

Lucia Serlenga

## LE NOVITÀ DEL COSMOPROF

# Da Singapore all'India passando anche per l'Italia Giro del mondo in bellezza

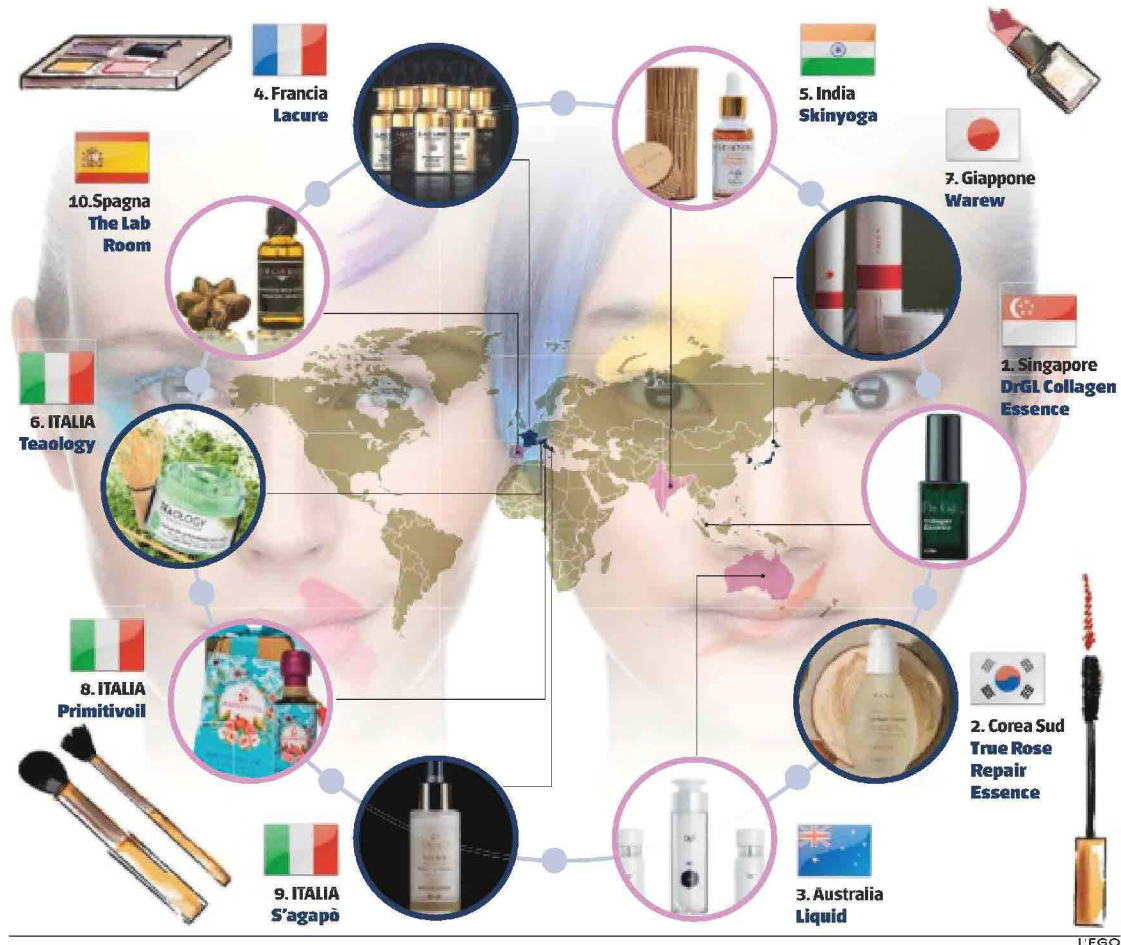
*Molti gli ingredienti naturali come tè, crusca di riso, melograno e vinaccioli. E siero alla bava di lumaca*

La chiave della bellezza è avere sempre qualcuno che ti ami dice l'incantevole attrice Julia Roberts. Ma ancor prima aver cura della propria personalità e del proprio corpo. Tutti ne sono consapevoli, da Oriente a Occidente, da Nord a Sud di questo nostro pianeta ben rappresentato alla prossima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna che si tiene dal 16 al 19 marzo. Fra gli oltre 2.800 espositori in rappresentanza di 70 Paesi e le collettive nazionali con 24 nazioni rappresentate, emerge l'idea di una bellezza multi-etnica. La cosmesi tende sempre più al naturale, al biologico, all'ecosostenibile. Partendo dall'Italia, una sintesi di quello che i visitatori troveranno nei padiglioni di Bologna. Si chiama Matcha Tea Cream, il complesso attivo con infuso di tè matcha - ottenuto con l'esclusiva tecnologia Tea Infusion Skincare - e nove ingredienti botanici dalle straordinarie proprietà tonificanti, ridensificanti e leviganti contenuti in una crema per il viso ultra rassodante che corregge e leviga. Sempre sul territorio dell'anti-age, ecco le virtù di un olio che rimpolpa e non unge: si chiama Primitive Oil e contiene olio di melograno bio, vitamina E, olio essenziale bio di palmarosa, olio di vinaccioli, olio di cocco, olio di jojoba, olio di crusca di riso. È naturalmente resveratrolo, molecola contenuta nel vino Primitivo, dalle proprietà rigeneranti e antiossidanti. Da non dimenticare, sempre di produzione italiana, il siero a base di purissima bava di lumaca: lo propone S'agapò insieme alla sua linea di prodotti che utilizzano la preziosa sostanza ricca di acido lattico e acido glicolico. Da Singapore arriva DrGI, un marchio di skincare creato dalla dottoressa Georgia Lee, una celebrità in fatto di cura della pelle. Parliamo di Collagen Essence, l'essenza di collagene progettata con una formula superidratante che penetra in profondità per fornire e trattenere l'umidità oltre la superficie della pelle. Rallenta i segni dell'invecchiamento, lo stress e la scarsa elasticità. Ci spostiamo in Corea del Sud per conoscere Urang True Rose Repair Essence, acqua di rose bulgara bio, ricca di vitamina C e vitamina A. Calma la pelle con le sue proprietà anti-infiammatorie e anti-acne. Dalla terra dei canguri e dei coala arriva Liquid Australia (Lqd<sup>®</sup>) marchio che ha sviluppato una collezione di prodotti premium per la cura della pelle e dei capelli, cosmeceutici e nutraceutici. Peptidi anti-irritanti, anti-ossidanti, anti-infiammatori, anti-invecchiamento sono solo alcuni degli ingredienti attivi presenti nella gamma. Fra i prodotti di punta, Eye Restore, conosciuto anche come «il botox in bottiglia». Contiene il 97 per cento

d'ingredienti naturali la linea Warew - dall'olio e dalla schiuma detergente a tre diverse emulsioni fino alla crema per gli occhi e due sieri - che arriva dal Giappone con un carico di principi attivi ottenuti da oltre 50 piante medicinali locali, insieme alla tecnologia cellulare brevettata Cell Viable Complex. Si annuncia cento per cento naturale,

vegano e halal l'olio per il trattamento del viso Skinyoga dall'India: un siero leggero che contiene 40 antiossidanti per rallentare l'invecchiamento, alleggerire l'ipo-pigmentazione e migliorare l'elasticità. Parla francese ma si fa capire in tutto il mondo, Lacure, marchio d'integratori e cosmeceutici che propone un complesso ottenuto con la biotecnologia vegetale e una concentrazione di alcalini antiossidanti per la rigenerazione cellulare della pelle. Fra i prodotti di punta: Black Orchid, un siero attivatore essenziale. Un altro siero antinvecchiamento viene dalla Spagna: lo propone The Lab Room ed è a base di olio Inca - utilizzato dalle donne Inca per rivitalizzare e ringiovanire la pelle - ricco di omega, con calendula, olio di rosa canina e oli essenziali biologici.

### PAESE CHE VAI TRUCCO CHE TROVI




Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





## LA LINEA DI BELLEZZA MARISA BERENSON

 Laura Savini  Bellezza, Notizie  Leave a comment

Select Language 

Figlia di un diplomatico americano, Robert Berenson, e di Gogo Schiaparelli, figlia della celebre creatrice italiana Elsa Schiaparelli oggi 71enne e simbolo di estrema bellezza ed eleganza

La nonna Elsa dice, "Non mi ha mai dato consigli di abbigliamento", solo l'esempio. I ricordi della donna affiorano gli anni dell'adolescenza trascorsa a Parigi nelle sale da bain dell'hotel Particulier a Parigi. Ricorda come la nonna si metteva sul viso l'olio di fico d'India che acquistava grezzo in Tunisia dove aveva una casa.

### NEWS

[Scrunchie revival: il grande ritorno del fermacoda più famoso degli anni '90!](#)

[Ancient Nightmare. Il lato oscuro dei Cavalieri Templari](#)

[Sì Sposaitalia, ospite Pignatelli con capsule celebrativa 50° della maison](#)

[La linea di Bellezza Marisa Berenson](#)

[Dopo Gucci anche Versace dice basta alle pellicce](#)

### FACEBOOK



Alpi Fashion Magazine  
9959 "Mi piace"

 Mi piace questa Pagina  Condividi

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



### FASHION AUTHOR

[Sì Sposaitalia, ospite Pignatelli con capsule celebrativa 50° della maison](#)

**Valeria Gennaro**

[Dopo Gucci anche Versace dice basta alle pellicce](#)

**Laura Savini**

Plastic trend e nylon: must have per il prossimo AI 2018

**Laura Savini**

Memento  
N°2. Britney Spears è il nuovo volto di Kenzo

**Valeria Gennaro**

Good Mama: la linea jeans premaman di Khloé Kardashian

**Emanuela Golemme**

**BY LAURA SAVINI**

Dopo Gucci anche Versace dice basta alle pellicce

Plastic trend e nylon: must have per il prossimo AI 2018

I graffiti di Balenciaga invadono Parigi

Il femminismo di Dior in scena al Museo Rodin di Parigi

"Le cattive ragazze" di Max Mara

All Posts (217)

Marisa ricorda la pelle liscia e curata di Elsa, con poco trucco: "usava solo un po' di crema dove schiacciava la testa bruciata di un fiammifero per crearsi il trucco nero da passarsi sugli occhi" ricorda.

Attraverso questi flash back unici e ancora vivi crea una nuova collezione di prodotti di bellezza che portano il suo nome **in occasione del salone della bellezza Cosmoprof in programma lo scorso 16 marzo a Bologna**

Una vera e propria linea per una classe d'élite.

Per lei la bellezza è salute, ed è necessario che ciascuno di noi si prenda cura di se stesso internamente ed esternamente attraverso quindi sia una buona alimentazione che anti-age

ricavati dal miracoloso siero di olio di fico indiano.

Protagonista di una celebre carriera, fonte di ispirazione di famose copertine di Vogue America per opera di fotografi come Richard Avedone e Irvin Penn.



Ricca e colta, già a sei anni sulla cover di Elle e poi lanciata nell'universo dello stile da Diana Vreeland, fotomodella più che it girl da passerella, attrice di fama per aver cominciato nel 1971 con "Morte a Venezia" con Luchino Visconti, e poi nel 1972 con Bob Fosse in "Cabaret". Il trionfo mediatico ancora l'accompagna nel mito della sua bellezza intatta di "Barry Lyndon" di Stanley Kubrick nel 1975, dove Marisa era l'intrigante Lady Lyndon. Una vita di successi e di perdite, tra cui quella tragica della sorella Benny accaduta con il disastro delle Twin Tower, ma anche e soprattutto una vita ricca di insegnamenti.

Il più importante quello della nonna: conoscere bene se stessa per conoscere le donne.

Questo il mood della sua nuova creazione e si confessa alle donne attraverso

un siero, una crema a base di fico d'India, ginger e camomilla che lei stessa ha sperimentato passandolo sul suo viso.

Un prodotto versatile ed adatto anche a capelli e corpo.

Cura per il prodotto e packaging, nessun aspetto è tralasciato. Packaging dorato e conservanti naturali per un inno alla bellezza e riconoscimento estremo per la natura.

Laura Savini

SHARE

f Facebook

Twitter

G+ Google +

in LinkedIn

Pinterest

Tags [BELLEZZA](#) [CREME](#) [MARISA BERENSON](#)

Luuk

CHI

VUOI RICEVERE IL PERIODICO

f t i g

SIAMO ▾

CONTATTACI

NEWSLETTER

CARTACEO?

# ANTONIO CROCE MILANO

# Luuk

MAGAZINE

FASHION ▾ | BEAUTY | LIFESTYLE ▾ | DESIGN ▾ | MOTORI ▾ | PEOPLE | FOOD ▾ | CULTURA ▾ | TRAVEL ▾ | SPORT

BEAUTY

## Cosmoprof 2018: tutte le novità dal salone della bellezza

STAFF  
20 MARZO 2018



### In Evidenza



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429

La fiera del beauty chiude un'altra edizione di successo: **Cosmoprof 2018** è più "bella" che mai. Ecco tutte le **novità** presentate a Bologna da **Cosmoprof Worldwide**, che da ben 51 anni rappresenta il punto di riferimento di un settore – fortunatamente – in netta crescita.

**I numeri.** Oltre 250.000 visitatori, più di quelli intervenuti l'anno scorso; +11% nelle presenze degli operatori esteri; cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 72 nazioni, divisi in 3 settori distinti: **Cosmo Perfumery & Cosmetics**, **Cosmo Hair&Nail&Beauty Salon** e **Cosmopack** (dedicato alla filiera produttiva). Padiglioni completamente rinnovati, per un numero di **stand** cresciuto del 7,5%. I numeri della 51esima di Cosmoprof confortano, espressione di un mercato florido che fattura ogni anno, in Italia, quasi 11 miliardi di euro.



**Un settore in crescita.** *“Creatività, ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità: sono questi solo alcuni degli elementi vincenti che confermano la cosmesi tra le eccellenze del Made in Italy. Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato (+4,3%) continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro. Comunicare questi dati in occasione dell'edizione appena conclusa di Cosmoprof Worldwide Bologna ci rende ancora più orgogliosi di rappresentare il settore al fianco del nostro storico partner BolognaFiere”* commenta **Fabio Rossello**, presidente di Cosmetics Italia, partner della manifestazione insieme Ministero per lo Sviluppo Economico e ITA-Italian Trade Agency.

**La (vincente) vocazione B2B.** Per una migliore fruizione della manifestazione, Cosmoprof 2018 ha adottato un **nuovo concept** con percorsi di visita “su misura”, rispondendo così alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali presenti in fiera. L'edizione di quest'anno ha visto avvicinarsi presentazioni e programmi di aggiornamento professionale per gli operatori B2B, con ben **18 workshop** che hanno registrato una partecipazione numerosa e hanno schierato sul palco opinion leader di grande prestigio. Una proposta articolata per l'aggiornamento professionale che ha saputo attirare l'attenzione, insieme ai consueti premi alle aziende più innovative e il **premio alla carriera** assegnato a Jean Claude Ellena, celebre “naso” della **Maison Hermès**. Un'occasione per accendere i riflettori sulla **profumeria di alta gamma**, presente quest'anno a Cosmoprof con una sezione speciale dedicata.

## Luuk Magazine su carta

Vuoi ricevere gratuitamente  
la tua copia cartacea di  
Luuk Magazine?

REGISTRATI SUBITO

## L'opinione



LUOGHI

Cinque cene romantiche per San Valentino

LEGGI TIZIANA



LIFESTYLE

Lugano in cinque indirizzi da non perdere

LEGGI TIZIANA



ALBERGHI

Cinque luxury Hotel in alta quota tra neve e visuelle

LEGGI TIZIANA

## Iscriviti alla Newsletter

Resta sempre aggiornato, iscriviti alla newsletter

La tua Mail

ISCRIVITI





**Tendenze.** Due sono i trend emersi dalla 51esima edizione: la **cosmetica green** e quella **multiculturale**. La prima, rappresentata da 130 aziende, accoglie il crescente interesse verso uno stile di vita più sano ed etico, grazie a cosmetici organici, biologici ed eco-sostenibili. Non solo: attenzione ai prodotti anti-age, anche al maschile (presente anche la sezione Barberia) oltre a ma un nuovo approccio alla cura di sé che rifiuta sempre di più le sintesi da laboratorio, all'insegna della *slow cosmetics*. Per la cosmetica multiculturale, protagonista il progetto *Tones of Beauty* dedicato a tutti quei cosmetici per la pelle e i capelli creati per le donne non caucasiche. **Dall'afro al giapponese, il trucco non è mai stato così "globale"**. E poi i prodotti che cambiano colore, come le creme antirughe a base di miscele di veleni di scorpione, vipera e bava di lumaca. In campo trucco invece il **glitter** rappresenta il macro trend per il 2018/2019, con particelle luminescenti che regalano un effetto sparkling dagli occhi al viso, amatissimi dal nuovo pubblico di **Millennials**.



**Beauty Charity.** Grande successo ha riscosso al salone l'iniziativa charity "Boutique" dedicata alla memoria di Roberto Kerkoc, vicepresidente di BolognaFiere scomparso l'anno scorso. 19 le aziende espositrici di Cosmoprof che hanno messo a disposizione i propri prodotti, andati velocemente esauriti nelle prime giornate di manifestazione: il ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST).

**Cosmoprof Mumbai.** Il prossimo passo di Cosmoprof Worldwide? Il lancio di

**Cosmoprof Mumbai** (con i partner UBM), per dare ulteriore energia alla piattaforma internazionale, già presente in Asia e in Nord America. Gli appuntamenti futuri del salone? **Cosmoprof North America** a Las Vegas (luglio), **Cosmoprof India** a Mumbai (in arrivo proprio a settembre 2018) e **Cosmoprof Asia** a Hong Kong (novembre 2018).

Mi piace 0



Cosmoprof

TAGS: bellezza, Bologna, 2018, novità, Saloni

STAFF



### Potrebbe interessarti anche



I prodotti beauty irrinunciabili delle celebs  
16 marzo 2018



Lo zenzero: infallibile alleato beauty  
21 febbraio 2018



Fai il pieno di vitamine per la tua pelle  
15 gennaio 2018



f FACEBOOK

tw TWITTER

ig INSTAGRAM

g+ GOOGLE +

LUUK MAGAZINE È UNA TESTATA GIORNALISTICA, ISCRIZIONE REGISTRO STAMPA N. 204 DEL 25/06/2015 – TRIBUNALE DI MILANO.

© COPYRIGHT - LUUK MAGAZINE - FOLLOW US. BE EXCLUSIVE.

Alcune immagini inserite su questo portale sono tratte da internet e, pertanto, considerate di pubblico dominio; qualora la loro pubblicazione violasse eventuali diritti d'autore, vogliate comunicarlo via email a [contact@luukgroup.com](mailto:contact@luukgroup.com). Saranno immediatamente rimosse.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429



Home Rivista | Magazine Italian Shop Design | Yearbook Newsletter Partners Contatti | Contact us Search.. Search

[Back To Homepage](#)



Si è chiusa con successo l'edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna.

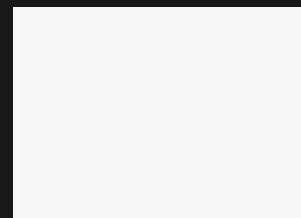
📅 20 marzo 2018, 10:27

"Cosmoprof 2018 chiude con un risultato sorprendente – dichiara **Gianpiero Calzolari**, Presidente di BolognaFiere – superato il tetto dei 250.000 visitatori del 2017; abbiamo registrato +11% nelle presenze degli operatori esteri. Cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 nazioni, che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso di fare business ma, anche, di aggiornamento professionale."



La vocazione B2B di Cosmoprof si è consolidata ulteriormente, nella relazione tra Buyer ed espositori, nell'articolato programma di aggiornamento professionale, con 18 workshop che hanno registrato una partecipazione numerosa e hanno schierato sul palco opinion leader di grande prestigio, con i Premi alle aziende più innovative e il Premio alla Carriera assegnato a Jean Claude Ellena, celebre "naso" della Maison Hermes che ha attirato nuova attenzione sulla profumeria di alta gamma, presente quest'anno a Cosmoprof con una sezione speciale dedicata.

"Una manifestazione vivace – prosegue Calzolari -, ricca di proposte, dalla filiera industriale al retail, un vero colpo d'occhio sulla cosmesi mondiale, in una sintesi che nessun'altra fiera al mondo riesce a operare. Ci apprestiamo ora, ad aprire Cosmoprof Mumbai (con i nostri partner UBM), dando ulteriore nuova energia alla nostra piattaforma internazionale che già ci vede impegnati in Asia e in Nord America. Tutto, con la collaborazione dei nostri partner, di Cosmetics Italia, del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'ITA-Italian Trade Agency'."



Venite a trovarci nel nostro showroom







"Creatività, ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità: sono questi solo alcuni degli elementi vincenti che confermano la cosmesi tra le eccellenze del Made in Italy. Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato (+4,3%), – commenta Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia – continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro. Comunicare questi dati in occasione dell'edizione appena conclusa di Cosmoprof Worldwide Bologna ci rende ancora più orgogliosi di rappresentare il settore al fianco del nostro storico partner BolognaFiere. Alla luce di questa sinergia di successo, che unisce un format fieristico unico al mondo e una industria solida che offre lavoro a oltre 35mila addetti, che salgono a 200mila con l'indotto, l'auspicio è quello di una attenzione crescente da parte delle istituzioni per sostenere in Italia e all'estero un modello virtuoso".

Per una migliore fruizione della manifestazione, Cosmoprof 2018 ha adottato un nuovo concept, con percorsi di visita "su misura" rispondendo così alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali presenti in fiera.



Grande successo per l'iniziativa di charity "Boutique" dedicata alla memoria di Roberto Kerkoc, vicepresidente di BolognaFiere scomparso l'anno scorso. 19 le aziende espositrici di Cosmoprof che hanno messo a disposizione i propri prodotti, andati velocemente esauriti nelle prime giornate di manifestazione, a dimostrazione della generosità del pubblico. Quanto ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST). Prossimi appuntamenti: Cosmoprof North America a Las Vegas (luglio), Cosmoprof India a Mumbai (settembre) e Cosmoprof Asia a Hong Kong (novembre 2018).

[www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

#### Related Posts:

1. Si è chiusa la 50ª edizione di COSMOPROF WORLDWIDE Bologna.
2. A COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA 2018 un calendario ricco di iniziative specifiche per il mondo professionale.

◀ Share this article: [Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#) [Pinterest](#) [LinkedIn](#)

Assigned tags: [Cosmoprof Worldwide Bologna](#) [fiere](#)

#### RUBRICHE

ATTUALITA'  
CORSI, CONVEGNI & INIZIATIVE  
DALLE AZIENDE  
DESIGN  
DIGITAL SIGNAGE  
english text  
LATEST NEWS  
LIGHTING  
NEW OPENING  
PAVIMENTI & RIVESTIMENTI  
RETAIL & FOOD  
RETAIL DESIGN  
Senza categoria  
TECNOLOGIE PER IL RETAIL  
TEMPORARY STORE & POP-UP  
VISUAL COMMUNICATION

[MILAN\\_RETAIL\\_STORE](#)  
il blog sul visual merchandising

[BeTheBoss.it](#)

[retail design blog](#)

[Beesness](#)

#### Count for Day

Lecture odierne:	947
Lecture di ieri:	1423
Lecture scorsa settimana:	19421
Visitatori questo mese:	17415
Utenti attualmente in linea:	11

#### Tag

allestimento vetrine AN shopfitting magazine  
arredamento gioiellerie  
arredamento negozi abbigliamento  
arredamento per negozi awards  
catene negozi centri commerciali  
concept store corner shop corsi design  
digital signage EuroShop 2017 fiere  
flagship store Francesca Zorzetto franchising  
HoReCa illuminazione  
illuminazione per il retail interior design  
Led lighting lighting manichini  
pavimenti e rivestimenti Poli.design  
pop-up store Popai Italia Prada  
progettazione bar ristoranti progettazione negozi  
retail retail&food retail design  
Roberto Baclocchi shopfitting store design  
sviluppo retail temporary store travel retail  
vetrine negozi visual communication  
visual merchandising XT Retail

**NOTA! Questo sito utilizza i cookie e tecnologie simili.**  
Se non si modificano le impostazioni del browser, l'utente accetta.

Approvo

AGIPRESS AGENZIA DI STAMPA QUOTIDIANA

RICERCA - Tumore al ...  
Una ricerca di IEO, ...

Presentate a Firenze...

NEUROSCIENZE - Il ...  
Ricercatori: cervell...

CHI È AGIPRESS SERVIZI OFFERTI DOVE SIAMO CONTATTI MAPPA DEL SITO

Cerca...



Home / Salute / Benessere / E' boom per le aziende di cosmesi e soluzioni benessere

## E' boom per le aziende di cosmesi e soluzioni benessere

Mercoledì, 28 Marzo 2018 00:57 Scritto da Davide Lacangellera dimensione font - +



Cosmesi e soluzioni benessere, è boom per le aziende

Publicato in Benessere

Letto 33 volte

Stampa

Email

Vota questo articolo



(1 Vota)

Etichettato sotto

Cosmoprof, aziende, benessere, Cosmesi,



Davide Lacangellera

### Quanto emerso dalla recente edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna 2018.

AGIPRESS - BOLOGNA - Un osservatorio leader internazionale sulle tendenze legate al settore della cosmetica e del **mondo beauty**, è Cosmoprof Worldwide Bologna. L'edizione 2018 di Cosmoprof segna un numero sempre crescente di partecipanti e visitatori. Dopo il debutto per Cosmopack, spazio dedicato all'**innovazione e alla filiera produttiva**, l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%, sempre più fulcro di un network globale anche grazie al supporto del Ministero Sviluppo Economico e dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane insieme alla collaborazione con Cosmetica Italia. La 51/a edizione di Cosmoprof si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico ma anche per la crescita della piattaforma stessa di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, si inaugurerà a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma l'impegno in Iran e Colombia. Capofila tra le novità di questa edizione un nuovo concept con percorsi su misura per rispondere alle esigenze di business specifiche per aziende, buyer, distributori, retailer e operatori professionali. **In**

### K2 COMMENTS

### LE ULTIME NEWS



**E' boom per le aziende di cosmesi e solu...**

Marzo 28, 2018



**"Sindacal Game", gli studenti ...**

Marzo 26, 2018



**L'innovazione al servizio dei cittadini,...**

Marzo 24, 2018



**FARMACEUTICA - Menarini, cambio al verti...**

Marzo 23, 2018



**MODA - Stili, tendenze ed eventi, la cam...**

Marzo 21, 2018



**Ricavi per 138 mln di euro (+1,6%) e uti...**

Marzo 20, 2018



**FIRENZE - Il nuovo Planetario Digitale, ...**

Marzo 20, 2018



**L'Italia del Rugby si arrende nel finale...**

Marzo 18, 2018



**La primavera è ancora lontana, arriva un...**

Marzo 18, 2018

**crescita tutti i settori della manifestazione:** +6% per Cosmopack, +5% per le aree dedicate a profumeria e cosmesi; +8% per Cosmo Hair & Nail & Beauty Salon. Per quanto riguarda l'internazionalizzazione sono 27 le collettive nazionali in rappresentanza di 24 Paesi. Dall'Australia alla Lettonia; dalla California alla Corea; dalla Germania al Giappone, agli Usa oltre a Cina e Taiwan. Ricco il programma di talk con 18 panel dedicati alle ultime tendenze, alle strategie di comunicazioni, al digitale e ai possibili sviluppi dell'universo beauty.

**IMPRESE SOLIDE** - Siamo di fronte ad un settore in grado rappresentare al meglio il modello di sviluppo e crescita a livello economico di dimensione non solo nazionale ma anche mondiale. Un circolo virtuoso testimoniato dalla **solidità delle imprese** coinvolte che continuano a far crescere il fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi. Una performance trainata dal mercato interno cresciuto di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L'apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all'estero, che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita del 9% rispetto all'anno precedente. Insomma quello del **beauty è un modello di impresa che si innova**, punta all'internazionalizzazione e oltre al volume considera il valore elemento essenziale di espansione.

"Questi dati ci pongono di fronte una domanda - commenta **Fausta Tistarelli di Clelia Consulting**, società che analizza e supporta le aziende nel processo di sviluppo crescita e cambiamento - quali sono i fattori per cui questo settore si differenzia dagli altri tanto da evidenziare una crescita costante anche in periodi di crisi persistenti? Per rispondere - spiega - dobbiamo necessariamente riflettere sui bisogni a cui questo settore si rivolge, bisogni di benessere, autostima, valorizzazione della propria persona a cui, anche in periodi di crisi e di grandi impegni, non si è disposti a rinunciare. Attenzione però - rimarca Tistarelli - i clienti in questo settore sono ininterrottamente alla ricerca di proposte 'a valore' in cui innovazione ed esperienza arricchiscono e rinnovano costantemente le soluzioni per il benessere. I numeri in crescita evidenziano grosse opportunità per le imprese di questo mercato ma sarà necessario continuare a conoscere approfonditamente gli orientamenti dei clienti finali e, con processi di ricerca e progetti di innovazione ecosostenibili ed ecocompatibili, 'sorprendere' il mercato con una proposta capace di dare una prospettiva di vero benessere. A queste condizioni il settore continuerà a crescere".

Agipress

Ultima modifica il Mercoledì, 28 Marzo 2018 01:41



Consiglia 0 Condividi

## ARTICOLI CORRELATI (DA TAG)

- Nasce Biologika, il metodo naturale per dimagrire in leggerezza
- LAVORO - Commerciale cercasi, opportunità per una figura essenziale per l'azienda
- SALUTE - Se beviamo poco peggiora la percezione del dolore
- L'industria italiana delle terme riparte con un'attenzione in più agli aspetti sanitari
- Chirurgia plastica nei pazienti ex obesi, cresce la richiesta di interventi

## ULTIMI DA DAVIDE LACANGELLERA

- L'innovazione al servizio dei cittadini, nella Coworkeria di Massa un nuovo Paas
- FARMACEUTICA - Menarini, cambio al vertice, il nuovo presidente è Eric Cornut
- MODA - Stili, tendenze ed eventi, la campagna primavera 2018 di McArthurGlen
- Ricavi per 138 mln di euro (+1,6%) e utile netto pari a 40,2 milioni di euro, approvato bilancio 2017 Toscana Energia
- FIRENZE - Il nuovo Planetario Digitale, l'astronomia si racconta in modo rivoluzionario



**Accessibilità, al Museo Benozzo Gozzoli ...**

Marzo 15, 2018



**Lavoro, Menarini assume la dipendente nu...**

Marzo 14, 2018



**MOTORI - Premiati i campioni dell'automoto...**

Marzo 14, 2018

## CALENDARIO NEWS

Marzo 2018						
Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

## TUTTE LE CATEGORIE

Attualità

Attualità

Ambiente

Tecnologia

Istruzione

Moda

Politica

Politica Toscana

Politica Italia

Economia e Sviluppo

Lavoro

Impresa

Turismo

Agricoltura

Salute

Medicina

Psicologia

Alimentazione



# SweetAsVanilla01

Recensioni di cosmetici naturali

HOME MAKE UP VISO CORPO CAPELLI HAUL EXTRA

LUNEDÌ 26 MARZO 2018

## What's new? Cosmoprof 2018

Buongiorno ragazze, per noi appassionate di bellezza Cosmoprof è un appuntamento irrinunciabile, ed anche quest'anno ho partecipato con la mia cara amica Cristina (su YT: [Cristina Bio Bellezza](#)) ed oggi sono pronta a raccontarvi tutte le novità che abbiamo visto in fiera. Scopriamole insieme!



### DABBA

Dabba ha finalmente presentato un prodotto per la detersione, la DEEPWATER CLEANSER, un'acqua micellare delicata a base di acque floreali ed oil free. Questo prodotto può essere usato sia per la detersione che per rimuovere il make up e Janice, il fondatore, ci ha detto che il prodotto rimuove anche i make up più ostinati!



Altre novità riguardano il contorno occhi con DEEPWATER EYE CONTOUR BOOSTER, un siero acquoso indicato per borse e occhiaie e DOUBLE BERRY OIL ELIXIR, un olio contorno occhi con epilomio dotato di applicatore roll on che fornisce nutrimento alla zona, perfetto per essere usato in combo con il siero acquoso.

CONNECT



CERCA NEL BLOG!

 Cerca

LETTORI FISSI

GOOGLE+ FOLLOWERS

ARCHIVIO BLOG

▼ 2018 (5)

▼ marzo (2)

[What's new? Cosmoprof 2018](#)

[\[Recensione\] Domus Olea Toscana - Trattamento anti...](#)

► febbraio (3)

► 2017 (22)

► 2016 (57)

► 2015 (59)

► 2014 (27)

SUBSCRIBE

Per info e/o collaborazioni, contattami qui o tramite e-mail!

Nome

Email \*

Messaggio \*

Invia



Dabba ha creato un nuovo brand pensato per l'uomo **"BAD WEATHER"** composta da pochi e semplici prodotti, perché l'uomo non vuole impazzire nella scelta del cosmetico:

- facial cream;
- wake up facial spray;
- facial serum.

I prodotti hanno un profumo molto fresco che ricorda il limone, ma in realtà la fragranza è data da una particolare varietà di eucalipto!



## ETICHETTE

[alimentazione](#)  
[Alkemilla](#)  
[Antos](#)  
[Athena's](#)  
[bema cosmetici](#)  
[Bio Marina](#)  
[BioAlchemia](#)  
[Bioearth](#)  
[Biofficina Toscana](#)  
[Biovera](#)  
[Bubble&CO](#)  
[capelli](#)  
[collaborazione](#)  
[corpo](#)  
[Cosmoprof](#)  
[Couleur Caramel](#)  
[Domus Olea Toscana](#)  
[Dr. Hauschka](#)  
[Dr. Organic](#)  
[Ekos](#)  
[Essere](#)  
[extra](#)  
[Finalga Distribuzioni](#)  
[Fitocose](#)  
[flora](#)  
[Flowertales](#)  
[Giardino Cosmetico](#)  
[Green Energy Organics](#)  
[Greenatural](#)  
[haul](#)  
[Hino](#)  
[Khadi](#)  
[La Saponaria](#)  
[libri](#)  
[Lovea](#)  
[Mádara](#)  
[make up](#)  
[Nacomi](#)  
[Natura Amica](#)  
[Neve Cosmetics](#)  
[Officina Naturae](#)  
[Omnia Botanica](#)  
[Otosan](#)  
[p2 cosmetics](#)  
[Phytorelax](#)  
[prodotti finiti](#)



### HUMAN+KIND

Da Human+Kind è sempre festa, il titolare ha davvero un sorriso contagioso! Mi ha fatto davvero ridere il nostro incontro perché il fondatore del brand mi ha riconosciuta subito visto che passo allo stand ogni anno e mi è corso incontro porgendomi una confezione del famosissimo panno struccante che amo e uso da anni dicendomi: "So che lo adori!".



Ma torniamo alle cose serie, Human+Kind quest'anno si è superata ed ha presentato un nuovissimo panno in microfibra MIRACLE MAKE-UP REMOVER ancora più morbida di quello che già conosciamo che strucca anche il trucco waterproof semplicemente con acqua! Il panno è davvero grande e morbido, una coccola!

puroBIO  
Ricaricando  
Sana  
Sante Naturkosmetik  
Skin Blossom  
Sottolestelle  
tag  
Verdelime  
viso  
Viviverde Coop  
Weleda

#### INFORMAZIONI PERSONALI



 **Silvia**  
SweetAsVanilla01

Ciao a tutti!

Sono Silvia e vorrei parlare con voi di cosmesi ecobio, la mia passione! Col tempo vorrei parlare anche di alimenti per intolleranti al lattosio come me.

Seguitemi sul mio blog!

<http://sweetasvanilla01.blogspot.it/>

...sono anche su Instagram!

<http://instagram.com/sweetasvanilla01>

...e su facebook!

<https://www.facebook.com/pages/BioNails/386912721480386?ref=hl>

<https://www.facebook.com/pages/BioNails/386912721480386?ref=hl>

<https://www.facebook.com/pages/BioNails/386912721480386?ref=hl>

<https://www.facebook.com/pages/BioNails/386912721480386?ref=hl>

Visualizza il mio profilo completo

#### POST PIÙ POPOLARI



[Recensione] Domus  
Olea Toscana - Gli  
Undici: shampoo  
micellare per cute

sensibile e lavaggi frequenti,  
balsamo 3 in 1, tonico spray  
volumizzante

Buongiorno! Da quando su Instagram vi ho annunciato che sto usando alcuni prodotti della nuovissima linea "Undici" di Domus Olea...





Ho potuto provare anche un prodotto davvero particolare, la SHOWER MOUSSE, una mousse detergente da doccia proposta in diverse favolose fragranze. La mia preferita? Quella al pompelmo!



### POESIA 21

Poesia 21 è stata per me una bellissima scoperta perché non conoscevo affatto questo brand. Si tratta di un brand toscano che produce prodotti naturali, ed in fiera ha presentato tante belle novità:

- crema mani proposta in 3 fragranze: miele, ciliegia, narciso;



- scrub viso e detergente viso a base di olio evo, dei prodotti solidi che si trasformano in una sorta di latte a contatto con l'acqua;



Domus Olea Toscana  
- Sebo-lift fluido corpo  
(review)

Buongiorno! Oggi parliamo di un prodotto davvero particolare, innovativo, unico nel suo genere: si tratta del fluido corpo della linea se...



Purobio - fondotinta  
sublime

Buongiorno ragazze! Oggi vi parlo di un prodotto che ha stuzzicato la mia curiosità da quando l'azienda me ne ha parlato in occasione...



PuroBIO - Cipria  
compatta indissolubile

Buongiorno ragazze! Oggi mi rivolgo esclusivamente al pubblico femminile perché parleremo di make up! Con questo post concludo la carrell...



PuroBIO - terra  
resplendent (mat e  
shimmer) - review e  
swatch

Buongiorno ragazze! L'estate ormai sta concludendo, e visto che quest'anno non ho preso nemmeno un giorno di sole corro ai ripari...





- balsamo labbra a base di burro d'oliva declinato in 5 fragranze;



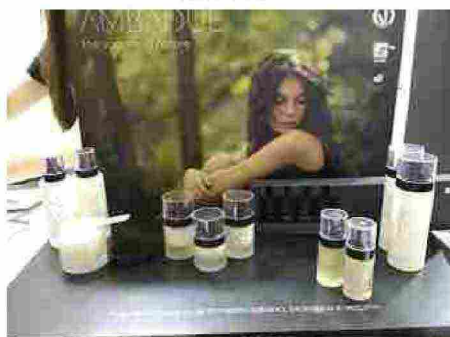
- acqua per tessuti presente in 7 fragranze;



- shampoo e balsamo a base di olio evo e miele.



AMBADUE'



Ambadue' è una realtà nuova che propone cosmetici naturali di lusso, affiancando moderne e complesse tecniche di estrazione dei principi attivi alla genuinità delle formule.

I prodotti sono ancora pochi, ma la novità fiera è stata il GOLDEN OIL, un olio per capelli a base di squalene vegetale derivato dagli scarti della birra al profumo di mango da usare come impacco preshampoo che ripara i fusti e rende morbida la chioma. Il prodotto uscirà a maggio ed avrà un costo di €68.



PUROPHI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Daniela, fondatrice del brand, ci ha stupite con S12, un solare che è un vero e proprio trattamento da usare 12 mesi all'anno proposto nella variante con SPF 30 oppure SPF 50+.

Questo prodotto offre una protezione globale dai raggi UVA/UVB, infrarossi e la luce blu prodotta dagli smartphone, è waterproof e contiene al suo interno sia filtri chimici che fisici microincapsulati con oligoelementi che non vengono assorbiti dalla pelle (0% di assorbimento cutaneo).

Il prodotto può essere usato sia sotto al trucco che al sole in spiaggia, è adatto a viso e corpo e sarà in vendita indicativamente dal 15 aprile.

### GLOV

Glov propone accessori per rimuovere il make up e in fiera ha presentato tante belle novità:

- Glov KIDS, il guantino perfetto per mamma e bimbi con una simpatica forma di coniglietto;



- Glov MAN, l'accessorio perfetto per l'uomo;



- turbante in microfibra che può essere usato sia per asciugare i capelli che per tenere in posa le maschere.

Per Natale sono previsti tantissimi kit uno più bello dell'altro, vi lascio le foto!





#### DR. HAUSCHKA

Dr. Hauschka non ha presentato novità in fiera, ma abbiamo potuto toccare con mano l'ultima collezione make up PURPLE LIGHT che è davvero una meraviglia per gli occhi!



#### FOREO

Foreo ha presentato dei device strepitosi:

- FOREO FOFO, uno smart device che si collega ad un'app e, grazie a dei sensori apposti sul retro del dispositivo, fa un'analisi della pelle fornendoci dei dati riguardo l'idratazione e ci fa scoprire l'età della nostra pelle (aiuto!) e regola il programma di conseguenza. Il device avrà un prezzo contenuto, €89, perché il dispositivo non è ricaricabile ma funziona a pile che possono essere sostituite.





- FOREO UFO, il dispositivo che permette di fare una maschera viso in soli 90 secondi! Il dispositivo funziona ad iper infusione e possiede una tecnologia termica (che scalda), funziona come crioterapia (raffredda la pelle) e pulsazioni soniche, inoltre è dotato di luce rossa, verde e blu. Il dispositivo funziona solo con maschere Foreo disponibili in tantissime varianti ed ha un costo di €279.



- FOREO UFO MINI è il fratellino di Ufo che differisce da lui per la mancanza di crioterapia, motivo per cui il suo costo è inferiore, €179. Per la mancanza di questa funzione non tutte le maschere proposte dal brand sono compatibili con questo device.

### APIARIUM

Apiarium propone la versione in tubetto di quattro loro famosissime creme mani: ambra e gelsomino, riso e orchidea, vaniglia e mandorla, mandarino e basilico.



Altra novità riguarda i profumatori per ambienti che ora vengono proposti anche in formato da 100 ml che vanno ad affiancare i classici da 200 ml.



Una bellissima novità che mancava in questo brand sono i detergenti per il viso proposti in due varianti che vanno a completare la linea dedicata alla skin care:

- SAPONE VISO IDRATANTE;
- SAPONE VISO PURIFICANTE.



#### CERERIA LUMEN

Cereria Lumen propone un nuovo packaging per la linea Vivalu che diventa davvero raffinato ed elegante;





novità è la candela LOMI LOMI con un profumo davvero buono e femminile;



la linea Opificio si arricchisce di una nuova fragranza, GIARDINI NAXOS (per ambiente);



ma la novità che più mi ha colpito sono le candele per ambienti SOUFFLE' declinate in quattro profumazioni: uva, fico d'india, frutti di bosco e ciliegia. Sono tutte favolose, ma quelle che mi hanno colpita di più sono fico d'india e uva, deliziose!





Bellissimi anche gli accessori per la cura della candela, come lo spegni fiamma e il tagliastoppino,



inoltre la linea con gli aforismi si arricchisce della deliziosa fragranza BOUQUET.

#### BIOEARTH

Bioearth sta rinnovando la grafica di tutti i loro prodotti che ora risultano davvero eleganti e professionali, ma la grande novità sono le maschere ed i sieri bio.





Le MASCHERE bio sono proposte in due varianti: monouso in cellulosa o al caolino da risciacquo. Ecco le maschere monouso in cellulosa 100% naturale:

- maschera viso antiage idratazione intensa con acidi ialuronici;
- maschera viso filler con olio di macadamia;
- maschera viso epigenetic lift con cellule staminali di argan;
- maschera viso idratante energizzante con succo di mela;
- maschera viso idratante lenitiva con camomilla;
- maschera viso illuminante antiossidante con alghe marine;
- maschera viso macchie e pigmentazioni con gluconolattone;
- maschera viso purificante con rosmarino;
- maschera viso rigenerante con bava di lumaca.

Queste maschere sono monouso composte da cellulosa naturale che si può smaltire nell'umido. Maschere al caolino da risciacquo da 100 ml:

- maschera viso nutriente al fico d'india;
- maschera viso effetto lift al lampone;
- maschera viso antiage con bacche di goji;
- maschera viso purificante al tè verde;
- maschera viso illuminante con olio di germe di grano.

Ma la novità che più mi incuriosisce sono le maschere per le mani!:

- maschera mani macchie e pigmentazioni con gluconolattone;
- maschera mani nutriente con olio di mandorle dolci (presto mia!).

Un'altra bellissima novità sono i sieri bio da 5 ml, perfetti per fare un trattamento d'urto abbinati alle creme o alle maschere:

- siero viso antiage idratazione intensa con camomilla;
- siero viso effetto filler con oligopeptidi dei semi di okra;
- siero viso epigenetic lift con alga nanochloropsis;
- siero viso idratante energizzante con aloe vera;
- siero viso idratante lenitivo con camomilla;
- siero viso illuminante antiossidante con alghe marine;
- siero viso macchie e pigmentazioni con gluconolattone;
- siero viso purificante con salvia;
- siero viso tonificante con bava di lumaca;
- siero viso nutriente con bava di lumaca.

La linea loom si amplia con SUPREME, che differisce dalla loom classica per la presenza di estratto di ibisco, questo prodotto è interessante perché ha effetto tensore "botox like".



Arriveranno presto dei travel kit di solari, perfetti per i viaggi o per chi ama cambiare spesso i prodotti.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Tutte queste meraviglie saranno disponibili da metà aprile, non vedo l'ora!

#### **BIOVERA**

Biovera ha presentato in fiera diverse proposte:

- MASCHERA VISO PEEL OFF, venduta in due modonosi con attivatore;
- ACQUA MICELLARE con acqua di elicriso biologica del chianti;
- GEL PER CAPELLI a tenuta flessibile.



La linea Cosmofarma si arricchisce di due nuovi prodotti appartenenti alla linea anti pollution: maschera peel off e crema.

#### **NACOMI**

Nacomi arricchisce la linea viso con una MOUSSE detergente; due GEL per il viso idratanti a base di acido ialuronico o di aloe vera e due rispettive CREME.



Bellissimi i MILK BATH, delle creme latte detergenti da usare sotto la doccia con profumazioni inebrianti;



e favolosi anche i BODY YOGURT, degli idratanti corpo con una consistenza simile ad una crema, ma più leggera.

