

## Il settore della bellezza cresce del 5% all'anno

SIGNORINI E MEINI A PAG. 18



### SPECIALE FIERE

L'ECONOMIA DEL BEAUTY

# La bellezza "toscana" cresce del 5% all'anno

Il settore della cosmesi e dei profumi occupa nella regione 2.200 lavoratori. L'export, solo nell'area fiorentina, è passato in 10 anni da 69 a 150 milioni

**Luca Signorini**

**C'**è un boom del settore cosmetico in Italia. Dentro ci sono aziende che producono dentifrici, saponi, deodoranti, creme per il viso e il corpo, prodotti per il trucco, per la barba, profumi. Ma anche i grossisti e chi realizza per conto terzi. E poi i saloni di acconciatura, i centri estetici e del benessere. È il grande mondo della cura della persona, attività quotidiane, che in un giorno si ripetono più volte, routine. I dati dell'associazione nazionale Cosmetica Italia, oltre 500 imprese associate, sono stati presentati alla grande fiera Cosmoprof, che si è svolta a Bologna dal 15 al 18 marzo, vetrina internazionale per gli operatori del settore.

La nostra regione è assoluta protagonista. Come numero di imprese cosmetiche, la Toscana segna una percentuale del 5,4% sul totale, la precedono Lombardia (che fa la parte

daleone con oltre il 50%), Emilia Romagna (10, 8%), Veneto (8, 2%) e Piemonte (6, 6%). A livello di fatturato siamo al 7,1%, il Lazio sale all'11,1%, mentre scende nella classifica l'Emilia Romagna (3,4%).

Nel triennio 2015-2017, più di 130 imprese hanno registrato un aumento del fatturato superiore al 15%. Sono oltre 2.000 gli addetti specializzati: le elaborazioni sono della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo. Nel territorio toscano sono operative circa 380 imprese distinte in 89 specializzate nella produzione di cosmesi e 291 nel commercio all'ingrosso di profumi e cosmetici. I lavoratori impiegati sono 2.200. Sia come distribuzione geografica di aziende sia come addetti, la Toscana realizza circa il 7% del dato italiano. La provincia a maggior specializzazione è quella di Firenze, dove si trovano il 38% delle realtà produttive e più della metà degli occupati (57%). Non solo, il distretto fiorentino è tra i più importanti in Ita-

lia, con un valore dell'export che negli ultimi dieci anni è passato da 69 a 150 milioni di euro. Hong Kong, Corea, Cina, Usa e Russia sono i mercati internazionali di riferimento.

I numeri danno conto del momento d'oro per la cosmetica. Nel triennio 2015-2017, infatti, secondo lo studio di Intesa Sanpaolo le aziende toscane hanno incrementato i fatturati per una media del 4,7%, con risultati più marcati per le imprese specializzate in produzione (+7, 3%), rispetto a quelle che gestiscono la distribuzione (+2, 4%). Su oltre 1.000 realtà analizzate (con un fatturato complessivo di circa 11, 6 miliardi), le 63 della nostra regione che rientrano nel report hanno realizzato nel 2017 un fatturato di oltre 1 miliardo (9% del totale campione). «Il nostro gruppo nel 2018 ha sostenuto l'imprenditoria toscana con oltre 2, 2 miliardi di euro di finanziamenti, accompagnando lo sviluppo dell'economia anche con operazioni di finanza straordinaria e sostenendo reti e filiere

produttive – spiega Luca Seve- rini, Direttore Regionale Toscana e Umbria Intesa Sanpaolo – la nostra Direzione Studi e Ricerche ha analizzato i flussi di pagamento gestiti dalla clientela del gruppo: per le imprese della cosmetica toscana sono state analizzate più di 26.500 transazioni per un importo complessivo di circa 482 milioni di euro realizzato nel 2017».

