



La Sicilia è la settima regione d'Italia per acquisto di cosmetici

5 ottobre 2012 **Alessandra Bonaccorsi**



La Sicilia si piazza al settimo posto tra le regioni italiane per l'acquisto di cosmetici. È quanto emerge dal report Unipro (Associazione italiana delle imprese cosmetiche).

Con il 6,4% di consumi, la nostra isola è seguita dalla Toscana con il 6%. Mentre ai primi posti sveltano Lombardia (19,7%), Lazio (9,1%) e Veneto (8,9%). E se si parla di cosmetica italiana, non si può certo dire che risenta della crisi economica. Secondo i dati presentati al convegno su "Tradizioni, cultura industriale e numeri della cosmetica", organizzato nell'ambito di

PharmEvolution, la convention regionale che si è svolta a Palermo e a cui hanno partecipato oltre 450 farmacisti da tutta la Sicilia, pur nel calo generalizzato dei consumi, quest'anno il settore cresce del 2-3% e continua a spostare l'asse degli acquisti verso la farmacia, a cui si rivolge il 18,1% dei consumatori (contro il 14,1% nel 2006). Mentre il 40% sceglie la grande distribuzione (nel 2006 era il 41,2%) e il 23,3% preferisce la profumeria (nel 2006 era il 26%), entrambi i canali tradizionali, dunque, cedono quote di vendite alla farmacia.

Tra i numeri della cosmetica, presentati a PharmEvolution dal direttore generale Unipro Maurizio Crippa, c'è anche un lusinghiero +30% del rapporto export-produzione registrato in Italia a fine 2011.

"Con oltre nove miliardi e ottocentomila euro, - ha detto Crippa - l'Italia è il terzo sistema economico della cosmetica, dopo la Germania (12,6 miliardi) e la Francia (10,2 miliardi)".

"A far spostare l'asticella degli acquisti di cosmetici a favore della farmacia - commenta il vicepresidente di Federfarma Nazionale e organizzatore di PharmEvolution Gioacchino Nicolosi - non è solo la certezza di trovare prodotti di alta gamma a prezzi di gran lunga inferiori rispetto a cosmetici dello stesso livello venduti attraverso i canali tradizionali, ma anche la fiducia nel farmacista, a cui viene riconosciuta dai cittadini professionalità e competenza. Il farmacista ha assunto anche il ruolo di consulente di benessere, ed è grazie a questa sua nuova veste che la farmacia è riuscita a recuperare quote di mercato nel campo della cosmetica. A ciò si aggiunga che la crisi ha modificato anche questo tipo di consumi, e chi tradizionalmente si rivolgeva alle profumerie per trovare prodotti "gratificanti", ora vuole anzitutto il risultato e lo cerca in farmacia, dove sa di poter contare su un miglior rapporto qualità-prezzo e sul consiglio di un professionista orientato dalle esigenze del cittadino non dalle regole del commercio. Il valore aggiunto del farmacista - conclude Nicolosi - è la chiave di volta per comprendere l'incremento della cosmetica in farmacia".