

STUDIO BANCA IFIS

## Venezia, la cosmesi frutta 25 milioni

La profumeria veneziana affonda le radici in mille anni di storia al femminile e risale a quando la prima principessa bizantina, Maria Argyros, riuscì a portare la cultura del profumo in Laguna, nel 1004, sposando il figlio del Doge Pietro III Orseolo. Venezia oggi concentra il 25% del

fatturato di settore della regione, 65 milioni di euro, prodotto da 36 società. L'arte profumatoria in Laguna si sviluppa nel 1400, grazie alle materie prime importate. Un saper fare che esprime un ventaglio di 300 ricette elaborate da 25 fabbriche del sapone.

Zanetti — a pag. 9

# Venezia ambasciatrice di bellezza, dalla cosmesi 65 milioni di ricavi l'anno

L'arte profumatoria in Laguna si sviluppa nel 1400, grazie alle materie prime importate

## Market Watch Banca Ifis

Valeria Zanetti

**M**usei, siti archeologici, armonia e varietà del paesaggio, centri cittadini ricchi di piazze ed edifici, a raccontare la storia di secoli. Il territorio e le testimonianze del passato di cui pullula il Belpaese generano valore economico, imprenditoriale e sociale.

A evidenziale è il Market Watch di Banca Ifis, dedicato all'ecosistema della bellezza, che contribuisce al Pil italiano per oltre il 17%: il 6% da fruizione del patrimonio culturale e paesaggistico; l'11,2% da produzione delle 341 aziende del made in Italy "design-driven", guidate cioè da logiche estetiche funzionali, per un fatturato annuo complessivo di 682 miliardi. I settori di specializzazione sono otto: agroalimentare, automotive e altri mezzi di trasporto, cosmesi, meccanica (e altra manifattura), moda, orologeria e gioielleria, sistema casa e artigianato artistico. Le regioni con la quota più alta di ricavi generati dalle design driven sono concentrate al Nord, in particolare in Lombardia ed Emilia Romagna. Nel Nord Est queste realtà produttive sono 52 mila - 9 mila censite in

Trentino Alto Adige, 36 mila in Veneto e 7 mila in Friuli Venezia Giulia - per un fatturato di 125 miliardi di euro, pari al 13% del totale nazionale. Nel dettaglio, in Trentino Alto Adige le imprese della bellezza producono 11 miliardi di euro; in Veneto 92 miliardi e in Friuli Venezia Giulia 22 miliardi.

Per dare concretezza ai numeri e verificarne il valore tangibile, lo studio individua e racconta tre case history che corrispondono a tre città o luoghi italiani: Venezia, Bologna e il sistema Emilia-Romagna, Sciacca. Partner del percorso veneziano è stata Confindustria locale. Venezia, città-contenitore di ricchezze naturali, artistiche e di stile, si distingue anche nella manifattura. Si fa tappa al Cipriani Food, specializzato in prestigioso made in Italy agroalimentare, che ritorna ai sapori veri del territorio veneziano e a Mavive, eccellenza della cosmesi, diventata famosa soprattutto con il marchio Vidal. Il fatto che le due realtà si siano sviluppate in un contesto ricco di tradizione e contaminazioni non è casuale. Dallo storytelling d'impresa emergono due business storici, l'agroalimentare e l'arte profumatoria. Prendiamo l'agroalimentare. La provincia di Venezia può essere considerata un vero e proprio scrigno di ricchezze della terra e di gusto nei trasformati, comprese le produzioni vinicole. La provincia conta quasi 7 mila imprese agricole (10% del totale regionale), 130 mila ettari coltivati (al secondo posto dietro Verona) e ricavi di settore per quasi 5 miliardi di euro. Oltre una trentina degli 89 prodotti Dop o Igp ve-

neti sono riferibili al Veneziano.

Proseguiamo con la cosmesi, che affonda le radici in mille anni di storia al femminile e risale a quando la prima principessa bizantina, Maria Argyros, riuscì a portare la cultura del profumo in Laguna, nel 1004, sposando il figlio del Doge Pietro III Orseolo. Venezia concentra il 25% del fatturato di settore della regione, 65 milioni di euro, prodotto da 36 società. L'arte profumatoria in Laguna si sviluppa nel 1400, grazie alle materie prime importate. Nascono le Corporazioni dei Saoneri e dei Muschieri che trasformano il lavoro artigianale della cosmesi in una vera e propria arte. Un saper fare che un secolo dopo esprime un ventaglio di 300 ricette - dalla tintura dei capelli alla profumazione di corpo, casa - elaborate da 25 fabbriche del sapone. Tanto che nel '600 gli artisti della cura del corpo della Serenissima vengono chiamati nelle più importanti corti europee, mentre 400 tra barbieri e parrucchieri operano in città. Per rimarcare il binomio bellezza-valore economico, Banca Ifis, per la prima volta nella sua storia, è gold partner del Padiglione Venezia, in occasione della 17esima Mostra Internazionale di

**Architettura. Dalla contaminazione tra arte e finanza, nasce un progetto inedito: un'installazione artistica, curata dal giornalista e conduttore televisivo Emilio Casalini, 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, infatti, Ernesto Fürstenberg Fassio, vice presidente dell'istituto – Il nostro patrimonio può generare un rilevante valore economico e sociale, da preservare e sostenere. La partnership che abbiamo siglato con il Padiglione Venezia è quindi un'ulteriore testimonianza del nostro sostegno a questo comparto».**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Da Bisanzio.**

La cosmesi veneziana affonda le radici in mille anni di storia e risale a quando la principessa bizantina, Maria Argyros, riuscì a portare la cultura del profumo in Laguna, nel 1004, sposando il figlio del Doge