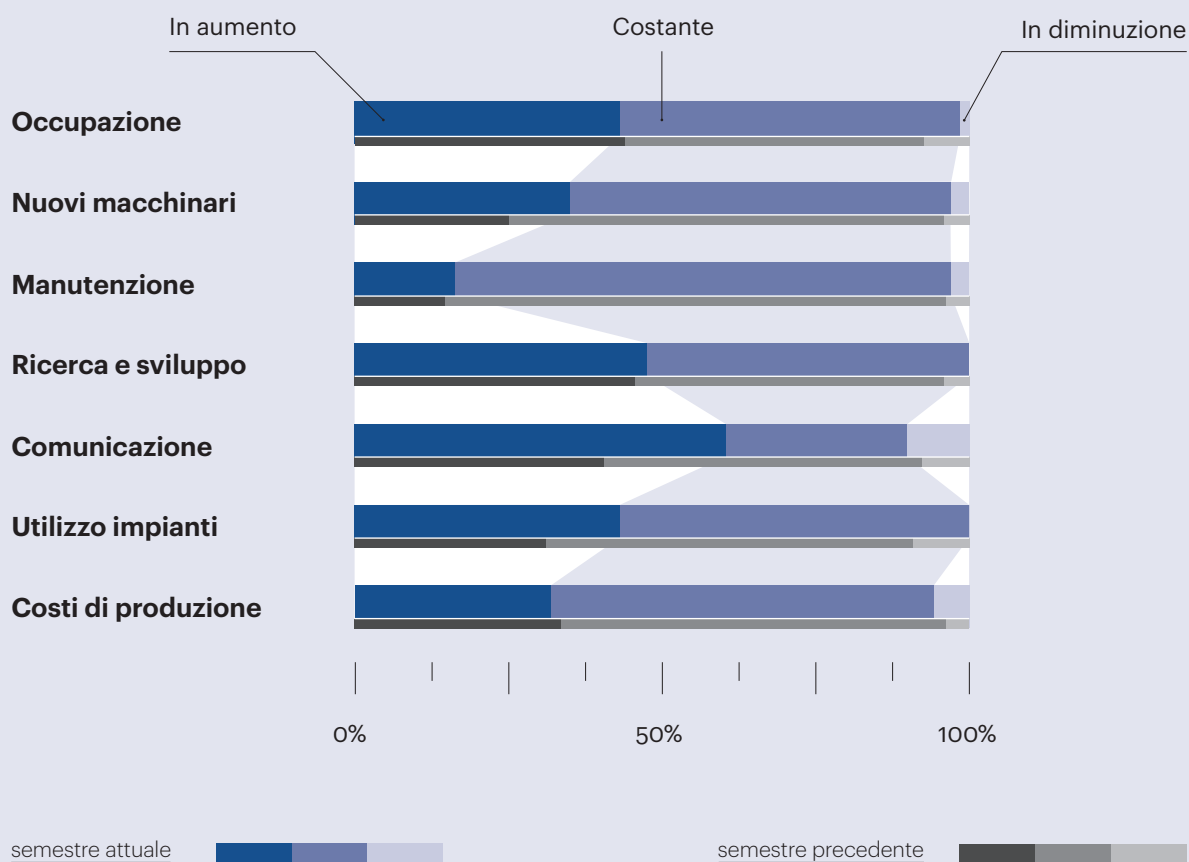


DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO · QUADRO DI SINTESI



8

Il secondo semestre del 2015 vede rinnovate le dinamiche industriali positive già espresse dagli imprenditori durante le indagini di fine 2014 e luglio 2015. Importanti elementi di riflessione arriveranno a inizio 2016, dove il Centro Studi riproporrà l'analisi dell'andamento dell'intera filiera produttiva del cosmetico italiano.

I livelli di **occupazione** sono positivi e in linea con quelli registrati nello scorso semestre, con il 42% degli intervistati che ne ha previsto l'aumento, a fronte del 20% medio registrato durante il 2013. Il forte peso degli andamenti giudicati costanti dai partecipanti all'indagine (ben 56 punti percentuali), e le dichiarazioni delle aziende cosmetiche sul **ricorso alla CIG**, praticamente assenti 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 significativi per comprendere lo spirito di ripresa di questo semestre: il 36% ha aumentato la propria capacità produttiva, mentre il 60% 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 96% degli intervistati ha investito in maniera stabile o maggiore sulla manutenzione.



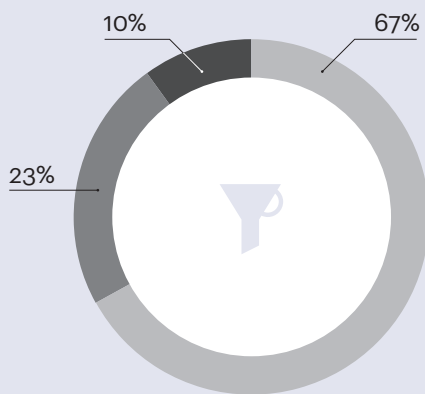
La reale spinta alla competitività da parte delle aziende cosmetiche viene rilevata dagli **investimenti in ricerca e sviluppo**. Il secondo semestre del 2015 registra, come nell'intero 2014, una decisa previsione di aumento, segnalata dal 48% degli intervistati, mentre il 52% degli intervistati ha dichiarato un investimento costante. Nessun operatore ha rilevato andamenti in calo, a conferma della vocazione all'innovazione e dello sforzo che il settore esprime ormai da tempo in risposta all'incertezza economico-politica del paese.

In accelerazione gli **investimenti in comunicazione**: dopo la forte ripresa avvertita nel corso del 2014, le previsioni di aumento salgono dal 38% al 60% attuali, mentre quelle in diminuzione sono vicine al 10%. 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 online, *branding* e di *social data enrichment* delle aziende sottolineano l'attenzione ai nuovi mezzi di comunicazione.

Aumentano anche le previsioni sul grado di **utilizzo degli impianti** - l'indicatore reale della flessibilità produttiva delle imprese cosmetiche - per questo secondo semestre dell'anno. Le indicazioni di andamento costante vengono dal 58% degli intervistati, a riprova del rinnovato ottimismo sulle evoluzioni dell'economia italiana, ben sorrette dal 42% 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.

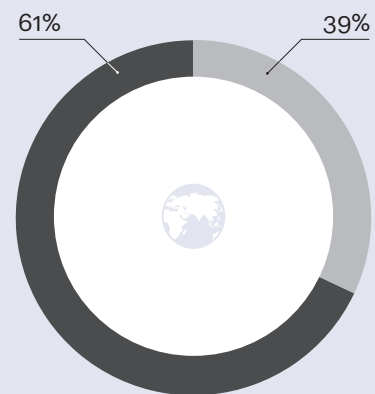
In diminuzione le preoccupazioni legate ai **costi di produzione**: gli intervistati che prevedono una situazione di aumento dei costi passano dal 35% dello scorso dicembre al 30% attuale, mentre le dichiarazioni di diminuzione sono il 7%. Un'analisi sulle marginalità sarà sempre più necessaria per capire quanto la struttura dei costi ha condizionato l'ottimizzazione delle risorse produttive o portato a nuove modalità di acquisizione.

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%" (67%) d'incidenza supera i livelli dello scorso dicembre, mentre la categoria "oltre il 6%" passa dal 5% al 10% 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 61% sul totale.