



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Πρεσβεία της Ελλάδος στη Ρώμη

Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων



ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Συντάκτης: Μαριλένα Σεϊρλή
Γραμματέας Α' ΟΕΥ

**Αφορά σε κωδικούς Συνδυασμένης
Ονοματολογίας (Combined
Nomenclature): HS [33]**

Νοέμβριος 2025

Περιεχόμενα

A. Εισαγωγή	3
A. 1. Περιγραφή κλάδου – Γενικά Χαρακτηριστικά	3
A. 2. Ιστορική Αναδρομή	4
A. 3. Σπουδαιότητα του Κλάδου	4
B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	6
B.1. Δομή Παραγωγής	6
B. 2. Τάσεις της Αγοράς.....	6
B. 3. Κύριες Εταιρείες	6
B. 4. Εξέλιξη Παραγωγής.....	7
B. 5. Παραγωγική Δυναμικότητα Κλάδου	8
B. 6. Κόστος Παραγωγής.....	8
B. 7. Τεχνολογία Παραγωγής.....	8
B. 8. Προοπτικές στην Εξέλιξη της Παραγωγής.....	9
Γ. ΖΗΤΗΣΗ.....	9
Γ.1. Μέγεθος αγοράς / Τμήματα αγοράς.....	9
Γ.2. Αγοραστική συμπεριφορά.....	10
Γ.3. Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης.....	10
Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	11
Δ.1. Ροές εμπορίου – Εμπορικό ισοζύγιο κλάδου	11
Δ.2. Ανάλυση εξαγωγών – εισαγωγών / Γεωγραφική κατανομή.....	12
Εξαγωγές Ιταλίας ανά χώρα (2024)	12
Εισαγωγές Ιταλίας ανά χώρα (2023)	13
Δ.3. Ανάλυση διμερούς εμπορίου με την Ελλάδα	13
Εξέλιξη διμερούς εμπορίου (σε ευρώ)	13
Κύριες κατηγορίες προϊόντων	13
E. ΙΤΑΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	14
E.1. Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής	14
E.2. Βαθμός συγκέντρωσης (εγχώριων / ξένων επιχειρήσεων).....	14
E.3. Παρουσία ελληνικών προϊόντων – Μερίδιο αγοράς	14
E.4. Τιμές λιανικής πώλησης	15
E.5. Δυναμική συνθηκών ανταγωνισμού	15
E. 6. Νομοθετικό Πλαίσιο για Καλλυντικά στην ΕΕ και στην Ιταλία	15

ΣΤ. Προβλέψεις έως 2027	16
Ζ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	16
Ζ.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση – προσφορά	16
Ζ.2 Συμπεράσματα και Ευκαιρίες για Ελληνικές Εταιρείες.....	17
Η. ΠΗΓΕΣ – ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ	18
Θ. Διεθνείς και Ιταλικές Εκθέσεις Καλλυντικών.....	18

A. Εισαγωγή

Στόχος της μελέτης είναι η ανάλυση της αγοράς καλλυντικών στην Ιταλία, με έμφαση στο μέγεθος, τις τάσεις, τις εξαγωγές, τα κανάλια διανομής καθώς και τις ευκαιρίες για τις ελληνικές εταιρείες.

A. 1. Περιγραφή κλάδου – Γενικά Χαρακτηριστικά

Τα καλλυντικά αποτελούν προϊόντα που χρησιμοποιούνται για την προσωπική φροντίδα και τη βελτίωση της εμφάνισης, κυρίως του προσώπου. Πρόκειται για συνθέσεις χημικών ουσιών, οι οποίες μπορεί να προέρχονται από φυσικές πηγές ή να είναι συνθετικές. Σύμφωνα με τον ορισμό της Υπηρεσίας Τροφίμων και Φαρμάκων των Ηνωμένων Πολιτειών (FDA), καλλυντικό θεωρείται κάθε ουσία που εφαρμόζεται στο ανθρώπινο σώμα με σκοπό τον καθαρισμό, την ομορφιά ή την αλλαγή της εμφάνισης, χωρίς να επηρεάζει τη δομή ή τις λειτουργίες του οργανισμού. Στον ορισμό περιλαμβάνονται και τα συστατικά που αποτελούν μέρος του τελικού προϊόντος, ενώ τα σαπούνια εξαιρούνται.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη ανάπτυξη της κατηγορίας των φυσικών καλλυντικών, τόσο στην Ευρώπη όσο και διεθνώς. Οι εταιρείες επενδύουν σημαντικά κεφάλαια στην παραγωγή προϊόντων βασισμένων σε φυσικά συστατικά, ανταποκρινόμενες στη ζήτηση για πιο «καθαρά» και οικολογικά προϊόντα. Η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων του Συμβουλίου της Ευρώπης ορίζει ως φυσικό καλλυντικό το προϊόν που περιέχει ουσίες φυτικής, ορυκτής ή ζωικής προέλευσης, οι οποίες λαμβάνονται αποκλειστικά μέσω φυσικών, μικροβιολογικών ή ενζυματικών διεργασιών, με περιορισμένες εξαιρέσεις για αρώματα και συντηρητικά. Η στροφή προς τα φυτικά και οικολογικά προϊόντα ενισχύεται από τα πλεονεκτήματά τους, καθώς δεν περιέχουν συνθετικά αρώματα ή συντηρητικά, δεν χρησιμοποιούν παράγωγα πετρελαίου, προσφέρουν αποτελεσματική προστασία και φροντίδα του δέρματος χωρίς ανεπιθύμητες παρενέργειες και συμβάλλουν στη μείωση περιβαλλοντικών επιπτώσεων, αφού η παραγωγή τους δεν δημιουργεί επικίνδυνα χημικά απόβλητα.

Συχνά δημιουργείται σύγχυση γύρω από τους όρους που χρησιμοποιούνται για τα φυσικά καλλυντικά. Οι βασικές κατηγορίες είναι τα φυσικά, τα οργανικά ή βιολογικά και τα οικολογικά καλλυντικά. Τα φυσικά προϊόντα περιέχουν συστατικά που προέρχονται από τη φύση, χωρίς συνθετικά πρόσθετα, ενώ τα οργανικά ή βιολογικά βασίζονται σε πρώτες ύλες από βιολογική καλλιέργεια και πληρούν συγκεκριμένα πρότυπα πιστοποίησης. Τα οικολογικά καλλυντικά εστιάζουν στη βιώσιμη παραγωγή και στη φιλικότητα προς το περιβάλλον. Για να θεωρηθεί ένα προϊόν βιολογικό, πρέπει τουλάχιστον το είκοσι τοις εκατό των συστατικών να είναι φυσικά και χωρίς χημική επεξεργασία, ενώ το ενενήντα πέντε τοις εκατό των συστατικών να είναι οργανικής προέλευσης και πιστοποιημένα, περιορίζοντας τη χρήση συνθετικών ουσιών στο ελάχιστο δυνατό.

