

Trend in crescita per il mercato cosmetico in Italia nonostante le flessioni nei canali professionali.

Pesano sui fatturati delle aziende i rallentamenti dei mercati esteri.

GLI SCENARI DELL'INDUSTRIA COSMETICA

La presentazione dei dati elaborati dal Centro Studi e Cultura d'Impresa di Unipro in occasione della conferenza stampa di Cosmoprof Worldwide Bologna 2010 del 23 marzo costituisce un importante momento di confronto sull'evoluzione del settore in tempi di congiuntura rallentata.

La tenuta dei consumi in un momento di pesanti condizionamenti sulla propensione d'acquisto di ampie fasce di consumatori conferma come il cosmetico è entrato da tempo nel vissuto quotidiano e nelle abitudini degli italiani.

Tra i beni di consumo solo l'alimentare ha registrato trend più positivi dello 0,3% fatto segnare dai cosmetici che nel 2009 hanno toccato i 9.107 milioni di euro.

Sul fronte della produzione si registra una flessione dei fatturati del 2,5% con un valore che scende a 8.137 milioni di euro.

Pesa molto la flessione delle esportazioni, -9,8% per 2.080 milioni di valore. La flessione non significa una perdita di quote di mercato da parte delle imprese ma è frutto di pesanti rallentamenti sui mercati esteri, più sensibili dell'Italia alla crisi mondiale.

E' significativo ricordare che le importazioni sono calate del 10% a conferma di un importante recupero di quote da parte delle imprese italiane sul mercato interno che, in termini di contribuzione al fatturato delle imprese, ha registrato gli stessi valori dell'anno precedente.

Proseguono gli sforzi delle aziende per assecondare un mercato sempre più attento alla qualità e al servizio. I processi di polarizzazione dei consumi e di segmentazione dell'offerta caratterizzano le scelte dell'industria, sempre più vicina ai bisogni dei consumatori anche in tema di sicurezza e affidabilità.