

NOTA ECONOMICA

COSMESI: UN SETTORE DA 11 MILIARDI DI EURO

Tra i prodotti crescono i consumi di contorno occhi, rossetti, lucidalabbra e solari

Bologna, 16-19 marzo 2018 – I dati preconsuntivi 2017 confermano ancora una volta la crescita del settore della cosmesi, che registra un valore del **fatturato globale** pari a **11 miliardi** di euro, a +4,3% rispetto all'anno precedente.

L'**export** rimane la componente chiave per la crescita dei valori di produzione, segnando un **incremento di 8 punti percentuali** e arrivando a toccare i **4,7 miliardi** di euro. Anche la **bilancia commerciale** registra un nuovo record, raggiungendo i **2,5 miliardi** di euro.

Significativo anche il quadro dell'intera **filiera cosmetica** che, analizzando tutti gli anelli della catena (ingredienti, macchinari, imballaggio, prodotto finito) vanta un fatturato complessivo superiore ai 15,7 miliardi di euro (+4,8%).

*«Gli indicatori economici e le analisi patrimoniali appena elaborate dal nostro Centro Studi – commenta **Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia** – evidenziano il quadro competitivo dell'industria cosmetica italiana, nonostante lo scenario politico-economico ancora incerto. Il settore della cosmesi made in Italy, infatti, ribadisce la costante attenzione agli investimenti in innovazione e servizio alla clientela, ottenendo riscontri sui mercati interni, ma soprattutto su quelli internazionali».*

La salute del settore si rispecchia anche nell'andamento dei singoli **canali**, che continuano a registrare trend positivi. I dati preconsuntivi relativi al II semestre del 2017, infatti, attestano una lenta, ma costante espansione per i canali dell'**erboristeria (+0,9%)** e della **farmacia (+2%)**. In **aumento di 1,5 punti percentuali** anche la **grande distribuzione**, con un valore delle vendite che supera i 4 miliardi di euro: oltre il 40% della distribuzione di cosmetici a livello nazionale. Sui numeri del canale incidono in maniera significativa i fenomeni della distribuzione monomarca e dei punti vendita casa-toilette. Il comparto della **produzione cosmetica conto terzi** vanta un fatturato di oltre 1 miliardo di euro, con un incremento pari a **+8,5%**. L'unica eccezione alla crescita generale è la **profumeria tradizionale**, in lieve **calo dello 0,5%**.

Crescono significativamente anche le **vendite dirette (+8,7%)**, spinte dalla *digital transformation*: l'**e-commerce**, infatti, segna un incremento a doppia cifra (**+23%**). Rimangono, tuttavia, ancora marginali i volumi di vendita: 820 milioni di euro per le vendite dirette, di cui circa 300 milioni sono da attribuire all'e-commerce.

Buone anche le *performance* dei **canali professionali** – i saloni di estetica e acconciatura – che riconfermano il **+2%** del semestre precedente.

L'analisi dei trend di consumo dei singoli prodotti evidenzia la crescita significativa di **contorno occhi e zone specifiche (+7,2%)**, seguiti da **rossetti, lucidalabbra e solari (+6,9%)**.

A livello di famiglie di prodotto sono infatti i **cosmetici per la cura del viso** la principale famiglia di consumo nelle abitudini degli italiani che, grazie al trend positivo del 2,7% rispetto al 2016, coprono il 16,9% del totale vendite per un valore pari a 1.435 milioni di euro.

FAST FACTS

Alcuni dati possono aiutare a meglio inquadrare il valore del comparto: il nostro Paese è il **quarto sistema economico** della cosmetica dopo Germania, Regno Unito e Francia 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 più del 6% del fatturato, contro una media nazionale stimata inferiore al 3%.

Non si dimentichi, inoltre, che la cosmetica copre il 44% degli **investimenti in comunicazione** dei beni "non food" e che il **60% del make-up distribuito nel mondo è fabbricato in Italia**, a testimonianza del ricco e dinamico tessuto produttivo che vede la più importante concentrazione di imprese cosmetiche nel nord Italia.

In particolare, la Lombardia si conferma la regione con la più alta densità di imprese cosmetiche con oltre il 51% (il 54% delle aziende cosmetiche lombarde si trova nella provincia di Milano), seguita da Emilia Romagna, Veneto e Piemonte.

Il rapporto export/produzione supera il 41% 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.

Ufficio stampa e comunicazione Cosmetica Italia

Benedetta Boni: tel. 02.281773.48 - 333.8785084 - benedetta.boni@cosmeticaitalia.it
Mariachiara Silleni: tel. 02.281773.47 - 344.1107620 - mariachiara.silleni@cosmeticaitalia.it