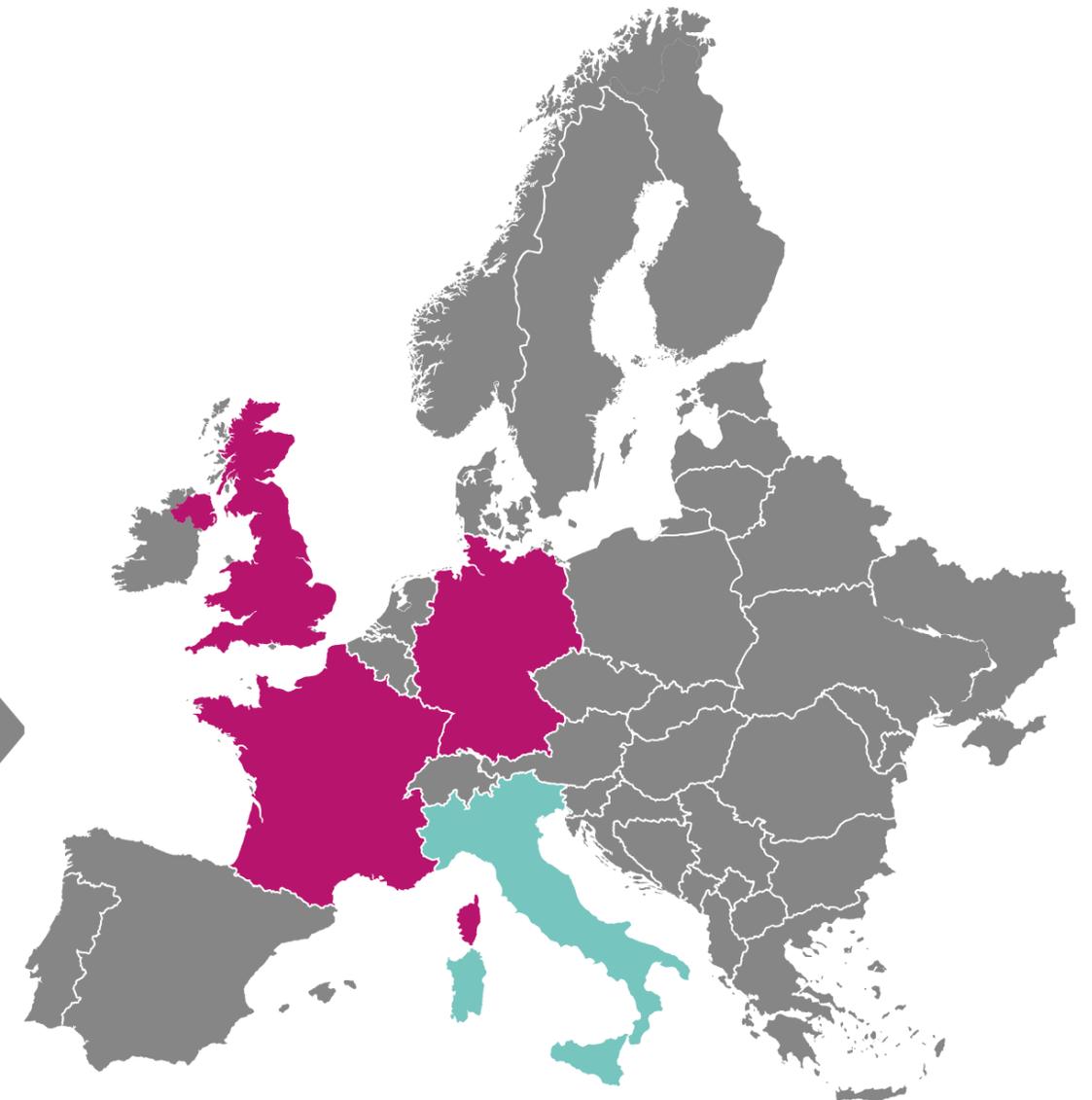
10,5 mld

L'intero **sistema economico**
cosmetico

33,2 mld

