

Evoluzione del mercato: Oli essenziali e cosmetici (CN 33) — 2015–2025

Introduzione

Il capitolo 33 della nomenclatura combinata comprende oli essenziali, profumi, prodotti per la cura della pelle e del corpo, preparazioni per capelli, igiene orale e altri prodotti per la toeletta. Nel decennio 2015–2025, il commercio estero dell'Unione europea in questo comparto ha conosciuto una crescita robusta, interrotta solo temporaneamente dalla pandemia, accompagnata da un marcato rafforzamento del surplus commerciale e da un significativo riorientamento geografico dei flussi. Il rapporto descrive dapprima l'evoluzione aggregata, poi i cambiamenti nella geografia degli scambi e infine il consolidamento del ruolo dell'UE come piattaforma globale del settore, basandosi esclusivamente sui dati della dashboard Commercio complessivo.

1. Crescita robusta e resilienza post-pandemia nel commercio UE di cosmetici

1.1. Le esportazioni superano i 46 miliardi di euro e registrano un incremento del 70% rispetto al 2015

Il valore delle esportazioni extra-UE è passato da 27,1 miliardi di euro nel 2015 a 46,4 miliardi nel 2024, per poi assestarsi a 46,1 miliardi nel 2025 (+70,0% sull'intero periodo). Anche i volumi sono cresciuti (+21,9%), ma la componente di prezzo ha fornito un contributo determinante: il valore medio all'export è salito da 13 662 a 19 062 €/ton (+39,5%). Sul lato import, il valore è cresciuto da 8,7 a 13,8 miliardi (+59,4%), con un analogo aumento dei prezzi (+32,1%). Il saldo commerciale, già ampiamente positivo, è quasi raddoppiato passando da 18,4 a 32,3 miliardi di euro.

Indicatore (mid €)	2015	2019	2020	2024	2025	Var. % 2015-25
Export	27,1	33,2	27,1	46,4	46,1	+70,0
Import	8,7	10,4	9,4	13,1	13,8	+59,4
Saldo	18,4	22,8	17,6	33,3	32,3	+75,0

Fonte: Commercio complessivo.

1.2. Il calo pandemico del 2020 viene rapidamente riassorbito grazie alla ripresa dei volumi e dei prezzi

L'unica contrazione significativa si è verificata nel 2020, quando le esportazioni scesero a 27,1 miliardi (-18,4% rispetto al 2019) a causa delle misure di confinamento e della contrazione della domanda mondiale. Già nel 2021 si osservava un rimbalzo deciso (30,8 miliardi) e nel 2022 il valore tornava sopra i livelli pre-crisi, per poi accelerare ulteriormente. La quantità esportata nel 2020 si era ridotta meno del valore (-7,9%), segnalando il crollo dei prezzi medi; nel 2021 e 2022 i prezzi sono invece risaliti rapidamente, indicando un recupero della domanda e pressioni inflazionistiche lungo le catene del valore.

1.3. L'aumento del valore unitario all'export (+39,5%) riflette un upgrade qualitativo e pressioni sui costi

L'incremento del prezzo medio all'esportazione è stato più pronunciato di quello all'import, suggerendo che l'UE abbia progressivamente spostato la propria offerta verso segmenti a più alto valore aggiunto (profumeria, cosmetici premium). Anche i dati di produzione europea indicano un valore della produzione salito da 22,9 a 33,4 miliardi (+45,9%), coerente con un innalzamento qualitativo dell'offerta.

2. Riorientamento geografico dei flussi: la Cina irrompe e i mercati si diversificano

2.1. La Cina diventa il mercato più dinamico in entrata e in uscita, con tassi di crescita a tre cifre

La Cina emerge come il partner con la crescita più spettacolare. Le esportazioni UE verso la Cina sono passate da 0,70 miliardi di euro nel 2015 a 2,96 miliardi nel 2025 (+322,6%), facendone il terzo sbocco per valore. Sul lato import, la Cina è salita da 0,52 a 1,59 miliardi (+207,6%), scalando posizioni fino a diventare il terzo fornitore. Anche altri mercati emergenti registrano performance notevoli: le esportazioni verso gli Emirati Arabi Uniti sono più che raddoppiate (+117,1%) e quelle verso la Turchia sono cresciute del 97,6%.

2.2. La diversificazione delle fonti di importazione riduce la concentrazione (HHI -40%)

L'indice di concentrazione delle importazioni (HHI) è sceso da 2 186 a 1 302 (-40,4%), segnalando un allargamento della platea di fornitori. Paesi come Brasile (+187,0%), India (+94,6%) e Turchia (+169,5%) hanno guadagnato quote significative, affiancandosi ai tradizionali fornitori (Regno Unito, Stati Uniti, Svizzera). Anche per le esportazioni si osserva una moderata riduzione della concentrazione (HHI da 737 a 625, -15,2%), benché la struttura rimanga più stabile.

