

Economia & Imprese

Cosmetici, l'industria punta su export e online

PRODOTTI DI BELLEZZA

I consumi hanno ripreso quasi in maniera inattesa pur restando a saldi negativi

Alla fine del 2020 il calo del fatturato è dell'11,6%, a 10,5 miliardi di euro

Marika Gervasio

«Le prospettive sui mercati cosmetici del 2021 risentono inevitabilmente della coda della pandemia che si spera vada terminando i suoi effetti nei primi mesi del nuovo anno. Se consideriamo quanto accaduto nel 2020, a cavallo dei due episodi di picco del Coronavirus, con le relative attività di contenimento, non possiamo trascurare l'importanza della reattività del settore cosmetico e parallelamente dei consumi nazionali che hanno ripreso in maniera quasi inaspettata pur confermando saldi finali negativi, sicuramente meno critici di quanto si potesse prevedere». Così Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia, l'associazione di categoria, commenta l'impatto che l'emergenza sanitaria sta avendo sul settore della bellezza made in Italy che si appresta ad affrontare un nuovo anno pieno di incertezze.

«Anche la domanda estera è rallentata dall'incertezza sui mercati internazionali - continua Ancorotti -. Per il prossimo anno, se non si verificheranno ulteriori condizionamenti sia sulla mobilità dei consumatori sia sulla opportunità o meno di apertura dei negozi fisici, dovremmo registrare un rilancio, sicuramente lontano dai livelli della fine del 2019, ma in netta ripresa soprattutto perché il mercato cosmetico conferma l'insostituibilità dell'uso dei cosmetici, oltre alle nuove modalità di acquisto che inevitabilmente la pandemia ha accelerato. La proiezione ottimistica è generata quindi

dal confronto con i periodi di ripresa avvenuti già nel 2020 e si auspica che si consolidano nel corso del 2021».

I dati previsionali di chiusura d'anno ben definiscono lo scossone che ha colpito il settore: calo del fatturato dell'11,6% a 10,5 miliardi di euro su cui pesa la flessione del 15%, a 4,2 miliardi, dell'export voce fondamentale per le aziende di beauty italiane che hanno una forte propensione verso i mercati internazionali con quote di esportazioni sui ricavi tra il 70 e l'80%. In contrazione anche i consumi che scenderanno del 9,3% a 9,6 miliardi di euro.

Unico vincitore di questo squilibrio è l'e-commerce, il solo canale che registra un andamento positivo con un'impennata record del +35%. Il 2020 segnerà anche il sorpasso della profumeria da parte della farmacia che si posiziona al secondo posto per le vendite, con un calo di

due punti percentuali, dopo il mass market che, seppur con una lieve contrazione del -1,7%, continua a coprire oltre il 40% del mercato cosmetico. I due canali sono stati sicuramente avvantaggiati dal fatto di non aver mai dovuto chiudere durante l'emergenza in quanto negozi di beni di prima necessità. Perde posizioni la profumeria che arriva terza con un -24%. Ma le aziende non si arrendono. «Il 2020 è stato un anno particolarmente complesso per il mondo cosmetico nel corso del quale abbiamo cercato di offrire risposte ai diktat di mercato, in primis sicurezza e sostenibilità, offrendo prodotti performanti e all'avanguardia - spiega Matteo Moretti, presidente del Polo della Cosmesi -. Nonostante la difficile congiuntura economica causata dalla pandemia, per la nostra associazione è stato un anno ricco di nuovi progetti e iniziative e la speranza, per il 2021, oltre al ritorno ad una "nuova normalità", è che si possa continuare in questa direzione. Abbiamo puntato molto sulla formazione, leva strategica per il settore, e sulle attività di comunicazione e di internazionalizzazione. In questo panorama si inserisce anche il Global Cosmetics Cluster Europe, un progetto al quale il Polo, insieme ai cluster cosmetici di diversi Paesi europei, lavora da tempo e che ha come obiettivo quello di aiutare le imprese europee ad accedere a mercati terzi e a conquistare una posizione di leadership a livello mondiale. Si tratta di un'iniziativa importantissima per dare nuovo slancio all'export - leva strategica per le nostre aziende - messo a dura prova dalla pandemia».