#### INIKA

Inika presenta in fiera gli ILLUMINANTI COTTI, ILLUMINANTI IN CREMA e ci ha presentato una nuova linea make up, RAWW di prossima uscita in Italia.

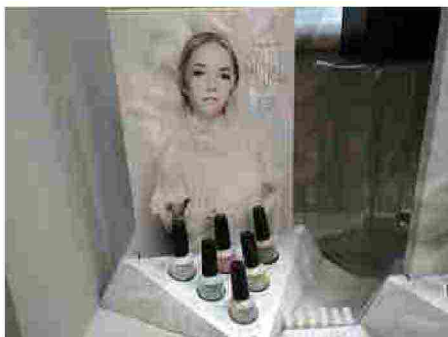


#### FABY

Da Faby ho potuto vedere la bellissima collezione OPPOSITE composta da 6 nuances tenui e delicate ed altre 6 dai toni decisi;



e anche la nuova collezione PURE composta da 6 nuances chiare e raffinate. Bellissime!



### ZUII

Zuii mi ha davvero stupita perché ha presentato in fiera un'intera linea dedicata agli autoabbronzanti in uscita a Luglio!







La linea è composta da uno scrub, un detergente, 4 mousse autoabbronzanti declinate in 4 tonalità, una lozione con abbronzatura graduale e 4 prodotti per il mantenimento del colore. Stupendi anche i rossetti che si arricchiscono di 7 tonalità favolose!



La vera novità secondo me è NATURAL TONE, una linea australiana di solari che arriveranno presto in Italia: i prodotti avranno una distribuzione capillare ed un prezzo concorrenziale, mi sembra davvero interessante!



#### MADARA

Màdara mi ha lasciata davvero senza parole, ha presentato tante novità davvero superlative:

- MASCHERA VISO REGENE, una maschera ad effetto lifting che va a completare la linea time miracle;
- BOOSTER, sono delle fiale per il viso da usare come trattamento urto per un periodo limitato di tempo, ne esistono di 3 tipi al collagene, energizzante e lifting, strepitose!;



- 
- SOLARI per viso e corpo con SPF 30, proteggono efficacemente rimanendo leggeri ed invisibili;
- CITY CC con SPF 15, una crema leggermente colorata proposta in due tonalità da usare come ultimo step sopra a siero e crema durante tutto l'anno che ci protegge dai raggi solari e dall'inquinamento;



- SAPONETTE per il viso alla lava vulcanica o al carbone, molto interessanti.



Tutte queste meraviglie saranno acquistabili tra circa un mese, sono certa che siete in trepidante attesa tanto quanto me!

#### MOSSA

Mossa arricchisce la linea con due referenze per capelli, shampoo e balsamo alla fragola... golosissime!



#### TIAMA



Tiama ha presentato la linea al CEDRO dalla freschissima profumazione agrumata, e rispetto alla linea all'iris risulta più purificante. Questa profumazione mi ha davvero conquistata!

La linea è composta da:

- shampoo;
- balsamo;
- gel doccia;
- balsamo corpo;
- sapone liquido;
- crema mani.

Il mio Cosmoprof è stato ricco, divertente e spensierato, il mio obiettivo era quello di passare una splendida giornata con la mia amica Cristina e ci siamo riuscite! Avevamo proprio bisogno di un momento tutto nostro da trascorrere con spensieratezza.

Cosa ne pensate di queste novità? Cosa vi incuriosisce di più? Lasciatemelo nei commenti!

Silvia

PUBBLICATO DA SILVIA SWEETASVANILLA01 A 07:00

ETICHETTE: COSMOPROF



NESSUN COMMENTO:

POSTA UN COMMENTO

[Home page](#)

[Post più vecchio](#)

Iscriviti a: [Commenti sul post \(Atom\)](#)

BLOG DESIGN

*Created by Kelly*





accademia 33

Editor COSMETICA ITALIA - Milano Direttore Responsabile: Benedetta Boni - Realizzazione a cura di COSMETICA ITALIA SERVIZI s.r.l. - Milano [www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)  
 Progetto grafico Area52 - Stampatore: Pirelli Editore s.p.a. - Registrazione Tribunale di Milano n. 562 del 19/09/2007

Gianpiero Calzolari racconta il suo primo Cosmoprof da Presidente di Bologna Fiere  
**Cosmoprof Bologna 2018: un'edizione ricca di novità, in un quartiere fieristico rinnovato**  
 Una manifestazione sempre più internazionale: a settembre 2018 per la prima volta in India

**Presidente, quest'anno Cosmoprof è alla sua 51ª edizione. Una bella storia da raccontare.**

«Sì, è vero, sono 51 anni che Cosmoprof si ripresenta puntualmente a Bologna, a primavera. È un primato che testimonia l'autorevolezza di questa nostra manifestazione. Il successo di questo format si deve anche ai rapporti che abbiamo costruito nel tempo con i nostri principali partner, tra cui al primo posto c'è senz'altro Cosmetica Italia, con la quale condividiamo gli anniversari. Siamo nati insieme, la collaborazione è stata da subito strettissima ed è importante vedere come il nostro accordo abbia lavorato per costruire e consolidare la relazione con la realtà industriale della cosmetics made in Italy. Quest'anno sono oltre 2.600 gli espositori provenienti da 70 Paesi, un bel 7,5% in più dell'anno scorso, ma cresce a vista d'occhio il coloro che vorrebbero partecipare: siamo attenti alla qualità delle proposte, Cosmoprof è

un colpo d'occhio magnifico sull'universo beauty, gli standard qualitativi che richiediamo ai nostri espositori sono alti, abbiamo che è per molti ma non per tutti. **L'internazionalità di Cosmoprof è un dato acquisito, qual è la vostra strategia per affrontare mercati diversi?**

Lanciamo, quest'anno, la prima edizione di Cosmoprof India, entriamo in un Paese dove i consumi del settore cosmetico crescono annualmente del 80%, così almerò negli ultimi 5 anni, è importante dialogare con una realtà di mercato così dinamica. La nostra piattaforma internazionale vede una collaborazione più che ventanna e con l'Asia, dove ogni anno siamo presenti con Cosmoprof a Hong Kong in collaborazione con il nostro partner UBM, e sono 16 anni che siamo presenti a Las Vegas con Cosmoprof North America, in collaborazione con il nostro partner PBA. Complessivamente, tra Bologna, Las Vegas e Hong Kong sono più di 360.000 i professionisti che visitano le nostre manifestazioni e oltre 6.600 le aziende che vi scelgono di esporre. La nostra strategia punta all'espansione perché desideriamo affermare in ogni area il primato del nostro brand, che è diventato sinonimo di affidabilità e autorevolezza, per questo abbiamo stretto rapporti recentemente anche con l'Iran, la Colombia e l'area asiatica che comprende Thailandia, Filippine, Malesia, Vietnam. Ci aiuta nei nostri rapporti internazionali il sostegno del Ministero per lo Sviluppo Economico e l'ITA-Italian Trade Agency che ci supportano in tanti Paesi.

**Quali sono le novità più importanti di questa edizione?**

Abbiamo approfittato dell'inizio dei lavori di revamping e ampliamento del Quartiere fieristico di Bologna, un progetto importante che consegnerà in un triennio 140.000 mq netti di superficie espositiva per un Cosmoprof sempre più grande e più bello e, ovviamente, utilizzabili anche dalle altre nostre importanti fiere. In questa edizione abbiamo ridefinito il format della manifestazione: quest'anno Cosmoprof sarà una fiera tailor made, pensata su misura per gli addetti ai lavori dei diversi settori che espongono e la visiteranno. Un Cosmoprof più facile da visitare, più veloce per fare business, con l'eccezionalità di Cosmopack e la sua filiera, dagli ingredienti ai macchinari al packaging che aprirà, come al solito, il giorno prima dell'inaugurazione di Cosmoprof.

Le novità da tutto il mondo saranno tantissime: ricordo solo che avremo 27 Collettive Nazionali e un programma di Workshop di aggiornamento che prevede 19 convegni con più di 80 opinion leader che ci racconteranno le novità, le tendenze, il futuro di questo appassionante universo della cosmesi. I visitatori, infine, saranno accolti all'ingresso di Cosmoprof dai profumi dei grandi marchi della profumeria di prestigio, grazie alla rinnovata e sempre più forte collaborazione con Accademia del Profumo, l'iniziativa di Cosmetica Italia dedicata al mondo delle fragranze.

[benedetta.boni@cosmeticaitalia.it](mailto:benedetta.boni@cosmeticaitalia.it)

*L'editoriale*  
 di Fabio Rossello

È forte l'attesa per i risultati delle elezioni politiche del 4 marzo. Continuiamo a essere riuniti a Verona lo scorso 16 febbraio (articolo a pag. 2) nelle Assise Generali, dove ha presentato un piano organico di politica economica, messo a disposizione di tutti i partiti e sul quale si confronterà con il futuro Governo. Un progetto che rimette la questione industriale al centro dell'agenda politica nazionale e che si fonda su tre pilastri: lavoro, crescita e riduzione del debito. Tra i tanti temi affrontati, desidero riprenderne uno a noi particolarmente caro: quello della promozione e della tutela delle imprese e dei prodotti cosmetici nel mondo. La cosmesi, lo ripetiamo ormai da tempo, è un comparto che negli anni ha saputo rafforzare la propria reputazione e farsi apprezzare sui mercati esteri. Ciò che osserviamo è che le aziende con business localizzato solo sul mercato interno o poco internazionalizzate hanno minor redditività e più problemi. Proprio su questo Cosmetica Italia si è impegnata da tempo: esiste un piano di internazionalizzazione a favore delle aziende associate che prevede diverse iniziative, dalle fiere del circuito Cosmoprof alle missioni commerciali. In più, grazie all'idea che il Ministero dello Sviluppo Economico ripone nei confronti del nostro settore, è stato avviato lo scorso anno il Progetto Speciala Usa, che ha consentito di aprire un ufficio di supporto alle imprese presso la sede ICE di New York. Ci auguriamo che anche il nuovo Governo sia consapevole dell'importanza di migliorare nelle imprese la capacità di orientarsi all'estero e investire su questo sviluppo.



## Dal 15 al 19 marzo iniziative, eventi e convegni promossi dall'Associazione animeranno la kermesse Cosmoprof: Cosmetica Italia torna in fiera, a Bologna, con un calendario ricco di appuntamenti

Rinnovata la storica partnership con BolognaFiere per l'edizione 2018 della manifestazione leader nel mondo del beauty

Cosmetica Italia e BolognaFiere sono di nuovo fianco a fianco per la 51esima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna. Il calendario delle attività proposte dall'Associazione durante la fiera sarà vario e articolato, con approfondimenti sui trend di mercato, convegni ed eventi a supporto delle diverse realtà che compongono il settore beauty. Il consueto Convegno Internazionale, promosso dall'area tecnico-normativa, che anche quest'anno caratterizzerà la giornata inaugurale della manifestazione (venerdì 16 marzo ore 9.30, Palazzo Congressi), sarà dedicato al tema *«Cosmetici naturali e biologici: scienza, comunicazione e consumatori»*. Nel cuore del quartiere fieristico, il rinnovato Centro Servizi ospiterà la suggestiva esposizione dei profumi finalisti della 23esima edizione del Premio Accademia del Profumo, dando così ai visitatori la possibilità di provare e votare i migliori profumi dell'anno.

Il Centro Studi curerà alcuni momenti di approfondimento sui dati di settore, tra questi: *«Numeri, trend, valori della cosmetica»* (giovedì 15 marzo ore 15.00, Centro Servizi - CosmoForum) e *«La voce del consumatore»*, in collaborazione con l'Istituto Piepoli (venerdì 16 marzo ore 15.30, Lounge Cosmetica Italia). Sarà invece a cura del Gruppo Cosmetici Eurocrista il convegno *«Cosmetici "green". L'evoluzione dei canali distributivi, dalle abitudini e dei comportamenti dei consumatori»* (sabato 17 marzo ore 10.00, Lounge Cosmetica Italia). Camera Italiana dell'Accordatura conferma il proprio impegno nel valorizzare i giovani talenti del mondo dell'hairstyling con l'*«HairRing»* e la tavola rotonda *«Generazioni a confronto. Come guardare al futuro attingendo all'esperienza dei leader»* (lunedì 19 marzo ore 10.30, Centro Servizi - Sala Nettuno). Per quanto riguarda le Relazioni Internazionali, le attività saranno focalizzate

sugli USA: verranno infatti proposti due momenti di incontro *Meet&Greet* con Meredith Kerkkes, responsabile del US Beauty Desk di New York (venerdì 16 e sabato 17 marzo ore 16.00, Lounge Cosmetica Italia). Infine, domenica 18 marzo verrà presentato un volume voluto da Cosmetica Italia per approfondire il tema del valore scientifico del cosmetico (ore 10, Lounge Cosmetica Italia - articolo a seguire). La manifestazione sarà come sempre l'occasione per valorizzare la storica partnership strategica e istituzionale tra Cosmetica Italia e BolognaFiere e per confermare la competitività del sistema italiano della cosmesi sul mercato nazionale e internazionale, mostrando ancora una volta come il cosmetico made in Italy sia un'eccellenza che non accenna a tramontare.

mariachiara.silenti@cosmeticaitalia.it

## BEAUTY SPOT

### La Giornata Nazionale del Profumo

Dopo la prima positiva esperienza del scorso anno, il 21 marzo 2018 sarà dedicato alla celebrazione del profumo. La Giornata, indetta da Accademia del Profumo, ha ricevuto il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico e vedrà lo svolgimento di molte iniziative, che si estenderanno per tutta la settimana del 19 marzo, grazie alla collaborazione con Enti e Istituzioni a livello nazionale. Anche le profumiere saranno coinvolte nelle celebrazioni con giornate dedicate alla "degustazione" di fragranze, percorsi olfattivi e consulenze personalizzate. Il calendario delle attività è disponibile sul sito [www.accademiaidelprofumo.it](http://www.accademiaidelprofumo.it)

### Il Network dei master in cosmetologia: dal valore scientifico del cosmetico alla sostenibilità

Nel corso dell'ultimo anno, il Network dei master in cosmetologia di Cosmetica Italia ha elaborato un progetto per un'attività di educazione con l'obiettivo di promuovere, valorizzare e comunicare meglio, ai diversi stakeholder e ai consumatori, il valore scientifico del cosmetico, dando vita alla pubblicazione scientifica *«La scienza dietro la bellezza»*, destinata agli operatori del settore, studenti universitari ed esperti. Il 21 febbraio si è svolta l'assemblea del Network, durante la quale sono stati definiti i temi e le attività 2018/2019, puntando sul tema della sostenibilità e di come questa rappresenti ormai per le aziende cosmetiche un fattore di successo in grado di incrementare la competitività e l'innovazione aziendale oltre che la reputazione.

### Cosmofarma 2018: la presentazione a Milano

Il 27 marzo, alle 10.30, al Visionnaire di Piazza Cavour, Milano, si terrà la conferenza stampa di presentazione dell'edizione 2018 di Cosmofarma Exhibition, che vede ancora una volta la collaborazione del Gruppo Cosmetica Italia. Gianroberto Calzolari, presidente di BolognaFiere, e Roberto Valentini, direttore della manifestazione, anticiperanno i contenuti e le novità della kermesse dedicata al mondo della farmacia, che si svolgerà nel quartiere fieristico bolognese dal 20 al 22 aprile.

### La forza e il sorriso Onlus e NextHealth insieme per la Giornata Internazionale della Donna

L'8 e il 9 marzo, a Firenze, in occasione della Giornata Internazionale della Donna, La forza e il sorriso Onlus parteciperà al convegno *«FF PneumaDonna: la differenza tra curare e prendersi cura»*, organizzato da NextHealth con il contributo non condizionato di Boehringer Ingelheim. L'evento, rivolto a un pubblico di addetti ai lavori, tratterà di temi medici e psicologici, concentrandosi soprattutto sull'obiettivo di donare forza alle donne che affrontano la malattia, promuovendo l'importanza della cura di sé e del proprio benessere.

Verona, 16 febbraio. Assise Generali di Confindustria

## Boccia: «Dobbiamo rivendicare con orgoglio l'essere parte di un grande Paese»

Imprese, Europa e politica nazionale al centro del meeting degli industriali

8.500 imprenditori coinvolti, 750 interventi tra proposte e indicazioni di policy, 90 documenti con contributi scritti da parte di imprese e di associazioni. Sono questi i numeri della giornata di lavoro organizzata lo scorso 16 febbraio a Verona dai vertici di Viale dell'Astronomia. Gli spazi della fiera cittadina, guidata da Maurizio Danese, si sono animati grazie ai dibattiti organizzati attorno a sei temi di discussione: *«Italia più semplice ed efficace; Prepararsi al futuro; Un Paese sostenibile; L'impresa che cambia e si muove nel mondo; Un fisco a supporto di investimenti e crescita; Europa miglior luogo per fare impresa»*. A ridosso dell'appuntamento elettorale del 4 marzo, gli imprenditori riuniti alle Assise Generali di Confindustria, che nel raduno del 2011 si ponevano l'obiettivo di «superare la grande recessione», oggi mirano a «diventare il primo Paese industriale d'Europa». Lo chiarisce bene il presidente Vincenzo Boccia quando ribadisce i concetti chiave della visione confindustriale: «più lavoro, più crescita, meno debito pubblico». Nascono da qui le tre missioni Paese, con effetti quantificati sull'economia reale, annunciate per i prossimi cinque anni dal numero uno dell'associazione degli industriali: raggiungere un tasso di occupazione più alto di almeno 5 punti, con una disoccupazione giovanile che scenda di almeno 15 punti e la creazione di 1,8 milioni di posti di lavoro; realizzare un tasso di crescita del PIL di almeno il 2% in media l'anno, ridurre il rapporto tra debito pubblico e PIL di più di 20 punti. Sono questi i capitali che definiscono, con il coinvolgimento diretto di imprese, Europa e Istituzioni nazionali, il progetto Paese elaborato dalla Confindustria delle Assise Generali di Verona. Un progetto che nasce dall'aspirato di migliaia di imprenditori incontrati nelle quattordici tappe - da Pordenone a Gola Tauro - che hanno preceduto e preparato l'incontro, e dal recepimento di centinaia di suggerimenti venuti dal Sistema. «Dobbiamo rivendicare con orgoglio - è la conclusione del presidente Boccia - l'essere parte di un grande Paese: siamo una delle principali economie del mondo, leader in molti ambiti anche a forte contenuto tecnologico, abbiamo unicità in termini di beni culturali diffusi, bellezze naturali fatte di isole grandi e piccole, montagne da nord a sud. È difficile pensare ad un altro Paese del mondo così invidiato per lo stile di vita».

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it



Le Assise Generali di Confindustria a Verona

Network dei master in cosmetologia

## Dalla scienza, la bellezza: il valore scientifico del cosmetico raccontato ai consumatori

Un volume per valorizzare la ricerca che si nasconde dietro ogni prodotto

Nel cosmetico. Dalla scienza, la bellezza è il titolo della pubblicazione realizzata da Cosmetica Italia con l'obiettivo di promuovere e comunicare il valore scientifico del cosmetico. Una proposta culturale dalle radici profonde: da alcuni anni, infatti, Cosmetica Italia, insieme alle sue imprese, è impegnata nello sforzo di riciclare gli aspetti peculiari che caratterizzano la produzione del cosmetico, andando oltre il valore intrinseco e commerciale del prodotto. In occasione della partecipazione a Expo Milano 2015, l'Associazione aveva puntato alla divulgazione del valore sociale del cosmetico, proponendo la cosmetica come "un'arte della cultura umana tra benessere e cura di sé", consapevole, però, della necessità di promuoverne anche altri valori riconoscibili e apprezzabili, innanzitutto quelli legati alla scienza. La sponda è arrivata dal mondo universitario, in particolare dal Network dei master in cosmetologia di Cosmetica Italia, composto dai direttori dei master in scienze cosmetologiche e dai rappresentanti delle aziende, che ha elaborato, nel corso dell'ultimo anno, un progetto per un'attività educativa legata proprio alla scienza che si cela dietro la bellezza. Il progetto si è sviluppato lungo due direttrici diverse, ma parallele: una pubblicazione scientifica e un prodotto editoriale destinato ai consumatori. Il Network ha, infatti, sviluppato il concept e l'ha articolato in un sistema di conoscenze, che è confluito poi in un volume di carattere scientifico-accademico destinato agli operatori del settore: studenti universitari ed esperti. Da questo testo è stata poi tratta una seconda pubblicazione di taglio divulgativo. *«Nel cosmetico. Dalla scienza, la bellezza: un elaborato scorsevole, fruibile nel linguaggio, ma rigoroso sul piano scientifico, indirizzato al grande pubblico dei consumatori»*. Per la realizzazione di questo prodotto editoriale le relazioni dei docenti del Network sono state riviste dalla giornalista Isabella Elena Avanzini, curatrice dei testi, e illustrate da Annalisa Beghelli. Questo volume verrà presentato nella cornice di Cosmoprof Worldwide Bologna, durante due appuntamenti: giovedì 15 marzo, in occasione della conferenza stampa di presentazione dei dati di settore, promossa dal Centro Studi, e domenica 18 marzo, all'interno dell'appuntamento "Gli incontri di ABC Cosmetici", coordinato dall'Area Comunicazione dell'Associazione, che vedrà la partecipazione di alcune blogger, insieme alle aziende e agli stakeholder.

federica.borsa@cosmeticaitalia.it

### SAVE THE DATE

Presentazione del volume

### NEL COSMETICO dalla scienza, la bellezza

Domenica 18 marzo 2018  
10.30-12.30

Cosmoprof Worldwide Bologna  
Lounge Cosmetica Italia  
Padiglione 21-22  
Mezzanotte



Appuntamento il 16 marzo presso Palazzo Congressi con il tradizionale Convegno Internazionale I cosmetici naturali e biologici: scienza, comunicazione e consumatori

Federico Mereta, moderatore della giornata di lavoro, anticipa i temi che verranno discussi durante l'incontro

Nella mente di molti consumatori sempre più spesso il concetto di "naturale" si affianca a quello di "sicuro" e si traduce in "sostenibile". Quasi come un sillogismo aristotelico. Quello della naturalità dei cosmetici, però, è uno storytelling semplice e al contempo ricco di asperità e complessità. Semplice perché per il consumatore con la parola naturale si cominciano a puzzle di percezioni che porta comunque a rispondere ai suoi bisogni: sempre di più, infatti, egli non trova diretta soddisfazione dal bene o servizio che sceglie, ma dalla storia che lo accompagna.

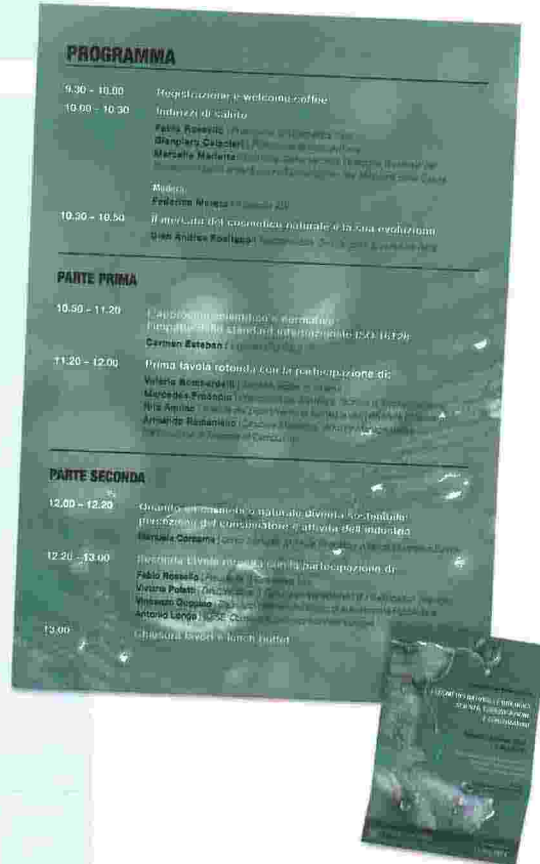
Seth Godin, uno dei maestri dello storytelling, ricorda in questo senso che «e storie ci permettono di mentire a noi stessi ma soddisfano i nostri desideri». E oggi, soprattutto nel mondo occidentale, la naturalità e la sostenibilità sono valori che accompagnano molte delle scelte che fanno i consumatori. Si tratta di valutazioni guidate a volte più dal sentimento che dalla ragione, più della "pancia" che dal cervello. Tuttavia, non si può ridurre la complessità di un tema così impattante per le persone a una semplice questione comunicativa. Dietro al cosmetico, infatti, c'è un mondo regolatorio, scientifico, normativo e informativo che pone l'industria e tutti gli stakeholders nelle condizioni - ma forse sarebbe meglio dire nell'obbligo - di dare risposte chiare al consumatore e al mondo circostante.

Questo è l'impegno che cercheremo di onorare, assieme a tutti i partecipanti, in occasione del convegno internazionale I cosmetici naturali e biologici: scienza, comunicazione e consumatori in programma venerdì 16 marzo al Cosmoprof di Bologna. Partendo dalle informazioni relative al mercato del cosmetico naturale e all'evoluzione di un trend che vede i consumatori sempre più attenti alle caratteristiche dei prodotti scelti, gli esperti di accompagneranno in

un vero e proprio viaggio nel mondo delle qualità e delle normative che regolano questo ambito.

Si tratta di un passaggio fondamentale per assicurare la qualità dei prodotti e per rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più attento alle informazioni in questo settore: comprendere e, soprattutto, condividere con un partner di competenza diverse quanto oggi si può offrire su questo fronte significa avere un tassello chiave per migliorare il percorso produttivo da parte delle aziende e, al contempo, favorire una sempre maggior presa di coscienza in termini di qualità (e non solo di percezione emotiva) da parte del consumatore. Proprio quest'ultimo diventa protagonista nella seconda sessione, dedicata alla sostenibilità del cosmetico naturale. Pur se si tratta di un elemento (ato quasi) per scontato nella percezione degli utilizzatori, infatti, emerge prepotentemente la necessità che l'attività dell'industria sia espressamente votata a fornire chiavi di interpretazione per una parola tanto bella quanto drammaticamente complessa: naturale. Il termine racchiude elementi di valore positivi che a volte possono oltrepassare l'intrinseca validità di un prodotto, quasi come fosse un mantra che, solamente agitato, è in grado di catalizzare preferenze e scelte. Invece, occorre riuscire a penetrare con competenza una tematica caratterizzata da complessità comunicative che paiono mettere da parte la scienza e la chimica dal percorso di scelta dell'utente fino a, quando invece, anche nella naturalità dei cosmetici, proprio la reazione chimica (spesso nemmeno immaginabile dall'utente) rappresenta un passaggio fondamentale. Conoscere scienza e informazione è quindi indispensabile, perché a scegliere sia il cervello e (non solo) la "pancia".

Federico Mereta  
 Giornalista Scientifica



Webinar tematici per l'export

Con il webinar "Valutazione della sicurezza e internazionalizzazione" del 27 febbraio scorso, ha preso il via il primo degli appuntamenti formativi online che hanno l'obiettivo di approntare alcuni tra i temi principali riguardanti l'export, condotti da esperti in materia di internazionalizzazione. La modalità webinar permette l'accesso in diretta via web o via telefono il giorno dell'appuntamento, oppure la possibilità di poterne fruire successivamente grazie alla registrazione disponibile nell'area Attività Internazionali del sito di Cosmética Italia.

Gli argomenti del primo webinar, tenuto da Matteo Zanotti Russo (consulente Affari regolatori di Cosmética Italia Servizi), hanno richiamato l'attenzione sulle strategie aziendali da adottare nell'approccio dei mercati esteri in tema di sicurezza e di classificazione dei cosmetici.

I prossimi webinar in programma sono:

- 27 marzo**  
Strategie di internazionalizzazione: il punto di vista dell'esperto di marketing
- 7 maggio**  
Everything the Cosmetic manufacturer needs to know about the Chinese market (Intervento in inglese)
- 12 giugno**  
Contrattualistica internazionale
- 18 settembre**  
Semplificare gli scambi doganali con l'estero
- 6 novembre**  
Operare sui mercati internazionali: le forme di finanziamento e assicurazione
- 11 dicembre**  
Bandi pubblici e finanziamenti per l'internazionalizzazione

Fiera Iran Beauty & Clean

Dal 26 al 29 aprile prossimi si terrà a Teheran l'evento fieristico più interessante per il settore cosmetico in Iran, il cui agente internazionale di vendita in esclusiva è BolognaFiere Cosmoprof. Cosmética Italia promuove la partecipazione delle imprese italiane in collettiva alla fiera Iran Beauty & Clean che, lo scorso anno, ha accolto oltre 19.000 visitatori da 25 paesi con 412 espositori da 15 paesi.

Finanziamenti per l'internazionalizzazione

Anche quest'anno è attivo il servizio di alert per informare le imprese associate della pubblicazione di bandi di finanziamento regionali che mettono a disposizione contributi a fondo perduto per le attività di export quali, ad esempio, la partecipazione a fiere e a missioni commerciali e per servizi individuali di assistenza specialistica, come la ricerca partner o il temporary management.

Shop online in Cina

Si è tenuto, il 27 febbraio scorso, un incontro per informare sull'esperienza dei primi mesi di attività del progetto e-commerce Cina, progettato e gestito da Natcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, con il sostegno di Cosmética Italia. Un primo gruppo di imprese ha iniziato le vendite online ai consumatori cinesi, attraverso un negozio collettivo denominato Beautybit, all'interno del marketplace cross-border JD Worldwide. Le prospettive di sviluppo illustrate fanno prevedere ampie potenzialità del progetto per le aziende che possono vendere prodotti non registrati in Cina e godere di un regime fiscale favorevole.

Aggiornamenti dell'Area Relazioni Internazionali a cura di [corinna.parsi@cosmeticaitalia.it](mailto:corinna.parsi@cosmeticaitalia.it)

## Dall'industria al mercato, trend e dati aggiornati su un settore sempre più dinamico e in evoluzione A Bologna i numeri fanno bella la cosmetica

Importanti relatori arricchiranno agli appuntamenti coordinati dal Centro Studi di Cosmetica Italia a Cosmoprof

Le elaborazioni presentate il primo febbraio 2018, in occasione della conferenza stampa sulla Congiuntura del Centro Studi, confermano la salute del comparto cosmetico, rafforzato dalle nuove propensioni di consumo nel mercato interno e dalla costante crescita delle quote sui mercati internazionali. Il Cosmoprof di Bologna è l'occasione per spiegare l'evoluzione del comparto industriale e il Centro Studi, come tradizione, propone spunti di analisi e di approfondimento che saranno successivamente ampliati e dettagliati nel corso dell'anno.

### Le dinamiche industriali

Per comprendere i futuri trend, occorre partire dalla recente analisi delle dinamiche industriali che mostrano un corso d'andamento delle performance contenute nel secondo semestre 2017, come emerge dai *sentiments* espressi dagli operatori intervistati. Nel dettaglio delle singole variabili industriali, si registrano livelli di occupazione in aumento di due punti percentuali, con quasi il 50% degli intervistati a conferma della continua crescita e attrattività, due caratteristiche che generano anche un forte richiamo di investitori e di operazioni di M&A (fusione e acquisizione). Inoltre, calo di oltre dieci punti percentuali il dichiarato utilizzo della Cassa Integrazione, ulteriore conferma della crescita dichiarata nel semestre precedente: l'andamento stabile è confermato dal 48% degli intervistati (era il 43% nel periodo gennaio-giugno del 2017), mentre la crescita di tali investimenti è segnalata dal 52% degli operatori, contro il 54% del semestre precedente. Con la stessa logica si muovono gli investimenti in manutenzione, cioè la misura dell'ottimizzazione della capacità produttiva, indicativi del bisogno registrato dalle imprese di continuare a garantire la miglior attività di produzione. Il consolidamento degli investimenti in ricerca e sviluppo rafforza, nel breve periodo, l'ottimizzazione dell'importante impiego di risorse economiche nell'innovazione di prodotto e di processo avvenuta nel semestre precedente. Si conferma, infatti, l'effervescenza che

caratterizza l'offerta del mercato italiano e l'elevato standard qualitativo capace di reinventarsi in modo costante. Di riflesso all'impegno produttivo manifestato, si destano preoccupazioni legate ai costi di produzione: gli intervistati che prevedono una situazione di aumento dei costi, passano dal 31% del primo semestre al 50% attuale, mentre le dichiarazioni di diminuzione restano pressoché inalterate. Rimane in sospeso il discorso relativo a una politica di revisione sulle marginalità, che sarà sempre più necessaria al fine di sostenere al meglio le necessità e le evoluzioni del mercato. Invariate le stime sul grado di utilizzo degli impianti, coerentemente con il forte sforzo economico a livello produttivo, essendo l'indicatore reale della flessibilità produttiva delle imprese cosmetiche. L'attenzione a una sempre maggiore competitività, rimane un elemento ineliminabile e prioritario per le imprese di settore. La rimodulazione degli investimenti, più orientati alla filiera produttiva, non si ripercuote sugli investimenti in comunicazione, che continuano la ripresa, avvertita negli ultimi due esercizi, registrando un aumento rispetto al semestre precedente di sette punti percentuali (57% rispetto a 50% del primo semestre 2017). È sempre maggiore l'attenzione che le imprese del settore riservano ai mezzi di comunicazione, protagonisti di una costante e inarrestabile evoluzione. I *social media* sono il nuovo ambito di azione di un comparto caratterizzato dalla multicanalità e che guarda al web come a una risorsa da interrogare e sfruttare al meglio. Campagne di comunicazione virale, *branding* e *social care* indicano, accanto a strumenti più tradizionali, l'attenzione delle imprese verso *target* sempre più mirati e precisi.

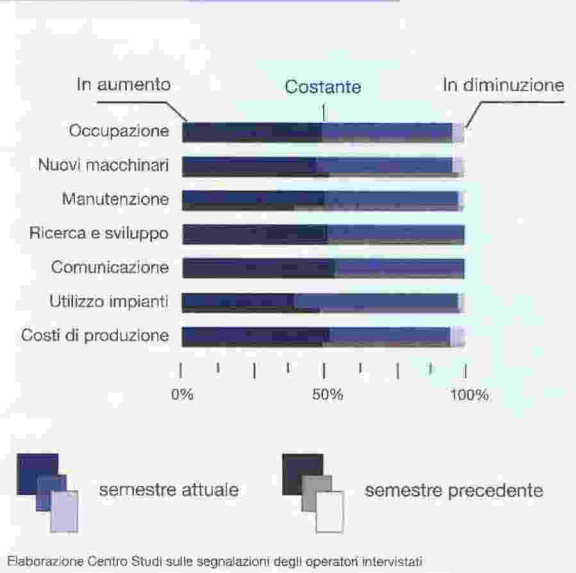
### Le dinamiche del mercato

Dallo scenario industriale a quello del mercato il passo è breve. In occasione della manifestazione bolognese il Centro Studi propone una serie di interventi. Tra questi, l'evoluzione del canale digitale e il confronto delle abitudini di acquisto nei confronti della multicanalità sono tematiche che caratterizzano due importanti contributi. Venerdì 16 marzo nello spazio lounge di Cosmetica Italia nell'ammesso del padiglione 21, il professor Nicola Piepoli, presidente dell'omonimo istituto, anticipando lo studio commissionato dall'associazione, parla della voce del consumatore. Nello studio viene evidenziata la centralità della cura e del benessere da parte del consumatore in un sempre crescente interesse per la Cosmesi e l'attenzione verso la qualità del prodotto. Si approfondisce, anche con un'indagine qualitativa, l'evoluzione dei nuovi canali distributivi, con particolare riguardo all'e-commerce. Nell'indagine è stato coinvolto un campione rappresentativo di 2000 persone all'interno della popolazione italiana, proponendo uno spaccato dinamico e significativo dei singoli utenti. Il consumatore - afferma Piepoli - visto il progressivo indebolimento dei canali tradizionali, viene interrogato sul futuro della distribuzione dei cosmetici tramite un'indagine di scenario proiettata ai futur trend, oltre che sugli attuali comportamenti e abitudini di acquisto di cosmetici. Per un mercato che supera gli 11 miliardi di valore alla fine del 2017 e che si stima in crescita di oltre 2 punti percentuali alla fine del 2018, è

fondamentale capire gli spostamenti di consumo all'interno dei canali distributivi, ma, soprattutto, anticipo e nuove realtà e i nuovi progetti di retail che mostrano dinamiche sempre più evidenti. Sabato 17 marzo alle 12.30, sempre nella lounge di Cosmetica Italia, tra i vari contributi proposti, si segnala l'anticipazione dello studio, condotto da Human Highway, sull'analisi degli acquisti online di prodotti di cosmetica, e illustrato da Giacomo Fusina, titolare dell'Istituto. L'e-commerce cosmetico cresce a un ritmo superiore alla media. Cinque milioni di acquirenti online di prodotti cosmetici hanno dato impulso all'e-commerce del settore, con una crescita di valore pari al 35% annuale. Il cambiamento del canale di acquisto si deve all'ingresso nel panorama distributivo di nuovi soggetti (gli e-retailer, merchant dell'online senza presenza fisica) accanto alle catene tradizionali. Mentre le prime puntano sull'efficienza dell'acquisto e l'accesso a uno scaffale pressoché infinito, i soggetti tradizionali fanno leva sull'offerta multicanale e propongono una nuova esperienza in negozio, facilitata e arricchita dalle tecnologie digitali. Il valore del commercio elettronico della cosmetica tocca i 320 milioni di euro, anche se la misurazione, in assenza di un *panel* affidabile, è ancora qualitativa. Sicuramente trend di crescita, superiori al 20% medio annuo dal 2015 a oggi, confermano l'importanza del canale innovativo e stimolano l'approfondimento che viene proposto in anteprima al Cosmoprof.

gianandrea.positano@cosmeticaitalia.it

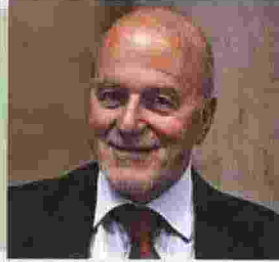
### LE DINAMICHE INDUSTRIALI



**Venerdì 16 Marzo**  
ore 15,30

*La voce del consumatore*

Lounge Cosmetica Italia  
Pad. 21-22 Mezzanino




Nicola Piepoli - Istituto Piepoli

---

**Sabato 17 Marzo**  
ore 12,30

*Analisi degli acquisti online dei prodotti di cosmetica*

Lounge Cosmetica Italia  
Pad. 21-22 Mezzanino



Giacomo Fusina - Human Highway

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



**Cosmoprof.** Investimenti al 6% dei ricavi, il doppio della media

# Spesa record in R&S e il surplus del beauty vola a 2,5 miliardi

## A Bologna Fiere più di 250mila visitatori

**Marika Gervasio**

BOLOGNA. Dal nostro inviato

Con un valore di 11 miliardi di euro, in crescita del 4,3% trainato dall'export che sale a 4,7 miliardi, e un surplus della bilancia commerciale al livello record di 2,5 miliardi, la cosmetica si conferma uno dei settori più in buona salute del made in Italy. L'eccellenza della filiera cosmetica è stata protagonista in questi giorni a Cosmoprof Worldwide Bologna, la fiera di settore che si è chiusa ieri a Bologna Fiere superando il tetto dei 250mila visitatori del 2017 (+11% quelli esteri).

Fattore chiave del successo delle aziende è l'innovazione se si pensa che, solo in Italia, il tasso di investimenti in R&S è superiore al 6% contro una media nazionale stimata inferiore al 3% e che negli ultimi cinque anni in Europa le industrie cosmetiche hanno depositato più di 5mila brevetti l'anno. Nei laboratori scientifici del settore sono impegnati 26mila ricercatori fra i quali chimici, fisici, microbiologi, biologi, tossicologi e medici, come è emerso durante la presentazione, a Bologna, del libro «Nel cosmetico, dalla scienza, la bellezza» stampato da Cosmetica Italia.

Parola d'ordine innovazione per BaByliss - tra i 2.822 espositori presenti in fiera, il 3% in più rispetto al 2017 - che, con 40 milioni di ricavi, ha lanciato nuovi prodotti tra piastre hi-tech e arricciacapelli automatici con un design rivisitato, più glam ed elegante. Si

è aggiudicata il premio speciale degli Hair Products Awards la Nika Hair Beauty Excellence con la linea K-Perfection, basata su una tecnologia di ricostruzione capillare che usa una formula con cheratina pura. La quota export dell'azienda nel 2017 ha rappresentato il 60% del giro d'affari, il 20% in più rispetto al 2016, ma l'obiettivo a medio termine è superare il 70%, come spiega l'amministratore delegato Eduard Nika. «Abbiamo chiuso il 2017

**5 mila**

**Brevetti**

Depositati ogni anno in Europa dalle aziende di beauty

con un fatturato di circa 2 milioni di euro in aumento del 20% - dice l'ad -. La nostra presenza al Cosmoprof rientra nella strategia di sviluppo aziendale orientata a potenziare il mercato in Italia e, in parallelo, oltre confine, in particolare nel mercato arabo».

Il 2017 è stato un anno molto positivo anche per Boline Jato che realizza il 70% delle vendite all'estero. «Esportiamo in circa 40 Paesi - racconta il direttore generale Tommaso Corradini - e quest'anno vogliamo continuare a perfezionare e diffondere il nostro Metodo che si basa sulla capacità delle nostre beauty expert di offrire alle clienti una consu-

lenza su misura con un percorso di bellezza personalizzato nelle spa e nei centri benessere». Oltre ai programmi per viso e corpo quest'anno è nato il nuovo Progetto di Bellezza al Sole: un programma suddiviso in tre fasi, ideate per preparare, proteggere e riequilibrare la pelle esposta al sole, grazie alla combinazione di sedute in istituto e di prodotti domiciliari polifunzionali.

Trend di crescita che ha permesso all'azienda di fare nuove assunzioni anche per Pidielle, proprietaria del marchio Elgon. «Nel 2017 abbiamo registrato una crescita del 25% con un Mol superiore al 10% e un fatturato di quasi 19,7 milioni - afferma il direttore generale Serena Caimano -. L'apertura verso i mercati internazionali rappresenta un tassello fondamentale del business dell'azienda: l'84% del fatturato deriva da una rete di vendite all'estero che copre praticamente tutti i continenti tranne Africa subsahariana, Brasile, India e parte dell'Asia - racconta il dg -. In media produciamo 50mila prodotti al giorno per soddisfare le richieste di tutti i mercati ai quali ci rivolgiamo». Export, ma non solo: strategica è anche la formazione. «Investiamo continuamente in progetti di formazione professionale. A fine febbraio abbiamo inaugurato l'Hub di Pontedera, in provincia di Pisa, uno spazio Elgon dedicato alla formazione per i professionisti del settore acconciatura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Cosmoprof.** Fatturato 2017 in crescita del 4,4% con export in aumento verso Hong Kong, Singapore, Corea del Sud, Cina e Giappone

# Bellezza made in Italy a 11 miliardi

Nel 2020 la quota dell'Asia a livello globale sarà del 32,4% davanti a Europa e Usa

**Marika Gervasio**

Il made in Italy della cosmetica piace sempre di più all'estero e Cosmoprof Worldwide Bologna, che si è aperto ieri, cavalca l'onda dell'internazionalizzazione con numerosi piani di espansione e una nuova edizione in India (si veda articolo a fianco). Gli ultimi dati del settore parlano chiaro: secondo Cosmetica Italia, l'associazione di categoria, il 2017 si è chiuso con un fatturato di 11 miliardi di euro, in crescita del 4,4% e le proiezioni per l'anno in corso registrano un'ulteriore crescita del 5%. A trainare la crescita le esportazioni in aumento del 9% per un valore di 4,7 miliardi con un impatto positivo sulla bilancia dei pagamenti che sfiora i 2,4 miliardi, record assoluto per il comparto. E per il 2018 si prevede un'ulteriore incremento del 9,2% per le vendite oltreconfine.

«Il settore della bellezza - commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - ha chiuso il 2017 con i segnali positivi che lo contraddistinguono da oltre due esercizi, nonostante lo scenario politico-economico ancora incerto, grazie alla costante attenzione agli investimenti in innovazione e servizio alla clientela delle aziende che così ottengono ottimi risultati sui mercati interni, ma soprattutto su quelli internazionali. E Cosmoprof conferma la competitività di questo sistema».

In forte ripresa l'interesse delle imprese verso i Paesi extra-europei, aremeno presidiate e con minor concentrazione di competitor, che assorbono il 60% del totale. Tra i mercati tradizionalmente

importanti per l'export italiano, si conferma la crescita di Francia (+27,7% con 494 milioni), Hong Kong (32,9%, a 162 milioni), Paesi Bassi (+13,2% a 142 milioni) e Stati Uniti, terzo mercato disibocco con 341 milioni e un +4,5%. In calo, invece, Paesi consolidati come Germania, secondo mercato (-2,0%, 432 milioni), e Regno Unito (-2,4%, 276 milioni). Entrano nella top 10 la Polonia (+8,9%, 130 milioni) che supera la Russia (+7,3% con 115 milioni di euro in ripresa dopo il calo nel 2015 dovuto a crisi di consumo

## L'ANALISI DI EY

Secondo lo studio i driver sono la capacità di innovare, l'ampliamento dell'offerta e l'uso di nuove tecnologie

interna). Allargando il campo ai primi venti Paesi si nota la forza dell'Italia in Asia: oltre a Hong Kong, si registrano le ottime performance di Singapore (+19,3%), Corea del Sud (10,2%), Cina (+53,3%) e Giappone (+5,1%).

