



# La pandemia non ferma l'Industria Cosmetica

## In calo profumeria alcolica e make-up, crescono prodotti per il corpo e i capelli

A oltre un anno dallo scoppio della pandemia, i valori preconsuntivi sul 2020 dettagliati nel webinar "I numeri della cosmetica", trasmesso martedì mattina, evidenziano come il mercato abbia subito importanti trasformazioni, legate non solo alle differenti restrizioni, ma anche all'attitudine da parte dei consumatori verso nuove modalità e abitudini di acquisto. "Una parola che ha caratterizzato più che mai l'operato delle nostre aziende è stata responsabilità. Fin dallo scoppio dell'emergenza sanitaria il settore ha offerto il proprio contributo attraverso numerose azioni: dalla donazione di detergenti

e igienizzanti, alla conversione di intere linee produttive, alla raccolta di fondi per le strutture sanitarie. Cosmetica Italia stessa ha collaborato con istituzioni, imprese associate e operatori del settore per garantire l'accesso ai prodotti cosmetici e di igiene personale e la continuità dei servizi di cura della persona - commenta **Renato Ancorotti, presidente Cosmetica Italia** - La cosmesi è e vuole continuare a essere un'industria che fa bene al Paese: è necessario ripartire, rispondendo in sicurezza alla richiesta di benessere della popolazione, ma al contempo potendo contare su un

contesto di stabilità su cui poter costruire la ripresa". "La partnership tra BolognaFiere **Cosmoprof** e Cosmetica Italia, un legame saldo e di lunga data, si è ulteriormente

rafforzata in questi mesi di emergenza sanitaria ed economica - dichiara **Gianpiero Calzolari**, presidente di BolognaFiere -. Il primo appuntamento del dopo-Covid sarà a **Cosmoprof North America** dal 29 al 31 agosto e stiamo definendo un evento a Bologna, dal 9 al 13 settembre, con un nuovo format a nome **Cosmoprof**, per un approfondimento dedicato al comparto benessere, sostenibilità e cura della persona, in sinergia con SANA e CosmoFarma. Fino a tornare all'appuntamento fondamentale per il settore, **Cosmoprof Worldwide Bologna**, che sarà riproposto nel

2022, dal 10 al 14 marzo". I numeri chiave che descrivono il 2020 del settore cosmetico sono di segno negativo, seppur meno critici di quanto inizialmente ipotizzato: il fatturato globale ha toccato i 10,5 miliardi di euro (-13% rispetto al 2019), in calo anche i valori del mercato interno (circa -10%) e delle esportazioni (-16,7%). I consumi di cosmetici hanno registrato un andamento negativo trasversale, ad eccezione dei prodotti legati all'igiene corpo (+6,3%), alla cura dei capelli (+3,9%) e all'igiene orale (+1,4%). I cali più importanti si sono riscontrati nella categoria della profume-

(-29%) e rossetti e lucidalabbra (-35,8%). « Lo scenario più ottimistico propone una crescita, a fine 2021, di quasi nove punti percentuali, mentre lo scenario più pessimistico evidenzia una più rallentata crescita di poco superiore ai cinque punti percentuali - evidenzia **Gian Andrea Positano**, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia -. I livelli di crescita fanno supporre un ritorno ai valori pre-crisi non prima del 2022».



**Renato Ancorotti**

ria alcolica (-21,5%) e nelle diverse tipologie di make-up, in particolare correttori guance, fard e terre (-28,7%), fondotinta e creme colorate