Partner (export UE, mld €)	2015	2025	Var.%	Partner (import UE, mld €)	2015	2025	Var.%
Regno Unito	4,21	5,34	+26,9	Regno Unito	3,08	2,89	-6,1
Stati Uniti	4,83	7,65	+58,5	Stati Uniti	1,78	2,59	+45,0
Cina	0,70	2,96	+322,6	Cina	0,52	1,59	+207,6
Emirati Arabi Uniti	1,08	2,34	+117,1	Svizzera	1,85	2,20	+19,3
Svizzera	1,19	1,96	+65,5	Turchia	0,14	0,38	+169,5
Turchia	0,86	1,69	+97,6	Brasile	0,09	0,27	+187,0

Fonte: Principali partner e Concentrazione HHI.

2.3. Regno Unito e Stati Uniti restano pilastri del commercio, ma perdono peso relativo

Nonostante la crescita in valore assoluto, il Regno Unito ha visto diminuire la propria quota nelle importazioni UE (-6,1%) e una crescita inferiore alla media nelle esportazioni (+26,9%), riflettendo gli effetti della Brexit e la graduale riorganizzazione delle catene distributive. Gli Stati Uniti crescono in entrambe le direzioni, ma con un'accelerazione più marcata nelle esportazioni UE (+58,5%) che nelle importazioni (+45,0%), rafforzando il surplus bilaterale.

3. L'Unione europea come piattaforma globale: specializzazione produttiva e surplus strutturale

3.1. Francia, Irlanda e Spagna mostrano la più alta specializzazione (RSCA) nel 2025

L'indice RSCA (Revealed Symmetric Comparative Advantage) colloca la Francia (0,483), l'Irlanda (0,415) e la Spagna (0,204) al vertice della specializzazione del comparto cosmetici-profumeria. Questi paesi combinano una forte presenza industriale (grandi gruppi della profumeria e della cosmetica) con una proiezione internazionale consolidata. Anche Cipro e Croazia mostrano un vantaggio comparato positivo, seppure su volumi ridotti.

3.2. La propensione all'export sfiora il 98% e il surplus commerciale raggiunge nuovi massimi

La propensione all'export (esportazioni in rapporto al valore della produzione) è cresciuta dal 78,5% (2015) al 98,0% (2024), indicando che la produzione europea è quasi interamente orientata ai mercati extra-UE. Parallelamente, il tasso di dipendenza netta dalle importazioni è diventato fortemente negativo (-30,6% nel 2015, -241,9% nel 2024), a conferma di un settore strutturalmente esportatore. La produzione europea, del valore di

33,4 miliardi nel 2024, viene ampiamente moltiplicata dal commercio estero, segno di un posizionamento competitivo molto forte.

Indicatore di autonomia	2015	2024
Propensione all'export (%)	78,5	98,0
Dipendenza netta (%)	-30,6	-241,9

Fonte: *Specializzazione e Propensione all'export*.

3.3. I comparti a più alto valore aggiunto trainano l'export

La scomposizione merceologica Confronto prodotti mostra che le esportazioni sono dominate da tre categorie: prodotti per la cura della pelle e trucco (CN 3304 – oltre 15 miliardi di euro nel 2024), miscugli di sostanze odorifere per l'industria (CN 3302 – 12,5 miliardi) e profumi (CN 3303 – 10,9 miliardi). Questi segmenti, caratterizzati da elevata differenziazione e brand reputation, generano i margini unitari più alti e consolidano il vantaggio competitivo dell'UE.

Conclusione

Nel decennio 2015-2025 il commercio estero dell'UE nel settore degli oli essenziali e dei cosmetici ha mostrato una crescita robusta, guidata dalla combinazione di aumento dei volumi e, soprattutto, dei prezzi. La parentesi pandemica è stata rapidamente superata e il surplus commerciale ha raggiunto livelli record, facendo dell'UE un attore globale in grado di generare un avanzo superiore alla dimensione della produzione interna. Il riorientamento geografico verso la Cina e la diversificazione dei fornitori hanno accresciuto la resilienza del comparto, mentre la specializzazione di Francia, Irlanda e Spagna confermano la leadership europea nei segmenti premium. Permangono elementi di attenzione, quali la dipendenza da alcuni mercati di sbocco maturi e la volatilità dei prezzi delle materie prime aromatiche, ma la solidità del modello basato sull'export lascia prevedere un ulteriore consolidamento del ruolo dell'UE come hub mondiale della cosmetica.

Generato il 2026-07-24 sulla base dei dati di tradedashboard.eu

Report generato da una macchina: accelera l'analisi umana, a costo di talvolta indurla in errore. Non potrà mai sostituirla completamente.

Se hai bisogno di consigli sulla politica commerciale europea, o di rappresentanza per i tuoi interessi a Bruxelles, non esitare a contattarmi all'indirizzo support@tradedashboard.eu. Troverai il mio CV a questo indirizzo.