

**IDATI:** 11,3 miliardi di fatturato e 53.500 occupati. Nuove sfide legate ai rincari energetici

# Cosmetica: la Lombardia traina il Made in Italy

**C**reme, fragranze, trucchi per prendersi cura del proprio corpo e farsi belle o belli: l'industria cosmetica italiana parla lombardo. Sui 18 miliardi di euro di fatturato (un record) con cui il settore ha chiuso il 2025, ben 11,3 miliardi (quasi il 63%) sono stati prodotti nella regione, con un aumento del 2,7% sul 2024 (l'incremento a livello nazionale è stato comunque del 2,5%). In Lombardia hanno sede 648 imprese (il 35,1% del totale), che danno lavoro a 53.500 persone, pari al 51,1% degli occupati. I produttori impiegano il 49,9% dei dipendenti, gli importatori-distributori di marchi esteri il 38,8%, i grossisti l'11,3%. A lunga distanza, in termini di fatturato, seguono Lazio (7,1%), Piemonte (7%) ed Emilia-Romagna (6,6%). E' quanto emerge da un report realizzato dall'Os - servatorio di Assolombarda e Cosmetica Italia presentato durante l'ultima Milano Beauty Week.

“L'industria cosmetica italiana - ha sottolineato Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia - si conferma un settore strategico per la crescita del Paese. Negli ultimi dieci anni ha registrato tassi di sviluppo superiori di oltre sei volte rispetto al Pil e alla manifattura italiana, dimostrando una capacità unica di creare valore, innovazione e occupazione qualificata. Oggi il settore entra in una nuova fase: la crescita continua, ma il contesto internazionale complesso sposta la competizione tra sistemi cosmetici mondiali, non solo tra aziende. Per affrontare questa sfida è necessario rafforzare il posizionamento del sistema cosmetico italiano, facendo leva sulla forza della filiera e sui suoi elementi identitari”.

In questa direzione si inserisce “This is Bellezza: Say Hello To Italian Beauty”, un sistema di alleanze che vuole raccontare al mondo i tratti



distintivi di questa industria, dove scienza, tecnologia, creatività e artigianalità si incontrano per generare opportunità, attrarre risorse strategiche e sostenere lo sviluppo delle imprese. Il cuore del comparto lombardo è il Quadrilatero di Assolombarda: nelle province di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia operano 434 aziende con quasi 39 mila dipendenti, che fatturano 8,7 miliardi, pari al 48,2% del totale nazionale.

“La cosmetica è molto più di un settore legato alla bellezza - ha evidenziato Alvise Biffi, presi-

dente di Assolombarda - : è un'industria che crea valore, innovazione e lavoro e che rappresenta una delle espressioni più forti del Made in Italy nel mondo. I numeri del Quadrilatero raccontano la forza di un ecosistema fatto di imprese, competenze, ricerca, università e capacità produttiva, ma anche di una forte vocazione internazionale. È proprio questa combinazione tra radicamento territoriale e apertura ai mercati globali che dobbiamo continuare a rafforzare, investendo in innovazione, ricerca, competenze e nuove opportunità di svilup-

po internazionale”.

In Lombardia il 53% del fatturato cosmetico arriva dai mercati esteri, contro una media del 40% per la manifattura regionale. Degli 8,6 miliardi di euro di export italiano, 6 miliardi partono da questo territorio, circa il 70% del totale. La regione ospita anche 139 imprese a controllo estero, il 57,6% di quelle presenti in Italia. A livello nazionale le fragranze sono il primo prodotto esportato (31,9%) e gli Stati Uniti il primo mercato (13,7%), mentre crescono Spagna (+15,3%) e Polonia (+14,9%) e calano Hong Kong (-17%) e Russia (-13,4%). Per l'anno in corso si attende una crescita dei consumi sostenuta in particolare dall'e-commerce (+9%), dal canale delle farmacie (+3,5%) e dalla profumeria (+2%).