Τα φυσικά καλλυντικά διακρίνονται σε φυτικά, που περιέχουν εκχυλίσματα βοτάνων, λουλουδιών, ριζών, αιθέριων ελαίων και φυσικών ρητινών, και σε προϊόντα ζωικής προέλευσης, όπως εκείνα που περιλαμβάνουν πλακούντα. Τα φυτικά προϊόντα θεωρούνται πιο ασφαλή για το δέρμα, καθώς δρουν στα ανώτερα στρώματα και δεν προκαλούν ερεθισμούς ή αλλεργίες, σε αντίθεση με πολλά χημικά παρασκευάσματα.

A. 2. Ιστορική Αναδρομή

Η λέξη «καλλυντικό» στην ιταλική γλώσσα αποδίδεται ως «**cosmetici**», όρος που προέρχεται από την ελληνική λέξη «**κοσμητικός**». Η χρήση καλλυντικών προϊόντων εντοπίζεται ήδη από το 4.000 π.Χ., σύμφωνα με αρχαιολογικές έρευνες, ενώ είναι γνωστό ότι οι αρχαίοι Έλληνες και Ρωμαίοι χρησιμοποιούσαν καλλυντικά για λόγους αισθητικής και υγιεινής. Στην αρχαιότητα, εκτός από τον ασβέστη (cegusa) και το αντιμόνιο, που ήταν ευρέως γνωστά, τα περισσότερα προϊόντα είχαν φυτική ή ζωική προέλευση.

Κατά την περίοδο της Αναγέννησης, η Ιταλία αποτέλεσε κέντρο καινοτομίας στον τομέα της ομορφιάς. Οι μοναχές της **Santa Maria Novella στη Φλωρεντία** ίδρυσαν το **πρώτο εργαστήριο παρασκευής καλλυντικών και φαρμάκων**, θέτοντας τις βάσεις για την ανάπτυξη της κοσμετολογίας στην Ευρώπη. Η Βενετία έγινε συνώνυμη με την πολυτέλεια και την αισθητική, καθώς οι γυναίκες της πόλης υιοθετούσαν έντονα το μακιγιάζ, βάφοντας το πρόσωπο και τον λαιμό σε λευκό χρώμα. Παράλληλα, καθιερώθηκε η μόδα του κόκκινου χρώματος στα μαλλιά, τάση που εξαπλώθηκε σε όλη την Ευρώπη. Οι γυναίκες των ανώτερων κοινωνικών τάξεων χρησιμοποιούσαν φυσικές χρωστικές από λουλούδια όπως τριαντάφυλλα, λεβάντα, μόσχο, γιασεμί και σανταλόξυλο, τις οποίες εφάρμοζαν στα μαλλιά και στη συνέχεια εξέθεταν στον ήλιο για να επιτύχουν την επιθυμητή απόχρωση.

Η Ιταλία εκείνη την εποχή θεωρούνταν πρωτοπόρος στον τομέα της ομορφιάς και της κοσμετολογίας, επηρεάζοντας τις τάσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη. Στα τέλη του 18ου αιώνα, η βιομηχανική παραγωγή σαπουνιού αποτέλεσε επανάσταση για την υγιεινή και την περιποίηση, καθώς το προϊόν έγινε προσιτό σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Παράλληλα, οι αρχές άρχισαν να επιβάλλουν φόρους στα προϊόντα ομορφιάς, γεγονός που σηματοδότησε την εμπορική διάσταση του κλάδου.

Στη σύγχρονη εποχή, η βιομηχανία καλλυντικών έχει εξελιχθεί σε έναν δυναμικό και πολυδιάστατο κλάδο. Ένας νέος όρος που έχει κερδίσει έδαφος είναι τα «**cosmeceuticals**», δηλαδή προϊόντα που συνδυάζουν καλλυντική και φαρμακευτική δράση, προσφέροντας θεραπευτικά οφέλη. Η πρόοδος της χημείας, της βιολογίας και της φυσικής επέτρεψε την εις βάθος μελέτη των ιδιοτήτων των φυτών και την αξιοποίησή τους ως πρώτες ύλες, οδηγώντας σε καινοτόμα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες για αποτελεσματικότητα και ασφάλεια.

Η Ιταλία εξακολουθεί να διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη βιομηχανία καλλυντικών, συνδυάζοντας παράδοση και καινοτομία. Σήμερα φιλοξενεί κορυφαίες εταιρείες και εργαστήρια που επενδύουν σε έρευνα και ανάπτυξη, ενώ η χώρα είναι γνωστή για την υψηλή ποιότητα και αισθητική των προϊόντων της, στοιχεία που την καθιστούν σημείο αναφοράς στον παγκόσμιο χάρτη της ομορφιάς.

A. 3. Σπουδαιότητα του Κλάδου στην Ιταλία

Ο κλάδος των καλλυντικών στην **Ιταλία**, αν και δεν συγκαταλέγεται στους τομείς με τη μεγαλύτερη συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας, αποτελεί έναν **δυναμικό και εξωστρεφή κλάδο** με σταθερή ανοδική πορεία. Η **συνολική αξία της αγοράς ξεπερνά τα 13 δισ. ευρώ**, ενώ οι εξαγωγές καλλυντικών και αρωμάτων έχουν καταστεί στρατηγικός πυλώνας της ιταλικής βιομηχανίας,

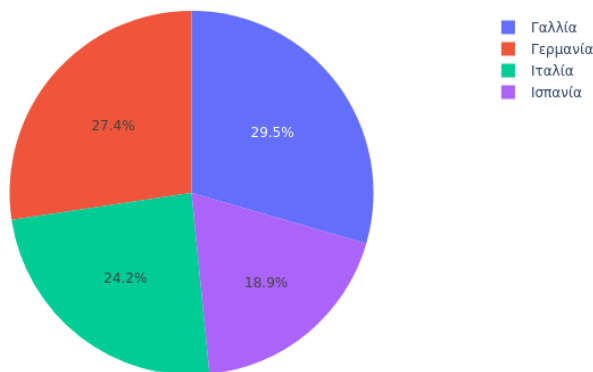
ενισχύοντας την εικόνα της χώρας ως κέντρου ποιότητας και αισθητικής. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Ιταλικό Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Καλλυντικών **Cosmetica Italia**, η βιομηχανία καλλυντικών αντιπροσωπεύει περίπου **1,4% του Ιταλικού ΑΕΠ**, με κύκλο εργασιών που ξεπέρασε τα **16,5 δισ. ευρώ το 2024**, σημειώνοντας αύξηση 9,1% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το 48% του συνολικού τζίρου προέρχεται από εξαγωγές,

Το **2023** οι **εξαγωγές** ανήλθαν σε περίπου **6,8 δισ. ευρώ**, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 12% σε σχέση με το προηγούμενο έτος ενώ για το **2024** οι εξαγωγές έφτασαν τα **7,9 δισ. ευρώ**, κατατάσσοντας την Ιταλία **4η παγκοσμίως στις εξαγωγές καλλυντικών** και **2η στην Ε.Ε. μετά τη Γαλλία**. Περίπου **το 60%** των εξαγωγών κατευθύνεται **σε χώρες της Ε.Ε.**, ενώ οι σημαντικότερες αγορές εκτός Ευρώπης είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Κίνα και το Ηνωμένο Βασίλειο. Στον τομέα της αρωματοποιίας, η Ιταλία συγκαταλέγεται στους τρεις μεγαλύτερους εξαγωγείς παγκοσμίως, γεγονός που επιβεβαιώνει τη διεθνή ανταγωνιστικότητά της.

