

Materie prime
Raw materials

Produzione marchi propri
Own brand manufacturers

Produzione conto terzi
Contract Manufacturers

Packaging
Packaging

Macchine, apparecchi, strumenti
Machines, equipment, instrumentation

Servizi
Services

Cosmetici Naturali e Biologici
Natural and Organic Cosmetics

AND

Beauty

Guida acquisti dell'industria cosmetica
Buyer's Guide to cosmetic industry



Beautyonline 2023 © Rinenergy Editore

Concessionaria esclusiva MEDIASSC
Via Porto Corsini, 20 • 20126 Milano Italy

COPIA OMAGGIO

Certifica la svolta Green del settore cosmetico, con CCPB.



CCPB srl è un ente certificatore internazionale ed opera anche nel settore cosmetico, certificando prodotti eco-sostenibili, naturali, biologici, vegan.

Con precisione e competenza i professionisti di CCPB hanno un unico scopo: garantire i clienti e rendere più efficiente e virtuoso il processo produttivo.

La certificazione riveste un ruolo fondamentale per la crescita competitiva delle imprese: migliora la qualità del prodotto e il suo impatto ambientale, rafforza la sicurezza e costituisce un insostituibile servizio di garanzia e fiducia per i consumatori.

I nostri clienti sono tra le più importanti ed affermate aziende cosmetiche italiane che hanno già deciso di intraprendere un percorso virtuoso verso la sostenibilità, affidandosi a CCPB.

Nel settore della cosmesi biologica, naturale, vegana CCPB certifica 85 aziende in Italia e nel Mondo e circa 1.700 prodotti.

STANDARD PER I COSMETICI

CCPB certifica i prodotti cosmetici secondo i più autorevoli, rigorosi e riconosciuti standard internazionali e nazionali come:



CCPB offre anche un servizio di validazione del calcolo degli indici di naturalità e biologicità di cosmetici e di loro ingredienti in base alla linea guida ISO 16128.

STANDARD PER LA SOSTENIBILITÀ

CCPB certifica i prodotti cosmetici e le organizzazioni che li producono sulla base dei seguenti standard internazionali:

- ISO 14064: Carbon footprint delle Organizzazioni (GHG Accounting)
- ISO 14067: Carbon footprint di Prodotto (GHG Accounting)
- ISO 14040 e ISO 14044: Validazione studio LCA (Life Cycle Assessment)



beauty-online

cosmetic manufactures guide e portal

Materie prime Raw materials	14
Produzione marchi propri Own brand manufacturers	26
Produzione conto terzi Contract Manufacturers	40
Packaging Packaging	58
Macchine, apparecchi, strumenti Machines, equipment, instrumentation	74
Servizi Services	86
Cosmetici Naturali e Biologici Natural and Organic Cosmetics	90



The mark of responsible forestry

Questo prodotto è composto da materiale che proviene da foreste ben gestite, certificate FSC® e da altre fonti controllate

Direttore Editoriale
Nicola Saluzzi
nicola.saluzzi@beauty-online.it

Direttore Responsabile
Ilaria Maria Preti
redazione@beauty-online.it

Segreteria di Redazione
segreteria@beauty-online.it

Art Director
Elisabetta Palermo
grafica@beauty-online.it

Cover
Design ETTYART Studio
Photo Antonio Friedemann on Unsplash

Database Manager
Giulio Falco

Editore
Rinenergy, Milano
info@beauty-online.it

Coordinamento, Segreteria, Pubblicità
MEDIAS&C
Via Porto Corsini, 20
20126 Milano
mediasec@beauty-online.it

Stampa
Grafiche ATA
Paderno Dugnano (MI)

Guida Acquisti dell'industria cosmetica
Supplemento a beauty-online.it

Registrazione Tribunale di Milano
n. 130/2022
ROC Registro Operatori di
Comunicazione n. 38765