I **consumi** in Europa

77 mld

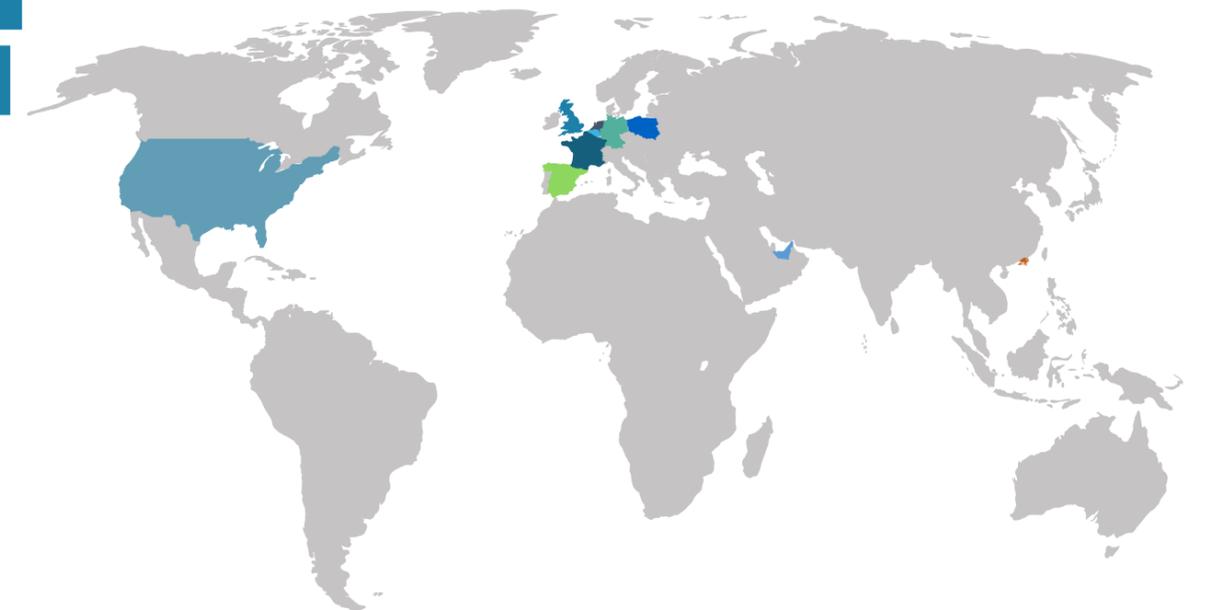
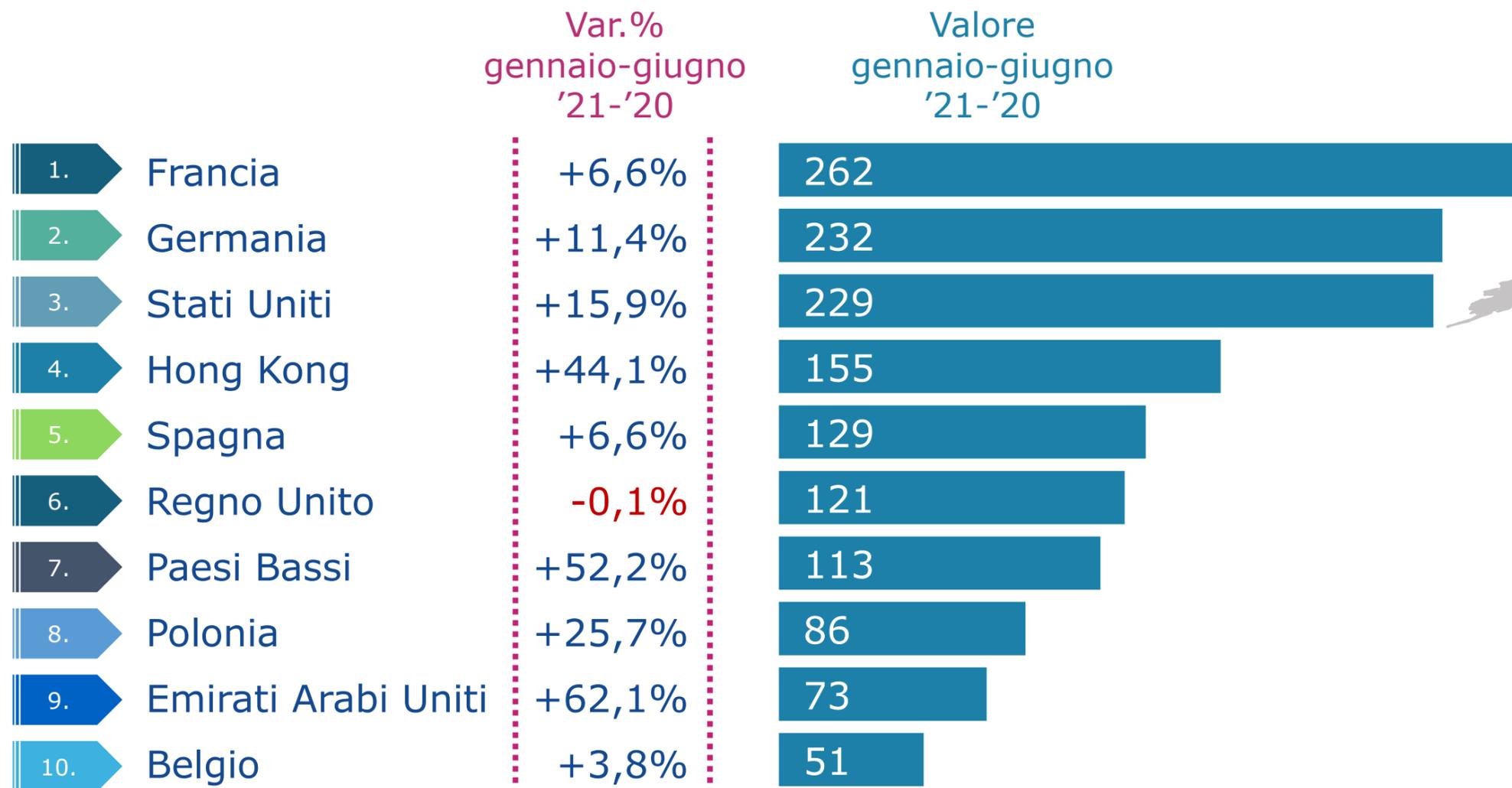


COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

...sanno vendere solo nei paesi marginali

L'export cosmetico italiano registra nei primi sei mesi del 2021 una crescita del **19,4%** e una **bilancia commerciale positiva** prossima a 1,3 miliardi.



Elaborazione Centro Studi e Cultura d'Impresa su base dati Istat.
Valori in milioni di euro e variazioni percentuali nei primi sei mesi 2021-20



...è tutta roba «futile» e «francese»

- ogni individuo utilizza **quotidianamente almeno 8 cosmetici**. Dai gesti legati all'igiene, passando per idratazione e protezione, fino ad arrivare al tocco finale di rossetto o profumo, i prodotti cosmetici sono indispensabili alleati per il benessere di ognuno, in ogni età della vita
- il **67%** del make-up consumato in Europa è prodotto da imprese italiane, a **livello mondiale tocca il 55%**
- **leader mondiale** nella produzione di **prodotti per l'acconciatura**
- trend setter nel **design** e nel **packaging**
- **innovativo** nelle formulazioni, colore, comunicazione, sviluppo di nuovi prodotti

...e non hanno alcun beneficio sulla nostra vita

Invece i cosmetici sono una parte fondamentale della nostra routine quotidiana e contribuiscono in maniera significativa alla **nostra qualità di vita**.



OPINIONI DEI CONSUMATORI SULLA COSMETICA*

71%

Il 71% dei consumatori europei considera i cosmetici importanti nella vita quotidiana.

72%

Il 72% dei consumatori ha dichiarato che l'uso dei cosmetici migliora la qualità della vita.

80%

L'80% dei consumatori ritiene che i cosmetici siano importanti per la propria autostima.