Η συμβολή του κλάδου στην απασχόληση είναι επίσης αξιοσημείωτη. Περίπου **36.000 άτομα απασχολούνται** άμεσα στη βιομηχανία καλλυντικών, σε παραγωγή, έρευνα και ανάπτυξη, ενώ οι **έμμεσες θέσεις εργασίας** που συνδέονται με τον κλάδο – όπως κομμωτήρια, κέντρα αισθητικής και φαρμακεία – υπερβαίνουν τις **250.000**. Η εξειδίκευση σε τομείς όπως η αρωματοποιία και η επαγγελματική κομμωτική ενισχύει περαιτέρω την προστιθέμενη αξία του κλάδου στην Ιταλική οικονομία.

Η συνεχής ανάπτυξη, η ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα και η υψηλή ποιότητα των προϊόντων καθιστούν τον κλάδο των καλλυντικών στην Ιταλία έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς και καινοτόμους στην Ευρώπη, με σημαντικές προοπτικές για περαιτέρω διεθνοποίηση και επενδύσεις.

Μερίδιο Αγοράς στην Ευρώπη (δισ. €)



Β. ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Β.1. Δομή Παραγωγής

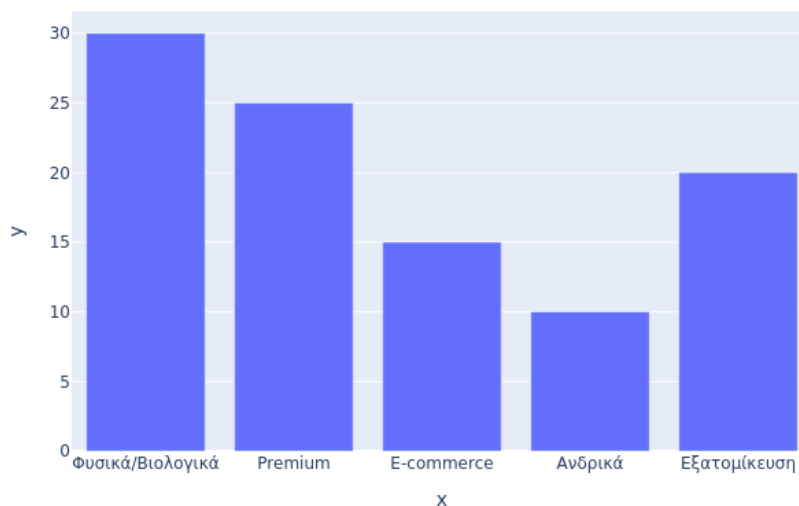
Ο κλάδος των καλλυντικών στην Ιταλία χαρακτηρίζεται από έντονη δραστηριότητα και υψηλό βαθμό διαφοροποίησης. Σύμφωνα με στοιχεία της **Cosmetica Italia**, η παραγωγική βάση περιλαμβάνει περισσότερες από **350 εταιρείες**, οι οποίες είναι εγκατεστημένες σε διάφορες περιφέρειες της χώρας, με ισχυρή συγκέντρωση στη Λομβαρδία, την Εμίλια-Ρομάνια και την Τοσκάνη. Από αυτές, περίπου το **30% είναι μεγάλες επιχειρήσεις**, το **35% μεσαίες** και το **35% μικρές**, γεγονός που αποδεικνύει την ισορροπημένη κατανομή του κλάδου μεταξύ όλων των μεγεθών εταιρειών.

Οι μεγάλες εταιρείες διαθέτουν ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα και επενδύουν σημαντικά σε έρευνα και ανάπτυξη, ενώ οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παραγωγή εξειδικευμένων προϊόντων. Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζουν οι εταιρείες που εξειδικεύονται στην παραγωγή φυσικών και βιολογικών καλλυντικών, ανταποκρινόμενες στη διεθνή τάση για βιώσιμα και οικολογικά προϊόντα.

Β. 2. Τάσεις της Αγοράς

Οι κυριότερες τάσεις περιλαμβάνουν φυσικά/βιολογικά προϊόντα, premium brands, e-commerce (15% μερίδιο), ανδρικά καλλυντικά και εξατομίκευση.

Κατανομή Τάσεων (%)



Β. 3. Κύριες Εταιρείες

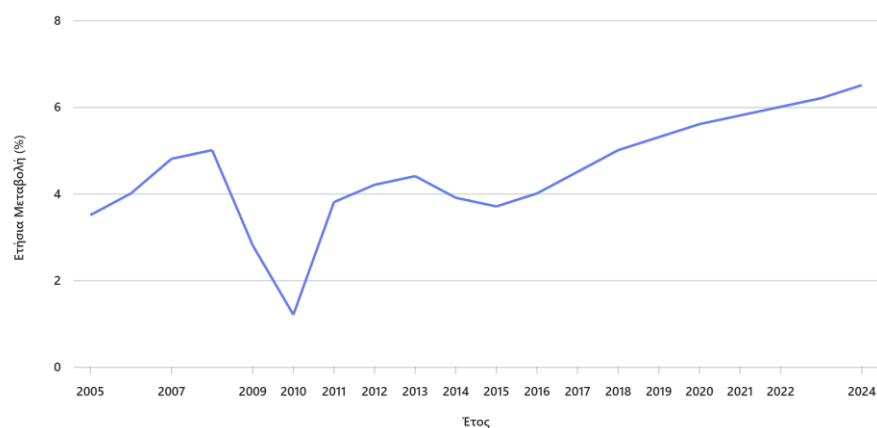
Στην Ιταλία, οι πιο γνωστές και εδραιωμένες εταιρείες του κλάδου περιλαμβάνουν τις **KIKO Milano**, **Collistar**, **Deborah Group**, **L'Erborario**, καθώς και διεθνείς κολοσσούς όπως **L'Oréal**, **Estée Lauder**, **Procter & Gamble** και **Shiseido**, οι οποίοι διατηρούν παραγωγικές μονάδες ή θυγατρικές

στη χώρα. Η παρουσία αυτών των εταιρειών ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της Ιταλίας στον παγκόσμιο χάρτη της βιομηχανίας καλλυντικών.

Πίνακας: Μερίδιο αγοράς ανά εταιρεία

KIKO: 8%
Collistar: 6%
Deborah: 5%
L'Erbolario: 4%
L'Oréal: 15%
Estée Lauder: 10%

Β. 4. Εξέλιξη Παραγωγής



Όπως φαίνεται από το ανωτέρω διάγραμμα, η εξέλιξη της παραγωγής του τομέα των καλλυντικών στην Ιταλία παρουσιάζει σταθερή αυξητική τάση. Κατά την περίοδο 2008-2009 σημειώθηκε αισθητή κάμψη, με την ετήσια αύξηση να περιορίζεται στο 2,8% και 1,2% αντίστοιχα, λόγω της διεθνούς οικονομικής κρίσης. Από το 2015 και μετά, ο κλάδος ακολουθεί ανοδική πορεία, καταγράφοντας διαρκώς υψηλότερα ποσοστά ανάπτυξης, γεγονός που αντανακλά την αυξανόμενη ζήτηση τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στις εξαγωγές. Η τάση αυτή ενισχύεται από την καινοτομία, την έμφαση σε φυσικά και βιολογικά προϊόντα και την ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων μικρότερης κλίμακας, οι οποίες συμβάλλουν στη διαφοροποίηση και στην ανταγωνιστικότητα του κλάδου.

B. 5. Παραγωγική Δυναμικότητα Κλάδου

Η ιταλική βιομηχανία καλλυντικών χαρακτηρίζεται από υψηλή παραγωγική δυναμικότητα και έντονη επενδυτική δραστηριότητα στην καινοτομία. Οι καταναλωτές απαιτούν προϊόντα που συνδυάζουν αποτελεσματικότητα, ασφάλεια και αισθητική, γεγονός που υποχρεώνει τις εταιρείες να υιοθετούν στρατηγικές συνεχούς βελτίωσης. Στην Ευρώπη απασχολούνται περίπου 25.000 επιστήμονες στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης, ενώ στην Ιταλία οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν εξειδικευμένα τμήματα R&D που επενδύουν σημαντικά κεφάλαια σε νέες φόρμουλες και τεχνολογίες.

B. 6. Κόστος Παραγωγής

Η δομή κόστους στον κλάδο των καλλυντικών στην Ιταλία διαφοροποιείται ανάλογα με το στάδιο παραγωγής και την κατηγορία προϊόντων. Ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία κόστους είναι η συσκευασία, η οποία λειτουργεί ως βασικό μέσο διαφοροποίησης και ανταγωνιστικότητας. Οι εταιρείες επενδύουν σε καινοτόμες λύσεις συσκευασίας που συνδυάζουν αισθητική, εργονομία και βιωσιμότητα, καθώς η εικόνα του προϊόντος αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την προσέλκυση του καταναλωτή.

Εκτός από τη συσκευασία, σημαντικό μέρος του κόστους αφορά την επικοινωνία και την προώθηση. Οι επενδύσεις σε διαφήμιση, digital marketing και συνεργασίες με influencers είναι στρατηγικής σημασίας για την ενίσχυση της παρουσίας των brands στην αγορά. Παράλληλα, οι δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη παραμένουν υψηλές, καθώς η καινοτομία αποτελεί βασικό μοχλό ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας για τον κλάδο.

B. 7. Τεχνολογία Παραγωγής

Η ιταλική βιομηχανία καλλυντικών διακρίνεται για την υψηλή τεχνολογική εξειδίκευση και τη συνεχή επένδυση στην καινοτομία. Σύμφωνα με στοιχεία της **Cosmetica Italia**, ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων του κλάδου επενδύει συστηματικά στην Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D), με στόχο τη βελτίωση της λειτουργικότητας, της ασφάλειας και της αποτελεσματικότητας των προϊόντων. Εκτιμάται ότι περίπου το 30% των εταιρειών διαθέτει πάνω από το 10% των ετήσιων εσόδων τους για R&D, ενώ η πλειονότητα επενδύει τουλάχιστον το 5% του προϋπολογισμού σε τεχνολογικές καινοτομίες.

Η Ιταλία, με ισχυρή παράδοση στις επιστήμες της χημείας, της φαρμακευτικής και της βιοτεχνολογίας, κατευθύνει την παραγωγή προς λύσεις που είναι φιλικές τόσο προς τον άνθρωπο όσο και προς το περιβάλλον. Οι τεχνολογίες που εφαρμόζονται σήμερα εστιάζουν στη χρήση φυσικών και βιολογικών συστατικών, στη μείωση των χημικών προσθέτων και στην ανάπτυξη βιώσιμων διαδικασιών παραγωγής. Η περιβαλλοντική διάσταση έχει καταστεί αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής των εταιρειών, με στόχο την ελαχιστοποίηση του οικολογικού αποτυπώματος.

Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στο στάδιο της συσκευασίας, όπου οι επιχειρήσεις υιοθετούν λύσεις που είναι ανακυκλώσιμες ή βιοδιασπώμενες και δεν προέρχονται από παράγωγα πετρελαίου. Η τάση για «πράσινη» συσκευασία ενισχύεται από την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για προϊόντα που συνδυάζουν ποιότητα και περιβαλλοντική υπευθυνότητα.

Η συνολική επένδυση της ιταλικής βιομηχανίας καλλυντικών στην Έρευνα και Ανάπτυξη εκτιμάται ότι υπερβαίνει τα **250 εκατ. ευρώ ετησίως**, γεγονός που επιβεβαιώνει τον στρατηγικό ρόλο της καινοτομίας στην ανταγωνιστικότητα του κλάδου. Παράλληλα, η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, όπως η χρήση βιοτεχνολογικών διεργασιών και η αξιοποίηση φυσικών ενεργών συστατικών, ενισχύει τη θέση της Ιταλίας ως ηγέτιδας δύναμης στην ευρωπαϊκή αγορά καλλυντικών.

B. 8. Προοπτικές στην Εξέλιξη της Παραγωγής

Η παραγωγή καλλυντικών στην Ιταλία εξελίσσεται δυναμικά, ανταποκρινόμενη στις απαιτήσεις ποιότητας, ασφάλειας και βιωσιμότητας που θέτει η ΕΕ και οι καταναλωτές. Οι προοπτικές είναι θετικές, με έμφαση στα φυσικά και βιολογικά προϊόντα, καθώς η ζήτηση για φυτικά συστατικά και οικολογικές διαδικασίες παραγωγής αυξάνεται. Αυτό δημιουργεί ευκαιρίες για μικρομεσαίες επιχειρήσεις που διαφοροποιούνται μέσω ποιότητας και εξειδίκευσης, ενώ η στρατηγική επικέντρωση σε premium και niche προϊόντα προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η τεχνολογική καινοτομία και η χρήση βιοτεχνολογικών διεργασιών θα ενισχύσουν την ανάπτυξη εξατομικευμένων προϊόντων και την αξιοποίηση φυσικών ενεργών συστατικών. Η Ιταλία, με ισχυρή παράδοση στην κοσμετολογία και την αρωματοποιία, βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση για να επιτύχει αυτή τη μετάβαση, επενδύοντας σε έρευνα και ανάπτυξη και υιοθετώντας «πράσινες» πρακτικές και βιώσιμη συσκευασία. Το μέλλον του κλάδου προσανατολίζεται σε μοντέλα υψηλής προστιθέμενης αξίας, με έμφαση στην ποιότητα, την καινοτομία και τη βιωσιμότητα.

Γ. ΖΗΤΗΣΗ

Γ.1. Μέγεθος αγοράς / Τμήματα αγοράς

Η αγορά καλλυντικών και προϊόντων προσωπικής περιποίησης στην Ιταλία συγκαταλέγεται στις μεγαλύτερες της Ευρώπης, με συνολική αξία που υπερβαίνει τα **12 δισ. ευρώ** το 2024 και προβλέπεται να συνεχίσει με θετικό ρυθμό ανάπτυξης περίπου **+3% ετησίως**. Η κατά κεφαλήν δαπάνη για προϊόντα ομορφιάς εκτιμάται στα **200 ευρώ ετησίως**, υψηλότερη από τον μέσο όρο της ΕΕ.

