



COSMETICA ITALIA

**Audizione X Commissione Attività Produttive,
Commercio e Turismo
Camera dei Deputati**

18 Novembre 2020



COSMETICA ITALIA

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

Oggi conta tra i suoi **associati** oltre 580 **aziende**, rappresentative di di più del **90% del mercato cosmetico in Italia**.

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 580 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 **36 mila addetti diretti (54% donne e l'11% di laureati) che diventano 400 mila sull'intera filiera cosmetica** (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 6% 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.

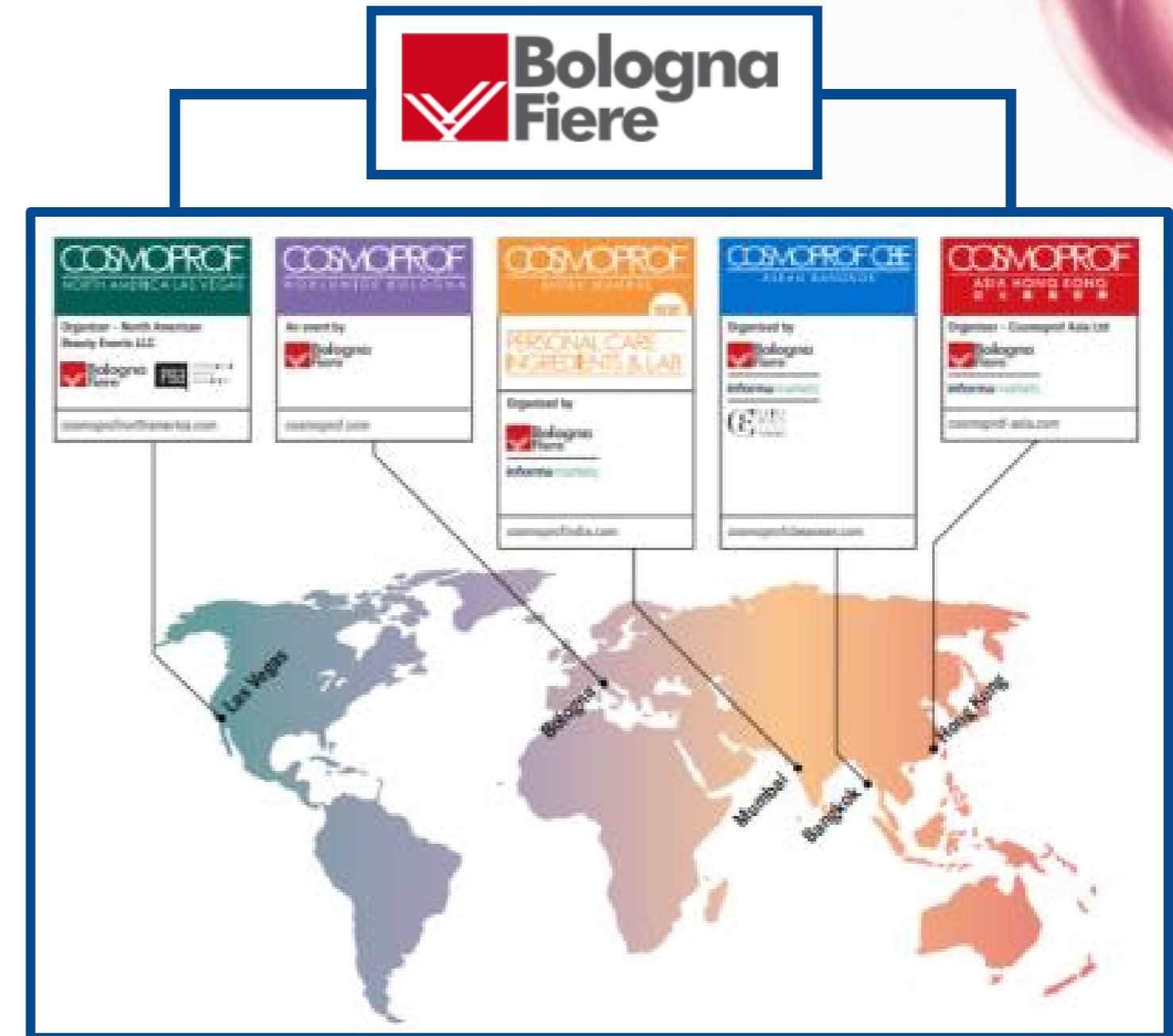
Ogni individuo utilizza **quotidianamente almeno 8 cosmetici**.

Dai gesti legati all'igiene personale, passando per idratazione, prevenzione 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 e accompagnano i **gesti quotidiani essenziali**, legati alla sfera del benessere e della cura del sé.

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, grazie ad uno specifico know-how di settore, ha mantenuto una particolare **attrattività 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.
- Grazie ad un costante dialogo con il Governo nei mesi più acuti della pandemia abbiamo **supportato la riapertura il 18 maggio dei circa 130.000 saloni dedicati al benessere** (95.000 saloni di acconciatura, 35.000 saloni di estetica) che vedono impiegati oltre 263.000 addetti e generano complessivamente un **giro d'affari di 6 miliardi di euro.**

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.

