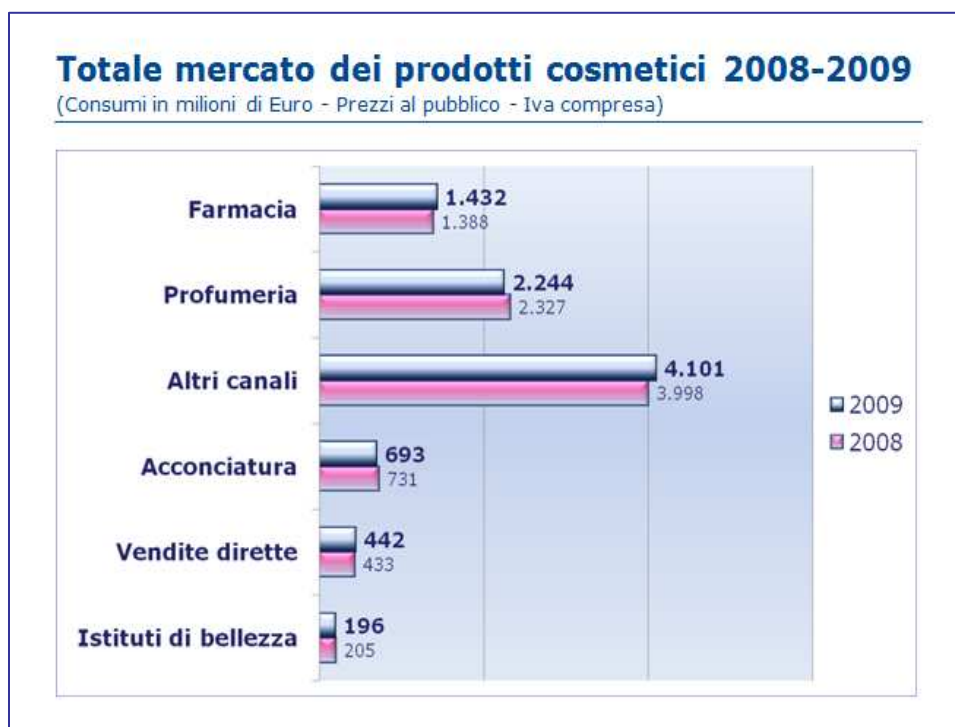


IL MERCATO: CANALI



Il valore del consumo di cosmetici in Italia nel 2009 è pari a 9.100 milioni di euro, la crescita rispetto al precedente esercizio è dello 0,3%.

Un risultato più che soddisfacente se si considerano i pesanti effetti sulla propensione d'acquisto che hanno condizionato i consumatori nel periodo successivo alla crisi mondiale dell'autunno 2008.

Nel canale **farmacia** i consumi di cosmetici proseguono con trend costanti anche se in rallentamento rispetto alla performance di qualche anno fa. Nel 2009 le vendite hanno toccato i 1.431 milioni di euro con un tasso del 3,2%.

I cosmetici venduti nel canale rappresentano il 15,7% del totale, una quota in costante crescita, a conferma della fiducia dei consumatori che riconoscono alla farmacia livelli di specializzazione e cura del servizio superiori ad altre superfici di distribuzione.

Interessante è il fenomeno delle parafarmacie ancora difficile da quantificare, ma sicuramente fondamentale nell'affermazione del canale.

Per quanto concerne i fenomeni più caratterizzanti, si segnala un cambio del mix di prodotti che ha generato una crescita dei valori a fronte di volumi costanti.

Anche i cosmetici venduti nel canale **erboristeria** confermano un trend positivo, superiore alla media annuale. Con un valore delle vendite di 330 milioni di euro e