



COSMETICA ITALIA
Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche

Outlook **2025**

Le dinamiche e le prospettive
dell'industria cosmetica italiana

A cura dell'area Centro Studi, marzo 2026

Cosmetica Italia

Via Accademia, 33
20131 Milano
www.cosmeticaitalia.it

in collaborazione con
COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

Metodologia



Le analisi del seguente report impiegano dati di provider esterni, processati con **modelli quali-quantitativi certificati** per ottimizzare la segmentazione e l'interpretazione dei fenomeni economici.



La selezione dei mercati esteri si basa sul valore dell'**export** cosmetico e dei **consumi locali**, attuali e potenziali. I Paesi target saranno oggetto di futuri approfondimenti creati *ad hoc* sulle **specifiche esigenze delle imprese**.



I dati 2025 sono preconsuntivi, i valori finali saranno presentati a settembre nell'**Outlook 2026**. L'eterogeneità e l'accreditamento delle fonti garantisce la solidità dei dati pubblicati che **rimodulano retroattivamente** i valori presentati fino ad oggi.



COSMETICA ITALIA

Panoramica del settore cosmetico in Italia

industria



€ **18,0** mld **+2,9%**

fatturato 2025

'25 vs '24

di cui:



mercato interno € **9,4** mld **(+1,8%)**



export € **8,6** mld **(+4,1%)**

consumi



€ **12,8** mld **+3,2%**

acquisti 2025

'25 vs '24

trainato da:

canale → e-commerce



€ **1,4** mld
(+9,8%)

categoria → fragranze



€ **1,6** mld
(+7,4%)



COSMETICA ITALIA

Argomenti e fonti

Contesto macroeconomico

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| • Pil | International Monetary Fund |
| • Prezzi al consumo | World Uncertainty Index |
| • Interscambio di beni | Istat |
| • Incertezza | Centro Studi Confindustria |

Scenari internazionali

- | | |
|-------------------------------|-------------|
| • Evoluzione storica e futura | Euromonitor |
| • Categorie | Istat |
| • Posizionamento | UN Comtrade |

Settore beauty Italia

- | | |
|-------------|---------------|
| • Industria | Cerved |
| › Struttura | Circana |
| › Fatturato | New Line |
| • Consumi | Tote Next |
| › Categorie | Human Highway |
| › Canali | Tradelab |

Trend di consumo

- | | |
|------------------------|---------------|
| • Innovazioni | Mintel |
| • Claim | Beautystreams |
| • Nuove beauty routine | Carlin |



COSMETICA ITALIA

Contesto

macroeconomico

Prospettive globali

L'economia globale cresce **più lentamente** rispetto al passato, ma i **flussi di commercio estero aumentano**: il trend sarà guidato dalla capacità di **conquistare quote** nei **mercati esteri** in un contesto di riassorbimento dell'inflazione.



andamento storico
(CAGR '22 - '25)

+2,9% **+6,4%**
Pil inflazione

+2,0% **+2,3%**
import export

andamento futuro
(CAGR '26 - '29)

+2,6% **+3,4%**
Pil inflazione

+2,8% **+2,8%**
import export



Sentiment e incertezza, oltre le misurazioni standard

L' **orientamento positivo** dei report economici dimostra un 2025 con **minor volatilità** (derivante da minor uso di termini a connotazione negativa) rispetto al quinquennio precedente caratterizzato dai picchi negativi dei costi energetici e delle catene globali di approvvigionamento, ma l'**incertezza** viaggia su **ritmi analoghi**.


2,1x
sentiment positivo¹

top 3 parole chiave:

crescita forte

ripresa robusta

ritmo sostenuto


6x
sentiment positivo¹

Sentiment superiore a
media USA e UK:
percezione di **resilienza**
economica strutturale

2x
incertezza²

2,1x
incertezza²

Elaborazione: Centro Studi – dati FMI. I due moltiplicatori rappresentano il rapporto tra la media 2025 e la media della serie storica 2019-24.

¹ Frequenza di parole positive rispetto a quelle negative attraverso il text mining dei rapporti nazionali di 143 Paesi dell'Economist Intelligence Unit (EIU) del gruppo The Economist.

² Numero di articoli pubblicati dai principali quotidiani nel mondo con termine "incertezza", e varianti, abbinati a tematiche politiche e commerciali.



