

نگاهی به زمینه های همکاری ایران و ایتالیا در زمینه تولید لوازم بهداشتی و آرایشی

مقدمه :

ایتالیا یکی از کشورهای مهم تولید کننده محصولات آرایشی در جهان به شمار می رود. بهمین خاطر محصولات زیبایی ایتالیا در کشورهای منطقه خاورمیانه و بخصوص ایران با اقبال خوبی مواجه می گردد. گزارش زیر تلاش دارد تا بصورت کلی نگاهی به این صنعت در ایتالیا و زمینه های همکاری در تولید مشترک بیندازد:

+++++

الف: نگاهی به تولید لوازم آرایشی در ایتالیا

ایتالیا، چهارمین بازار بزرگ اروپایی با بیش از 13% ارزش بعد از فرانسه، آلمان و انگلیس قرار دارد. این کشور از نظر تعداد شرکت های خرد و متوسط در این بخش با 90% در ردیف اول قرار دارد. صنعت آرایشی و بهداشتی توسعه یافته و پیشرفته این کشور با 12 هزار شرکت، بیش از 35 هزار شغل مستقیم و 200 هزار شغل غیر مستقیم بوجود آورده است..

54 درصد از شغل ها به خانم ها اختصاص یافته است. استان لومباردی به مرکزیت میلان، بیشترین تمرکز شرکت های آرایشی بهداشتی را داشته و 51 درصد شرکت ها را در خود جای داده است. استان های بعدی امیلیا رومانیا، ونیز و پیه مونته ی باشد. بعبارت روشن تر 82 درصد کسب و کار در این زمینه در شمال ایتالیا قرار دارد.

6.01 میلیارد یورو از تولیدات در بازار داخلی به فروش می رسد. به گفته یک تحلیل گر بنام آندرا پوزیتانو که در مرکز تحلیل اتحادیه صنعت لوازم آرایشی مشغول به کار است، کل گردش مالی در بازار ایتالیا بیش از 13 میلیارد یورو می باشد. نزدیک به 7 درصد تولیدات این بخش به ارزش 326 میلیون یورو به بازار ایالات متحده سرازیر می گردد.

ارزش میلیارد یورو	2014	2015	2016	2017
ارزش کل بازار	12,889	13,018	13,148	13,279

نگاهی به زمینه های همکاری ایران و ایتالیادر زمینه تولید لوازم بهداشتی و آرایشی

ارزش کل تولید داخلی میلیارد یورو	10,621	11,064	11,507	11,967
ارزش کل صادرات	3,769	4,188	4,607	5,068
ارزش کل واردات	1,877	1,915	1,953	1,992

منبع: *Cosmetica Italia – The Italian Association of Cosmetics Industries*

مصرف لوازم آرایشی در ایتالیا در حال حاضر بالغ بر نزدیک به 8 میلیارد یورو می باشد که بخشی از آن از طریق واردات تامین می شود. در سال 2015، ایتالیا دومین خریدار بزرگ این نوع محصولات در اروپا بود در حالیکه میزان خرید این نوع اقلام در کشورهای اسپانیا، آلمان و فرانسه با کاهش مواجه بود.

بازار صنعت زیبایی ایتالیا با توجه به رشد کانال های فروش جدید مانند خرده فروشی تک برندی، فروش مستقیم، تجارت الکترونیکی فصلی است. تولیدات ایتالیا در اقصی نقاط جهان هم در بازارهای سنتی و هم در میان بازارهای نوظهور از نظر نوآوری و خدمات جانبی مشهور است. کیفیت این نوع اقلام نیز بر تمایز و اشتها تولیدات ایتالیا نسبت به دیگر کشورها افزوده است. براساس گزارش زیبایی منتشره از اتحادیه لوازم آرایش ایتالیا، کل واردات ایتالیا در سال 2015 بالغ بر 1,992 میلیارد یورو بوده است

ایتالیا تقریباً تمام مواد آرایشی اولیه خود را وارد می کند و بهمین خاطر ورود مواد اولیه در حال افزایش می باشد. انتظار می رود بخاطر افزایش موارد مربوطه به جراحی پلاستیک، واردات مواد اولیه این بخش افزایش داشته باشد.

