



- Società
- Cultura
- Cinema
- Musica
- Libri
- Viaggi
- Tecnologia
- Sport
- Curiosità
- Gossip
- Per Lei
- Sesso
- Cucina
- Salute
- Scienze
- Media & Co
- Lifestyle
- Lavoro
- Altri Magazine

Non ancora membro?
 Proponi il tuo blog

Magazine Bellezza

Forum Giochi

HOME > PER LEI > BELLEZZA

Beauty Report 2012 Unipro: una sintesi per le non addette ai lavori

Creato il 03 luglio 2012 da [Desiderionero](#)

All'evento del 30 Giugno scorso in sede ad Unipro (Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche) abbiamo ricevuto in omaggio una copia del Beauty Report 2012, terzo rapporto sul valore dell'industria cosmetica in Italia. Il rapporto è stato curato da **Nadio Delai** con la collaborazione di Mario Brutti.



Personalmente non ho competenze simili a quelle di chi ha redatto questo testo, nè di molti che lo consultano per lavoro, ma ne ho trovato comunque interessante la consultazione e vorrei parlarvi brevemente dello stato attuale delle aziende cosmetiche in Italia, in questo periodo di crisi, facendone una sintesi per i/le non addetti/e ai lavori.



Leonard Lauder, gran capo di Estee Lauder, lo battezzò "Lipstick Index" e da allora si è spesso parlato della vendita dei rossetti come di un importante indicatore economico di recessione: le donne in periodi di crisi preferiscono i cosmetici ad altri beni di lusso più costosi per sentirsi meglio. La cosmetica assume quindi un ruolo consolatorio importante e, dai dati raccolti in questa terza edizione del Beauty Report, si vede.

Le aziende cosmetiche italiane sembrano reggere bene alla crisi con una produzione che sfiora i 9 miliardi di euro, il 4,4% in più dell'anno

Vota

0 Tweet

Mi piace

Vedi articolo originale

Segnala un abuso

A proposito dell'autore

[Desiderionero](#)
41 voti

I suoi ultimi articoli

- ▶ Tag - Il tappeto rosso
- ▶ Aggiornamento prodotti
- ▶ Sito rinnovato e tantissime novità per [www.NidodelFaleoShop](#)
- ▶ Skincare routine aggiornata

Vedi tutti

Dossier Paperblog

- ▶ [Nadio Delai](#)
Uomini d'affari
- ▶ [Focus](#)
Riviste

Magazines

- ▶ [Bellezza](#)
- ▶ [Per Lei](#)

Ricerca un articolo

In tutti i Magazine

I PIU' LETTI DI BELLEZZA

Del giorno Della settimana Del mese

- Benefit 10 Face Powder Duo Highlighting and Bronzing** di Svampi
- Haul Kiko - Approfittando dello sconto!!** di Lovemakeup24
- Premi: Red Carpet, Your Blog is Great & Versatile Blogger Award** di Calipsobeauty
- Skincare routine aggiornata** di Desiderionero

Tutti gli articoli

SELEZIONE PAPERBLOG

- A tutto Fluo con gli smalti della collezione Feel The Vibe by Orly!** di Vanityroom
- Siliconi: tutto quello che bisogna sapere** di Debyvany31
- (Don't) think pink** di Femminilepirale
- Novità KIKO: scopri la nuova collezione ACTIVE COLOURS!** di Sidney3

Tutti gli articoli selezionati

TEMATICHE POPOLARI

- Fondotinta Pannolini** Elsa Morante
- Ombretto Yves Rocher Nivea Lush**
- Valentino Fashion Group **Bottega verde**
- the body shop** Correttore Vichy Aborto
- Clinique La pupa e il seccione Stefania Emma Prestigiacom Bonino
- Rimmel Cancro al Seno Jane Austen Max Factor
- Simone de Beauvoir **Revlon** vibratore
- Rossetto** Ladycup Calzedonia Maybelline
- Whitney Houston Mascara**

LA COMMUNITY BELLEZZA

precedente in parte anche grazie a significativi dati riguardanti le esportazioni (cresciute dell'11% nel 2011). In miglioramento anche i dati riguardanti ordinativi, occupazione ed investimenti, in un settore in cui la competizione molto elevata sembra essere motore trainante dell'atteggiamento positivo e fiducioso degli imprenditori. Alcuni degli intervistati hanno dichiarato di utilizzare la crisi per "riposizionarsi sul mercato, ristrutturarsi, per innovare prodotti e processi": un gran bell'atteggiamento da adottare in periodi difficili, forse è proprio per questo che le aziende cosmetiche resistono meglio alla crisi di altre!

