

# Il sistema economico della bellezza contribuisce al PIL italiano per oltre il 17%

- Secondo uno studio di Banca Ifis l'ecosistema italiano della bellezza, con i suoi luoghi, attori e servizi, produce il 17,2% del Prodotto interno lordo
- Sono 341.000 le imprese italiane design-driven per un fatturato annuo complessivo di 682 miliardi di euro
- I risultati dello studio diventano un'installazione artistica esposta al Padiglione Venezia, di cui Banca Ifis è gold partner, che rappresenta la mappa delle relazioni tra gli attori dell'ecosistema italiano della bellezza

Venezia, 20 maggio 2021 - Un territorio che sviluppa bellezza genera valore economico, imprenditoriale e sociale. Lo spiega il **Market Watch di Banca Ifis** che, per la prima volta nella sua storia, è **gold partner del Padiglione Venezia in occasione della 17esima Mostra Internazionale di Architettura**. Dalla contaminazione tra due universi, l'arte e la finanza, nasce un progetto inedito: un'installazione artistica, curata dal giornalista-conduttore televisivo Emilio Casalini ed esposta al Padiglione Venezia, che rappresenta la mappa delle relazioni tra luoghi, attori e servizi che compongono l'ecosistema italiano della bellezza.

*«Banca Ifis crede nella cultura e nell'arte come asset strategici di crescita economica e sociale del Paese - spiega **Ernesto Fürstenberg Fassio, Vice Presidente di Banca Ifis** -. La ricerca realizzata dal nostro Ufficio Studi, che ha coinvolto importanti rappresentanti dell'ecosistema italiano della bellezza, evidenzia la ricchezza del nostro patrimonio non solo culturale e paesaggistico ma anche imprenditoriale. Un patrimonio in grado di generare un rilevante valore economico e sociale, da preservare e sostenere. La partnership che abbiamo siglato con il Padiglione Venezia è un'ulteriore testimonianza del nostro sostegno a questo settore».*

## La bellezza come fattore economico e relazionale

- **L'ecosistema italiano della bellezza, con i suoi luoghi, attori e servizi, produce il 17,2% del PIL italiano: 6% da fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico a cui si aggiunge l'11,2% da produzione delle aziende made in Italy design-driven**
- **Sono 341 mila le imprese design-driven che producono bellezza: rappresentano il 31% delle aziende italiane negli 8 settori produttivi tipici del made in Italy per un fatturato annuo complessivo di 682 miliardi di euro**
- **In Italia c'è un museo, monumento o un'area archeologica ogni 50 chilometri quadrati**
- **Sono 128 milioni le persone che ogni anno fruiscono del patrimonio italiano**

Anche la bellezza ha un valore economico tangibile e misurabile. Secondo l'analisi condotta dall'Ufficio Studi di Banca Ifis, **il contributo complessivo di questa voce al PIL italiano, prendendo a riferimento i valori del 2019, è pari al 17,2%**. L'Ufficio Studi ha esaminato le tre dimensioni che compongono l'ecosistema della bellezza italiano: **il patrimonio storico, artistico e culturale, e quello naturalistico e paesaggistico; i servizi ad essi collegati** (es. trasporti e hospitality) e **la produzione dei settori del Made in Italy design-driven**, ovvero guidati da logiche estetico-funzionali. Il contributo derivante dalla fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico è pari al 6%, comprensivo di fruizione diretta e servizi a supporto, quali trasporti e hospitality.

**Ma anche le imprese producono bellezza:** sono 341.000, per un fatturato complessivo annuo di 682 miliardi di euro, e sono attive in 8 settori produttivi (agroalimentare, automotive e altri mezzi di trasporto, cosmesi, meccanica e altra manifattura, cosmetica, moda, orologeria e gioielleria, sistema casa e artigianato artistico), generando l'11,2% del PIL nazionale.

## Tre case history di successo: Venezia, Bologna e l'Emilia-Romagna, Sciacca

Per dare concretezza a numeri e verificarne il valore tangibile, sono state individuate e raccontate tre case history che corrispondono a tre città/luoghi italiani: Venezia, Bologna e il sistema Emilia-Romagna, Sciacca.

