



CONSUMI RALLENTATI, MA AL COSMETICO NON SI RINUNCIA

Presentata lo scorso dicembre l'indagine congiunturale proposta dal Centro Studi di Unipro, che analizza l'andamento dei canali nel secondo semestre 2012 e le previsioni per il primo semestre 2013.

"La situazione è sicuramente meno ottimistica rispetto agli esercizi precedenti, sebbene non raggiunga i livelli di stagnazione e crisi dei comparti contigui" commenta **Gian Andrea Positano**, Responsabile del Centro Studi di Unipro. "A fine anno il valore registrato dal mercato italiano dei cosmetici raggiunge i 9.700 milioni di euro con una contrazione dell'1,4% rispetto al 2011. Le proiezioni per il 2013 sono orientate a un'ulteriore, anche se marginale, contrazione dei consumi, che dovrebbero ripartire a cavallo della seconda metà dell'esercizio. Resta evidente l'uso quotidiano e abitudinario del cosmetico: i consumatori, infatti, non rinunciano all'acquisto, ma optano per soluzioni più accattivanti nel rapporto qualità/prezzo e orientate a una mutata *shopping experience*".

La rilevazione dei trend di consumo interno dei cosmetici segnala profondi spostamenti tra canali e livelli di prodotto. I segnali più preoccupanti arrivano dai canali professionali, in rallentamento da oltre due esercizi.

Con un calo per il secondo semestre del 4,1%, seguito da una previsione in flessione di tre punti percentuali per il primo semestre 2013, la profumeria riporta la più importante contrazione tra i canali tradizionali, per un valore totale che si aggirerà attorno ai 2.200 milioni di euro.

Dopo anni di sviluppo costante, la farmacia segna una battuta d'arresto con previsioni di chiusura del 2012 a -2% e quelle relative al 2013 a +1%. Il valore del canale a fine 2012 è vicino ai 1.800 milio-

ni di euro, a conferma della fiducia dei consumatori.

Seppur a ritmi ridotti, l'erboristeria si mostra in antitesi ai canali in sofferenza, complice il crescente orientamento green dei consumatori. Unico elemento positivo nel panorama delle vendite per il 2012, il canale registra +2,5%, con 400 milioni di euro in sell-out. Anche per il 2013 le prospettive sono ottimistiche, in virtù di una distribuzione forse frammentata, ma ben radicata nel tessuto socio-urbano. Per effetto di un secondo semestre in lieve calo, -0,2%, il valore dei cosmetici venduti nella grande distribuzione sarà prossimo ai 4.000 milioni di euro, confermandosi il più importante canale di vendita per il cosmetico.

Sembrano di buon auspicio i consuntivi della produzione in conto terzi, tradizionale aggregazione trasversale nei confronti degli altri canali, che chiudono il secondo semestre a +2,9% e prevedono per il primo semestre 2013 una crescita di 3,9 punti percentuali.

Solo le esportazioni che, a fine 2012, segnano una crescita del 5% e un valore di oltre 2.800 milioni di euro, consentono ancora margini di tenuta per le imprese cosmetiche nazionali.

"Gli indicatori economici che emergono dall'ultima rilevazione del Centro Studi - afferma **Fabio Rossello**, presidente di Unipro - confermano una compagine industriale sostanzialmente competitiva e orientata al mantenimento dei livelli di sviluppo finora raggiunti. Non a caso, la ripresa dei mercati esteri vede aumentare l'offerta delle nostre imprese, i cui fatturati crescono nel 2012 dello 0,5% per un valore di oltre 9.000 milioni di euro. Il mercato interno, in evidente contrazione, in realtà esprime quella stabilità di consumo che deriva dalla frequentazione imprescindibile dei prodotti per la cura della persona".

Website: www.unipro.org



FEDERSALUS, RINNOVATE LE CARICHE SOCIALI

Il Consiglio direttivo Federsalus, riunitosi il 5 dicembre scorso a Milano, ha rinnovato le nuove cariche sociali per il biennio 2013-2014.

Eletto all'unanimità come Presidente dell'Associazione Marco Fiorani (Angelini ACRAF S.p.a.).

Il Consiglio ha nominato poi alla carica di Vicepresidenti Cinzia Pranzoni (Medestea Biotech S.p.a.) e Antonino Santoro (Rottapharm S.p.a.).

Eletti all'unanimità anche Walter Bertin (Labomar S.r.l.), Alberto Donati (Bottega di Lungavita S.r.l.) e Carlo Zonato (Naturando S.r.l.) che, insie-

me a Presidente e Vicepresidenti, formeranno la nuova Giunta esecutiva. Riconfermata la nomina di Tesoriere a Rosanna Zancani (Scharper S.p.a.). Tutte le cariche decorreranno dal 1 gennaio 2013 al 31 dicembre 2014.

Il Consiglio ha espresso i più vivi ringraziamenti al Presidente uscente Germano Scarpa (Biofarma S.p.a.) per l'importante lavoro svolto negli ultimi quattro anni in direzione sia della crescita dell'Associazione sia della tutela del mercato degli integratori.

Website: www.federsalus.it

PER PELLI ATONICHE E CON RUGHE

BIO

LINEA LUCE

ESALTA LA LUMINOSITÀ DEL VISO

BIOLINFA ESSENZIALE

BIOLINFA ESSENZIALE

Prodotto in Italia

L'UNICO TRATTAMENTO VISO BIOLOGICO A BASE DI RADICE DI LUCE®

Dalla ricerca Montalto nasce Linea Luce il **trattamento antietà a base di Radice di Luce®**. L'unico vegetale capace di immagazzinare nelle proprie radici l'**Etere di Luce** che migliora l'efficienza di tutti gli organi e la vitalità in generale. Un concentrato puro di vitalità, **formulato con materie prime di origine biologica certificata** che palpitano ancora di vita, ricche del profumo autentico di erbe e fiori freschi, preparato con acqua rivitalizzata pura e cristallina. Con i prodotti Linea Luce la pelle del viso, nutrita con la Radice di Luce®, ritrova struttura e compattezza, esaltate da un nuovo luminoso splendore.

Linea Luce comprende: **Biolinfa Essenziale, Crema Essenziale Antietà, Siero Essenziale Antietà, Contorno Occhi Essenziale.**

Radice di Luce® è un marchio di proprietà di Montalto S.n.c. estratto di Dioscorea batatas lavorata dalla società Montalto con metodi esclusivi che conservano ed esaltano le caratteristiche della pianta.

BELLEZZA BIO MONTALTO

www.montaltobio.it

un-israelit