NOTA STAMPA

Cosmoprof Worldwide Bologna 2014

Cosmetica Italia partecipa alla manifestazione con iniziative e progetti a favore del settore cosmetico

Milano, 19 marzo 2014 – Anche in occasione della 47esima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna, l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche promuove una serie di iniziative per sostenere e valorizzare il settore cosmetico italiano, mettendone in luce le caratteristiche imprenditoriali oltre agli aspetti economici.

Novità assoluta del 2014 è il **convegno internazionale** promosso dall'Area Tecnica di Cosmetica Italia dal titolo ***Bellezza senza trucco***, in programma **venerdì 4 aprile** presso il Palazzo dei Congressi. Quest'anno l'appuntamento avrà un respiro internazionale e accoglierà un maggior numero di relatori e partecipanti anche grazie al tema trattato, la **comunicazione commerciale e dei *claim* cosmetici**.

Come sempre il Centro Studi di Cosmetica Italia curerà gli **interventi di taglio economico** per i singoli canali. In particolare, **grazie alla collaborazione con Alias e GFK**, nel corso della manifestazione verranno presentati dei focus specifici su **acconciatura, estetica, profumeria** ed **erboristeria**.

«Il valore del mercato cosmetico italiano – fa sapere **Fabio Rossello**, Presidente di Cosmetica Italia – ha superato i **9.500 milioni di euro nel 2013**. Il comparto ha registrato un **calo dei consumi marginale (-1,2%)** e un **aumento delle esportazioni dell'11%** per un valore vicino ai 3.200 milioni di euro. L'impatto dell'export sostiene la produzione, 9.300 milioni di euro, in crescita del 2,6%: per la prima volta le esportazioni crescono sia in quantità che in valore, a testimonianza della più ampia competitività acquisita dalle imprese nazionali».

Per quanto riguarda i consumi, emergono le prime indicazioni di tendenza: a conferma che è in corso una significativa trasformazione nelle abitudini di acquisto del consumatore, le **vendite dirette a domicilio** registrano un aumento del 4,5% superando i 450 milioni di euro.

Anche l'**erboristeria** esprime una tendenza positiva, con una crescita del 2,8%, per un valore di 409 milioni di euro; in recupero anche la **farmacia** che, dopo un calo negli esercizi precedenti, torna a crescere dello 0,3% superando i 1.750 milioni di euro.

Le forti tensioni sulla propensione al consumo di ampie fasce di utenti hanno condizionato il calo dei consumi in **profumeria** (-3,8%) per un valore di oltre 2.100 milioni

20131 **Milano**, via Accademia 33
tel. +39 02 281773.1 - fax +39 02 281773.90
www.cosmeticaitalia.it - cosmeticaitalia@cosmeticaitalia.it
Codice Fiscale 80052390152

di euro e nei **canali professionali**: se i prodotti professionali per l'**estetica** registrano un segno negativo del 5,5% (242 milioni di euro), quelli per l'**acconciatura** calano dell'8,4% (591 milioni di euro).

La **grande distribuzione**, prossima ai 4.300 milioni di euro, registra una **sostanziale stabilità** (+0,1%) caratterizzata dal sostenuto calo delle vendite nelle grandi superfici (iper e super), bilanciato dalla crescita delle catene specializzate e dei monomarca.

«Nello specifico – commenta **Gian Andrea Positano**, Responsabile del Centro Studi di Cosmetica Italia – gli italiani non rinunciano all'acquisto del cosmetico, prodotto indispensabile di igiene quotidiana e di benessere personale. All'interno delle varie famiglie di prodotto ci si sposta però verso fasce di prezzo più economiche e dal miglior rapporto qualità-presso: ecco perché cala lievemente il valore del mercato cosmetico, ma non il volume dei prodotti venduti».

Ufficio Stampa
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