E proprio l'Asia sarà il driver di crescita del mercato mondiale di bellezza, secondo un'analisi di EY presentata ieri a Bologna ai «Cosmotalks» di Cosmoprof. Nel 2020 si prevede che il settore raggiunga i 55,8 miliardi di dollari a livello globale, dai 49,7 miliardi del 2018 con un tasso di crescita del 5,8%, guidato dall'area Asia-Pacifico, la cui quota sul mercato totale dovrebbe passare dal 32% di quest'anno al 32,4%, seguita

dall'Europa che invece perderà terreno scendendo dal 19,8% al 18,8% e dagli Stati Uniti che caleranno dal 20,2% al 19,3%. A fare la parte del leone, make-up e grooming maschile, le categorie con i tassi di crescita più elevati, ma anche il beauty di lusso che oggi vale 49 miliardi di euro e che, con un tasso di crescita annua superiore al 4%, dovrebbe raggiungere i 57 miliardi di euro fra due anni. Una grande occasione per le aziende made in Italy se si pensa che il 60% del trucco mondiale, la maggior parte di fascia alta, viene prodotto a casa nostra.

Tra i principali driver che guidano le strategie di crescita dei player della cosmesi, che mirano a consolidare la propria presenza a livello globale, sono, secondo gli analisti di EY, l'ampliamento della gamma di prodotti offerti, l'espansione in nuovi mercati geografici adattandosi a trend di consumo spesso peculiari per area, l'innovazione tramite l'uso di nuove tecnologie e la ricerca dei canali di contatto con il consumatore, che sempre più combinano online e retailer fisici.

Che il settore della cosmesi go-da di un particolare dinamismo lo dimostra anche il fatto che sta registrando un numero crescente di operazioni di mergers & acquisitions. Nel 2017 si sono registrate 105 operazioni, di cui 37 hanno riguardato l'acquisizione di aziende in Europa. L'Italia ricopre un ruolo chiave, posizionandosi come terzo mercato target, dopo Stati Uniti e Francia, con nove operazioni realizzate lo scorso anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

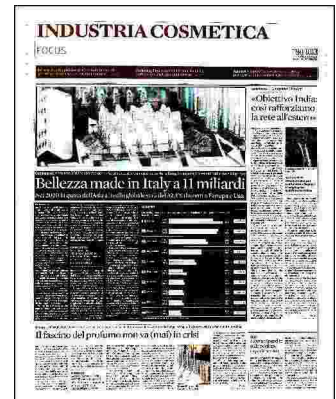


**La top ten**

I primi dieci mercati per l'esportazione di cosmetici italiani, periodo gennaio-ottobre 2017  
In milioni di euro

Francia	2016	387	2017	494	+27,7% ▲
Germania	2016	441	2017	432	-2,0% ▼
Stati Uniti	2016	326	2017	341	+4,5% ▲
Regno Unito	2016	283	2017	276	-2,4% ▼
Spagna	2016	236	2017	245	+4,1% ▲
Hong Kong	2016	122	2017	162	+32,9% ▲
Paesi Bassi	2016	126	2017	142	+13,2% ▲
Emirati A. U.	2016	124	2017	132	+6,1% ▲
Polonia	2016	119	2017	130	+8,9% ▲
Russia	2016	107	2017	115	+7,3% ▲

Fonte: elaborazione Centro studi Cosmetica Italia su dati Istat



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



**INTERVISTA** Gianpiero Calzolari

# «Obiettivo India: così rafforziamo la rete all'estero»

■ Sarà un anno impegnativo per BolognaFiere, tra piani di restyling e programmi di sviluppo all'estero. A partire da Cosmoprof, l'ammiraglia dell'ente fieristico, come la definisce Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere che ha chiuso il 2017 con un fatturato di 130 milioni in miglioramento di oltre il 6% rispetto alle previsioni di budget, e un Ebitda superiore ai 20 milioni.

**Quanto è importante il salone dedicato al beauty per il vostro business generale?**

Il sistema Cosmoprof rappresenta il 30% dei ricavi consolidati di gruppo. È uno degli eventi più profittevoli e con questo marchio BolognaFiere si sta affermando in tutto il mondo anche grazie al supporto di Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e ministero dello Sviluppo economico e alla collaborazione con Cosmetics Italia. Da Las Vegas a Hong Kong stiamo allargando la rete

delle presenze targate Cosmoprof sia con nuove edizioni internazionali sia con nuove partecipazioni a fiere estere attraverso una serie di partnership.

**Come è articolato il piano di internazionalizzazione di Cosmoprof?**

Quest'anno il network si arricchisce di una nuova edizione internazionale, con Cosmoprof India, in programma a Mumbai il 10 e 11 settembre che si aggiunge a Cosmoprof North America e Cosmoprof Asia. Un network che cresce sempre di più. Basti pensare che sono oltre 370 mila i professionisti e più di 6.800 le aziende che, in totale, sono coinvolte nelle edizioni di Bologna, Las Vegas e Hong Kong. Solo a Bologna oltre 250 mila operatori professionali e quasi 2.700 aziende hanno partecipato lo scorso anno alla 50esima edizione della manifestazione. Mentre l'edizione conclusa lo scorso novembre di Cosmoprof Asia ha registrato un nuovo record di

presenze, con 83.793 professionisti della bellezza provenienti da 135 Paesi e 2.877 aziende espositrici, in rappresentanza di 54 Paesi. La manifestazione ha visto un ampliamento dell'area espositiva dell'11%. Infine, Cosmoprof North America continua a crescere a livello costante: l'ultima edizione ha coinvolto 36.700 operatori e 1.278 espositori provenienti da 45 Paesi.

**E per quanto riguarda le partnership internazionali?**

Sono state rinnovate le collaborazioni di BolognaFiere con gli enti fieristici di Iran per la partecipazione alla prossima edizione di Iran Beauty & Clean - e Colombia, per Beleza y Salud. In programma anche nuove collaborazioni nel Sud-Est Asiatico in Thailandia, Filippine, Vietnam, Malesia che proiettano Cosmoprof sui mercati asiatici, area di grande interesse per le aziende.

**A questo si aggiunge il piano industriale di restyling del quartiere fieristico bolognese...**

Abbiamo in corso un progetto di adeguamento architettonico dell'intera struttura che porterà la superficie espositiva netta coperta a 140 mila metri quadrati in 3 anni con un investimento di 130 milioni di euro. Serviva un ammodernamento generale anche per rispondere al nostro piano di crescita, e non solo di Cosmoprof.

**Cosa risponde a chi sostiene che le fiere come strumenti di business ormai non funzionano più?**

Che non è così. Le fiere hanno attraversato un momento di difficoltà che ha coinciso con un andamento economico generale negativo. Ma adesso si stanno riprendendo. Cosmoprof, per esempio, oggi è la fiera di un comparto vivace e articolato, molto dinamico e positivo e lo dimostrano i dati del settore (si veda articolo a fianco, ndr) e i numeri di questa edizione che registra un aumento del 3% degli espositori rispetto al 2017.

Ma.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BOLOGNAFIERE

**«Nuovo Cosmoprof a settembre a Mumbai e restyling del quartiere fieristico»**



**Gianpiero Calzolari.** Presidente di BolognaFiere



**Cosmopack.** A Bologna dal 15 al 18 marzo saranno presentate le novità del settore, dal packaging alle formulazioni sempre più eco

# Maratona green per la bellezza

Nel 2016 i fatturati dei primi venti terzisti hanno registrato una crescita del 13,2%

## Marika Gervasio

La filiera della bellezza va in scena a Cosmopack, l'evento di Cosmoprof Worldwide Bologna dedicato all'intera industria produttiva del beauty in programma a Bologna da giovedì 15 a domenica 18 marzo 2018. Dalle materie prime alle formulazioni, passando per la produzione conto terzi, macchinari e packaging, l'edizione 2018 continua a crescere: +6% il numero degli espositori con 464 aziende con il 55% esteri grazie alle attività di networking nei mercati in crescita per il settore cosmetico, patrocinate da Ice-Agenziaper la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e dal ministero dello Sviluppo Economico.

«Saranno presenti per la prima volta i più importanti player dell'industria, tra i quali Oxygen dagli Usa, Maesa dalla Francia, Dubai Personal Care - Unilever e Marchesini - racconta Enrico Zannini, direttore Cosmoprof Worldwide -. Ma non mancano le nuove collezioni e soluzioni made in Italy, un'eccellenza a livello mondiale grazie agli imponenti investimenti in innovazione».

In fiera saranno presentate nuove formule per prodotti di skincare e make-up che vanno di pari passo con lo sviluppo della filiera di cui il contoterzismo è protagonista. Con un trend di crescita da anni superiore a quella del mercato cosmetico, alla fine del 2017 ha registrato un fatturato di oltre 1,1 miliardi di euro in aumento dell'8,5% (dati Cosmetica Italia) con previsioni di crescita analoga per il primo semestre di quest'anno, trainata dall'export che incide per l'80% sulla produzione totale. A caratterizzare il settore, un continuo incremento degli investimenti destinati alla ricerca tecnologica, 4,9% del valore del fatturato totale, un dato ben al di sopra degli investimenti medi registrati dal sistema industriale italiano, ma anche margini e crescita dei ricavi elevati.

Secondo un'analisi di Pam-

bianco Strategie d'Impresa sui dati di bilancio 2016 dei terzisti italiani di cosmetica, infatti, i ricavi dei primi venti player crescono del 13,2% con punte del 66% per Ancorotti Cosmetics e

## INTERNAZIONALI

Quest'anno il numero dei partecipanti è salito del 6% raggiungendo le 464 realtà presenti, il 55% delle quali arriva dall'estero

## LA SVOLTA DEL BEAUTY

Le confezioni dei prodotti sono sempre più sostenibili: nel 2017 i materiali più usati sono stati carta e cartone invece della plastica

per Pool Service, con ebitda a due cifre, come nel caso di B. Kolormakeup & Skincare che supera il 32%. Big del comparto è Intercos (448,7 milioni di euro di fatturato nel 2016) seguita da Cosmint (135,9 milioni di euro,

acquisita nel 2017 da Intercos) e Chromavis (si veda articolo sotto). Realtà che fanno gola ai fondi di investimento, come quello di private equity Capvis che ha acquisito la quota di maggioranza di Gotha Cosmetics, cita Pambianco, mentre White Bridge Investments ha rilevato una quota minoritaria di Ancorotti Cosmetics e il terzo fondo di private equity di Quadrivio ha preso la maggioranza di Farmol.

Dalla formulazione al packaging, altro protagonista della filiera del beauty e della tendenza green che sta caratterizzando diversi settori dal food al design, cosmetica compresa, come dimostrano i dati sulla composizione delle confezioni: nel 2017 al primo posto tra i materiali utilizzati si piazzano carta e cartone (38% in aumento rispetto al 32% dell'anno precedente), scalzando la plastica (33%) che perde lo scettro. Seguono alluminio (14%) e vetro (11%).

Per favorire lo sviluppo internazionale della filiera, Cosmopack si sta sviluppando anche all'estero seguendo lo sviluppo del network di Cosmoprof Worldwide Bologna di quest'anno. «Le aziende italiane saranno protagoniste dei prossimi eventi Las Vegas, per Cosmoprof North America, e a Hong Kong, con la seconda edizione di Cosmopack Asia. Si stanno inoltre scaldando i motori per Cosmoprof India Preview, la new-entry della piattaforma internazionale Cosmoprof, in programma il 10 e 11 settembre a Mumbai. Il mercato indiano mostra grande interesse per le soluzioni di formulazione, processi produttivi e packaging proposte dalle aziende di Cosmopack, così come dagli operatori professionali in visita a Iran Beauty & Clean, a Teheran dal 26 al 29 aprile, e a Belleza y Salud, a Bogotá in Colombia dal 3 al 7 ottobre, le manifestazioni che Bologna Fiere Cosmoprof seguirà in qualità di agente di vendita internazionale anche per il 2018».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## COLLETTIVA

### Il Polo tecnologico della cosmesi di Crema a Cosmopack

Rappresenta 65 aziende di cosmetica con un fatturato totale 2017 di circa 680 milioni di euro (60-65% circa dall'export) con 2.700 dipendenti e una previsione di ricavi di 800 milioni per quest'anno. Il Polo della cosmesi (con sede a Crema) sarà presente con un suo spazio a Cosmopack. Una piccola rivoluzione e il segnale di quell'identità che lo rende il punto di riferimento per il settore. Alcune delle aziende associate potranno infatti contare su una superficie di 200 metri quadri per lo stand «Collettiva Polo» nel padiglione 18; altre parteciperanno con stand individuali.

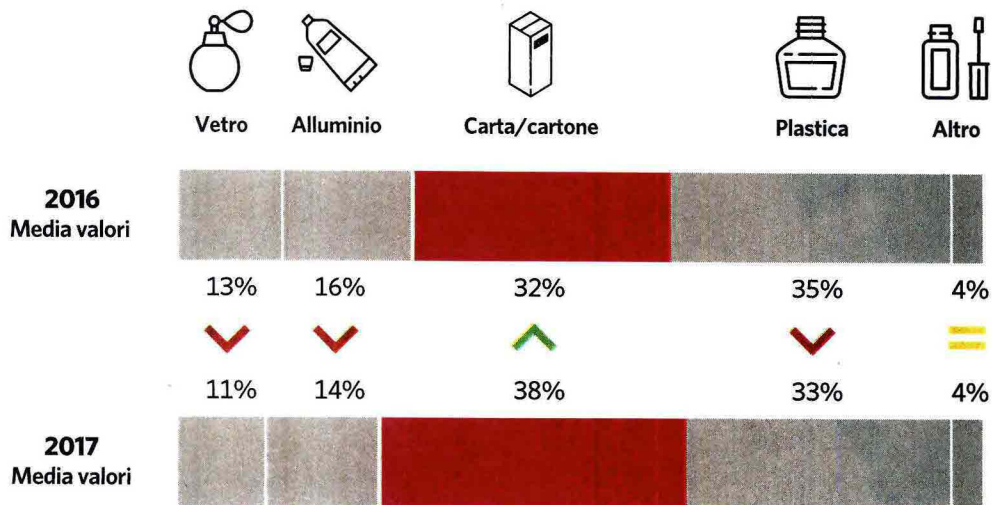






### Il sorpasso della carta sulla plastica

L'evoluzione della composizione del packaging



Fonte: Centro Studi Cosmetica Italia



# BolognaFiere, profumo d'innovazione



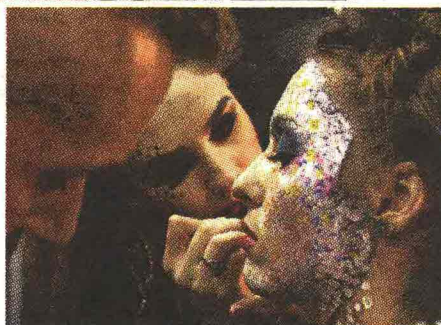
SI APRE TRA POCCHI GIORNI COSMOPROF WORLDWIDE, IL PIÙ IMPORTANTE APPUNTAMENTO PER I PROFESSIONISTI E I "BUYER" DEL MONDO DELLA COSMESI

**Marcella Gabbiano**

*Milano*

C'è molta attesa nel mondo della cosmesi e del beauty per la prossima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna che, forte del suo oltre mezzo secolo di esperienza, si fa in due per rispondere sempre meglio alle esigenze di business delle varie realtà presenti alla manifestazione. E si conferma come l'appuntamento più importante del settore, sul piano internazionale, con oltre 2.800 espositori provenienti da 70 Paesi (+3% rispetto al 2017).

Da giovedì 15 a domenica 18 marzo, in concomitanza con Cosmopack, spazio ai professionisti del retail, profumeria e cosmesi, green e naturale e ai padiglioni nazionali di Cosmo/Perfumery & Cosmetics. Mentre da venerdì 16 a lunedì 19 sono in calendario le aree di interesse per il canale professionale, di Cosmo/ Hair & Nail & Beauty Salon. «La 51ª edizione di Cosmoprof si apre all'insegna dell'innovazione — anticipa Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere. Abbiamo approfittato dell'inizio dei lavori di restauro e ampliamento del quartiere fieristico di Bologna» un progetto importante che nei prossimi tre anni amplierà fino a 140.000 metri quadri la superficie espositiva, «per dare vita a un Cosmoprof sempre più grande e più bello. Utilizzabile, ovviamente, anche dalle altre



nostre importanti fiere». Quest'anno Cosmoprof sarà «una fiera su misura, pensata per gli addetti ai lavori dei diversi settori che esporranno e la visiteranno». In pratica una fiera, «più facile da visitare e più veloce per fare business. Con l'eccellenza di Cosmopack e la sua filiera», dalla formulazione e contoterzismo agli ingredienti ai macchinari fino al packaging primario e secondario che aprirà, come al solito, il giovedì giorno prima dell'inaugurazione ufficiale del Cosmoprof prevista per venerdì 16. Secondo gli operatori, Cosmopack è un appuntamento imprescindibile per capire l'evoluzione della filiera cosmetica a livello internazionale e le nuove soluzioni tecnologiche che andranno a influenzare l'industria del futuro».

Tant'è che la manifestazione bolognese è in continua espansione. I numeri lo confermano: in con una crescita del 6% rispetto all'edizione 2017, quest'anno le aziende presenti a Cosmopack sono 464, provenienti da 31 paesi. «Il 55% degli espositori proviene dall'estero — precisano gli organizzatori — Abbiamo un'importante rappresentan-

**Nelle foto in questa pagina alcuni momenti dell'ultima edizione di Cosmoprof a Bologna**

za da Francia, Corea, Polonia, Grecia e una sempre più qualificata presenza di aziende da Cina e Taiwan». In particolare, «sta crescendo il segmento dei macchinari, con una presenza sempre più significativa delle eccellenze di mercato a livello mondiale».

Seguendo lo sviluppo del network di Cosmoprof Worldwide Bologna, anche la filiera produttiva rappresentata da Cosmopack si prepara a nuovi eventi internazionali. A novembre andrà in onda la seconda edizione di Cosmopack Asia a Hong Kong, mentre è in preparazione la tappa nord americana di Cosmoprof a Las Vegas che a luglio vedrà una ancora più significativa presenza di aziende della filiera produttiva. Ma Cosmoprof Worldwide Bologna si prepara ad approdare in altri mercati di grande interesse per l'industria cosmetica. «A settembre — anticipa Calzolari — lanciamo a Mumbai la prima edizione di Cosmoprof India, un paese dove negli ultimi cinque anni i consumi del settore cosmetico sono cresciuti a ritmi del 60% l'anno». Inoltre «sempre con il sostegno del ministero dello sviluppo economico e Ita-Italian Trade Agency, abbiamo stretto rapporti con l'Iran, la Colombia e l'area asiatica che comprende Thailandia, Filippine, Malesia e Vietnam». Tornando a Bologna, «le novità della prossima edizione di Cosmoprof saranno tantissime, con contenuti unici ad anticipare le tendenze del mercato a livello globale» conclude Calzolari.



# E Cosmoprof ha chiuso in bellezza

## IL SALONE

**L'**edizione 2018 di Cosmoprof, la fiera con tutte le novità sulla bellezza che si svolge ogni anno a Bologna, si è chiusa con un risultato sorprendente anche per gli stessi organizzatori. A sottolinearlo è Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere: «Abbiamo superato il tetto dei 250mila visitatori e registrato un aumento dell'11% degli operatori esteri. Sempre in tema di numeri, cifre record anche per gli espositori, che sono stati 2.822 e provenienti da 70 nazioni».

## IL CONCEPT

Molto gettonato, tra gli addetti del settore, il programma di aggiornamento professionale, con 18 workshop tematici e i vari premi, tra cui quello alla carriera, assegnato a Jean Claude Ellena, celebre "naso" della maison Hermès, che ha attirato nuovo interesse sulla profumeria di alta gamma. I buoni risultati della fiera vanno a braccetto con quelli, sempre positivi, della cosmetica e dell'interesse che suscita

nel grande pubblico. «Il consumatore è più evoluto e attento ai temi di sicurezza e sostenibilità - commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - Il comparto cosmetico nazionale ha registrato 11 miliardi di euro di fatturato, ovvero un +4,3% rispetto allo scorso anno, facendosi conoscere sempre più anche all'estero».

Quest'anno, Cosmoprof ha ideato un nuovo concept con percorsi di visita su misura, in modo da rendere più fruibile la manifestazione. E sulla scia del successo sta per nascere Cosmoprof Mumbai, che si affianca a quelli già esistenti in Asia e in Nord America. L'India è un mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore complessivo che nel 2025 varrà 20 miliardi di dollari. L'attenzione è rivolta anche all'Africa, dove sono stati condotti molti "road show" per far conoscere la piattaforma Cosmoprof con il supporto dell'Istituto per il commercio estero.

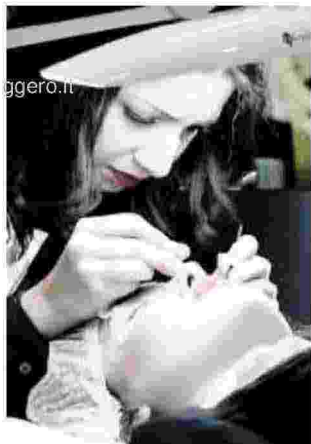
A.F.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LA FIERA DI BOLOGNA  
HA SUPERATO  
I 250 MILA VISITATORI  
MENTRE GLI ESPOSITORI  
SONO STATI 2.822  
DA 70 DIVERSI PAESI**





## La kermesse Le frontiere della bellezza: green, bio e multietnica

Nunberg a pag. 25

Al Cosmoprof Worldwide Bologna, la più grande fiera della cosmesi internazionale, i settori di punta sono il "green" e il multietnico. Tra le proposte originali, i prodotti "mutanti" che cambiano tinta, dallo smalto alla crema per capelli

### LA KERMESSA

dal nostro inviato  
BOLOGNA

«Nessuno è perfetto, ma dobbiamo sempre cercare la versione migliore di noi stessi». E se lo dice la

regina delle sopracciglia Anastasia Beverly Hills, ormai tutt'uno col suo marchio, che ha studiato la sezione aurea di Leonardo per ridisegnare il volto di Cindy e Naomi, c'è da crederle.

Che la conoscano o no, qui le credono tutti. Benvenuti in questa folle fiera in cui la "versione migliore di noi stessi" viene ricercata con maniacale attenzione dalla punta dei capelli alle unghie dei piedi e dove centinaia di persone all'unisono truccano, tagliano, laccano e massaggiano, mentre braccia robotiche fabbricano ombretti e nelle catene di montaggio scorrono i rossetti. Qui, signori e soprattutto signore, si costruisce la bellezza del futuro, cose che voi umani... Cosmoprof Worldwide Bologna 2018 è ben oltre i "bastioni di Orione", è una gigantesca nave spaziale su cui hanno preso posto 2.822 espositori di 70 Paesi. È l'effimero fatto business, una fiera delle meraviglie aperta fino a lunedì che ci racconta dove andiamo, almeno davanti allo specchio.

### LA ZIA BONNIE

Una strada è lastricata di verde: il valore dei cosmetici naturali in Italia supera ormai il miliardo di euro e l'intero padiglione 21 con 130 aziende è dedicato alla bellezza sostenibile, mentre altre 50 certificate sono nel progetto *The green selection*. Invece *Tones of beauty* è lo spazio dedicato alla bellezza multietnica realizzato in collaborazione con l'agenzia americana "love, Aunt Bonnie" (spiega il curatore Corey Huggins che l'amata zia Bonnie gli scriveva messaggi con il rossetto) con una selezione di prodotti adatti alla pelle scura e ai capelli crespi, vedi la spazzola NuDred con piccoli fori per chiove afro. Da visitare i padiglioni nazionali di 24 Paesi dall'Australia all'Ungheria, a cui quest'anno si è aggiunta la Svezia. Dalla Corea arriva la proposta di Lululab (basta

I manifesti di Oliviero Toscani per Cosmoprof



# Quando la bellezza è di tutti i colori

**11**  
in miliardi di euro  
il fatturato del settore  
cosmetico italiano

**2.822**  
gli espositori presenti  
quest'anno a Cosmoprof:  
più 3% rispetto al 2017

**7,5%**  
la crescita globale della  
manifestazione rispetto  
all'anno passato

**4,7**  
in miliardi di euro il  
valore delle esportazioni,  
cresciute del 9%

l'Asia e il Nord America, a settembre inaugureremo Mumbai Cosmoprof India. Ma Bologna resta il nostro fiore all'occhiello». «Che conferma la competitività del Made in Italy - aggiunge Fabio Rossello, presidente di Cosmética Italia - un settore fiorentemente che registra un fatturato globale di 11 miliardi di euro e un export pari a 4,7 miliardi, in crescita del 9%».

A individuare i nuovi trend un report dell'agenzia internazionale Beautystreams. Tendenza numero uno: i colori che cambiano. La crema australiana di Eyra Cosmetics sembra blu ma i tre veleni che contiene (scorpione, vipera e api), la rendono trasparente; viceversa quella di Italcosmetics pare bianca ma sul viso tira fuori i suoi pigmenti; lo smalto polacco Nesperta cambia con la luce, chiaro in ufficio, aggressivo la sera; idem la linea "Morphing color" di Alfaparf sensibile alla temperatura: basta avvicinare i capelli al phon o entrare in una stanza con aria condizionata per cambiare testa. Poi c'è il glitter, che in tempi di Instagram si impone: dall'ombretto metallico di Pharmacos al rossetto effetto 3D di Intercos (entrambi italiani) al-

la polvere cangiante di Clare Blanc (Polonia) che contiene il 30% di argento puro.

### LE STORIE

Sotto gli occhi delle ragazze della campagna di Oliviero Toscani che paiono uscite dalla bottega di un pittore, tante storie da raccontare. Come quella di Maria Paola e Gabriele, lei chimica e lui birraio, che si sono conosciuti a un master sulla birra dove lei ha scoperto che dai residui della lavorazione si poteva estrarre lo squalene e lo ha usato come alternativa vegan per produrre un olio ricostituente per i capelli; l'azienda è Ambadue, la prima parola che lui ha pronunciato da bambino. La natura domina: Tealogy produce una crema da viso ultra-rassodante con infuso di tè Matcha; nella app dell'azienda Maison Payen L'Abeille si visita virtualmente l'azienda in Provenza con sottofondo di cicale; la nuova linea L'Erbolario Fior di Salina fa parte di un progetto del Fai per la tutela delle saline Conti Vecchi in provincia di Cagliari. Bellezze italiane.

Francesca Nunberg

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**DALLA CALIFORNIA  
ARRIVA IL MAKE UP  
DI JEFFREE STAR  
DALLA SVEZIA  
UN "UFO" PER IL VISO  
EFFETTO SPLENDEnte**

### GLI ORGANIZZATORI

«Cosmoprof è l'evento più importante del mondo per l'industria cosmetica - dice Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere che lo organizza in collaborazione con Cosmética Italia e il sostegno del ministero dello Sviluppo economico e di Ice - Abbiamo esportato il format nato a Bologna 50 anni fa creando una piattaforma internazionale: dopo



## I trend



### LA NATURA

I prodotti ecosostenibili vanno per la maggiore: 130 le aziende presenti a Cosmoprof, sia italiane che straniere, più 50 con certificazione "green"



### PELLE SCURA

In crescita anche il settore dei prodotti "multietnici": a Tones of Beauty presenti otto aziende specializzate nell'hairstyle per capelli crespi



### IL GLITTER

È una delle tendenze del make up 2018: molti i prodotti che contengono pagliuzze luminose, perlescenti o metalliche e con effetti 3D



### ACIDO IALURONICO

È l'ingrediente leader fra gli antiwrughe in versione 2.0: si va dai sieri intensivi per il corpo all'acido ialuronico da bere per rinforzare unghie e capelli



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'EVENTO

# Dalle materie prime al packaging

## Il Cosmopack tra tecnologia e innovazione

■ Abbiat cura dei mezzi, e i fini si realizzeranno da soli sosteneva Gandhi. E i mezzi per l'industria della cosmetica sono tutte quelle nuove soluzioni tecnologiche che influenzano il futuro. Su quest'argomento, imperdibile è l'evento Cosmopack, all'interno di Cosmoprof Worldwide Bologna, dedicato all'intera filiera produttiva del beauty in programma da giovedì 15 a domenica 18 Marzo 2018. Un appuntamento visionario e stimolante, unico per capire l'evoluzione della filiera cosmetica attraverso tutte le sue componenti: dalle materie prime ai macchinari, dalle più nuove soluzioni di automazione dei processi produttivi alla produzione conto terzi e alle soluzioni full service, dagli applicatori al packaging primario e secondario. In sostanza, uno sguardo esclusivo sulle tendenze, le novità, le soluzioni digital e di smart manufacturing proposte dalle aziende leader del mercato a livello internazionale. Non a caso si registra una crescita espositiva del 6% con 464 aziende e una lista d'attesa in costante aumento. «Grazie alle attività di networking nei mercati in crescita per il settore cosmetico, patrocinate da ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e dal Ministero dello Sviluppo Economico, aumentano le presenze delle aziende internazionali, che quest'anno sono ben il 55% del totale» sottolinea Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere. Per la prima volta sono presenti i più importanti player dell'industria, tra i quali Oxygen (USA), Maesa (Francia), Dubai Personal Care - Unilever e Marchesini, che riconoscono nel brand Cosmopack l'evento di riferimento per la filiera produttiva a livello internazionale. «Seguendo lo sviluppo del network Cosmoprof Worldwide Bologna, anche la filiera produttiva rappresentata da Cosmopack nel 2018 si prepara a nuovi eventi internazionali. Le aziende dell'industria cosmetica saranno infatti protagoniste a Las Vegas, per Cosmoprof North America, e a Hong Kong, con la seconda edizione di Cosmopack Asia presso AsiaWorld-Expo» sottolinea Calzolari annunciando anche che fervono i preparativi

per Cosmoprof India Preview, la new-entry della piattaforma internazionale Cosmoprof, in programma il 10 e 11 settembre a Mumbai. Infine c'è molta attesa per la prima edizione dei Cosmopack Awards 2018, naturale evoluzione del premio The Wall di Cosmopack. Una giuria di esperti internazionali, in collaborazione con Beautystreams, ha selezionato, tra i progetti presentati dalle aziende espositrici, le soluzioni di ricerca, formulazione, sviluppo tecnologico e innovazione digitale più interessanti per il mercato. Fra le iniziative più interessanti e più attese c'è Cosmopack Factory che questa volta propone Powderful, un progetto integrato di produzione di una «allover palette» che segue tutti gli step di sviluppo di un prodotto e li fa vedere nell'area dimostrativa allestita all'interno del padiglione 19 di Cosmoprime.

LSer

**IN CRESCITA**

Sono 464 le aziende che partecipano all'evento con un incremento del 6% e una lista di attesa in costante aumento. Si potranno scoprire tutte le ultime tendenze della filiera produttiva legata alla cosmetica





Le nuove tecnologie dell'industria cosmetica

# Cosmopack Factory presenta Powderful, il prodotto di lusso

■ Dal progetto alla realizzazione. È questo il filo rosso che collega le quattro giornate di Cosmopack, l'evento di Cosmoprof Worldwide Bologna interamente pensato per la filiera produttiva del beauty. Quali sono le novità tecnologiche dell'industria cosmetica? E come si sta evolvendo, a livello internazionale, la filiera del settore? A queste domande Cosmopack vuole dare una risposta e lo fa presentando alla manifestazione tutte le componenti del processo produttivo del mondo beauty: dalle materie prime ai macchinari, dai vari tipi di produzione agli applicatori e al packaging. Solo con uno sguardo ampio, a 360°, si può essere in grado di offrire la miglior panoramica sulle tendenze, le novità e le soluzioni digitali e di smart manufacturing proposte dalle aziende leader. Non è un caso che l'elemento distintivo di Cosmopack Factory sia proprio la realizzazione dal vivo del cosmetico.

Sulla scia del successo del network di Cosmoprof Worldwide Bologna, il format Cosmopack è pronto ad aprirsi a nuovi eventi internazionali, come a Las Vegas e a Hong Kong. C'è



## Realizzazione da vivo Il progetto unisce funzionalità e classe, eccellenza e design

grande fermento soprattutto per Cosmoprof India Preview, al debutto nella piattaforma mondiale Cosmoprof. Ma torniamo all'evento e alle sue peculiarità. Nato ormai sei anni fa a Bologna, The Cosmopack Factory è tra i format più interessanti della fiera e per questa 51ª edizione il la-

voro da presentare è davvero ambizioso: Powderful, un progetto integrato di produzione di una "all-over palette" che mostra e segue tutte le varie fasi di sviluppo di un prodotto cosmetico di lusso. Powderful è progettato e realizzato per la distribuzione al dettaglio e da oggi fino a domenica sarà possibile assistere alla creazione del prodotto cosmetico di lusso presso il padiglione 19, all'interno di Cosmoprime. Da sottolineare il fondamentale apporto di Centedegrés, agenzia di design internazio-

nale e curatrice, oltre che del concept, anche del design. Ma che tipo di prodotto è Powderful? Si tratta di un cosmetico in polvere multi-zona e utilizzabile in più modi (illuminante, ombretto, blush, rossetto), facile da applicare grazie al pennello studiato per garantire prestazioni uniche. Powderful non è solo eccellenza di elementi che lo compongono ma è un inno al design: qui funzionalità e classe si fondono e permettono la metamorfosi del prodotto beauty in oggetto di lusso.





PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION



Home Cultura Economia Turismo Unioncamere



NORDEST ECONOMIA



## INDUSTRIA COSMETICA. NUOVI EVENTI PIATTAFORMA INTERNAZIONALE DI COSMOPROF WORLDWIDE DI BOLOGNA



Ha sempre i motori accesi la macchina organizzativa di Cosmoprof Worldwide Bologna, il format B2B di Bologna Fiere, leader per lo sviluppo del settore beauty nel mondo. Dopo il successo della 51/ma edizione a Bologna, che si è conclusa il 19 marzo con oltre 250.000 presenze e 2.822 aziende espositrici partecipanti, la piattaforma internazionale di Cosmoprof, grazie al supporto del Ministero dello sviluppo economico e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e con la collaborazione di Cosmetica Italia, si prepara ai prossimi appuntamenti nei principali mercati. Oltre agli eventi internazionali già consolidati del network – Cosmoprof North America a Las Vegas e Cosmoprof Asia a Hong Kong – e al nuovo ingresso in India con Cosmoprof India Preview, a Mumbai il 10 e 11 settembre; Cosmoprof è presente come agente di vendita internazionale in manifestazioni dedicate al mondo beauty e focalizzate in territori particolarmente importanti per la crescita del settore. Prossimo appuntamento, dal 26 al 29 aprile, a Iran Beauty & Clean, l'evento B2B per l'industria cosmetica per il mercato del Medio Oriente e dei Paesi dell'area del Golfo, ricco di opportunità per la crescita di tutta l'industria cosmetica internazionale. BolognaFiere Cosmoprof collabora come agente di vendita internazionale per incrementare la presenza di aziende ed operatori europei ed asiatici, interessati a nuove opportunità di business. In programma anche nuove collaborazioni nel Sud-Est Asiatico. Bologna Fiere Cosmoprof partecipa a AseanBeauty in Thailandia dal 3 al 5 maggio, PhilBeauty nelle Filippine dal 30 maggio all' 1 giugno, VietBeauty in Vietnam dal 19 al 21 luglio e BeautyExpo in Malesia dal 5 all' 8 ottobre. Grazie a queste iniziative il network Cosmoprof Worldwide Bologna rafforza il presidio nei mercati in crescita del continente asiatico, alla ricerca di nuove relazioni e nuove opportunità di sviluppo per l'industria cosmetica. Confermata anche la collaborazione di Bologna Fiere Cosmoprof per Belleza y Salud 2018 in programma dal 3 al 7 ottobre. La manifestazione, organizzata da Corferias – International Business and Exhibition Center of Bogotá in partnership con Andi– National Business Association of Colombia, vanta la presenza di più di 370 espositori e 56.000 visitatori, ed è un momento di business importante per distributori, supplier, società di import/export e manager del settore beauty in Sud America, interessati alle tendenze e alle novità internazionali. Per info: [www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

### LASCIA UNA RISPOSTA

Occorre aver fatto il [login](#) per inviare un commento

- [Home](#)
- [Redazione](#)
- [Archivio articoli](#)

Search on site...



- Unioncamera Veneto
- eurosportello del veneto
- MISS VENICE
- I-Torcello

## PROFUMI: LE NOVITA' DELLA PRIMAVERA 2018

La leggerezza dei fiori, il calore dei legni, la vivacità della frutta. Le fragranze della nuova stagione al via sono dedicate a donne che sanno vivere con grande intensità. Fra note classiche ma mai scontate e tocchi di eclettismo gourmand Still life Massimiliano De Biase. Styling Eva Orbetegli Sfoglia la gallery Profumi: le nuove scie di primavera

«Ancora non se n'è andato l'inverno, e il melo appare trasformato d'improvviso in cascata di stelle odorose» recita il poeta Pablo Neruda ne Il ramo rubato. La promessa di calore è già nell'aria, i boccioli dei fiori si preparano a esplodere, è solo questione di tempo. È in arrivo un'altra primavera e il pianeta-profumo non si fa trovare impreparato. Gli avvolgenti effluvi d'inverno lasciano spazio alla leggerezza dei fiori, ma anche alla vivacità della frutta, che compare sempre più spesso in fragranze giovani e fresche. Prendiamo la pera, che diventa addirittura protagonista in composizioni dal mood contemporaneo, grazie al mix di fiore di mandorla, rizoma di iris e una nota intramontabile di peonia, la più amata dalle spose ma anche dai creatori di mezzo mondo, che la declinano volentieri nei profumi dedicati a questa stagione. A seconda dell'intenzione, la nostra peonia può essere timida, quando si ritrova tra mughetto, pesca, rosa e ribes nero, audace o addirittura sexy, se si trova accanto alla fava di cacao e al muschio. Tutta questione di equilibrio.

Frutta, dicevamo. «Volevo una nota di mora selvatica che facesse sognare dal primo istante» ha rivelato il direttore creativo di Gucci Alessandro Michele, così il maître parfumeur Alberto Morillas l'ha accontentato con l'ultima fragranza della maison, Guilty Absolute.

La genialità dei creatori di fragranze sta nell'interpretare visioni, ispirazioni e desideri. E nel rileggere i classici alla luce del cosiddetto "spirito del tempo". Come il fiore d'arancio, evergreen del palcoscenico olfattivo che oggi raccontiamo a partire dal suo inedito incontro con il gusto salino del pistacchio, "l'odore di India" del cumino e l'esotismo del cocco, che ritorna con i suoi echi di spiaggia, libertà, pelle fragrante di sale. E poi andiamo a sentirlo in una veste completamente nuova, accostato con audacia all'asprigna foglia di rabarbaro e alla vaniglia Bourbon: un bouquet quasi balsamico, eclettico, innovativo.

Chiudiamo la nostra carrellata con il re gelsomino, protagonista di Mon Guerlain Florale. «Una vera e propria overdose, per esaltare l'aspetto solare e generoso della femminilità» dice il "naso" Thierry Wasser.

Still life Massimiliano De Biase. Styling Eva Orbetegli LO SPECIALE PROFUMI if (utag\_data.switchAdv2017 == false || typeof(utag\_data.switchAdv2017) == "undefined") { jQuery("#rscad\_Bottom1").after(' '); } Ti potrebbe interessare anche...

Tendenze beauty PE 2018: garden party <!-- 12 Gennaio 2015 --> Cosmoprof 2018, la bellezza è green e multi-etnica <!-- 12 Gennaio 2015 --> Olfatto: Mon Guerlain Eau de Parfum Floreale <!-- 12 Gennaio 2015 --> <!-- if ( device.mobile() == true ) { document.write(' '); } --> [ Fonte articolo: io Donna ] Post Views: 1



MAGAZINE - FINE LIVING PEOPLE

Cerca...



FASHION / LUXURY / LEISURE / DESIGN OF DESIRE / TRAVEL / SOCIETY / TRENDS  
/ EVENTI

LEISURE



Leisure - 26/03/2018

## Tra le novità di Cosmoprof pure la maschera "ufo"

I filler di B-Selfie, il pack innovativo e le invenzioni da tutto il mondo beauty a Bologna con finanche i premi Cosmopack Awards.

**Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** – dice che Cosmoprof 2018 "ha superato il tetto dei 250.000 visitatori del 2017; abbiamo registrato +11% nelle presenze degli operatori esteri. Cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 nazioni, che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso di fare business ma, anche, di aggiornamento professionale".

Prossimi appuntamenti: Cosmoprof North America a Las Vegas (luglio), Cosmoprof India a Mumbai (settembre) e Cosmoprof Asia a Hong Kong (novembre 2018). Ma vediamo le novità presentate di recente a Bologna.





I vip per B-Selfie al Cosmoprof: Anna Falchi, Emanuela Tittocchia e Paolo Conticini.

**B-SELFIE** – Il primo filler fai-da-te, semplice da applicare, completamente indolore ed efficace in sole due ore. Grazie ai microaghi cristallizzati di acido ialuronico e fattore di crescita (EGF), i filler fai-da-te B-SELFIE sono il modo più semplice e veloce per rendere più carnose e seducenti le labbra, cancellare le rughe del labbro superiore, riempire le rughe del contorno occhi ed eliminare le pieghe nasolabiali.

**Anna Falchi, Emanuela Tittocchia e Paolo Conticini** sono stati a **Cosmoprof Worldwide Bologna 2018 per sostenere B-Selfie**. L'attrice italo-finlandese e il commissario di **Provaci ancora prof!** hanno presenziato

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

nell'occasione al lancio di **tre nuovi filler fai-da-te** per la cura della pelle del viso. A loro si è unita **Emanuela Tittocchia**, opinionista TV e attrice nel cast del film *Un figlio a tutti i costi*, appena uscito nelle sale.

A Cosmoprof è stato presentato **B-SELFIE Volume**, un rivoluzionario **filler fai-da-te per il rigonfiamento delle labbra** che promette di restituire **un sorriso più carnoso e seducente** in sole due ore di applicazione, dando al contempo maggiore definizione alle labbra. Oltre a **B-SELFIE Volume** verranno presentate **due nuove soluzioni anti-age** dedicate al trattamento delle rughe nasolabiali e del labbro superiore (il cosiddetto "codice a barre").

Tutti i prodotti della linea B-SELFIE basano la loro efficacia sugli innovativi **microaghi cristallizzati di acido ialuronico puro** e fattore di crescita (EGF). I microaghi, dello spessore di un quarto di un capello umano, sono in grado di penetrare in maniera indolore il primo strato della pelle e sciogliersi, rilasciando in profondità il principio attivo per **un risultato visibile in sole due ore**. L'immediata efficacia rende le soluzioni B-SELFIE ideali per qualsiasi **esigenza dell'ultimo minuto**, ma il risultato può essere sostenuto nel tempo attraverso quattro trattamenti distanziati di 24 ore.





Foreo ha lanciato Ufo, con molto interesse tra il pubblico.

**UFO FOREO** – Dopo il grande successo del lancio in anteprima mondiale di [gennaio al CES di Las Vegas](#), UFO il device per il viso più atteso di sempre del beauty brand FOREO, è appena arrivato in Europa a Cosmoprof 2018. Il ritrovato è il nuovo modo di applicare le maschere viso in soli 90 secondi.

Le UFO Smart Mask sono realizzate in soffice micro-fibra impregnata con estratti di piante, frutti, oli botanici concentrati e acqua di fiori. Ogni maschera è stata progettata per essere utilizzata durante uno specifico trattamento UFO che ne aumenta l'efficacia.

*UFO è un device come nessun altro e, più semplicemente, un prodotto rivoluzionario mai visto prima. Il device funziona come un'orchestra. La tecnologia ricopre il ruolo del direttore d'orchestra, attivando i componenti della maschera e sprigionando gli ingredienti attivi per regalare un trattamento viso spa-level in soli 90 secondi. La tecnologia è stata sviluppata per 4 anni. UFO combina la terapia a luce LED con crio-terapia, termoterapia e pulsazioni T-Sonic™ attivate via smartphone. Il dispositivo distribuisce uniformemente l'essenza della maschera su ogni area del viso, mentre varie funzioni attivano gli ingredienti permettendo loro di penetrare in profondità fornendo risultati di livello superiore.*







# Leisi



HOME VIDEO MODA EVENTI CINEMA NON SOLO MODA CULTURA CURIOSITÀ SALUTE BELLEZZA CASA CUCINA LEI SPOSA

Home > Bellezza



## Cosmoprof Worldwide 2018 Le novità dalla fiera di Bologna

BELLEZZA

Valentina Grasso 0 7:00 21 marzo 2018

Si è appena conclusa la fiera internazionale dedicata ai prodotti beauty. Ecco le novità.

**BOLOGNA.** Si è concluso il [Cosmoprof Worldwide 2018](#), la fiera internazionale della cosmetica e il lifestyle. Da giovedì 15 a lunedì 19 marzo, esperti e professionisti del beauty e del make up hanno mostrato le nuove tecnologie e le nuove tendenze in fatto di cosmesi e cura personale. L'edizione 2018 è stata caratterizzata dall'attenzione ai **prodotti bio e green** a base di componenti naturali o di origine animale.



Rubriche



## I nuovi prodotti presentati al Cosmoprof 2018

Tra le creme più innovative quelle a base di bava di lumaca o di veleno di scorpione o di vipera ad effetto anti-age. Ma per avere una pelle liscia e vellutata sono state proposte anche delle soluzioni a base di **té matcha**, di origine giapponese, o create a partire dai principi attivi della rosa. Innovativi i prodotti di bellezza, creme e oli, nati da un'idea dell'attrice Marisa Berenson a base di **olio di fico d'India**. Inoltre si confermano, anche per questa edizione, gli effetti benefici dell'acido ialuronico ma presentato in nuova formulazione adatta anche alle pelli maschili.



Tanti i prodotti beauty che hanno stupito i visitatori del Cosmoprof 2018. Tra questi il fondotinta più leggero al mondo prodotto in Corea del Sud e che non contiene sostanze chimiche. L'effetto è quello di una seconda pelle ed ha una durata di 24h. A questo si aggiungono anche **gli smalti che cambiano colore** una volta stesi sulle unghie secondo la luce ambientale e lo stick levasmalto da utilizzare al posto dell'acetone.



