



Comunicato stampa

INDAGINE CONGIUNTURALE

Previsioni 2019: continua a crescere il fatturato del settore cosmetico (+2,8%) sostenuto dalle esportazioni (+4,5%).

L'andamento dei canali riflette l'evoluzione dei consumatori

L'Indagine congiunturale, curata dal Centro Studi di Cosmetica Italia e presentata oggi presso la Sala Convegni di Intesa Sanpaolo, conferma l'anticiclicità del comparto e stima per la fine del 2019 un fatturato globale del settore prossimo agli 11,7 miliardi, in crescita del +2,8%.

Le esportazioni, sempre più diversificate verso mercati anche al di fuori dell'Europa, continuano a ricoprire un ruolo di primo piano nella crescita della produzione: si prevede, infatti, che l'export segnerà a fine anno un incremento del +4,5% per un valore vicino ai 5 miliardi di euro. Questo dato permette di registrare l'ennesimo record sulla bilancia dei pagamenti, prossima ai 3 miliardi di euro. «Lo scenario dei mercati è in costante cambiamento e il consumatore è meno fedele rispetto al passato – ha commentato il presidente di Cosmetica Italia, Renato Ancorotti – Tuttavia, l'industria cosmetica italiana continua a distinguersi per una dinamica positiva, sia sul piano della produzione che dell'export e, tra gli indicatori industriali, gli investimenti in ricerca e sviluppo consolidano i trend in aumento rispetto ai precedenti esercizi». Uno sguardo ai canali distributivi conferma la capacità di assecondare l'evoluzione degli stessi consumatori.

All'interno dei canali professionali, i centri estetici rafforzano le frequentazioni e i consumi, stimando per fine 2019 una crescita del +0,5%; al contrario i saloni di acconciatura mostrano ancora segnali di difficoltà con una probabile chiusura in contrazione a -1%.

Il canale erboristeria conferma invece la propria tenuta con una previsione a fine 2019 del +1,8%, seppur con valori ridotti rispetto al passato; positive anche le previsioni per la farmacia, +1,6%, canale sempre più vicino alla seconda posizione tra i canali di vendita detenuta dalla profumeria.

Quest'ultima, si stima che a fine anno chiuderà con un +1,2%, tuttavia diversi fattori, tra cui la forte specializzazione su po-

che famiglie di prodotto, non consentono ancora proiezioni ottimistiche sull'evoluzione del canale.

La grande distribuzione ha una crescita attesa a fine 2019 di +1,5%: rappresentando il 41% del mercato cosmetico nazionale per un valore prossimo ai 4,2 miliardi di euro, unisce al proprio interno dinamiche molto diverse, come ad esempio la forbice tra iper- e supermercati tradizionali e gli spazi "casa-toilette".

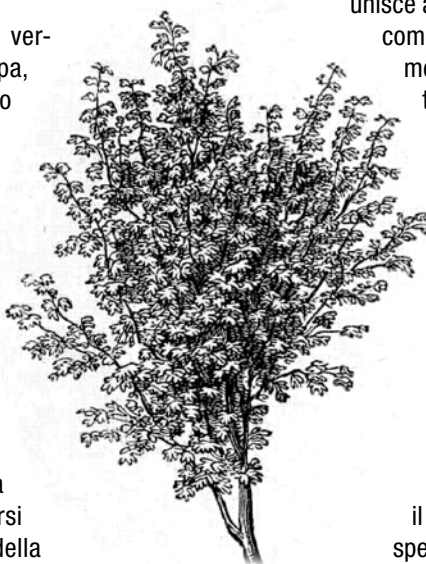
L'e-commerce continua a rappresentare l'evidenza della trasformazione digitale del settore e, anche per il 2019, si prevede che registrerà trend superiori agli altri canali con +22%; proprio lo spostamento verso forme distributive più innovative giustifica la frenata delle vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza) che a fine anno si stima avranno una contrazione del -2%.

Infine, è importante il segnale positivo (+5%) previsto in chiusura di esercizio per il contoterzismo che, ponendosi a monte rispetto agli altri canali, anticipa una dinamica di crescita per l'intero settore.

«La distribuzione si modifica nei canali tradizionali e le nuove forme di vendita attraggono sempre più consensi da parte dei consumatori - ha segnalato Gian Andrea Positano, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia – Proprio per rispondere a questi ultimi occorre considerare alcuni dei principali trend in atto, come il concetto di bellezza "pulita" e attenta alla "sostenibilità", accanto a una semplificazione della beauty routine e a un'evoluzione del punto vendita che diventa luogo esperienziale. Le imprese cosmetiche presidiano con competitività questi temi grazie agli strumenti digitali che, inevitabilmente, fanno parte delle strategie aziendali».

I materiali presentati nel corso dell'evento sono disponibili sul sito di Cosmetica Italia:

<https://www.cosmeticaitalia.it/centro-studi/Congiunturale-2019-primosemestre/>



Pyrus torminalis