

**NOTA ECONOMICA**

**AL COSMETICO NON SI RINUNCIA  
E IL SETTORE SUPERA GLI 11,2 MILIARDI DI EURO**

**Crescite significative per profumi maschili,  
rossetti e lucidalabbra, creme anti-tensione e anti-rughe**

*Bologna, 14-18 marzo 2019* – Si conferma la natura anelastica del settore cosmetico che, anche in uno scenario socioeconomico incerto, mostra un andamento in crescita; i dati preconsuntivi 2018 registrano un valore del **fatturato globale** superiore agli **11,2 miliardi** di euro (+2,1% rispetto al 2017).

Le **esportazioni** incidono significativamente sui valori di produzione con un incremento del 3,6% e un valore di **4.800 milioni di euro**. La **bilancia commerciale**, anche a fronte di importazioni stabili, segna l'ennesimo record per il comparto, approssimandosi ai **2.800 milioni di euro**.

*«Il cosmetico si conferma un elemento di consumo quotidiano e irrinunciabile che, complici i nuovi modelli di acquisto, ha saputo resistere anche a fronte di congiunture negative – commenta **Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia** – Indicatori industriali come l'ampliamento e la qualificazione della capacità produttiva segnano andamenti di sviluppo che alimentano l'ottimismo per i prossimi esercizi. Il nostro Paese resta altamente competitivo sui mercati internazionali puntando su innovazione, qualità di prodotto e formazione del personale».*

Analizzando l'andamento dei diversi canali, è evidente l'impatto di fenomeni come i monomarca, le superfici casa-toiletta, l'e-commerce e la disintermediazione. Le **vendite online** registrano infatti un valore prossimo ai 390 milioni di euro e, soprattutto, una **crescita del 22%**. Trend positivi anche per la **grande distribuzione (+1,1%)** che copre il 41% del mercato cosmetico nazionale (quasi 4.130 milioni di euro); incidono in misura rilevante su questi dati la distribuzione monomarca e gli spazi specializzati casa-toiletta.

Tengono i canali professionali: **istituti di bellezza e saloni di acconciatura crescono dello 0,5%**, registrando rispettivamente un valore di 237 e quasi 580 milioni di euro.

In sensibile ripresa dopo esercizi in contrazione il **canale profumeria** che registra **un aumento dell'1,5%** e un valore delle vendite pari a 2.037 milioni di euro. Andamento flat in leggera contrazione invece per la **farmacia** che chiude il 2018 a **-0,4%** con un valore di poco inferiore ai 1.900 milioni di euro. Restano positivi, seppur in rallentamento, i dati del **canale erboristeria (+0,2%, 441 milioni di euro)**, dove incide la contrapposizione tra insegne monomarca e negozi tradizionali.

Infine, i trend più negativi rispetto agli altri canali sono segnalati dalle **vendite dirette**, sia a domicilio che per corrispondenza, **(-2%)**, per un volume di vendita che supera i 480 milioni di euro.

Uno sguardo alle performance dei singoli prodotti sottolinea gli andamenti più significativi in termini di crescita delle **acque da toilette e profumi maschili (+4,5%)**, dei **rossetti e lucidalabbra (+3,4%)** e delle **creme anti-tensione e anti-rughe (+1,8)**.

A livello di linee prodotto sono **la profumeria alcolica e i prodotti per il viso** a mostrare le dinamiche più interessanti (**rispettivamente +4,4% e +2%**) in relazione al loro peso sul totale dei consumi cosmetici.

## **FAST FACTS**

Alcuni dati possono aiutare a meglio inquadrare il valore del comparto: in Europa il nostro Paese è il quarto sistema economico della cosmetica dopo Germania, Francia e Regno Unito 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 oltre il 65% del make-up consumato in Europa è prodotto da imprese italiane.

Il rapporto export/produzione è pari al 42% a fine 2017, 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.

### ***Cosmetica Italia – associazione nazionale imprese cosmetiche***

*Fondata nel 1967, è l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche che riunisce oltre 500 aziende, dalle PMI alle multinazionali, rappresentative del 95% del fatturato del settore.*

#### **Ufficio Stampa**

Benedetta Boni, tel.: (+39) 02.281773.48 – 333.8785084 – [benedetta.boni@cosmeticaitalia.it](mailto:benedetta.boni@cosmeticaitalia.it)

Francesca Casirati, tel.: (+39) 02.281773.47 - 340.1711105 – [francesca.casirati@cosmeticaitalia.it](mailto:francesca.casirati@cosmeticaitalia.it)