Attenzione alla natura anche per la cura dei capelli. E' stata infatti brevettata da un espositore statunitense una tintura per capelli 100% vegana mentre dalla Francia arriva l'olio ai semi di lino per capelli sfibrati altrettanto vegan. Tutto italiano invece è il mascara 2 in 1 che permette non solo di truccare ma anche di curare le ciglia rimpolpandole e rinfoltendole. Molti **glitter e paillettes** invece per quanto riguarda il trucco occhi anche per l'ombretto stick che si stende con un solo gesto senza sporcare le dita.

Credit foto: Cosmoprof.it

BEAUTY AL COSMOPROF

COSMOPROF 2018 BOLOGNA

I NUOVI PRODOTTI COSMOPROF 2018

I PRODOTTI NOVITÀ COSMOPROF 2018



AUTORE



VALENTINA GRASSO

Fotogallery

Oroscopo



I più letti del mese



CUCINA

In cucina con lo chef...  
Salvatore Bottaro  
Ricotta e cialde fritte nel  
"Bacio pantesco"

26 Feb 2018

2167



PRIMO PIANO

Amato Luxury Living a Palermo  
tra innovazione, lusso, cura ed  
eleganza

26 Feb 2018

1942



CINEMA

Fiction, cinema e tanto teatro  
A tu per tu con Giorgio  
Marchesi

18 Mar 2018

1476



SALUTE

Primitive: la nuova disciplina  
che non prevede pesi

9 Mar 2018

1419



LEI SPOSA

L'abito da sposa low cost  
proposto da Kiabi per il sì

8 Mar 2018

1342

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# PAMBIANCO *beauty*

Giovedì 22 Marzo 2018 - Testata fondata nel 2001

HOME NEWS SUMMIT APPROFONDIMENTI JOBS EDITORIALI TV MAGAZINE  
E-ACADEMY

## A Cosmoprof aumentano i buyer stranieri (+11%)

22 MAR 2018 BEAUTY



Superato il tetto dei 250mila visitatori nell'edizione di **Cosmoprof Worldwide Bologna** che si è appena conclusa. Soddisfazione da parte dell'ente organizzatore **BolognaFiere** per la vivacità dimostrata dal salone e soprattutto per l'aumento dell'11% degli operatori esteri. Cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 Paesi, "che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso - ha sottolineato Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere - di fare business ma, anche, di aggiornamento professionale. In fiera si sono svolti 18 workshop, mentre il Premio alla Carriera è stato assegnato a Jean Claude Ellena, celebre 'naso' della maison Hermès che ha attirato attenzione sulla profumeria di alta gamma".

"Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato, in crescita del 4,3% - ha commentato **Fabio Rossello**, presidente di Cosmetica Italia - continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro. Si tratta di un'industria solida che offre lavoro a oltre 35mila addetti, che salgono a 200mila con l'indotto".

La fiera bolognese si è svolta con la collaborazione dei partner (Cosmetica Italia, ministero per lo Sviluppo Economico e Ita-Italian Trade Agency) e quest'anno conta altri appuntamenti nel mondo: a luglio è in programma Cosmoprof North America a Las Vegas, a settembre debutterà Cosmoprof Mumbai, in India, in collaborazione con il partner Ubm, e a novembre sarà la volta di Cosmoprof Asia a Hong Kong.

### PAMBIANCO BEAUTY N.1



copertina estrema

IN QUESTO NUMERO:

**MONOMARCA MILLENNIALS' HOME**

**DOSSIER**  
Distributori, i signori dei nuovi marchi

**INTERVISTA**  
Kiko, remake di bellezza

**SCELTO PERCHÉ**  
In visita da Mariabruna Beauty

**PRODOTTI**  
Neo-camouflage per una

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

### BEAUTY TV



**Rancè, i ricavi 2017 salgono dell'8%**



**Evento Pambianco a Cosmoprof, focus su innovazione nella profumeria**



**Zinesi (Sisley): "Il 2018 sarà l'anno dell'haicare"**

### PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO:

**NEVERENDING SHOW, OLTRE I LIMITI TEMPO-SPAZIO**

**ATTUALITÀ**  
È finito il sonno delle lancette

**CASE HISTORY**  
Il segreto di Off-White

**TENDENZE**  
Dancing queen

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY



« ARTICOLO PRECEDENTE  
 Marionnaud lancia il concept esperienziale

ARTICOLO SUCCESSIVO: »  
 Alla Lombardia il primato della cosmetica

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



22 MAR 2018

**La bellezza di Armani insieme a L'Oréal fino al 2050**



22 MAR 2018

**EY, Italia ruolo chiave nelle M&A beauty**



22 MAR 2018

**Coty, rifinanziamento da 8 miliardi \$**

GIRO POLTRONE



**Sephora arruola Motte come presidente**



**Fernández è il nuovo CEO di Equivalenza**



**Dobson-Strampelli entra in Acqua di Parma Italia**



**Fabiano DG divisione L'Oréal Cosmétique Active**



**Badanesi nuovo DG Italia di Maria Galland Paris**

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

**Le opportunità oltre l'assedio - N°6/III**

Il segmento delle profumerie italiane pare sentirsi sotto assedio. Lo si percepisce dalle...



I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

- 1 Kiko, il fondo Peninsula pronto a fare un'offerta**
- 2 Michelot: "Ho creato BeautyUp per scommettere sugli indipendenti"**
- 3 Evento Pambianco a Cosmoprof, focus su innovazione nella profumeria**
- 4 Gotha inaugura nuovo headquarter**
- 5 Al via Cosmoprof con il nuovo layout**

# Cosmoprof chiude col botto: "Superati i 250.000 visitatori del 2017"

Il nuovo format introdotto con l'edizione 2018 ha funzionato: +11% nelle presenze degli operatori esteri e record anche per gli espositori, 2.822



"**Cosmoprof 2018** chiude con un risultato sorprendente – dichiara **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** - superato il tetto dei 250.000 visitatori del 2017; abbiamo registrato +11% nelle presenze degli operatori esteri. Cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 nazioni, che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso di fare business ma,

aiTV

NEWS	FOTO	VIDEO
<a href="#">Più visti del giorno</a>	Più visti della settimana	Più visti del mese
	<b>Lato B hot su Instagram per Antonella Fiordelisi</b>	
	<b>Molestie sessuali, Rocco Siffredi: "ecco il mio provino all'attrice porno"</b>	
	<b>La bruciava con le sigarette e la violentava sessualmente, arrestato ghanese</b>	
	<b>Crozza: Berlusconi furioso ne ha per tutti, a partire da Salvini</b>	
	<b>Eiaculazione precoce: ora c'è il rimedio</b>	
	<b>Bossi show al Senato: "Salvini e Di Maio sono uguali, hanno le mani bucate"</b>	
	<b>Fratelli di Crozza: le idee di Mauro Corona sulla situazione politica</b>	
	<b>Corteo contro le mafie a Foggia, standing ovation alla fine del discorso di Don Ciotti</b>	

anche, di aggiornamento professionale. La vocazione B2B di **Cosmoprof** si è consolidata ulteriormente, nella relazione tra Buyer ed espositori, nell'articolato programma di aggiornamento professionale, con 18 workshop che hanno registrato una partecipazione numerosa e hanno schierato sul palco opinion leader di grande prestigio, con i Premi alle aziende più innovative e il Premio alla Carriera assegnato a Jean Claude Ellena, celebre "naso" della Maison Hermes che ha attirato nuova attenzione sulla profumeria di alta gamma, presente quest'anno a Cosmoprof con una sezione speciale dedicata".

"Una manifestazione vivace – prosegue Calzolari - ricca di proposte, dalla filiera industriale al retail, un vero colpo d'occhio sulla cosmesi mondiale, in una sintesi che nessun'altra fiera al mondo riesce a operare. Ci apprestiamo ora, ad aprire **Cosmoprof Mumbai** (con i nostri partner UBM), dando ulteriore nuova energia alla nostra piattaforma internazionale che già ci vede impegnati in Asia e in Nord America. Tutto, con la collaborazione dei nostri partner, di **Cosmetica Italia**, del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'ITA-Italian Trade Agency".

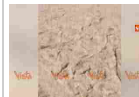


"Creatività, ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità: sono questi solo alcuni degli elementi vincenti che confermano la cosmesi tra le eccellenze del Made in Italy. Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato (+4,3%), – commenta **Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia** – continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro. Comunicare questi dati in occasione dell'edizione appena conclusa di **Cosmoprof Worldwide Bologna** ci rende ancora più orgogliosi di rappresentare il settore al fianco del nostro storico partner **BolognaFiere**. Alla luce di questa sinergia di successo, che unisce un format fieristico unico al mondo e una industria solida che offre lavoro a oltre 35mila addetti, che salgono a 200mila con l'indotto, l'auspicio è quello di una attenzione crescente da parte delle istituzioni per sostenere in Italia e all'estero un modello virtuoso".

**Per una migliore fruizione della manifestazione, Cosmoprof 2018 ha adottato un nuovo concept, con percorsi di visita "su misura" rispondendo così alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali presenti in fiera.**



**Fratelli di Crozza: le idee sempre più confuse di Di Maio sull'euro**



**Il fiume di sabbia in Iraq, ma e' solo un effetto ottico**

**In evidenza**



THE VOICE, L'INTERVISTA

**Al Bano si confessa: "I miei inizi? Quel talent con Pippo Baudo..."**

**SORGENTE GROUP**  
 ALTERNATIVE INVESTMENT

risparmio gestito  
 finanza  
 infrastrutture

www.sorgentegroup.com

**ZURICH connect**

Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

**immobiliare.it** MIGLIAIA DI ANNUNCI! **ENTRA**

**Motori**





Grande successo per l'iniziativa di charity "Boutique" dedicata alla memoria di Roberto Kerkoc, vicepresidente di BolognaFiere scomparso l'anno scorso. 20 le aziende espositrici di **Cosmoprof** che hanno messo a disposizione i propri prodotti, andati velocemente esauriti nelle prime giornate di manifestazione, a dimostrazione della generosità del pubblico. Quanto ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST).



**Prossimi appuntamenti: Cosmoprof North America a Las Vegas (luglio), Cosmoprof India a Mumbai (settembre) e Cosmoprof Asia a Hong Kong (novembre 2018).**

TAGS: COSMOPROF WORLDWIDE 2018



**DS WORLD PARIS, celebra gli stilisti di DS 7 CROSSBACK**



Dal 1934 Canali realizza raffinati abiti da uomo di alta moda sartoriale. Scopri la nuova collezione **Canali**.

Trova casa su **immobiliare.it**

Provincia

Tipologia

**TROVA**



**ProntoPro**

**Cerchi un professionista?**  
Preventivi **gratis** entro poche ore

**Confronta preventivi**

**RICHIEDI ONLINE IL TUO MUTUO**

**Finalità del mutuo**  
-- Seleziona --

**Importo del mutuo**  Euro **Durata del mutuo**  anni

in collaborazione con



## NEWS

# Cosmoprof 2018 edizione da record

21 MARZO 2018



“Cosmoprof 2018 chiude con un risultato sorprendente. Superato il tetto dei 250.000 visitatori del 2017; +11% nelle presenze degli operatori esteri. Record per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 nazioni, che hanno richiamato un pubblico internazionale”. Così dichiara Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere nel comunicato ufficiale rilasciato all’indomani della chiusura dell’edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna. Confermata la vocazione B2B di Cosmoprof con un ricco programma di aggiornamento professionale (ben 18 workshop) e in primo piano anche i Premi alle aziende più innovative e il Premio alla Carriera (assegnato a Jean Claude Ellena, “naso” della Maison Hermès) e la profumeria di alta gamma, presente quest’anno con una sezione speciale dedicata.



*“Una manifestazione vivace – prosegue Calzolari – ricca di proposte, dalla filiera industriale al retail, un vero colpo d’occhio sulla cosmesi mondiale, in una sintesi che nessun’altra fiera al mondo riesce a operare. Ci apprestiamo ora, ad aprire Cosmoprof Mumbai (con i nostri partner UBM), dando ulteriore nuova energia alla nostra piattaforma internazionale che già ci vede impegnati in Asia e in Nord America. Tutto con la collaborazione dei nostri partner, di Cosmetica Italia, del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell’ITA-Italian Trade Agency”. Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia afferma che “Creatività, ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità: sono questi solo alcuni degli elementi vincenti che confermano la cosmesi tra le eccellenze del Made in Italy. Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato (+4,3%), continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro”.*





Grande successo per l'iniziativa di charity "Boutique" dedicata alla memoria di Roberto Kerkoc, vicepresidente di BolognaFiere scomparso l'anno scorso. 19 le aziende espositrici di Cosmoprof che hanno messo a disposizione i propri prodotti, andati velocemente esauriti nelle prime giornate di manifestazione, a dimostrazione della generosità del pubblico. Quanto ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST). Prossimi appuntamenti: Cosmoprof North America a Las Vegas (luglio), Cosmoprof India a Mumbai.



IN QUESTO ARTICOLO: [COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA](#), [COSMOPROF](#)

---

## Commenti

### Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati \*

Commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## **COSMOPROF WORLDWIDE 2018 LE NOVITA' DALLA FIERA DI BOLOGNA**

**Si è appena concluso il Cosmoprof 2018, la fiera internazionale dedicata ai prodotti beauty. Ecco i prodotti novità**

**BOLOGNA.** Si è concluso il Cosmoprof Worldwide 2018, la fiera internazionale della cosmetica e il lifestyle. Da giovedì 15 a lunedì 19 marzo, esperti e professionisti del beauty e del make up hanno mostrato le nuove tecnologie e le nuove tendenze in fatto di cosmesi e cura personale. L'edizione 2018 è stata caratterizzata dall'attenzione ai prodotti bio e green a base di componenti naturali o di origine animale.

**I nuovi prodotti presentati al Cosmoprof 2018**

Tra le creme più innovative quelle a base di bava di lumaca o di veleno di scorpione o di vipera ad effetto anti-age. Ma per avere una pelle liscia e vellutata sono state proposte anche delle soluzioni a base di té matcha, di origine giapponese, o create a partire dai principi attivi della rosa. Innovativi i prodotti di bellezza, creme e oli, nati da un'idea dell'attrice Marisa Berenson a base di olio di fico d'India. Inoltre si confermano, anche per questa edizione, gli effetti benefici dell'acido ialuronico ma presentato in nuova formulazione adatta anche alle pelli maschili.

Tanti i prodotti beauty che hanno stupito i visitatori del Cosmoprof 2018. Tra questi il fondotinta più leggero al mondo prodotto in Corea del Sud e che non contiene sostanze chimiche. L'effetto è quello di una seconda pelle ed ha una durata di 24h. A questo si aggiungono anche gli smalti che cambiano colore una volta stesi sulle unghie secondo la luce ambientale e lo stick levasmalto da utilizzare al posto dell'acetone.

Attenzione alla natura anche per la cura dei capelli. E' stata infatti brevettata da un espositore statunitense una tintura per capelli 100% vegana mentre dalla Francia arriva l'olio ai semi di lino per capelli sfibrati altrettanto vegan. Tutto italiano invece è il mascara 2 in 1 che permette non solo di truccare ma anche di curare le ciglia rimpolpandole e rinfoltendole. Molti glitter e paillettes invece per quanto riguarda il trucco occhi anche per l'ombretto stick che si stende con un solo gesto senza sporcare le dita.

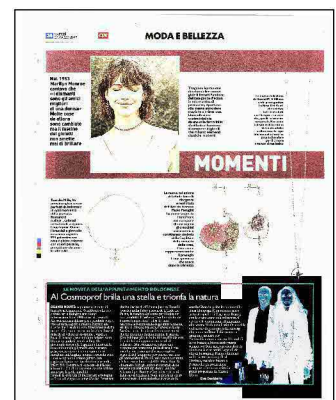
**Credit foto: Cosmoprof.it**

**LE NOVITÀ DELL'APPUNTAMENTO BOLOGNESE****Al Cosmoprof brilla una stella e trionfa la natura**

**GRANDI NOVITÀ** soprattutto in fatto di lifestyle al Cosmoprof Worldwide che si è chiuso ieri a Bologna con i lanci internazionali dei 2800 marchi presenti. Macrotendenza diffusa per i prodotti corpo, viso antietà, capelli e mani il ritorno alle ricette che prendono vita direttamente dalla natura. Ci sono le creme antirughe a base di miscele di veleni di scorpione, vipera e bava di lumaca che cambiano colore: sono blu ma quando li stendi sulla pelle diventano invisibili. Seguono i flussi della luce ambientale gli smalti con brevetto polacco che virano il colore quando si stendono sull'unghia, mentre i trucchi sono quasi sempre con effetto glitter, con pagliuzze luminose, tocchi di madreperla, effetti 3D. Continua il successo dell'acido ialuronico 2.0 di nuova generazione ottimo anche per le pelli maschili. Grande la sorpresa di incontrare a Bologna un'icona di eleganza come Marisa Berenson

che ha deciso di affidare a Jacopo Tonelli (con lei nella foto), patron de L'Inde Le Palais, la vendita esclusiva per l'Italia dei suoi prodotti di bellezza (anche sui sito del famoso luxury store). «Da 45 anni – racconta la fotomodella degli anni Settanta, attrice in *Morte a Venezia*, *Cabaret* e *Barry Lyndon* – curo la mia pelle con un segreto che ho ereditato da mia nonna, la stilista Elsa Schiaparelli: è l'olio di fico d'India con il quale ho sviluppato creme e oli di bellezza». Ma torniamo al salone che propone per avere una pelle di seta il tè matcha per rassodare il viso, complessi vegetali dal Giappone per vincere su tutti gli antiossidanti. Per la pelle secca e matura c'è la crema alla rosa del Dr Hauschka. Si chiamano NIS gli inibitori naturali della senescenza elaborati dal dottor Andrea Alimonti per Bottega Organica e ricavati dalla salvia Haenkei. Sono a prova di scrub le maschere alle mandorle e arance delle

sorelle Choudary che lavorano sulla linea Skinयोग. È un mondo tutto naturale quello di Vegetable Beauty con la crema seno volumizzante al cavolo e la crema mani illuminante alla patata. Si chiama Latin Oriental la collezione di profumi di Eisenberg che punta su Rose Talismane con lampone, mentre per l'invecchiamento cutaneo il brand di lusso basato a Montecarlo punta sempre sul Soir anti age con sfere di vitamina A e ceramidi vegetali da olio di borragine. Piante officinali nelle ricette per i capelli di Davines, marchio basato a Parma che tra pochi mesi inaugurerà la nuova azienda green progettata da Matteo Thun.

**Eva Desiderio**



**LE NOVITÀ DELL'APPUNTAMENTO BOLOGNESE**

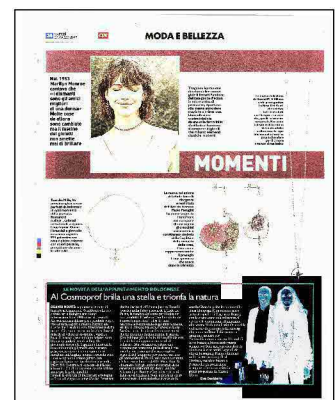
# Al Cosmoprof brilla una stella e trionfa la natura

**GRANDI NOVITÀ** soprattutto in fatto di lifestyle al Cosmoprof Worldwide che si è chiuso ieri a Bologna con i lanci internazionali dei 2800 marchi presenti. Macrotendenza diffusa per i prodotti corpo, viso antietà, capelli e mani il ritorno alle ricette che prendono vita direttamente dalla natura. Ci sono le creme antirughe a base di miscele di veleni di scorpione, vipera e bava di lumaca che cambiano colore: sono blu ma quando li stendi sulla pelle diventano invisibili. Seguono i flussi della luce ambientale gli smalti con brevetto polacco che virano il colore quando si stendono sull'unghia, mentre i trucchi sono quasi sempre con effetto glitter, con pagliuzze luminose, tocchi di madreperla, effetti 3D. Continua il successo dell'acido ialuronico 2.0 di nuova generazione ottimo anche per le pelli maschili. Grande la sorpresa di incontrare a Bologna un'icona di eleganza come Marisa Berenson

che ha deciso di affidare a Jacopo Tonelli (con lei nella foto), patron de L'Inde Le Palais, la vendita esclusiva per l'Italia dei suoi prodotti di bellezza (anche sui sito del famoso luxury store). «Da 45 anni – racconta la fotomodella degli anni Settanta, attrice in *Morte a Venezia*, *Cabaret* e *Barry Lyndon* – curo la mia pelle con un segreto che ho ereditato da mia nonna, la stilista Elsa Schiaparelli: è l'olio di fico d'India con il quale ho sviluppato creme e oli di bellezza». Ma torniamo al salone che propone per avere una pelle di seta il tè matcha per rassodare il viso, complessi vegetali dal Giappone per vincere su tutti gli antiossidanti. Per la pelle secca e matura c'è la crema alla rosa del Dr Hauschka. Si chiamano NIS gli inibitori naturali della senescenza elaborati dal dottor Andrea Alimonti per Bottega Organica e ricavati dalla salvia Haenkei. Sono a prova di scrub le maschere alle mandorle e arance delle

sorelle Choudary che lavorano sulla linea Skinयोग. È un mondo tutto naturale quello di Vegetable Beauty con la crema seno volumizzante al cavolo e la crema mani illuminante alla patata. Si chiama Latin Oriental la collezione di profumi di Eisenberg che punta su Rose Talismane con lampone, mentre per l'invecchiamento cutaneo il brand di lusso basato a Montecarlo punta sempre sul Soins anti age con sfere di vitamina A e ceramidi vegetali da olio di borragine. Piante officinali nelle ricette per i capelli di Davines, marchio basato a Parma che tra pochi mesi inaugurerà la nuova azienda green progettata da Matteo Thun.

**Eva Desiderio**



## SOARE SVELA I SEGRETI PER SOPRACCIGLIA PERFETTE

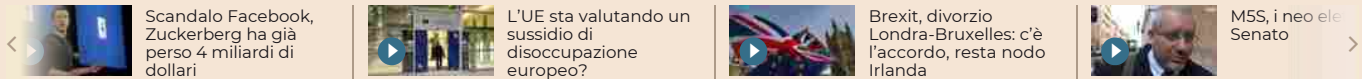
**BOLOGNA.** Ad ali di gabbiano, pettinate, sottilissime, folte o marcate? Per uno sguardo magnetico e sempre giovane le sopracciglia devono essere curate a regola d'arte ma sia donne che uomini sbagliano e con pinzette, mascara e matite colorate fanno pasticci.

Lo precisa Anastasia Soare, visagista e guru della cura delle sopracciglia riconosciuta in tutto il mondo (il suo brand Anastasia Beverly Hills è fra le linee più vaste al mondo di prodotti per sopracciglia). L'esperta, che conta 16 milioni di followers su Instagram sparsi in ogni angolo del globo, è arrivata alla fiera di Bologna in occasione della 51ª edizione di Cosmoprof, la kermesse internazionale dedicata al mondo del beauty in corso i questi giorni. L'esperta però qui non espone nulla (lancerà per la prima volta in Italia la sua linea il prossimo giugno). Partecipa invece alla fiera per trovare ispirazione su trend e innovazione. All'Ansa svela i segreti per occhi perfetti e fa l'elenco dei più comuni errori che si fanno per disegnare e truccare le sopracciglia. «Dal 1995 non perdo una edizione di questa fiera perché in Italia ci sono i migliori produttori di prodotti per il trucco e nuove idee», spiega Anastasia mentre disegna su un foglio un occhio e calcola rapporti e misure da seguire per dare la forma giusta all'arcata sopraccigliare. «Gli errori più comuni che fanno le donne? », precisa la guru, «riducono troppo le sopracciglia lasciando una linea molto sottile che, soprattutto invecchiando, evidenzia il calo della palpebra superiore. Disegnandole con la matita, mascara o tinture scelgono inoltre dei colori troppo scuri, pesanti e uniformi. Eliminano troppo la parte inferiore della peluria lasciando troppo visibile le ossa dell'arcata e sbagliano le misure». Come si può migliorare? «Basta attenersi ai rapporti geometrici per non accorciarle troppo. Provate a usare una penna per tracciare i raggi. Appoggiandola sul naso usatela per definire le misure. Il lato interno dell'arcata deve corrispondere al raggio segnato a partire dal centro della narice dello stesso lato, mantenendo la penna verticalmente. Il lato esterno della peluria deve finire in corrispondenza del raggio tracciato con la penna a partire dalla fine della narice dello stesso lato. La parte più alta dell'arcata invece corrisponde al raggio tracciato a partire esattamente dal centro del naso».

Sottili, folte, chiare o spettinate. Quale è la tendenza del momento? «Pettinate verso l'alto, naturali. Per ottenere questo effetto dovete ottenere un colore leggero per la parte della peluria più al centro, una nuance media per la zona centrale e più scura per la coda del sopracciglio. Aiutatevi con le tinte in pasta da applicare con i pennellini adatti e disegnate piccole linee che andrete ad infoltire».

Il trend delle sopracciglia perfette contagia donne e uomini di tutto il mondo. In primis i Paesi arabi, segue l'India, l'Armenia, Dubai, Kuwait. E poi Usa ed Europa. «Le italiane non erano così appassionate, lo sono diventate con il boom dei social, millennials in testa» conclude Soare.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



COSMOPROF WORLDWIDE

# A Cosmoprof Worldwide Bologna protagonista l'innovazione made in Italy

—di **Marika Gervasio** | 20 marzo 2018



(Ansa)



**C**on un valore di 11 miliardi di euro, in crescita del 4,3% trainato dall'export che sale a 4,7 miliardi, e un surplus della bilancia commerciale al livello record di 2,5 miliardi, la cosmetica si conferma uno dei settori più in buona salute del made in Italy. L'eccellenza della filiera cosmetica è stata protagonista in questi giorni a Cosmoprof Worldwide Bologna, la fiera di settore che si è chiusa ieri a BolognaFiere superando il tetto dei 250mila visitatori dell'anno scorso.

## I PIÙ LETTI DI MODA24

## ULTIME NOVITÀ

Dal catalogo del Sole 24 Ore

SCOPRI ALTRI PRODOTTI >

## LE GALLERY PIÙ VISTE



**MODA** | 19 marzo 2018

Mai senza cappello (e sorriso), Kate e Meghan regine di stile british



**MONDO** | 19 marzo 2018

La preparazione al lancio della navicella Soyuz in Kazakhstan



**MONDO** | 18 marzo 2018

Le elezioni in Russia: the, frutta e spiedini ai seggi



**ITALIA** | 13 marzo 2018

I monumenti aperti dal Fai



Fattore chiave del successo delle aziende è l'innovazione se si pensa che, solo in Italia, il tasso di investimenti in R&S è superiore al 6% contro una media nazionale stimata inferiore al 3% e che negli ultimi cinque anni in Europa le industrie cosmetiche hanno depositato più di 5mila brevetti l'anno. Nei laboratori scientifici del settore sono impegnati 26mila ricercatori fra i quali chimici, fisici, microbiologi, biologi, tossicologi e medici, come è emerso durante la presentazione, a Bologna, del libro «Nel cosmetico, dalla scienza, la bellezza» stampato da Cosmetica Italia.



**MOTORI24** | 7 marzo 2018  
Ginevra 2018, le novità e i prototipi marca per marca

Parola d'ordine innovazione per BaByliss - tra i 2.822 espositori presenti in fiera, il 3% in più rispetto al 2017 - che, con 40 milioni di ricavi, ha lanciato nuovi prodotti tra piastre hi-tech e arricciacapelli automatici con un design rivisitato, più glam ed elegante. Si è aggiudicata il premio speciale degli Hair Products Awards la Nika Hair Beauty Excellence con la linea K-Perfection, basata su una tecnologia di ricostruzione capillare che usa una formula con cheratina pura. La quota export dell'azienda nel 2017 ha rappresentato il 60% del giro d'affari, il 20% in più rispetto al 2016, ma l'obiettivo a medio termine è superare il 70%, come spiega l'amministratore delegato Eduard Nika. «Abbiamo chiuso il 2017 con un fatturato di circa 2 milioni di euro in aumento del 20% - dice l'ad -. La nostra presenza al Cosmoprof rientra nella strategia di sviluppo aziendale orientata a potenziare il mercato in Italia e, in parallelo, oltre confine, in particolare nel mercato arabo».

Il 2017 è stato un anno molto positivo anche per Bioline Jatò che realizza il 70% delle vendite all'estero. «Esportiamo in circa 40 Paesi - racconta il direttore generale Tommaso Corradini - e quest'anno vogliamo continuare a perfezionare e diffondere il nostro Metodo che si basa sulla capacità delle nostre beauty expert di offrire alle clienti una consulenza su misura con un percorso di bellezza personalizzato nelle spa e nei centri benessere». Oltre ai programmi per viso e corpo quest'anno è nato il nuovo Progetto di Bellezza al Sole: un programma suddiviso in tre fasi, ideate per preparare, proteggere e riequilibrare la pelle esposta al sole, grazie alla combinazione di sedute in istituto e di prodotti domiciliari polifunzionali.

Trend di crescita che ha permesso all'azienda di fare nuove assunzioni anche per Pidielle, proprietaria del marchio Elgon. «Nel 2017 abbiamo registrato una crescita del 25% con un Mol superiore al 10% e un fatturato di quasi 19,7 milioni - afferma il direttore generale Serena Caimano -. L'apertura verso i mercati internazionali rappresenta un tassello fondamentale del business dell'azienda: l'84% del fatturato deriva da una rete di vendite all'estero che copre

praticamente tutti i continenti tranne Africa subsahariana, Brasile, India e parte dell'Asia – racconta il dg -. In media produciamo 50mila prodotti al giorno per soddisfare le richieste di tutti i mercati ai quali ci rivolgiamo». Export, ma non solo: strategica è anche la formazione. «Investiamo continuamente in progetti di formazione professionale. A fine febbraio abbiamo inaugurato l'Hub di Pontedera, in provincia di Pisa, uno spazio Elgon dedicato alla formazione per i professionisti del settore acconciatura».

© Riproduzione riservata

ARGOMENTI: [Bologna](#) | [Bioline Jatò](#) | [Nika Hair Beauty Excellence](#) | [Pisa](#) | [Asia](#) | [Tommaso Corradini](#) | [Serena Caimano](#) | [Eduard Nika](#) | [Formazione](#)


 **0 COMMENTI**

Partecipa alla discussione

Scrivi un commento...

Disclaimer

**Pubblica**

 **0 Commenti** | [Aggiorna](#)

[VEDI TUTTI I COMMENTI](#) ▲

 [Carica altri commenti](#)

## FOTO

**24**



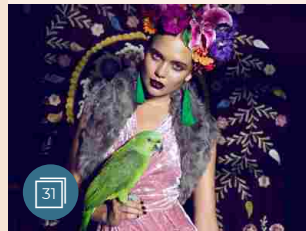
**STILI-TENDENZE** | 19 marzo 2018  
**Mai senza cappello (e sorriso), Kate e Meghan regine di stile british**

**24**



**STILI-TENDENZE** | 16 marzo 2018  
**Tod's porta i suoi artigiani a New York (fra le star)**

**24**



**STILI-TENDENZE** | 16 marzo 2018  
**Fridamania: la moda ispirata all'icona Frida Kahlo**

**24**



**STILI-TENDENZE** | 14 marzo 2018  
**Botanic mood: 70 abiti e accessori per invadere di fiori l'armadio di primavera**

## VIDEO

## LE NOVITÀ DELL'APPUNTAMENTO BOLOGNESE

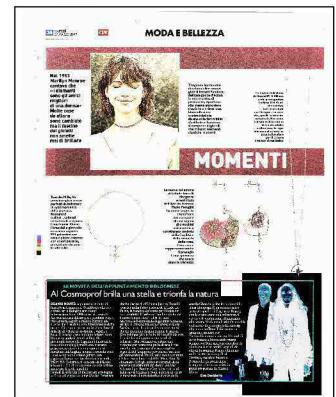
## Al Cosmoprof brilla una stella e trionfa la natura

**GRANDI NOVITÀ** soprattutto in fatto di lifestyle al Cosmoprof Worldwide che si è chiuso ieri a Bologna con i lanci internazionali dei 2800 marchi presenti. Macrotendenza diffusa per i prodotti corpo, viso antietà, capelli e mani il ritorno alle ricette che prendono vita direttamente dalla natura. Ci sono le creme antirughe a base di miscele di veleni di scorpione, vipera e bava di lumaca che cambiano colore: sono blu ma quando li stendi sulla pelle diventano invisibili. Seguono i flussi della luce ambientale gli smalti con brevetto polacco che virano il colore quando si stendono sull'unghia, mentre i trucchi sono quasi sempre con effetto glitter, con pagliuzze luminose, tocchi di madreperla, effetti 3D. Continua il successo dell'acido ialuronico 2.0 di nuova generazione ottimo anche per le pelli maschili. Grande la sorpresa di incontrare a Bologna un'icona di eleganza come Marisa Berenson

che ha deciso di affidare a Jacopo Tonelli (con lei nella foto), patron de L'Inde Le Palais, la vendita esclusiva per l'Italia dei suoi prodotti di bellezza (anche sui sito del famoso luxury store). «Da 45 anni – racconta la fotomodella degli anni Settanta, attrice in *Morte a Venezia*, *Cabaret* e *Barry Lyndon* – curo la mia pelle con un segreto che ho ereditato da mia nonna, la stilista Elsa Schiaparelli: è l'olio di fico d'India con il quale ho sviluppato creme e oli di bellezza». Ma torniamo al salone che propone per avere una pelle di seta il tè matcha per rassodare il viso, complessi vegetali dal Giappone per vincere su tutti gli antiossidanti. Per la pelle secca e matura c'è la crema alla rosa del Dr Hauschka. Si chiamano NIS gli inibitori naturali della senescenza elaborati dal dottor Andrea Alimonti per Bottega Organica e ricavati dalla salvia Haenkei. Sono a prova di scrub le maschere alle mandorle e arance delle

sorelle Choudary che lavorano sulla linea Skinयोग. È un mondo tutto naturale quello di Vegetable Beauty con la crema seno volumizzante al cavolo e la crema mani illuminante alla patata. Si chiama Latin Oriental la collezione di profumi di Eisenberg che punta su Rose Talismane con lampone, mentre per l'invecchiamento cutaneo il brand di lusso basato a Montecarlo punta sempre sul Soir anti age con sfere di vitamina A e ceramidi vegetali da olio di borragine. Piante officinali nelle ricette per i capelli di Davines, marchio basato a Parma che tra pochi mesi inaugurerà la nuova azienda green progettata da Matteo Thun.

**Eva Desiderio**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Questo sito utilizza cookie.

Visitando questo sito web si autorizza l'impiego di cookie. Per informazioni dettagliate sull'impiego dei cookie in questo sito web invitiamo a cliccare su "Maggiori informazioni".

Continuando a navigare su questo sito web o cliccando su OK si accetta la nostra Policy sui cookie.

OK - "Maggiori informazioni" - Contatti

Condividi Moditalia Magazine



Ricevi Gratuitamente la Newsletter   Cerca Notizia  Settore...

Notizie | Tessile | Calzature | Accessori | Beauty - Wellness | Uomo | Bambino | Luxury | Saloni-Eventi | Distribuzione

AREA PREMIUM | Sfilate | Selezione Aziende | Data Base | Tendenze | Annunci | Accesso >> Utile  Pwd

Your Journey to Hong Kong Starts Here

NOVOTEL HONG KONG NATHAN ROAD KOWLOON  
BOOK DIRECT & SAVE OFFER INCLUDING BREAKFAST

# Beauty

## SI E' CHIUSA CON SUCCESSO L'EDIZIONE 2018 DI COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA

20/03/2018

"Cosmoprof 2018 chiude con un risultato sorprendente – dichiara Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere - superato il tetto dei 250.000 visitatori del 2017; abbiamo registrato +11% nelle presenze degli operatori esteri. Cifra record anche per gli espositori, 2.822, provenienti da 70 nazioni, che hanno richiamato un pubblico internazionale, desideroso di fare businessma, anche, di aggiornamento professionale.



La vocazione B2B di Cosmoprof si è consolidata ulteriormente, nella relazione tra Buyer ed espositori, nell'articolato

E-Book

Servizi

Calendario Fiere Links Utili Video-Tv

Selezione Aziende

La T-shirt ORIGINALE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429

programma di aggiornamento professionale, con 18 workshop che hanno registrato una partecipazione numerosa e hanno schierato sul palco opinion leader di grande prestigio, con i Premi alle aziende più innovative e il Premio alla Carriera assegnato a Jean Claude Ellena, celebre "naso" della Maison Hermes che ha attirato nuova attenzione sulla profumeria di alta gamma, presente quest'anno a Cosmoprof con una sezione speciale dedicata. Una manifestazione vivace – prosegue Calzolari -, ricca di proposte, dalla filiera industriale al retail, un vero colpo d'occhio sulla cosmesi mondiale, in una sintesi che nessun'altra fiera al mondo riesce a operare. Ci apprestiamo ora, ad aprire Cosmoprof Mumbai (con i nostri partner UBM), dando ulteriore nuova energia alla nostra piattaforma internazionale che già ci vede impegnati in Asia e in Nord America. Tutto, con la collaborazione dei nostri partner, di Cosmética Italia, del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'ITA-Italian Trade Agency".

"Creatività, ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità: sono questi solo alcuni degli elementi vincenti che confermano la cosmesi tra le eccellenze del Made in Italy. Il comparto cosmetico nazionale, che registra oltre 11 miliardi di euro di fatturato (+4,3%), – commenta Fabio Rossello, Presidente di Cosmética Italia – continua ad essere trainato da un export a +8%, con una bilancia commerciale che raggiunge i 2,5 miliardi di euro. Comunicare questi dati in occasione dell'edizione appena conclusa di Cosmoprof Worldwide Bologna ci rende ancora più orgogliosi di rappresentare il settore al fianco del nostro storico partner BolognaFiere. Alla luce di questa sinergia di successo, che unisce un format fieristico unico al mondo e una industria solida che offre lavoro a oltre 35mila addetti, che salgono a 200mila con l'indotto, l'auspicio è quello di una attenzione crescente da parte delle istituzioni per sostenere in Italia e all'estero un modello virtuoso".

Per una migliore fruizione della manifestazione, Cosmoprof 2018 ha adottato un nuovo concept, con percorsi di visita "su misura" rispondendo così alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali presenti in fiera.

Grande successo per l'iniziativa di charity "Boutique" dedicata alla memoria di Roberto Kerkoc, vicepresidente di BolognaFiere scomparso l'anno scorso. 19 le aziende espositrici di Cosmoprof che hanno messo a disposizione i propri prodotti, andati velocemente esauriti nelle prime giornate di manifestazione, a dimostrazione della generosità del pubblico. Quanto ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST).

Prossimi appuntamenti: Cosmoprof North America a Las Vegas (luglio), Cosmoprof India a Mumbai (settembre) e Cosmoprof Asia a Hong Kong (novembre 2018).

Per maggiori informazioni, [www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)



[Home](#) | [Chi Siamo](#) | [Notizie](#) | [Tessile](#) | [Calzature](#) | [Accessori](#) | [Beauty Wellness](#) | [Uomo](#) | [Bambino](#) | [Luxury](#) | [Saloni - Eventi](#) | [Distribuzione](#) | [Contatti](#) | [Riservata](#)

**moditaliamagazine.com**

Via Zuavi, 56. 20077 Melegnano (Milano) Italy  
Tel: +39 3474350759 - e-mail: [info@moditaliamagazine.com](mailto:info@moditaliamagazine.com)  
Partita Iva 04488600968 - Note Legali

Seleziona lingua

Traduttore

**igua per tradurre il sito web - Select the language to translate the Web site - Sélectionnez la lang**

**AL COSMOPROF BRILLA UNA STELLA E TRIONFA LA NATURA**

Bologna, 20 marzo 2018 -Grandi novità soprattutto in fatto di lifestyle al Cosmoprof Worldwide 2018 che si è chiuso ieri a Bologna con i lanci internazionali dei 2800 marchi presenti. Macrotendenza diffusa per i prodotti corpo, viso antietà, capelli e mani il ritorno alle ricette che prendono vita direttamente dalla natura. Ci sono le creme antirughe a base di miscele di veleni di scorpione, vipera e bava di lumaca che cambiano colore: sono blu ma quando li stendi sulla pelle diventano invisibili. Seguono i flussi della luce ambientale gli smalti con brevetto polacco che virano il colore quando si stendono sull'unghia, mentre i trucchi sono quasi sempre con effetto glitter, con pagliuzze luminose, tocchi di madreperla, effetti 3D.

Continua il successo dell'acido ialuronico 2.0 di nuova generazione ottimo anche per le pelli maschili. Grande la sorpresa di incontrare a Bologna un'icona di eleganza come Marisa Berenson che ha deciso di affidare a Jacopo Tonelli, patron de L'Inde Le Palais, la vendita esclusiva per l'Italia dei suoi prodotti di bellezza (anche sui sito del famoso luxury store). «Da 45 anni racconta la fotomodella degli anni Settanta, attrice in Morte a Venezia, Cabaret e Barry Lyndon e curo la mia pelle con un segreto che ho ereditato da mia nonna, la stilista Elsa Schiaparelli: è l'olio di fico d'India con il quale ho sviluppato creme e oli di bellezza». Ma torniamo al salone che propone per avere una pelle di seta il thé matcha per rassodare il viso, complessi vegetali dal Giappone per vincere su tutti gli antiossidanti. Per la pelle secca e matura c'è la crema alla rosa del Dr Hauschka. Si chiamano NIS gli inibitori naturali della senescenza elaborati dal dottor Andrea Alimonti per Bottega Organica e ricavati dalla salvia Haenkei. Sono a prova di scrub le maschere alle mandorle e arance delle sorelle Choudary che lavorano sulla linea Skinyoga. È un mondo tutto naturale quello di Vegetable Beauty con la crema seno volumizzante al cavolo e la crema mani illuminante alla patata. Si chiama Latin Oriental la collezione di profumi di Eisenberg che punta su Rose Talismane con lampone, mentre per l'invecchiamento cutaneo il brand di lusso basato a Montecarlo punta sempre sul Soin anti age con sfere di vitamina A e ceramidi vegetali da olio di borragine. Piante officinali nelle ricette per i capelli di Davines, marchio basato a Parma che tra pochi mesi inaugurerà la nuova azienda green progettata da Matteo Thun.





## GDAPRESS

La comunicazione globale e' uno strumento con il quale il quotidiano di cultura "gdapress" vuol rendere partecipi i propri lettori informandoli su avvenimenti in Italia e nel mondo.

La rilevanza degli argomenti e' a discrezione della redazione.

Cerca ...

Cerca

## IN EVIDENZA

- Festival dei Diritti Umani Triennale di Milano
- "Gualtiero Marchesi The Great Italian" un film su un grande cuoco
- Il concerto diretto da Daniele Gatti in streaming web gratuito e in diretta su Radio3. Nasce il portale di audio streaming dedicato.
- Presentazione di OSSIGENO | Elements of life 2 al Wooding Bar.
- Cosmoprof 2018 va in scena a Bologna Fiere dal 15 al 19 marzo
- Dermophysiologie
- Dermophysiologie Come sentirsi belle dentro e fuori
- Birrificio Angelo Poretti e le 8 Luppoli Armonie di Gusto regalano un weekend negli 8 borghi più belli d'Italia selezionati da ALMA
- DESTRESS KIT, per liberare la pelle da stress e stanchezza
- Il Salento conquista i giornalisti tedeschi e internazionali a Berlino durante la ITB



## Cosmoprof 2018 va in scena a Bologna Fiere dal 15 al 19 marzo

🕒 15 marzo 2018 👤 Giuliana de Antonellis 📍 bologna, cosmoprof, Gianpiero Calzolari, Worldwide 🏷️ Benessere e Beltade 👁️ 3



Si è svolta al Teatro Gerolamo di Milano la conferenza stampa di **Cosmoprof Worldwide Bologna 2018** – alla presenza del Presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari, del Presidente di Cosmetica Italia, Fabio Rossello, di Enrico Zannini, Direttore di Cosmoprof Worldwide Bologna, e di Michele Scannavini, Presidente di ICE ( Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) sono state presentate le novità della prossima edizione -.

Cosmoprof Worldwide Bologna continua a crescere: sono 2776 gli espositori presenti per questa edizione, il 3% in più rispetto al 2017, provenienti da 70 paesi; 27 le Collettive Nazionali presenti da 24 paesi.

Complessivamente la manifestazione cresce del 7,5%.

Crescono tutti i settori della manifestazione: Cosmopack registra un +6%, con 464 espositori da 31 paesi; crescono complessivamente del 5% le aree di , Notevole lo sviluppo del settore Green: sono ben 130 le aziende presenti. In crescita anche le aree dedicate ai canali distributivi professionali: l'area di Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon registra complessivamente una crescita dell'8%.

Rispondere alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali presenti in fiera con un evento fieristico "tailor-made": questo l'obiettivo dell'edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione di riferimento per il mondo della cosmesi organizzata da BolognaFiere.

## RUBRICHE

- ◊ Ambiente
- ◊ Appuntamenti
- ◊ Architettura
- ◊ Arte
- ◊ Benessere e Beltade
- ◊ BIT 2012/ 13
- ◊ BIT 2014/2015/2016/17/18
- ◊ Cinema
- ◊ Costume e società
- ◊ Cultura
- ◊ Design
- ◊ Enogastronomia
- ◊ EXPO 2015
- ◊ I SALONI  
2012/2013/2014/2015/2016/17
- ◊ Il mondo dei bambini dalla A alla Z
- ◊ LA BIENNALE 2012/2014/16/17
- ◊ La Cantina
- ◊ La Cucina
- ◊ Libri
- ◊ MADE EXPO  
2012/13/2014/2015/16/17
- ◊ Medicina
- ◊ MIART  
2012/2013/2014/15/16/17
- ◊ Musica
- ◊ Prossimi eventi
- ◊ Spettacoli
- ◊ Teatro
- ◊ Turismo

Forte dei suoi 50 anni di storia, il format della manifestazione si evolve: per ottimizzare i percorsi di visita, Cosmoprof Worldwide Bologna 2018 prevede una diversificazione delle giornate di apertura dei singoli comparti.

