



Fabio Franchina,
presidente di Unipro

UN COMPARTO IN SALUTE

Per l'industria cosmetica italiana continuano a crescere le esportazioni, in particolare verso Russia, Cina e nuovi mercati, quali il Vietnam. Vincente la politica di internazionalizzazione del settore.

L'industria chimica italiana non ha, da tempo, una buona cera, ma esistono le eccezioni. Tra queste il settore cosmetico, come ha recentemente dichiarato Unipro, l'Associazione italiana di categoria che riunisce la quasi totalità (550) delle imprese cosmetiche nazionali. In particolare - è stato sottolineato dal presidente Fabio Franchina - "il comparto, a fronte di un fatturato globale che aumenta del 2,7% rispetto ai 7.413,5 milioni di euro dell'anno precedente, continua a registrare la crescita (+6,5%) delle esportazioni chiudendo il 2004 con un saldo commerciale di 718,6 milioni di euro". Per l'anno in corso, viene confermato il ruolo chiave dei Cosmoprof nel mondo e il contatto con Stati fondamentali per lo sviluppo del business delle imprese nazionali. Numerose iniziative avranno il supporto di Cosmexport - il braccio operativo dell'Associazione nelle attività di internazionalizzazione delle aziende di dimensioni minori - che completa, a livello operativo, l'azione promozionale di Unipro. La selezione dei Paesi oggetto delle suddette iniziative è stata guidata dai recenti risultati economici e dalle ampie prospettive che si intravedono per il futuro.

Si pensi, per esempio, al Giappone, che è il secondo mercato cosmetico dopo gli USA, con oltre 13,3 miliardi di dollari e l'Italia rientra nei top five esportatori. Il segmento di prodotti che in assoluto ha conquistato il market share più ampio e che continua a dimostrare interessanti potenzialità di crescita è quello degli skin care (44,6%, con un valore superiore a 5,6 miliardi di euro). La scelta di Unipro di organizzare, a seguito dell'incontro informativo, una missione in Giappone rappresenta un'occasione preziosa per rapportarsi con un mercato in grande fermento e con ottime possibilità per l'industria cosmetica italiana. Tra i Paesi toccati dai Cosmoprof, la Federazione Russa gioca un ruolo sempre più importante grazie all'appuntamento annuale con ExpoBeauty. Questo Stato, nel panorama dell'Est europeo, è il maggiore importatore di prodotti cosmetici made in Italy, dove in particolare si evidenzia la crescita di quelli per l'igiene orale, che nel 2005 (gennaio-settembre) hanno fatto registrare un +184,8% rispetto al 2004. Anche la Polonia è stata meta di una missione esplorativa organizzata da Unipro per le aziende italiane associate. Il consistente

aumento (+25,3%) delle nostre esportazioni verso questa nazione testimonia le opportunità offerte da tale mercato, che ha prodotto numeri macroeconomici tra i migliori fra gli Stati da poco tempo entrati nella Ue. Come confermato dall'ultima edizione di Cosmoprof Asia, Hong Kong è una piazza fondamentale per intessere proficui rapporti economici con i Paesi del Far East e la crescita delle esportazioni italiane in tale area lo dimostra con evidenza (+46,6% con Hong Kong e +133,3% con la Cina). Nel primo semestre 2005, tra le voci più significative dell'export vi sono i prodotti della linea maschile che hanno goduto di un consistente aumento (+87%), seguiti dalla profumeria alcolica (più di 10,8 milioni di euro, corrispondenti a +63% rispetto al 2004). Ma l'attenzione dell'Associazione è rivolta, con un occhio particolare, ai Paesi come Vietnam e Thailandia (con dati di esportazione nel periodo gennaio-settembre 2005 rispettivamente pari a +159,3% (607,2 milioni di euro) e +17,3% (1.290,6 milioni di euro), che hanno grandi potenzialità di crescita e nei cui mercati si prevedono ampi margini di collaborazione con il sistema della cosmetica italiana.