Η Ιταλία καταλαμβάνει εξέχουσα θέση στην παραγωγή καλλυντικών, με ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα προς χώρες της ΕΕ και αγορές της Ασίας.

Κατανομή αγοράς ανά κατηγορία προϊόντων:

- ✓ **Προϊόντα προσωπικής υγιεινής** (σαμπουάν, αφρόλουτρα, προϊόντα στοματικής υγιεινής): περίπου **23-25%** της αγοράς.
- ✓ **Περιποίηση δέρματος** (ενυδάτωση, αντιγηραντικά, αντηλιακά): περίπου **28-30%**, με αυξημένη ζήτηση για premium και dermocosmetic προϊόντα.
- ✓ **Μακιγιάζ**: αντιπροσωπεύει περίπου **10%** της αγοράς, με ισχυρή ανάπτυξη στα προϊόντα για μάτια και πρόσωπο.
- ✓ **Αρώματα**: περίπου **20%** της αγοράς, με αξιοσημείωτη αύξηση στα ανδρικά αρώματα και στα niche brands.

- ✓ **Φυσικά και οργανικά προϊόντα:** συνεχίζουν να κερδίζουν μερίδιο, ιδιαίτερα στις ηλικίες 18-35, λόγω τάσεων βιωσιμότητας και ηθικής κατανάλωσης.

Γ.2. Αγοραστική συμπεριφορά

Οι Ιταλοί καταναλωτές δίνουν ιδιαίτερη έμφαση:

- ✓ Στην **ποιότητα και ασφάλεια** των προϊόντων, με αυξημένη προτίμηση σε dermocosmetics και προϊόντα με πιστοποιήσεις.
- ✓ Στην **εικόνα και εμφάνιση**, κάτι που ενισχύει την κατηγορία μακιγιάζ και premium skincare.
- ✓ Στην **προσωποποιημένη εμπειρία**: αυξημένη χρήση φαρμακείων και εξειδικευμένων καταστημάτων για συμβουλές (+2-3% αύξηση στα κανάλια αυτά).
- ✓ Στην **ηθική και βιωσιμότητα**: επιλογή προϊόντων cruelty-free, vegan και με βιώσιμες συσκευασίες.

Κύρια κανάλια διανομής:

- ✓ **Φαρμακεία και παραφαρμακεία:** αυξανόμενο μερίδιο λόγω εμπιστοσύνης και συμβουλευτικής.
- ✓ **Perfumeries και εξειδικευμένα καταστήματα:** παραμένουν ισχυρά για premium brands.
- ✓ **Online:** συνεχίζει να αναπτύσσεται δυναμικά, ιδιαίτερα μετά την πανδημία, με μερίδιο πάνω από 15%.

Γ.3. Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης

Η ζήτηση στον κλάδο των καλλυντικών στην Ιταλία αναμένεται να παραμείνει σε **σταθερά ανοδική πορεία**, χωρίς δραματικές διαφοροποιήσεις στο άμεσο μέλλον. Οι καταναλωτές συνεχίζουν να επιλέγουν προϊόντα ανάλογα με τις ανάγκες τους και την οικονομική τους δυνατότητα, με έμφαση στην ποιότητα και την ασφάλεια.

Κύριες τάσεις που θα επηρεάσουν τη ζήτηση:

- ✓ **Αύξηση της προτίμησης για φυσικά και οργανικά προϊόντα:** Η τάση προς προϊόντα χωρίς συνθετικά ή τοξικά συστατικά ενισχύεται, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν λύσεις που συνδυάζουν αποτελεσματικότητα με φιλικότητα προς το περιβάλλον. Η βιωσιμότητα και η ηθική παραγωγή (cruelty-free, vegan) αποτελούν πλέον βασικά κριτήρια επιλογής.
- ✓ **Ενίσχυση της ανδρικής περιποίησης:** Η αγορά προϊόντων για άνδρες παρουσιάζει σταθερή ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και προβλέπεται να διευρυνθεί περαιτέρω, καλύπτοντας ανάγκες που αφορούν τόσο την περιποίηση δέρματος όσο και τα αρώματα.
- ✓ **Προσωποποιημένες λύσεις και premium προϊόντα:** Η ζήτηση για εξειδικευμένα προϊόντα, όπως dermocosmetics και premium skincare, θα συνεχίσει να αυξάνεται, καθώς οι καταναλωτές επιδιώκουν εξατομικευμένη φροντίδα.

- ✓ **Ψηφιακή ενίσχυση της αγοράς:** Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και των ψηφιακών καναλιών θα παραμείνει ισχυρή, με έμφαση σε εμπειρίες που συνδυάζουν online αγορές με εξατομικευμένες συμβουλές.

Η Ιταλία, σε αντίθεση με άλλες αγορές που μόλις ανακαλύπτουν τα βιολογικά προϊόντα, έχει ήδη ενσωματώσει τη βιωσιμότητα ως βασικό στοιχείο στρατηγικής στον κλάδο. Αυτό δημιουργεί ευκαιρίες για επιχειρήσεις που επενδύουν σε καινοτομία και πράσινες πρακτικές.

Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Δ.1. Ροές εμπορίου – Εμπορικό ισοζύγιο κλάδου

Οι εξαγωγές των ιταλικών προϊόντων αρωματοποιίας και καλλυντικών αποτελούν βασικό μοχλό ανάπτυξης του κλάδου και της εθνικής οικονομίας. Το 2024, η αξία των εξαγωγών ανήλθε σε **7,9 δισ. ευρώ**, σημειώνοντας αύξηση **12%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η Ιταλία κατατάσσεται πλέον **4η παγκοσμίως** ως εξαγωγέας καλλυντικών, μετά τη Γαλλία, τις ΗΠΑ και τη Νότια Κορέα.

Το εμπορικό ισοζύγιο του κλάδου είναι έντονα πλεονασματικό, με **πλεόνασμα 4,7 δισ. ευρώ** το 2024, που αντιστοιχεί στο **17% του συνολικού ευρωπαϊκού πλεονάσματος στον τομέα**. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν σχεδόν το **48% του συνολικού κύκλου εργασιών** του κλάδου, γεγονός που υπογραμμίζει τη διεθνή δυναμική του Made in Italy στον τομέα της ομορφιάς.