*Indagine condotta da Cosmetics Europe (Consumer Insights 2017)



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche





...non ci sono molte regole

...come i farmaci e gli alimenti,

i cosmetici sono sottoposti a valutazioni e controlli, nell'ambito di una normativa specifica:

il **Regolamento europeo**,
che ha sostituito dall'11 luglio 2013 la direttiva italiana 713/86

che tutela la sicurezza e la salute dei consumatori



...qualcuno dice che si tratta di «acqua colorata»

La scienza e la ricerca sono alla **base dell'industria cosmetica**

- La costante evoluzione della ricerca è l'elemento fondamentale per la **continua innovazione** dei prodotti e dei loro ingredienti.
- Per **l'innovazione** e la **tecnologia**, le imprese cosmetiche in Italia investono circa il **6% del fatturato**, più del doppio della media nazionale.
- L'investimento in ricerca e sviluppo da parte dell'industria cosmetica in Europa è **pari a 2,35 miliardi di euro**.



...invece il cosmetico ha un alto valore scientifico

prodotti sicuri: valore scientifico del cosmetico
=
successo economico e sicurezza del prodotto





...e la corretta informazione prima di tutto

Il settore cosmetico (insieme all'alimentare) deve rispettare una legge europea specifica (Regolamento 655/2013) in materia di **comunicazione pubblicitaria**.

In particolare, **deve osservare sei criteri comuni** in tutte le comunicazioni pubblicitarie:

- conformità alle norme
- veridicità
- supporto probatorio
- onestà
- correttezza
- decisioni informate





...a partire dall'etichetta

L'**etichetta è lo strumento più facile**, completo e facilmente accessibile per avere informazioni sui cosmetici.

Grazie all'etichetta il consumatore può fare un **uso corretto e consapevole del prodotto**.

Le denominazioni degli ingredienti sono riportate usando un codice internazionale, detto **INCI** (International Nomenclature for Cosmetic Ingredients).

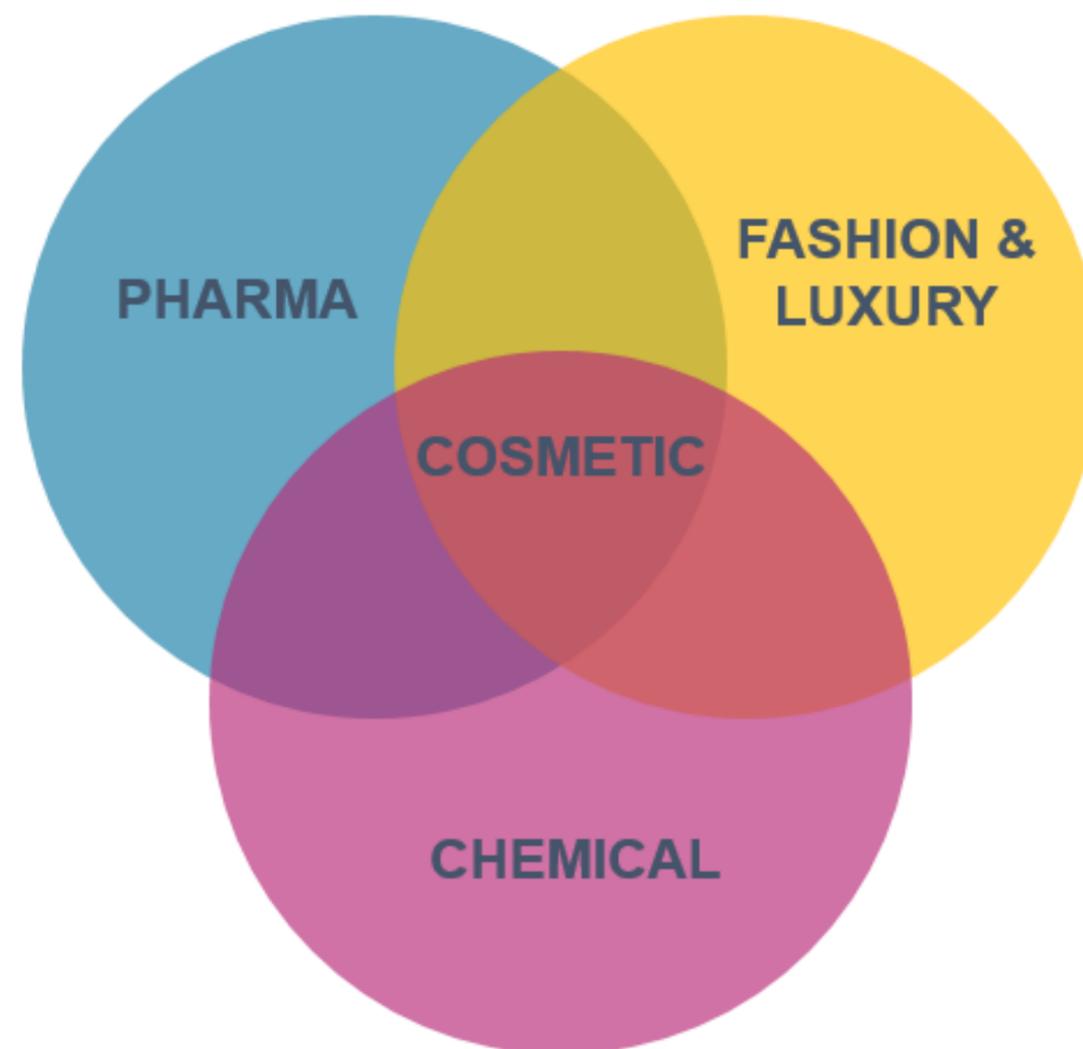
Lo scopo del codice INCI è quello di permettere al consumatore di identificare la composizione del prodotto consentendo una **scelta consapevole** al momento dell'acquisto.