L'emergenza sanitaria avrà inevitabilmente un impatto negativo sulle *performance* del settore per cui si stima per il 2020:



Consumi -9,3%

Fatturato -11,6%
(10,5 miliardi)

Export -15%
(4,2 miliardi)

Bilancia commerciale
- 311 milioni

L'IMPATTO DELL'EPIDEMIA SULL'INDUSTRIA COSMETICA

Durante il *lockdown* i canali di distribuzione hanno sofferto pesantemente per le chiusure obbligatorie di alcuni settori professionali e per la scarsa frequentazione dei consumatori:

- La **grande distribuzione** e la **farmacia** sono i canali che hanno subito il minor impatto durante la pandemia registrando trend di diminuzione ben al di sopra della media dell'intero comparto;
- La **profumeria** conferma le difficoltà derivanti dallo scarso movimento della clientela e l'**online** compensa solo in parte la perdita;
- L'**erboristeria** conferma il calo del sell-out con evidenti impatti anche sui tentativi di recupero della clientela post-lockdown;
- Si conferma la riduzione delle **vendite dirette** che fa scendere drasticamente il valore del canale;
- Nei **canali professionali** sono ancora evidenti gli effetti delle chiusure prolungate, su cui gravano oggi maggiori oneri legati ai nuovi standard di sicurezza. **Preoccupa particolarmente la nuova chiusura dei saloni di estetica nelle zone rosse** che ne mette a repentaglio la capacità di riapertura e rischia di favorire la diffusione dell'abusivismo.

	Stima chiusura 2020/2019 Var. %
Mass market	-1,7
Profumeria	-24
Farmacia	-2
Acconciatura	-29
Estetica	-28,3
Vendite dirette	-30
E-commerce	35
Erboristeria	-25

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. Preoccupano, gli **alti tassi di insoluti e i ritardi dei pagamenti**;
2. La **mancaza 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**, restano alti i rischi legati all'abusivismo e alla chiusura definitiva di molti esercizi, con conseguenti impatti sulle imprese specializzate nel canale **in particolare nell'estetica soggetta a nuove chiusure**. Il 97% delle aziende specializzate nell'estetica professionale è composto da PMI, la metà delle quali microimprese con fatturati inferiori ai 2 milioni di euro che stanno ancora recuperando i danni derivanti dal primo *lockdown*.
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 sui quali - 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;**
- **La riapertura dei saloni di estetica nelle c.d. zone rosse;**
- **Abolizione della Plastic Tax, con sostegno a politiche di efficientamento e ottimizzazione ambientale lungo tutta la filiera produttiva della cosmesi;**
- **Sostegno all'Internazionalizzazione delle imprese italiane e all'attrazione di investimenti esteri.**

1. RIDUZIONE DELL'IVA AL 10%

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 per un selezionato set di prodotti di igiene personale rappresenterebbe **un incentivo a non far venire meno una corretta prassi igienica** rendendo l'accesso a prodotti indispensabili per la vita quotidiana **meno oneroso da parte dei cittadini e assicurando altresì un immediato sollievo dal punto di vista della liquidità alle fasce più deboli della popolazione.**

Tale misura costituirebbe un **efficace stimolo per la domanda interna in crisi e permetterebbe di mitigare le perdite che il comparto sta registrando nella vendita dei prodotti dedicati al trucco** che hanno risentito pesantemente - in particolare nella fascia *premium* - della ridotta capacità di spesa dei consumatori e della rimodulazione della quotidianità.

2. RIAPERTURA DEI CENTRI ESTETICI

Il 90% dei **35.000 saloni di estetica presenti sul territorio nazionale** è costituito da piccolissime unità, con mediamente 2 persone occupate per salone, capaci di generare **fatturati e margini molto bassi**, appena sufficienti a garantire la gestione giornaliera dell'esercizio.

La nuova chiusura dei centri estetici nelle zone rosse metterà a **repentaglio non solo la capacità di riapertura di questi esercizi ma anche la competitività dell'intera filiera dedicata all'estetica**: dalle PMI specializzate alle oltre 500 aziende distributrici che impiegano più di 2000 agenti, a cui si aggiungono le aziende produttrici di macchinari, strumentazioni e articoli monouso.

Una riapertura dei saloni di estetica avrebbe, inoltre, il beneficio di **arginare gli effetti distorsivi legati ai casi di abusivismo** già registrati nelle città delle zone rosse anche attraverso piattaforme on-line non controllabili, che oltre a rappresentare un danno economico rischiano di aumentare il rischio di contagio che le misure restrittive si prefiggono di contenere.

3. ABOLIZIONE DELLA PLASTIC TAX

Occorre **evitare l'aumento della pressione fiscale**, soprattutto con l'introduzione di 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**.

Questa tassa, di fatto, **sottrae risorse destinate alla ricerca** senza incidere in modo virtuoso sui comportamenti individuali di abbandono dei rifiuti in plastica.

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, ambientalmente ed economicamente sostenibili);
- **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, in linea con la transizione ecologica che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza si prefigge di perseguire.

4. 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.

