

L'industria della bellezza Il settore sta crescendo del 5% in Italia e le aziende nordestine danno un forte contributo. Il caso Pettenon

Questo non è **un trucco**: creme e make up volano

Le donne non rinuncerebbero per niente al mondo a curare il benessere del proprio corpo. Si può fare a meno di una leccornia, di un regalo, persino di una vacanza, ma non si può fare a meno del make up, delle creme per il viso e per il corpo, dei prodotti per i capelli o dei solari.

Lo dimostra il fatto che, nel 2016, il fatturato globale del settore cosmetico in Italia è stato pari a 10,5 miliardi di euro, in crescita del 5%. Le esportazioni si sono confermate una componente chiave per la crescita dei valori di produzione, con un incremento del 12% e un valore vicino ai 4,3 miliardi. La bilancia commerciale, pur in presenza di importazioni in crescita, ha segnato un nuovo record positivo: 2,3 miliardi. Se poi consideriamo l'intera filiera cosmetica, analizzando tutti gli anelli della catena - dai macchinari di produzione agli ingredienti, dal packaging al prodotto finito -, si raggiunge un fatturato aggregato superiore ai 15 miliardi di euro.

I grandi brand sono quasi tutti esteri ma le nostre aziende, pur di dimensioni ridotte rispetto ai mostri sacri come Estée Lauder o L'Oreal, hanno saputo creare, nel tempo, dei prodotti di grande qualità, mantenendo un prezzo competitivo. «Lo scenario politico-economico ancora incerto non ferma l'industria cosmetica, che conti-



nua a investire in innovazione e in qualificazione della capacità produttiva, confermando così la tenuta strutturale di questo settore chiave per il Made in Italy», ha detto Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia. «Il consumo di cosmetici in Italia è in crescita e conferma l'irrinunciabilità di questi prodotti, complici i nuovi modelli di consu-

Internazionali
Pegorin (Ceo Pettenon)
«Dagli Usa ci aspettiamo 15-20 milioni di fatturato»

mo che hanno generato nuove opzioni di acquisto».

L'evoluzione in atto è sollecitata dalle nuove propensioni dei consumatori. Le vendite dirette, a domicilio o per corrispondenza, segnano trend superiori alla media grazie all'impatto dell'e-commerce, con una crescita che ha raggiunto il +8% con un valore di vendita superiore ai 750 milioni di euro. In ripresa anche gli istituti di bellezza, grazie a un'attenta rivisitazione dell'offerta, con una ripresa dei consumi del 2,9%, mentre i saloni di acconciatura crescono dell'1%. Anche la profumeria, che copre il 20,4% dei consumi cosmetici nel nostro Paese, è in ripresa,

Produttori di bellezza
Una delle fasi della produzione all'interno dello stabilimento della Pettenon Cosmetics, azienda di San Martino di Lupari che fattura 64,5 milioni di euro

sia pure timidissima (0,9%), mentre la farmacia segna una fase di stallo con un -0,1%; l'erboristeria, invece, prosegue con un trend positivo. Risente invece di andamenti interni disomogenei la Grande distribuzione, che ha segnalato una contrazione dello 0,8%. Il consumo dei singoli ha evidenziato una crescita per rossetti e lucidalabbra, seguiti da fondotinta e creme colorate, mentre a livello di famiglia restano i cosmetici per il corpo i più richiesti.

A questo andamento positivo hanno dato certamente un forte contributo le aziende del Nordest, che rappresentano il top della qualità nel settore. Dai co-

smetici della padovana Bios Line al make up della veronese Lakshmi, dalla rodigina Co.bio alla friulana Biofarma (che lavorano per conto terzi), dalla triestina Rouj alla vicentina Komet e ad altre decine di realtà produttive, emerge la crescita di Pettenon Cosmetics, azienda padovana - la sede produttiva si trova a San Martino di Lupari - specializzata e vicina ai centri professionali che curano i capelli. Pettenon oggi fattura qualcosa come 64,5 milioni di euro ed è presente in 91 Paesi nel mondo, con la volontà di entrare in Giappone e Gran Bretagna, due aree che, come gli Stati Uniti, dovrebbero garantire un ulteriore miglioramento dei ricavi. «Dagli Usa, dove siamo presenti da poco grazie a una società creata con un distributore americano - spiega Federico Pegorin, Ceo di Pettenon - ci aspettiamo, in un lasso di tempo tra i 5 e i 10 anni, circa 15-20 milioni di fatturato».

Pettenon Cosmetics produce 40 milioni di pezzi l'anno, ha 2 accademie di formazione, 4 laboratori interni, 220 dipendenti, è una realtà che non soffre della altisonante concorrenza francese e la soffrirà tanto meno in futuro, quando deciderà di produrre anche il make up. Oggi punta a esportare in cento Paesi con Giappone, Gran Bretagna e Argentina come opzioni principali.

Giorgio Naccari
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri
Il settore della cosmetica in Italia è cresciuto del 5% nel 2016, toccando un fatturato globale pari a 10,5 miliardi di euro (che salgono a 15

risultati dell'intera filiera). Le esportazioni sono una componente chiave: più 12%, con una bilancia commerciale positiva per 2,3 miliardi di euro e un valore di 4,3 miliardi