DISTRIBUZIONE GRATUITA

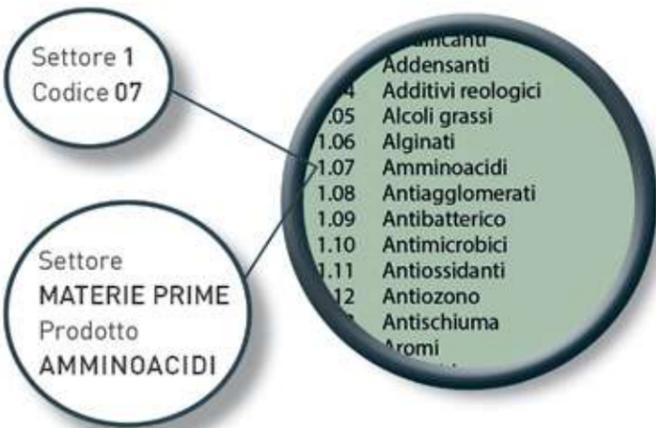


Metodo di consultazione

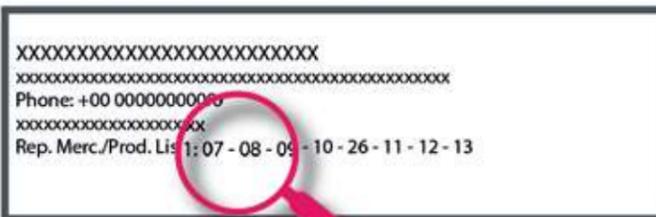
La "Guida acquisti dell'industria cosmetica" è suddivisa in 7 settori, numerati da 1 a 7 e contraddistinti da un colore.

- 1. Materie prime
- 2. Produzione marchi propri
- 3. Produzione conto terzi
- 4. Packaging
- 5. Macchine, apparecchi, strumenti
- 6. Servizi
- 7. Cosmetici Naturali e Biologici

All'inizio di ogni settore si trova l'elenco della suddivisione in prodotti contraddistinti ognuno dal numero del settore con il codice del prodotto.



Nell'elenco delle aziende, dopo l'indirizzo, si trova il riferimento che indica il numero del settore e il codice del prodotto di cui si occupa ogni azienda. In questo modo la consultazione risulterà più rapida poichè sarà più veloce trovare il prodotto che interessa.

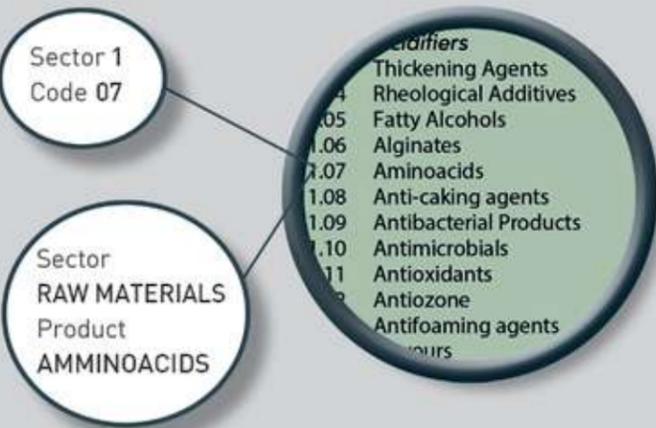


Consultation method

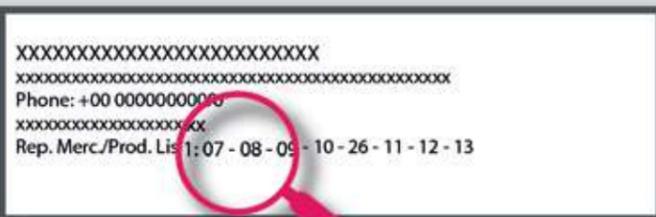
The "Buyer's guide to cosmetic industry" is divided into 7 sectors, numbered from 1 to 7 and marked by a color.

- 1. Raw materials
- 2. Own brand manufacturers
- 3. Contract Manufacturers
- 4. Packaging
- 5. Machines, equipment, instrumentation
- 6. Services
- 7. Natural and Organic Cosmetics

At the beginning of each sector there is the list of the subdivision into products marked each by the sector number with the product code.



In the list of companies, after the address, there is the reference that indicates the sector number and the product code that each company deals with. In this way the consultation will be faster as it will be faster to find the product you are interested.



DAL 25 AL 29 SETTEMBRE

La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere

Scarica la nostra app



Seguici su



Un'iniziativa di **COSMETICA ITALIA**
 associazione nazionale imprese cosmetiche

In collaborazione con **COSMOPROF**
 WORLDWIDE BOLOGNA



il settore Cosmetico italiano the Italian Cosmetic sector

Crescita economica sostenuta e valori condivisi

Oltre al valore economico e scientifico, il settore cosmetico italiano ha anche un valore sociale. I cosmetici sono prodotti di bellezza, ma hanno anche il compito di accompagnare le persone quotidianamente, tramite i gesti dell'igiene personale, al raggiungimento del proprio benessere e a prendersi cura di sé. La responsabilità sociale è una parte essenziale della mission del settore: contribuisce al benessere dell'intera comunità. L'uso di cosmetici è infatti parte integrante della routine personale, con una media di utilizzo quotidiano di almeno 8 prodotti a testa. Dai gesti legati all'igiene personale, passando per idratazione e protezione della pelle, fino al tocco finale di trucco o profumo, i cosmetici giocano un ruolo fondamentale indipendentemente dall'età, e una delle principali motivazioni che spinge i consumatori a utilizzare i cosmetici è infatti il desiderio di "sentirsi bene con sé stessi", sottolineando così l'importanza che i prodotti cosmetici rivestono sia nel contesto estetico, sia anche nel contribuire in modo significativo ad una buona qualità della vita. In ogni caso, l'industria cosmetica italiana si distingue soprattutto per il suo valore economico, e per l'impegno costante nella ricerca e nell'innovazione. Con un investimento del 6% del fatturato in ricerca e sviluppo, la cosmetica è il settore all'avanguardia superando la media del 3% degli altri comparti manifatturieri nazionali, e le previsioni confermano la determinazione di rimanere in alto nella classifica.

Sustained economic growth and shared values

In addition to the economic and scientific value, the Italian cosmetics sector has also a social value. Cosmetics are beauty products, but they also have the task of accompanying people on a daily basis, through personal hygiene gestures, to achieve their well-being and take care of themselves. Social responsibility is an essential part of the sector's mission: it contributes to the well-being of the entire community. The use of cosmetics is in fact an integral part of the personal routine, with an average daily use of at least 8 products each. From gestures related to personal hygiene, through hydration and protection of the skin, up to the final touch of makeup or perfume, cosmetics play a fundamental role regardless of age. (, and) One of the main motivations that pushes consumers to use cosmetics is the desire to "feel good about themselves", thus underlining the importance that cosmetics products have both in the aesthetic context, and also in contributing significantly to a good quality of life. In any case, the Italian cosmetics industry stands out above all for its economic value, and for its constant commitment to research and innovation. With an investment of 6% of turnover in research and development, cosmetics is the cutting-edge sector, exceeding the average of 3% of other national manufacturing sectors, and forecasts confirm the determination to remain high in the ranking.

