



**COSMETICA ITALIA**

**Audizione 10<sup>a</sup> Commissione Industria,  
Commercio e Turismo  
Senato della Repubblica**

**16 Giugno 2020**



# COSMETICA ITALIA

Cosmetica Italia è l'associazione nazionale delle **imprese cosmetiche**.

Oggi conta tra i suoi **associati** oltre 560 **aziende**, rappresentative di circa il **90% del settore**.

Aderendo a **Federchimica**, Cosmetica Italia è la sola Associazione di categoria del sistema **Confindustria** a rappresentare il comparto.



# UN'INDUSTRIA CHE FA BENE AL PAESE

Dal 1967 **Cosmetica Italia** è la voce dell'industria cosmetica nazionale e della sua filiera: **oltre 560 imprese aderenti** - grandi multinazionali, ma anche piccole e medie realtà produttive legate al territorio e a produzioni specifiche e di nicchia - per un totale di **35 mila addetti diretti (54% donne e l'11% di laureati) che diventano 391 mila sull'intera filiera cosmetica (occupati afferenti ai canali di estetica, acconciatura, profumeria, farmacia, erboristeria e vendita diretta).**

Con un **fatturato globale di 12 miliardi** registrato nel 2019 che raggiunge i **33 miliardi di valore generato dal sistema economico allargato dell'intera filiera**, l'industria cosmetica italiana è **un'eccellenza del Made in Italy** che destina all'export oltre il 40% della produzione per un totale di 5 miliardi di euro e con una bilancia commerciale che nel 2019 ha toccato il livello record di 2,8 miliardi di euro.

Le imprese della filiera cosmetica (produttori, terzisti, distributori) sono presenti su tutto il territorio nazionale. La **Lombardia è la regione con il più alto numero di imprese della cosmesi**, seguono Emilia - Romagna e Veneto.

**Ricerca e innovazione sono tratti distintivi del settore cosmetico.** In Italia, a fronte di un investimento medio del 3% in ricerca e sviluppo rispetto al fatturato, le imprese della cosmesi destinano una media del 7% del fatturato per l'innovazione e la tecnologia.

# I PRODOTTI COSMETICI

I cosmetici sono una parte fondamentale della nostra routine quotidiana e contribuiscono in maniera significativa alla nostra qualità di vita.

