



## Un centinaio le aziende italiane a Cosmoprof Asia

Un centinaio di aziende italiane hanno partecipato, a Singapore, all'edizione speciale di Cosmoprof Asia 2022, di nuovo in presenza. Il 19% dell'export cosmetico italiano è destinato all'area asiatica.



Un'edizione speciale ha celebrato il ritorno in presenza di Cosmoprof Asia, la manifestazione del network Cosmoprof per l'area Asia-Pacifico (16-18 novembre 2022): il centro espositivo Singapore Expo ha ospitato la kermesse e accolto i protagonisti dell'industria cosmetica e della sua filiera.

È grande l'attenzione dell'industria cosmetica italiana verso le opportunità di networking e business offerte dall'appuntamento. Basti pensare che sono circa un centinaio le aziende del nostro Paese che hanno partecipato a Cosmoprof Asia. Tra queste, **sono oltre 70 le realtà imprenditoriali che hanno aderito all'esposizione in Collettiva Italia proposta da ICE-Agenzia in collaborazione con Cosmetica Italia:** un'opportunità riservata alle imprese di prodotto finito, a marchio e contoterzi che si sviluppa nelle hall dedicate a skincare, haircare e packaging.

*"Il 2022 è sicuramente un anno che sta dando segnali incoraggianti per il nostro settore: il ritorno a molti appuntamenti in presenza, come nel caso di Cosmoprof Asia, la crescita di diversi indicatori che premiano la resilienza delle nostre aziende e la continuità dei loro investimenti in leve strategiche come la ricerca e lo sviluppo – commenta Benedetto Lavino, presidente reggente di Cosmetica Italia – In particolare, assistiamo a una crescita delle esportazioni che si approssimeranno ai 5,6 miliardi di euro con un trend positivo non solo rispetto al 2021 (+15,2%), ma anche rispetto al periodo pre-pandemico (+12,1% sul 2019)".*

**L'area asiatica concentra una quota pari al 19% del totale dell'export cosmetico italiano nel mondo.** Entrando nel dettaglio delle principali destinazioni asiatiche per i



cosmetici esportati dall'Italia, al primo posto troviamo Hong Kong che nel 2021 ha raggiunto un valore di 298 milioni di euro (+23,1% rispetto al 2020); segue la Cina con circa 104 milioni di euro (+16,7% nel confronto con l'anno precedente). In terza posizione troviamo invece Singapore con oltre 54 milioni di euro e un incremento del 4,2% rispetto al 2020.

Il 41% dell'export cosmetico italiano verso l'area asiatica è rappresentato dalla profumeria alcolica che nel 2021 ha registrato un valore pari a 383 milioni di euro e una crescita di quasi il 30% rispetto al 2020; sono molto richiesti anche i prodotti per il viso e il corpo (310 milioni di euro con un incremento del 20% sul 2020). In terza posizione troviamo infine i prodotti per capelli che, con un valore di 121 milioni di euro, hanno registrato un trend positivo di quasi 27 punti percentuali. Nel complesso questa top 3 costituisce l'86% delle esportazioni di cosmetici Made in Italy verso le destinazioni asiatiche.

Analizzando i claim, si osserva come l'Asia si caratterizzi per un orientamento dell'offerta di cosmetici a favore di claim che comunicano concetti funzionali come idratazione, nutrizione ed effetto illuminante; resta inoltre alta l'attenzione ai claim no age, mentre quelli orientati alla connotazione naturale e di sostenibilità dei cosmetici hanno raggiunto ormai curve di maturità.

