Le province italiane e il consumo di prodotti cosmetici

Un consumo equamente diviso sul territorio

I dati Istat relativi alla distribuzione del consumo di prodotti cosmetici nel territorio italiano e analizzati dal Centro Studi e Cultura d'Impresa di Cosmetica Italia offrono molteplici opportunità d'analisi e confronto con le rilevazioni di carattere produttivo e industriale in grado di fotografare il nostro comparto. Gli ultimi dati disponibili, relativi all'anno 2011, fotografano un Paese ben distribuito nei consumi a livello di Aree Nielsen: l'Area 1, il "triangolo industriale forte", tocca il 30% sul totale, subito seguita dalle regioni del sud Italia, con oltre il 26%, Campania *in primis*; a completare il quadro le regioni del nord-est e quelle del centro, che rappresentano entrambe il 22% nel panorama italiano.

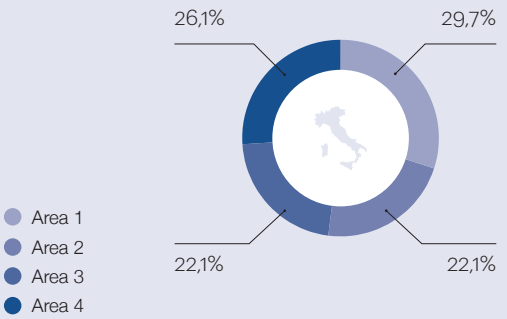
Una ripartizione consolidata negli ultimi anni, secondo l'Istitituto nazionale di statistica, che sembra però differenziarsi guardando alle regioni dal punto di vista del reddito medio annuo familiare, dove quello più basso, appartenente all'Area 4 (inferiore ai 25.000€) e quello raggiunto dall'Area 2, vicino ai 35.000€, sembrano diventare sempre più distanti tra loro nel corso degli anni.

Veneto e Lazio alla rincorsa della Lombardia

Analizzando più nel dettaglio il territorio italiano, emergono realtà regionali che, pur a reddito elevato, risultano marcatamente contratte nel consumo di prodotti cosmetici, come il Friuli-Venezia Giulia e il Trentino-Alto Adige, che incidono mediamente poco oltre il 2% sul totale del mercato italiano. Ben diverse le *performance* di regioni come l'Emilia Romagna, la Campania e il Piemonte, che storicamente attestano i propri livelli di consumo a ridosso dell'8% rispetto al totale nazionale.

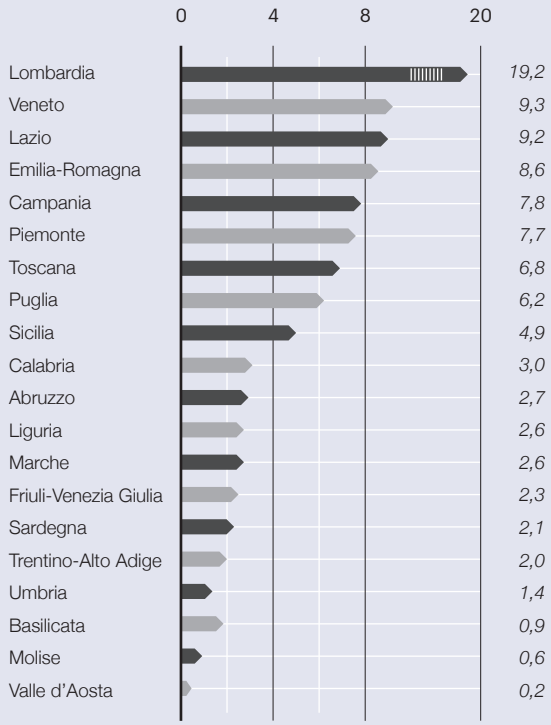
Significativo il primato della Lombardia, che con oltre il 19% rappresenta la prima regione italiana: un valore, questo, superiore al doppio della quota registrata dal Veneto, la seconda per attitudine all'acquisto dei prodotti dedicati alla cura della persona.

CONSUMO DI COSMETICI - AREE NIELSEN



Area 1: Lombardia, Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta
Area 2: Veneto, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige
Area 3: Lazio, Toscana, Sardegna, Marche, Umbria
Area 4: Campania, Sicilia, Puglia, Calabria, Abruzzo, Basilicata, Molise
Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat

CONSUMO DI COSMETICI: REGIONI A CONFRONTO



Ripartizione percentuale su totale Italia (ultimi valori disponibili 2011)
Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat

Produzione fortemente radicata nel nord Italia

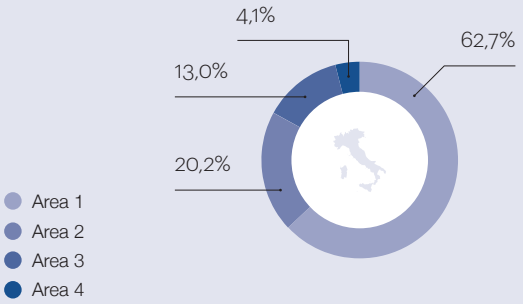
Grazie al confronto tra il consumo regionale e la tracciatura delle imprese cosmetiche sul territorio, emergono nuove considerazioni: il 63% delle aziende cosmetiche italiane, infatti, ha sede nell'Area 1 della classificazione proposta dalla società Nielsen, rappresentato perlopiù dalle aziende lombarde (51%) e, in anni recenti, dalla stabile presenza di quelle emiliane (10%). Il paragone più accattivante rispetto ai dati analizzati in precedenza, però, e forte di valori contrastanti, è quello emergente in Area 4, dove le - ancora poche - imprese cosmetiche presenti nel sud Italia, di poco superiori al 4% sul totale, vedono un consumo importante da parte dei loro conterranei. Possibilità di sviluppo e di imprenditoria quindi, anche a fronte di temi attuali come la crescita delle realtà produttive locali, sostenibili e a basso impatto ambientale da un lato, e l'utilizzo e la valorizzazione delle materie prime locali dall'altro.

Importanti conferme dal 2004 ad oggi

L'analisi proposta ha un ulteriore livello di dettaglio, ossia quello rappresentato dai dati di consumo delle singole province. Nella tabella di sintesi, è immediato il confronto fra le prime cinque province italiane nel corso degli anni; nel 2004, anno di relativa stabilità economica del Paese, ben tre importanti realtà emiliane, Forlì, Rimini e Ravenna erano presenti nella *top 5* , con Verona e Milano rispettivamente al 3° e 4° posto. Quattro anni dopo (pur con conferme importanti per Forlì e Milano), a ridosso della crisi economica mondiale che ancora veicola le economie forti, troviamo una forte ascesa dei consumi nella regione del Veneto, rappresentata dalle province di Verona, Venezia e Belluno. Gli ultimi dati disponibili, relativi al 2011, dipingono una situazione più eterogenea, probabilmente dovuta alle nuove dinamiche di fiducia del consumatore conseguenti all'attraversamento della crisi.

Un consumatore che, come ben analizzato negli ultimi anni dagli approfondimenti del Centro Studi di Cosmetica Italia, non rinuncia al cosmetico, soprattutto in momenti di difficoltà, quando il "prendersi cura di sé stessi" e lo "stare bene" si manifesta anche nel regolare utilizzo dei prodotti dedicati alla cura della persona. Evidenti, in tale ottica, i dati delle prime cinque città per consumo *pro-capite*: fatto 100 l'indice medio in Italia, esistono realtà garanti di storici *trend* d'acquisto e in grado di trainare uno dei più importanti, economicamente "sani" e socialmente influenti settori del *Made in Italy*.

DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE COSMETICHE



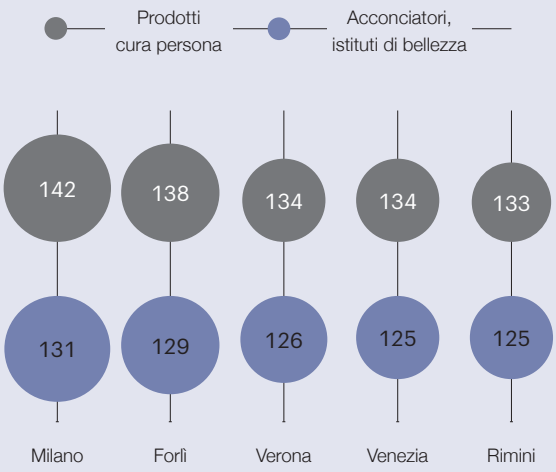
Area 1: Lombardia, Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta
Area 2: Veneto, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige
Area 3: Lazio, Toscana, Sardegna, Marche, Umbria
Area 4: Campania, Sicilia, Puglia, Calabria, Abruzzo, Basilicata, Molise
Fonte: Centro Studi Cosmetica Italia

PROVINCE: CONSUMI COSMETICI PRO-CAPITE

posizione	2004	2008	2011
1°	Forlì	Forlì	Milano
2°	Rimini	Milano	Pescara
3°	Verona	Verona	Bologna
4°	Milano	Venezia	Firenze
5°	Ravenna	Belluno	Venezia

Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat

INDICI DI CONSUMO PRO-CAPITE: TOP 5



Media Italia = 100; media dei valori nel periodo 2004-2011
Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat

gianandrea.positano@cosmeticaitalia.it
marco.pirozzi@cosmeticaitalia.it