

COMUNICATO STAMPA

Milano, 3 aprile 2008

Unipro segnala ancora andamenti positivi del mercato cosmetico italiano. Un mercato che vale 9 miliardi di euro (+2,5% rispetto al 2006) ed è sostenuto da consumi sempre più presenti nella quotidianità. Le imprese cosmetiche italiane confermano gli investimenti in innovazione e ricerca assecondando una domanda sempre più diversificata e polarizzata.

La scarsa propensione ai consumi da parte di larghe fasce di consumatori, ha condizionato solo in parte l'andamento dei consumi di cosmetici. Anche nel 2007, infatti, il **mercato italiano** di cosmetici registra una crescita costante, +2,5%, con un valore della domanda che si approssima ai 9 miliardi di euro, 8.995.78 milioni per l'esattezza.

La tradizionale elaborazione del Centro Studi e Cultura d'Impresa di Unipro, conferma alcune importanti tendenze:

- L'affermazione dei cosmetici nel vissuto quotidiano (igiene personale, cura della persona e benessere), nonostante i forti condizionamenti sulla propensione al consumo;
- costante e generalizzato processo di polarizzazione dei consumi che evidenzia lo spostamento verso prodotti di nicchia e verso prodotti dall'evidente alto rapporto qualità prezzo.

E' ancora il canale **farmacia** che registra le dinamiche più interessanti: nel 2007 il valore del mercato è cresciuto dell'8,5% toccando i 1.337 milioni di euro, il 15% del totale del mercato cosmetico.

La **grande distribuzione organizzata** che rappresenta sempre la più ampia quota del consumo di cosmetici (44%) segna una crescita media dell'1,1%. Il valore totale del canale supera i 3.900 milioni di euro.

I canali professionali registrano un valore complessivo di 970 milioni di euro: si assiste ad una ripresa più vivace delle vendite negli **istituti di bellezza ed estetiste** (+2,1%) e ad una crescita meno evidente dei prodotti professionali venduti nei **saloni di acconciatura** (+1%).

A conferma di un mercato attento all'evoluzione e alle offerte specifiche, nel 2007 si segnalano i trend particolarmente dinamici delle vendite di **creme corpo idratanti, nutrienti ed esfolianti** (186 milioni di euro, +7,2%); delle **creme maschili per il trattamento**, (+8,5% per oltre 48 milioni di euro; **i prodotti per la cellulite** (+7,5%, con un valore di oltre 110 milioni di euro) e i **rassodanti, antietà corpo** (63 milioni di euro, +10%).

La performance più significativa è rappresentata dalle vendite dei **solari** e dei **pigmentanti** (343 milioni di euro, +7,1%).

L'industria nazionale ha reagito alle rinnovate opzioni di acquisto dei consumatori italiani con attenzione e ha registrato importanti **incrementi degli investimenti** sia nell'allargamento della capacità produttiva che nell'evoluzione della ricerca e applicazione tecnologica nei processi produttivi.

Fabio Franchina, presidente di Unipro, illustrando i dati durante la conferenza stampa, ha sottolineato che "nel 2007 il **fatturato** dell'industria cosmetica ha toccato gli 8.246,5 milioni di euro con una crescita dell'1,9% rispetto all'anno precedente, grazie soprattutto alla tenuta della domanda interna". Il trend delle **esportazioni**, infatti, è risultato più rallentato rispetto al passato, cresciuto dell'1%, con un valore di quasi 2.280 milioni di euro. "Le tensioni sui prezzi petroliferi e il contemporaneo record di valutazione dell'euro sul dollaro nella seconda parte del 2007 hanno sicuramente pesato sulle valorizzazioni delle esportazioni italiane di cosmetici" ha concluso Franchina.

Per ulteriori informazioni, contattare:

Unipro - Ufficio Stampa

Daniela Pezzetti, tel.: (+39) 02.281773.47 - 340.1711105 - daniela.pezzetti@unipro.org

Gian Andrea Positano, tel.: (+39) 02.281773.40 - 348.7275959 - gianandrea.positano@unipro.org

Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, Via Accademia 33
tel. +39 02 281773.1 - fax +39 02 281773.90
00144 **Roma**, Viale Pasteur 10
tel. +39 06 6787506
www.unipro.org - unipro@unipro.org
Codice Fiscale 80052390152