In Toscana ce ne sono di strutturate. Ha 400 dipendenti, con un fatturato superiore ai 300 milioni di euro, per esempio, la Manetti & H. Roberts & C., azienda italo britannica che fa parte del gruppo Bolton Group International, fondata nel 1843 a Firenze e trasformata nel 1921 in Manetti & Roberts grazie al sodalizio con la farmacia fiorentina di Lorenzo Manetti. Poi la Ludovico Martelli del noto brand Proraso, 120 addetti e 60 milioni di fatturato, con sede a Fiesole. E ancora Bottega Verde: nata nel 1972 a Pienza (Siena) dove nella Tenuta Massai- ni si trova il centro delle colti-

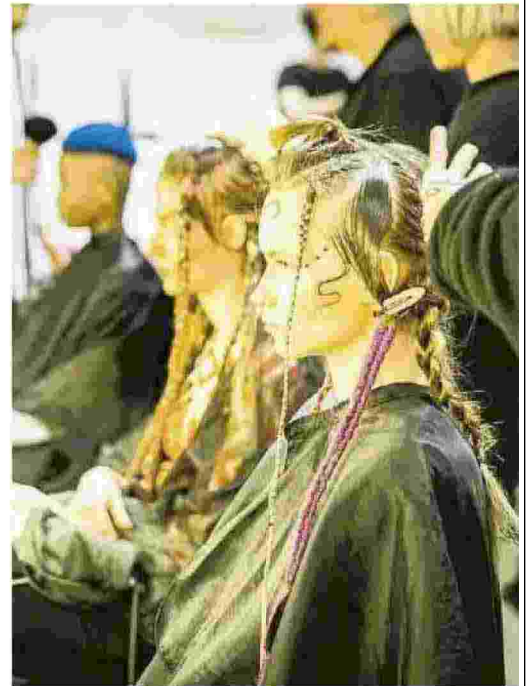
vazioni alla base dei propri prodotti, conta oltre 400 punti vendita in Italia e negozi monomarca in 25 paesi in tutto il mondo. Legata al sistema moda è la Ferragamo Parfums, che sviluppa e distribuisce profumi a marchio Salvatore Ferragamo ed Emanuel Ungaro. Quindi Biodue Spa, quotata in borsa, con i marchi Pharcos, Selerbe e BiOfta. Altri nomi importanti sono Tricobiotos (produzione e commercializzazione di prodotti cosmetici per capelli), Ghd Italia (specializzata nel segmento hair styling) e Acqua dell'Elba, nata alla fine degli anni '90, realizza fragranze, profumi e linea bagno ispirati all'isola toscana.

Si vede dai dati sulle vendite forniti da Cosmetica Italia. La cosmetica "digitale", ovvero l'e-commerce, cresce del 22% e tocca un valore di 390 milioni di euro.

Anche se continua ad andare per la maggiore la grande distribuzione, che copre il 41% del mercato di settore (4,1 miliardi). In ripresa il canale profumeria (1,5% di aumento, valore delle vendite pari a 2 miliardi) e, seppur più contenuto, quello erboristeria (+0,2%, 441 milioni di euro). Sui singoli prodotti, performance importanti dalle linee da toilette e profumi maschili (un incremento del 4,5%), rossetti e lucidalabbra (+3,4%) e creme anti-età e antirughe (+1,8%). Insomma, il settore cosmetico ha un ruolo di primissimo piano. —



Luca Severini di Intesa Sanpaolo



Cosmoprof ha una sezione dedicata anche alla cura dei capelli

The collage features several articles from local newspapers. The top left clipping is from 'TOSCANA ECONOMIA' with the headline 'DAMMI IL S...G' and a photo of a person in a white protective suit. The top right clipping is from 'IL SORRISO' with the headline 'La bellezza "toscana" cresce del 5% all'anno' and a photo of a woman. The bottom right clipping is from 'IL SORRISO' with the headline 'IL SORRISO' and 'do no IMPLANTOLOGIA A PREZZI RIDOTTI'.