

## È il momento della beauty renaissance



Hailey Bieber nell'adv Dylan Turquoise di Versace

Dopo un 2021 in crescita a doppia cifra (+10,4% le stime a fine anno), la cosmetica Made in Italy guarda al 2022 non solo come l'anno del recupero dei livelli pre-Covid, con il giro d'affari destinato a superare il valore del 2019, ma anche come il momento del ritorno in presenza del suo evento clou. Dal 10 al 14 marzo si terrà infatti a

**Bolognafiere** la 53<sup>a</sup> edizione di **Cosmoprof worldwide Bologna**, rilanciando dopo due anni di sosta forzata un appuntamento che rappresenta il punto di riferimento globale per l'industria cosmetica. In questi due anni, tuttavia, l'organizzazione di **Cosmoprof** non è rimasta a guardare. Al lancio dell'evento digitale **We Cosmoprof international**, lo scorso giugno, si sono poi aggiunti il ritorno in presenza negli Usa con **Cosmoprof North America** a Las Vegas (29-31 agosto) e successivamente, dal 9 al 13 settembre, il debutto di **Onbeauty by Cosmoprof** che ha sancito il ritorno delle fiere in presenza a Bologna, grazie anche alla sinergia con le manifestazioni in contemporanea **Cosmofarma reazione** e **Sana**.

A Bologna, pertanto, si sta scaldando la macchina fieristica che porterà al ritorno in presenza e i dati recentemente emersi (vedere *MFF* del 28 ottobre) nel corso della presentazione dell'indagine congiunturale di **Cosmetica Italia** hanno contribuito a ravvivare gli entusiasmi. «La ripartenza dell'industria cosmetica è per **Cosmoprof** il contesto ideale per programmare con rinnovata fiducia le attività dei prossimi mesi» ha dichiarato a *MFF* il presidente di BolognaFiere, **Gianpiero Calzolari**. «Consapevoli dell'entusiasmo e delle aspettative della nostra community, ci prepariamo a tornare a Bologna con la 53<sup>a</sup> edizione di **Cosmoprof** Worldwide Bologna, per accompagnare imprenditori, compratori, retailer, distributori e operatori professionali alla scoperta di cosa sta accadendo sui principali mercati internazionali e delle tendenze di maggior impatto sul comportamento dei consumatori e sulle loro abitudini di acquisto», ha poi aggiunto il numero uno della società fieristica felsinea.

Venendo ai dati di Cosmetica Italia, il 2021 si concluderà con 11,7 miliardi di ricavi (+10,4%), frutto della ripresa high single digit nel mercato domestico e double digit (14%) nelle esportazioni, destinate a raggiungere i 4,7 miliardi. La bilancia commerciale sarà in attivo per oltre due miliardi di euro. E le prospettive per il 2022 sono di un ulteriore incremento, che potrebbe superare il +5% e quindi riportare il fatturato complessivo oltre gli 11,9 miliardi del 2019, massimo storico per il comparto. Nella suddivisione per canali, la proiezione 2021/20 vede il prepotente ritorno del professionale, con un balzo anno su anno del 16,9%, mentre sale del 7,2% il canale consumer composto da grande distribuzione, profumerie, farmacie, erboristerie, e-commerce e vendite dirette. A far da



traino sono ancora una volta le vendite online, che promettono un balzo del 29,7% per un controvalore di 900 milioni di euro.

Oggi l'e-commerce non è più solo una nicchia: si tratta infatti del quarto canale per giro d'affari preceduto solo da farmacia e profumeria appaiate al secondo posto in classifica nelle stime di fine 2021, mentre in vetta c'è sempre il cosiddetto mass market con il 42,5% del mercato totale. Il presidente di Cosmetica Italia, **Renato Ancorotti**, identifica **Cosmoprof 2022** come il momento chiave per il ritorno alla normalità. «Sono alte le aspettative per il ritorno in presenza della prima manifestazione al mondo del settore beauty. Ed è forte l'impegno della nostra industria per arrivare preparata all'appuntamento», ha concluso Ancorotti. (riproduzione riservata)

NEWS CORRELATE finds more updates



Outlook positivo per Seiko Italia

«Puntiamo a una crescita robusta nei prossimi anni grazie a una rete distributiva dinamica e a una clientela molto fidelizzata», ha spiegato il neo-di...