Κύριες κατηγορίες εξαγωγών

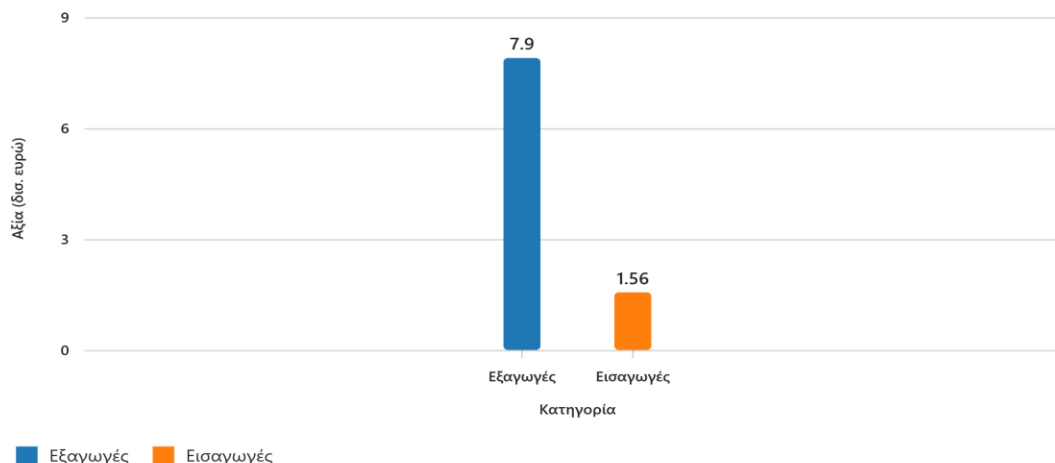
- ✓ **Αρωματοποιία (αλκοολούχα αρώματα):** >2,5 δισ. ευρώ, με αύξηση **+26%**, αποτελώντας περίπου το 1/3 των εξαγωγών.
- ✓ **Περιποίηση δέρματος:** ~2,3 δισ. ευρώ.
- ✓ **Μακιγιάζ:** ~1,2 δισ. ευρώ (+10,7%).
- ✓ **Περιποίηση μαλλιών:** +8,4%.

Κύριες αγορές προορισμού

- ✓ **ΗΠΑ:** >1,1 δισ. ευρώ (+19,3%), πρώτη αγορά εκτός ΕΕ.
- ✓ **Γαλλία:** ~797 εκατ. ευρώ (+13%).
- ✓ **Γερμανία:** ~757 εκατ. ευρώ (+8,2%).
- ✓ **Ισπανία:** ~424 εκατ. ευρώ.
- ✓ **Ηνωμένο Βασίλειο, Πολωνία, Ολλανδία, ΗΑΕ:** με διψήφιες αυξήσεις, ενώ σημαντική ανάπτυξη καταγράφεται και σε αγορές όπως Αυστραλία, Μεξικό και Ινδία.

Εισαγωγές

Οι εισαγωγές καλλυντικών στην Ιταλία ανήλθαν σε περίπου **1,56 δισ. ευρώ** το 2023, με κύριες χώρες προέλευσης τη Γαλλία (719 εκατ.), τη Γερμανία και την Ισπανία.



Δ.2. Ανάλυση εξαγωγών – εισαγωγών / Γεωγραφική κατανομή

Οι εξαγωγές της Ιταλίας στον κλάδο των καλλυντικών προσανατολίζονται κυρίως σε χώρες της **Ευρωπαϊκής Ένωσης**, ενώ οι **Ηνωμένες Πολιτείες** αποτελούν την πρώτη αγορά εκτός ΕΕ και καταγράφουν σημαντική αύξηση. Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στους αποδέκτες ιταλικών καλλυντικών, αν και με περιορισμένο μερίδιο.

Εξαγωγές Ιταλίας ανά χώρα (2024)

Θέση	Χώρα	Αξία (σε εκατ. ευρώ)
1	ΗΠΑ	1.100
2	Γαλλία	797
3	Γερμανία	757
4	Ισπανία	424
5	Ην. Βασίλειο	~400
6	Πολωνία	~350
7	Ολλανδία	~300
8	ΗΑΕ	~250
21	Ελλάδα	~50

Πηγή: Cosmetics Italia, DataComex, επεξεργασία στοιχείων Γραφείο ΟΕΥ Ρώμης

Εισαγωγές Ιταλίας ανά χώρα (2023)

Θέση	Χώρα	Αξία (σε εκατ. ευρώ)
1	Γαλλία	719
2	Γερμανία	~300
3	Ισπανία	~200
4	Ολλανδία	~150
5	Βέλγιο	~120
17	Ελλάδα	~11

Πηγή: Cosmetics Italia, Eurostat, επεξεργασία στοιχείων Γραφείο ΟΕΥ Ρώμης

Δ.3. Ανάλυση διμερούς εμπορίου με την Ελλάδα

Σύμφωνα με στοιχεία της **ΕΛΣΤΑΤ** και επεξεργασία δεδομένων από Cosmetics Italia, **ο όγκος εμπορίου καλλυντικών** μεταξύ Ελλάδας και Ιταλίας παρουσιάζει **σταθερή ανοδική πορεία**, με τις εισαγωγές ελληνικών προϊόντων στην Ιταλία να παραμένουν περιορισμένες, ενώ οι εισαγωγές ιταλικών προϊόντων στην Ελλάδα καταγράφουν σημαντική αύξηση.

Εξέλιξη διμερούς εμπορίου (σε ευρώ)

Έτος	Εξαγωγές Ελλάδας προς Ιταλία	Εισαγωγές Ελλάδας από Ιταλία	Εμπορικό Ισοζύγιο
2019	~13.000.000	~55.000.000	-42.000.000
2020	~12.500.000	~58.000.000	-45.500.000
2021	~14.000.000	~62.000.000	-48.000.000
2022	~15.500.000	~65.000.000	-49.500.000
2023	~16.000.000	~68.000.000	-52.000.000

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία στοιχείων Cosmetics Italia

Το εμπορικό ισοζύγιο είναι **αρνητικό για την Ελλάδα**, με το έλλειμμα να διευρύνεται λόγω της αυξημένης ζήτησης για ιταλικά προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Κύριες κατηγορίες προϊόντων

- **Εξαγωγές Ελλάδας προς Ιταλία:**
 - Κατηγορία **3304** (προϊόντα ομορφιάς, μακιγιάζ, αντηλιακά): ~80% του συνόλου.
 - Κατηγορία **3305** (παρασκευάσματα για μαλλιά): ~12%.
- **Εισαγωγές Ελλάδας από Ιταλία:**
 - Κατηγορία **3301** (αιθέρια έλαια): ~60%.

- Κατηγορία **3302** (μείγματα ευωδιών ουσιών): ~25%.

Η εμπορική σχέση χαρακτηρίζεται από **συμπληρωματικότητα** και όχι ανταγωνισμό, καθώς οι δύο χώρες ανταλλάσσουν προϊόντα στα οποία διαθέτουν συγκριτικό πλεονέκτημα.

E. ΙΤΑΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

E.1. Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής

Η ιταλική αγορά καλλυντικών χαρακτηρίζεται από πολύ-δικτυακή διάθεση προϊόντων, με ισχυρή παρουσία τόσο των παραδοσιακών όσο και των ψηφιακών δικτύων. Το 2024, όλα τα δίκτυα διανομής κατέγραψαν αύξηση, με ιδιαίτερη έμφαση στα **επαγγελματικά δίκτυα** (αισθητική, κομμωτήρια) και στα **φαρμακευτικά δίκτυα**, που ενισχύθηκαν λόγω της ζήτησης για dermatocosmetics και εξειδικευμένες συμβουλές.