- **Venezia** come città-contenitore di ricchezze naturali, artistiche e di stile, anche nella manifattura. Attraverso due casi aziendali, Venezia racconta l'economia della bellezza in un territorio da esplorare anche nelle sue accezioni contemporanee. Grazie a **Cipriani Food** e al prestigioso made in Italy agroalimentare che ritorna ai sapori veri della terra e alla storia di **Mavive**, emergono due racconti attuali di due business storici come l'agroalimentare e l'arte profumatoria. Quest'ultima affonda le radici in mille anni di storia al femminile con la prima principessa bizantina, Maria Argyros, che riuscì a portare la cultura del profumo in Laguna.
- **Bologna e il sistema Emilia-Romagna** sono un esempio di pianificazione strategica di filiera di tipo manageriale con forte orientamento al risultato. Il capoluogo ha promosso l'«**esperienza urbana**» in molteplici sue forme (green, outdoor, sport, eventi e food) come leva turistica attrattiva, favorendo la share economy e la qualità della ricettività extralberghiera (+104% le strutture dal 2015 al 2018) con conseguente incremento dei flussi turistici, di nuove imprese attive nell'hospitality (+10% le imprese di alloggio e ristorazione nel triennio 2015-19) e addetti (+28%). Nell'hinterland industriale emiliano romagnolo sia la Motor Valley sia la più estesa Food Valley sono riuscite, grazie alle eccellenze imprenditoriali, raccontate con le esperienze di **Ducati Motor e Gran Deposito Aceto Balsamico Giuseppe Giusti**, a trasformare i **distretti in veri e propri brand di valore internazionale**.
- **Sciacca**, comune di oltre 39mila abitanti nella provincia di Agrigento, ha intrapreso un percorso di valorizzazione del **turista come cittadino contemporaneo** attraverso la costruzione di un "Museo diffuso dei cinque sensi" che coinvolge commercianti, tradizioni e hospitality. Grazie a un "patto di comunità" i cittadini auto-promuovono il loro immenso patrimonio storico, artistico, culturale e gastronomico, diventandone promotori e ambasciatori all'insegna di un turismo empatico di alto livello ([www.museodiffusosciacca.it](http://www.museodiffusosciacca.it)).

## I partner di questo viaggio

L'analisi dell'ecosistema bellezza, grazie agli interventi di alcuni dei principali esponenti e operatori dei settori analizzati, si trasforma in un progetto collettivo: **Federculture** che esprime il valore economico e sociale del turismo e della cultura nella Bella Italia; **Confindustria Emilia** racconta le sue filiere produttive e i suoi distretti Food Valley e Motor Valley; **Confindustria Venezia** narra la città sull'acqua unica al mondo, che si distingue anche per la produzione contemporanea di eccellenza nell'agroalimentare e nell'arte profumatoria; **Museimpresa** affronta il tema dell'influenza della bellezza nei luoghi di lavoro e dell'impatto sociale ed economico dei musei d'impresa; **Camera Nazionale della Moda Italiana** analizza il nuovo paradigma di bellezza nel mondo della moda, sempre più sostenibile e inclusivo; **Altagamma** racconta come la bellezza sia motore di innovazione per l'alto di gamma; **POLI.design** delinea la bellezza come un vero e proprio capitale culturale; **Artex** evidenzia la bellezza del saper fare artigiano tra cultura, economia e società e **l'Università di**

**Scienze Gastronomiche di Pollenzo** che esalta il valore e il contributo all'ecosistema della bellezza de parte dell'agroalimentare italiano.

---

**Rosalba Benedetto**

Direttore Comunicazione,  
Marketing e Relazioni esterne  
Banca Ifis S.p.A.

**Eleonora Vallin**

Responsabile Ufficio Stampa  
Banca Ifis S.p.A.  
M. +39 342 8554140

**Andrea Nalon**

Ufficio Stampa  
Banca Ifis S.p.A.  
M. +39 335 8225211

**Giuseppe Stamegna, Polissena Galdo**

Ufficio Stampa  
Comin & Partners  
+39 02 8704 2400