COSMETICA ITALIA

Italia, tra rischi e opportunità

La **diversificazione** dei beni e dei mercati di **esportazione** aiuta a contenere i rischi, ma l'economia resta vulnerabile alle **tensioni commerciali globali**.

strutturali

- riduzione della popolazione in età lavorativa (calo a doppia cifra entro il 2050)
- bassa produttività
- mismatch delle competenze

principali sfide

esterne

- tensioni geopolitiche e commerciali
- rincaro delle materie prime
- dipendenza energetica dall'estero
- eventi climatici estremi con impatti su agricoltura e turismo



COSMETICA ITALIA

Catene globali del valore e rimodulazione per il beauty

Le recenti dinamiche geopolitiche in Medio-Oriente hanno confermato l'interdipendenza commerciale quale potenziale **fonte di vulnerabilità**, evidenziando il rischio che **shock esogeni** si propaghino ampiamente lungo le catene di fornitura.

Negli ultimi due anni, gli operatori del settore beauty hanno riorganizzato le proprie reti di fornitura privilegiando la **prossimità geografica** e la **flessibilità** produttiva per mitigare i crescenti rischi, assicurando al contempo il rigoroso rispetto dei **criteri ESG** e l'ottimizzazione del **time-to-market**.

Scelta di fornitori alternativi perché:

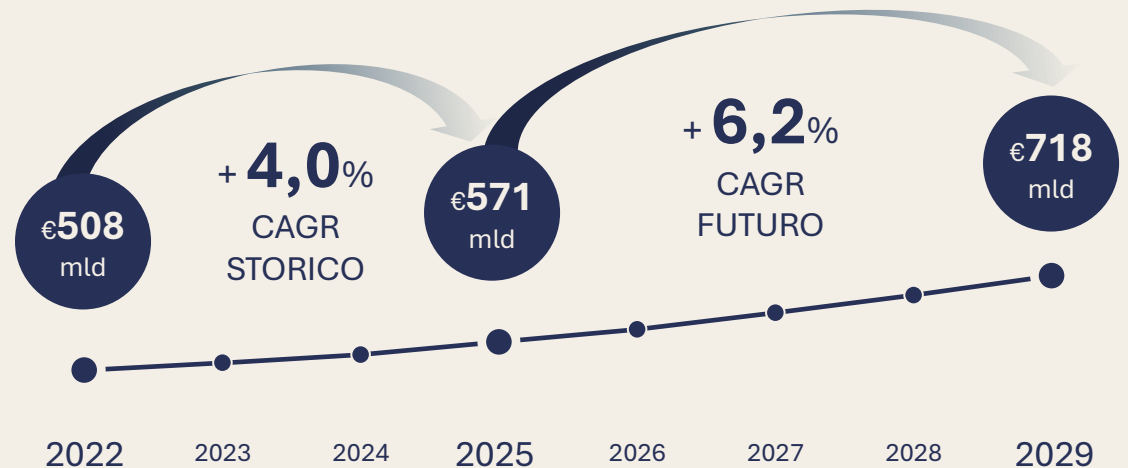


Scenari

internazionali

Evoluzione dei consumi beauty nel mondo

Le prospettive al 2029 indicano un ritmo **al di sopra** del **trend storico** e degli **indicatori macroeconomici**, segnando un'accelerazione ma con **differenze significative** tra aree, categorie e segmenti di prezzo.



Elaborazione: Centro Studi - dati Euromonitor. CAGR storico = 2022-2025, CAGR futuro = 2026-2029.



COSMETICA ITALIA

I driver di crescita dei consumi beauty al 2029 nel mondo

CATEGORIE fragranze (+8,1%), solari (+7,5%), make-up (+6,8%)

AREE America latina (+8,0%), India (+7,6%) e Medio-Oriente (+15% pre-conflitto)

POSIZIONAMENTO premium (+6,3%)

CANALI specializzati → profumerie, parafarmacie/drugstore

TREND multi-skinification, pack on the go, tradizione in chiave moderna (focus ultimo capitolo)

I consumi beauty globali inaugurano un ciclo di **accelerazione strutturale** trainato dal boom della **fragrance economy** e dall'affiancamento all'asse di crescita della Cina dei **nuovi hub emergenti** (Brasile, India e Medio Oriente con incertezze derivanti dal conflitto in corso), in un contesto di inedita convergenza competitiva tra **mass e premium**: al momento si registra la **polarizzazione dei prezzi** ma in futuro potrebbe assottigliarsi la differenza tra i due posizionamenti.