Δημοφιλέστερα δίκτυα διανομής στην Ιταλία:

- **Διαδικτυακές Πωλήσεις (e-commerce):** >20% μερίδιο αγοράς, συνεχής ανάπτυξη.
- **Φαρμακεία και παραφαρμακεία:** ~18%, με αυξημένη εμπιστοσύνη των καταναλωτών.
- **Perfumeries και εξειδικευμένα καταστήματα:** ~15%, κυρίως για premium brands.
- **Κομμωτήρια και επαγγελματική αισθητική:** ~12%, με αυξημένη ζήτηση για επαγγελματικές υπηρεσίες.
- **Μεγάλα πολυκαταστήματα και αλυσίδες:** ~10%.
- **Σπα και ξενοδοχεία:** μικρότερο αλλά σταθερό μερίδιο.

Η τάση δείχνει **ενίσχυση του online δικτύου** και **στροφή σε εξειδικευμένα σημεία πώλησης** που προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες.

E.2. Βαθμός συγκέντρωσης (εγχώριων / ξένων επιχειρήσεων)

Η αγορά είναι έντονα ανταγωνιστική, με παρουσία τόσο μεγάλων πολυεθνικών όσο και ισχυρών ιταλικών εταιρειών. Οι πολυεθνικές (π.χ. **L'Oréal, Estée Lauder, Coty**) διατηρούν ηγετική θέση, ενώ οι ιταλικές εταιρείες (**KIKO Milano, Collistar, Deborah Group**) έχουν σημαντικό μερίδιο, ιδιαίτερα σε μακιγιάζ και skincare. Ο βαθμός συγκέντρωσης είναι υψηλός στις premium κατηγορίες, ενώ στις φυσικές και niche μάρκες παρατηρείται μεγαλύτερη διασπορά.

E.3. Παρουσία ελληνικών προϊόντων – Μερίδιο αγοράς

- ✓ Η παρουσία ελληνικών προϊόντων στην ιταλική αγορά είναι **αξιοσημείωτη στον τομέα των φυσικών και φυτικών καλλυντικών**, όπου οι ελληνικές εταιρείες έχουν ισχυρό brand identity. Εταιρείες όπως:
- ✓ **Apivita**
- ✓ **Korres**
- ✓ **Frezyderm**

- ✓ **Youth Lab** δραστηριοποιούνται μέσω φαρμακείων, εξειδικευμένων καταστημάτων και e-commerce, αξιοποιώντας την αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά και βιώσιμα προϊόντα.

E.4. Τιμές λιανικής πώλησης

Οι τιμές λιανικής των προϊόντων προσωπικής υγιεινής και ομορφιάς στην Ιταλία παρουσιάζουν **σχετικά μικρή διακύμανση** σε σύγκριση με τους γενικούς δείκτες τιμών της οικονομίας. Αυτό αποδίδεται στη χρήση **εξελιγμένων τεχνολογιών παραγωγής** και στη συνεχή αύξηση της παραγωγικότητας, που επιτρέπουν σταθερό κόστος παρά τις πληθωριστικές πιέσεις.

Η μεγάλη προσφορά και η ευρεία καταναλωτική βάση οδηγούν σε **ανταγωνιστικές τιμές**, ιδιαίτερα στα προϊόντα μακιγιάζ, όπου παρατηρείται **μεγάλο εύρος τιμών** ανάλογα με το brand και την κατηγορία (από οικονομικά έως premium προϊόντα).

Αντίθετα, τα **εξειδικευμένα προϊόντα** και κυρίως τα **φυτικά και οργανικά καλλυντικά** έχουν υψηλότερο εύρος τιμών. Αυτό οφείλεται στις διαδικασίες πιστοποίησης (organic, vegan, cruelty-free), στην πιο σύνθετη παραγωγική διαδικασία, καθώς και στην προστιθέμενη αξία που συνδέεται με τη βιωσιμότητα και την ηθική παραγωγή.

E.5. Δυναμική συνθηκών ανταγωνισμού

Η αγορά καλλυντικών στην Ιταλία χαρακτηρίζεται από **έντονο ανταγωνισμό** και υψηλή συγκέντρωση. Οι μεγάλες πολυεθνικές και οι ισχυροί ιταλικοί όμιλοι κυριαρχούν, ενώ οι μικρές εταιρείες αντιμετωπίζουν δυσκολίες επιβίωσης, συχνά οδηγούμενες σε **εξαγορές ή συγχωνεύσεις**.

Ως κύριοι λόγοι συγκέντρωσης θεωρούνται οι υψηλές επενδύσεις σε **διαφήμιση και μάρκετινγκ**, η ανάγκη ισχυρής παρουσίας στα **κανάλια διανομής** για προβολή προϊόντων και η επέκταση των **πολυεθνικών αλυσίδων** που αντικαθιστούν τις τοπικές.

Η διανομή έχει αλλάξει ριζικά από τοπικές αλυσίδες σε **διεθνή δίκτυα** και e-commerce και οι μικρές επιχειρήσεις επιβιώνουν κυρίως σε **niche αγορές** (π.χ. φυσικά προϊόντα, τοπικά brands) ή σε **επαρχιακές περιοχές**.

E. 6. Νομοθετικό Πλαίσιο για Καλλυντικά στην ΕΕ και στην Ιταλία

Ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός 1223/2009 αποτελεί τον βασικό κορμό της νομοθεσίας για όλα τα καλλυντικά προϊόντα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Προβλέπει την ασφάλεια των προϊόντων πριν από τη διάθεσή τους στην αγορά, την πλήρη απαγόρευση δοκιμών σε ζώα από το 2013, καθώς και την υποχρεωτική επισήμανση που περιλαμβάνει το INCI, την ημερομηνία λήξης και τις απαραίτητες προφυλάξεις. Επιπλέον, για κάθε προϊόν ορίζεται υπεύθυνο πρόσωπο και απαιτείται κοινοποίηση στο CPNP (Cosmetic Products Notification Portal).

Η Ιταλία έχει ενσωματώσει τον Κανονισμό μέσω εθνικών διατάξεων που καθορίζουν τις αρμόδιες αρχές, δηλαδή το Υπουργείο Υγείας και την AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco), οι οποίες είναι υπεύθυνες για εποπτεία και έλεγχο. Η επισήμανση των προϊόντων πρέπει να είναι υποχρεωτικά

στην ιταλική γλώσσα, ενώ εφαρμόζονται διαδικασίες ελέγχου της αγοράς και κοινοποίησης ανεπιθύμητων ενεργειών μέσω του συστήματος Cosmetovigilanza. Επιπλέον, προβλέπεται υγειονομικός έλεγχος των εισαγωγών στα σύνορα.

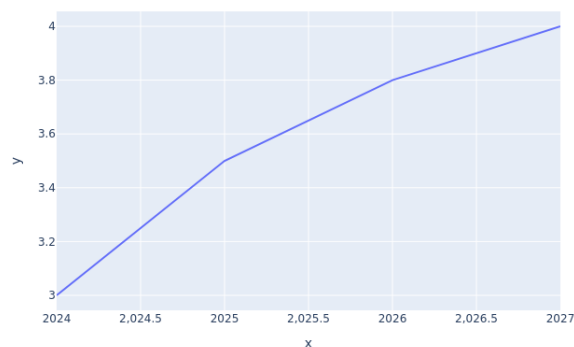
Όσον αφορά τα φυσικά και οργανικά καλλυντικά, δεν υπάρχει ξεχωριστή νομοθεσία στην ΕΕ ή στην Ιταλία. Η διάκριση γίνεται μέσω ιδιωτικών πιστοποιήσεων όπως ECOCERT, NATRUE, COSMOS και ICEA (Ιταλικός οργανισμός πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων). Οι πιστοποιήσεις αυτές καθορίζουν ποσοστά φυσικών ή οργανικών συστατικών και απαγορευμένα συστατικά.