Da giovedì 15 a domenica 18 Marzo spazio ai professionisti del settore retail, profumeria e cosmesi, green e naturale e ai padiglioni nazionali di COSMO|PERFUMERY & COSMETICS, in concomitanza con Cosmopack; le aree di interesse per il canale professionale di COSMO|HAIR & NAIL & BEAUTY SALON – hair, nail ed estetica & spa – con i padiglioni nazionali di Cina e Taiwan mantengono la consueta apertura da venerdì 16 a lunedì 19 Marzo.

“La 51° edizione di Cosmoprof si apre guardando al futuro – dichiara Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere – non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il nostro Quartiere fieristico in maniera profonda e che consentirà a Cosmoprof e alle altre manifestazioni che ospitiamo di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140.000 mq ma, anche, perché Cosmoprof si presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia per coprire la regione asiatica in modo capillare. Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa, è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Un mercato globale che BolognaFiere affronta con il suo know-how specialistico, mantenendo un posizionamento qualitativamente alto e rimanendo punto di riferimento per gli operatori professionali di questo importante settore”.

“Cosmetica Italia, l’Associazione di categoria del sistema cosmetico nazionale, si prepara, al fianco dello storico partner BolognaFiere, a rendere ancora più attraente e ricca di contenuti e opportunità l’edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna. In un momento di rare alleanze tra eccellenze italiane – afferma Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia – questa collaborazione consente di rappresentare al meglio un settore fiorente per l’economia italiana e mondiale. La solidità delle nostre imprese è testimoniata dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi di euro. A determinare la performance positiva ha contribuito in parte il mercato interno, che ha registrato una crescita di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L’apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all’estero, che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita del 9% rispetto all’anno precedente. La kermesse bolognese permetterà di confermare, ancora una volta, la competitività del sistema italiano della cosmetica”.

La customizzazione della manifestazione, favorita da una riorganizzazione degli spazi espositivi e dalle attività di restyling in atto presso il quartiere fieristico di Bologna, permette di strutturare le aree con iniziative ad hoc per i diversi settori, favorendo il networking e lo sviluppo di nuovi progetti di business. La novità è stata accolta con favore da espositori e visitatori, come dimostrano i primi dati relativi all’evento.

Sono 2776 gli espositori presenti per questa edizione, il 3% in più rispetto al 2017, provenienti da 70 paesi; complessivamente la manifestazione cresce del 7,5%, a conferma del ruolo di Cosmoprof di evento leader di un network globale che porta nel mondo l’eccellenza del settore, grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di ICE – Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane, e alla ormai storica collaborazione con Cosmetica Italia. In crescita tutti i settori della manifestazione. Cosmopack registra un +6%, con 464 espositori da 31 paesi; crescono complessivamente del 5% le aree di Cosmo|Perfumery & Cosmetics. Notevole lo sviluppo del settore Green: sono ben 130 le aziende presenti. In crescita anche le aree dedicate ai canali distributivi professionali: l’area di Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon registra complessivamente una crescita dell’8%.

Sono 27 le Collettive Nazionali presenti da 24 paesi. Dal 15 al 18 Marzo esporranno i padiglioni nazionali di Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, California, Corea, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Gran Bretagna, Indonesia, Israele, Italia, Lettonia, Olanda, Polonia, Spagna, Stati Uniti, Turchia, Ungheria e, per la prima volta, la collettiva in rappresentanza della Svezia.

Dal 16 al 19 Marzo, saranno visitabili i padiglioni di Cina e Taiwan.

Grandi aspettative anche in termini di visitazione. Le vendite online registrano un aumento del 25% rispetto al 2017, con una crescita delle vendite internazionali del 34%.

Cosmoprof Worldwide Bologna è il palcoscenico ideale per incrementare il proprio business: è questa la caratteristica che nel corso degli anni ha decretato il successo della manifestazione. Strumento consolidato per tutti gli appuntamenti del network Cosmoprof, l'International Buyer Program facilita l'incontro tra domanda e offerta, massimizzando le opportunità di business degli espositori e dei buyer presenti. Grazie ad un innovativo programma di match making, aziende cosmetiche da un lato e buyer e distributori dall'altro possono individuare in anticipo gli interlocutori più adatti alle loro necessità di sviluppo, e possono così organizzare la loro presenza in fiera in modo più efficace, aumentando le possibilità di instaurare nuovi e proficui progetti. Top buyer, distributori e le più importanti catene retail internazionali, selezionati nell'ambito del programma, saranno ospitati all'interno del padiglione 19, presso l'International Buyers Lounge, con iniziative di networking che alimenteranno le possibilità di incontri B2B.

All'interno della lounge, nella RelaxZone, una selezione di espositori potrà offrire a compratori, distributori, retailer e alla stampa presente un trattamento cosmetico: un'occasione per far conoscere il proprio prodotto con un test personalizzato, nel modo più informale e al tempo stesso più efficace.

Cosmoprof Worldwide Bologna è anche la piattaforma ideale per approfondimenti sulle tematiche di maggior impatto per l'industria cosmetica, con argomenti e format specifici per ciascun settore, dal mondo della filiera produttiva al prodotto finito.

Ad ospitare gli approfondimenti dell'edizione 2018, il cuore del quartiere fieristico, il Centro Servizi. Temi di interesse per l'industria cosmetica a 360°, quali le ultime tendenze, strategie di comunicazione vincenti, digital e nuovi sviluppi per l'universo beauty saranno gli argomenti oggetto delle presentazioni di CosmoTalks, in programma dal 15 al 17 Marzo, a cura delle più prestigiose agenzie di trend, delle riviste di settore più qualificate e di retailer di caratura internazionale.

Analisi di mercato, peculiarità e specificità dei singoli comparti saranno il tema dei CosmoForum, venerdì 16 e sabato 17 Marzo.

A chiudere il programma degli educational, le dimostrazioni live di Cosmoprof OnStage, dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica 18 e lunedì 19 Marzo.

#### COSMOPROF AWARDS

Cosmoprof Worldwide Bologna è l'osservatorio più importante al mondo per le tendenze e le novità beauty. A premiare i prodotti più innovativi, Cosmoprof Awards, l'iniziativa che coinvolge aziende di tutti i settori presenti in manifestazione.

Cosmopack Awards, evoluzione del premio assegnato negli scorsi anni "The Cosmopack Wall", mira a valorizzare ulteriormente i progetti e i prodotti più innovativi per la filiera cosmetica del futuro, premiando l'eccellenza produttiva presente a Cosmopack. Entrambe le iniziative sono organizzate in partnership con l'agenzia di trend internazionale Beautystreams.

#### Accademia del Profumo

Grazie alla collaborazione tra Cosmoprof e Accademia del Profumo, l'iniziativa di Cosmetica Italia dedicata al mondo delle fragranze, il Centro Servizi di BolognaFiere ospiterà le eccellenze della profumeria di lusso.

In esposizione i profumi finalisti del , per la categoria miglior profumo dell'anno, femminile e maschile: a raccontare le fragranze delle prestigiose case cosmetiche Angelini Beauty, Bulgari Italia, Chanel, Collistar, Coty Italia, L'Oréal Italia Luxe, LVMH Italia, Puig Italia, Salvatore Ferragamo Parfums e Shiseido Group Italy, con video che coinvolgeranno i visitatori in un'esperienza unica ed emozionante.

#### Boutique

L'iniziativa di beneficenza di Cosmoprof Worldwide Bologna vedrà la partecipazione di 19 aziende espositrici, che metteranno a disposizione i loro prodotti ad un prezzo simbolico: Baldan Group (Italia), Bandi Cosmetics (Polonia), Dax (Polonia), Embelleze (Portogallo), Equilibra Srl (Italia), Eva Garden (Italia), Gellé Frères (Francia), Helan (Italia), Hemp Care (Italia), Orly by Ladybird House Srl (Italia), Madara Cosmetics (Lettonia), Mareleva Srl (Italia), Nashi Argan (Italia), Onlybio (Polonia), Parisienne Italia Spa (Italia), Phitofarma Srl (Italia), QS Professional (Grecia), Sukin Organics (Australia), Wonderstripes (Germania).



Il ricavato sarà devoluto all'Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori (IRST).

#### Press Village

Un'area dedicata alle più importanti testate trade internazionali, a disposizione sia delle aziende espositrici alla ricerca di visibilità per il proprio prodotto, sia degli operatori professionali interessati alle novità del settore beauty: questo è il **Press Village** di Cosmoprof Worldwide Bologna. Perché comunicazione e business sono realtà imprescindibili una dall'altra.

Per maggiori informazioni: [www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

## Presentazione di **Dermophysiologique** OSSIGENO | Elements of life 2 al Wooding Bar.

### BACHECA



### CALENDARIO

MARZO: 2018

L	M	M	G	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	
« Feb						

### TEATRI CONCERTI MUSICALS

- ◊ Teatro alla Scala
- ◊ Teatro Arcimboldi

## BEAUTY » LE TENDENZE

# Soare svela i segreti per sopracciglia perfette

La guru dell'estetica al Cosmoprof di Bologna per ispirarsi: «Ecco gli errori più frequenti e come fare con matita e pennello

di **Agnese Ferrara**

BOLOGNA

Ad ali di gabbiano, pettinate, sottilissime, folte o marcate? Per uno sguardo magnetico e sempre giovane le sopracciglia devono essere curate a regola d'arte ma sia donne che uomini sbagliano e con pinzette, mascara e matite colorate fanno pasticci.

Lo precisa Anastasia Soare, visagista e guru della cura delle sopracciglia riconosciuta in tutto il mondo (il suo brand Anastasia Beverly Hills è fra le linee più vaste al mondo di prodotti per sopracciglia). L'esperta, che conta 16 milioni di followers su Instagram sparsi in ogni angolo del globo, è arrivata alla fiera di Bologna in occasione della 51ª edizione di Cosmoprof, la kermesse internazionale dedicata al mon-

do del beauty in corso i questi giorni. L'esperta però qui non espone nulla (lancerà per la prima volta in Italia la sua linea il prossimo giugno). Partecipa invece alla fiera per trovare ispirazione su trend e innovazione. All'Ansa svela i segreti per occhi perfetti e fa l'elenco dei più comuni errori che si fanno per disegnare e truccare le sopracciglia. «Dal 1995 non perdo una edizione di questa fiera perché in Italia ci sono i migliori produttori di prodotti per il trucco e nuove idee», spiega Anastasia mentre disegna su un foglio un occhio e calcola rapporti e misure da seguire per dare la forma giusta all'arcata sopraccigliare. «Gli errori più comuni che fanno le donne?», precisa la guru, «riducono troppo le sopracciglia lasciando una linea molto sottile che, soprattutto invecchiando,

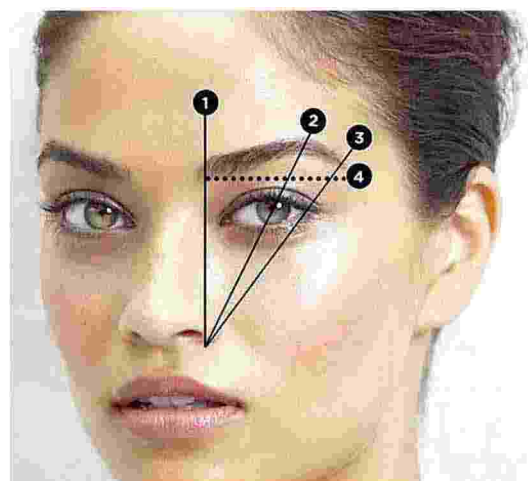
evidenzia il calo della palpebra superiore. Disegnandole con la matita, mascara o tinte scelgono inoltre dei colori troppo scuri, pesanti e uniformi. Eliminano troppo la parte inferiore della peluria lasciando troppo visibile le ossa dell'arcata e sbagliano le misure». Come si può migliorare? «Basta attenersi ai rapporti geometrici per non accorciarle troppo. Provate a usare una penna per tracciare i raggi. Appoggiandola sul naso usatela per definire le misure. Il lato interno dell'arcata deve corrispondere al raggio segnato a partire dal centro della narice dello stesso lato, mantenendo la penna verticalmente. Il lato esterno della peluria deve finire in corrispondenza del raggio tracciato con la penna a partire dalla fine della narice dello stesso lato. La parte più alta dell'arcata invece corri-

sponde al raggio tracciato a partire esattamente dal centro del naso».

Sottili, folte, chiare o spettinate. Quale è la tendenza del momento? «Pettinate verso l'alto, naturali. Per ottenere questo effetto dovete ottenere un colore leggero per la parte della peluria più al centro, una nuance media per la zona centrale e più scura per la coda del sopracciglio. Aiutatevi con le tinte in pasta da applicare con i pennellini adatti e disegnate piccole linee che andrete ad infoltire».

Il trend delle sopracciglia perfette contagia donne e uomini di tutto il mondo. In primis i Paesi arabi, segue l'India, l'Armenia, Dubai, Kuwait. E poi Usa ed Europa. «Le italiane non erano così appassionate, lo sono diventate con il boom dei social, millennials in testa» conclude Soare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Proporzioni per sopracciglia perfette, in alto Anastasia Soare al Cosmoprof



Esempi di sopracciglia truccate

» Sottili, folte, chiare o spettinate. Quale è la tendenza attuale? «Pettinate verso l'alto, naturali. Per ottenere questo effetto dovete ottenere un colore leggero»



**I NUMERI**

**Nel 2019 fatturato di 180 milioni**

**PROSPETTIVE** di espansione in vista per Cosmoprof Worldwide che, oltre alla storica tappa bolognese, in corso fino a oggi, è approdato in Asia, Nord America e ora anche in India. «Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Usa e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in nuovo Paese europeo che rimarrà, per ora, top secret – spiega Gianpiero Calzolari (foto), presidente di BolognaFiere e Cosmoprof –. L'attenzione adesso è rivolta all'Africa, Paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona». La fiera della bellezza coinvolge in totale 370mila professionisti e 7mila aziende ed è uno dei format più esportati. «A settembre si svolgerà la prima edizione indiana, un mercato – continua – con un incremento dei consumi del 60% in cinque anni e un valore complessivo che, nel 2025, varrà 20 miliardi di dollari». «Ho trovato una fiera reattiva e in crescita – conclude Calzolari –; abbiamo ora l'obiettivo di passare dagli attuali 130 milioni di fatturato ai 180 nel 2019».



**z. p.**





Vieni con noi al Cosmoprof 2018!

**HOSTELCO**  
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW



**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA  
**MARZO 2018**  
**15-18**  
COSMOPACK  
COSMO PERFUMERY & COSMETICS

BolognaFiere - Vieni con noi al Cosmoprof 2018!

f Share on Facebook

Share on Twitter

g+ Share on Google+

Ai tuoi amici

Connettiti con facebook

📍 BolognaFiere

📅 lunedì 19.3.2018

🕒 Di 5:00

📍 Italy, Bologna, Viale della Fiera 20, 40128

[Mostra sulla mappa](#)

👤 8 Partecipante

📄 Partenza da Ascoli Piceno ore 5:00  
Partenza da Bologna Fiera ore 16:30  
Per prenotazioni: tel. 391.4119354

Evento su facebook

Organizzatore

Aggiungi evento

Rimuovere o aggiornare evento

Cosmoprof Worldwide Bologna è uno dei capi cardini dell'industria cosmetica mondiale poichè raduna in maniera trasversale i maggiori esponenti del panorama beauty internazionale, includendo produttori di grande calibro passando per realtà giovani in crescita e brand di nicchia.

La fiera dell'estetica presenta infatti il meglio in fatto di make up e skincare, ma anche capelli, profumi, attrezzature professionali, spa e unghie, senza dimenticare il mondo green e bio, una realtà in forte espansione. E' organizzata in collaborazione con Cosmetica Italia e con il supporto del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'Istituto per il Commercio Estero. Non c'è solo Cosmoprof Italia ma la presenza internazionale continua a crescere. Infatti con il 2018, oltre agli spin off di Cosmoprof Asia a Hong Kong e di Cosmoprof North America a Las Vegas, arriva Cosmoprof India a Mumbai e la presenza in Colombia a Belleza y Salud.

Commenti: 0

Ordina per Novità ↕



Aggiungi un commento...

f Plug-in Commenti di Facebook



CERCA NOTIZIE

Griglia Timeline Grafo

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni

Cronaca Economia Mondo Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia Informazione locale Stampa estera

## Cosmoprof, da Bologna a mondo

Ansa 1 Crea Alert 18 minuti fa

**Economia** - Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e ...

[Leggi la notizia](#)

Persono: [presidente gianpiero calzolari](#)

Luoghi: [bologna asia](#)

Tags: [manifestazione edizione](#)



CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU



Mi piace Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

[Termini e condizioni d'uso](#) - [Contattaci](#)



### Conosci Libero Mail?

Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?

[Scopri di più](#)

### CITTA'

- |         |           |            |
|---------|-----------|------------|
| Milano  | Palermo   | Perugia    |
| Roma    | Firenze   | Cagliari   |
| Napoli  | Genova    | Trento     |
| Bologna | Catanzaro | Potenza    |
| Venezia | Ancona    | Campobasso |
| Torino  | Trieste   | Aosta      |
| Bari    | L'Aquila  |            |

[Altre città](#)

### FOTO



**Cosmoprof, da Bologna a mondo**

Ansa - 18 minuti fa

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7

Il nostro network

LIBERO PAGINE BIANCHE PAGINE GIALLE SUPEREVA TUTTOCITTÀ VIRGILO

[Italiaonline.it](#) [Fusione](#) [Note legali](#) [Privacy](#) [Cookie Policy](#) [Aiuto](#) [Segnala Abuso](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429

Questa Pagina utilizza Cookies propri e di terzi per offrirti la miglior esperienza possibile. Continuando la visualizzazione di questo sito prestate il Vostro consenso all'utilizzo di Cookies. [Ulteriori informazioni](#)

OK

Versione Digitale **Alto Adige** | f | d | **domenica, 18 marzo 2018**

# ALTO ADIGE

Comuni: Bolzano Merano Laives Bressanone Altre località ▾

Vai sul sito **TRENTINO**

Cronaca | Sport | Cultura e Spettacoli | Economia | Italia-Mondo | Foto | Video | Prima pagina

Sei in: [Italia-Mondo](#) » [Cosmoprof, da Bologna a mondo](#) »

## Cosmoprof, da Bologna a mondo

Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India

[Cosmoprof](#) | [Da](#) | [Bologna](#) | [A](#) | [Mondo](#)

18 marzo 2018 | A- | A+ | |



BOLOGNA

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

[Cosmoprof](#) | [Da](#) | [Bologna](#) | [A](#) | [Mondo](#)

18 marzo 2018 | A- | A+ | |

GUARDA ANCHE



«La Val Gardena? Troppo kitsch di difficile integrazione» - Cultura e Spettacoli - Alto Adige



A22, progetto pilota per ridurre le emissioni - Bolzano - Alto Adige



Vaccini, 4 bimbi respinti in scuola - Italia-Mondo - Alto Adige

DAL WEB



A 45 anni ho cambiato vita grazie a un annuncio online: la storia di Rossana  
[forexexclusiv.com](#)



Scopri i benefici di PURINA ONE in sole 3 settimane  
[PURINA ONE](#)



Configura il Nuovo Nissan QASHQAI. EXPECT MORE.  
[Nissan](#)

- I più letti
- Auto nel burrone, due morti
  - La tragica morte di Giorgio Reali, travolto da un treno
  - Sequestrati 9 mila litri di birra in val Pusteria
  - I gestori: pronti a chiudere l'Hotel Adria
  - Corvara dà l'addio al suo Andreas

Top Video

### Catalogna: unionisti tornano in piazza, 'se



### Tropi raggi X dal dentista, aumenta risch



### L'Iraq dilaniato 15 anni dopo l'attacco Usa



Altri video »  
DAL WEB



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

EDIZIONI ANSA

Mediterraneo

Europa

NuovaEuropa

America Latina

Brasil

English

Mobile

Seguici su:



ANSA.it **Ultima Ora**



Fai la ricerca



Il mondo in Immagini



Vai alla Borsa



Vai al Meteo

Corporate Prodotti

[Cronaca](#) [Politica](#) [Economia](#) [Regioni +](#) [Mondo](#) [Cultura](#) [Tecnologia](#) [Sport](#) [FOTO](#) [VIDEO](#) [Tutte le sezioni +](#)

**ULTIMA ORA** Ambiente • ANSA ViaggiArt • Eccellenze • Industry 4.0 • Legalità • Lifestyle • Mare • Motori • Salute • Scienza • Sisma • Terra&Gusto

ANSA.it • Ultima Ora • [Cosmoprof, da Bologna a mondo](#)

# Cosmoprof, da Bologna a mondo

Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India

Redazione ANSA

BOLOGNA

18 marzo 2018

18:13

NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Google+

Altri

Stampa

Stampa

Scrivi alla redazione

Archiviato in

Bellezza

Cosmetici, Prodotti per l'igiene

Gianpiero Calzolari

ANSA



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE +

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



Condividi



Suggerisci

Annunci PPN



**Nuova Nissan MICRA**  
Hi-Tech City Car.

Configurala



**PURINA ONE**  
Prova PURINA ONE per 3 settimane e guarda i benefici

Scopri di più



**Caduta dei capelli?**

Così possono ricrescere folti e fluenti...

1 metodo semplice >>>



**GLC 220 4MATIC SPORT.**  
Da € 350 al mese solo con Mercedes-Benz Financial.

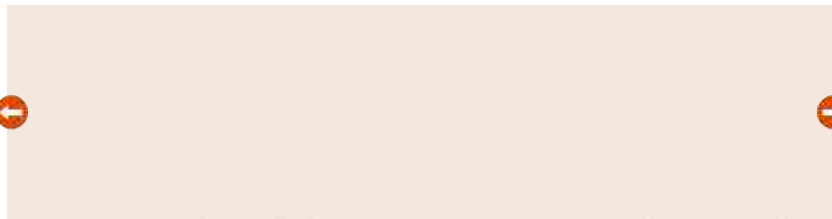
Scopri l'offerta

+ LETTI **Ultima Settimana** ▾

- 162415 volte  
**Russia: aereo perde 172 lingotti in volo**
- 71981 volte  
**Crolla ponte pedonale a Miami, schiacciate alcune auto: sei morti**
- 48619 volte  
**Spagna: bimbo scomparso trovato morto nell'auto della compagna del padre**
- 42276 volte  
**Spia russa, May: 'Russia**

> Tutte le news

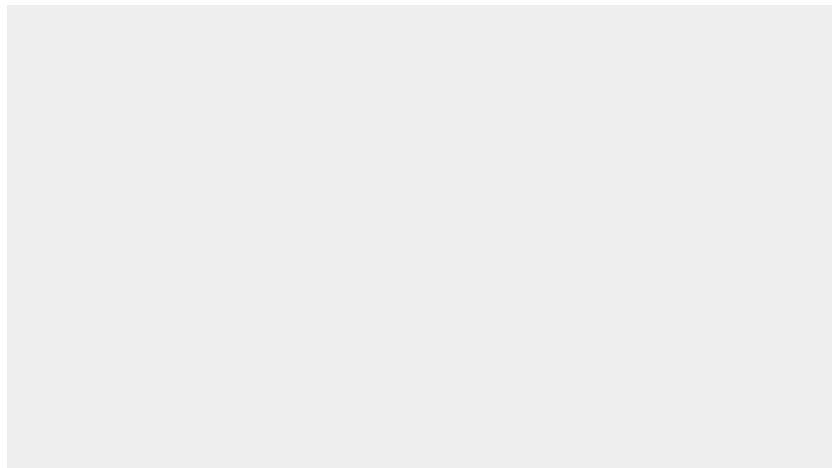
## OGGI IN CULTURA



18.03.2018

Tags: BOLOGNA , Cosmoprof, da Bologna a mondo

## Cosmoprof, da Bologna a mondo



Aumenta

Diminuisci

Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

YWA-MA

PUOI LEGGERE ANCHE

## IL METEO

### Brescia

**OGGI**

• M 9°

• m 6°

**DOMANI**

• M 6°

• m 3°

**DOPODOMANI**

• M 8°

• m 3°



## SONDAGGIO

### Dopo gli attentati dei terroristi islamici a Parigi, quali misure andrebbero adottate dall'Italia?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Chiusura delle frontiere   | <input type="checkbox"/> Controlli a tappeto in tutte le moschee e nei luoghi di ritrovo dei musulmani                  |
| <input type="checkbox"/> Espulsione di tutti gli stranieri clandestini  | <input type="checkbox"/> Una grande manifestazione comune cristiani-musulmani   |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di un dialogo più intenso con i musulmani integrati che condannano il terrorismo | <input type="checkbox"/> Maggiore salvaguardia delle tradizioni cristiane, anche a costo di penalizzare i non cristiani |

OK

ALTRI SONDAGGI



cerca nel sito

NAZIONALE VENEZIA-MESTRE TREVISO PADOVA BELLUNO ROVIGO VICENZA-BASSANO VERONA PORDENONE UDINE TRIESTE NORD EST

Italia Economia Sport Esteri Tecnologia Cultura e Spettacoli Gossip Le altre Animali **Blog** Viaggi Salute Motori Tempo Libero



BLOG

Modi e Moda di Luciana Boccardi

# Con Cosmoprof la "bellezza" 2018 punta sull' "effetto viola"

Effetto viola: è questo uno dei mantra che ci accompagneranno nel 2018 e fino alla primavera del 2019 nel mondo della bellezza così come ce la propongono i creativi della cosmesi, i truccatori, gli stilisti del capello, i maghi della guerra contro il tempo da combattere con tutte le armi a disposizione della bellezza, che nelle cinque giornate di Cosmoprof a Bologna (15-19 marzo) hanno offerto di tutto e di più con provenienze da tutti i paesi del mondo. Il viola inteso come colore terapeutico, rilassante ma energizzante sotto il profilo intellettuale, colore della poesia "di cui abbiamo sempre più bisogno" - afferma uno stilista del trucco mostrando nello stand come si spalma l'ombretto sulle palpebre della modella, o come si applicano le ciglia finte che sembrano tornate in pista dopo una pausa che le ha viste nelle retrovie del trucco. "Per tutto il 2018 - dice il beauty-stylist - si raccomanda di sottolineare l'effetto viola".

Con la cinquantesima edizione della più grande fiera del mondo per la cosmesi, il profumo, la bellezza, si impone soprattutto una ricerca di effetto luce, affidata a smalti per le unghie che improvvisamente (quando vien la sera), con il calare della luce si accendono di riflessi luminescenti. Lo stesso avviene per i capelli che possono arricchirsi con extensions monocolori o con nuances contrastanti, trattati con una lacca metallizzata spray che li fa brillare. E luce brillii anche per il corpo con creme studiate per ammorbidire concedendo qualche intermittenza luminosa sulla pelle trattata.

Cosmoprof si sta estendendo nel mondo e dopo il successo raccolto con le trasferte in Asia e nel Nord America punta su una presenza in India dove il mercato della bellezza sta crescendo a vista d'occhio. Cresce anche la produzione indiana che abbiamo conosciuto anche nell'edizione appena conclusa a BolognaFiere.

Undici miliardi di fatturato per il settore fanno presagire a Fabio Rossello che siamo in una fase non solo di ripresa inconfutabile ma di aumenti di partecipazione e di richieste senza confini. Importanti a Cosmoprof anche le novità in fatto di tecnica a disposizione della bellezza: strumenti sempre più raffinati vengono offerti in un ventaglio di proposte innovative indirizzate principalmente alle Spa.

Interessante nel quadro di Cosmoprof anche l'area dedicata a Cosmopack (con circa cinquecento espositori) in cui vengono

POST

**Cosmoprof Worldwide: bellezza e cosmesi a Bolognafiere dal 16 marzo**

pubblicato ilGiovedì 15 Marzo 2018, 01:54

**Giuliana Cella: abiti e tessuti come quadri da esposizione**

pubblicato ilMartedì 13 Marzo 2018, 02:58

**Sposarsi a Venezia...con noi: 16 - 17 - 18 marzo**

pubblicato ilDomenica 11 Marzo 2018, 18:18

**Parigi: Chanel chiude la fashion week: "vieni.. c'è una moda nel bosco..."**

pubblicato ilVenerdì 9 Marzo 2018, 09:48

**Al caffè Florian di Venezia un cocktail speciale: "Lady drink"**

pubblicato ilMercoledì 7 Marzo 2018, 12:42

**Essere o non essere...sognare... sognare è il verbo di Valentino**

pubblicato ilMartedì 6 Marzo 2018, 00:46

**Tre capitoli di fascino per la sfida con l'eleganza di Raffaella Curiel**

pubblicato ilLunedì 5 Marzo 2018, 00:10

SEGUI IL GAZZETTINO



SEGUICI SU FACEBOOK



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



OGGI SUL GAZZETTINO

A Cortina da lunedì il festival dei Corti

Sindone Ecco Gesù fatto in 3D

IL CONCERTO Prima all'Arena di Verona, mercoledì 19 settembre. Poi alla

Dall'Albania con il cuore a Venezia

IL VIDEO PIÙ VISTO

Isola, il pesante gesto di Filippo Nardi a Eva Henger: cosa è successo in diretta



presentati i contenitori di ogni tipo studiati per il settore in generale.

A cura dell'Accademia del Profumo una vetrina espositiva - dedicata ai profumi finalisti in gara per il 2018 Award - ha offerto un ingresso ideale per i convegni di settore organizzati da Cosmoprof, con Accademia del Profumo, Pambianco Strategia di Impresa e How to spend it. "Evoluzione della Profumeria" - tema del convegno - ha trattato gli sviluppi non solo della produzione ma anche dei mercati e soprattutto della distribuzione che deve tener conto di una globalizzazione che sembra uniformare esigenze e consumi ma che in realtà deve ancora fare i conti con rendite culturali da interpretare.

Con il convegno dedicato alla profumeria 4.0 il mondo del lusso olfattivo si è rivelato un'area aperta a ricerche e studi per la costante necessità di innovazione.

Domenica 18 Marzo 2018, 01:52



## COMMENTA LA NOTIZIA



Scrivi qui il tuo commento

ULTIMI INSERITI

0 di 0 commenti presenti

PIÙ VOTATI

Andreas Kronthaler: lettera d'amore per l'ultraottantenne amata Vivienne

pubblicato ilDomenica 4 Marzo 2018, 00:45

SEGUICI SU FACEBOOK



Il Gazzettino

Mi piace questa Pagina

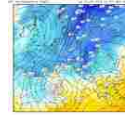
SEGUICI SU TWITTER

LA NUOVA STAGIONE DELL'INFORMAZIONE



3 mesi a soli 15,99€

## CALEIDOSCOPIO



### PREVISIONI

Buran bis. Torna il freddo a Nordest: temperature giù di 12 gradi. Mercoledì e giovedì i giorni peggiori



### IL PERSONAGGIO

Stampante 3D per lo spazio: tra gli inventori un veneziano laureato a Padova



### ASAN MICHELE

Imprenditore paga 350mila euro per una tomba di 18 metri quadrati /Foto

### AMBIZIOSA



Volvo XC40 eleganza e tecnologia. Il terzo Suv della casa svedese ha dimensioni compatte, tanta qualità e sicurezza al

top

### COME A CASA



Il Ristorante delle Nonne: a New York un locale di chef in gonnella over 50 diventato cult

### LA DENUNCIA



Dieta vegana, allarme neonati: rischio neurologico triplicato

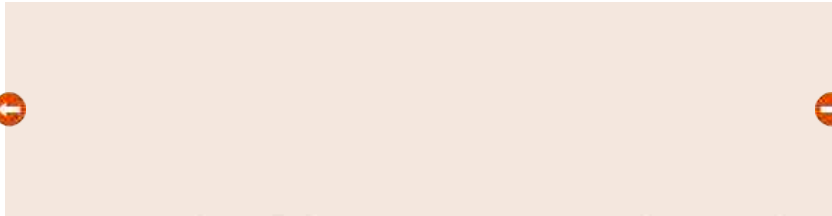
CALTAGIRONE EDITORE | IL MESSAGGERO | IL MATTINO | CORRIERE ADRIATICO | QUOTIDIANO DI PUGLIA | L'ESPRESSO | PUBBLICITÀ

Questo sito utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione ed inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. ×

Se vuoi saperne di più clicca qui.

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

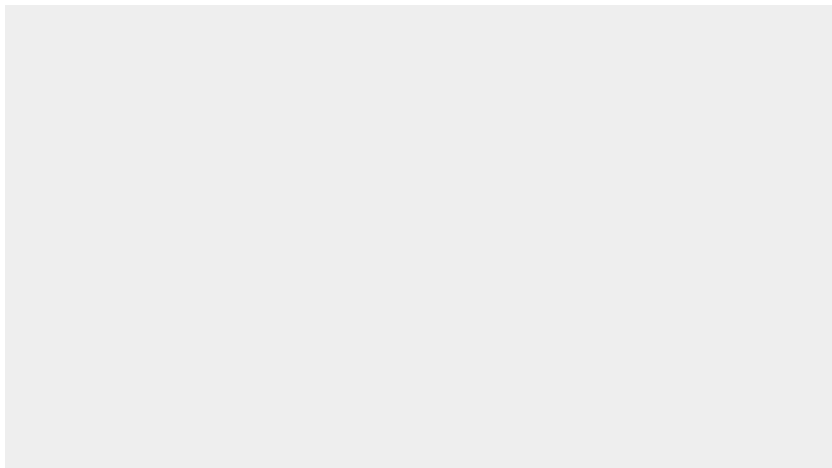
OGGI IN CULTURA






18.03.2018

Tags: [BOLOGNA](#), [Cosmoprof](#), [da Bologna a mondo](#)

## Cosmoprof, da Bologna a mondo



-  Aumenta
-  Diminuisce
-  Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

YWA-MA

PUOI LEGGERE ANCHE

SCRIVICI



PARTECIPA ANCHE TU  
 manda le tue segnalazioni a  
[cultura@ilgiornaledivicenza.it](mailto:cultura@ilgiornaledivicenza.it)

IL METEO

Vicenza

OGGI	DOMANI	DOPODOMANI
• M 9° • m 6°	• M 4° • m 1°	• M 8° • m 2°
		

BLOG



IL CORSIVO  
**La sensazione di avere perso**

di di MARINO SMIDERLE  
 18.03.2018



EDITORIALE  
**Candidato ad un passo indietro**

di di LUCA ANCETTI  
 18.03.2018



IL CORSIVO  
**Fasciste su Marte**

di di GIANCARLO MARINELLI  
 17.03.2018

TUTTI I BLOG

- + [Musica alla spa algoritmi meglio di yoga](#)
- + [Cosmesi sforna 5.000 brevetti l'anno](#)
- + [Cosmoprof, ecco i 10 prodotti innovativi](#)
- + [Se Pellegrino Artusi diventa detective](#)
- + [Sopracciglia, i segreti da guru Usa](#)

**COMMENTA**

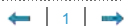
PARTECIPA. INVIACI I TUOI COMMENTI

Per scrivere un commento occorre registrarsi...

**Attenzione:** L'intervento non verrà pubblicato fino a quando il moderatore non lo avrà letto ed approvato. I commenti ritenuti inadatti o offensivi non saranno pubblicati.  
**Informativa privacy:** L'invio di un commento richiede l'utilizzo di un "cookie di dominio" secondo quanto indicato nella [Privacy Policy](#) del sito; l'invio del commento costituisce pertanto consenso informato allo scarico del cookie sul terminale utilizzato.

**INVIA**

PAGINE 1 DI 1



[Contatti](#) [Privacy policy](#) [Pubblicità](#) [Mappa del sito](#)

Società Althea S.p.A. - Corso Dada Nuova, 67 - I-37132 Verona (VR) - P.E.A. VD 44953 - Cap. soc. i.v. 1.769.000 Euro - P.IVA e C.F. 00242060220 - Copyright © 2018 - Tutti i diritti riservati

Questo sito web utilizza i cookie anche di profilazione al fine di migliorarne la fruibilità. Continuando ad usufruire di questo sito, l'utente acconsente ed accetta l'uso dei cookie. [Informazioni](#) [Acconsento](#)





METEO

ANNUNCI

REGISTRATI | ACCEDI oppure collegati con



## LA STAMPA



LEGGI | ABBONATI | REGALA

## IL SECOLO XIX

Cerca...

HOME	GENOVA	LEVANTE	SAVONA	IMPERIA	LA SPEZIA	BASSO PIEMONTE	ITALIA	MONDO	SPORT	
Economia	Cultura&Spettacoli	Tech	Gossip	Salute	Passioni	Motori	Foto	Video	TheMediTelegraph	animal house

## 17:48 - MOTOGP: IN QATAR VITTORIA A DOVIZIOSO, TERZO ROSSI

SPE | 18-03-2018 - 18:13

### Cosmoprof, da Bologna a mondo

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

#### LE ALTRE NEWS

18-03-2018 - 18:23

Via crisi beauty si torna dall'estetista

18-03-2018 - 18:18

Salvini, non impossibile governo con M5s

18-03-2018 - 18:13

Cosmoprof, da Bologna a mondo

18-03-2018 - 18:11

Fed: verso rialzo tassi interesse

18-03-2018 - 17:52

MotoGp: Qatar, vittoria di Dovizioso

18-03-2018 - 17:43

Piero Angela, felicità? Il primo libro

18-03-2018 - 17:27

Camere: telefonata Grasso-Di Maio

18-03-2018 - 17:16

Camere: telefonata Salvini-Di Maio

18-03-2018 - 17:10

Serie A: vincono Roma e Milan

18-03-2018 - 17:02

Malagò, interesse diffuso per Olimpiadi

18-03-2018 - 16:54

#### NEWSLETTER

Le @newsletter  
IL SECOLO XIX

REGISTRATI

#### ULTIM'ORA

18:23 Via crisi beauty si torna dall'estetista

18:18 Salvini, non impossibile governo con M5s

18:13 Cosmoprof, da Bologna a mondo

18:11 Fed: verso rialzo tassi interesse

17:52 MotoGp: Qatar, vittoria di Dovizioso

#### THE MEDITELEGRAPH

TRANSPORT/PORTS | Marzo 17, 2018

Board portuale, Bucci (Genova) indica Ferrando

MARKETS/FINANCE-AND-POLITICS | Marzo 17, 2018

Hitachi Rail si riorganizza e punta sui manager italiani / IL RETROSCENA

MARKETS/FINANCE-AND-POLITICS | Marzo 17, 2018

Dazi e criptomonete minacciano la ripresa economica mondiale

SHIPPING/SHIPOWNERS | Marzo 17, 2018

E' morto l'armatore genovese Alberto Cameli

TRANSPORT/PORTS | Marzo 17, 2018

È in uscita lo "Speciale Porti di Genova e Savona"

MARKETS/FINANCE-AND-POLITICS | Marzo 17, 2018

Questo sito utilizza cookie di profilazione, propri o di altri siti, per inviare messaggi pubblicitari mirati. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie clicca qui. Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner accetti all'uso dei cookie

Ok

ACCEDI METEO CERCA

FULLSCREEN DIGITAL EDITION ARCHIVIO STORICO CONTATTI

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO.it

DOMENICA 18 MARZO 2018 | 18:37

HOME BARI BAT BRINDISI FOGGIA LECCE TARANTO MATERA POTENZA SPORT **ITALIA E MONDO** MULTIMEDIA SONDAGGI E RUBRICHE BLOG SERVIZI

sei in » Italia e Mondo » Italia

BOLOGNA

# Cosmoprof, da Bologna a mondo, obiettivo 180 mln fatturato

## Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India

Ascolta

Seleziona lingua

18 Marzo 2018

Commenti

N. commenti 0

aa

Alloggio a Bagnoli Triste

☆☆☆☆☆

BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

Segui La Gazzetta del Mezzogiorno



Digital Edition



SFOGLIA EDIZIONE

ACQUISTA EDIZIONE



Meteo Basilicata  
 Meteo Puglia

Domenica 18 Lunedì 19 Martedì 20 >>

Aggiornato il: 18-03-2018 11:56



Annunci PPN

- Lavorare da casa**  
Non è più un sogno!  
[Consulta le offerte](#)
- Pasqua di mare, benessere**  
Lasciate coccolare da noi! All inclusive: 3gg E. 168,-/pers.  
[aragostahotel.com](http://aragostahotel.com)
- ŠKODA FABIA TWIN COLOR**  
Da 10.900€ anche con finanziamento TAN 0% - TAEG 2,80%  
[Configurala](#)

Lascia il tuo commento

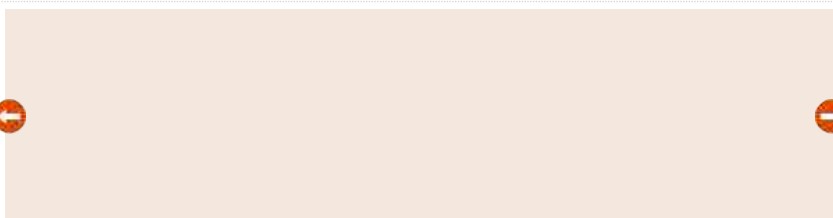
Testo

Caratteri rimanenti: 400

INVIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

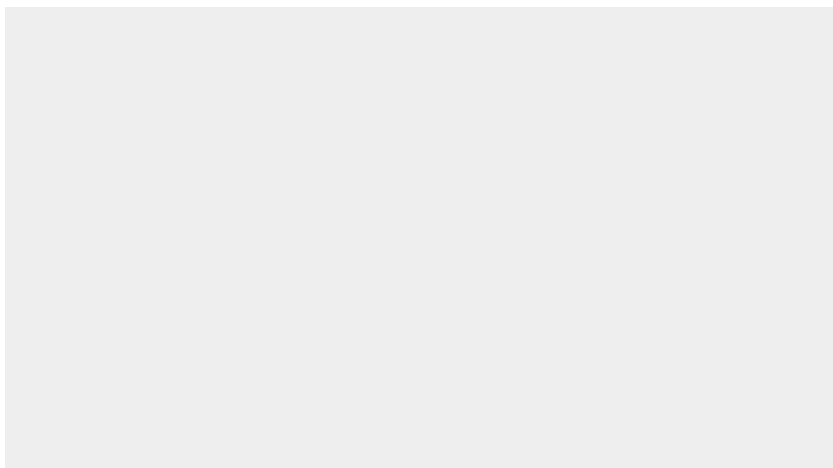
## OGGI IN CULTURA



18.03.2018

Tags: BOLOGNA , Cosmoprof, da Bologna a mondo

## Cosmoprof, da Bologna a mondo



- Aumenta
- Diminuisce
- Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

YWA-MA

PUOI LEGGERE ANCHE

### IL METEO

#### Verona

OGGI	DOMANI	DOPODOMANI
• M 10° • m 6°	• M 5° • m 2°	• M 9° • m 3°

### OISE



VAI ALLO SPECIALE





18 marzo 2018



## Cosmoprof, da Bologna a mondo

Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India



(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari



Questo sito usa cookie, anche di terze parti, al fine di rendere più rapido e migliorare il suo utilizzo. Se vuoi saperne di più o modificare le impostazioni del tuo browser relativamente ai cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o cliccando qualunque elemento sottostante acconsenti all'uso dei cookie.

# Notizie

 Search

[METEO](#) [RICETTE](#) [ASCOLTI TV](#) [JUVENTUS](#)

## Info. sull'autore

[Contatti l'Autore](#)

## Categorie

[18/03/18 06:21PM]

## Cosmoprof, da Bologna a mondo

[Vota questo post](#)

Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India

&gt;&gt;

## Trackback



URL di trackback: <http://news24.blogghy.com/trackback/1892017>

## Commenti

### Lasci un commento

Nome:

Email:

1 + 1 = ?

Si prega di scrivere sopra la somma di questi due numeri interi

Titolo:

Commenti:

[ilsussidiario.net](#)  
[tgcom24](#)  
[lettera43](#)  
[ilfattoquotidiano](#)  
[ilmessaggero](#)  
[nytimes](#)  
[washingtonpost](#)  
[ricette](#)  
[ilsole24ore](#)  
[repubblica.it](#)  
[lastampa.it](#)  
[tvblog](#)  
[panorama](#)  
[avvenire](#)  
[ilmattino.it](#)  
[Il Giornale](#)

## Ultime Note

[Nancy Pelosi Wants to Lead. House Democratic Candidates Aren't So Sure.](#)  
 [18/03/18 06:37PM]

[Reggio Emilia, lottatore di wrestling diventa consigliere comunale 5 Stelle: oggi l'ultimo match](#)  
 [18/03/18 06:35PM]

[Roma, asfalto su buche e sampietrini dell'Eur per la Formula E](#)  
 [18/03/18 06:35PM]

[China to Name New Central Bank Chief as It Seeks Continuity Amid Change](#)  
 [18/03/18 06:32PM]

[Via crisi beauty si torna dall'estetista](#)  
 [18/03/18 06:32PM]

[Maroni e il messaggio a Salvini: "Impossibile un governo Lega-M5S". La replica: "Nulla è impossibile"](#)  
 [18/03/18 06:30PM]

[Salvini, non impossibile governo con M5s](#)  
 [18/03/18 06:26PM]

[ULTIME NOTIZIE/ Di oggi ultim'ora, telefonata Salvini-Di Maio: "Far partire presto il Parlamento" \(18 marzo\)](#)  
 [18/03/18 06:26PM]

[Global Teacher Prize, vince una insegnante simbolo dell'integrazione. Quattro ragazzi italiani passano il turno al #Solveathon](#)  
 [18/03/18 06:24PM]

[Juventus, squadra in riserva dopo il tour de force: la sosta può fare solo bene](#)  
 [18/03/18 06:24PM]

[MotoGp, Qatar: Dovizioso da impazzire, vince in volata davanti a Marquez. Rossi è terzo](#)  
 [18/03/18 06:24PM]

[Cosmoprof, da Bologna a mondo](#)  
 [18/03/18 06:21PM]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# TRENTINO

Comuni: Trento Rovereto Riva Arco Altre località ▾

Vai sul sito

Cronaca | Sport | Cultura e Spettacoli | Economia | Italia-Mondo | Foto | Video | Prima pagina

Sei in: [Italia-Mondo](#) » [Cosmoprof, da Bologna a mondo](#) »

## Cosmoprof, da Bologna a mondo

Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India

[Cosmoprof](#) | [Da](#) | [Bologna](#) | [A](#) | [Mondo](#)

18 marzo 2018 | A- | A+ | | |

cca2d18761315a92ed7d1676c192568a.jpg

■ BOLOGNA

(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

[Cosmoprof](#) | [Da](#) | [Bologna](#) | [A](#) | [Mondo](#)

18 marzo 2018 | A- | A+ | | |

Home  
Cronaca  
Sport

Cultura e Spettacoli  
Economia

Italia-Mondo  
Foto

Video  
Prima pagina

SE.TA. Sp.A. - Via A. Volta n. 10 - 39100 Bolzano - P.I. 00274700228

Redazione | [Scriveteci](#) | [Rss/xml](#) | [Pubblicità](#) | [Privacy](#)

### I più let

- Auto nel burrone, due morti in Alto Adige
- La signora dei sacchetti bio: «Contadini, usate i
- Le gemelle Dellai sul palco dell'Erotik Festival
- Tratta di africane, coppia arrestata a Trento
- Segnana, onorevole per dieci giorni

### Top Vid

**Catalogna: unionisti tornano in**

[MONDO](#)

**Troppi raggi X dal dentista, au**

[ITALIA](#)

**L'Iraq dilaniato 15 anni dopo l'**

[MONDO](#)

[Altri video »](#)





**TUTTOSPORT.com**



# Cosmoprof, da Bologna a mondo

*Presidente Calzolari, format d'eccellenza ora in Africa e India*

domenica 18 marzo 2018

MA



(ANSA) - BOLOGNA, 18 MAR - Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in



## Potrebbero interessarti



**Vertonghen a Chiellini: «Noi ingenui? Loro non vincono la...»**  
 (CorrieredelloSport.it)



**Ecco chi è Titti Improta, la giornalista offesa da Sarri**

5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari

[Tutte le notizie di Breaking News](#)



## Approfondimenti



**BREAKING NEWS**

**Fed: verso rialzo tassi interesse**



**BREAKING NEWS**

**Fiorentina: Pioli, vittoria importante**



**BREAKING NEWS**

**Gattuso, senza la Var non avremmo vinto**



**BREAKING NEWS**

**MotoGp: Qatar, vittoria di Dovizioso**



**Sci: Cdm, Manuela Moelgg si ritira**



**Le baby star finite male (a volte malissimo)**

Io Donna



**Ecco i look più scandalosi delle star!**  
alfemminile.com

Powered by

[Torna in alto](#)

Nuova Editoriale Sportiva srl  
Copyright 2014 ©  
Tutti i diritti riservati.  
Partita IVA  
07125860010

[Contatti](#)

[Edizione Digitale](#)

[Listino Pubblicità](#)

[FAQ](#)

[Prima Pagina](#)

[La redazione](#)

[Privacy Sito](#)

[Store](#)

[Privacy Utenti Registrati](#)

[Nota Legale](#)

[RSS](#)

[Cond. Generali](#)

[CalcioWeb](#)

[Cookie policy](#)

[Live](#)

[Site map](#)

[SportFair](#)

[Abbonamenti](#)

[Pubblicità](#)

[Registrazione](#)



Anche tu segui i Fenomeni del pulito in tv?  
 Porta a casa la coppia del pulito Regina Blitz ed Emulsio.

SCOPRI DI PIU'



**Bologna**

SCOPRI ALTRE CITTÀ

Cerca in città

CERCA

ROMA MILANO NAPOLI PALERMO TORINO GENOVA IN ITALIA

METEO  
 OGGI  
**8.5°**

HOME AZIENDE **NOTIZIE** EVENTI SPORT CINEMA FARMACIE MAGAZINE METEO MAPPA

ULTIMA ORA CRONACA POLITICA ECONOMIA SPETTACOLO SPORT TECNOLOGIA RASSEGNA STAMPA

# Cosmoprof, da Bologna a mondo



Dopo l'Asia e il Nord America, è la volta dell'India e, in futuro, si attende una nuova manifestazione in un altro paese europeo (ancora top secret la città), oltre alla storica edizione di Bologna. Per raggiungere, entro il 2019, i 180 milioni di fatturato. La manifestazione Cosmoprof Worldwide è un 'format' sempre più esportato nel mondo. Anticipa all'ANSA i progetti della piattaforma che coinvolge in totale 370.000 professionisti e 7.000 aziende, il Presidente di BolognaFiere e Cosmoprof, Gianpiero Calzolari: "Stiamo consolidando la presenza in Asia e negli Stati Uniti e stiamo lavorando per una nuova manifestazione in un altro paese europeo. L'attenzione ora è rivolta all'Africa, paese in cui sta crescendo l'attenzione alla cura della persona". E per la prima volta a settembre si svolgerà l'edizione indiana della fiera, a Mumbai. L'India è mercato in evoluzione con un incremento dei consumi di prodotti di bellezza del 60% in 5 anni e un valore che nel 2025 varrà 20 mld di dollari.

## Notizie più lette

- 12 Ore di Sebring: vittoria Lamborghini**  
ANSA | 18-03-2018 18:30
- Cosmoprof, da Bologna a mondo**  
ANSA | 18-03-2018 18:16
- Match Comune-tassisti sulle licenze Merola: «Non sono più sufficienti»**  
Il Corriere di Bologna | 18-03-2018 18:00
- Pizzarotti, via al partito dei sindaci Nasce a Bologna Italia in Comune**  
Il Corriere di Bologna | 18-03-2018 18:00
- Fortitudo, McCamey non basta Treviso sbanca il PalaDozza in volata**  
Il Corriere di Bologna | 18-03-2018 18:00

## Temi caldi del momento

- comune di bologna
- contributi scrivi
- discussione caratteri rimanenti
- regione emilia romagna
- redazione online
- traffico bloccato
- università di bologna
- raccordo di casalecchio



Anche tu segui i Fenomeni del pulito in tv? Porta a casa la coppia del pulito Regina Blitz ed Emulsio.

SCOPRI DI PIU'



E se ami la qualità Regina, abbonati!  
 Hai subito 25% di sconto e gratis!



# Al Cosmoprof il beauty si fa sostenibile

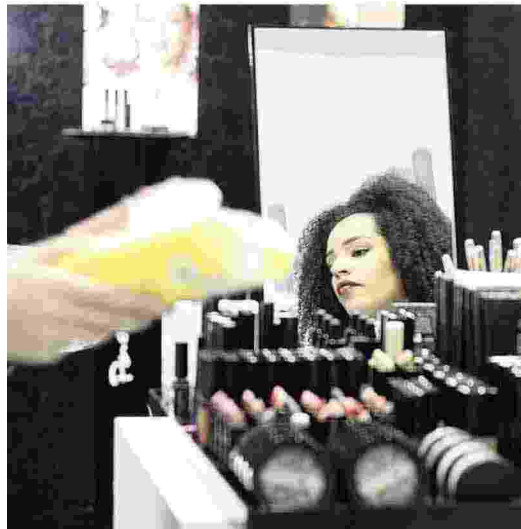
Via alla fiera bolognese più importante che quest'anno segna un + 7,5% con quasi 3.000 espositori. Fra le novità un'intera area dedicata al green, con cosmetici e prodotti bio, fitoterapici e omeopatici

Dai rossetti anni 70, alle creme che ammiccano all'immortalità, fino ad arrivare ai prodotti per unghie pensati per gli uomini. È nato mezzo secolo fa, ma oggi il Cosmoprof Worldwide, in mostra in fiera per la sua cinquantunesima edizione, è un format, già replicato in Asia e in Nord America, che si inserisce in un mercato, come quello della cosmesi, che in Italia vale da solo 11 miliardi di euro (+4,3% rispetto al 2016). E che a settembre andrà in scena per la prima volta anche a Mumbai, in un mondo come quello indiano, dove i consumi nel beauty sono aumentati del 60% negli ultimi cinque anni. La kermesse più importante di via Michelino, nell'attesa che la Fiera completi il restyling, quest'anno è cresciuta del 7,5%, con 2.822 espositori provenienti da 70 Paesi, 27 Collettive nazionali e 1500 giornalisti. Un dato che si vede, anche senza arrivare in piazza Costituzione, visto che il traffico in città, le code ai semafori e gli autobus pieni, potenziati per l'occasione, sono quelli dei grandi eventi. «Dal prossimo anno — sottolinea Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere — il Cosmoprof e tutte le nostre kermesse potranno contare su una superficie di oltre 140 mila metri quadri, grazie ai lavori di ampliamento. Nel frattempo ci stiamo preparando per confermare la presenza di questo format internazionale anche in Thailandia Vietnam, Filippine e Malesia per coprire tutta la regione asiatica». L'idea di investire in una kermesse che, pur mantenendo base sotto le Due Torri, cerca di espandersi in tutto il mondo, è collegata all'andamento del mercato. È all'estero che in fatto di cosmesi si fanno gli affari migliori. «A determinare la performance positiva del mondo del beauty — spiega Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia — ha contribuito solo in parte il mercato interno, che continuerà ad ampliarsi nel 2018. A pesare di più sono le vendite oltreconfine che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi (+9)». In Italia l'Emilia Romagna è la seconda regione per densità di imprese cosmetiche, con il 9,7% delle aziende, seguita da Veneto e Piemonte. Tra le novità di quest'anno, in una fiera che parla tante lingue, vi è un'intera area dedicata al green, con focus ad hoc a seconda del canale distributivo. Sono 130 gli espositori che hanno deciso di investire tutto nel settore dei cosiddetti cosmetici slow tra prodotti fitoterapici e omeopatici, creme prive di ingredienti sintetici e solari organici. Un comparto, quello del beauty sostenibile, che da solo, a livello globale, vale 45 miliardi e 800 milioni di euro. Mentre in Italia, per la prima volta, ha raggiunto il miliardo e 100 milioni di euro nel 2017. A dirlo sono le elaborazioni del Centro Studi di Cosmetica

Italia, associazione nazionale delle imprese della cosmetica, presentate al convegno dei cosmetici naturali e biologici. Oltre ai vari forum e workshop sul settore, anche per la cinquantunesima edizione è prevista la Boutique di Cosmoprof, dove è possibile acquistare una serie di prodotti. Un'iniziativa benefica a cui hanno aderito 19 aziende e che ricorda Robert Kerkoc, industriale e vicepresidente della Fiera, scomparso pochi mesi fa a causa di un malore improvviso. Solo l'anno scorso sono stati raccolti 17 mila euro.

**Francesca Candioli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Kermesse

Il Cosmoprof esiste da più di mezzo secolo ed è senza dubbio la più importante fiera di via Michelino, un format esportato all'estero che adesso guarda soprattutto all'Asia, a partire dall'India, dove il mercato dei cosmetici è cresciuto del 60% in poco tempo

# 70

## Paesi

Di provenienza degli espositori presenti

# 1,5

## Mila

I giornalisti di tutto il mondo accreditati

# 9,7

## Per cento

Le imprese cosmetiche dell'Emilia-Romagna

# 27

## Collettive

Le collettive nazionali presenti alla kermesse

# 140

## Metri quadri

Di superficie che avrà la fiera dall'anno prossimo

# 130

## Green

Gli espositori specializzati nei cosmetici bio e sostenibili

■ **BOLOGNA** Con quattro splendide modelle, volti-testimonial della campagna pubblicitaria Cosmoprof 2019, si è inaugurata ieri la 51esima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna. «Cosmoprof guarda al futuro - ha detto **Gianpie-ro Calzolari**, presidente di BolognaFiere - è un format dal successo sempre più internazionale, con le sue edizioni di Bologna, Las Vegas, Hong Kong e, da quest'anno, anche Mumbai, in India. Cosmoprof è una delle eccellenze italiane che si avvale della partnership di Co-

## Cosmoprof A Bologna è taglio del nastro

smetica Italia, riconosciuta dal Ministero dello sviluppo economico che ci sostiene, e dell'ITA-Italian trade agency».

«Anche quest'anno, come Associazione nazionale delle imprese cosmetiche, siamo al fianco di BolognaFiere con l'obiettivo di rappresentare al meglio un settore fiorente per

l'economia italiana e mondiale; e di rendere ancora più attraente e ricca di contenuti e opportunità l'edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna», ha aggiunto **Fabio Ros-sello**, presidente di Cosmetica Italia. «La solidità delle nostre imprese e l'eccellenza dei nostri prodotti sono testimoniate

dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi di euro. A determinare la performance positiva ha contribuito in parte il mercato interno, che ha registrato una crescita di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L'apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all'estero, che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita dell'8% rispetto all'anno precedente».



Le quattro madrine della rassegna aperta ieri a Bologna



# Cosmetica orobica a caccia di ordini sui mercati asiatici

**Cosmoprof.** India e Corea del Sud sono nel mirino delle nostre aziende che espongono in fiera a Bologna Bergamo con il 7,9% dell'export seconda dietro Milano

## ASTRID SERUGHETTI

La cosmetica bergamasca profuma d'oriente e sbarca a Cosmoprof per tentare l'assalto ai mercati asiatici. Dopo aver conquistato il mercato europeo e aver posto una serie di bandierine sul territorio statunitense, le aziende orobiche del make up, siano esse legate alla produzione, alla distribuzione o al packaging, concentrano i loro obiettivi sui mercati asiatici, soprattutto India e Corea del Sud e scelgono la fiera bolognese come banco di prova.

Circa una decina, infatti, sono presenti in questi giorni alla fiera internazionale del settore, in programma nel capoluogo romagnolo fino a domani, domenica, con 2.822 espositori intervenuti da 70 Paesi diversi, espressione della forza di un settore che, solo in Italia, vale 11 miliardi di euro e cresce del +4,3%.

In Lombardia in particolare la cosmetica italiana ha creato un vero e proprio distretto che portale province di Milano, Bergamo, Lodi, Cremona e Monza Brianza a totalizzare circa il 42%

■ Una decina le società della nostra provincia presenti alla rassegna internazionale

delle esportazioni totali, con Bergamo che conta per il 7,9% e si piazza seconda dietro a Milano fra le province più importanti del settore in Lombardia. Circa 1 miliardo di euro il giro d'affari della bellezza «made in Bergamo» e 455 milioni il valore delle esportazioni per un numero di addetti di circa 1.500 unità.

A Cosmoprof e Cosmopack, la parte della fiera dedicata al packaging, mancano alcuni nomi noti al pubblico come Kiko, ma è presente, per esempio, Gotha Cosmetics, che ha inaugurato la propria nuova sede a Lallio pochi giorni fa, ed ha avviato negli scorsi mesi la propria strategia di espansione sul mercato statunitense e asiatico. Fra chi riveste altri ruoli della filiera invece, svetta la Marino Belotti srl, azienda di Chiuduno specializzata nel packaging di qualità per la cosmesi, che conta circa un centinaio di dipendenti. Alfredo Gavazzeni, figlio dell'attuale a.d. Terry Belotti, ne rappresenta la terza generazione, che vede nel nonno Marino il capostipite. Per loro che nascono negli anni Sessanta come stampatori di bottoni, la produzione si è specializzata a partire dagli anni Ottanta in confezioni plastiche per il make up, totalmente personalizzabili grazie all'officina interna che permette la realizzazione in tempo reale di prototipi e la massima flessibilità sulle richieste dei clienti. La

produzione della Marino Belotti si attesta sui 16 milioni di pezzi l'anno, interessando il mercato estero per il 55% del fatturato, con India e Corea del Sud come prossime mete a cui punta l'azienda.

Sullo stesso filone si colloca anche l'Ars Metallo di Carvico che con Paola e Pietro Fasani, terza generazione di responsabili in azienda, esporta per il 50% del proprio fatturato. Sulla fiera della cosmetica di Dubai e ora di Bologna ha investito anche Arco Cosmetics, azienda bergamasca che da 40 anni produce articoli per make up ed è già radicata su tutto il mercato asiatico, dalla Malesia a Taiwan, passando per Hong Kong e Arabia Saudita. Del rapporto con l'Oriente, invece, ha fatto il proprio business specifico il bergamasco Luca Masper, che da 25 anni rivende in Italia e in Europa le forbici giapponesi della BMac, una delle realtà artigianali meglio conosciute al mondo per la qualità delle sue lame al servizio di parrucchieri e hair stylist. Circa 5 mila i pezzi che Masper tratta ogni anno, rivendendo il marchio nipponico in 18 Paesi per oltre 300 mila clienti in Europa.

Tra le aziende presenti a Bologna anche Cereria Pernici di Treviglio, B.Kolor di Treviglio, B-Selfie di Bolgare e Btp monodose di Zanica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### La cosmetica in Bergamasca



### PRINCIPALI MERCATI DI SBOCCO

In milioni di euro



L'EGO



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429



Hai **BISOGNO** di un **SITO WEB** o di un **APP**? **SCOPRI I PREZZI PIU' BASSI DEL WEB** **CONTATTACI**  
 www.karmaweb.net  
 info@karmaweb.net



BEAUTY DESIGN FASHION GOSSIP

Marisa Berenson lancia la sua linea di bellezza. "Il mio segreto per tutte le donne"

18 MARZO 2018

xxtravel.eu

CONDIVIDI

f Facebook t Twitter G+ p Mi piace 2



vai al sito

Xlifestyle Tarots

L'ha presentata a Bologna all'Inde Le Palais, il famoso luxury store che li venderà da oggi in esclusiva per l'Italia e sul proprio sito

"Mia nonna, **Elsa Schiaparelli**, non mi ha dato mai consigli di abbigliamento. Ma l'esempio sì. Ricordo che da bambina indugiavo spesso nella sua salle de bain dell'hotel particulier a Parigi e la vedevo alla toilette mettersi sul viso l'olio di fico d'India che comprava, allora ancora grezzo, in Tunisia dove aveva una casa. Nonna Elsa aveva una bella pelle e per trucco usava solo un po' di crema dove schiacciava la testa bruciata di un fiammifero per crearsi il trucco nero da passarsi sugli occhi". **Marisa Berenson** traccia questi suoi ricordi di vita, unici e irripetibili, a **Bologna** dove oggi ha presentato i prodotti di bellezza che portano il suo nome a **L'Inde Le Palais**, il famoso



**Grandi marche fino a -75%**  
 Più di 12 milioni di membri si fidano di noi. Unisciti a loro!  
[brandopline.it](http://brandopline.it)

luxury store che li venderà da oggi in esclusiva per l'Italia e sul proprio sito. Nel primo giorno di un salone kolossal come Cosmoprof, una linea di bellezza d'élite.



**Iscriviti al blog tramite email**

Inserisci il tuo indirizzo e-mail per iscriverti a questo blog, e ricevere via e-mail le notifiche di nuovi post.

**Iscriviti**

**Calendario**

marzo: 2018

L	M	M	G	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	<b>18</b>
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**Archivi**

**ads**

"Per me la bellezza è salute, è prendersi cura di sé all'interno e fuori del corpo, partendo da una alimentazione sana e da **anti-age** ricavati dal miracoloso siero di olio di fico d'india che dopo nonna Elsa mi ha fatto conoscere il mio medico omeopata **Christian Delafour**. Mi curo la pelle da quando avevo 17 anni – racconta la sempre bella e carismatica e simpatica **Marisa Berenson**, icona di stile e di eleganza. Fotomodella celebre che ha ispirato per mitiche copertine di **Vogue America** fotografi come **Richard Avedon** e **Inrvin Penn** – e adesso voglio condividere con tutte le donne del mondo questo mio segreto. Per questo ho creato siero, la crema, lo spray che passo appena sveglia sul viso a base di fico d'india, ginger e camomilla, l'Olio Favoloso anche sui capelli e sul corpo, la bagueette magique che passo sul contorno occhi più volte al giorno".

Packaging d'oro, conservanti naturali, un inno alla bellezza che è un modo "per essere più felici", nei **cosmetici di Marisa Berenson** ci sono ricette antichissime aggiornate all'oggi. Nel segno massimo della Natura. "Sono felice di essere qui all'**Inde Le Palais** che venderà in esclusiva per l'Italia i miei prodotti, e onorata dell'amicizia di **Jacopo Tonelli** e di sua madre **Giorgia Rapezzi**. Grazie a loro oggi indosso un abito tutto ricamato a mano di Amen", continua la "girl of the Sevenies" come la battezzò **Yves Saint Laurent**, suo grande amico come pure Valentino e Hubert de Givenchy "che ora non c'è più ma è sempre nel mio cuore".

Bellissima con gli occhi verde smeraldo, flessuosa, 71 anni di splendore compiuti a metà febbraio, una figlia molto amata e una nipotina di pochi mesi che riempie il suo Instagram con manine e sorrisi, la Berenson è figlia di una diplomatico americano, Robert Berenson, e di Gogo Schiaparelli, figlia della celebre creatrice italiana Elsa Schiaparelli che incantò Parigi negli anni Trenta. Ricca e colta, già a sei anni sulla cover di Elle e poi lanciata nell'universo dello stile da Diana Vreeland, fotomodella più che il girl da passerella, attrice di fama per aver cominciato nel 1971 con "Morte a Venezia" con Luchino Visconti, e poi nel 1972 con Bob Fosse in "Cabaret". Il trionfo mediatico ancora l'accompagna nel mito della sua bellezza intatta di "Barry Lyndon" di Stanley Kubrick nel 1975, dove Marisa era l'intrigante Lady Lyndon. "Sì, la mia è stata una vita bella e ricca di incontri importanti – conclude Marisa Berenson – ma anche di dolori come la morte di mia sorella Benny nella tragedia delle Torri Gemelle". L'insegnamento più grande che le ha dato nonna Elsa, regina del rosa shocking e della moda surrealista, è stato quello di cercare sempre di conoscersi bene da sola come donna.

**Marisa Berenson con Jacopo Tonelli (Fotoschicchi)**

QN

Facebook Twitter Google+ Pinterest LinkedIn E-mail

**Mi piace 2**



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

EDIZIONI ANSA > Mediterraneo Europa NuovaEuropa America Latina Brasil English Mobile Seguici su:

ANSA.IT **Emilia-Romagna**

Fai la ricerca Vai alla Borsa Vai al Meteo Corporate Prodotti

Galleria Fotografica Video Scegli la Regione +

CRONACA \* POLITICA \* ECONOMIA \* SPORT \* SPETTACOLO \* MADE IN E-R \* ANSA VIAGGIART \* E-R IN EUROPA \* SAN MARINO WELFARE \* SPECIALI

ANSA.it > Emilia-Romagna > **Bologna sold out per 51/o Cosmoprof**

# Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

2.822 espositori da 70 Paesi. Fulcro di sistema internazionale

**Redazione ANSA**

BOLOGNA

16 marzo 2018

15:37

NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Google+

Altri

Stampa

Scrivi alla redazione

**Archiviato in**

Cosmetici, Prodotti per l'igiene

Gianpiero Calzolari



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Condividi Suggerisci

Annunci PPN

**Nuova Tiguan Allspace**  
 Da € 279/mese TAN 3,99% TAEG 4,82%. Sabato 17 e domenica 18  
 Scopri di più

**GLC 220 d 4MATIC SPORT.**  
 Scopilo il 17 e 18 marzo negli showroom Mercedes-Benz.  
 Scopri di più

**ULTIMA ORA E.ROMAGNA**

- 15:37 **Bologna sold out per 51/o Cosmoprof**
- 15:05 **Morricono, nuova data il 21/6 a Parma**
- 12:41 **Giustizia: Castaldini procuratrice Nuoro**
- 12:38 **Thirty Seconds to Mars live senza Tomo**
- 12:36 **A Parma pubblico si ribella a telefonini**
- 12:31 **Al Bologna Festival omaggio a Abbado**
- 12:01 **Ruba cellulare e risponde 'ho sbagliato'**
- 11:11 **Pasini e l'Oriente luci di terre lontane**
- 11:09 **Incendio in azienda pannelli isolanti**
- 10:19 **Coldiretti, i cibi falsi costano 8 mld**

> Tutte le news

**IMPRESE & MERCATI**

**« Maria Cristina Moroni: Ecco come muoversi nel mercato immobiliare »**



La titolare dell'omonima agenzia immobiliare di Piacenza, che si occupa di ogni tipo di immobile residenziale, dal garage alla residenza di lusso, ci fornisce qualche utile consiglio

Responsabilità editoriale di Pagine SI! S.p.A.

**ANSA ViaggiArt** > vai

**Creti, Canova, Hayez, il gusto moderno**

Tra '700 e '800 nelle Collezioni comunali d'arte a Bologna

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

EDIZIONI ANSA

Mediterraneo

Europa

NuovaEuropa

America Latina

Brasil

English

Mobile

Seguici su:



ANSA.it ANSA.com



Fai la ricerca



Il mondo in Immagini



Vai alla Borsa



Vai al Meteo



Corporate Prodotti

[Cronaca](#) [Politica](#) [Economia](#) [Regioni +](#) [Mondo](#) [Cultura](#) [Tecnologia](#) [Sport](#) [FOTO](#) [VIDEO](#) [Tutte le sezioni +](#)

SPECIALI [Ambiente](#) • [ANSA ViaggiArt](#) • [Eccellenze](#) • [Industry 4.0](#) • [Legalità](#) • [Lifestyle](#) • [Mare](#) • [Motori](#) • [Salute](#) • [Scienza](#) • [Sisma](#) • [Terra&Gusto](#)

ANSA.it • [Fiere: Bologna sold out per Cosmoprof, salone del beauty](#)

ANSACOM

In collaborazione con:

BOLOGNA FIERE



ANSACOM

## Fiere: Bologna sold out per Cosmoprof, salone del beauty

2.822 espositori da 70 Paesi. Cosmetici italiani valgono 11 mld

16 marzo 2018 16:34 ANSACOM



Un'immagine del padiglione nails al Cosmoprof WorldWide di Bologna © ANSA



Scrivi alla redazione



Stampa

## CORRELATI

### ↳ Cosmesi green, eco e bio, supera 1 miliardo di euro

Cosa significano 'naturale e sostenibile', focus Cosmética Italia



### ↳ Fiere: da collaborazione con Fonoprint ecco sigla Cosmoprof

E' 'Zagara' scritta da cantautore Franco J. Marino



### ↳ Fiere: Cosmoprof è anche benefico grazie alla sua Boutique

Offerte per prodotti devoluti Istituto romagnolo ricerca cancro



### ↳ Fiere: con Cosmopack e profumeria, al via Cosmoprof Bologna

Fino al 19 marzo appuntamento globale con mondo della bellezza



BOLOGNA - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata e strade in zona fiera sotto stress. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%, sempre più fulcro di un network globale anche grazie al supporto del Mise e dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane insieme alla collaborazione con Cosmética Italia. "La 51/a edizione di Cosmoprof - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il Quartiere e che lo porterà a una superficie coperta netta di oltre 140mila mq, ma anche per la crescita della piattaforma stessa di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma l'impegno in Iran e Colombia". E Calzolari annuncia anche la presenza di Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia "per coprire la regione asiatica in modo capillare". Tornando al salone capofila tra le novità di questa edizione un nuovo concept con perc Spese beauty record, cosmesi vale 11 mld orsi su misura per rispondere alle esigenze di business specifiche per

aziende, buyer, distributori, retailer e operatori professionali. In crescita tutti i settori della manifestazione: +6% per Cosmopack, +5% per le aree dedicate a profumeria e cosmesi; +8% per Cosmo Hair & Nail & Beauty Salon. Per quanto riguarda l'internazionalizzazione sono 27 le collettive nazionali in rappresentanza di 24 Paesi. Dall'Australia alla Lettonia; dalla California alla Corea; dalla Germania al Giappone, agli Usa oltre a Cina e Taiwan. Ricco il programma di talk con 18 panel dedicati alle ultime tendenze, alle strategie di comunicazioni, al digitale e ai possibili sviluppi dell'universo beauty. "Cosmetica Italia, l'associazione di categoria del sistema cosmetico nazionale - ha detto il suo presidente, Fabio Rossello - questa collaborazione consente di rappresentare al meglio un settore fiorente per l'economia italiana e mondiale. La solidità delle nostre imprese è testimoniata dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi. Una performance trainata dal mercato interno cresciuto di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L'apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all'estero, che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita del 9% rispetto all'anno precedente".

In collaborazione con:  
 Bologna Fiere

Condividi Suggestisci

**Annunci PPN**



**GLC 220 d 4MATIC SPORT.**  
 Scopri il 17 e 18 marzo negli showroom Mercedes-Benz.

[Scopri di più](#)



**Nuova Nissan MICRA**  
 Hi-Tech City Car.

[Configurala](#)



**Rivoluzione cosmetica**  
 I capelli ricrescono folti e fluenti.

[Scopri come...](#)



**MERTENE VITA D+ SPRAY**  
 Vitamina D per la salute di muscoli e ossa

[Scopri di più](#)

AGENZIA ANSA - periodicità quotidiana - Iscrizione al Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma n. 212/1948  
 P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

Scegli edizioni

**HOME**

- Ultima Ora
- Cronaca
- Politica
- Economia
- Mondo
- Cultura
- Cinema
- Tecnologia
- Sport
- Calcio
- FOTO
- VIDEO
- Magazine
- Speciali
- Meteo

**ECONOMIA**

- Borsa
- Industry 4.0
- Finanza Personale
- Calcolatori
- Professioni
- Real Estate
- PMI
- Ambiente & Energia
- Motori
- Mare

**REGIONI**

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino-Alto Adige/Suedtirolo
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

**MONDO**

- Europa
- Nord America
- America Latina
- Africa
- Medio Oriente
- Asia
- Oceania

**CULTURA**

- Cinema
- Moda
- Teatro
- TV
- Musica
- Libri
- Arte
- Un Libro al giorno
- Un Film al giorno

**TECNOLOGIA**

- Hi-Tech
- Internet & Social
- TLC
- Software&App
- Games

**SPORT**

- Calcio
- Formula 1
- Moto
- Golf
- Basket
- Tennis
- Nuoto
- Sport Vari

**CANALI ANSA**



**AMBIENTE & ENERGIA**



**MARE**



**SCIENZA & TECNICA**



**SALUTE & BENESSERE**



**ANSA VIAGGIART**



**MOTORI**



**TERRA & GUSTO**



**LIFESTYLE**



**LEGALITÀ & SCUOLA**



**INDUSTRY 4.0**



**ECCELLENZE ITALIANE**

**AZIENDA**

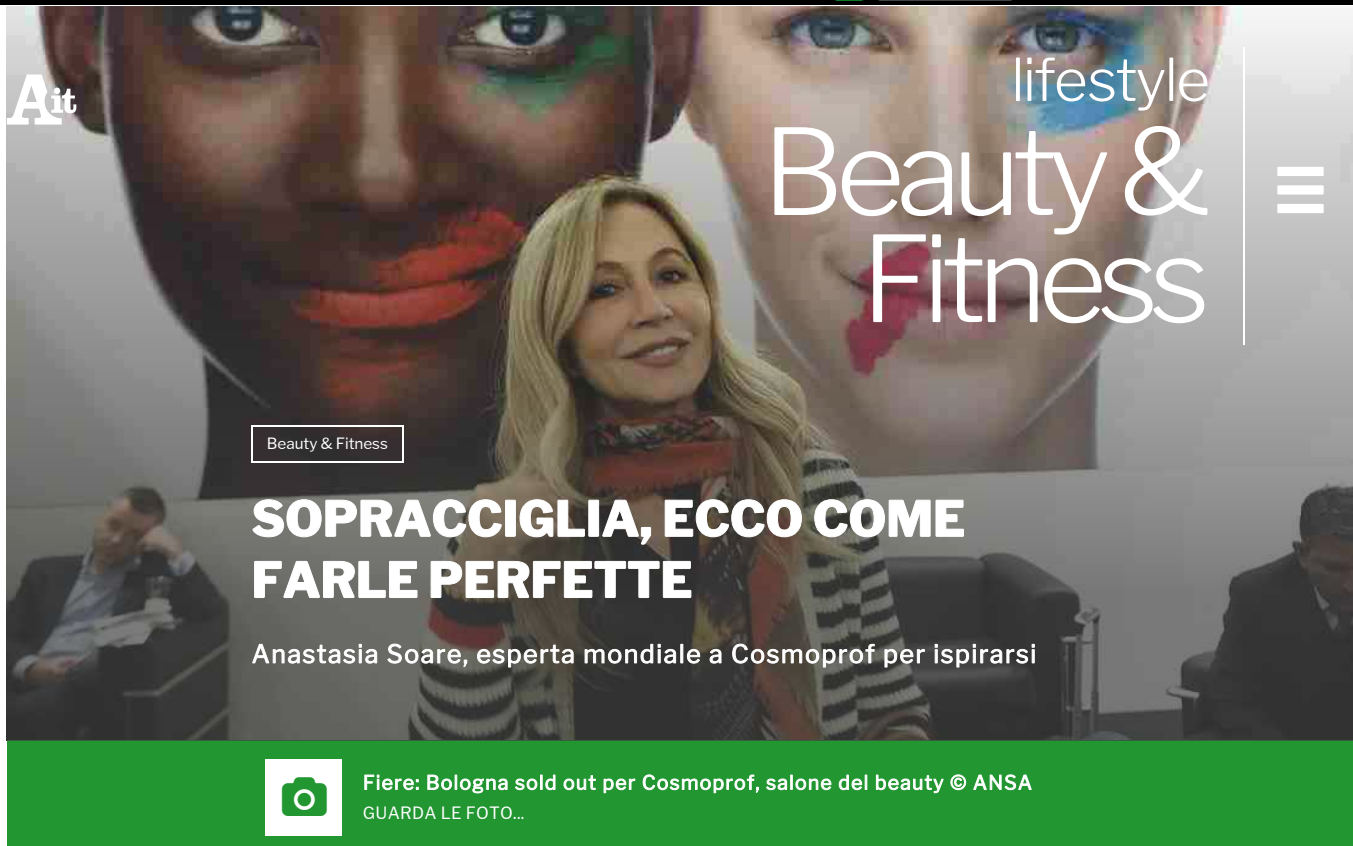
**PRODOTTI ANSA**

**SERVIZI**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)



di Agnese Ferrara

BOLOGNA

16 marzo 2018

21:09

Condividi la notizia



Ad ali di gabbiano, pettinate, sottilissime, folte o marcate? Per uno sguardo magnetico e sempre giovane le sopracciglia devono essere curate a regola d'arte ma sia donne che uomini sbagliano e con pinzette, mascara e matite colorate fanno pasticci. Lo precisa Anastasia Soare, visagista e guru della cura delle sopracciglia riconosciuta in tutto il mondo (suo il brand Anastasia Beverly Hills è fra le linee più vaste al mondo di prodotti per sopracciglia). L'esperta, che conta 16 milioni di followers su Instagram sparsi in ogni angolo del globo, è arrivata alla fiera di Bologna in occasione della 51esima edizione di Cosmoprof, la kermesse internazionale dedicata al mondo del beauty in corso i questi giorni. L'esperta però qui non espone nulla (lancerà per la prima volta in Italia la sua linea il prossimo giugno). Partecipa invece alla fiera per trovare ispirazione su trend e innovazione. All'ANSA svela i segreti per occhi perfetti e fa l'elenco dei più comuni errori che si fanno per disegnare e truccare le sopracciglia.

"Dal 1995 non perdo una edizione di questa fiera perché in Italia ci sono i migliori produttori di prodotti per il trucco e nuove idee", spiega Anastasia mente disegna su un foglio un occhio e calcola rapporti e misure da seguire per dare la forma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

giusta all'arcata sopraccigliare. "Gli errori più comuni che fanno le donne? - precisa la guru, - riducono troppo le sopracciglia lasciando una linea molto sottile che, soprattutto invecchiando, evidenzia il calo della palpebra superiore. Disegnandole con la matita, mascara o tinture scelgono inoltre dei colori troppo scuri, pesanti e uniformi. Eliminano troppo la parte inferiore della peluria lasciando troppo visibile le ossa dell'arcata e sbagliano le misure".

Come si può migliorare? "Basta attenersi ai rapporti geometrici per non accorciarle troppo. Provate a usare una penna per tracciare i raggi. Appoggiandola sul naso usatela per definire le misure. Il lato interno dell'arcata deve corrispondere al raggio segnato a partire dal centro della narice dello stesso lato, mantenendo la penna verticalmente. Il lato esterno della peluria deve finire in corrispondenza del raggio tracciato con la penna a partire dalla fine della narice dello stesso lato. La parte più alta dell'arcata invece corrisponde al raggio tracciato a partire esattamente dal centro del naso".

Sottili, folte, chiare o spettinate. Quale è la tendenza del momento? "Pettinate verso l'alto, naturali. Per ottenere questo effetto dovete ottenere un colore leggero per la parte della peluria più al centro, una nuance media per la zona centrale e più scura per la coda del sopracciglio. Aiutatevi con le tinte i pasta da applicare con i pennellini adatti e disegnate piccole linee che andrete ad infoltire".

Il trend delle sopracciglia perfette contagia le donne e gli uomini di tutto il mondo. In primis i paesi arabi, segue l'India, l'Armenia, Dubai, Kuwait. E poi gli Stati Uniti e l'Europa. "Le italiane non erano così appassionate, lo sono diventate con il boom dei social, millennials in testa" conclude Soare.



Stampa

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



Scrivi alla redazione

Condividi



ANSA

• Disclaimer Agenzia ANSA - Agenzia Nazionale  
• Copyright Stampa Associata - Società  
• Privacy Cooperativa  
Sede Centrale e Sede Legale: Via della  
Dataria n. 94, 00187 - Roma

Codice Fiscale ed iscrizione nel registro delle  
Imprese di Roma n. 00391130580

Repertorio Economico Amministrativo di  
Roma n. 127596 - Partita I.V.A.  
IT00876481003. Iscritta nel Registro delle  
Società Cooperative al n. A100573

**Certificazione ISO 9001**

I "processi di Produzione, distribuzione e  
pubblicazione in formato multimediale di  
notizie giornalistiche" ANSA sono certificati in  
conformità alla normativa internazionale UNI  
EN ISO 9001:2015. **Politica per la Qualità**

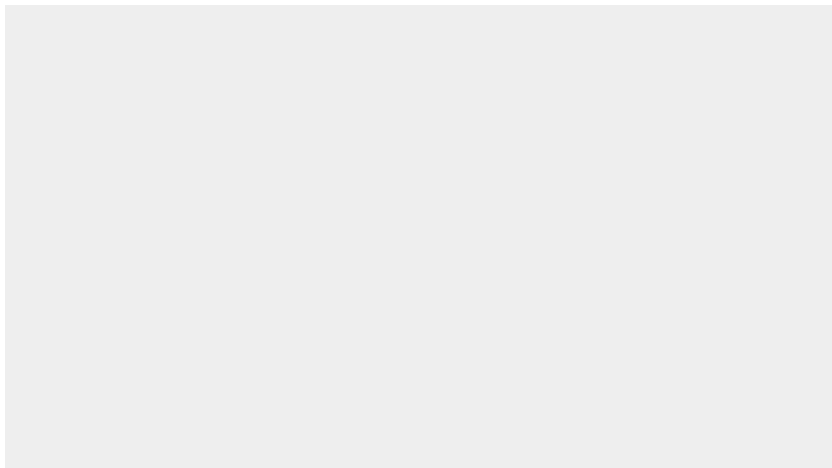
## OGGI IN CULTURA



16.03.2018

Tags: BOLOGNA , Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

## Bologna sold out per 51/o Cosmoprof



Aumenta

Diminuisci

Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

**YC8-ROM**

PUOI LEGGERE ANCHE

## IL METEO

### Brescia

**OGGI**  
• M 13°  
• m 7°**DOMANI**  
• M 10°  
• m 8°**DOPODOMANI**  
• M 9°  
• m 6°

## SONDAGGIO

### Dopo gli attentati dei terroristi islamici a Parigi, quali misure andrebbero adottate dall'Italia?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Chiusura delle frontiere   | <input type="checkbox"/> Controlli a tappeto in tutte le moschee e nei luoghi di ritrovo dei musulmani                  |
| <input type="checkbox"/> Espulsione di tutti gli stranieri clandestini  | <input type="checkbox"/> Una grande manifestazione comune cristiani-musulmani   |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di un dialogo più intenso con i musulmani integrati che condannano il terrorismo | <input type="checkbox"/> Maggiore salvaguardia delle tradizioni cristiane, anche a costo di penalizzare i non cristiani |

OK

ALTRI SONDAGGI





PRIMA PAGINA	CIBO ▾	SOLDI ▾	SALUTE E BENESSERE ▾	SPETTACOLI ▾	GENITORI E FIGLI ▾	SENTIMENTI ▾	SPORT ▾
--------------	--------	---------	----------------------	--------------	--------------------	--------------	---------

TEMI CALDI Apre oggi Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna circa 13 minuti fa

Search ...

# Apre oggi Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna

**Bellezza** circa 13 minuti fa



- Condivisione
- Twitter 0
  - Facebook 0
  - Google+ 0
  - LinkedIn 0
- Invia questo articolo  
 Stampa questo articolo

Authors  
 Alice Canuti

Tag  
 16 marzo  
 2.776  
 2018  
 bellezza  
 bologna  
 Cosmoprof  
 espositori

Cosmoprof Worldwide 2018, la più importante fiera al mondo dedicata alla bellezza, ha aperto ieri in anteprima a Bologna (stamattina il taglio ufficiale del nastro). I numeri: 2.776 espositori da ogni parte del mondo. Il 7,5% in più rispetto al 2017.  
 La filosofia di Cosmoprof? Non esiste imperfezione estetica, anche la più infinitesimale, che non abbia una soluzione.

### Quali sono i cosmetici più nuovi?

Quali saranno i cosmetici più nuovi e le tendenze di bellezza nel 2018? Prodotti naturali (senza silicani, petrolati parabeni e via dicendo) e fisici scolpiti dallo sport (non piacciono più come prima quelli scavati dalle diete) sono i nuovi mantra 2018.



**COSMOPROF MARCH 2018 16-19**  
 COSMOPACK 15-18  
 COSMOPRIME 15-18  
 BOLOGNA (ITALY)  
 FAIR DISTRICT

### Piccola guida su come ci faremo più belle (o belli)

Dopo un primo giro a Cosmoprof 2018, ecco allora una guida a come ci faremo belli nel 2018.

1) Il profumo per capelli. Lo presenta in anteprima mondiale Nashi Argan, un'azienda italiana. Hairmist ( questo il nome) è una boccettina da tenere in borsetta. Oltre a profumare i capelli, dona loro setosità. Ingredienti tutti super naturali. Sul sito di Nashi Argan si può scaricare un coupon per ricevere un omaggio in fiera.

### OROSCOPI



**Paolo Fox di fine ottobre:** Vergine con Marte favorevole, Scorpione ottimo Giove

**Paolo Fox di novembre:** per la Vergine giorni passionali, lo Scorpione cerca una nuova storia

**Paolo Fox di luglio:** Toro in fermento ma tutto ok, Leone emozioni infuocate

**Paolo Fox 2017:** grande primavera per Vergine, estate calda per Toro

**Paolo Fox di fine settembre:** Gemelli finalmente in recupero, Scorpione al massimo

### DW FOCUS: NEWS RECENTI



Apre oggi Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna



16 MARZO: Aldo Moro sequestrato 40 anni fa, ancora tanti misteri



Meteo: temporali e forte vento, da

2) Il solare che protegge anche il Dna. La linea Solari Renlive – e anche questi sono tutti italiani – messi a punto da Biotec, non solo contengono filtri Uva e Uvb molto efficaci, ma addirittura offrono una protezione al Dna delle cellule cutanee.

3) Cosmetici vegani, cruyelty freee, ingredienti 100% naturali. Forse un po' estrema, ma è questa la filosofia di Amatera, azienda lussemburghese ed è una delle novità di questa edizione. “Senza prodotti chimici, una crema è più potente perché è accettata dalla pelle”, dicono. Hanno una linea di cosmeceutici (creme notte, giorno, occhi con azione anche curativa). Non però proprio a buon mercato: dai 45 agli 80 euro.

4) La nuova bellezza è quella atletica di chi si mantiene in esercizio mente e corpo. Ecco allora che le aziende stanno sfornando nuovi prodotti: prodotti che schermano capelli e pelli dall'inquinamento ( per chi fa jogging), trousse per il make up impermeabili (per la palestra e la piscina), i nuovi termoprotettori per i capelli, cioè un prodotti da applicare sui capelli prima dfi asciugarli per l'ennesima volta con il phon.

Il super lusso va sempre molto forte.



Per chi cerca (e si può permettere) il meglio sarà presentata a Bologna la nuova linea di Marisa Berenson (nella foto qui sopra), la modella e attrice icona degli anni '70 e musa del regista Stanley Kubrick.

Anche lei ha prodotto una linea di bellezza: Timeless Natural Beauty. Si basa sulle proprietà antiinvecchiamento dell'olio di fico d'india. Il colore che ha scelto per i suoi vasetti e flaconi? Oro naturalmente.

Info [www.cosmoprof.it](http://www.cosmoprof.it).

PUBBLICITÀ

ARTICOLI COLLEGATI



Paolo Fox di marzo: Gemelli la primavera ti eccita, Scorpione grandi progressi in tutti i campi



Branko di marzo: Leone ora sei piena di fuoco, Pesci il 31 arrivano i soldi



Bologna: oggi all'Istituto Gramsci la commemorazione per Andrea Ginzburg

COMMENTI

domani migliora (ma per pochissimo)



Altroconsumo in sciopero per la direttrice: “Cacciata per stravolgere il mensile”



Paolo Fox di marzo: Gemelli la primavera ti eccita, Scorpione grandi progressi in tutti i campi

SEGUICI SU FACEBOOK



Informativa

x

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Home Chi siamo Modacapelli News Education Prodotti Abbonamenti Shop online

## EVENTI

Home » EVENTI » Anno 2018 »  
Cosmoprof2018 opening  
ceremony

## Cosmoprof2018 opening ceremony



Presentata a Bologna la nuova campagna 2019/2020 in occasione della cerimonia di apertura di Cosmoprof Worldwide Bologna.

La cerimonia di inaugurazione della **cinquantunesima edizione** di Bologna, che si è svolta oggi presso il centro servizi, è stata l'occasione non soltanto per parlare del presente, ma anche per guardare al futuro, con la presentazione in anteprima della campagna pubblicitaria 2019/2020.