Domenico Ganassini, presidente di Istituto Ganassini (Rilastil, Korff e Bioclin tra i marchi venduti in farmacia) racconta: «Come tutte le aziende anche noi abbiamo subito una flessione del business a causa della pandemia. Per quanto ci riguarda, nello specifico, le cause principali sono state due: da un lato l'impossibilità di uscire di casa se non per le emergenze nel primo pe-



Canali distributivi. Le farmacie nel 2020 hanno superato le profumerie posizionandosi al secondo posto nei cosmetici



RENATO ANCOROTTI
Presidente di Cosmetica Italia, l'associazione delle imprese del settore



MATTEO MORETTI
Presidente del Polo della Cosmesi



FABIO ROSSELLO
Amministratore delegato del gruppo Paglieri



MASSIMO BARISONE
Amministratore delegato del gruppo Paglieri

FATTORE CHIAVE

-15%

Il calo dell'export

A 4,2 miliardi la voce delle esportazioni si tratta di un capitolo fondamentale per le aziende italiane del beauty che hanno una forte vocazione verso i mercati internazionali con quote di esportazioni sui ricavi che variano tra il 70 e l'80 per cento. In contrazione anche i consumi che scenderanno del 9,3% a 9,6 miliardi. A salire invece sono le vendite attraverso l'e-commerce che registrano un andamento positivo con un'impennata record del 35%.

riodo di lockdown (marzo-aprile) ha dimezzato le visite specialistiche e di conseguenza sono calate le prescrizioni relative ai nostri prodotti; dall'altro le entrate contingentate in farmacia sono state un deterrente per le persone che vi si sono recate solo per estreme necessità legate alla salute e questo ha rallentato le vendite commerciali. Avendo i laboratori interni abbiamo immediatamente provveduto a studiare e a implementare sul mercato prodotti specifici per le circostanze, incrementato le offerte e migliorato i rapporti con il nostro cliente, sia farmacia, sia consumatore finale».

Il gruppo Ganassini chiuderà il 2020 con un fatturato di 143 milioni di euro pari a un -5% rispetto al 2019. «Il 2021 sarà un anno che ci vedrà molto impegnati nel consolidamen-

to del business e nel suo sviluppo - continua il presidente -. Rafforzaremo le linee dermatologiche e ginecologiche e faremo investimenti crescenti nella logistica per offrire un servizio sempre più puntuale e nella digitalizzazione soprattutto per quanto riguarda l'innovazione delle linee produttive. Ultimo, ma non meno importante, ci concentreremo sulla ricerca che è il fondamento portante di tutta la nostra realtà».

Si è adattata alle nuove esigenze del mercato ed è riuscita a chiudere l'anno con quasi tutti gli indicatori economico-finanziari positivi Paglieri. «Grazie alle misure di contenimento del rischio adottate fin dal primo momento dell'emergenza sanitaria, nonché al senso di responsabilità e alla dedizione di tutti i nostri collaboratori, l'azienda ha

avuto l'opportunità di mantenere la piena continuità operativa durante il lockdown, sia nella prima che nella seconda ondata - raccontano gli ad Fabio Rosello e Massimo Barisone -. Non abbiamo mai "staccato la spina", e questo, unito all'ottimo andamento a sell-out del nostro portafoglio prodotti, in crescita di oltre il 6% rispetto allo scorso anno, e al trend positivo dell'export, in crescita di oltre 25 punti percentuali, ci ha permesso di registrare quello che ad oggi è il nostro anno record: probabilmente sfonderemo il muro dei 140 milioni di fatturato con un profit e un Ebitda in crescita a doppia cifra».

Il periodo non certo facile non scoraggia l'azienda che ha in cantiere una serie di progetti e investimenti. «A inizio 2021 - dicono gli ad - implementeremo una nuova tecnologia nella produzione dei nostri prodotti: aboliremo i flaconi in favore del doypack, il che ci permetterà di ridurre notevolmente l'impatto ambientale immettendo sul mercato circa l'80% di plastica in meno a parità di prodotto. Questo formato inoltre è molto in voga all'estero, soprattutto nei paesi del Sol Levante, area di assoluto interesse strategico per Paglieri. Sempre parlando di sostenibilità lanceremo a breve il primo prodotto Felce Azzurra Bio con un flacone 100% in plastica riciclata».