Τέλος, η Ιταλία συμμετέχει στο έργο ISO TC217 για την τυποποίηση όρων και κριτηρίων για φυσικά και οργανικά καλλυντικά, μέσω του προτύπου ISO 16128.

ΣΤ. Προβλέψεις έως 2027

Αναμένεται ανάπτυξη 3–4% ετησίως, με έμφαση στη βιωσιμότητα, την εξατομίκευση και το ψηφιακό marketing.

Προβλεπόμενη Ανάπτυξη (%)



Ζ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ζ.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση – προσφορά

Ο κλάδος των καλλυντικών στην Ιταλία βρίσκεται σε τροχιά σταθερής ανάπτυξης, με τη ζήτηση να διαφοροποιείται και να εξειδικεύεται συνεχώς. Οι εταιρείες που μπορούν να προσαρμοστούν γρήγορα στις νέες τάσεις και να επενδύσουν σε καινοτομία έχουν τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που δημιουργούνται. Η προσφορά επηρεάζεται έντονα από το θεσμικό πλαίσιο, το οποίο καθορίζει σαφώς τις απαιτήσεις για ασφάλεια και επισήμανση, προστατεύοντας τόσο τους καταναλωτές, όσο και τις επιχειρήσεις από αθέμιτες πρακτικές.

Οι Ιταλοί καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο σε προϊόντα που βασίζονται σε φυσικές πρώτες ύλες και παρασκευάζονται με φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους. Η τάση αυτή ενισχύεται από τη νέα γενιά, η οποία επιλέγει προϊόντα με βάση την κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη των εταιρειών. Παράλληλα, η αγορά αντιμετωπίζει το πρόβλημα των απομιμητικών προϊόντων, τα οποία εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύουν περίπου το 15% των συνολικών πωλήσεων. Τα προϊόντα αυτά, αν και φθηνότερα, ενέχουν κινδύνους για την υγεία και μειώνουν τις πωλήσεις των αυθεντικών καλλυντικών. Παρά ταύτα, η πλειοψηφία των καταναλωτών προτιμά την ποιότητα έναντι της χαμηλής τιμής.

2.2 Συμπεράσματα και Ευκαιρίες για Ελληνικές Εταιρείες

Η αγορά καλλυντικών στην Ιταλία παρουσιάζει ιδιαίτερα θετικές προοπτικές για ελληνικές επιχειρήσεις, κυρίως σε τομείς που συνδέονται με τη φυσικότητα, τη βιωσιμότητα και την υψηλή ποιότητα. Η αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα με φυτικά συστατικά, βιολογικές πιστοποιήσεις και οικολογικές συσκευασίες δημιουργεί ένα περιβάλλον όπου οι ελληνικές εταιρείες μπορούν να αξιοποιήσουν το συγκριτικό τους πλεονέκτημα, ήτοι την παράδοση στη χρήση φυσικών πρώτων υλών και τη μεσογειακή ταυτότητα.

Η τάση προς premium και niche προϊόντα προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες διαφοροποίησης. Οι Ιταλοί καταναλωτές δείχνουν προτίμηση σε προϊόντα που συνδυάζουν ποιότητα, αυθεντικότητα και αισθητική, στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα ελληνικά brands. Επιπλέον, η ισχυρή φήμη της Ελλάδας για φυσικά και φυτικά καλλυντικά μπορεί να αποτελέσει βάση για στρατηγικές marketing που θα εστιάζουν στη βιωσιμότητα και την ηθική παραγωγή.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν από συνεργασίες με ιταλικά δίκτυα διανομής και φαρμακεία, όπου η ζήτηση για **dermocosmetics και φυσικά προϊόντα είναι υψηλή**, από τη **συμμετοχή τους σε διεθνείς εκθέσεις, όπως η Cosmoprof Bologna**, για την ενίσχυση της προβολής τους και τη δημιουργία εμπορικών επαφών, όχι μόνον στην ιταλική αγορά αλλά με στόχευση στους διεθνείς επισκέπτες και δυνητικούς αγοραστές, **επένδυση σε πιστοποιήσεις (COSMOS, ICEA)** που ενισχύουν την αξιοπιστία και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της αγοράς. Σημειώνεται ότι το Γραφείο ΟΕΥ Ρώμης στηρίζει κάθε έτος τις ελληνικές συμμετοχές στις εν λόγω εκθέσεις και επισημαίνεται ότι τον Μάρτιο 2025 η ελληνική συμμετοχή ανήλθε σε 40 εταιρείες που παρουσίασαν καινοτόμα προϊόντα υψηλής δυναμικής στο χώρο της κοσμετολογίας. Τέλος, από **ανάπτυξη premium σειρών και εξατομικευμένων προϊόντων**, αξιοποιώντας την τεχνογνωσία και την εικόνα ποιότητας που συνοδεύει τα ελληνικά καλλυντικά.

Η έγκαιρη τοποθέτηση στην αγορά είναι κρίσιμη, καθώς οι καταναλωτικές συνήθειες διαμορφώνονται τώρα και η πιστότητα των Ιταλών καταναλωτών στις μάρκες που επιλέγουν αποτελεί στρατηγικό πλεονέκτημα για όσους εισέλθουν δυναμικά.

Η. ΠΗΓΕΣ – ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

Ministero della Salute (Υπουργείο Υγείας)

<https://www.salute.gov.it>

Αρμόδιο για την εποπτεία της αγοράς καλλυντικών και την εφαρμογή του Κανονισμού 1223/2009.

AIFA – Agenzia Italiana del Farmaco

<https://www.aifa.gov.it>

Υπεύθυνη για φαρμακευτικά και παραφαρμακευτικά προϊόντα, καθώς και για την Cosmetovigilanza.

Cosmetica Italia (Σύνδεσμος Ιταλικών Επιχειρήσεων Καλλυντικών)

<https://www.cosmeticaitalia.it>

Κλαδικός φορέας με στατιστικά στοιχεία, μελέτες αγοράς και πληροφορίες για διεθνείς εκθέσεις.

ICEA – Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale

<https://www.icea.bio>

Οργανισμός πιστοποίησης βιολογικών και φυσικών καλλυντικών στην Ιταλία.

Ευρωπαϊκή Πύλη Κοινοποίησης Καλλυντικών (CPNP)

<https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/cpnp>

Υποχρεωτική πλατφόρμα κοινοποίησης για όλα τα καλλυντικά προϊόντα στην ΕΕ.

Θ. Διεθνείς και Ιταλικές Εκθέσεις Καλλυντικών

Cosmoprof Worldwide Bologna

<https://www.cosmoprof.com>

Η μεγαλύτερη διεθνής έκθεση καλλυντικών στην Ιταλία.

SANA Bologna (Φυσικά και Βιολογικά Προϊόντα)

<https://www.sana.it>