I principali paesi per consumi beauty

L'Italia è il **3° mercato europeo** per consumi e **10° a livello mondiale** con una crescita media negli ultimi tre anni del **6,5%**, contro un trend globale del **+4%**.



Export beauty e benchmark Sistema Italia

Nel 2025, l'**export** beauty pesa sul totale export italiano l'**1,3%**, valore **2,5x** rispetto l'import beauty in Italia (rapporto **1:1** negli anni 90) a dimostrazione del divario tra i due flussi beauty andato ad ampliarsi nel tempo.

€ **643,2** mld

totale export italiano 2025

+3,3%

'25 vs '24

€ **8,6** mld

export beauty italiano 2025

+4,1%

'25 vs '24

€ **50,7** mld

bilancia commerciale italiana 2025

€ **2,4** mld

delta '25 vs '24

€ **5,1** mld

bilancia commerciale beauty italiana 2025

€ **0,2** mld

delta '25 vs '24



Export beauty e ranking mondiale

	peso su export mondiale*
1° Francia	16,6%
2° Stati Uniti	8,3%
3° Germania	7,0%
4° Corea del Sud	7,0%
5° Italia	5,6%

L'Italia è il **5° Paese** per export beauty ma quasi la **metà del valore** è nel **podio** tra i maggiori esportatori mondiali del beauty.

Francia al **1° posto** con fragranze e cura pelle, mentre la Corea del Sud, al quarto posto assoluto, è al **2° posto** nel solo perimetro della cura pelle (pari al 75% del proprio export beauty).



1° posto
con tinture e preparazioni capelli,
a seguire USA e Germania

3° posto
con fragranze dopo Francia e Spagna

* Update Q2 dati relativi al 2025.
Elaborazione: Centro Studi – dati UN Comtrade



Prima delle quattro A, la B di beauty



Ad eccezione del beauty, si registra uno **scenario di rallentamento** per il 2025: nonostante l'export del Sistema Italia cresca del 3,3%, si riflette sui settori con maggior orientamento al Made in Italy la debolezza della domanda globale, penalizzata dai tassi di cambio e dall'inflazione degli ultimi anni che hanno eroso il potere d'acquisto e dalle difficoltà dei **mercati chiave** per l'Italia.

ranking per var.% export	valore 2025	'25 vs '24
Beauty	€ 8,6 mld	+4,1%
Barche & Yacht	€ 4,4 mld	+2,6%
Automazione	€ 107,2 mld	+0,6%
Arredo (mobili)	€ 14,0 mld	-1,2%
Alimentare (pasta)	€ 4,3 mld	-1,3%
Abbigliamento moda	€ 25,5 mld	-2,8%
Calzature	€ 12,1 mld	-2,8%
Vino	€ 7,8 mld	-3,7%
Occhiali	€ 4,9 mld	-4,4%
Pelletteria	€ 10,5 mld	-5,9%
Moto	€ 2,0 mld	-8,9%
Gioielli	€ 11,8 mld	-19,8%



Consumi beauty globali ed export italiano a confronto

aree

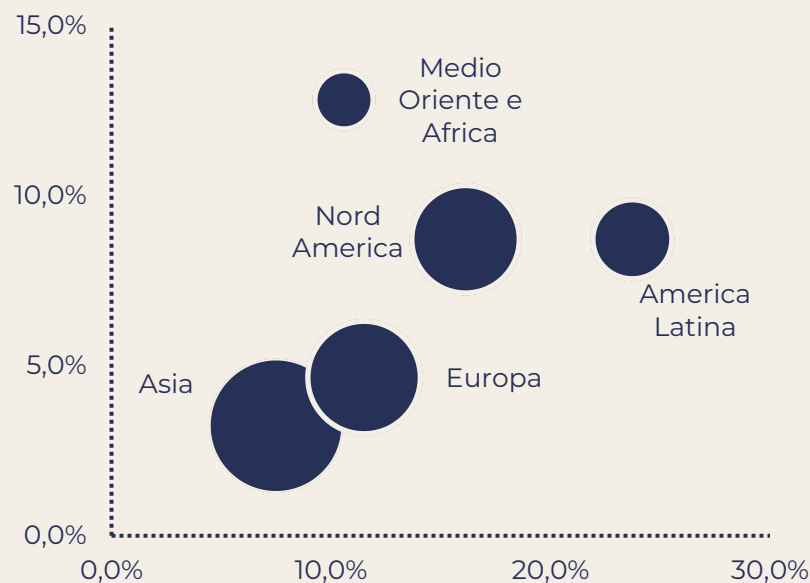
Nord America e America Latina

registrano i maggiori differenziali positivi, indicando un forte guadagno di rilevanza competitiva.

Europa: nonostante sia il mercato più maturo, l'export italiano cresce quasi il doppio dei consumi interni, rafforzando il posizionamento nei principali Paesi UE.

Asia: il differenziale è solido, l'export italiano segue la crescita dei consumi interni, con un incremento rilevante della propria incidenza derivante dal potenziale in via di sviluppo.

crescita consumi globali (CAGR '22-'25)



crescita export italiano (CAGR '22-'25)

Consumi beauty globali ed export italiano a confronto *categorie*

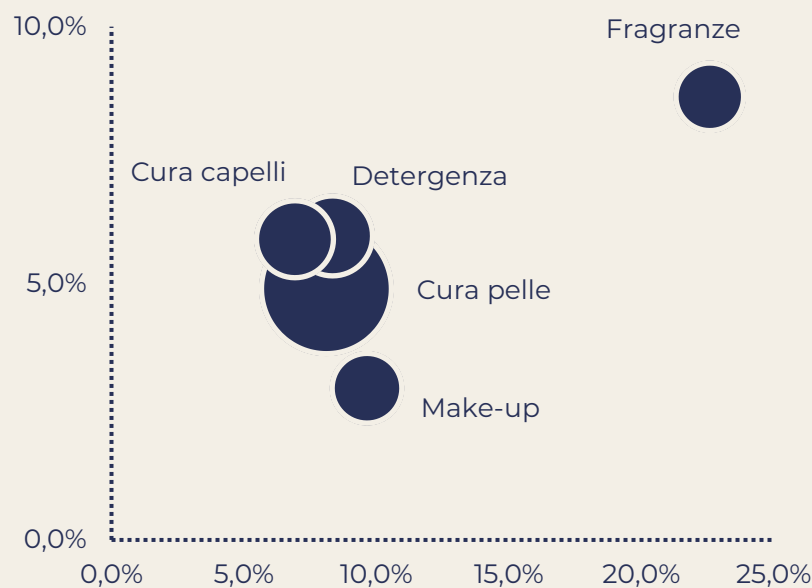
Fragranze: l'Italia consolida una leadership produttiva riconosciuta a livello globale.

Make-up: crescita dell'export 3x dei consumi globali, trainata dai produttori leader mondiali di trucco occhi e viso.

Detergenza: segmento con crescita italiana superiore alle dinamiche globali nonostante sia trainato maggiormente da logiche alto volume / basso valore e dalla leva prezzo.

Cura pelle: buona competitività in una categoria che pesa il 38% dei consumi beauty globali.

crescita consumi globali (CAGR '22-'25)



crescita export italiano (CAGR '22-'25)

L'export beauty italiano nel dettaglio

top 10 destinazioni



	valore 2025	'25 vs '24
Stati Uniti	€ 1.174 mn	+ 1,3 %
Francia	€ 873 mn	- 0,7 %
Germania	€ 783 mn	+ 1,8 %
Spagna	€ 645 mn	+ 15,3 %
Regno Unito	€ 412 mn	+ 2,6 %
Polonia	€ 390 mn	+ 14,9 %
Paesi Bassi	€ 334 mn	+ 10,5 %
Emirati Arabi Uniti	€ 305 mn	- 2,0 %
Russia	€ 281 mn	- 13,4 %
Hong Kong	€ 208 mn	- 17,0 %

categorie

	valore 2025	'25 vs '24
fragranze	€ 2.733 mn	+ 6,4 %
cura pelle	€ 2.184 mn	+ 2,3 %
cura capelli	€ 1.577 mn	+ 3,0 %
make-up	€ 1.256 mn	+ 1,8 %
detergenza	€ 824 mn	+ 6,9 %

