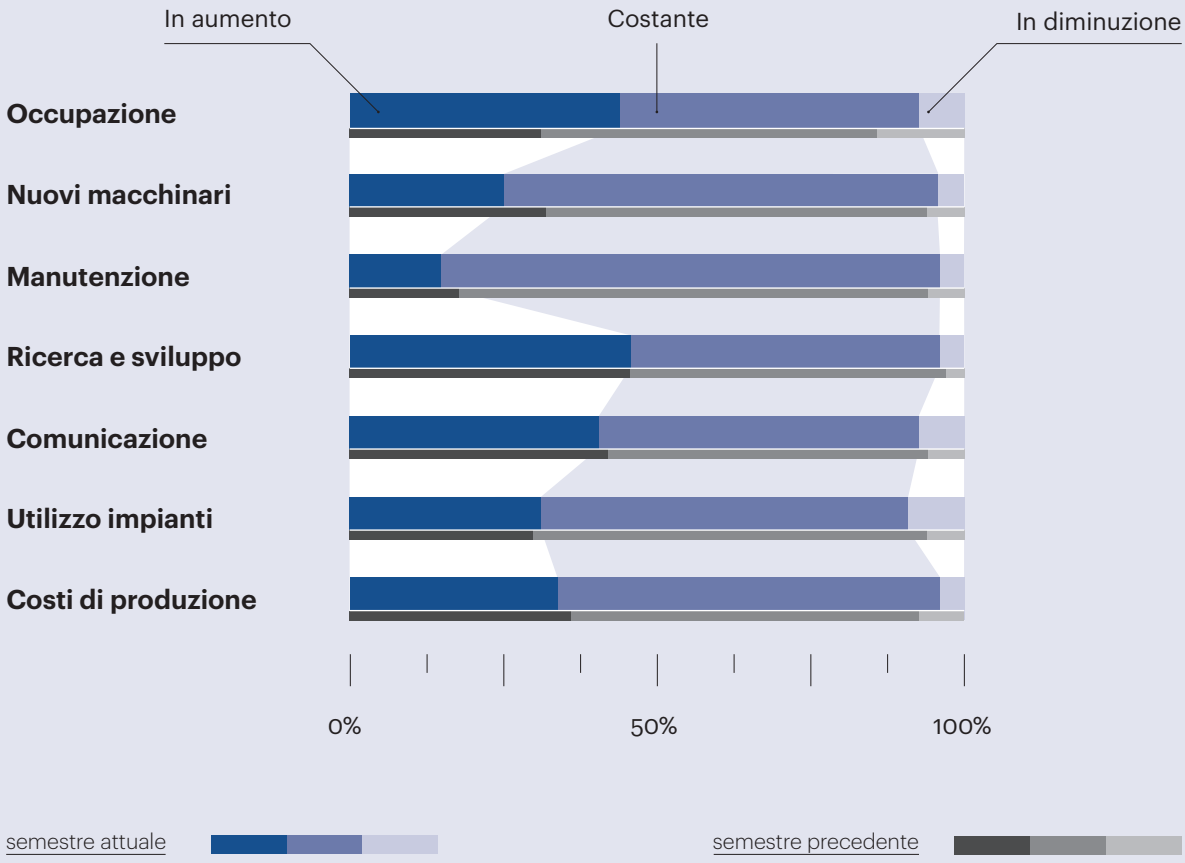
DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO · QUADRO DI SINTESI



Il primo semestre del 2015 ha riconfermato le dinamiche industriali positive già espresse dagli imprenditori durante l'indagine del secondo semestre 2014. Importanti elementi di riflessione arriveranno nella seconda metà dell'anno, dove il Centro Studi riproporrà l'analisi dell'andamento dell'intera filiera produttiva del cosmetico italiano.

I livelli di **occupazione** sono in crescita, con il 44% degli intervistati che ne ha previsto l'aumento, a fronte del 34% dello scorso semestre e del 20% medio registrato durante il 2013. Il forte peso degli andamenti giudicati costanti dai partecipanti all'indagine (ben 51 punti percentuali), e le dichiarazioni delle aziende cosmetiche sul **ricorso alla CIG**, in deciso calo rispetto agli anni di inizio crisi, confermano lo stretto legame di questo indicatore con i segnali di ripresa economica del paese.

