

Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS 2019

into natural beauty



COMUNICATO STAMPA

ottobre 2018

VIVANESS 2019: la cosmesi naturale ha un potenziale enorme

- Interesse dei consumatori continua a crescere
- Focus sui mercati della cosmesi naturale “Germania”, “Francia” e “Italia”
- VIVANESS come piattaforma di competenze e orientamento

Di rado gli analisti di mercato si trovano così d'accordo come nel caso della cosmesi naturale: un megatrend che non perde forza. I tassi di crescita dinamici attestano una domanda di prodotti beauty naturali immutata su scala internazionale. Motore di tale sviluppo è il desiderio di usare prodotti per la cura più delicati e più tollerabili per la pelle a base naturale. Il mercato della cosmesi naturale (con e senza marchio ufficiale) approfitta di ciò in modo sovraproporzionale e sta conquistando un gran numero di nuovi acquirenti in tutto il mondo. L'andamento globale del settore è estremamente interessante: la cosmesi naturale gode di gran favore tra i consumatori e detta il corso del mercato. L'intera industria cosmetica sta diventando più “verde” e il tema della sostenibilità occupa i primi posti nell'agenda di molte aziende. Dal 13 al 16 febbraio 2019 il comparto si incontrerà a Norimberga in tutte le sue sfaccettature in occasione del VIVANESS, il Salone Internazionale della Cosmesi Naturale.

“La domanda ha raggiunto ormai da tempo dimensioni mondiali e il mercato globale della cosmesi biologica e naturale cresce a ritmi vertiginosi”, Amarjit Sahota di Ecovia Intelligence (Londra) riassume così gli sviluppi del momento. Stando alle cifre attuali rilevate da questa società specializzata in ricerche di mercato, nel 2017 il settore ha raggiunto un fatturato globale pari a 10,2 miliardi di US\$, vale a dire una crescita di oltre il 6 per cento rispetto all'anno precedente. Con circa 4,9 miliardi di US\$ l'America del Nord è il maggior mercato di cosmesi naturale e biologica, seguito dall'Europa con pressoché 4,1 miliardi di US\$. La Germania detiene qui la testa della classifica forte di un ampio consenso nel commercio, del successo dei suoi marchi pionieri e di un fatturato pari a circa 1,2 miliardi di euro. Al secondo e al terzo posto delle nazioni con il maggior fatturato nella cosmesi naturale si collocano la Francia e l'Italia.

Veranstalter

Organizer

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
info@vivaness.de
www.vivaness.de
www.vivaness.com

Vorsitzender des Aufsichtsrates

Chairman of the Supervisory Board

Albert Füracker, MdL
Bayerischer Staatsminister der
Finanzen, für Landesentwicklung
und Heimat
Bavarian State Minister of Finance,
Regional Development and
Regional Identity

Geschäftsführer

CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht

Registration Number

HRB 761 Nürnberg

Ideelle Träger

Supporting organizations

COSMOS

We are COSMOS

NATRUE



Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS 2019

into natural beauty



Germania ancora in pole position

Grazie al perdurare di un clima favorevole ai consumi, nel primo semestre del 2018 il mercato cosmetico tedesco nel suo complesso (13,6 mld di euro), piazza ormai perlopiù satura, registra un incremento di un buon 2 per cento, come segnala l'Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW) (Associazione industriali cosmetici e detersivi). Il comparto della cosmesi biologica e naturale resta motore di crescita. Secondo l'esperta di settore Elfriede Dambacher di naturkosmetik konzepte (Dortmund), nel primo semestre del 2018 il mercato presenta un aumento del 3,1 per cento e circa 1,2 milioni di nuovi clienti negli ultimi due anni. Stando ai dati della società di ricerca sui consumi GfK (Norimberga), le vendite sono salite di più o meno l'8 per cento. Il mercato tedesco continua così a difendere la sua posizione di spicco in Europa. Con la loro strategia di prezzo gli empori del tipo "Drogerie" (principale canale di vendita della cosmesi naturale in Germania), i discounter e il commercio al dettaglio filializzato di generi alimentari assicurano una forte concorrenza e prezzi medi in ribasso che si ripercuotono sull'incremento di fatturato. La dinamicità della domanda e l'importanza dell'assortimento per il mercato totale si rispecchiano altresì in una quota di cosmesi naturale pari a quasi il 9 per cento e nel fatto che, nel solo scorso anno, circa 800.000 nuovi consumatori hanno scelto appunto questi prodotti.