Il focus sarà anche sull'export, driver principale di crescita dell'azienda che nel 2020 ha segnato una crescita, attraverso l'aumento della penetrazione in Paesi già consolidati come Germania e paesi Balcanici e l'apertura di nuovi mercati potenziali come i mercati asiatici, l'Ucraina e la Polonia. «Proprio per questo - concludono Rosello e Barisone - con il nostro esecutivo, di cui fanno parte anche Debora e Barbara Paglieri, siamo in ascolto per intercettare eventuali offerte di acquisizioni che ci permettano di accelerare il volano di crescita che abbiamo messo in moto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

Speciale UNIVERSITÀ E MASTER: OFFERTA FORMATIVA D'ECCELLENZA

V: Laureati ICT 100% occupati!

Nella Real Casa dell'Annunziata di Aversa, il Dipartimento di Ingegneria (ingegneria.unicampania.it) dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli offre corsi di studio strategici nel settore dell'informazione. Basti pensare ai dispositivi intelligenti connessi ad internet che vengono sviluppati ogni giorno, al 5G, alla robotica, ai

veicoli a guida autonoma, per non parlare dei supercalcolatori che, con l'intelligenza artificiale e i big data, stanno mutando l'assetto politico-economico-culturale. Da qui l'idea di fondere nell'ateneo Vanvitelliano i saperi dell'ingegneria dell'informazione in un unico corso di Laurea Triennale in Ingegneria Elettronica e Informatica, a cui

seguono le Lauree Magistrali in Ingegneria Elettronica e Ingegneria Informatica. L'eccellenza dei corsi di laurea aversani traspare dall'alta qualità scientifica dei docenti coinvolti, dai numerosi progetti di ricerca finanziati e dal 100% (fonte: Anvr, ottobre 2020) di occupati ad un anno dalla laurea magistrale.

V: Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli Dipartimento di Ingegneria

POLI.design. un ponte tra università e impresa

Realtà di riferimento a livello internazionale per la formazione post laurea

Tradizione e innovazione, qualità e capacità di collegamento con il mondo professionale sono i capitali che fanno di POLI.design, Società Consortile del Politecnico di Milano, una fra le realtà di riferimento a livello internazionale per la formazione post laurea. "Insieme alla Scuola del Design e al Dipartimento di Design, POLI.design fa parte del prestigioso Sistema Design del Politecnico di Milano, istituzione universitaria di riconosciuta eccellenza che riunisce attorno a sé un polo di ricerca e formazione unico nel suo genere - racconta l'amministratore delegato Matteo O. Ingaramo -. Da settembre 2020 la nostra sede si è spostata da via Durando all'interno del Campus Bovisa.



L'amministratore Delegato Matteo O. Ingaramo

Una scelta che consolida la crescita della società e che rappresenta il primo passo per la creazione di un hub dedicato al design". Un traguardo ambizioso che mette insieme tre realtà accademiche che si pongono come un ponte tra università e impresa. "Il nostro obiettivo è creare un 'Bridge Lab' che comprenda l'intera comunità del campus design Bovisa e che faccia da cerniera tra l'università e il mondo del lavoro. È in co-

struzione anche un nuovo sito, una piattaforma ricca di contenuti che sarà un punto di riferimento per tutti gli operatori del settore", prosegue Ingaramo. Secondo il QS Ranking 2020, uno dei riconoscimenti più ambiti nel campo della formazione, il Politecnico di Milano nella categoria Art & Design, di cui POLI.design fa parte, si classifica al 1° posto tra le università italiane, 3° in Europa e 6° al mondo. Con un'offerta composta da oltre 50 prodotti formativi erogati tra Master Universitari e Corsi di Alta Formazione pensati per esplorare la cultura del design a 360°, POLI.design offre a giovani laureati, professionisti che intendano perfezionare o aggiornare il proprio background, istituzio-

nali e imprese con un preciso orientamento all'innovazione, percorsi formativi in grado di coprire i 7 diversi ambiti di applicazione: architecture and interior design; business design; communication design; cultural heritage; digital and interaction; fashion design e product design. Nell'ambito del Sistema Design del Politecnico, POLI.design si avvale di una faculty altamente qualificata, affiancando alle lezioni teoriche l'utilizzo di strutture e laboratori fra i migliori d'Europa presenti nel campus Bovisa, oltre a workshop, visite e stage presso aziende e studi professionali, per entrare nel vivo del mondo del lavoro. "Il design nel prossimo futuro giocherà un ruolo fonamen-

te - dichiara Ingaramo - anche perché mai come in contesti economici e sociali complessi come quelli attuali, il design si può infatti trasformare in una risorsa in grado di orientare le società e i sistemi produttivi diventando anche una leva strategica per affermarsi nella competizione mondiale, nel rispetto delle identità e delle diversità".