Il fatturato lombardo è distribuito in modo equilibrato tra fragranze (24%), make-up (23%) e cura della pelle (21,7%). Lo stesso equilibrio vale per i marchi, divisi quasi in parti uguali tra brand italiani (33,9%), produzioni senza marchio proprio (32,4%) e brand esteri (29,9%). Tra le imprese della regione è forte la produzione conto terzi, ovvero i cosmetici realizzati per marchi altrui: 3,7 miliardi di fatturato nel 2025, l'85% del totale italiano del segmento e quasi un terzo dei ricavi cosmetici regionali. Da segnalare il caso particolare della provincia di Lodi, che pur essendo piccola genera il 7,5% del fatturato regionale (824,3 milioni) e 297 milioni di export (dati 2024). Non solo, a fronte di una media di 83 dipendenti per impresa in Lombardia e di 57 in Italia le aziende lodigiane arrivano a 156.

La Regione ha riconosciuto quest'anno il Cluster Cosmetico Lombardo come decimo cluster tecnologico. Si tratta di uno strumento strategico, capace di unire competenze, visione e progettualità, che punta a favorire la collaborazione fra imprese, università e centri di ricerca per accelerare i processi di innovazione e sostenere la crescita delle Pmi. Il Cluster è entrato a fare parte della rete dei principali distretti europei di settore, affiancandosi a realtà consolidate come la Cosmetic Valley in Francia e il Beauty Cluster di Barcellona, in Spagna. Di fronte a tanti dati positivi, va evidenziato il nodo della difficile situazione geopolitica: il comparto resta esposto ai rincari di energia e materie prime legati al conflitto tra Stati Uniti e Iran. In agosto il gas europeo è salito del 90% su base annua e alcune materie prime chimiche usate in cosmetica hanno registrato forti aumenti.

**Mauro Cereda**

**L**a Lombardia è il cuore dell'industria cosmetica italiana: qui si realizza il 63% del fatturato nazionale e sono impiegati oltre 53 mila addetti. Direi che sono numeri significativi e ci dicono molto della sua importanza nell'economia regionale e italiana. Oltre alla produzione, c'è tutta una filiera più ampia da considerare che comprende la realizzazione di macchinari, il packaging, le materie prime, la distribuzione, la logistica, il retail. E' un sistema complesso”. Roberto Scarlattella è il segretario generale della Femca Cisl Lombardia.

**Che settore è quello cosmetico?**

Un settore in continua trasformazione, che guarda al futuro attraverso ricerca, innovazione, sostenibilità e nuove tecnologie, con importanti prospettive di crescita e occupazione qualificata. E' una evoluzione che richiede nuove competenze e un legame sempre più forte tra formazione e imprese.

**Come si interviene sulla formazione?**

In questo scenario, gli ITS Academy dedicati alla cosmetica rappresentano ad esempio una realtà importante per la preparazione delle professionalità di domani. È proprio in

**INTERVISTA** a Roberto Scarlattella, segretario generale Femca regionale

## Il futuro è innovazione, competenze e diritti

questi istituti che la Femca Cisl Lombardia ha scelto di essere presente attraverso il proprio Progetto Giovani, dando concretezza al suo ruolo sociale: accompagnare le nuove genera-

zioni verso il mondo del lavoro, offrendo loro strumenti per conoscere il contratto nazionale di riferimento, comprendere i propri diritti e acquisire maggiore consapevolezza delle op-

portunità professionali.

**Da dove passa il futuro della cosmetica?**

Sicuramente dall'innovazione, ma soprattutto dalle compe-

tenze e dalla valorizzazione delle persone. La crescita deve essere accompagnata anche da una contrattazione capace di premiare le professionalità e migliorare le condizioni dei lavoratori e delle lavoratrici.

**A che punto siamo con la contrattazione decentrata?**

Oggi la contrattazione di secondo livello è prevalentemente concentrata nelle grandi realtà industriali, mentre nelle piccole e medie imprese è ancora poco diffusa. Eppure, dove è presente, ha già prodotto risultati importanti, anche sul piano economico, con riconoscimenti retributivi in linea con quelli del settore chimico-farmaceutico.

**Su cosa punta il sindacato nella contrattazione con le aziende?**

Una delle sfide principali riguarda la conciliazione tra tempi di vita e di lavoro, soprattutto in un'industria manifatturiera caratterizzata da turni notturni e da una significativa presenza femminile. Per noi un settore che cresce, innova e offre nuove opportunità merita un'attenzione sempre maggiore, non soltanto sul piano industriale, ma anche su quello occupazionale, contrattuale e formativo.

**M.C.**

