

La cosmetica italiana cresce del 14%

Pubblicato: Venerdì 15 Febbraio 2019



Secondo l'analisi della direzione studi e ricerche di **Intesa Sanpaolo**, la competitività delle imprese italiane della cosmetica è molto alta. Nel triennio tra il 2016 e il 2018 il fatturato del settore è salito del 14% per una cifra che si avvicina ai 12 miliardi di euro. Il settore conta sulla presenza di un buon numero di imprese di dimensioni **medie e grandi**: sono **115 le aziende** con un fatturato compreso tra **10 e 50 milioni di euro** e **43 quelle con un giro d'affari superiore ai 50 milioni di euro**.

Trainanti i mercati esteri dove **l'export è salito del 30% circa**. In pochi anni la cosmetica italiana ha portato il proprio avanzo commerciale **sopra i 2,5 miliardi di euro**; si tratta di un risultato eccezionale, soprattutto se si considera che si partiva da un saldo lievemente negativo nella prima metà degli anni **Novanta**.

Spiccano i livelli di eccellenza espressi dalle aziende del settore in termini di redditività: nel 2017 l'EBIT margin per le imprese di produzione di cosmetici è stato **pari all'8,8%**, 2,7 punti percentuali in più rispetto al manifatturiero italiano. Solo la **farmaceutica ha fatto meglio col 9,6%**. Gli elevati margini unitari hanno consentito alle imprese del settore di rafforzare la propria patrimonializzazione, salita al 30% circa (in % del totale del passivo), cinque punti percentuali in più rispetto al 2015.

Sono **dodici le province italiane** altamente specializzate nella cosmetica: nell'ordine Lodi, Cremona, Parma, Roma, Bergamo, Milano, Firenze, Monza e Brianza, Como, Bologna, Torino e Padova. È alta la concentrazione delle imprese del settore in Lombardia dove una serie di fattori ha favorito **la nascita di un meta-distretto altamente specializzato**, forte di alte competenze chimiche, contaminazione creativa

con altri comparti del Made in Italy (come moda e design), capacita? di anticipare le tendenze, di proporre prodotti innovativi, di altissima qualita?, fortemente personalizzati e personalizzabili e corredati da packaging accattivanti.

Giovanni Foresti della direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo e curatore dello studio, ha commentato: «Questi risultati non sono casuali, ma sono il frutto di **investimenti mirati** in comunicazione, qualita?, sostenibilita?, sicurezza, internazionalizzazione, tecnologia e capitale umano. La quota di imprese della cosmetica con marchi registrati a livello internazionale, certificati di qualita?, brevetti, partecipate estere e certificati ambientali e? significativamente piu? alta rispetto al complesso del manifatturiero italiano. Non a caso in questo comparto il peso delle immobilizzazioni immateriali e? quattro volte tanto il dato medio italiano».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it