Comunemente si pensa che il Made in Italy sia rappresentato principalmente, o in gran parte, dal settore tessile e dell'abbigliamento, ma attualmente la situazione è decisamente differente, il settore cosmetico ha un fatturato maggiore di circa 4,4 volte, un export maggiore di 2,8 volte ed un saldo commerciale attivo più grande di 4,5 volte di quello tessile/abbigliamento, oltre ad investire capitali maggiori nelle pubblicità. La riflessione che viene spontaneo fare, a questo punto, riguarda la tutela di un settore così importante, ben strutturato e rappresentativo dell'Italia all'estero.

Stando a quanto emerge dal Report l'"impermeabilità" del settore cosmetico rispetto all'andamento economico generale sembrerebbe derivare non solo da una crescita che prosegue da anni, ma anche da una "strutturazione solida del settore che si è consolidata nel tempo", anche se effettivamente risulta esserci un **rapporto 60 a 40 tra aziende che dicono di non aver risentito affatto della crisi ed aziende che ammettono di avere avuto delle difficoltà**, anche se minori di quelle di aziende di altri campi commerciali. Un canale decisamente forte per la distribuzione cosmetica che sembra non aver risentito granchè della crisi è quello della Farmacia, stimato come molto significativo dagli imprenditori delle aziende industriali (55,7%) e da quelli delle aziende cosmetiche (80/90%). Al canale Farmacia è dedicato un intero capitolo di approfondimento nella parte terza del Report, ed è un'attenzione ben motivata, visto che questo canale contribuisce in maniera considerevole (18%) alle vendite di prodotti cosmetici in Italia.

In Italia ed in Europa



Sul territorio italiano la crescita del numero di aziende cosmetiche appare concentrata principalmente al Sud e sulle Isole (+6,9%), mentre al Centro ed al Nord la situazione è rimasta quasi uguale (+0,8%) o è lievemente peggiorata (-0,9% nel Nord-Ovest e -0,4% nel Nord-Est). La situazione europea vede una Germania decisamente forte, pur avendo registrato una diminuzione di consumi fra 2009 e 2010, una Francia in buona posizione seguita dal Regno Unito ed Italia. In aumento anche il commercio cosmetico di Polonia, Belgio e Svezia. In ribasso, invece, i mercati cosmetici di Spagna, Olanda, Grecia.

I prodotti cosmetici "anti-crisi"

Il 79,1% degli imprenditori intervistati riconosce che la crisi si è sentita in modo diverso a seconda della tipologia di prodotto: il trucco è in ascesa, ad esempio, al contrario profumi e prodotti per capelli stanno andando meno bene. Nel 2011 i consumi cosmetici totali hanno sfiorato i 10 miliardi, pari ad un 1,8% in più rispetto all'anno prima. L'analisi specifica

L'AUTORE DEL GIORNO



Chiagia

TOP UTENTI



taqlixcapelli

189091 pt



abitisposamilanovias

118731 pt



MaryPinaGiuliaAlessiaFabiana

98586 pt



silviaraffa

92562 pt

Tutto sull'autore

Diventa membro

SUL FORUM BELLEZZA



Giveaway Nuvole di Bellezza!

08 agosto ... commentato da

Allemedge



Fashion bloggers?

commentato da

Ivanaquaranta



Concorso Solari Limoni. Vinci un premio ...

commentato da



Isadora, un concetto unico nella cosmesi!

commentato da

Nisky

Vedi tutti i messaggi

I GIOCHI SU PAPERBLOG

Arcade

Casino

Rompicapo



Nostradamus

Nostradamus è un gioco "shoot them up" con una ▶ Gioca



Puzzle Bubble

Informazioni sul gioco Un classico gioco di ▶ Gioca



Karate Blazers

Informazioni sul gioco Karate Blazers è un ▶ Gioca



Pacman

Pac-Man è un video gioco creato nel 1979 da Toru ▶ Gioca

Scopri lo spazio giochi di Paperblog

dei consumi ha coinvolto **2150 intervistati** (individui adulti) che hanno dichiarato:

- per il 41,6% di aver speso cifre simili o in rialzo rispetto al 2010;
- per il 58,4% di aver speso cifre simili o in ribasso rispetto al 2010.

Il 39,7% degli intervistati dice di non aver cambiato abitudini di spesa **"perché alla propria cura, al proprio benessere ed alla propria estetica non si può e non si deve rinunciare"**, mentre il 36,3% ammette di consumare una minore quantità di prodotti cosmetici, ma di qualità maggiore ed il 19,4% dichiara di aver speso più di prima perché **occorre "sapersi tener su" nei momenti più difficili**.

Le tipologie di prodotti cosmetici più venduti risultano essere i prodotti di make-up occhi e di cura di viso, corpo e mani, in calo i prodotti per la cura maschile e quelli legati a capelli e cuoio capelluto.