Nel ringraziare le autorità, gli ospiti e i rappresentanti della stampa intervenuti, il **Presidente di BolognaFiere Gianpiero Calzolari** ha sottolineato ancora una volta la sempre più spiccata vocazione internazionale di Cosmoprof, che **continua a portare la bellezza nel mondo** con nuovi appuntamenti, come quello di settembre in India. E proprio rifacendosi a questa realtà in costante evoluzione Calzolari ha presentato la nuova immagine: la bellezza di un volto femminile riprodotto in **quattro varianti cromatiche**, ciascuna abbinata ad uno dei grandi appuntamenti Cosmoprof nel mondo.

**Tags:** cosmoprof 2018

Pubblicato il 16.03.2018



[Pin it](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





## Una rassegna a vocazione internazionale

Lo spazio espositivo di Cosmoprof copre l'intero quartiere fieristico di BolognaFiere ed è dedicato ai diversi settori dell'industria cosmetica: Perfumery and Cosmetics, Natural Products, Packaging, Machinery, Contract Manufacturing and Raw Materials, Beauty and Spa, Hair and Nails. Numerosi espositori, visitatori e acquirenti provenienti da tutto il mondo trasformano la fiera anno dopo anno, in un vero e proprio "hub" internazionale dove i professionisti e i decision makers si incontrano per sviluppare il loro business. Cosmoprof non è solo Bologna, ma anche Las Vegas e Hong Kong e, dal 2018, Mumbai. Cosmoprof ha infatti siglato accordi di joint-venture con organizzazioni internazionali per dare vita a nuove manifestazioni fieristiche di alto livello in tutto il mondo e a testimonianza della strategia di internazionalizzazione della Società: Cosmoprof Worldwide Bologna, Cosmoprof Asia (Hong Kong), Cosmoprof North America (Las Vegas) e Cosmoprof India (Mumbai).



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429

# IL GIORNO

**SEMPRE PIÙ GRANDE** e autorevole per numero di espositori, sempre più internazionale grazie alle attività di scouting e al sostegno dell'Uice e del ministero per lo Sviluppo Economico sui principali mercati. La mission di Cosmoprof Worldwide Bologna si amplia sempre di più e si potenzia sotto tutti i punti di vista, primo fra tutti quello della qualità dell'offerta espositiva. Per questo si annunciano nuovi eventi all'estero per tutto il 2018. Tanti i nuovi contatti durante i roadshow che hanno portato e porteranno ancora la fiera bolognese nel mondo, dalla Corea del Sud, alla Thailandia, passando per Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania, Mozambico, luoghi che fino a pochi anni fa sembravano lontani, lontanissimi, per il format di Cosmoprof. E invece la macchina da guerra del salone conquista sempre nuovi obiettivi strategici, con attenzione speciale da parte di selezionati retailer e distributori impegnati a visitare gli immensi padiglioni di Bologna Fiere fino al 19 marzo. Una piattaforma di

## Una formula che piace e conquista nuovi mercati

idee, progetti, prodotti di ricerca che tutti ci invidiano. «L'edizione numero 51 di Cosmoprof si apre guardando al futuro – dice Gianpiero Calzolari (nella foto), da un anno presidente di BolognaFiere – non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il nostro quartiere fieristico in maniera profonda e che consentirà a Cosmoprof e alle altre manifestazioni che ospitiamo di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140mila metri quadrati ma anche perché Cosmoprof si

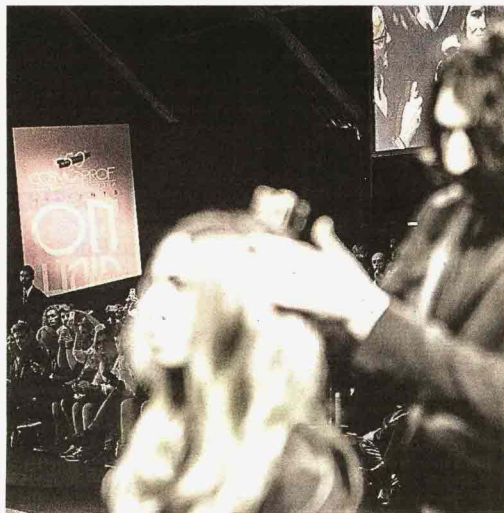


presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia per coprire la regione asiatica in modo capillare». Forti dei successi delle fiere di Cosmoprof nel mondo il presidente Gianpiero Calzolari sottolinea l'importanza del presidio da parte di Cosmoprof di alcuni mercati in crescita nei prossimi anni per nuove opportunità di sviluppo per l'industria della cosmetica. «Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa – spiega – è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Un mercato globale che BolognaFiere affronta con il suo know-how specialistico, mantenendo un posizionamento qualitativamente alto e rimanendo punto di riferimento per gli operatori professionali di questo importante settore».

**Eva Desiderio**

## I capelli fanno spettacolo

**LE PRINCIPALI AZIENDE** e team artistici presentano le loro collezioni al Palazzo dei Congressi / Europ Auditorium, alla presenza di oltre mille operatori. L'iniziativa On Hair Collection ospita nella giornata di domenica i team di Class Hair Academy, Schwarzkopf Professional, Hair Company Professional, MashUp Creative Team e BH Salon Hairdressing; lunedì sul palco Dmitry Zhilin e Wella, con i team di James Parrucchieri e Federico Fashion Style. Le aziende possono presentare al loro network le ultime novità e tendenze in show esclusivi, dedicati ai professionisti del settore hair in visita a Cosmoprof Worldwide Bologna e provenienti da tutto il mondo.

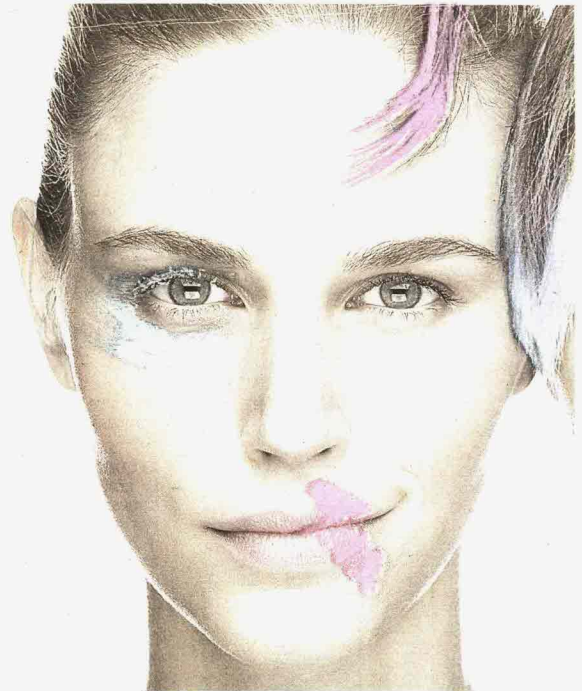


## Un aiuto per le ricerche dell'Irst

**L'INIZIATIVA DI BENEFICENZA** di Cosmoprof Worldwide Bologna chiama a raccolta i visitatori di Cosmoprof Worldwide Bologna. Con un'offerta simbolica è possibile acquistare i prodotti di selezionati espositori in manifestazione e dare quindi il proprio contributo alle iniziative dell'Istituto scientifico romagnolo per lo studio e la cura dei tumori (Irst), al quale sarà devoluto l'intero incasso. Diciannove le aziende espositrici che hanno aderito al progetto: Baldan Group (Italia), Bandi Cosmetics (Polonia), Dax (Polonia), Embelleze (Portogallo), Equilibra Srl (Italia), Eva Garden (Italia), Gellé Frères (Francia), Helan (Italia), Hemp Care (Italia), Orly by Ladybird House Srl (Italia), Madara Cosmetics (Lettonia), Mareleva Srl (Italia), Nashi Argan (Italia), Onlybio (Polonia), Parisienne Italia Spa (Italia), Phitofarma Srl (Italia), QS Professional (Grecia), Sukin Organics (Australia), Wonderstripes (Germania).

## Come nasce un prodotto

**THE COSMOPACK FACTORY** è tra le iniziative più interessanti per i buyer, i retailer, i manager di azienda, gli sviluppatori e i responsabili dei dipartimenti di ricerca e sviluppo presenti a Cosmopack. Il format, nato sei anni fa a Bologna, presenta Powderful, un progetto integrato di produzione di una 'all-over palette' che segue tutti gli step di sviluppo di un prodotto. Il concept e il design sono curati da Centedegrés, agenzia di design internazionale. Il processo produttivo vede la collaborazione di HCP, Ancorotti Cosmetics, Vetraco Group, Nasritex, Pennelli Faro e Arsmetallo. Anche il posizionamento nel punto vendita e, per la prima volta, l'interazione esperienziale tipica del canale retail sono oggetto di Powderful, con nuove soluzioni digitali proposte da MCI Brand, agenzia specializzata nel retail a livello internazionale, ed ELSE Corp, start-up italiana specializzata in tecnologie di shopping virtuale.



## Appuntamento Da oggi alla Fiera di Bologna

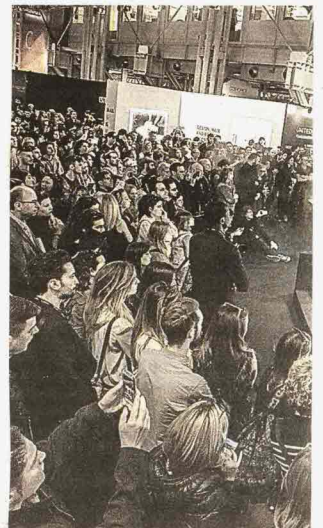
**Eva Desiderio**

**BOLOGNA**

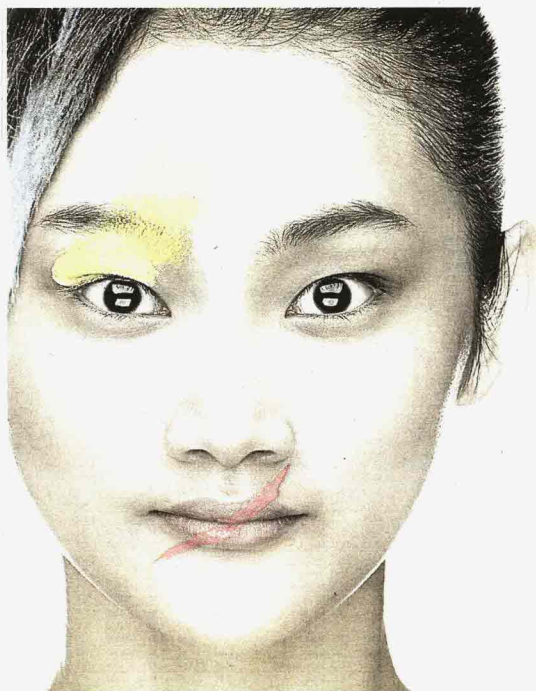
«**PER AVERE** degli occhi belli, cerca la bontà negli altri, per delle labbra belle, pronuncia solo parole gentili, per una figura snella, dividi il tuo cibo con le persone affamate, per dei capelli belli lascia che un bambino vi passi le sue dita una volta al giorno; e per l'atteggiamento, cammina con la consapevolezza che non sei mai sola»: consigli per una bellezza dell'anima che arrivano dal cuore di una donna speciale come Audrey Hepburn che ha solcato il Novecento con una grazia e uno charme speciale. Se fosse vissuta oggi l'interprete di *Vacanze Romane* e di *Sabrina* avrebbe senza dubbio fatto un cenno alla Natura, senza la quale non c'è bellezza, e all'impronta ecologica che deve avere la cura di sé, dal trucco alla cura dei capelli, del corpo, delle mani.

**I GIOVANI** lo hanno capito subito e si sono adeguati all'estetica nuova che mette al centro la persona e il suo rapporto dinamico e protettivo col mondo, con quella sfera verde che contamina i nostri desideri molto più della tecnologia. Dopo la moda il beauty non può fare a meno della sostenibilità, del ritorno alle radici naturali del mondo. E così, forse anche un po' in omaggio ai Millennials, ecco che l'edizione che si apre oggi (e fino a lunedì) a Bologna di Cosmoprof Worldwide è tutta "green". Alla ribalta 2.800 espositori da 70 paesi, collettive naziona-

li da 27 nazioni per un bellezza veramente multietnica e non solo d'immagine. In una fiera di Bologna coi padiglioni completamente rinnovati per un numero di stand cresciuto del 7,5%, una customizzazione per aree di prodotto per facilitare la visita dei buyers, un mare di iniziative ad hoc, di lanci di progetti speciali, di premi internazionali, le soluzioni lussuose ed emozionali di Cosmoprof e Accademia del Profu-







**UNA, CENTO, MILLE DONNE,** da tutto il mondo, in tutto il mondo. Per rappresentare un'idea di bellezza universale, al di sopra delle etnie, lontano mille miglia dall'idea di razza. Con un piccolo-grande segno (o graffito?) di colore, sulle labbra, sugli occhi, sul viso, sulla fronte, per dire a tutti che non solo siamo belle ma anche sorelle. Accomunate in maniera rivoluzionaria anche dal beauty, e questa sì che è un'idea forte, una frontiera finora mai esplorata. E invece Oliviero Toscani, fotografo di fama, talento infinito e tante provocazioni, ricomincia da queste facce col trucco di fantasia per raccontare questa edizione di Cosmoprof in corso a BolognaFiere e per il secondo anno crea l'immagine della gigantesca fiera che accompagnerà gli espositori qui in città ma anche nelle altre location per il mondo. Dopo la prima campagna del 2017 che ha celebrato i 50 anni di Cosmoprof ecco ancora questa prova d'autore, colorata anche nell'anima del salone e nei suoi più alti significati. «Mi sono divertito ad immaginare questa campagna per Cosmoprof perché la sfida era alta», racconta Oliviero Toscani, 76 anni, una vita dietro l'obiettivo per raccontare tante vite, dal 1982 al 2000 impegnato negli scatti

## La magnifica semplicità di due volti di donna

anche di denuncia per United Colors of Benetton, poi la lunga pausa e tanti lavori d'arte, prima di essere richiamato pochi mesi fa al timone di Fabrica dal presidente Luciano Benetton e varare le prime foto per la nuova Benetton sul tema dell'integrazione che parte dall'incontro tra i bambini. «Dovevo sintetizzare - in una immagine una fiera da più di 2.800 espositori, una fiera che parla agli addetti ai lavori della cosmesi, della profumeria, dei capelli, una fiera internazionale con visitatori da tutto il mondo. Ecco allora un tocco di colore astratto sugli occhi, sulle labbra, sui capelli, e poi una



ragazza bianca, una nera e una orientale». Un giro del mondo della bellezza, con semplicità e profondità, lontano dalle immagini patinate che rimandano a un mondo di finzioni e di estetica costruita, per arrivare alla maniera di Oliviero Toscani all'essenza del Cosmoprof, ad essere il protagonista di una rivoluzione globale dell'idea di bellezza. «Alla fine la semplicità - conclude - è la cosa più difficile da raggiungere ma è quella che funziona meglio». Durante la conferenza stampa di presentazione del salone non ha mancato con una battuta di stupire l'auditorio: «a me piacciono le donne senza trucco», ha scherzato (ma poi quanto?) per poi scoppiare a ridere. E proprio per queste caratteristiche e questa innata spontaneità questa campagna ha vinto l'International Fair Poster Competition organizzato da UFI (Globe Association of the Exhibition Industry) come la più bella ed efficace campagna pubblicitaria di tutte le fiere del mondo: il premio è stato ritirato a Johannesburg da BolognaFiere, nel novembre scorso. Ora questi volti di donna rappresenteranno anche per le edizioni di Las Vegas (Cosmoprof North America), Hong Kong (Cosmoprof Asia) e Mumbai (Cosmoprof India).

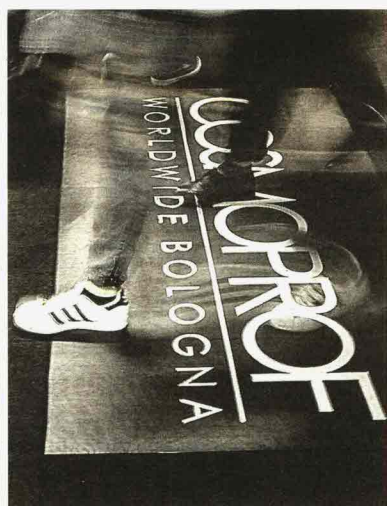
Eva Desiderio

## al Cosmoprof espositori da tutto il mondo

mo, con l'appoggio di Cosmetica Italia, e i visitatori potranno votare le fragranze preferite dei grandi marchi, dal gruppo Angelini Beauty, a Bulgari Italia, Chanel, Collistar, Coty Italia; L'Oréal Italia Luxe, LVMH Italia, Puig Italia, Salvatore Ferragamo Parfums e Shiseido Group Italy. Per valorizzare al massimo i tesori di questa fiera. «Il pubblico premia i profumi di alta gamma - dice Lucia-nod Bertinelli, presidente di Accademia del Profumo - e il mercato

delle fragranze cresce del +2,5%. Ma torniamo a parlare di Cosmoprof Green e della cosmesi naturale, dalle materie prime controllate all'impatto della produzione, per proteggere l'immunità della pelle del viso e del corpo.

**NON SOLO ATTENZIONE** ai prodotti anti-age, ora anche molto per gli uomini, ma un nuovo approccio alla cura di sé che affonda in ricette e rituali antichi, per una clientela molto attenta, che cerca l'aiuto della ricerca e della tecnologia e aborrisce gli ingredienti sintetici. Insomma una sorta di slow cosmetics, in mostra al padiglione 19, tutto a vocazione eco-friendly. Ed è un giro del mondo della bellezza questo che parte dall'eco-sostenibilità di sieri e creme, trucchi e prodotti per capelli, che prendono vita dal tè, dalla crusca di riso, dal melograno e dai vinaccioli. Non manca il siero alla bava di lumaca, l'olio essenziale di palmarosa, di cocco, di jojoba. Dal Giappone arrivano sieri antirughe estratti da 50 piante medicinali. Non manca l'olio Inca ricco di omega con calendula, olio di rosa canina e oli essenziali biologici. Di grande impatto visivo ed emotivo il magastand di Davines, allestito dallo studio di architettura MTLC, di Matteo Thun e Luca Colombo, per vivere la Natura tutta intorno ai prodotti che si lanciano come Liquid Spell un fluido rinforzante per capelli sensibili, tra strutture di legno di castagno, graniglia di quarzo sul pavimento, rattan per illuminare e fi-liere di alberi veri.



## Trattamenti, colori e portamento

**LE DIMOSTRAZIONI** live di Cosmoprof OnStage (dalle 9 e 30 alle 17 e 30), dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica in collaborazione con la manifestazione Estheteworld by Cosmoprof. Oggetto delle sessioni saranno le tecniche di massaggio in linea con le ultime tendenze, come il Linfo + Detox Massage presentato da Manuela Ravasio e il Bioenergetic Massage + Meditation di Salvatore Leone. Non mancheranno le proposte dei più famosi make-up artist, con la presenza di Rossano De Cesaris, con una dimostrazione di trucco adatto all'atmosfera del red carpet, e di Lashdream, con il focus sullo sguardo di Eye Love You. Tra i temi trattati anche l'importanza della dermopigmentazione e del suo utilizzo per scopi correttivi estetici e ricostruttivi, in collaborazione con Atec Italia. Si parlerà anche dell'essenza nei colori e nel portamento, ovvero una guida al corretto utilizzo dei colori e di come indossarli, per elevare la coscienza e lo spirito ed intensificare la propria energia.

## Domani

### Effetto viola contro stress e tensioni



**VERRÀ PRESENTATO** dalle 12 e 30 alle 13 e 30 alla sala concerto del blocco d in anteprima mondiale EffettoVIOLA, un nuovo trattamento di bellezza contro l'ansia e lo stress. Si tratta di una tecnologia unica al mondo in grado di clonare le onde cerebrali caratteristiche di un individuo nel momento di massima pace e relax. Con la collaborazione di Fonoprint e di Warner Chappell, questo trattamento aiuta a ridurre lo stress, l'ansia, la tensione, l'agitazione e la diminuzione del sonno.

## Domani

### Nail art, tecniche per l'estate

**PER IL MONDO NAIL**, sessioni di formazione dalle 9 alle 13 dedicate alle onicotecniche. Nail Education Bologna, organizzato da Eva Burai di Nail Over lunedì 19 marzo, punta i riflettori sulle tecniche per il nail art più alla moda, proseguendo un percorso iniziato a Estheteworld by Cosmoprof lo scorso ottobre. In programma una sessione con la master Sonia Fois, che eseguirà una nail art ispirata alle tendenze per l'estate 2018, e una dimostrazione con Chiara Amendola che eseguirà una nail art con un nuovissimo prodotto "hybrid", un mix tra gel e acrilico, creando l'unghia ballerina con effetto Baby Boomer.





**SEMPRE PIÙ GRANDE** e autorevole per numero di espositori, sempre più internazionale grazie alle attività di scouting e al sostegno dell'Uice e del ministero per lo Sviluppo Economico sui principali mercati. La mission di Cosmoprof Worldwide Bologna si amplia sempre di più e si potenzia sotto tutti i punti di vista, primo fra tutti quello della qualità dell'offerta espositiva. Per questo si annunciano nuovi eventi all'estero per tutto il 2018. Tanti i nuovi contatti durante i roadshow che hanno portato e porteranno ancora la fiera bolognese nel mondo, dalla Corea del Sud, alla Thailandia, passando per Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania, Mozambico, luoghi che fino a pochi anni fa sembravano lontani, lontanissimi, per il format di Cosmoprof. E invece la macchina da guerra del salone conquista sempre nuovi obiettivi strategici, con attenzione speciale da parte di selezionati retailer e distributori impegnati a visitare gli immensi padiglioni di Bologna Fiere fino al 19 marzo. Una piattaforma di

## Una formula che piace e conquista nuovi mercati

idee, progetti, prodotti di ricerca che tutti ci invidiano. «L'edizione numero 51 di Cosmoprof si apre guardando al futuro – dice Gianpiero Calzolari (nella foto), da un anno presidente di BolognaFiere – non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il nostro quartiere fieristico in maniera profonda e che consentirà a Cosmoprof e alle altre manifestazioni che ospitiamo di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140mila metri quadrati ma anche perché Cosmoprof si

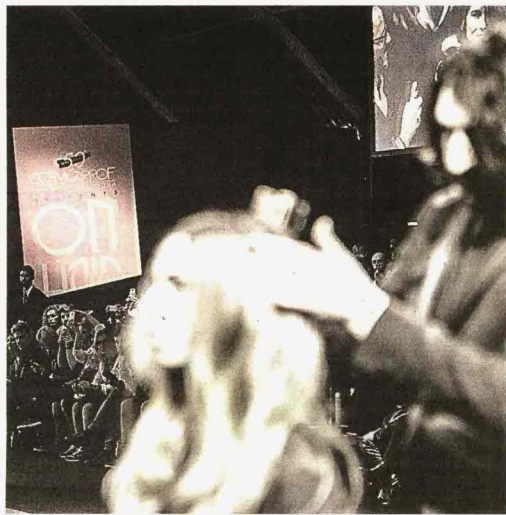


presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia per coprire la regione asiatica in modo capillare». Forti dei successi delle fiere di Cosmoprof nel mondo il presidente Gianpiero Calzolari sottolinea l'importanza del presidio da parte di Cosmoprof di alcuni mercati in crescita nei prossimi anni per nuove opportunità di sviluppo per l'industria della cosmetica. «Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa – spiega – è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Un mercato globale che BolognaFiere affronta con il suo know-how specialistico, mantenendo un posizionamento qualitativamente alto e rimanendo punto di riferimento per gli operatori professionali di questo importante settore».

**Eva Desiderio**

## I capelli fanno spettacolo

**LE PRINCIPALI AZIENDE** e team artistici presentano le loro collezioni al Palazzo dei Congressi / Europ Auditorium, alla presenza di oltre mille operatori. L'iniziativa On Hair Collection ospita nella giornata di domenica i team di Class Hair Academy, Schwarzkopf Professional, Hair Company Professional, MashUp Creative Team e BH Salon Hairdressing; lunedì sul palco Dmitry Zhilin e Wella, con i team di James Parrucchieri e Federico Fashion Style. Le aziende possono presentare al loro network le ultime novità e tendenze in show esclusivi, dedicati ai professionisti del settore hair in visita a Cosmoprof Worldwide Bologna e provenienti da tutto il mondo.



## Un aiuto per le ricerche dell'Irst

**L'INIZIATIVA DI BENEFICENZA** di Cosmoprof Worldwide Bologna chiama a raccolta i visitatori di Cosmoprof Worldwide Bologna. Con un'offerta simbolica è possibile acquistare i prodotti di selezionati espositori in manifestazione e dare quindi il proprio contributo alle iniziative dell'Istituto scientifico romagnolo per lo studio e la cura dei tumori (Irst), al quale sarà devoluto l'intero incasso. Diciannove le aziende espositrici che hanno aderito al progetto: Baldan Group (Italia), Bandi Cosmetics (Polonia), Dax (Polonia), Embelleze (Portogallo), Equilibra Srl (Italia), Eva Garden (Italia), Gellé Frères (Francia), Helan (Italia), Hemp Care (Italia), Orly by Ladybird House Srl (Italia), Madara Cosmetics (Lettonia), Mareleva Srl (Italia), Nashi Argan (Italia), Onlybio (Polonia), Parisienne Italia Spa (Italia), Phitofarma Srl (Italia), QS Professional (Grecia), Sukin Organics (Australia), Wonderstripes (Germania).

## Come nasce un prodotto

**THE COSMOPACK FACTORY** è tra le iniziative più interessanti per i buyer, i retailer, i manager di azienda, gli sviluppatori e i responsabili dei dipartimenti di ricerca e sviluppo presenti a Cosmopack. Il format, nato sei anni fa a Bologna, presenta Powderful, un progetto integrato di produzione di una 'all-over palette' che segue tutti gli step di sviluppo di un prodotto. Il concept e il design sono curati da Centedegrés, agenzia di design internazionale. Il processo produttivo vede la collaborazione di HCP, Ancorotti Cosmetics, Vetraco Group, Nasritex, Pennelli Faro e Arsmetallo. Anche il posizionamento nel punto vendita e, per la prima volta, l'interazione esperienziale tipica del canale retail sono oggetto di Powderful, con nuove soluzioni digitali proposte da MCI Brand, agenzia specializzata nel retail a livello internazionale, ed ELSE Corp, start-up italiana specializzata in tecnologie di shopping virtuale.



## Appuntamento Da oggi alla Fiera di Bologna

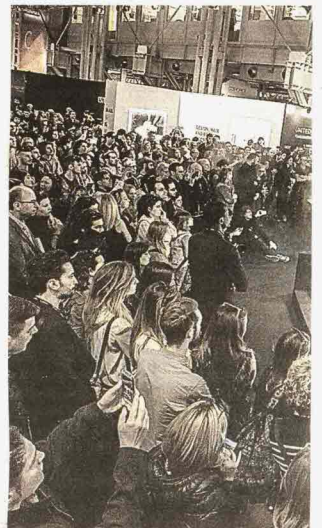
**Eva Desiderio**

**BOLOGNA**

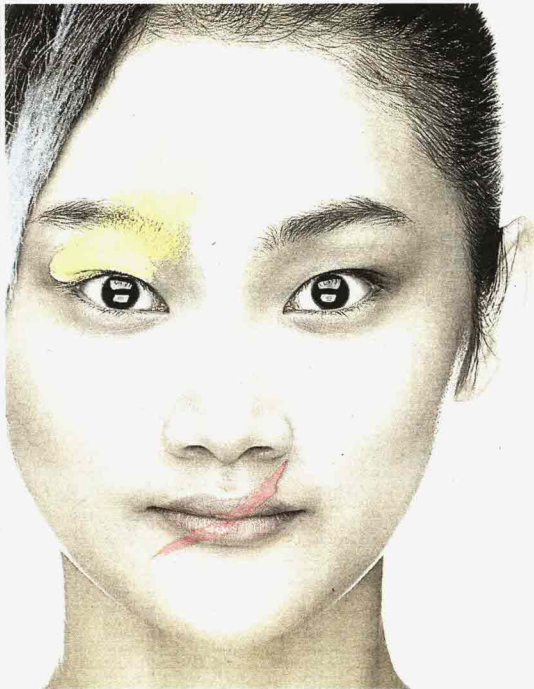
«**PER AVERE** degli occhi belli, cerca la bontà negli altri, per delle labbra belle, pronuncia solo parole gentili, per una figura snella, dividi il tuo cibo con le persone affamate, per dei capelli belli lascia che un bambino vi passi le sue dita una volta al giorno; e per l'atteggiamento, cammina con la consapevolezza che non sei mai sola»: consigli per una bellezza dell'anima che arrivano dal cuore di una donna speciale come Audrey Hepburn che ha solcato il Novecento con una grazia e uno charme speciale. Se fosse vissuta oggi l'interprete di *Vacanze Romane* e di *Sabrina* avrebbe senza dubbio fatto un cenno alla Natura, senza la quale non c'è bellezza, e all'impronta ecologica che deve avere la cura di sé, dal trucco alla cura dei capelli, del corpo, delle mani.

**I GIOVANI** lo hanno capito subito e si sono adeguati all'estetica nuova che mette al centro la persona e il suo rapporto dinamico e protettivo col mondo, con quella sfera verde che contamina i nostri desideri molto più della tecnologia. Dopo la moda il beauty non può fare a meno della sostenibilità, del ritorno alle radici naturali del mondo. E così, forse anche un po' in omaggio ai Millennials, ecco che l'edizione che si apre oggi (e fino a lunedì) a Bologna di Cosmoprof Worldwide è tutta "green". Alla ribalta 2.800 espositori da 70 paesi, collettive naziona-

li da 27 nazioni per un bellezza veramente multietnica e non solo d'immagine. In una fiera di Bologna coi padiglioni completamente rinnovati per un numero di stand cresciuto del 7,5%, una customizzazione per aree di prodotto per facilitare la visita dei buyers, un mare di iniziative ad hoc, di lanci di progetti speciali, di premi internazionali, le soluzioni lussuose ed emozionali di Cosmoprof e Accademia del Profu-







**UNA, CENTO, MILLE DONNE,** da tutto il mondo, in tutto il mondo. Per rappresentare un'idea di bellezza universale, al di sopra delle etnie, lontano mille miglia dall'idea di razza. Con un piccolo-grande segno (o graffito?) di colore, sulle labbra, sugli occhi, sul viso, sulla fronte, per dire a tutti che non solo siamo belle ma anche sorelle. Accomunate in maniera rivoluzionaria anche dal beauty, e questa sì che è un'idea forte, una frontiera finora mai esplorata. E invece Oliviero Toscani, fotografo di fama, talento infinito e tante provocazioni, ricomincia da queste facce col trucco di fantasia per raccontare questa edizione di Cosmoprof in corso a Bologna. Fiere e per il secondo anno crea l'immagine della gigantesca fiera che accompagnerà gli espositori qui in città ma anche nelle altre location per il mondo. Dopo la prima campagna del 2017 che ha celebrato i 50 anni di Cosmoprof ecco ancora questa prova d'autore, colorata anche nell'anima del salone e nei suoi più alti significati. «Mi sono divertito ad immaginare questa campagna per Cosmoprof perché la sfida era alta», racconta Oliviero Toscani, 76 anni, una vita dietro l'obiettivo per raccontare tante vite, dal 1982 al 2000 impegnato negli scatti

## La magnifica semplicità di due volti di donna

anche di denuncia per United Colors of Benetton, poi la lunga pausa e tanti lavori d'arte, prima di essere richiamato pochi mesi fa al timone di Fabrica dal presidente Luciano Benetton e varare le prime foto per la nuova Benetton sul tema dell'integrazione che parte dall'incontro tra i bambini. «Dovevo sintetizzare - in una immagine una fiera da più di 2.800 espositori, una fiera che parla agli addetti ai lavori della cosmesi, della profumeria, dei capelli, una fiera internazionale con visitatori da tutto il mondo. Ecco allora un tocco di colore astratto sugli occhi, sulle labbra, sui capelli, e poi una



ragazza bianca, una nera e una orientale». Un giro del mondo della bellezza, con semplicità e profondità, lontano dalle immagini patinate che rimandano a un mondo di finzioni e di estetica costruita, per arrivare alla maniera di Oliviero Toscani all'essenza del Cosmoprof, ad essere il protagonista di una rivoluzione globale dell'idea di bellezza. «Alla fine la semplicità - conclude - è la cosa più difficile da raggiungere ma è quella che funziona meglio». Durante la conferenza stampa di presentazione del salone non ha mancato con una battuta di stupire l'auditorio: «a me piacciono le donne senza trucco», ha scherzato (ma poi quanto?) per poi scoppiare a ridere. E proprio per queste caratteristiche e questa innata spontaneità questa campagna ha vinto l'International Fair Poster Competition organizzato da UFI (Globe Association of the Exhibition Industry) come la più bella ed efficace campagna pubblicitaria di tutte le fiere del mondo: il premio è stato ritirato a Johannesburg da BolognaFiere, nel novembre scorso. Ora questi volti di donna rappresenteranno anche per le edizioni di Las Vegas (Cosmoprof North America), Hong Kong (Cosmoprof Asia) e Mumbai (Cosmoprof India).

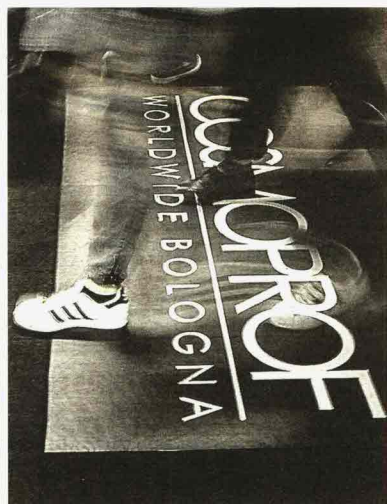
Eva Desiderio

## al Cosmoprof espositori da tutto il mondo

mo, con l'appoggio di Cosmetica Italia, e i visitatori potranno votare le fragranze preferite dei grandi marchi, dal gruppo Angelini Beauty, a Bulgari Italia, Chanel, Collistar, Coty Italia; L'Oréal Italia Luxe, LVMH Italia, Puig Italia, Salvatore Ferragamo Parfums e Shiseido Group Italy. Per valorizzare al massimo i tesori di questa fiera. «Il pubblico premia i profumi di alta gamma - dice Lucia-nod Bertinelli, presidente di Accademia del Profumo - e il mercato

delle fragranze cresce del +2,5%. Ma torniamo a parlare di Cosmoprof Green e della cosmesi naturale, dalle materie prime controllate all'impatto della produzione, per proteggere l'immunità della pelle del viso e del corpo.

**NON SOLO ATTENZIONE** ai prodotti anti-age, ora anche molto per gli uomini, ma un nuovo approccio alla cura di sé che affonda in ricette e rituali antichi, per una clientela molto attenta, che cerca l'aiuto della ricerca e della tecnologia e aborrisce gli ingredienti sintetici. Insomma una sorta di slow cosmetics, in mostra al padiglione 19, tutto a vocazione eco-friendly. Ed è un giro del mondo della bellezza questo che parte dall'eco-sostenibilità di sieri e creme, trucchi e prodotti per capelli, che prendono vita dal tè, dalla crusca di riso, dal melograno e dai vinaccioli. Non manca il siero alla bava di lumaca, l'olio essenziale di palmarosa, di cocco, di jojoba. Dal Giappone arrivano sieri antirughe estratti da 50 piante medicinali. Non manca l'olio Inca ricco di omega con calendula, olio di rosa canina e oli essenziali biologici. Di grande impatto visivo ed emotivo il magastand di Davines, allestito dallo studio di architettura MTLC, di Matteo Thun e Luca Colombo, per vivere la Natura tutta intorno ai prodotti che si lanciano come Liquid Spell un fluido rinforzante per capelli sensibili, tra strutture di legno di castagno, graniglia di quarzo sul pavimento, rattan per illuminare e filiere di alberi veri.



### Trattamenti, colori e portamento

**LE DIMOSTRAZIONI** live di Cosmoprof OnStage (dalle 9 e 30 alle 17 e 30), dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica in collaborazione con la manifestazione Estheteworld by Cosmoprof. Oggetto delle sessioni saranno le tecniche di massaggio in linea con le ultime tendenze, come il Linfo + Detox Massage presentato da Manuela Ravasio e il Bioenergetic Massage + Meditation di Salvatore Leone. Non mancheranno le proposte dei più famosi make-up artist, con la presenza di Rossano De Cesaris, con una dimostrazione di trucco adatto all'atmosfera del red carpet, e di Lashdream, con il focus sullo sguardo di Eye Love You. Tra i temi trattati anche l'importanza della dermopigmentazione e del suo utilizzo per scopi correttivi estetici e ricostruttivi, in collaborazione con Atec Italia. Si parlerà anche dell'essenza nei colori e nel portamento, ovvero una guida al corretto utilizzo dei colori e di come indossarli, per elevare la coscienza e lo spirito ed intensificare la propria energia.

### Domani

#### Effetto viola contro stress e tensioni



**VERRÀ PRESENTATO** dalle 12 e 30 alle 13 e 30 alla sala concerto del blocco d in anteprima mondiale EffettoVIOLA, un nuovo trattamento di bellezza contro l'ansia e lo stress. Si tratta di una tecnologia unica al mondo in grado di clonare le onde cerebrali caratteristiche di un individuo nel momento di massima pace e relax. Con la collaborazione di Fonoprint e di Warner Chappell, questo trattamento aiuta a ridurre lo stress, l'ansia, la tensione, l'agitazione e la diminuzione del sonno.

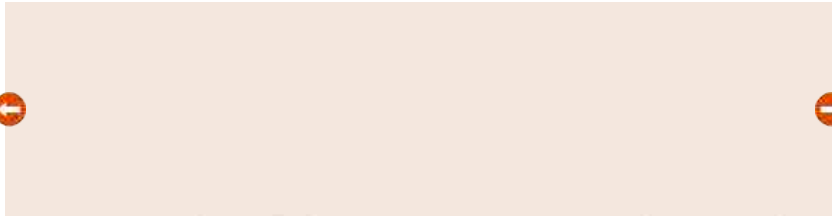
### Domani

#### Nail art, tecniche per l'estate

**PER IL MONDO NAIL,** sessioni di formazione dalle 9 alle 13 dedicate alle onicotecniche. Nail Education Bologna, organizzato da Eva Burai di Nail Over lunedì 19 marzo, punta i riflettori sulle tecniche per il nail art più alla moda, proseguendo un percorso iniziato a Estheteworld by Cosmoprof lo scorso ottobre. In programma una sessione con la master Sonia Fois, che eseguirà una nail art ispirata alle tendenze per l'estate 2018, e una dimostrazione con Chiara Amendola che eseguirà una nail art con un nuovissimo prodotto "hybrid", un mix tra gel e acrilico, creando l'unghia ballerina con effetto Baby Boomer.



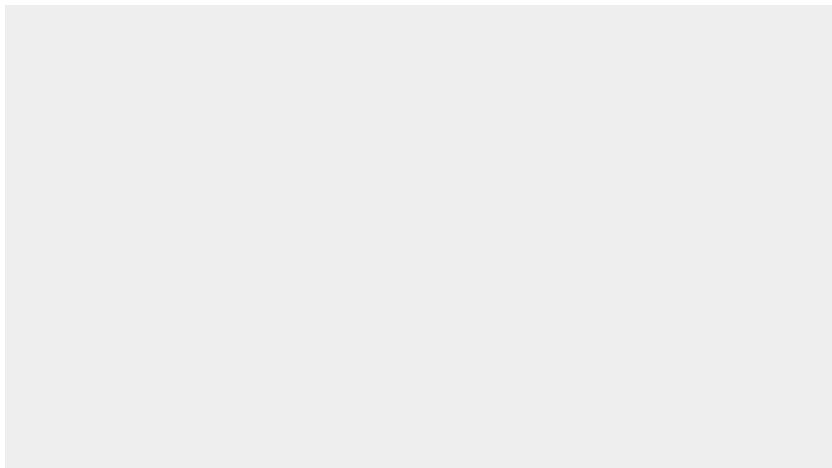
OGGI IN SPETTACOLI



16.03.2018

Tags: BOLOGNA , Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

# Bologna sold out per 51/o Cosmoprof



- Aumenta
- Diminuisci
- Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

YC8-ROM

PUOI LEGGERE ANCHE

SCRIVICI

**PARTECIPA ANCHE TU**  
 manda le tue segnalazioni a [spettacoli@ilgiornaledivicenza.it](mailto:spettacoli@ilgiornaledivicenza.it)

IL METEO

**Vicenza**

OGGI	DOMANI	DOPODOMANI
M 15° m 7° 	M 12° m 8° 	M 9° m 6° 

VERDI LONIGO

HOME

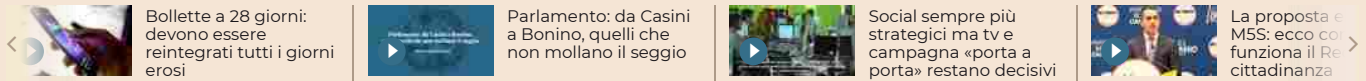
Il programma

TUTTE LE AREE



**BOLOGNA SOLD OUT PER 51/O COSMOPROF**

**DATA: 2018-03-16 OCCHIELLO: 2.822 espositori da 70 Paesi. Fulcro di sistema internazionale**  
**TESTO:(ANSA) - BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a Bologna Fiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di Bologna Fiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".**



FOCUS

# Al via Cosmoprof: la bellezza made in Italy vale 11 miliardi di euro e piace sempre più nel mondo

—di **Marika Gervasio** | 16 marzo 2018



**I**l made in Italy della cosmetica piace sempre di più all'estero e Cosmoprof Worldwide Bologna, che si è aperto ieri, cavalca l'onda dell'internazionalizzazione con numerosi piani di espansione e una nuova edizione in India (*si veda articolo a fianco*). Gli ultimi dati del settore parlano chiaro: secondo Cosmetica Italia, l'associazione di categoria, il 2017 si è chiuso con un fatturato di

I PIÙ LETTI DI MODA24

**ULTIME NOVITÀ**  
Dal catalogo del Sole 24 Ore

SCOPRI ALTRI PRODOTTI >

LE GALLERY PIÙ VISTE



**SPORT** | 15 marzo 2018  
MotoGp, i team e i piloti del mondiale 2018



**MOTORI24** | 14 marzo 2018  
Moto e scooter, le novità di primavera



**ITALIA** | 13 marzo 2018  
I monumenti aperti dal Fai



11 miliardi di euro, in crescita del 4,4% e le proiezioni per l'anno in corso registrano un'ulteriore crescita del 5%. A trainare la crescita le esportazioni in aumento del 9% per un valore di 4,7 miliardi con un impatto positivo sulla bilancia dei pagamenti che sfiora i 2,4 miliardi, record assoluto per il comparto. E per il 2018 si prevede un'ulteriore incremento del 9,2% per le vendite oltreconfine.

«Il settore della bellezza - commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - ha chiuso il 2017 con i segnali positivi che lo contraddistinguono da oltre due esercizi, nonostante lo scenario politico-economico ancora incerto, grazie alla costante attenzione agli investimenti in innovazione e servizio alla clientela delle aziende che così ottengono ottimi risultati sui mercati interni, ma soprattutto su quelli internazionali. E Cosmoprof conferma la competitività di questo sistema».

In forte ripresa l'interesse delle imprese verso i Paesi extra-europei, aree meno presidiate e con minor concentrazione di competitor, che assorbono il 60% del totale. Tra i mercati tradizionalmente importanti per l'export italiano, si conferma la crescita di Francia (+27,7% con 494 milioni), Hong Kong (32,9%, a 162 milioni), Paesi Bassi (+13,2% a 142 milioni) e Stati Uniti, terzo mercato di sbocco con 341 milioni e un +4,5%. In calo, invece, Paesi consolidati come Germania, secondo mercato (-2,0%, 432 milioni), e Regno Unito (-2,4%, 276 milioni). Entrano nella top 10 la Polonia (+8,9%, 130 milioni) che supera la Russia (+7,3% con 115 milioni di euro in ripresa dopo il calo nel 2015 dovuto a crisi di consumo interna). Allargando il campo ai primi venti Paesi si nota la forza dell'Italia in Asia: oltre a Hong Kong, si registrano le ottime performance di Singapore (+19,3%), Corea del Sud (10,2%), Cina (+53,3%) e Giappone (+5,1%).

E proprio l'Asia sarà il driver di crescita del mercato mondiale di bellezza, secondo un'analisi di EY presentata ieri a Bologna ai «Cosmotalks» di Cosmoprof. Nel 2020 si prevede che il settore raggiunga i 558 miliardi di dollari a livello globale, dai 497 miliardi del 2018 con un tasso di crescita del 5,8%, guidato dall'area Asia-Pacifico, la cui quota sul mercato totale dovrebbe passare dal 32% di quest'anno al 32,4%, seguita dall'Europa che invece perderà terreno scendendo dal 19,8% al 18,8% e dagli Stati Uniti che caleranno dal 20,2% al 19,3%. A fare la parte del leone, make-up e grooming maschile, le categorie con i tassi di crescita più elevati, ma anche il beauty di lusso che oggi vale 49 miliardi di euro e che, con un tasso di crescita annua superiore al 4%, dovrebbe raggiungere i 57 miliardi di euro fra due anni. Una grande occasione per le aziende made in Italy se si pensa che il 60% del trucco mondiale, la maggior parte di fascia



MODA | 14 marzo 2018

Botanic mood: 70 abiti e accessori per invadere di fiori l'armadio di primavera



MOTORI24 | 7 marzo 2018

Ginevra 2018, le novità e i prototipi marca per marca



alta, viene prodotto a casa nostra.

Tra i principali driver che guidano le strategie di crescita dei player della cosmesi, che mirano a consolidare la propria presenza a livello globale, sono, secondo gli analisti di EY, l'ampliamento della gamma di prodotti offerti, l'espansione in nuovi mercati geografici adattandosi a trend di consumo spesso peculiari per area, l'innovazione tramite l'uso di nuove tecnologie e la ricerca dei canali di contatto con il consumatore, che sempre più combinano online e retailer fisici.

