



Continua a tirare il cosmetico

Le ragioni? Soprattutto la capacità dell'industria italiana del settore di innovare e rispondere a una crescente domanda di prodotti sempre più legati a un nuovo concetto di benessere evoluto

L'Indagine Congiunturale del Centro Studi e Cultura d'Impresa di Unipro, l'Associazione che riunisce le industrie cosmetiche italiane, delinea dai dati preconsuntivi del 1° trimestre e dalle previsioni sul 2° un aumento del fatturato globale del 2,6% per l'anno in corso, con un valore di 8.100 milioni di euro. La crescita del mercato è sostenuta dalle esportazioni, le cui previsioni di aumento per il 2006 si attestano al 7,5% (nel 2005 avevano chiuso a +6,1%), corrispondenti a 2.300 milioni. Fabio Franchina, presidente dell'Associazione di Confindustria, ha sottolineato come "la crescita del comparto, nonostante le incertezze sulla ripresa della domanda interna, penalizzata da un clima di fiducia delle famiglie poco positivo e da proiezioni di propensione all'acquisto ancora rallentate rispetto agli altri Paesi europei, è tenuta dalla componente estera della domanda, che – nonostante le tensioni sui differenziali di cambio e sulle nuove realtà competitive a livello internazionale – conferma come le imprese nazionali riescono a offrire soluzioni tecnologicamente e commercialmente decisamente competitive, grazie a una costante capacità innovativa, sempre allineata ai concetti più rigidi di sicurezza". L'economia italiana, trainata dall'Europa, suo principale mercato di sbocco (per quanto lo scacchiere di interesse sia quello mondiale, come dimostrato da una missione commerciale organizzata da Unipro e

Promos – azienda della Camera di Commercio di Milano per le attività internazionali – con il contributo della Regione Lombardia, che ha portato, dal 10 al 18 giugno, le aziende italiane partecipanti nelle città di Tokyo e Osaka), evidenzia importanti stimoli sui consumi, a dimostrazione di una probabile ripresa, in particolare nel settore manifatturiero. "L'industria cosmetica ha anticipato questi trend – ha continuato Franchina – a conferma della salute del comparto e della nostra attitudine a offrire una qualità, un servizio e una pronunciata attenzione all'evoluzione dei modi e delle necessità del consumatore. Tutto ciò in virtù di importanti investimenti in ricerca, che consentono di acquisire nuove quote di mercato, specialmente in ambito internazionale."

Le dinamiche registrate dal comparto

L'Indagine Congiunturale, prendendo in esame specifici indicatori industriali, rileva le dinamiche registrate dal segmento cosmetico. Per il 2006, le previsioni sui livelli occupazionali del settore indicano un andamento costante, con previsioni di sensibile crescita: oltre il 30% degli intervistati dichiara un aumento dei livelli di occupazione, mentre più del 60% denuncia un andamento costante. Quanto agli investimenti in impianti e macchinari, espressione dell'ampliamento della capacità produttiva, il 60,9% degli

addetti prevede un andamento costante, mentre il 32,3% ipotizza un aumento degli investimenti confermando un miglioramento rispetto alla precedente rilevazione, in sincronia con le attese di aumento dei consumi anche per il mercato interno. Migliorano altresì gli investimenti per l'ottimizzazione della capacità produttiva rispetto al 2005: il 22,8% degli intervistati prevede un incremento degli investimenti in manutenzione, il 73% ipotizza un costante investimento e solo il 4,2% una diminuzione. Gli investimenti in R&D, che esprimono l'attenzione ai processi di innovazione, registrano un 47,8% di previsioni di andamento costante e un 48,8% di aumento, a testimonianza del valore riconosciuto alla qualità sia dei prodotti che dei servizi made in Italy.



Fabio Franchina,
presidente Unipro