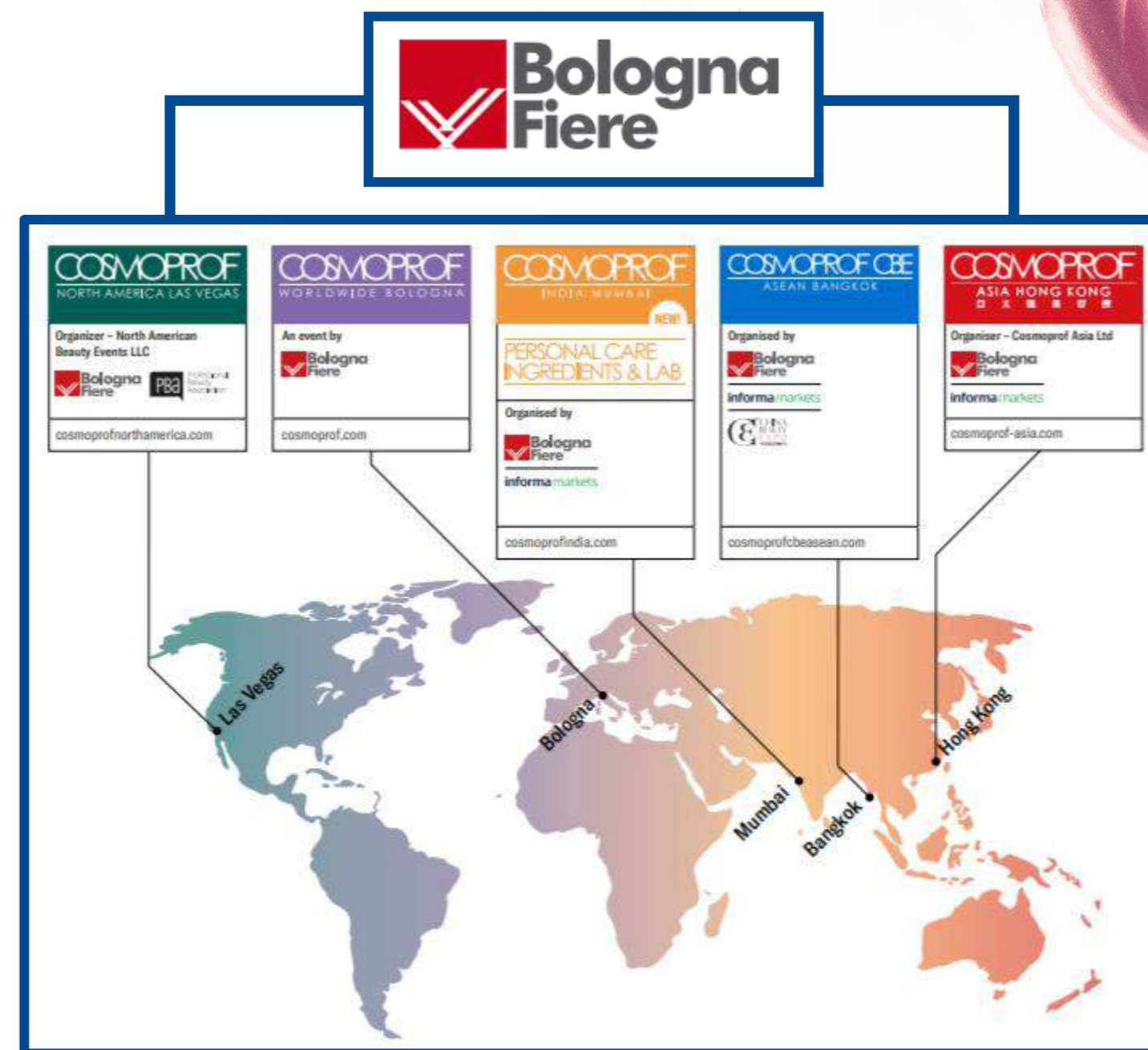
Ogni individuo utilizza **quotidianamente almeno 8 cosmetici**.

Dai gesti legati all'igiene, passando per idratazione e protezione, fino ad arrivare al tocco finale di rossetto, mascara o profumo, i prodotti cosmetici sono **indispensabili alleati per il benessere di ognuno** in ogni fase della vita.

# PARTNERSHIP

Cosmetica Italia è **partner strategico** di **BolognaFiere - Cosmoprof** nell'organizzazione della più importante manifestazione al mondo dedicata alla cosmesi: **Cosmoprof**, che con le sue edizioni internazionali porta in tutto il mondo la bandiera del Made in Italy con qualità e continuità.

L'Italia è un paese particolarmente attrattivo per gli investimenti esteri: tutti i maggiori gruppi internazionali del settore hanno infatti investimenti diretti o indiretti, così come hanno stretto partnership commerciali e industriali.