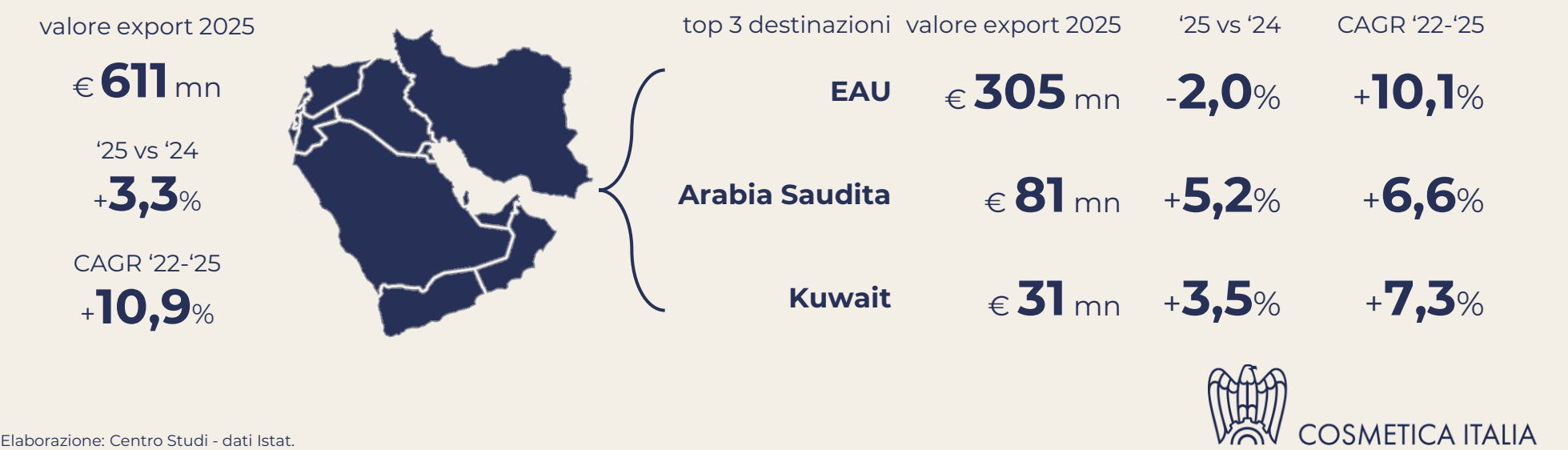
Il forte calo dell'export verso Hong Kong (-17,0%) e Taiwan (-27,2%) e la contestuale impennata della **Cina** (+51,7%) confermano il ruolo centrale nell'area asiatica, trainato dall'espansione dell'**e-commerce** interno e dallo sviluppo di nuovi **poli duty-free** domestici (es. isola di Hainan).



L'export beauty italiano: deep dive su Medio-Oriente

Le esportazioni beauty delle imprese italiane verso l'**Iran** valgono nel 2025 € **2,6** mn ma tutta l'area del **Medio-Oriente** concentra il **7%** del totale beauty italiano esportato.

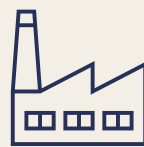
Il potenziale impatto non è in termini di export ma di **rincaro energetico** e di fornitura di **materie prime plastiche**.



Settore beauty

Italia

Valore dell'industria beauty in Italia

 **€ 18,0 mld** **+2,9%**
fatturato totale 2025 '25 vs '24



Peso export su totale
fatturato pari al **48%**

Emerge una **trasformazione strutturale** dell'industria cosmetica italiana, in cui i mercati internazionali hanno progressivamente assunto il ruolo di **motore trainante** della crescita, compensando un mercato interno maturo. Dalle previsioni per il **2026** emerge un cauto ottimismo con un'accelerazione del fatturato totale (+**4,0%**) confermato dal contributo alla crescita dell'export (+**5,0%**).

Geografia dell'industria beauty

fatturato **€18,0 mld**

distribuzione del fatturato delle imprese



addetti diretti **63mila**

distribuzione del capitale umano del beauty



La *cosmetic valley* è concentrata nella fascia settentrionale ma emergono virtuosità lungo tutto la penisola con forte caratterizzazione **dei tratti distintivi** del **Made in Italy**.

I macro driver dell'industria beauty in Italia



la voce delle imprese

L'industria cosmetica italiana è proiettata all'espansione.

Il driver assoluto è lo **sviluppo dei mercati internazionali**, un dato che si salda perfettamente

.....● **76,4** / 100

con le performance storiche dell'export italiano. A questo si affiancano due trasformazioni strutturali: la **transizione digitale** e la **sostenibilità**, intese come leve

.....● **71,2** / 100

fondamentali per la competitività futura e per intercettare i nuovi modelli di consumo.

●
72,1 / 100

Fonte: Centro Studi - Indagine semestrale febbraio (2026). Scala 1-100 da impatto marginale=1 a massimo impatto=100 sul business aziendale.



COSMETICA ITALIA

Pressione sui margini e vulnerabilità della supply chain



la voce delle imprese

Le tensioni operative dominano le preoccupazioni a breve termine. I **costi di produzione**, determinati dal rincaro energetico e delle materie prime, rappresentano la prima criticità in assoluto. Questo fattore, unito al rallentamento delle **catene di approvvigionamento**, impone alle aziende sfide complesse per difendere i margini senza impattare i volumi di vendita.

.....● **75** /100

.....● **72,3** /100



Impatto delle normative ESG



la voce delle imprese

Il quadro regolatorio europeo impone oneri di adeguamento significativi, concentrandosi in particolare sul packaging cosmetico. Il driver più avvertito è il **Regolamento (UE) Packaging and Packaging Waste Regulation – PPWR**, strettamente legato agli obiettivi di economia circolare ed ecodesign.

.....● **63,7** /100

Rilevante anche l'impatto della **Direttiva (UE) 2024/825 ECGT** (Empowering Consumers for the Green Transition), che rafforza la disciplina sui claim ambientali e imporrà alle imprese una rigorosa revisione delle comunicazioni commerciali in ottica anti-greenwashing.

.....● **61,8** /100

Fonte: Centro Studi - *Indagine semestrale febbraio (2026)*. Scala 1-100 da impatto marginale=1 a massimo impatto=100 sul business aziendale.



COSMETICA ITALIA

Geopolitica in secondo piano rispetto alla concorrenza



la voce delle imprese

L'area macroeconomica generale chiude la classifica.

Fattori come la **politica commerciale**● **54** /100

statunitense e il rallentamento del **mercato**● **42,9** /100

interno cinese sono percepiti come marginali.

Al contrario, all'interno di questo cluster spicca la preoccupazione per l'espansione della **beauty**● **58,3** /100

asiatica, segno che il vero timore non è il blocco commerciale, ma la concorrenza diretta sui mercati internazionali da parte di player capaci di esportare beauty routine fortemente innovative.



Valore dei consumi beauty in Italia



€ **12,8** mld **+3,2%**

acquisti 2025

'25 vs '24



canali
tradizionali

€ **9,8** mld
(+**2,7%**)

canali
professionali

€ **1,6** mld
(+**0,7%**)

canali
digitali

€ **1,4** mld
(+**9,8%**)

Nel 2025 i consumi cosmetici hanno registrato una solida crescita aggregata del **3,2%**, trainata principalmente dalle dinamiche espansive del canale **e-commerce** (+9,8%). Dalle previsioni per il **2026** emerge un rafforzamento della propensione al consumo confermato da una crescita attesa nel beauty pari a **+3,5%**.

