

Un viaggio che parte da lontano e che guarda al futuro per il benessere dei singoli individui e del pianeta. Descrivere oggi l'impegno di istituzioni, imprese, organizzazioni e cittadini verso la sostenibilità significa rivedere abitudini, stili di vita e convinzioni personali. Più in generale vuol dire ripensare i propri modelli di comportamento. È da qui che inizia il processo di un cambiamento ispirato ad una convivenza equilibrata tra obiettivi economici e rispetto per l'ambiente, tra ambizioni e progresso, tra sviluppo e responsabilità sociale.

Un percorso di crescita a cui non restano estranee le imprese del settore cosmetico che rappresento. A Cosmetica Italia aderiscono più di 600 aziende, per un totale di 36mila addetti diretti, che salgono a 400mila se si considerano gli occupati della filiera. Queste realtà stimolano la crescita e lo sviluppo di un settore che rappresenta una vera e propria eccellenza del Made in Italy e genera un fatturato di 10,5 miliardi di euro. Un valore che raggiunge i 33 miliardi grazie al sistema economico allargato: dai macchinari per la produzione e il confezionamento, al packaging, senza dimenticare le materie prime, la distribuzione, la logistica e il retail.

Una filiera inevitabilmente coinvolta, in ogni suo singolo ingranaggio, nella sfida verso la sostenibilità. Quale, come Associazione, il nostro obiettivo generale? Accrescere la consapevolezza e le competenze delle imprese sulle opportunità legate ad una gestione sostenibile delle proprie attività, dei processi di fabbricazione e dei prodotti finali. Supportarle nello sviluppo e nell'applicazione di metodi e strumenti volti a migliorarne le prestazioni sotto il profilo ambientale significa, per un settore che evolve "pelle a pelle" con il consumatore, crescere e creare valore aggiunto per l'intera comunità.

Anche per questo il report elaborato da Quantis può essere letto come un valido strumento di misurazione e consapevolezza da parte degli attori del comparto che, infatti, non limitano più le pratiche legate alla sostenibilità ambientale a un singolo fattore o a una specifica linea di prodotto, ma stanno sempre più permeando tutte le fasi del ciclo di vita del cosmetico, dalla progettazione alla fase consumo.

Per continuare ad affermare che la cosmesi è un'industria che fa bene al Paese sarà fondamentale monitorare e migliorare le performance ambientali delle singole imprese, dalle multinazionali alle piccole e medie realtà distribuite sull'intero territorio nazionale. In questo scenario, non resta secondaria la valorizzazione di queste qualità nelle azioni di comunicazione delle imprese. Anzi, sempre più l'attenzione verso il consumatore si traduce in una informazione corretta, le cui dichiarazioni siano sostenute da prove adeguate e verificabili. In questo contesto le parole credibilità e sostenibilità restano indivisibili: è questo l'intento di una industria responsabile ed evoluta.



— **RENATO ANCOROTTI**
PRESIDENTE