Francia: forte interesse dei consumatori

La Francia, nazione "cosmetica" per antonomasia, registra da anni un crescente interesse dei consumatori per la cosmesi naturale ed è il secondo maggior mercato in Europa per questi prodotti dopo la Germania. Un fatturato stimato in 500 milioni di euro, un incremento di circa il 10 per cento e una quota di mercato di pressoché il 4,5 per cento sono risultati assolutamente degni di nota. Secondo i dati del barometro di mercato dell'agenzia Agence Bio, nel 2017 quattro francesi su dieci hanno acquistato più cosmesi naturale che prodotti tradizionali. L'associazione Cosmebio, il cui marchio è conosciuto da circa l'80 per cento dei consumatori del paese, definisce questi sviluppi un vero successo. L'aumento della domanda si accompagna a una sempre maggiore varietà di prodotti e alla reperibilità anche al di fuori del classico canale di vendita dei negozi biologici. Un ruolo di rilievo giocano qui, infatti, le parafarmacie e il commercio online. In Francia il fatturato cosmetico totale ammonta a 11,4 miliardi di euro.

Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS 2019

into natural beauty



Il potenziale di crescita della cosmesi naturale è ancora notevole: in un sondaggio rappresentativo della società di ricerche di mercato Xerfi Research (Parigi), citato nel Naturkosmetik Jahresreport (Rapporto annuale sulla cosmesi naturale di naturkosmetik konzepte, Dortmund), circa il 70 per cento degli intervistati ha espresso il proprio interesse per i prodotti di cura naturali motivando il tutto con un desiderio di qualità, sicurezza e tutela dell'ambiente. Nello specifico i consumatori sono alla ricerca di prodotti ben tollerati, senza parabeni e contenenti un'alta percentuale di ingredienti naturali. Stando a quanto riporta il servizio informativo L'Oberservatoire des Cosmétiques (OBS, Parigi) l'85 per cento dei clienti si attende soprattutto un'etichettatura trasparente alla quale potersi orientare. Sotto questo punto di vista uno sviluppo positivo del mercato comporta quindi sempre anche delle sfide: sia i produttori che i punti vendita devono mantenere il passo con le aspettative dei consumatori.

Italia: mercato forte per la bellezza naturale

Il desiderio di soluzioni per la cura naturali è un trend costante anche in Italia. La metà degli oltre 3.700 prodotti cosmetici lanciati sul mercato nel 2017 apparteneva alla categoria "cosmetica verde", questo è quanto ha rilevato uno studio dell'associazione Cosmetica Italia che conferma così il perdurare del trend verde. Tra le macro tendenze dei prossimi dieci anni l'associazione cita l'aspettativa dei consumatori verso una cosmesi verde che contenga sempre più ingredienti biologici, sia prodotta in modo eticamente sostenibile e sia commercializzata in confezioni a minore impatto ambientale. Evidente è già oggi il fatto che l'industria cosmetica punti maggiormente sugli ingredienti naturali e cerchi alternative ai derivati del petrolio. Va comunque detto che, in linea generale, al momento nel mercato italiano la distinzione tra vera cosmesi naturale e prodotti "vicini alla natura" non è così netta come in Germania o in Francia. Tuttavia, secondo Cosmetica Italia, il 54 per cento dei consumatori italiani considera una certificazione bio per la cosmesi molto importante (30 per cento), ossia importante (24 per cento).

In Italia uno dei canali di distribuzione più importanti per la cosmesi naturale sono le erboristerie, negozi specializzati che offrono un'ampia gamma di articoli di cosmesi e per la cura del corpo naturali, nonché cosmetici propriamente biologici e naturali. Con un fatturato pari a pressoché 440 milioni di euro (2017, Cosmetica Italia) questa formula commerciale, insieme ai negozi biologici in sé, può essere considerata il principale canale di vendita della cosmesi naturale in senso stretto. Nel suo report "Rapporto Bio Bank 2018" l'azienda specializzata nel mercato bio italiano Bio Bank elenca circa 430

Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS 2019

into natural beauty



punti vendita di cosmesi naturale certificata. Gli esperti stimano il fatturato realizzato con la cosmesi biologica e naturale a più o meno il 4 per cento del mercato totale. Farmacie, profumerie, supermercati e, soprattutto, in misura crescente anche l'e-commerce realizzano un volume di 660 milioni di euro, riferisce Cosmetica Italia che, nel suo complesso, valuta il mercato della cosmesi verde (cosmesi naturale e cosmesi "vicina alla natura") sugli 1,1 miliardi di euro. Questa cifra corrisponde a circa il dieci per cento dell'intero mercato cosmetico (pari a 10,1 miliardi) che, nel 2017, ha registrato un incremento di fatturato dell'1,7 per cento.

Ogni mercato è individuale, ISO adotta direttiva globale

"Il livello di maturità, il peso e le caratteristiche della cosmesi naturale nei singoli mercati riflettono le differenze culturali dei vari paesi e dipendono altresì dalle rispettive strutture commerciali. Diverso da paese a paese è anche il ruolo detenuto dalla cosmesi naturale certificata", spiega l'esperta di mercato Elfriede Dambacher di naturkosmetik konzepte. Sulla scorta di piazze come la Germania, la Francia e l'Italia si nota con chiarezza come, nei mercati strategici dell'Europa occidentale, la certificazione abbia un'importanza maggiore rispetto ad altri mercati del globo, dove i confini tra i livelli di naturalità sono invece fluidi. I marchi "vicini alla natura" (nature inspired) crescono con più forza e il greenwashing continua a giocare un ruolo di rilievo. Indiscusso è tuttavia il fatto che, in tutti i mercati, i consumatori favoriscano la natural & green beauty e che si tratti di "un trend irreversibile", continua Dambacher. Dal momento che la domanda di prodotti più verdi è in continuo aumento l'organizzazione internazionale ISO, in cooperazione con l'industria cosmetica, ha adottato una direttiva (ISO 16128) che consente di calcolare in modo standardizzato il contenuto di ingredienti naturali.

Green Beauty versus greenwashing

Secondo il fondatore e titolare di Ecovia Intelligence, Amarjit Sahota, il 90 per cento dei consumatori acquista cosmesi naturale per non intossicare il proprio corpo con prodotti chimici di sintesi. Questo sviluppo positivo cela però un risvolto negativo. Così come altri insider di mercato, anche Sahota considera il greenwashing una delle maggiori sfide per il settore e sostiene: "Nelle loro attività di marketing molti marchi convenzionali puntano su attributi verdi e naturali". Stando ai dati della società internazionale di ricerche di mercato Kline Group, il fatturato globale delle label che vantano un posizionamento "naturale" è aumentato del 9 per cento e, nel 2016, ha superato di gran lunga i 35 miliardi di US\$. L'incremento mondiale della domanda di prodotti più delicati e i bassi tassi di crescita nei mercati cosmetici occidentali,

Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS 2019

into natural beauty



ormai in gran parte saturi, risvegliano inoltre l'appetito e i grossi gruppi del settore acquistano così marchi e know-how verde rilevando classiche aziende di cosmesi naturale. Questo fatto, unito al megatrend della sostenibilità, fa sì che i consumatori assumano oggi un atteggiamento critico. Oltre alla qualità si dà infatti importanza ad aspetti etici, fairness e trasparenza anche per quanto concerne la titolarità di un marchio.

Ancora sviluppo positivo ma richiesta di orientamento

In che direzione va la cosmesi naturale? Wolf Lüdge, amministratore delegato della casa editrice naturkosmetik verlag (Wetzlar) e organizzatore del congresso annuale del settore della cosmesi naturale a Berlino, vede molto positivamente gli sviluppi del momento: “Il futuro appartiene alla cosmesi naturale in quanto le si attribuiscono numerosi valori importanti nella nostra evoluzione culturale e sociale. Per tale ragione la quota detenuta dalla stessa e dalla cosmesi ‘vicina alla natura’ sul mercato totale continuerà crescere. Interessante sarà invece vedere quali marchi riusciranno a far parte di questo trend e come si evolverà il panorama distributivo”.

La cosa sarà altresì interessante per molti attori del ramo attualmente alla ricerca di un orientamento. Infatti la molteplicità di parametri che confluiscono oggi nella valutazione dei prodotti, delle label e dei mercati rende il compito sempre più complesso. Il VIVANESS rappresenta qui una piattaforma unica per tutti i visitatori, gli espositori e i tecnici che cercano una panoramica completa di prima mano sugli sviluppi e i trend globali di questo mercato dinamico. Oltre al congresso che accompagna il salone, il VIVANESS offre in merito anche la mostra speciale Breeze con newcomer e indie brand selezionati, lo stand collettivo “Innovation made in Germany” e lo Stand novità. Il salone della cosmesi naturale si distingue inoltre per i suoi severi criteri di ammissione, la sua netta demarcazione dal greenwashing e la sua internazionalità. Grazie a questa proposta a 360 gradi il VIVANESS, che si svolge in parallelo al BIOFACH (Salone Leader Mondiale degli Alimenti Biologici), fornisce veri strumenti di orientamento fungendo da guida per l'industria e per il commercio.

VIVANESS 2019: segnatevi l'appuntamento!

Il prossimo anno i due saloni VIVANESS e BIOFACH si svolgeranno dal **13 al 16 febbraio 2019** al Centro Esposizioni Norimberga.

Nürnberg, Germany 13.– 16.2.2019

VIVANESS2019

into natural beauty



Contatto per la stampa e i media

Christina Kerling, Marie-Claire Ritzer-Berendt

T+ 49 9 11 86 06-86 46

F+ 49 9 11 86 06-12 86 46

marie-claire.berendt@nuernbergmesse.de

Tutti i comunicati stampa, maggiori informazioni, fotografie e video sono disponibili nella newsroom alla pagina: www.vivanness.de/en/news

Altri servizi per giornalisti e rappresentanti dei media all'indirizzo:
www.vivanness.de/press