

LO STUDIO DI BANCA IFIS ANALIZZA ANCHE LE IMPRESE GUIDATE DA OBIETTIVI ETICI

L'economia della bellezza vale il 24% del Pil

Fürstenberg Fassio: «Ad aprile lanciato il laboratorio di impatto sociale Kaleidos»

di EMANUELA MEUCCI

■ Le aziende dell'«economia della bellezza» nel 2021 hanno rappresentato il 24,1% del Pil, dimostrandosi più resilienti rispetto a quelle di altri settori. Ecco i dati del market watch *Economia della Bellezza* realizzato dall'ufficio studi di Banca Ifis, giunto alla sua seconda edizione. Quest'anno il rapporto si è misurato con un biennio critico come quello 2020-2021, segnato dalla pandemia, durante il quale però si è imposto il tema della responsabilità sociale e si è evoluto il concetto stesso di bellezza, sempre più orientato verso l'etica e il giusto.

«Quest'anno la ricerca *Economia della Bellezza* si arricchisce e considera una nuova dimensione, quella delle imprese guidate da uno scopo. Il nostro studio dimostra, infatti, che la bellezza, alla luce delle nuove e sempre più diffuse sensibilità rispetto ai temi della sostenibilità sociale, ambientale ed economica, conferisce alle aziende maggiore resilienza. A dimostrarlo anche il successo nel mondo delle Pmi italiane che hanno saputo promuovere il connubio tra innovazione e tradizione mantenendo un legame stretto con il territorio. *Economia della Bellezza* rientra nell'ambito del progetto Kaleidos, il laboratorio di impatto sociale di Banca Ifis lanciato ad aprile per promuovere tutte le iniziative, presenti e future, che non riguardano strettamente il credito e che mettono al centro le persone», ha commentato **Ernesto Fürstenberg Fassio**, vice presidente dell'istituto.

Il settore ha due anime: imprese della bellezza made in Italy e imprese «purpose driven», ovvero guidate da un obiettivo, con un impatto nell'insieme del 24,1% del Pil. L'8,4 % di questa quota è rappresentato da aziende purpose driven: 46.000 società che producono 650 miliardi di euro all'anno in undici settori, con un fatturato medio di 14 milioni di euro. Senza includere le società purpose driven, l'impatto dell'ecosistema dell'economia della bellezza sul Pil italiano è passato dal 17,2% del 2019 al 15,7% del 2021. Una flessione dovuta soprattutto al calo del Pil ma che conferma comunque la resilienza di queste aziende che hanno registrato un calo dei ricavi dal 2019 al 2021 dello 0,7% rispetto al 4,6% delle imprese fuori perimetro.

Lo studio ha analizzato anche sei aziende purpose driven (Foscarini, Trend group, Mavive, Serveco, Acbc e Lavazza), rilevando che gli ambiti principali su cui si concentrano le imprese sono parità di genere, sostenibilità (sociale, economica e ambientale), partecipazione e democratizzazione, diversità generazionale, benessere dei lavoratori, territorio e comunità locale.

Un altro aspetto dell'analisi, affidato a Poli.design, ha esaminato il profilo delle competenze e delle figure professionali di cui le imprese della bellezza avranno bisogno. Quasi il 50% dei percorsi formativi saranno da creare ex novo: il modo in cui oggi è impostata l'istruzione non sarà più funzionale in un prossimo futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA