



# Filiera ed economia circolare

# L'economia lineare vs circolare



all'interno dell'impresa

e fra imprese della stessa filiera o di altri settori

# Filiera della cosmesi: Definizione di cosmetico naturale

Viene comunemente identificato come prodotto i cui principi attivi sono di origine vegetale, animale o minerale e non contiene siliconi o derivati del petrolio. Se vi sono ingredienti di sintesi sono da preferire quelli biodegradabili.



- Italia 2020 - Fatturato dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile: 1.654 ML pari al 15% del settore cosmetico (dati Cosmetica Italia)

Valore dei cosmetici a connotazione naturale/biologica è di 778 milioni €  
composizione formulativa (ovvero la presenza di un alto numero di ingredienti biologici o di origine naturale)

Valore dei cosmetici sostenibili/green è di 876 milioni €, in ambiti che possono riguardare tutto il suo ciclo di vita e/o le politiche corporate dell'impresa verso la sostenibilità.



# COSMESI NATURALE: TREND DEL MERCATO E DELL'INNOVAZIONE

Top 10 dei claim relativi ai lanci di cosmetici immessi sul mercato mondiale tra il 2019 e il 2020

	2019	2020
Ingredienti a connotazione naturale	39,9%	41,4%
Idratante	34,6%	35,1%
Schiarente - illuminante	29,2%	25,5%
Di lunga durata	28,3%	26,3%
Prodotto sostenibile	15,7%	21,6%
Tempo - velocità	21,5%	20,4%
Dermatologicamente testato	16,3%	16,6%
Packaging sostenibile	10,6%	14,6%
Facilità d'uso	12,8%	11,9%
Antietà	8,3%	7,9%

Elaborazione del Centro Studi su dati Mintel.

La reazione/rimodulazione dell'industria nell'attraversamento della crisi

**Consumi consapevoli:** serie prodotta da National Geographic CreativeWorks e Garnier: condividere il know-how degli esperti e consigli pratici sui principali temi della sostenibilità relativi al settore della bellezza

**Economia circolare** Unifarco-Dolomia: dai petali scartati nella lavorazione dello zafferano si ricavano miscele ricche di polifenoli a effetto illuminante

The screenshot displays the Cosmetics Europe website with a grid of sustainability initiatives. Each tile features an icon, a brand name, and a brief description of their commitment. A sidebar on the right lists additional initiatives under the heading 'support of consumers'.

- Beiersdorf:** An ambitious climate agenda
- Colgate-Palmolive:** Innovating to enhance sustainability
- The Estée Lauder Companies:** Embedding sustainability into product formulation through green chemistry
- Henkel:** Circular solutions for sustainable packaging
- L'Oréal:** Sustainable transformation programme to respect planetary boundaries with the support of consumers
- Natura & Co:** Targeting full circularity of packaging
- P&G Beauty:** Developing sustainable packaging solutions
- Unilever:** Turning the tide against plastic waste

**support of consumers**

- Natura & Co:** Targeting full circularity of packaging
- P&G Beauty:** developing sustainable packaging solutions
- Unilever:** Turning the tide against plastic waste
- Korres:** Sourcing sustainably to preserve biodiversity
- N&B:** Supporting sustainable supply chains and its local community
- Nöfken Hygiene Products:** committed to climate neutrality
- Pink Frogs:** A label to help consumers make responsible choices
- SystemKosmetik:** Responsible production beyond requirements

## Innovazioni nel Packaging: esempi

Bioplastiche, Tubetti che integrano il cartoncino e prodotti ricaricabili (Garnier)

Vasetti in vetro riciclato e nuovo materiale, riciclabile e totalmente biodegradabile in ambiente marino (Chanel)