Gli **investimenti in nuovi macchinari e impianti**, che rappresentano le previsioni degli imprenditori circa l'ampliamento della propria capacità produttiva, registrano andamenti costanti rispetto allo scorso semestre: il 28% ha aumentato la propria capacità produttiva, mentre il 64% segnala un ampliamento stabile.

Rimangono stabili gli **investimenti in manutenzione**, cioè la misura dell'ottimizzazione della capacità produttiva, indicativi del bisogno registrato dalle imprese di continuare a garantire la miglior attività di produzione. In linea con gli investimenti sugli impianti, il 95% degli intervistati ha investito in maniera stabile o maggiore sulla manutenzione.

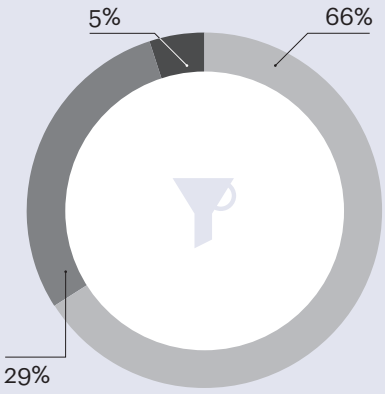
La reale spinta alla competitività da parte delle aziende cosmetiche viene rilevata dagli **investimenti in ricerca e sviluppo**. Il primo semestre del 2015 registra, come nell'intero 2014, una decisa previsione di aumento, segnalata dal 46% degli intervistati, che spicca sul 5% delle indicazioni opposte. Il 49% degli intervistati ha dichiarato un investimento costante, a conferma della vocazione all'innovazione e dello sforzo che il settore esprime ormai da tempo in risposta all'incertezza economico-politica del paese.

Gli **investimenti in comunicazione** confermano la forte ripresa già avvertita nel corso del 2014: le previsioni di aumento salgono dal 25% del dicembre 2013 al 38% attuale, mentre quelle in diminuzione passano dal 24% all'8%. Viene confermato l'andamento degli investimenti pubblicitari di comparto, sempre più multicanale e naturalmente orientati verso il web e i *social media*: le campagne di comunicazione virale, *branding* e *social care* delle aziende sottolineano l'attenzione all'evoluzione dei mezzi di comunicazione.

Aumentano anche le previsioni sul grado di **utilizzo degli impianti** - l'indicatore reale della flessibilità produttiva delle imprese cosmetiche - per questo primo semestre dell'anno. Le indicazioni di andamento costante vengono dal 56% degli intervistati, a riprova del moderato ottimismo sulle evoluzioni dell'economia italiana, ben sorrette dal 33% delle indicazioni "in aumento". La ricerca di una maggiore competitività, anche in ambito internazionale, rimane un elemento irrinunciabile e prioritario per le imprese di settore.

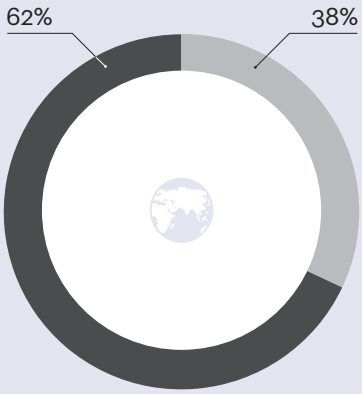
Pressochè costanti le preoccupazioni legate ai **costi di produzione**: gli intervistati che prevedono una situazione di aumento dei costi passano dal 35% dello scorso dicembre al 33% attuale, mentre le dichiarazioni di diminuzione scendono al 5%. Una sicura e decisa politica di revisione sulle marginalità sarà sempre più necessaria al fine di sostenere al meglio le necessità e le evoluzioni del mercato.

PREZZI MATERIE PRIME



- Fino al 3%
- Dal 3 al 6%
- Oltre il 6%

DESTINAZIONE EXPORT



- extra-UE
- UE

La rilevazione dell'incidenza dei **prezzi delle materie prime** sui costi di produzione ci aiuta a comprendere meglio la tendenza alla razionalizzazione della pressione sulle marginalità. La categoria “fino al 3%” (66%) d'incidenza supera i livelli dello scorso dicembre, mentre la categoria "oltre il 6%" passa dall'11% al 5% delle indicazioni. In continuo aumento l'interesse delle aziende cosmetiche verso i paesi extra-europei, che si confermano importante area di sbocco delle **esportazioni**, con il 62% sul totale.