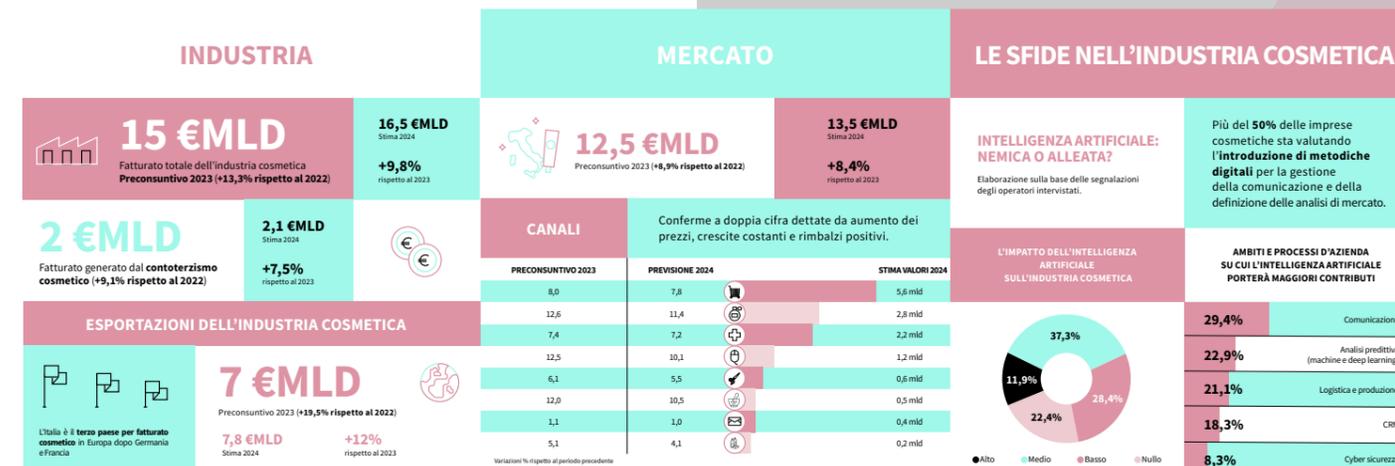
I numeri della cosmetica

A livello mondiale, l'industria della cosmetica vale 570 miliardi di euro, con una crescita, negli ultimi 5 anni, del 5,4%. Le aziende italiane guidano il mercato mondiale con una percentuale che si attesta ancora attorno al 55%, per un valore di quasi 314 miliardi di euro. L'Italia ha mantenuto la sua posizione di leader nel settore del makeup, con il 67% dei prodotti consumati in Europa fornito da imprese italiane. La cosmetica è il settore di maggior crescita dell'esportazione, che ha registrato +19%, con una espansione del mercato del 9%, specie nel primo mese del 2024 che, come sembra, l'inflazione si sia arrestata al 2,1%. I dati preconsuntivi del 2023 hanno rilevato che il fatturato interno del settore ha raggiunto i 15 miliardi di euro, con un aumento significativo (+13,3%) rispetto agli anni precedenti, sia rispetto al 2021 (+11%) sia rispetto al 2019 (+8,3%) e del 2022, in cui si erano superati i 13 miliardi. Le proiezioni per il 2024 sono altrettanto positive e si prevede un +9,8% che permetterà al fatturato di salire a 16,5 miliardi di euro. Le esportazioni registrano +19,5% rispetto al 2022 per un valore complessivo di circa 7 miliardi e si prevede che nel 2024 cresceranno di altri 12 punti percentuali. Attualmente, dati 2023, il consumo di cosmetici degli italiani genera un fatturato in 12,5 miliardi di euro, con una crescita dell'8,9% rispetto al 2022. La profumeria guida la crescita,

years. Italian companies lead the world market with a percentage that still stands at around 55%, for a value of almost 314 billion euros. Italy maintained its leading position in the makeup sector, with 67% of products consumed in Europe supplied by Italian companies. Cosmetics is the sector with the highest export growth, which recorded +19%, with a market expansion of 9%, especially in the first month of 2024 when, as it seems, inflation stopped at 2.1%. The preliminary data for 2023 revealed that the internal turnover of the sector reached 15 billion euros, with a significant increase (+13.3%) compared to previous years, both compared to 2021 (+11%) and compared to 2019 (+8.3%) and 2022, in which it exceeded 13 billion. The projections for 2024 are equally positive and a +9.8% is expected which will allow the turnover to rise to 16.5 billion euros. Exports recorded +19.5% compared to 2022 for a total value of around 7 billion and are expected to grow by another 12 percentage points in 2024. Currently, 2023 data, cosmetics consumption of Italians generates a turnover of 12.5 billion euros, with a growth of 8.9% compared to 2022. Perfumery leads the growth, although it should be underlined that the

