

L'Economia italiana della Bellezza vale circa 500 miliardi di euro, il 26% del Pil nazionale

- Presentata la terza edizione del Market Watch "Economia della Bellezza" di Banca Ifis: il comparto cresce del +16% sul 2021, superando i livelli di Pil pre-Covid del 2019
- Nel 2022, le imprese attive nel campo della Bellezza hanno rappresentato il 56% della crescita del Pil nazionale
- Lo studio è stato presentato al Museo Fortuny di Venezia in occasione della celebrazione dei 40 anni dalla fondazione di Banca Ifis
- "Economia della Bellezza" è uno dei progetti di Kaleidos, il Social Impact Lab della Banca che promuove iniziative a impatto sociale a favore di territori, persone e comunità

Venezia, 28 settembre 2023 – Nel 2022, il **valore dell'Economia italiana della Bellezza** ha sfiorato i **500 miliardi di euro**, in crescita del 16% rispetto al 2021 e dell'8% rispetto al 2019, superando i livelli pre-Covid. È quanto emerge dall'edizione 2023 di "Economia della Bellezza", lo studio realizzato dall'Ufficio Studi di **Banca Ifis** nell'ambito di **Kaleidos** - il Social Impact Lab della Banca che promuove iniziative a favore di comunità e persone - con l'obiettivo di rappresentare l'eccellenza del Made in Italy e che, negli anni, si è trasformato in una piattaforma che dà voce al tessuto imprenditoriale nazionale e offre ai decisori uno strumento utile per sostenere un settore orgoglio del nostro Paese nel mondo. Oltre a misurare il valore economico delle imprese italiane attive nel comparto della Bellezza, nel 2023 lo studio ha approfondito le peculiarità di un modello unico al mondo, ovvero il **connubio inscindibile tra saper fare artigiano e manifattura**.

Economia della Bellezza 2023: lo studio in sintesi

Secondo quanto elaborato nel Market Watch prodotto dall'Ufficio Studi di Banca Ifis, c'è sempre più Bellezza nel Pil italiano. A fine 2022, il contributo di questo particolare comparto economico al Prodotto Interno Lordo nazionale si attestava al 26,1%, confermando l'eccezionale capacità di traino del sistema produttivo nazionale. **L'Economia della Bellezza** ha contribuito in modo importante alla ripresa dell'economia italiana dopo il biennio pandemico: nel 2022, questa **ha rappresentato il 56% dell'aumento del Pil nazionale** rispetto all'anno precedente e addirittura il 33% dell'aumento rispetto al 2019, ultimo anno pre-Covid.

Più in generale, **il valore dell'Economia della Bellezza, nel 2022, ha raggiunto quota 499 miliardi di euro, crescendo del +16% rispetto ai 431 miliardi di euro del 2021**. Di fatto, si tratta di una crescita più che doppia rispetto al resto del sistema produttivo italiano. Particolarmente interessante è il fatto che la crescita del Pil prodotto dall'Economia della Bellezza risulta positivo anche nel confronto con il 2019, ovvero l'ultimo anno prima del Covid-19. Nel periodo, questo è cresciuto del +8%, certificando una piena ripresa dalla crisi pandemica. Lo sviluppo è stato intenso su tutti i comparti: turismo culturale e paesaggistico e imprese sia *design-driven*, quelle guidate da una forte componente di *design*, sia *purpose-driven*, ovvero le imprese guidate da uno scopo sociale. La convergenza tra il «bello e ben fatto» e il «buon lavoro» sembra sempre più esprimere un motore per l'intera economia italiana.

La crescita del valore prodotto rispetto al 2019 (+37 miliardi di euro) è stata generata per il 47% dalle imprese *purpose-driven*, per il 29% dal turismo culturale e naturalistico e per il 24% dalle imprese *design-driven*. A livello di settori, sono 8 quelli che hanno contribuito alla crescita del Pil della Bellezza rispetto al 2019: Agroalimentare (13 miliardi di euro) e Turismo (11 miliardi di euro) sono quelli che hanno registrato l'aumento maggiore, ma bene hanno fatto anche Tecnologia, Cosmetica, Sistema Casa, Ambiente, Orologeria e Gioielleria e Automotive, grazie al forte sviluppo dell'approccio *purpose-driven*.

Il saper fare dei Maestri d'Arte come fondamento del Made in Italy

Per l'edizione 2023 del Market Watch "Economia della Bellezza", l'Ufficio Studi di Banca Ifis ha scelto di dedicare un focus particolare a quanto l'eccellenza della manifattura Made in Italy tragga origine dal lavoro dei Maestri

d'Arte. La principale evidenza è che il **“saper fare” artigiano contribuisce ancora al 54% del fatturato della manifattura italiana**. In quasi 9 casi su 10, le imprese della manifattura considerano l'artigianalità non sostituibile da macchinari. In un business sempre più globale, in cui i mercati internazionali richiedono un posizionamento differenziante, rappresentare la qualità e l'unicità del prodotto italiano è una delle sfide alle quali è chiamata la manifattura del nostro Paese.

