



Cosmoprof esplora le potenzialità del mercato indiano

Cosmoprof India 2022 è l'appuntamento del network **Cosmoprof**, in scena presso il Jio World Convention Center di Mumbai dal 6 all'8 ottobre, per esplorare le forti potenzialità del mercato indiano. Per l'Italia, l'export cosmetico verso l'India è risultato in crescita del 37,7% nel 2021. All'evento di quest'anno si affianca Cosmopack India, rafforzando quindi l'attenzione verso l'intera filiera cosmetica.



"Le stime per il 2022 indicano una ripresa delle esportazioni, che crescono non solo nel confronto col 2021 (+15,2%), ma anche rispetto al periodo pre-pandemico (+12,1% sul 2019) - commenta Benedetto Lavino, presidente reggente di Cosmetica Italia - Per le aziende italiane, la cui produzione è destinata per una quota superiore al 40% ai mercati internazionali, le opportunità di business con l'estero restano quindi strategiche e gli appuntamenti targati **Cosmoprof** ci consentono di promuovere e far conoscere la nostra offerta in tutto il mondo".

Sono 19 le aziende italiane che hanno confermato la propria presenza a **Cosmoprof** India. In particolare, ICE-Agenzia, in collaborazione con Cosmetica Italia, ha organizzato una partecipazione in collettiva per le imprese del nostro Paese: un'opportunità, riservata alle realtà di prodotto finito a marchio o contoterzi, valorizzata attraverso azioni di comunicazione e promozione digitale.

L'India è sicuramente un mercato che può offrire interessanti opportunità all'industria cosmetica italiana. Si tratta, infatti, del sesto paese per consumo di cosmetici a livello mondiale con un valore di quasi 12 miliardi di euro. Nell'arco degli ultimi dieci anni la crescita dei consumi cosmetici in India è più che raddoppiata, mentre il trend previsionale è al momento di circa nove punti percentuali medi annui.

Le categorie di prodotto che polarizzano i consumi indiani sono quelle dei cosmetici per l'igiene corpo e per la cura dei capelli: assieme concentrano quasi la metà dei consumi



cosmetici.

L'export cosmetico italiano verso l'India ha registrato un valore di 14,6 milioni di euro nel 2021, con un incremento considerevole rispetto al 2020 (+37,7%).

I prodotti italiani più richiesti sul mercato indiano sono le fragranze (4,2 milioni di euro pari al 29% del totale export verso questo Paese); seguono i prodotti depilatori (4,0 milioni di euro pari al 27,5% del totale export) e i prodotti per capelli (2,1 milioni di euro pari al 14,6% del totale export verso questa destinazione).

Per quanto riguarda i prodotti italiani si rileva, in particolare, un'attenzione marcata ai cosmetici di fascia premium.

Infine, sono da evidenziare alcune dinamiche proprie del mercato indiano. Qui la struttura distributiva risulta infatti ancora frammentata, tuttavia si registra una penetrazione importante dell'e-commerce.