anche se va sottolineato che l'incremento influenzato dall'aumento dei prezzi. Per il 2024 la previsione è di +8,4%. La cosmetica si conferma così un settore di eccellenza globale, europea e nazionale, con aziende competitive e innovative che operano in tutta la filiera produttiva, in un contesto economico dinamico e in costante evoluzione, nonostante le attuali difficoltà di reperimento delle materie prime e degli alti costi di produzione.

increase is influenced by price increases. For 2024 the forecast is +8.4%. Cosmetics is thus confirmed as a sector of global, European and national, excellence with competitive and innovative companies operating throughout the entire production chain, in a dynamic and constantly evolving economic context, despite the current difficulties in the procurement of raw materials and high production costs.



Fonte: Cosmetica Italia - CONGIUNTURALE, Febbraio 2024

Source: Cosmetica Italia - CONGIUNTURALE, February 2024

Registrati su beauty-online.it Potrai scaricare gratuitamente la Guida Acquisti dell'industria cosmetica

impegno nella programmazione, una maggior creatività nella produzione mirata e strategie di distribuzione diversificate. Un fenomeno che va analizzato è quello relativo alla progressiva sostituzione delle piattaforme social: quella tradizionale di riferimento, frequentata maggiormente da adulti, lascia il posto ad altre frequentate dai giovanissimi. Inoltre, per la creazione e scrittura dei claim che devono tendere a coinvolgere e a fidelizzare il consumatore, si fa pressante l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, già impiegata nelle chat automatiche di assistenza clienti inserite nei centralini telefonici e nei siti di e-commerce. Un mercato dinamico e competitivo come quello della cosmetica, richiede sempre maggiori competenze e negli ultimi anni è cresciuta la domanda di servizi, dagli esperti nella creazione di software personalizzati, alle certificazioni, alla ricerca di personale specializzato. Gli operatori necessitano di strumenti efficaci per un'interconnessione rapida. Beauty-online con Guida acquisti dell'industria cosmetica (consultabile anche online) è uno strumento prezioso nella ricerca di chi fa che cosa nei diversi comparti del settore: materie prime, produttori, contoterzisti, macchine e strumenti, servizi.

Communication, services and distribution

According to data released by Cosmetica Italia, investments in communication grew by 2%. In 2023, the focus was on big influencers operating on social media as product promoters and testimonials. In Italy, after the legal problems suffered by one of the best known and highly rated influencer, influencer marketing proposals are more towards micro influencers and nano influencers, classified as having less than 1000 followers. We have therefore returned to favoring and courting users who use word of mouth on social media and are not corporately organised. A choice that leads, in order to obtain results worthy of consideration, to increase communication budgets, as greater commitment is required in programming, greater creativity in targeted production and diversified distribution strategies. A phenomenon that needs to be analyzed is that relating to the progressive replacement of social platforms: the one traditional reference, frequented mostly by adults, gives way to others frequented by very young people. Furthermore, for the creation and writing of claims that must tend to involve and retain the consumer, the use of artificial intelligence, already used in automatic customer assistance chats inserted in telephone exchanges and on e-commerce sites, is becoming more and more compelling. A dynamic and competitive market like that of cosmetics requires ever-increasing skills and in recent years the demand for services has grown, from experts in the creation of customized software, to certifications, to the search for specialized personnel. Operators need effective tools for rapid interconnection. Beauty-online with a Purchasing Guide for the cosmetics industry (also available online) is a valuable tool in finding who does what in the various areas of the sector: raw materials, producers, contractors, machines and tools and services.