ب: روابط تجاری دو کشور در این زمینه:

ایران یکی از مهمترین کشورهای مصرف کننده مواد آرایشی در خاورمیانه بشمار می رود. عمده کالاهای وارداتی نیز از طریق مبادی غیر قانونی و قاچاق و یا از طریق کشور ثالث وارد کشور می شود. بهمین خاطر ساماندهی این بخش از اهمیت زیادی برخوردار می باشد.

1 صادرات ایتالیا به ایران:

جدول زیر نشان دهنده آمار گمرک از ورود محصولات و مواد اولیه و یا نهائی لوازم آرایشی و بهداشتی به ایران از مبادی گمرکی از مبداء ایتالیا در سال 1395 می باشد.

نگاهی به زمینه های همکاری ایران و ایتالیا در زمینه تولید لوازم بهداشتی و آرایشی

۹۳	۱۳۹۵	منطقه ویژه اقتصادی سلیمان	ایتالیا	۲۲۰۳۹۱۰۰	بودرهای پودرهای بهم فشرده برای مسافران آرایشی	۳	۲۹,۵۶۹,۸۵۷ Rls.	۹۶۰ \$
۹۲	۱۳۹۵	منطقه ویژه پیام	ایتالیا	۲۲۰۳۹۱۰۰	بودرهای پودرهای بهم فشرده برای مسافران آرایشی	۲۱۶	۲۳,۸۳۸,۴۰۸ Rls.	۷۷۲ \$
۹۵	۱۳۹۵	منطقه ویژه اقتصادی سلیمان	ایتالیا	۲۲۰۳۳۰۰۰	فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست و پا	۸	۲۳,۰۵۶,۱۲۶ Rls.	۷۸۱ \$
۹۶	۱۳۹۵	معاونت واردات و ترانزیت تهران	ایتالیا	۲۲۰۳۹۱۰۰	بودرهای پودرهای بهم فشرده برای مسافران آرایشی	۷۲۶	۲۰,۷۸۸,۷۲۶ Rls.	۶۶۲ \$
۹۷	۱۳۹۵	غرب تهران	ایتالیا	۲۲۰۳۳۰۰۰	فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست و پا	۲۲	۲۰,۵۳۹,۵۵۲ Rls.	۶۶۷ \$
۹۸	۱۳۹۵	منطقه ویژه اقتصادی سلیمان	ایتالیا	۲۲۰۳۳۰۰۰	فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست و پا	۱۱	۱۹,۶۷۲,۳۲۲ Rls.	۶۵۱ \$
۹۹	۱۳۹۵	کیش	ایتالیا	۲۲۰۳۳۰۹۰	سایرفرآورده های برای آرایش چشم غیر از سبزه ها	۸۲	۱۳,۳۱۷,۳۷۷ Rls.	۲۱۸ \$
۱۰۰	۱۳۹۵	کیش	ایتالیا	۲۲۰۳۳۰۰۰	فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست و پا	۲۵	۵,۳۶۵,۸۰۰ Rls.	۱۶۶ \$
		مجموع کل					۱۶۰,۱۳۸,۹۳۸۲	۵,۰۶۳,۲۱۹ دلار

همانطور که پیداست، براساس آمار رسمی گمرک در سال ۹۵، ایتالیا تنها اندکی بیش از ۵.۶ میلیون دلار اقلام و مواد آرایشی به ایران صادر کرده است. امری غریب که با بسیاری از شواهد میدانی همخوانی ندارد. نمی توان تنها سهم ۶ میلیون یورویی برای واردات بیش از یک میلیاردی اقلام آرایشی ایران قائل شد.