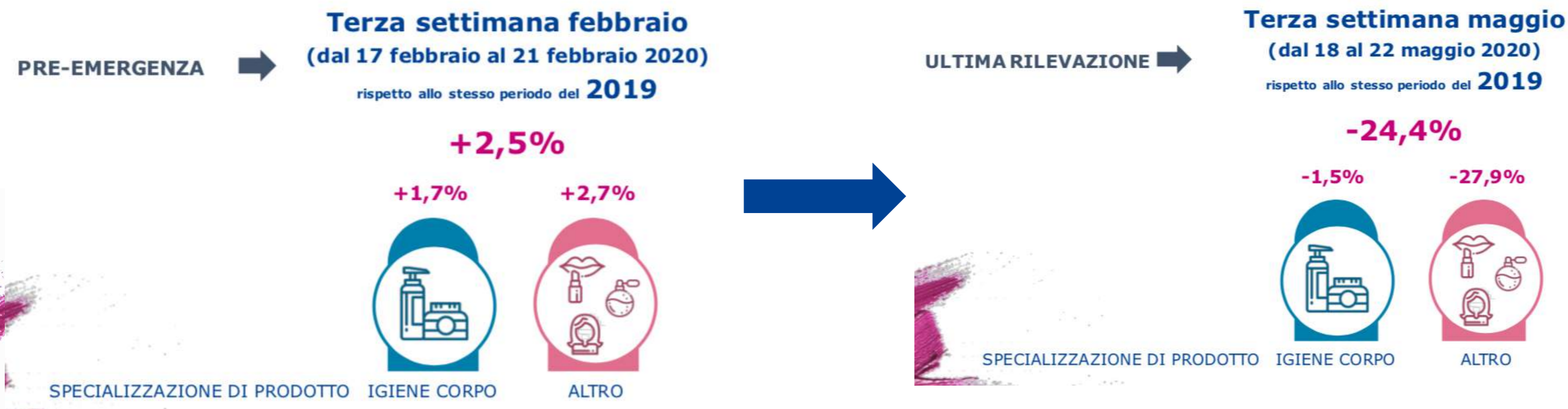


# L'IMPATTO DELL'EMERGENZA COVID

- Durante l'emergenza la filiera della cosmetica è rimasta attiva per garantire la fornitura di beni essenziali relativi all'igiene personale e alla cura della persona;
- Numerose imprese associate hanno attivato rapidamente processi di conversione, per avviare la fabbricazione di prodotti cosmetici necessari in fase di emergenza, in particolar modo per quanto attiene a gel e detergenti igienizzati;
- Cosmetica Italia ha contribuito ad una raccolta fondi a sostegno dell'emergenza promossa da Federchimica;
- Il comparto ha effettuato molteplici donazioni, destinate soprattutto ad ospedali e associazioni, in prodotti essenziali per il contrasto dell'epidemia: gel e detergenti igienizzati, così come prodotti lenitivi e idratanti per la pelle, prodotti per l'igiene personale.

# L'IMPATTO DELL'EPIDEMIA SULL'INDUSTRIA COSMETICA

Il Centro Studi di Cosmetica Italia ha tenuto costantemente monitorato l'andamento del comparto e dispone oggi di un quadro completo dell'impatto dell'epidemia sul settore della cosmesi. Le ultime stime



Si stima una chiusura del 2020 con un fatturato globale del settore cosmetico in calo del 25%.

# L'IMPATTO DELL'EPIDEMIA SULL'INDUSTRIA COSMETICA

Nonostante le riaperture totali, all'inizio della Fase 2, dopo il lockdown, i livelli di sell-in restano molto più bassi rispetto al 2019, a causa delle pesanti difficoltà nelle dinamiche dei punti di vendita;

- Il mass market perde il 6% in valore e quasi il 3% in quantità;
- La profumeria conferma le difficoltà derivanti dallo scarso movimento della clientela, l'online compensa solo in parte tale perdita;
- L'erboristeria conferma il calo del sell-out, timidi segnali di ripresa;
- Rallenta la contrazione del canale farmacia, ma ancora significativa la sofferenza della dermocosmesi, in particolar modo solari e cura della persona;
- Nei canali professionali sono ancora evidenti gli effetti delle chiusure prolungate, su cui gravano oggi maggiori oneri legati ai nuovi standard di sicurezza;
- In calo le vendite dirette, unico trend positivo segnato dall'e-commerce (+45%), ma insufficiente la compensazione con le perdite negli altri canali tradizionali

	Var. %
Mass market	-11
Profumeria	-60
Farmacia	-4
Canali professionali	-70
Vendite dirette	-35
E-commerce	45
Erboristeria	-40



# L'IMPATTO DELL'EPIDEMIA SULL'INDUSTRIA COSMETICA/2

Sono quattro i fattori di particolare sofferenza che impatteranno sul comparto italiano della cosmesi:

1. Le aziende specializzate nei singoli canali hanno cercato di rimodulare la produzione, sia riconvertendo, sia cercando nuove pianificazioni in Italia e all'estero, tradizionale elemento di competitività dei produttori in conto terzi. Preoccupano, gli alti tassi di insoluti e i ritardi dei pagamenti;
2. La mancanza di liquidità, aggravata dalla prolungata chiusura dei punti vendita, crea evidenti danni anche per le imprese specializzate nel canale selettivo che lamentano le difficoltà di recupero dei valori storici;
3. Nei canali professionali, alti i rischi legati all'abusivismo e alla chiusura definitiva di molti esercizi, con conseguenti impatti sulle imprese specializzate nel canale;
4. Sul piano internazionale, l'export è condizionato dagli effetti globali della pandemia: a fiere rimandate e spostamenti condizionati si somma un rischio reputazione per il marchio Made in Italy, il cui valore nella cosmesi era sinonimo di qualità a livello globale.

# LE ISTANZE DEL COMPARTO

Cosmetica Italia ritiene prioritario che, nelle politiche di contrasto alla crisi derivante dall'epidemia, si tenga conto della necessità di evitare la perdita di competitività in tutti i settori economici, ma soprattutto nei comparti che - per valore generato, strutturazione della filiera e impatto sulla bilancia commerciale - gli effetti della crisi economica rischiano di essere ampiamente più rilevanti (rischi occupazionali, riduzione investimenti).

Le istanze del comparto per fronteggiare la crisi sono:

- **Riduzione dell'IVA sui prodotti essenziali di igiene personale;**
- **Sostegno all'Internazionalizzazione delle imprese italiane e all'attrazione di investimenti esteri;**
- **Abolizione della Plastic Tax, con sostegno a politiche di efficientamento e ottimizzazione ambientale lungo tutta la filiera produttiva della cosmesi;**

# 1. RIDUZIONE DELL'IVA AL 5%

I **prodotti di igiene personale** sono da sempre indispensabili strumenti quotidiani per assicurare un costante livello di pulizia ed igiene e quanto mai, in questo momento, rilevanti per il rispetto delle raccomandazioni volte a prevenire il contagio e limitare il rischio di diffusione del virus, al pari di altri beni essenziali.

L'applicazione di un'aliquota agevolata ai prodotti di igiene personale **garantirebbe un maggiore accesso da parte dei cittadini** – soprattutto nelle fasce più deboli della popolazione, vista la diminuita capacità di spesa correlata agli effetti del lockdown – a tutti quei prodotti che ricoprono un ruolo centrale nella routine di igiene personale e cura di sé, aspetto fondamentale per il contrasto all'emergenza epidemiologica ancora in atto.

## 2. SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE E ALL'ATTRAZIONE DI INVESTIMENTI ESTERI

Le proposte contenute nel «**Patto per l'Export**» rappresentano un segnale importante per il rilancio del «Made in Italy» ma sarà fondamentale pensare a nuove politiche di:

- **Sostegno all'internazionalizzazione: incrementando gli investimenti dell'ICE** per la realizzazione di programmi ordinari e straordinari in aree ad alto potenziale (Nord America, Sud Est Asiatico ed Europa allargata, tra cui Europa Centrale, Russia, Paesi Nordici, Paesi Baltici, Penisola Iberica), sia per promuovere una maggior conoscenza della cosmesi «Made in Italy» sia per offrire nuove opportunità di business alle aziende italiane.
- **Stimolo degli investimenti stranieri:** favorendo gli investimenti dal punto di vista fiscale e normativo e riducendo al contempo gli adempimenti burocratici.

## 3. ABOLIZIONE DELLA PLASTIC TAX

Occorre **evitare l'aumento della pressione fiscale**, soprattutto con l'introduzione di nuove imposte con effetti negativi sia per le imprese che per i prodotti: il rinvio dell'applicazione della **tassa sulla plastica** è un primo passo ma è **necessario pensare alla sua abolizione**.

Sarà importante **promuovere la ricerca di soluzioni innovative** (sostenendo le partnership con le Università per l'adozione di packaging compatibili con la formulazione dei prodotti ed economicamente sostenibili) **e la progettazione per la riconversione delle produzioni già avviate**, in una logica che deve focalizzarsi su politiche di ampio respiro verso la **promozione e il sostegno di sistemi di efficientamento e sostenibilità ambientale** da implementare lungo tutta la filiera della cosmesi.