Secondo le rilevanzze del Market Watch, per le imprese manifatturiere italiane il valore aggiunto del lavoro artigianale ricopre un ruolo rilevante nella produzione, sia in fase di progettazione sia di realizzazione. **Per il 53% delle aziende intervistate, l'artigianalità non rappresenta una semplice ricerca del lusso, ma uno strumento concreto per dar forma alle idee, da mettere in campo nella fase di prototipazione.**

In tal senso, **il saper fare viene identificato da 8 imprese su 10 come fattore distintivo di competitività sul mercato** poiché consente di rispondere efficacemente ai nuovi trend e alle nuove mode, come indicato da ben il 91% degli imprenditori della manifattura. In quest'ottica, gli artigiani si configurano come figure capaci di dare unicità al prodotto, integrando l'interpretazione in chiave contemporanea con l'attribuzione di un valore nel segno della tradizione, dell'innovazione e della sostenibilità. Questa modalità che deriva dall'ibridazione tra artigianalità e manifattura rappresenta il vero e proprio modello italiano di produzione del Made in Italy.

Al contempo, però, **il mestiere dell'artigiano risente oggi di un sistema in rapida evoluzione dal punto di vista demografico, economico e sociale**. Il calo delle imprese artigiane (**-32% di operatori attivi** dal 2000, concentrando l'attenzione su quelle del manifatturiero) parla della complessità nel trovare chiavi di lettura innovative per crescere e coinvolgere i giovani.

Lo studio 2023 ha analizzato anche le difficoltà incontrate dalle imprese artigiane che lavorano con l'industria manifatturiera, penalizzate da una rilevante riduzione del loro numero e un progressivo invecchiamento degli artigiani stessi. **Negli ultimi due anni molte imprese artigiane (il 41%) si sono trovate ad affrontare un passaggio generazionale, spesso legato proprio alla trasmissione dell'attività**. Le più comuni strategie per garantire continuità alle imprese sono il mantenimento della tradizione familiare e la formazione diretta di nuovo personale. Che cosa si può fare per evitarlo, preservando la capacità dei Maestri d'Arte di esprimere la cultura e l'identità dei territori e di aiutare le imprese manifatturiere a “dare forma” alle idee traducendole in un prodotto? Gli artigiani chiedono però anche modifiche agli attuali programmi scolastici attraverso il potenziamento di percorsi di studio che siano capaci di mostrare ai giovani la creatività connessa con i lavori artigiani e di accendere così la loro immaginazione. In parallelo, auspicano anche l'introduzione di incentivi fiscali per chi intraprende un'attività in questo settore. **D'altra parte, il 93% delle imprese della manifattura conferma il trend di internalizzazione già in atto ed esprime l'intenzione di portare entro il perimetro della propria azienda le competenze artigiane**. La strategia più adottata per portare a compimento questa internalizzazione è l'affiancamento con chi è già esperto del mestiere (indicato dall'81% delle imprese) mentre ci si avvale in misura decisamente minore di corsi di formazione più teorici (12% delle imprese).

Il volume “Economia della Bellezza 2023”

Il Market Watch “Economia della Bellezza 2023” è stato presentato **giovedì 28 settembre** al Museo Fortuny di Venezia, in occasione di un evento pubblico che ha dato il via alle **celebrazioni per i 40 anni dalla fondazione di Banca Ifis**.

Lo studio è stato, inoltre, raccolto in un volume che accoglie le testimonianze di undici protagonisti dell'Economia della Bellezza: **Gian Maria Tosatti, Giovanni Bonotto, Giulio Cappellini, Brunello Cucinelli, Antonio De Matteis, Barbara Fornasetti, Gian Luca Gessi, Silvia Grassi Damiani, Alessandro Illiprandi, Alberto Masotti e Michele Bugliesi**.

La versione integrale del market watch “Economia della Bellezza 2023” è disponibile al link: <https://www.bancaifis.it/chi-siamo/ricerche-progetti/economia-della-bellezza/>

Rosalba Benedetto

Direttore Comunicazione, Marketing, Public Affairs & Sostenibilità
e Relazioni esterne
Banca Ifis S.p.A.

Davide Pastore

Responsabile Relazioni con i Media
davide.pastore@bancaifis.it
+39 337 1115357

Davide Tammaro

Responsabile Brand, Corporate Reputation & Sostenibilità
davide.tammaro@bancaifis.it
+39 366 6258525

Giulia Di Martella Orsi

Relazioni con i Media
giulia.dimartellaorsi@bancaifis.it
+39 366 6579799

