



Fiere

A marzo 2022 **Milano** vara la sua prima **beauty week**

L'evento nascerà dalla co-lab tra Esxence e Cosmoprof. Il settore, a +6% nei primi sei mesi 2021, con le vendite online a +41%, punta a superare i livelli pre-Covid. **Andrea Guolo (Bologna)**

Nel 2022 Milano avrà la sua prima beauty week. Ad annunciarlo, ieri a Bologna all'assemblea di **Cosmetica Italia**, è stato il presidente dell'**Associazione dei produttori di cosmetici, Renato Ancorotti**. «Sarà la prosecuzione di **Cosmoprof worldwide Bologna** (10-14 marzo). Dal 15 marzo Milano diventerà l'hub internazionale della cosmesi», ha affermato Ancorotti, evidenziando come l'evento sia il frutto di una partnership tra **Cosmoprof** ed **Esxence**, fiera della profumeria creativa. L'assemblea di **Cosmetica Italia** si è tenuta nel giorno di inaugurazione di **On-Beauty**, contemporanea con **Cosmofarma exhibition** e con **Sanna** (evento dedicato al bio). Un'occasione per fare il punto sulla ripartenza del settore dopo l'anno della pandemia, chiuso dal beauty italiano con 10,6 miliardi di giro d'affari (-12%). Nel primo semestre 2021, il fat-

turato è aumentato di oltre il 6%, mentre per i consumi interni la crescita prevista per fine anno è del 7,1%, e la prospettiva per il 2022 di un ritorno a ricavi superiori al 2019. «L'evoluzione è l'elemento fondamentale: il 66% dei consumatori ha cambiato modo di acqui-

stare e l'88% dichiara una revisione della spesa», ha aggiunto **Gian Andrea Positano**, responsabile del **Centro studi di Cosmetica Italia**. Brilla l'e-commerce, l'unico cresciuto già nel 2020 (+42%) e top performer

anche nelle previsioni a fine 2021 (+41%) per un valore prossimo al miliardo di euro. L'anno si chiuderà in positivo in tutte le categorie della distribuzione, con un incremento a doppia cifra per le erboristerie (+12,1%) e i saloni di bellezza (+10,7%), mentre il mass market, che nel 2020 generava 4,4 miliardi, dovrebbe crescere del 3%. Intanto, il mercato cosmetico italiano ha recuperato, nel primo semestre, buona parte delle perdite del 2020 (-12%), realizzando un balzo dell'8,8% e chiudendo a 5,11 miliardi di ricavi con il contributo determinante dell'online (+35%) e del canale profumeria (+30,7%). «Sostenibilità e transizione ecologica avranno un ruolo chiave, generando ben 33 miliardi di euro, e un'occupazione a quasi 4.000 addetti», ha precisato Ancorotti. Con questo evento riparte in pieno l'attività di Bolognafiere. (riproduzione riservata)



E-COMMERCE E PROFUMERIA SPICCANO IL VOLO

Confronto 2021/20 (primo semestre), dati in milioni di euro

Canale	2021	var% 2021/20
* MASS MARKET	2.427	1,1
* FARMACIA	948	6,3
* PROFUMERIA	725	30,7
* E-COMMERCE	463	35
* ACCONCIATURA	168	7,1
* VENDITE DIRETTE	160	3,3
* ERBORISTERIA	155	15,4
* ESTETICA	69	9,1
* TOTALE	5.115	+8,8%

Fonte: centro studi Cosmetica Italia

GRAFICA MF-MILANO FINANZA