I lavoratori di questo settore

Anche per quanto riguarda i lavoratori (o "fattore umano qualificato") **pare che il sole, in questo settore, brilli abbastanza**: le aziende particolarmente fortunate dal punto di vista occupazionale, con aumenti significativi, sono quelle di dimensione medio/grande, quelle collocate all'interno di un gruppo, quelle in fascia di prodotto di lusso o medio-alto, ma anche quelle che hanno buoni dati di esportazione rispetto ad altre e quelle che hanno risentito meno della crisi sfruttando a dovere il momento per ricollocarsi sul mercato anche ristrutturando e/o modificando la loro offerta. La presenza in organico di laureati in media è modesta (20% circa), ma cresce con le dimensioni dell'azienda (31,5% nelle aziende più grandi, 33,2% nelle appartenenti a un gruppo) e partecipa a numerose attività formative. I lavoratori vengono formati in particolare per quanto riguarda l'area Ambiente e Sicurezza, l'area Produzione, l'area Ricerca e Sviluppo, quella Commerciale e quella legata al Marketing.

Come sono state effettuate le ricerche?

Domanda legittima, da parte del lettore che analizzi questi dati con occhio critico, riguarda ovviamente i metodi di indagine utilizzati al fine di realizzare questo terzo Report. E dunque verso la parte finale del testo sapremo che:

- le opinioni degli imprenditori sono state raccolte attraverso un **Focus Group** e questionari inviati (marzo-aprile 2012) alle aziende iscritte ad Unipro (80% del fatturato complessivo del settore) con lettera di accompagnamento del Presidente. Ha risposto un panel di 72 imprese.
- le opinioni dei farmacisti sono state raccolte attraverso la somministrazione di un apposito questionario (aprile-maggio 2012) con lettera di accompagnamento da parte di Unipro, Federfarma e della Federazione Ordini Farmacisti Italiani. 280 i questionari validi che fanno parte di questa ricerca.
- e le opinioni dei consumatori sono state raccolte attraverso un apposito questionario, somministrato ad un campione nazionale rappresentativo della popolazione italiana dai 15 anni in su. 2130 i questionari validi raccolti all'interno di 1000 famiglie italiane.

Sono stati infine definiti una serie di indicatori strutturali riguardanti l'andamento del settore cosmetico, dei quali non saprei dirvi nulla non avendo competenze statistiche rilevanti, purtroppo.

Ho trovato decisamente interessante, da grande appassionata ed amante del settore, questo Report.

Mi auguro di averne fatto una sintesi chiara e fruibile dai lettori e dalle lettrici di Trucchi Svelati, se dovessero essere riscontrati errori od imprecisioni mi scuso e provvederò, su segnalazione, a correggerli appena possibile. Sono aperte le libere riflessioni su questi dati :)



Per chi fosse interessato il testo "Beauty Report 2012 - Terzo Rapporto sul valore dell'industria cosmetica in Italia" dal quale i dati citati in quest'articolo sono tratti è pubblicato dall'Editore FrancoAngeli per Unipro. Studi a cura di Ermeneia, società di consulenza e ricerca che opera per conto delle imprese, dei soggetti della rappresentanza economica e sociale e delle istituzioni, sia a livello nazionale che locale.

Mi piace Registrazione per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Commenta Invia a un amico Stampa questo articolo Segnala un abuso Condividi su facebook Vedi articolo originale

Ritornare alla prima pagina di



Possono interessarti anche questi articoli :

Preview BARE MINERALS: Bronzed Beauty kit & Trend Report: Frill Seeker



Ecco a voi in anteprima le novità in casa BARE MINERALS: Bronzed Beauty Kit: Un kit che unisce tutto il necessario per creare un perfetto look... [Leggere il seguito](#)

Il 16 gennaio 2012 da [Nurselindamakeup](#)
[BELLEZZA, PER LEI](#)

Preview BARE MINERALS "Bronzed Beauty Kit" - "Trend Report: Frill Seeker" [I...



In casa Sephora è profumo di novità in fermento! Ecco le proposte per la primavera 2012 di Bare Minerals, il make up minerale al 100% in esclusiva co... [Leggere il seguito](#)

Il 16 gennaio 2012 da [Crazy4makeup](#)
[BELLEZZA, PER LEI](#)

Haul Kiko e Coop: City Summer, Active Colours e Vivi Verde.



Buon pomeriggio a tutti. Oggi è il "grande giorno" e mentre voi leggete questo post, io me ne sto in pancia, sicuramente satolla per il troppo cibo, a... [Leggere il seguito](#)

Il 27 giugno 2012 da [Miki82](#)
[BELLEZZA, PER LEI](#)