

COMUNICATO STAMPA

**LA COSMESI "MADE IN ITALY" GUARDA
CON INTERESSE ALLA TURCHIA:
NEL 2005 CRESCITA DEL 10,3% DELLE ESPORTAZIONI
DELL'INDUSTRIA COSMETICA ITALIANA, PER UN TOTALE DI 22,7
MILIONI DI EURO**

Promosso da Unipro un incontro informativo sul mercato dell'industria cosmetica in Turchia, che si dimostra in grande fermento e con forti prospettive di sviluppo. Fra i prodotti più apprezzati dal mercato turco i prodotti per il corpo, seguiti dai prodotti per capelli e dalla profumeria alcolica

Milano, 19 settembre 2006 – L'incontro informativo promosso oggi da Unipro - Associazione Italiana Imprese Cosmetiche, ha analizzato le interessanti opportunità che si aprono per la cosmesi *made in Italy* in Turchia. Da Paese rurale e politicamente instabile sino a qualche decennio fa, la Turchia rappresenta oggi uno dei maggiori mercati dell'area mediterranea, con un comparto cosmetico in forte espansione, che nel 2005 ha generato un fatturato di ben 1.020 milioni di Euro. La Turchia infatti ha intrapreso un rapido processo di industrializzazione e modernizzazione e sta attualmente vivendo un momento di grande vivacità economica, grazie anche all'attuazione del programma di risanamento concordato con il Fondo Monetario Internazionale: nel 2005 il PIL è cresciuto del 5,6%. Il mercato è in forte espansione e animato da dinamiche interne molto positive: la domanda cresce, parallelamente all'aumento della popolazione, e si assiste ad un incremento costante delle vendite sia in volume che in valore.

Un trend decisamente positivo si è registrato inoltre nei volumi di interscambio con l'Italia: le esportazioni totali del nostro Paese verso la Turchia crescono infatti del +9 % nel 2005 rispetto all'anno precedente, per un valore pari a circa 6 miliardi di Euro.

Per quanto riguarda il comparto cosmetico, il mercato turco si conferma ricco di attrattive con notevoli possibilità di sviluppo per le imprese cosmetiche italiane. Dai dati dell'anno 2005 è emersa infatti una crescita significativa delle esportazioni delle imprese cosmetiche

italiane verso la Turchia (+10,3%), per un volume d'affari complessivo di **22,7 milioni di Euro**: la Turchia si pone al **primo posto per importazioni di prodotti cosmetici *made in Italy*** (seguita in ordine da Croazia, Romania, Bulgaria ed ex Repubblica Jugoslava di Macedonia) all'interno dei Paesi candidati all'ingresso nell'Unione Europea.

Le forti prospettive di crescita del comparto cosmetico e di conseguenza le ottime opportunità di investimento per gli operatori italiani del settore, sono confermate da una serie di importanti fattori, quali: la **stabilità economica e politica** raggiunta dal Paese, un **crescente numero di donne lavoratrici** e una **maggiore propensione** al consumo di prodotti cosmetici da parte delle **nuove generazioni** ed una graduale **perdita di popolarità degli acquisti in grosse quantità**, con vantaggi per gli esportatori italiani in termini di possibilità di allargare e diversificare di più la propria offerta.

Un ulteriore elemento a favore dello sviluppo del mercato è rappresentato dalla presenza di una **rete distributiva capillare**. Tra i **canali** più diffusi sul territorio: i supermarket (35%), immediatamente seguiti dalle vendite dirette, che coprono ben il 20% della distribuzione totale (contro una media europea inferiore al 10%) e sono in grado di assicurare una disponibilità del prodotto molto elevata. In aumento la diffusione dei grandi magazzini (14%). L'e-commerce copre, per il momento, una quota irrilevante della distribuzione, ma è destinato a crescere, considerati i 7 milioni di utenti turchi che navigano oggi in Internet e che ancora più lo faranno in futuro.

Fra i prodotti cosmetici italiani tra i **più apprezzati dal mercato turco** si segnalano i **prodotti per il corpo**, che generano un volume d'affari di circa **7 milioni di Euro** e hanno registrato nel 2005 una crescita del **21,7%**. Seguono i **prodotti per capelli**, con un **valore** nel 2005 di **4,8 milioni di Euro** (crescita del **5,7%**) e i **prodotti per la profumeria**, per un valore di **4,8 milioni di Euro** (in leggera flessione rispetto all'anno precedente, -3,7%).

Interessanti potenzialità di crescita si registrano anche per i **cosmetici per il makeup**: rispetto al 2004 le esportazioni di questo segmento di mercato crescono del **18,3%**, per un valore complessivo di circa **4,1 milioni di Euro**. Nonostante la quota di mercato sia ancora molto esigua, mostrano prospettive importanti anche i prodotti per l'**igiene della bocca**: dal 2004 al 2005 fanno registrare un vero e proprio boom, con un incremento del **104%**, per un valore pari a **81,5 migliaia di Euro**.

A seguito di questo incontro informativo, utile ad illustrare le interessanti opportunità di investimento per i produttori italiani della cosmesi in un mercato in forte crescita come quello turco, Unipro ha inserito all'interno del programma di internazionalizzazione 2006, un **Workshop plurisettoriale B2B a Istanbul**, organizzato da ICE, Istituto per il Commercio Estero, il **22 novembre 2006**: un'ulteriore e importante iniziativa per dare nuovo slancio alle collaborazioni commerciali e produttive tra Italia e Turchia, alle soglie dell'entrata di quest'ultima nell'Unione Europea.

Hill & Knowlton

Viviana Poletti – tel. 02 31914.249 – vpoletti@hillandknowlton.com

Sara Bernabovi – tel. 02 31914.238 – sbernabovi@hillandknowlton.com

Edoardo Grandi – tel. 02 31914.217 – egrandi@hillandknowlton.com