Il 60% dei cosmetici al mondo è italiano

Il settore vale nel complesso 14 miliardi di euro

Monica D'Ascenzo

Un mercato da 14 miliardi. Questo il valore del settore cosmetico italiano, che è leader a livello globale con la produzione del 60% del make-up distribuito a livello mondiale. Un mercato in continua crescita che dopo aver raggiunto i 10 miliardi di prodotto nel 2015 con un incremento del 4,1% sull'anno precedente, continuerà a crescere anche quest'anno. Le stime sono per un incremento del fatturato di un altro 4%. Alla produzione si sommano altre due voci: i macchinari che hanno un fatturato di 200 milioni di euro e l'imballaggio altri 3 miliardi di euro. Nel complesso, quindi, il comparto, da oggi in mostra al Cosmoprof di Bologna, vale per l'Italia poco più 14 miliardi di euro l'anno.

Lo studio sul settore di Unipro ha sottolineato come nonostante la stabilizzazione del mercato domestico, è comunque ancora la compoinente estera della domanda a incidere significativamente sulla crescita del fatturato: le esportazioni nel 2015 hanno infatti registrato un incremento del 14,3% solo in riferimento ai prodotti finiti, esclude quindi le materie prime. Il valore è stato di circa 3,8 miliardi di euro. E anche per l'anno in corso il contributo dell'export è considerato rilevante: la domanda estera dovrebbe crescere del 9% a fronte di un ben più modesto +0,9% del mercato italiano

L'industria ad oggi conta 35mila diretti, che diventano 200mila con l'indotto e le donne impiegate nel settore rappresentano il 54% (circa 19.000), mentre la media dell'industria manifatturiera è ferma al 28%. Nello spaccato per competenze, i laureati rappresentano l'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 particolare in economia e marketing di canale.

Il comparto è, inoltre, all'avanguardia per la ricerca e l'innovazione. A livello finanziario il valore degli investimenti per l'innovazione e la tecnologia, la ricerca e lo sviluppo le imprese della cosmesi in Italia investono circa il 7% del fatturato, contro una media nazionale stimata attorno al 3%.

Effervescente il mercato delle startup, che prendono avvio soprattutto dalle materie prime naturali che l'Italia offre. Proprio per questo il costo delle materie prime riesce ad essere contenuto: per il 67% degli intervistati da Unipro le materie prime hanno un costo sotto il 3%, per il 10% degli intervistati i costi sono oltre il 6%, mentre il restante 23% ha costi compresi tra 3 e 6%. Per l'anno in corso, però, ci si attende un aumento per il 35% degli intervistati.

Se si guarda ai mercati di sbocco dell'industria cosmetica italiana la Francia resta il primo importatore con un peso in aumento del 5% nel 2015 da 191 a 213 milioni di euro, seguita dalla Germania stabile a 181 milioni e Stati Uniti con 141 milioni (+21,3%). Particolarmente interessante l'incremento registrato da Hong Kong (+30,7%) e Emirati Arabi Uniti (+33,9%) con valori attorno ai 70 milioni l'anno.

L'innovazione viene anche dai driver si maggior rilievo per i consumatori nel triennio 2015-2017: al primo posto l'e-commerce (20%), seguito dalle vendite del multicanale (14%). Ma fanno la loro comparsa anche i social media (+13%). E non è un caso che personaggi come Clio Make Up possano contare oltre 2 milioni di fan su Facebook e oltre 175mila followers su Twitter.

startup@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA