

Mercoledì 10 Giugno 2026
Notizie mercati esteri [1]

SPF tutto l'anno: dentro il mercato della cosmesi solare giapponese

In Europa la protezione solare è una crema estiva, qualcosa da infilare nello zaino per il mare. In Giappone è parte integrante della routine quotidiana, dodici mesi l'anno, indipendentemente da stagione, meteo o temperatura. Comprendere questa differenza culturale è il primo passo per capire uno dei mercati cosmetici più sofisticati e promettenti al mondo e per capire perché maggio, con l'inizio della stagione UV, sia il momento giusto per guardarci dentro.

Il mercato giapponese della cosmesi solare è atteso a oltre un miliardo di dollari entro il 2030, con un tasso di crescita annuo composto del 9,8% nel periodo 2025-2030 [2]. Un dinamismo coerente con il peso dell'intera area: l'Asia-Pacifico concentra già il 38,7% del mercato globale [3] della cosmesi solare.

Alla base di questa domanda non c'è solo un'abitudine di skincare, ma una precisa scala di valori estetici. Uno studio comparativo su campioni rappresentativi di Giappone, Europa e Nord America ha rilevato che solo il 44,3% dei giapponesi trova attraente la pelle abbronzata [4], contro l'81,1% degli europei e il 77,6% dei nordamericani. L'ideale estetico giapponese è la pelle chiara, uniforme, protetta e la crema solare è un passaggio fisso della routine mattutina come il siero o il detergente. Già nel 2017, più di un quarto dei consumatori giapponesi [5] dichiara di prestare attenzione agli UV durante tutto l'anno.

In questo contesto, il mercato si sta evolvendo verso prodotti multifunzionali (protezione solare abbinata a idratazione, effetto anti-age, uniformità del tono) e verso formulazioni ultraleggere, in gel o acqua, prive di residui bianchi e compatibili con il trucco.
È qui che si apre uno spazio interessante per la cosmesi naturale europea, in particolare per chi lavora con ingredienti botanici e di chiara origine geografica. Il segmento natural e organic nel mercato cosmetico giapponese è proiettato da 1,33 miliardi di dollari nel 2023 a 2,26 miliardi entro il 2032 [6], con un tasso di crescita annuo del 6,1%. Il punto critico è che il Giappone non dispone ancora di una definizione regolamentata di "naturale" o "organico" per i cosmetici, a differenza dei mercati UE [7]: chi è già certificato secondo gli standard europei porta con sé una credibilità regolamentare difficile da replicare, abbinata a una narrativa di origine (olio d'oliva, botanica alpina, estratti agrumari) che sul mercato giapponese ha un forte potere di attrazione.

Sul fronte dei flussi commerciali, la cosmetica italiana ha chiuso il 2024 con dati record. Il fatturato del settore ha

superato i 16,5 miliardi di euro [8], con un export di quasi 8 miliardi di euro cresciuto del 12% rispetto al 2023, risultato che posiziona l'Italia al quarto posto mondiale per valore delle esportazioni cosmetiche, dopo Francia, Stati Uniti e Corea del Sud.
Le principali destinazioni restano USA, Francia e Germania, ma il Giappone è un mercato che vale la pena presidiare con più attenzione: nel 2024 le importazioni giapponesi di cosmetici e skincare sono cresciute del 13,5% [9], segnale di un mercato che continua ad aprirsi ai brand stranieri.

I canali prioritari per chi vuole approcciare questo segmento sono i drugstore e le farmacie, che nel 2025 detenevano circa il 46% della distribuzione cosmetica giapponese [10], i beauty select shop come @cosme e Loft, e l'e-commerce cross-border, in forte espansione tra i consumatori più giovani. Sul fronte fieristico, Cosme Tokyo, che si tiene ogni anno a luglio, è il principale punto d'incontro tra buyer giapponesi e brand stranieri.
Ma le trattative per gli ordini estivi si aprono adesso: maggio e giugno sono i mesi in cui i distributori pianificano gli assortimenti della stagione UV per eccellenza. Chi non c'è in questa finestra rischia di aspettare un anno.

(Contributo editoriale a cura della Camera di Commercio Italiana in Giappone [11])
Ultima modifica: Mercoledì 10 Giugno 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.com/notizie/spf-tutto-lanno-dentro-mercato-della-cosmesi-solare-giapponese

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/sun-care-cosmetics-market/japan
[3] https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sun-care-cosmetics-market-report
[4] https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11484126/
[5] https://www.statista.com/statistics/884549/japan-uv-light-awareness-by-month/
[6] https://www.credenceresearch.com/report/japan-natural-and-organic-cosmetics-market
[7] https://www.futuremarketinsights.com/reports/demand-and-trend-analysis-of-natural-cosmetics-in-japan
[8] https://www.cosmeticaitalia.it/export/sites/default/centro-studi/i-numeri-della-cosmetica/Cosmetics-by-numbers-march-2025.pdf
[9] https://www.worldstopexports.com/beauty-cosmetics-and-skincare-imports-by-country/
[10] https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/japan-cosmetics-products-market-industry
[11] https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-giappone