



NOTA ECONOMICA

COSMESI: UNA FILIERA DA 15 MILIARDI DI EURO

Tra i prodotti crescono i consumi di rossetti, fondotinta e matite

Via Accademia, 33
20131 Milano
C.F. 05901970151

Ufficio Stampa Cosmetica Italia

Benedetta Boni

tel.: (+39) 02.281773.48
333.8785084

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Francesca Casirati

tel.: (+39) 02.281773.47
340.1711105

francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

cosmeticaitalia.it

Bologna, 17-20 marzo 2017 – L'anticiclicità dell'industria cosmetica è ancora una volta testimoniata dai dati preconsuntivi 2016 che attestano un valore del **fatturato globale** del settore pari a 10,5 miliardi di euro, in crescita del 5%.

Le **esportazioni** si confermano una componente chiave per la crescita dei valori di produzione con un incremento superiore al 12% e un valore vicino ai 4.300 milioni di euro. La **bilancia commerciale**, pur in presenza di importazioni in crescita, segna così un nuovo record, 2.300 milioni di euro.

Significativo anche il quadro dell'intera **filiera cosmetica** che, analizzando tutti gli anelli della catena (ingredienti, macchinari, imballaggio, prodotto finito) raggiunge un fatturato complessivo superiore ai 15 miliardi di euro (+5%).

*«Lo scenario politico-economico ancora incerto non ferma l'industria cosmetica, che continua a investire in innovazione e in qualificazione della capacità produttiva confermando così la tenuta strutturale di questo settore chiave per il Made in Italy – commenta **Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia** – Il consumo di cosmetici in Italia, in crescita dello 0,5%, conferma l'irrinunciabilità di questi prodotti, complici i nuovi modelli di consumo che hanno generato nuove opzioni di acquisto».*

Proprio uno sguardo ai canali, sia nuovi che tradizionali, permette di osservare l'evoluzione in atto, sollecitata dalle nuove propensioni dei consumatori. Emblematico è il caso delle **vendite dirette**, a domicilio e per corrispondenza, che continuano a segnare trend superiori alla media grazie all'impatto dell'e-commerce: la crescita raggiunge il +8% con un valore di vendita superiore ai 750 milioni di euro.

In ripresa anche i canali professionali a seguito della rivisitazione dell'offerta e a nuove forme di servizio. Gli **istituti di bellezza** registrano una ripresa dei consumi del 2,1% per un valore di 230 milioni di euro, mentre i **saloni di acconciatura** crescono dell'1% (563 milioni di euro).

Anche la **profumeria**, che copre il 20,4% dei consumi cosmetici in Italia, accenna una timida ripresa (+0,9%) con un valore del canale pari a 2.018 milioni di euro; la **farmacia**, che segue questo canale per rappresentatività dei consumi, segnala invece una fase di stallo: le vendite di cosmetici in farmacia, pur restando superiori ai 1.800 milioni di euro, scendono infatti dello 0,1%.

Sulla scia dell'interesse dei consumatori verso il mondo del "naturale e del verde", prosegue il trend positivo dell'**erboristeria**, superiore a un punto percentuale e con un valore di oltre 430 milioni di euro. Risente invece di andamenti interni disomogenei la **grande distribuzione** che segnala una contrazione di -0,8% con un valore di canale vicino ai 4.500 milioni di euro.



Via Accademia, 33
20131 Milano
C.F. 05901970151

Ufficio Stampa Cosmetica Italia

Benedetta Boni

tel.: (+39) 02.281773.48
333.8785084

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Francesca Casirati

tel.: (+39) 02.281773.47
340.1711105

francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

cosmeticaitalia.it

L'analisi dei trend di consumo dei singoli prodotti evidenzia la crescita significativa dei **rossetti e lucidalabbra** (+8,5%), seguita dai **fondotinta e creme colorate** (+5%) e, pur in misura inferiore a valore, dai **delineatori e matite** (+5%).

A livello di famiglie di prodotto restano tuttavia i **cosmetici per il corpo** la principale famiglia di consumo nelle abitudini degli italiani che, nonostante un trend negativo vicino al -2% rispetto al 2015, coprono il 16,6% del totale vendite per un valore pari a 1.383 milioni di euro.

FAST FACTS

Alcuni dati possono aiutare a meglio inquadrare il valore del comparto: il nostro Paese è il **quarto sistema economico** della cosmetica dopo Germania, Regno Unito e Francia con 35mila occupati, che salgono a 200mila con l'indotto.

Le donne impiegate nel settore rappresentano il 54% (circa 19.000), mentre la media dell'industria manifatturiera è ferma al 28%.

I laureati totali sono pari all'11% degli occupati, contro una media nazionale del 6% e le donne laureate sono circa 1.700, il 45% dei laureati nel settore. Oltre agli specializzati in chimica farmaceutica e cosmetologia, sono numerosi gli addetti specializzati in economia e marketing di canale.

Per l'innovazione e la tecnologia, la ricerca e lo sviluppo le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 7% del fatturato, contro una media nazionale stimata attorno al 3%.

Non si dimentichi, inoltre, che la cosmetica copre il 44% degli **investimenti in comunicazione** dei beni "non food" e che il **60% del make-up distribuito nel mondo è fabbricato in Italia**, a testimonianza del ricco e dinamico tessuto produttivo che vede la più importante concentrazione di imprese cosmetiche nel nord Italia.

In particolare, la Lombardia si conferma la regione con la più alta densità di imprese cosmetiche con oltre il 51% (il 54% delle aziende cosmetiche lombarde si trova nella provincia di Milano), seguita da Emilia Romagna, Veneto e Piemonte.

Il rapporto export/produzione è pari al 40,8% a fine 2016; ma esistono ancora ampi margini per i processi di internazionalizzazione del comparto. Dal 2000 la crescita delle esportazioni è superiore all'incremento della domanda di cosmetici, a testimonianza dell'aumento della competitività italiana nel settore.