2 فرصت های کار مشترک با ایران:

همانطور که گفته شد، ایران بواسطه سهم قابل توجهی که از واردات مواد و لوازم آرایشی در میان کشورهای خاورمیانه دارد، بسیاری از صادرکنندگان را بوجد آورده که تنها برای فروش محصول نهائی به ایران سفر کنند. به گفته مطبوعات ایتالیا، ایران با ۳۰ میلیون نفر مصرف کننده ۲۹ درصد بازار لوازم آرایشی در خاورمیانه را از آن خود کرده است. این میزان از مصرف چشم هر بیننده ای را بخود معطوف می کند و می تواند فرصتی برای کار مشترک قرار گیرد.

بجز جمعیت مصرف کننده، براساس معیارهای گمرکی میزان تعرفه موجود بر واردات این اقلام در حدود ۲۶ درصد می باشد. به این میزان باید تعرفه های مجزای دیگری مانند سود بازرگانی و مالیات بر ارزش افزوده را نیز افزود که جمعا بیش از ۴۸ درصد می گردد. از سوی دیگر به گفته یکی از تولید کنندگان لوازم آرایشی در ایتالیا، هزینه تولید هر واحد از اقلام شرکت او اگر در ایران تولید گردد، ۷۰ درصد ارزانتر از ایتالیا می باشد و بهمین خاطر ایجاد شرکت مشترک و تولید در ایران برای تولیدکنندگان ایتالیایی به صرفه می باشد.

دسترسی آسان تر به بازارهای منطقه نیز از دیگر فرصت هایی است که در ملاقات های این نمایندگی با علاقمندان خارجی مورد تاکید قرار می گیرد. اما بجز فرصت های موجود مشکلاتی وجود دارد که در سرفصل بعدی به آن اشاره می شود.

3 نقاط ضعف بالقوه:

مهمترین نقاط ضعف در همکاریها را می توان به سودی که از قبل واردات برای واردکنندگان ایرانی متصور است و پرهیز ذاتی ایرانیان از خرید محصولات و کالاهای ساخت داخل اشاره کرد. یکی از سرمایه گذاران این بخش اعتقاد دارد اقلام تولیدی این شرکت در ایران بجای برچسب "ساخت ایران"، برچسب "ساخت ایتالیا" می خورد. فرهنگ مصرف خارجی که تولید داخل برند های خارجی را نیز بر نمی تابد از تهدیدها و موانعی است که می تواند سرمایه گذار خارجی را دلسرد کند. به این فهرست می توان موانع تولید در داخل، عدم نظارت کافی دستگاه های متولی بر کیفیت محصولات داخلی که بتدریج کیفیت تولید داخل را تنزل می دهد و همچنین عدم رویکرد تجارت خارجی در تولید این نوع محصولات در داخل کشور افزود. متأسفانه قاچاق نیز از دیگر موانع تولید مشترک می باشد. به گفته مسئولان این بخش، بین 80 تا 90 درصد لوازم و کالاهای آرایشی به صورت قاچاق و از طریق مرزهای غربی و شرقی وارد ایران می شود. مضافاً نبود نظارت های تجاری و ورود کالاهای تقلبی با مارک ها و برندهای معروف ایتالیایی و آمریکایی که در کشورهای شرق آسیا جعل می شود، تولید را تهدید می کند.

منابع:

- http://www.cosmoprof.com/wp-content/uploads/2016/07/www.cosmoprof.com/PRESS-RELEASE_Cosmetica-Italia-@-CPNA-2016.pdf
- <http://www.italy24.ilsole24ore.com/art/business-and-economy/>
- <http://www.italy24.ilsole24ore.com/art/business-and-economy/2017-01-10/italian-cosmetics-aim-for-more-us-exposure-but-also-for-new-opportunities-iran-and-colombia-133316.php?uuid=ADv4J8TC>
- <http://www.reuters.com/article/us-jimmy-choo-m-a-michael-kors-idUSKBN1AA0JL>
- <http://beauty-africa.com/beauty-market-iran/>
- www.salute.gov.it/portale/p5_11.jsp
- www.cosmeticaitalia.it
- <http://export.gov/italy>