Un settore multidisciplinare

SCIENCE BASED

**INNOVATION
SAFETY**



MADE IN ITALY

**BEAUTY
WELLNESS
CUSTOMER
ORIENTED
DESIGN &
COMMUNICATION**



Non c'è specializzazione, i laureati sono pochi...



54%

Le **donne impiegate** nel settore rappresentano il **54%** (circa 19mila, di cui 1.700 laureate), mentre la media dell'industria manifatturiera è ferma al **28%**



11%

I **laureati totali** sono pari all'**11%** degli occupati, contro una media nazionale del **6%**



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



32.000

Oltre 32.000 scienziati sono impiegati nel settore cosmetico in Europa in più di **77 centri di ricerca e innovazione**



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

...offre poche opportunità di carriera

- ✓ I “mestieri della cosmetica” si sviluppano su più aree di competenza: oltre ai numerosi specializzati in **chimica, farmacia, biologia e cosmetologia**, il settore richiede infatti anche addetti specializzati in **economia** e **marketing di canale**.
- ✓ La filiera cosmetica è «lunga», e incorpora le opportunità offerte da tre mondi in continua evoluzione:
 - **il digitale:** digital PR, social media manager, esperto di vendite on-line, etc;
 - **la regolamentazione europea e internazionale:** regulatory manager, valutatore della sicurezza, ricerca e sviluppo, quality manager, etc.
 - **il marketing e la comunicazione:** product manager, informatore cosmetico, media manager, organizzazione di eventi, etc.

La sostenibilità? Non è solo una «moda»

Lo sviluppo sostenibile è una **priorità strategica** per l'industria cosmetica.

- La sostenibilità rappresenta un **fattore di successo** in grado di incrementare la **competitività** e l'**innovazione** aziendale. E' un vero e proprio **vantaggio competitivo** per le aziende.
- Investire sulla sostenibilità ripaga l'azienda sia in termini di **benefici economici** sia in termini **reputazionali**.
- La **sostenibilità nell'industria cosmetica** deve essere trattata con un **approccio globale**, considerando tutte le fasi secondo una **prospettiva di ciclo di vita**.
- Le due principali aree di interesse per le imprese attualmente sono:
 - **ideazione e progettazione del prodotto rivolta alla sostenibilità**
 - **approvvigionamento responsabile delle materie prime**
- Gli impegni e le attività dell'industria cosmetica consentono ai consumatori di beneficiare non solo di **prodotti con migliori profili di sostenibilità** ma anche di **adottare abitudini di consumo e di utilizzo sempre più sostenibili**.





Uno sguardo al futuro

L'industria cosmetica è in continua evoluzione, in ogni sua area

- **Innovazione:** di prodotti, processi, ingredienti, packaging
- **Marketing:** segmentazione e differenziazione dei canali, e-commerce, social
- **Valori:** valore economico, sociale e scientifico del prodotto cosmetico

GRAZIE