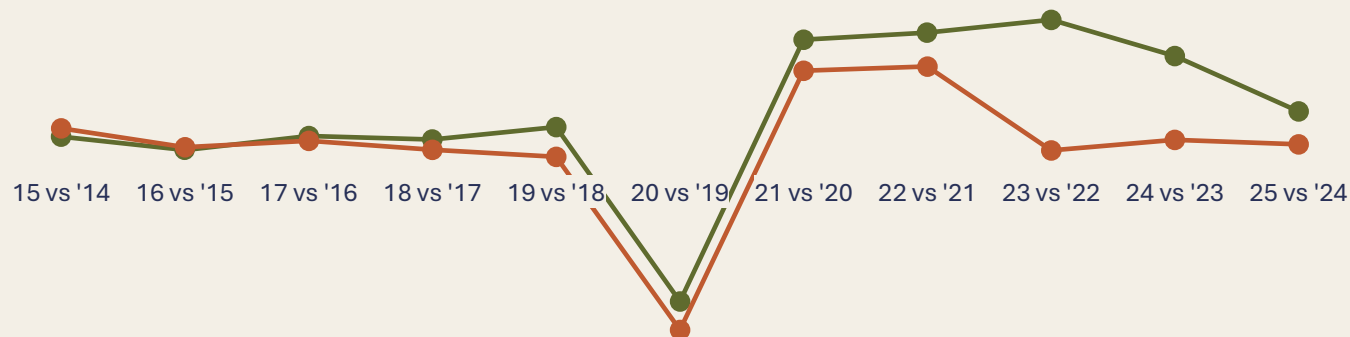


Andamento dei consumi in Italia

crescita media
ultimi 10 anni

consumi beauty
+3,0%

consumi totali
+0,8%



Si conferma l'**anelasticità** degli acquisti beauty che registrano un ritmo medio negli ultimi 10 anni più di **3x** dei consumi totali delle famiglie italiane.



I consumi beauty in Italia nel dettaglio



canali	valore 2025	'25 vs '24
grocery	€ 4.700 mn	+ 1,6%
farmacia	€ 2.220 mn	+ 2,5%
profumeria	€ 2.071 mn	+ 5,1%
e-commerce	€ 1.424 mn	+ 9,8%
erboristeria	€ 516 mn	+ 2,3%
monomarca	€ 314 mn	+ 5,7%
acconciatura	€ 1.111 mn	+ 0,2%
estetica	€ 431 mn	+ 2,1%

categorie	valore 2025	'25 vs '24
cura pelle	€ 4.301 mn	+ 3,2%
cura capelli	€ 2.951 mn	+ 4,1%
detergenza	€ 2.259 mn	+ 1,6%
make-up	€ 1.724 mn	+ 0,1%
franzese	€ 1.551 mn	+ 7,4%

top 3 best performer			
	blush	€ 55 mn	+ 10,2%
	hair styling	€ 169 mn	+ 8,3%
	franzese uomo	€ 343 mn	+ 6,2%



COSMETICA ITALIA

Andamento delle categorie beauty cross canale

categoria	totale		cura pelle		cura capelli		detergenza		make-up		fragranze	
canale	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24	valore '25	'25 vs '24
grocery	€ 4.700 mn	+1,6%	€ 1.426 mn	+2,0%	€ 1.033 mn	+4,7%	€ 1.615 mn	+0,1%	€ 393 mn	-0,6%	€ 233 mn	+0,9%
farmacia	€ 2.220 mn	+2,5%	€ 1.485 mn	+2,9%	€ 179 mn	-0,1%	€ 364 mn	+2,3%	€ 131 mn	+0,8%	€ 61 mn	+3,7%
profumeria	€ 2.071 mn	+5,1%	€ 421 mn	+1,1%	€ 56 mn	+21,8%	€ 50 mn	-1,0%	€ 585 mn	+4,0%	€ 959 mn	+7,2%
e-commerce	€ 1.424 mn	+9,8%	€ 491 mn	+11,2%	€ 432 mn	+14,2%	€ 125 mn	+26,2%	€ 220 mn	-13,0%	€ 155 mn	+25,3%
erboristeria	€ 516 mn	+2,3%	€ 124 mn	+2,0%	€ 122 mn	+0,9%	€ 76 mn	+1,1%	€ 84 mn	+3,3%	€ 109 mn	+4,2%
monomarca	€ 314 mn	+5,7%	€ 43 mn	+4,2%	€ 47 mn	+1,5%	€ 30 mn	+2,0%	€ 159 mn	+7,4%	€ 34 mn	+9,7%
acconciatura	€ 1.111 mn	+0,2%	-	-	€ 1.072 mn	+0,2%	-	-	€ 39 mn	-4,8%	-	-
estetica	€ 431 mn	+2,1%	€ 310 mn	+2,2%	€ 9 mn	+1,3%	-	-	€ 112 mn	+1,8%	-	-
totale	€ 12.787 mn	+3,2%	€ 4.301 mn	+3,2%	€ 2.951 mn	+4,1%	€ 2.259 mn	+1,6%	€ 1.724 mn	+0,1%	€ 1.551 mn	+7,4%

Elaborazione: Centro Studi - dati Circana, New Line, Human Highway, Tote Next, Tradelab.

I macro driver dei consumi beauty in Italia

beauty resilienza

L'andamento degli acquisti beauty conferma la **l'essenzialità** che contraddistingue il settore, nonostante il contesto di **incertezza** e di riduzione del **potere di acquisto**.

insegne concentrate

Sono in corso numerose **acquisizioni, affiliazioni** e **allargamenti distributivi** con apertura di nuovi punti vendita.

omnicanalità dei consumi

Forte **sovrapposizione dei canali**, sia fisici, sia online, con continuo trade up vs trade down di canali/brand per bilanciare **desiderabilità** vs **accessibilità**.

espansione e-commerce

Significativa crescita dell'e-commerce grazie alla **spinta promozionale e assortimentale** (leva prezzo vs confronto / ampiezza assortimento).



Trend di **consumo**

Convergenza: all-in-1 e accelerazione



multi-skinification

Prodotti dermo-hair-make-up: **funzionalità** della cura pelle trasversali rendono il confine di utilizzo meno marcato ma più **esperienziale**.

pack on the go

Innovazioni di packaging legate a una quotidianità accelerata negli ultimi 5 anni. Abbracciando aspetti legati all'**inclusività** (es. disabilità) o all'**outdoor**, il pack offre **soluzioni pratiche** di apertura, accompagnati a temi sulla sostenibilità (**mono-materiale** riciclato / riciclabile).



Divergenza: polarizzazione della beauty routine



effetto clessidra

Razionalizzazione verso prodotti essenziali con formule semplificate, accompagnata da una decisa propensione al **revenge spending**: acquisto di piccoli lussi accessibili che offrono un'**evasione sensoriale**.

tradizione in chiave moderna

La tendenza all'iper-personalizzazione, spinta dall'intelligenza artificiale, orienta il mercato verso un'offerta cosmetica **creata su misura** ma emerge anche un ritorno alle **radici** e all'**heritage** attraverso ingredienti che raccontano la **tradizione**.



Claim in crescita

valorizzazione

effetto rimpolpante / rassodante



funzionalità

benefici per specificità e tonalità della pelle

performance

durata e efficacia del prodotto / ricarica e packaging riciclato e riciclabile

Attenzione crescente del consumatore italiano verso l'**innovazione**, la **funzione / occasione** di utilizzo e il sistema di valori che comunica. In particolare, la **sostenibilità** e l'**inclusività** stanno diventando temi centrali. Inoltre, claim consolidati come “**per pelle secca**” continuano a mostrare una crescita sostenuta, segno che la cura delle specificità cutanee rimane una priorità per il consumatore.



Takeaways

Dinamiche espansive: crescita prudentiale e aumento dei flussi di commercio estero, supportati da un'inflazione in frenata e dall'acquisizione di nuove quote di mercato internazionali.

Rischi e volatilità: elevata incertezza esogena causata da instabilità geopolitica, rincari energetici e riorganizzazione delle catene di approvvigionamento globali, bilanciata da una solida resilienza strutturale

Consumi internazionali: forte espansione attesa fino al 2029 (CAGR +6,2%), guidata dal comparto fragranze, dal posizionamento premium e dallo sviluppo di India, Brasile e, seppur condizionato dal conflitto, il Medio Oriente.

Performance dell'export italiano: consolidamento del ruolo di 5° esportatore mondiale, con un contributo determinante alla bilancia commerciale nazionale sostenuto da leadership assolute in specifici segmenti.

Driver di crescita: le esportazioni si confermano il motore principale, compensando i consumi interni caratterizzati da maturità e anelasticità.

Sfide industriali: pressione sulle marginalità legata ai costi di produzione e necessità di compliance ai nuovi standard ESG europei (focalizzati su ecodesign e circolarità degli imballaggi).

Polarizzazione della domanda: coesistenza tra acquisti razionali di beni essenziali e ricerca di lussi accessibili ad alto impatto sensoriale e su misura.

Ibridazione dell'offerta (multi-skinification): contaminazione trasversale dei claim funzionali, con prodotti per capelli e make-up che mutuano i benefici dello skincare, declinati in confezioni funzionali e inclusive.



COSMETICA ITALIA



COSMETICA ITALIA
Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche

Lascia il tuo feedback, siamo
in costante miglioramento!

clicca / inquadra il QR