Nei prossimi mesi partiranno nuovi prodotti formativi, alcuni sviluppati anche in collaborazione con istituzioni di vario tipo. I campi di applicazione sono molto vari proprio perché il design sta diventando una disciplina sempre più strategica in tanti settori, come il dialogo con l'ambito psicologico (Master in "User Experience Psychology", in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore) e del settore food (Master in "Design for Food", prima edizione ottobre 2021, in collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo). Per i Master in partenza nel periodo di autunno 2021 e primavera 2022, sono già aperte le iscrizioni, per cui è prevista un'agevolazione Early Bird per chi si iscrive entro i termini previsti.

Università Parthenope: l'unione fa il successo

DISAE propone percorsi di specializzazione per le aziende e i giovani

Il Dipartimento di Studi Aziendali ed Economici (DISAE) dell'Università di Napoli Parthenope, impegnato nella ricerca e nella formazione sui temi dell'organizzazione, dell'amministrazione, finanza e controllo, della sostenibilità, delle tecnologie intelligenti e del made in Italy, gestisce il Master Chief Financial Officer (CFO) - Direzione Amministrazione Finanza e Controllo e il Corso di formazione on line in Blockchain for Professional and Business Services (BPBS). Il Master CFO (mastercfo@uniparthenope.it) è un Master universitario, part time, rivolto a persone già inserite nel mondo del lavoro che vogliono essere protagoniste della crescita post-Covid delle aziende come direttori e consulenti nell'area AFC, partner del top management, esperti di processi informativi aziendali, di modelli e metodologie decisionali. Il Master CFO è un'esperienza formativa unica nel panorama nazionale, grazie alla partnership tra 5 Università del Sud, ANDAF e FDC, alla splendida sede di Villa Doria D'Angri.

Il Corso BPBS (corsobpbs@uniparthenope.it), organizzato con FIDDOC, MEDITERRANEO LAB 4.0 e SANNGETALL, si pone l'obiettivo di formare esperti in adozione ed utilizzo di tecnologie Blockchain per le organizzazioni. Il Corso (66 ore), rivolto a giovani da inserire nel mondo del lavoro e finanziato dal MISE, fornisce conoscenze sugli aspetti organizzativi, economici, giuridici e fiscali del Blockchain, nonché competenze professionali nell'utilizzo della piattaforma Blockchain LIRAX nei settori turistico-culturale; Fashion, Art and Food; PA; Professionals; SCM e logistica 4.0.



La sede di Villa Doria D'Angri - Napoli

Statistica e data science: percorsi di eccellenza

Disia - Dipartimento di Statistica, Informatica, Applicazioni "G. Parenti"

Le imprese interessate all'innovazione hanno bisogno di Data Scientist, professionisti in grado di dare risposta ai quesiti di ricerca e sviluppo provenienti dalla crescente disponibilità di dati ad elevata complessità interpretativa. Il DISIA, dipartimento "di eccellenza" MIUR (www.disia.unifi.it), si pone come punto di riferimento per la Data Science grazie alle competenze di ricerca - supportate dalla capacità di calcolo del suo Laboratorio DISIALab - sviluppate in settori quali la gestione dei dati, i metodi



computazionali per la simulazione di scenari complessi, applicazioni tecnologiche e ingegneristiche (Centro SiEaring), analisi di impatto per le decisioni in ambito economico e sanitario, dinamiche dei fe-

nomeni socio-demografici, studiati dall'unità di ricerca "Popolazione e Società". Il DISIA propone un'offerta didattica che contempla l'intero percorso formativo in Statistica e Data Science: laurea triennale, laurea magistrale e dottorato di ricerca, oltre alla laurea triennale e magistrale in Informatica con due curricula orientati agli aspetti computazionali dell'analisi di dati e alla sicurezza dei sistemi cyber fisici. Per la formazione di figure professionali altamente qualificate in

Data Science, il DISIA ha attivato con la Scuola IMT Alti Studi Lucca il Master di I livello in Data Science and Statistical Learning (MD2SL), promosso dal Florence Center for Data Science, finanziato con 2 borse premio (https://www.disia.unifi.it/vp-283-master.html). Nell'ambito della collaborazione con il Centro di Competenza ARTES 4.0, il DISIA promuove il corso di formazione «Spl4.0: La Statistica per le Imprese in Ottica 4.0», specificamente pensato per tecnici e aziende (https://www.artes4.it/).