Che il settore della cosmesi goda di un particolare dinamismo lo dimostra anche il fatto che sta registrando un numero crescente di operazioni di mergers & acquisitions. Nel 2017 si sono registrate 105 operazioni, di cui 37 hanno riguardato l'acquisizione di aziende in Europa. L'Italia ricopre un ruolo chiave, posizionandosi come terzo mercato target, dopo Stati Uniti e Francia, con nove operazioni realizzate lo scorso anno.

© Riproduzione riservata


**ARGOMENTI:** [Cosmoprof Worldwide Bologna](#) | [Oceano Pacifico](#) | [Cosmotalks](#) | [Singapore](#) | [Corea del Sud](#) | [Francia](#) | [Hong Kong](#) | [Fabio Rossello](#) | [Italia](#) | [Dati di bilancio annuali](#)

 **0 COMMENTI**  
Partecipa alla discussione


Scrivi un commento...

Disclaimer

**Pubblica**

 **0 Commenti** | [Aggiorna](#)

[VEDI TUTTI I COMMENTI](#) ▲

 [Carica altri commenti](#)

FOTO

**24**

**24**

**24**

**24**

**SEMPRE PIÙ GRANDE** e autorevole per numero di espositori, sempre più internazionale grazie alle attività di scouting e al sostegno dell'Uice e del ministero per lo Sviluppo Economico sui principali mercati. La mission di Cosmoprof Worldwide Bologna si amplia sempre di più e si potenzia sotto tutti i punti di vista, primo fra tutti quello della qualità dell'offerta espositiva. Per questo si annunciano nuovi eventi all'estero per tutto il 2018. Tanti i nuovi contatti durante i roadshow che hanno portato e porteranno ancora la fiera bolognese nel mondo, dalla Corea del Sud, alla Thailandia, passando per Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania, Mozambico, luoghi che fino a pochi anni fa sembravano lontani, lontanissimi, per il format di Cosmoprof. E invece la macchina da guerra del salone conquista sempre nuovi obiettivi strategici, con attenzione speciale da parte di selezionati retailer e distributori impegnati a visitare gli immensi padiglioni di Bologna Fiere fino al 19 marzo. Una piattaforma di

## Una formula che piace e conquista nuovi mercati

idee, progetti, prodotti di ricerca che tutti ci invidiano. «L'edizione numero 51 di Cosmoprof si apre guardando al futuro – dice Gianpiero Calzolari (nella foto), da un anno presidente di BolognaFiere – non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il nostro quartiere fieristico in maniera profonda e che consentirà a Cosmoprof e alle altre manifestazioni che ospitiamo di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140mila metri quadrati ma anche perché Cosmoprof si

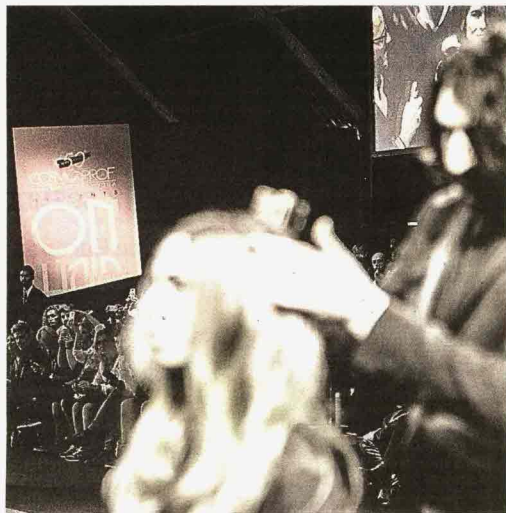


presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia per coprire la regione asiatica in modo capillare». Forti dei successi delle fiere di Cosmoprof nel mondo il presidente Gianpiero Calzolari sottolinea l'importanza del presidio da parte di Cosmoprof di alcuni mercati in crescita nei prossimi anni per nuove opportunità di sviluppo per l'industria della cosmetica. «Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa – spiega – è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Un mercato globale che BolognaFiere affronta con il suo know-how specialistico, mantenendo un posizionamento qualitativamente alto e rimanendo punto di riferimento per gli operatori professionali di questo importante settore».

**Eva Desiderio**

## I capelli fanno spettacolo

**LE PRINCIPALI AZIENDE** e team artistici presentano le loro collezioni al Palazzo dei Congressi / Europ Auditorium, alla presenza di oltre mille operatori. L'iniziativa On Hair Collection ospita nella giornata di domenica i team di Class Hair Academy, Schwarzkopf Professional, Hair Company Professional, MashUp Creative Team e BH Salon Hairdressing; lunedì sul palco Dmitry Zhilin e Wella, con i team di James Parrucchieri e Federico Fashion Style. Le aziende possono presentare al loro network le ultime novità e tendenze in show esclusivi, dedicati ai professionisti del settore hair in visita a Cosmoprof Worldwide Bologna e provenienti da tutto il mondo.



## Un aiuto per le ricerche dell'Irst

**L'INIZIATIVA DI BENEFICENZA** di Cosmoprof Worldwide Bologna chiama a raccolta i visitatori di Cosmoprof Worldwide Bologna. Con un'offerta simbolica è possibile acquistare i prodotti di selezionati espositori in manifestazione e dare quindi il proprio contributo alle iniziative dell'Istituto scientifico romagnolo per lo studio e la cura dei tumori (Irst), al quale sarà devoluto l'intero incasso. Diciannove le aziende espositrici che hanno aderito al progetto: Baldan Group (Italia), Bandi Cosmetics (Polonia), Dax (Polonia), Embelleze (Portogallo), Equilibra Srl (Italia), Eva Garden (Italia), Gellé Frères (Francia), Helan (Italia), Hemp Care (Italia), Orly by Ladybird House Srl (Italia), Madara Cosmetics (Lettonia), Mareleva Srl (Italia), Nashi Argan (Italia), Onlybio (Polonia), Parisienne Italia Spa (Italia), Phitofarma Srl (Italia), QS Professional (Grecia), Sukin Organics (Australia), Wonderstripes (Germania).

## Come nasce un prodotto

**THE COSMOPACK FACTORY** è tra le iniziative più interessanti per i buyer, i retailer, i manager di azienda, gli sviluppatori e i responsabili dei dipartimenti di ricerca e sviluppo presenti a Cosmopack. Il format, nato sei anni fa a Bologna, presenta Powderful, un progetto integrato di produzione di una 'all-over palette' che segue tutti gli step di sviluppo di un prodotto. Il concept e il design sono curati da Centedegrés, agenzia di design internazionale. Il processo produttivo vede la collaborazione di HCP, Ancorotti Cosmetics, Vetraco Group, Nasritex, Pennelli Faro e Arsmetallo. Anche il posizionamento nel punto vendita e, per la prima volta, l'interazione esperienziale tipica del canale retail sono oggetto di Powderful, con nuove soluzioni digitali proposte da MCI Brand, agenzia specializzata nel retail a livello internazionale, ed ELSE Corp, start-up italiana specializzata in tecnologie di shopping virtuale.



## Appuntamento Da oggi alla Fiera di Bologna

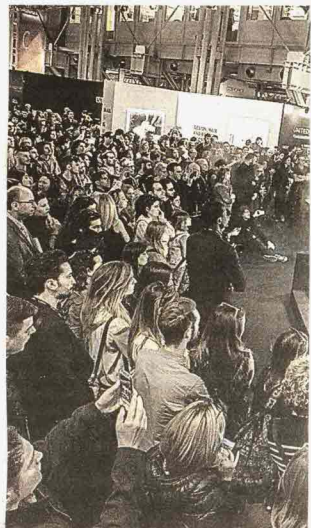
**Eva Desiderio**

**BOLOGNA**

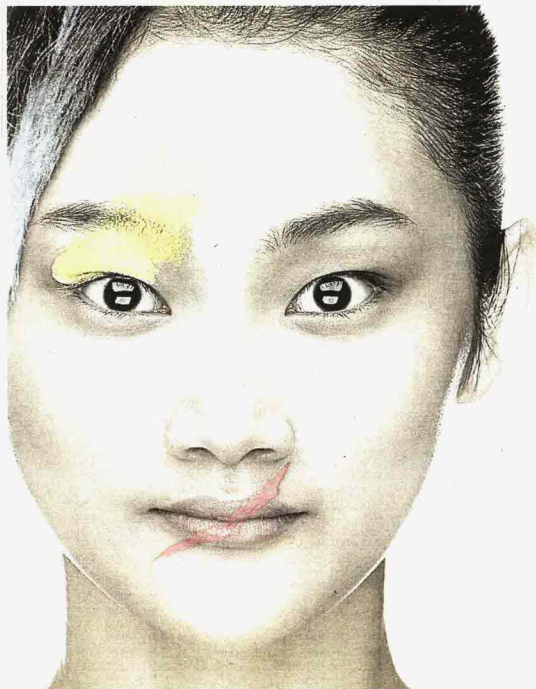
«**PER AVERE** degli occhi belli, cerca la bontà negli altri, per delle labbra belle, pronuncia solo parole gentili, per una figura snella, dividi il tuo cibo con le persone affamate, per dei capelli belli lascia che un bambino vi passi le sue dita una volta al giorno; e per l'atteggiamento, cammina con la consapevolezza che non sei mai sola»: consigli per una bellezza dell'anima che arrivano dal cuore di una donna speciale come Audrey Hepburn che ha solcato il Novecento con una grazia e uno charme speciale. Se fosse vissuta oggi l'interprete di *Vacanze Romane* e di *Sabrina* avrebbe senza dubbio fatto un cenno alla Natura, senza la quale non c'è bellezza, e all'impronta ecologica che deve avere la cura di sé, dal trucco alla cura dei capelli, del corpo, delle mani.

**I GIOVANI** lo hanno capito subito e si sono adeguati all'estetica nuova che mette al centro la persona e il suo rapporto dinamico e protettivo col mondo, con quella sfera verde che contamina i nostri desideri molto più della tecnologia. Dopo la moda il beauty non può fare a meno della sostenibilità, del ritorno alle radici naturali del mondo. E così, forse anche un po' in omaggio ai Millennials, ecco che l'edizione che si apre oggi (e fino a lunedì) a Bologna di Cosmoprof Worldwide è tutta "green". Alla ribalta 2.800 espositori da 70 paesi, collettive naziona-

li da 27 nazioni per un bellezza veramente multietnica e non solo d'immagine. In una fiera di Bologna coi padiglioni completamente rinnovati per un numero di stand cresciuto del 7,5%, una customizzazione per aree di prodotto per facilitare la visita dei buyers, un mare di iniziative ad hoc, di lanci di progetti speciali, di premi internazionali, le soluzioni lussuose ed emozionali di Cosmoprof e Accademia del Profu-







**UNA, CENTO, MILLE DONNE,** da tutto il mondo, in tutto il mondo. Per rappresentare un'idea di bellezza universale, al di sopra delle etnie, lontano mille miglia dall'idea di razza. Con un piccolo-grande segno (o graffito?) di colore, sulle labbra, sugli occhi, sul viso, sulla fronte, per dire a tutti che non solo siamo belle ma anche sorelle. Accomunate in maniera rivoluzionaria anche dal beauty, e questa sì che è un'idea forte, una frontiera finora mai esplorata. E invece Oliviero Toscani, fotografo di fama, talento infinito e tante provocazioni, ricomincia da queste facce col trucco di fantasia per raccontare questa edizione di Cosmoprof in corso a BolognaFiere e per il secondo anno crea l'immagine della gigantesca fiera che accompagnerà gli espositori qui in città ma anche nelle altre location per il mondo. Dopo la prima campagna del 2017 che ha celebrato i 50 anni di Cosmoprof ecco ancora questa prova d'autore, colorata anche nell'anima del salone e nei suoi più alti significati. «Mi sono divertito ad immaginare questa campagna per Cosmoprof perché la sfida era alta», racconta Oliviero Toscani, 76 anni, una vita dietro l'obiettivo per raccontare tante vite, dal 1982 al 2000 impegnato negli scatti

## La magnifica semplicità di due volti di donna

anche di denuncia per United Colors of Benetton, poi la lunga pausa e tanti lavori d'arte, prima di essere richiamato pochi mesi fa al timone di Fabrica dal presidente Luciano Benetton e varare le prime foto per la nuova Benetton sul tema dell'integrazione che parte dall'incontro tra i bambini. «Dovevo sintetizzare - in una immagine una fiera da più di 2.800 espositori, una fiera che parla agli addetti ai lavori della cosmesi, della profumeria, dei capelli, una fiera internazionale con visitatori da tutto il mondo. Ecco allora un tocco di colore astratto sugli occhi, sulle labbra, sui capelli, e poi una



ragazza bianca, una nera e una orientale». Un giro del mondo della bellezza, con semplicità e profondità, lontano dalle immagini patinate che rimandano a un mondo di finzioni e di estetica costruita, per arrivare alla maniera di Oliviero Toscani all'essenza del Cosmoprof, ad essere il protagonista di una rivoluzione globale dell'idea di bellezza. «Alla fine la semplicità - conclude - è la cosa più difficile da raggiungere ma è quella che funziona meglio». Durante la conferenza stampa di presentazione del salone non ha mancato con una battuta di stupire l'auditorio: «a me piacciono le donne senza trucco», ha scherzato (ma poi quanto?) per poi scoppiare a ridere. E proprio per queste caratteristiche e questa innata spontaneità questa campagna ha vinto l'International Fair Poster Competition organizzato da UFI (Globe Association of the Exhibition Industry) come la più bella ed efficace campagna pubblicitaria di tutte le fiere del mondo: il premio è stato ritirato a Johannesburg da BolognaFiere, nel novembre scorso. Ora questi volti di donna rappresenteranno anche per le edizioni di Las Vegas (Cosmoprof North America), Hong Kong (Cosmoprof Asia) e Mumbai (Cosmoprof India).

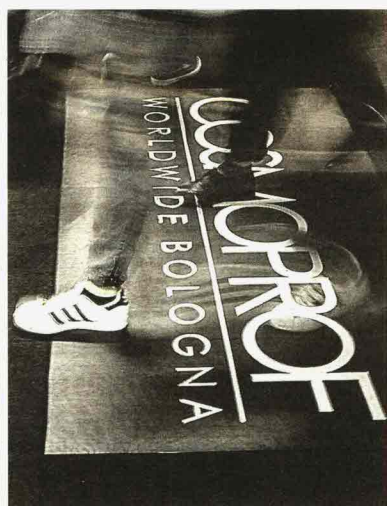
Eva Desiderio

## al Cosmoprof espositori da tutto il mondo

mo, con l'appoggio di Cosmetica Italia, e i visitatori potranno votare le fragranze preferite dei grandi marchi, dal gruppo Angelini Beauty, a Bulgari Italia, Chanel, Collistar, Coty Italia; L'Oréal Italia Luxe, LVMH Italia, Puig Italia, Salvatore Ferragamo Parfums e Shiseido Group Italy. Per valorizzare al massimo i tesori di questa fiera. «Il pubblico premia i profumi di alta gamma - dice Lucia-nod Bertinelli, presidente di Accademia del Profumo - e il mercato

delle fragranze cresce del +2,5%. Ma torniamo a parlare di Cosmoprof Green e della cosmesi naturale, dalle materie prime controllate all'impatto della produzione, per proteggere l'immunità della pelle del viso e del corpo.

**NON SOLO ATTENZIONE** ai prodotti anti-age, ora anche molto per gli uomini, ma un nuovo approccio alla cura di sé che affonda in ricette e rituali antichi, per una clientela molto attenta, che cerca l'aiuto della ricerca e della tecnologia e aborrisce gli ingredienti sintetici. Insomma una sorta di slow cosmetics, in mostra al padiglione 19, tutto a vocazione eco-friendly. Ed è un giro del mondo della bellezza questo che parte dall'eco-sostenibilità di sieri e creme, trucchi e prodotti per capelli, che prendono vita dal tè, dalla crusca di riso, dal melograno e dai vinaccioli. Non manca il siero alla bava di lumaca, l'olio essenziale di palmarosa, di cocco, di jojoba. Dal Giappone arrivano sieri antirughe estratti da 50 piante medicinali. Non manca l'olio Inca ricco di omega con calendula, olio di rosa canina e oli essenziali biologici. Di grande impatto visivo ed emotivo il magastand di Davines, allestito dallo studio di architettura MTLC, di Matteo Thun e Luca Colombo, per vivere la Natura tutta intorno ai prodotti che si lanciano come Liquid Spell un fluido rinforzante per capelli sensibili, tra strutture di legno di castagno, graniglia di quarzo sul pavimento, rattan per illuminare e fi-liere di alberi veri.



### Trattamenti, colori e portamento

**LE DIMOSTRAZIONI** live di Cosmoprof OnStage (dalle 9 e 30 alle 17 e 30), dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica in collaborazione con la manifestazione Estheteworld by Cosmoprof. Oggetto delle sessioni saranno le tecniche di massaggio in linea con le ultime tendenze, come il Linfo + Detox Massage presentato da Manuela Ravasio e il Bioenergetic Massage + Meditation di Salvatore Leone. Non mancheranno le proposte dei più famosi make-up artist, con la presenza di Rossano De Cesaris, con una dimostrazione di trucco adatto all'atmosfera del red carpet, e di Lashdream, con il focus sullo sguardo di Eye Love You. Tra i temi trattati anche l'importanza della dermopigmentazione e del suo utilizzo per scopi correttivi estetici e ricostruttivi, in collaborazione con Atec Italia. Si parlerà anche dell'essenza nei colori e nel portamento, ovvero una guida al corretto utilizzo dei colori e di come indossarli, per elevare la coscienza e lo spirito ed intensificare la propria energia.

### Domani

#### Effetto viola contro stress e tensioni



**VERRÀ PRESENTATO** dalle 12 e 30 alle 13 e 30 alla sala concerto del blocco d in anteprima mondiale EffettoVIOLA, un nuovo trattamento di bellezza contro l'ansia e lo stress. Si tratta di una tecnologia unica al mondo in grado di clonare le onde cerebrali caratteristiche di un individuo nel momento di massima pace e relax. Con la collaborazione di Fonoprint e di Warner Chappell, questo trattamento aiuta a ridurre lo stress, l'ansia, la tensione, l'agitazione e la diminuzione del sonno.

### Domani

#### Nail art, tecniche per l'estate

**PER IL MONDO NAIL**, sessioni di formazione dalle 9 alle 13 dedicate alle onicotecniche. Nail Education Bologna, organizzato da Eva Burai di Nail Over lunedì 19 marzo, punta i riflettori sulle tecniche per il nail art più alla moda, proseguendo un percorso iniziato a Estheteworld by Cosmoprof lo scorso ottobre. In programma una sessione con la master Sonia Fois, che eseguirà una nail art ispirata alle tendenze per l'estate 2018, e una dimostrazione con Chiara Amendola che eseguirà una nail art con un nuovissimo prodotto "hybrid", un mix tra gel e acrilico, creando l'unghia ballerina con effetto Baby Boomer.





Questo sito utilizza cookie di profilazione, propri o di altri siti, per inviare messaggi pubblicitari mirati. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie clicca qui. Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner accetti all'uso dei cookie

Ok

ACCEDI METEO CERCA

FULLSCREEN DIGITAL EDITION ARCHIVIO STORICO CONTATTI

# LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO.it

VENERDÌ 16 MARZO 2018 | 16:10

HOME BARI BAT BRINDISI FOGGIA LECCE TARANTO MATERA POTENZA SPORT **ITALIA E MONDO** MULTIMEDIA SONDAGGI E RUBRICHE BLOG SERVIZI

sei in » Italia e Mondo » Spettacolo

**BOLOGNA**

## Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

2.822 espositori da 70 Paesi. Fulcro di sistema internazionale

fscolta

Seleziona lingua | ▼

16 Marzo 2018

**Commenti**

N. commenti 0

aa

Allegria Gioia Studio Triste  
 0 0 0 0

☆☆☆☆☆



BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla

Segui La Gazzetta del Mezzogiorno



Powered by Google



**Rifare il Bagno - Costi**

Ann. preventivi.it



**Il comico Uccio De Santis indagato...**

lagazzettadelmezzogiorno.it



**Al Bano: «La droga ha distrutto...**

lagazzettadelmezzogiorno.it



**Malena, la pornstar barese...**

lagazzettadelmezzogiorno.it



**Potenza a luci rosse «Io,...**

lagazzettadelmezzogiorno.it



**Spopola in Rete «Malena la...**

lagazzettadelmezzogiorno.it

Edicola digitale

fliera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".



Annunci PPN

**Cuoco, cameriere, barista**  
Tutte le opportunità aperte nel campo della ristorazione!  
[Scopri tutte le posizioni](#)

**ŠKODA FABIA TWIN COLOR**  
Da 10.900€ anche con finanziamento TAN 0% - TAEG 2,80%  
[Configurala](#)

**PURINA ONE**  
Prova PURINA ONE per 3 settimane e guarda i benefici  
[Scopri di più](#)

Lascia il tuo commento

Testo

Caratteri rimanenti: 400

INVIA



SFOGLIA EDIZIONE

ACQUISTA EDIZIONE



Meteo Basilicata  
Meteo Puglia

Venerdì 16    Sabato 17    Domenica 18    >>

Aggiornato il 16-03-2018 15:34



Più Letti

Più Commentati

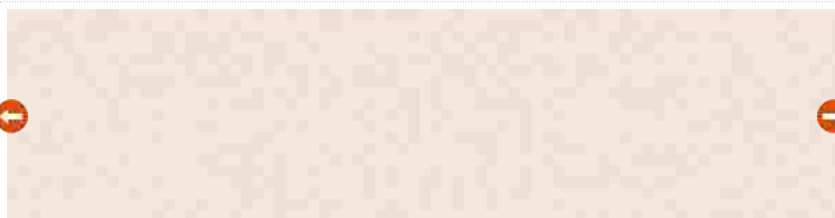
NEWS    FOTO    VIDEO

14.03.2018  
**Bufera su consiglieri grillini**  
«Sui contratti date truccate»

15.03.2018  
**Bari, diffamò Vendola, Sgarbi**  
condannato a risarcimento danni

15.03.2018  
**Genitori picchiano maestra**  
arrestata per maltrattamenti

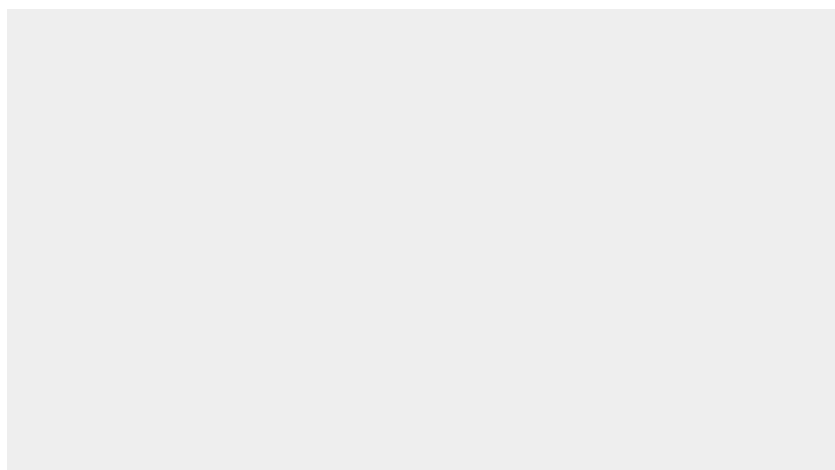
## OGGI IN SPETTACOLI



16.03.2018

Tags: BOLOGNA , Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

# Bologna sold out per 51/o Cosmoprof



- Aumenta
- Diminuisci
- Stampa

(ANSA) - BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

YC8-ROM

PUOI LEGGERE ANCHE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## IL METEO

### Verona

OGGI  
• M 14°  
• m 8°



DOMANI  
• M 11°  
• m 8°



DOPODOMANI  
• M 10°  
• m 6°



## OISE

OISE PORTALE DEL SISTEMA ECONOMICO VERONESE



VAI ALLO SPECIALE

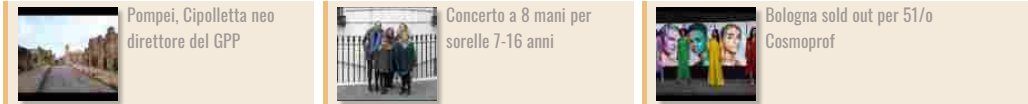


Questo sito utilizza cookie di profilazione, propri o di altri siti, per inviare messaggi pubblicitari mirati. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner acconsenti all'uso dei cookie

Ok

# LA SICILIA

Home | Cronaca | Politica | Economia | Sport | **Spettacoli** | Lavoro | Tech | Gallery | Altre sezioni



sei in » Spettacoli

BOLOGNA

## Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

16/03/2018 - 16:00

2.822 espositori da 70 Paesi. Fulcro di sistema internazionale



A A A

BOLOGNA, 16 MAR - Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di accoppiatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

COPYRIGHT LASICILIA.IT © RIPRODUZIONE RISERVATA

Ti potrebbero interessare anche:



Catania, mazzette sull'appalto dei **Metodo Naturale** Pozzallo, respinto un carico di

OFFERTE VALIDE DA MARTEDÌ 6 A MERCOLEDÌ 14 MARZO 2018

### IL GIORNALE DI OGGI

LA SICILIA

ARRESTATO IL LEADER DELLA PROTESTA PIANO DI...  
 Basta emigrare ora ai giovani conviene restare  
 Disabili, lo strano caso dei 3 mila "gravissimi"  
 «Sono il vostro figlio, sono vivo: ma trattava...  
 La fiaba di Acate...  
 Mondo

Sfogliala

Abbonati



Sfogliala l'archivio dal 1945

I TITOLI del GIORNO

### I VIDEO



Serie C, verso Catania Reggina, parla Lucarelli

**COSMOPROF, LA MAGNIFICA SEMPLICITA' DI DUE VOLTI DI DONNA**

Bologna, 16 marzo 2018 - Una, cento, mille donne, da tutto il mondo, in tutto il mondo. Per rappresentare un'idea di bellezza universale, al di sopra delle etnie, lontano mille miglia dall'idea di razza. Con un piccolo-grande segno (o graffio?) di colore, sulle labbra, sugli occhi, sul viso, sulla fronte, per dire a tutti che non solo siamo belle ma anche sorelle. Accomunate in maniera rivoluzionaria anche dal beauty, e questa sì che è un'idea forte, una frontiera finora mai esplorata. E invece Oliviero Toscani, fotografo di fama, talento infinito e tante provocazioni, ricomincia da queste facce col trucco di fantasia per raccontare questa edizione di Cosmoprof in corso a BolognaFiere e per il secondo anno crea l'immagine della gigantesca fiera che accompagnerà gli espositori qui in città ma anche nelle altre location per il mondo.

Dopo la prima campagna del 2017 che ha celebrato i 50 anni di Cosmoprof ecco ancora questa prova d'autore, colorata anche nell'anima del salone e nei suoi più alti significati. «Mi sono divertito ad immaginare questa campagna per Cosmoprof perché la sfida era alta», racconta Oliviero Toscani, 76 anni, una vita dietro l'obiettivo per raccontare tante vite, dal 1982 al 2000 impegnato negli scatti anche di denuncia per United Colors of Benetton, poi la lunga pausa e tanti lavori d'arte, prima di essere richiamato pochi mesi fa al timone di Fabrica dal presidente Luciano Benetton e varare le prime foto per la nuova Benetton sul tema dell'integrazione che parte dall'incontro tra i bambini. «Dovevo sintetizzare o precisare o in una immagine una fiera da più di 2.800 espositori, una fiera che parla agli addetti ai lavori della cosmesi, della profumeria, dei capelli, una fiera internazionale con visitatori da tutto il mondo. Ecco allora un tocco di colore astratto sugli occhi, sulle labbra, sui capelli, e poi una ragazza bianca, una nera e una orientale».

Un giro del mondo della bellezza, con semplicità e profondità, lontano dalle immagini patinate che rimandano a un mondo di finzioni e di estetica costruita, per arrivare alla maniera di Oliviero Toscani all'essenza del Cosmoprof, ad essere il protagonista di una rivoluzione globale dell'idea di bellezza. «Alla fine la semplicità o conclude o è la cosa più difficile da raggiungere ma è quella che funziona meglio». Durante la conferenza stampa di presentazione del salone non ha mancato con una battuta di stupire l'auditorio: «a me piacciono le donne senza trucco», ha scherzato (ma poi quanto?) per poi scoppiare a ridere. E proprio per queste caratteristiche e questa innata spontaneità questa campagna ha vinto l'International Fair Poster Competition organizzato da UFI (Globa Association of the Exhibition Industry) come la più bella ed efficace campagna pubblicitaria di tutte le fiere del mondo: il premio è stato ritirato a Johannesburg da BolognaFiere, nel novembre scorso. Ora questi volti di donna rappresenteranno anche per le edizioni di Las Vegas (Cosmoprof North America), Hong Kong (Cosmoprof Asia) e Mumbai (Cosmoprof India).

**COSMOPROF, UNA FORMULA CHE PIACE E CONQUISTA I NUOVI MERCATI**

Bologna, 16marzo 2018 -Sempre più grande e autorevole per numero di espositori, sempre più internazionale grazie alle attività di scouting e al sostegno dell'Ice e del ministero per lo Sviluppo Economico sui principali mercati. La mission di Cosmoprof Worldwide Bologna si amplia sempre di più e si potenzia sotto tutti i punti di vista, primo fra tutti quello della qualità dell'offerta espositiva. Per questo si annunciano nuovi eventi all'estero per tutto il 2018. Tanti i nuovi contatti durante i roadshow che hanno portato e porteranno ancora la fiera bolognese nel mondo, dalla Corea del Sud, alla Thailandia, passando per Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania, Mozambico, luoghi che fino a pochi anni fa sembravano lontani, lontanissimi, per il format di Cosmoprof. E invece la macchina da guerra del salone conquista sempre nuovi obiettivi strategici, con attenzione speciale da parte di selezionati retailer e distributori impegnati a visitare gli immensi padiglioni di Bologna Fiere fino al 19 marzo. Una piattaforma di idee, progetti, prodotti di ricerca che tutti ci invidiano.

"L'edizione numero 51 di Cosmoprof si apre guardando al futuro e dice Gianpiero Calzolari, da un anno presidente di BolognaFiere e non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il nostro quartiere fieristico in maniera profonda e che consentirà a Cosmoprof e alle altre manifestazioni che ospitiamo di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140mila metri quadrati ma anche perché Cosmoprof si presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti: dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia per coprire la regione asiatica in modo capillare". Forti dei successi delle fiere di Cosmoprof nel mondo il presidente Gianpiero Calzolari sottolinea l'importanza del presidio da parte di Cosmoprof di alcuni mercati in crescita nei prossimi anni per nuove opportunità di sviluppo per l'industria della cosmetica. "Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa e spiega e è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Un mercato globale che BolognaFiere affronta con il suo know-how specialistico, mantenendo un posizionamento qualitativamente alto e rimanendo punto di riferimento per gli operatori professionali di questo importante settore".



**MARISA BERENSON LANCIA LA SUA LINEA DI BELLEZZA. "IL MIO SEGRETO PER TUTTE LE DONNE"**

Bologna, 16 marzo 2018 -"Mia nonna, Elsa Schiaparelli, non mi ha dato mai consigli di abbigliamento. Ma l'esempio sì. Ricordo che da bambina indugiavo spesso nella sua salle de bain dell'hotel particulier a Parigi e la vedevo alla toilette mettersi sul viso l'olio di fico d'India che comprava, allora ancora grezzo, in Tunisia dove aveva una casa. Nonna Elsa aveva una bella pelle e per trucco usava solo un po' di crema dove schiacciava la testa bruciata di un fiammifero per crearsi il trucco nero da passarsi sugli occhi". Marisa Berenson traccia questi suoi ricordi di vita, unici e irripetibili, a Bologna dove oggi ha presentato i prodotti di bellezza che portano il suo nome a L'Inde Le Palais, il famoso luxury store che li venderà da oggi in esclusiva per l'Italia e sul proprio sito. Nel primo giorno di un salone kolossal come Cosmoprof, una linea di bellezza d'élite.

"Per me la bellezza è salute, è prendersi cura di sé all'interno e fuori del corpo, partendo da una alimentazione sana e da anti-age ricavati dal miracoloso siero di olio di fico d'India che dopo nonna Elsa mi ha fatto conoscere il mio medico omeopata Christian Delafour. Mi curo la pelle da quando avevo 17 anni - racconta la sempre bella e carismatica e simpatica Marisa Berenson, icona di stile e di eleganza. Fotomodella celebre che ha ispirato per mitiche copertine di Vogue America fotografi come Richard Avedon e Irvin Penn - e adesso voglio condividere con tutte le donne del mondo questo mio segreto. Per questo ho creato siero, la crema, lo spray che passo appena sveglia sul viso a base di fico d'India, ginger e camomilla, l'Olio Favoloso anche sui capelli e sul corpo, la baguette magique che passo sul contorno occhi più volte al giorno".

Packaging d'oro, conservanti naturali, un inno alla bellezza che è un modo "per essere più felici", nei cosmetici di Marisa Berenson ci sono ricette antichissime aggiornate all'oggi. Nel segno massimo della Natura. "Sono felice di essere qui all'Inde Le Palais che venderà in esclusiva per l'Italia i miei prodotti, e onorata dell'amicizia di Jacopo Tonelli e di sua madre Giorgia Rapezzi. Grazie a loro oggi indosso un abito tutto ricamato a mano di Amen", continua la "girl of the Sevenies" come la battezzò Yves Saint Laurent, suogrande amico come pure Valentino e Hubert de Givenchy "che ora non c'è più ma è sempre nel mio cuore".

Bellissima con gli occhi verde smeraldo, flessuosa, 71 anni di splendore compiuti a metà febbraio, una figlia molto amata e una nipotina di pochi mesi che riempie il suo Instagram con manine e sorrisi, la Berenson è figlia di una diplomatico americano, Robert Berenson, e di Gogo Schiaparelli, figlia della celebre creatrice italiana Elsa Schiaparelli che incantò Parigi negli anni Trenta. Ricca e colta, già a sei anni sulla cover di Elle e poi lanciata nell'universo dello stile da Diana Vreeland, fotomodella più che it girl da passerella, attrice di fama per aver cominciato nel 1971 con "Morte a Venezia" con Luchino Visconti, e poi nel 1972 con Bob Fosse in "Cabaret". Il trionfo mediatico ancora l'accompagna nel mito della sua bellezza intatta di "Barry Lyndon" di Stanley Kubrick nel 1975, dove Marisa era l'intrigante Lady Lyndon. "Sì, la mia è stata una vita bella e ricca di incontri importanti - conclude Marisa Berenson - ma anche di dolori come la morte di mia sorella Benny nella tragedia delle Torri Gemelle". L'insegnamento più grande che le ha dato nonna Elsa, regina del rosa shocking e della moda surrealista, è stato quello di cercare sempre di conoscersi bene da sola come donna.

Marisa Berenson con Jacopo Tonelli (Fotoschicchi)

Marisa Berenson con Jacopo Tonelli (Fotoschicchi)



PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION



Home Cultura Economia Turismo Unioncamere



NORDEST ECONOMIA



## EVENTO LEADER DELLA BELLEZZA FEMMINILE: E' IL COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA; IL SETTORE COSMETICO NAZIONALE VERSO GLI 11 MLD



15<sup>th</sup> - 18<sup>th</sup> of March 2018

**COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

**BOOTH ASS / HALL 26**



Ampio spazio ai professionisti del settore retail, profumeria e cosmesi, green e con 4 modelle, volti-testimonial della campagna pubblicitaria Cosmoprof 2019, è stata inaugurata la 51<sup>ma</sup> edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna. Presenti produttori, ma non solo, di Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, California, Corea, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Gran Bretagna, Indonesia, Israele, Italia, Lettonia, Olanda, Polonia, Spagna, Stati Uniti, Turchia, Ungheria e, per la prima volta, la collettiva in rappresentanza della Svezia. Dal 16 al 19 marzo, in concomitanza con Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon dedicato al mondo professionale, sono visitabili i padiglioni di Cina e Taiwan. Gli espositori presenti sono 2.822, il 3% in più rispetto al 2017, provenienti da 70 paesi; in generale la manifestazione lievita del 7,5%, a conferma del ruolo di Cosmoprof di evento leader di un network globale che porta nel mondo l'eccellenza del settore, grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e alla ormai storica collaborazione con Cosmetica Italia. A favorire lo sviluppo della manifestazione di Bologna, il nuovo concept con percorsi di visita "tailor-made" per rispondere alle esigenze di business specifiche per le aziende, i buyer, i distributori, i retailer e gli operatori professionali. "Cosmoprof guarda al futuro - ha detto Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere- è un format dal successo sempre più internazionale, con le sue edizioni di Bologna, Las Vegas, Hong Kong e, da quest'anno, anche Mumbai, in India. Cosmoprof è una delle eccellenze italiane che si avvale della partnership di Cosmetica Italia, riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo Economico che ci sostiene e dell'ITA-Italian trade Agency e guarda al futuro anche BolognaFiere che ha iniziato quest'anno un piano di restauro e ampliamento architettonico che coinvolgerà in maniera profonda il nostro quartiere fieristico e che consegnerà alle fiere che ospitiamo, tra tre anni, una superficie netta espositiva di oltre 140.000 mq. Ed è proprio guardando al futuro che abbiamo voluto inaugurare questa edizione svelando l'immagine della prossima, del 2019, chiamando eccezionalmente quattro "madrine", quattro modelle di etnie diverse, per rappresentare nel modo migliore la bellezza e l'internazionalità della nostra manifestazione". Presente alla inaugurazione Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia. "Anche quest'anno, come Associazione nazionale delle imprese cosmetiche, siamo al fianco di BolognaFiere con l'obiettivo di rappresentare al meglio un settore fiorente per l'economia italiana e mondiale e di rendere ancora più attraente e ricca di contenuti e opportunità l'edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna - ha sostenuto Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia- La solidità delle nostre imprese e l'eccellenza dei nostri prodotti sono testimoniate

- [Home](#)
- [Redazione](#)
- [Archivio articoli](#)

Search on site...



- Unioncamera Veneto
- eurosportello del veneto
- MISS VENICE
- I-Torcello

dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi di euro. A determinare la performance positiva ha contribuito in parte il mercato interno, che ha registrato una crescita di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L'apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all'estero, che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita dell'8% rispetto all'anno precedente: un chiaro segnale di come la cosmesi made in Italy sia sempre più apprezzata in tutto il mondo". Tantissimi i messaggi promozionali o di taglio quasi matematico da Cosmoprof di Bologna alle donne: o siete belle, ma dovete mantenervi tali il più a lungo possibile, oppure lo siete di meno ma la cosmesi è in grado, grazie alle costanti ricerche, di dare un forte contributo al vostro proporsi, al bell'apparire.

### LASCIA UNA RISPOSTA

Occorre aver fatto il [login](#) per inviare un commento

### ACCEDI / REGISTRATI

- [Registrati](#)
- [Accedi](#)
- [RSS degli Articoli](#)
- [RSS dei commenti](#)
- [WordPress.org](#)

### ARTICOLI RECENTI

- [EVENTO LEADER DELLA BELLEZZA FEMMINILE: E' IL COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA; IL SETTORE COSMETICO NAZIONALE VERSO GLI 11 MLD](#)
- ["L'ARTE E' FUCINA DI NUOVE PROFESSIONI IBRIDE": A BASSANO UNA MOSTRA DIVENTA TESI DI LAUREA](#)
- [FIERA SUL MODELLISMO NUMERO UNO A VERONAFIERE, PRESENTI 215 ESPOSITORI](#)
- [STORIE DI DONNE, SCIENZA E UNIVERSITA' PADOVA: DALLA CORNARO, PRIMA LAUREATA AL MONDO, AD OGGI](#)
- [DRAGAGGI AL PORTO DI PILA: I PESCATORI CHIEDONO ALLA REGIONE INTERVENTI STRUTTURALI](#)

### METEO

**Veneto**  
> Italia



**venerdì 16 marzo**  
**Venezia**


Nuvoloso con locali aperture  
 T min.8°C - T max.12°C  
 Venti 8 nodi OSO  
 Probabilità di pioggia 5%

[stampa PDF](#) [3BMeteo.com](#)


[Meteo Veneto](#)



**IL CENTRO Serramenti MILANO** Produzioni di qualità realizzate artigianalmente  **CLICCA QUI**

 **Bologna**  
 SCOPRI ALTRE CITTÀ

Cerca in città **CERCA**  
 ROMA MILANO NAPOLI PALERMO TORINO GENOVA IN ITALIA

 **METEO**  
 OGGI **15.1°**

HOME AZIENDE **NOTIZIE** EVENTI SPORT CINEMA FARMACIE MAGAZINE METEO MAPPA  
 ULTIMA ORA CRONACA POLITICA ECONOMIA SPETTACOLO SPORT TECNOLOGIA RASSEGNA STAMPA

# Bologna sold out per 51/o Cosmoprof

 Condividi  Invia  



Un Cosmoprof sempre più grande e partecipato con tantissimi visitatori agli ingressi fin dalla mattinata. Con l'apertura della sezione principale dedicata al mondo di acconciatura e estetica professionale - dopo il debutto ieri per Cosmopack, spazio dedicato all'innovazione e alla filiera produttiva; e Cosmo Perfumery and Cosmetics, dedicato a profumeria e cosmetica - e la cerimonia inaugurale, è entrato nel vivo il grande appuntamento internazionale dedicato al beauty a BolognaFiere. Alla fine sono 2.822 gli espositori presenti per l'edizione 2018, il 3% in più rispetto al 2017 provenienti da 70 paesi. Una manifestazione che cresce del 7,5%. "La 51/a edizione - ha detto il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - si apre guardando al futuro non solo per il piano di ampliamento del quartiere ma anche per la crescita della piattaforma di Cosmoprof: dopo Cosmoprof Asia e Nord America, inaugureremo a Mumbai Cosmoprof India e si conferma l'impegno in Iran e Colombia".

## Notizie più lette

- 1 Bologna sold out per 51/o Cosmoprof**  
ANSA | 16-03-2018 15:37
- 2 Il Corpo dell'Uomo della Sindone in San Petronio a Bologna**  
Modena 2000 | 16-03-2018 15:35
- 3 Bologna Estate 2018: arriva l'avviso per le attività in Piazza Verdi, via del Guasto e Largo Respighi**  
Modena 2000 | 16-03-2018 15:32
- 4 Il Comune di Bologna ricorda Marco Biagi a 16 anni dalla sua uccisione**  
Modena 2000 | 16-03-2018 15:32
- 5 Domenica 18 marzo sciopero del personale regionale di Trenitalia**  
Bologna 2000 | 16-03-2018 15:21



GLC 220 d 4MATIC SPORT. Molto più di quel che vedi

## Temi caldi del momento

- comune di bologna
- contributi scrivi
- discussione caratteri rimanenti
- regione emilia romagna
- redazione online
- traffico bloccato
- università di bologna
- a14 bologna taranto
- raccordo di casalecchio

**Cosa ti serve?**  
 Info e numeri utili in città

**Bologna**

- COMMISSARIATI DI PS
- MUSEI
- ANAGRAFE
- GUARDIA MEDICA
- POLIZIA MUNICIPALE
- AGENZIA DELLE ENTRATE
- PEDIATRI
- FARMACIE
- CAF



PRIMA PAGINA	CIBO ▾	SOLDI ▾	SALUTE E BENESSERE ▾	SPETTACOLI ▾	GENITORI E FIGLI ▾	SENTIMENTI ▾	SPORT ▾
--------------	--------	---------	----------------------	--------------	--------------------	--------------	---------

TEMI CALDI [Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna](#) circa 2 minuti fa circa 38 minuti fa

Search ...

# Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna

Bellezza circa 9 minuti fa



Condivisione

- Twitter 0
- Facebook 0
- Google+ 0
- LinkedIn 0

Invia questo articolo  
 Stampa questo articolo

Cosmoprof Worldwide 2018, la più importante fiera al mondo dedicata alla bellezza, ha aperto oggi in anteprima a Bologna (domani mattina il taglio del nastro ufficiale). I numeri: 2.776 espositori da ogni parte del mondo. Il 7,5% in più rispetto al 2017. La filosofia di Cosmoprof? Non esiste imperfezione estetica anche la più infinitesimale che non abbia una soluzione.

### Quali sono i cosmetici più nuovi?

Quali saranno i cosmetici più nuovi e le tendenze di bellezza nel 2018? Prodotti naturali (senza siliconi, petrolati parabeni e via dicendo) e fisici scolpiti dallo sport (non piacciono più come prima quelli scavati dalle diete) sono i nuovi mantra 2018.

Authors

Alice Canuti

- Tag
- 16 marzo
  - 2.776
  - 2018
  - bellezza
  - bologna
  - Cosmoprof
  - espositori



COSMOPROF MARCH 2018 16-19  
 COSMOPACK 15-18  
 COSMOPRIME 15-18  
 BOLOGNA (ITALY)  
 FAIR DISTRICT

### Piccola guida su come ci faremo più belle (o belli)

Dopo un primo giro a Cosmoprof 2018, ecco allora una guida a come ci faremo belli nel 2018.

1) Il profumo per capelli. Lo presenta in anteprima mondiale Nashi Argan, un'azienda italiana. Hairmist ( questo il nome) è' una boccettina da tenere in borsetta. Oltre a profumare i capelli, dona loro setosità. Ingredienti tutti super naturali. Sul sito di Nashi Argan si può scaricare un coupon per ricevere un omaggio in fiera.

### OROSCOPI



Paolo Fox di fine ottobre: Vergine con Marte favorevole, Scorpione ottimo Giove

Paolo Fox di novembre: per la Vergine giorni passionali, lo Scorpione cerca una nuova storia

Paolo Fox di luglio: Toro in fermento ma tutto ok, Leone emozioni infuocate

Paolo Fox 2017: grande primavera per Vergine, estate calda per Toro

Paolo Fox di fine settembre: Gemelli finalmente in recupero, Scorpione al massimo

### DW FOCUS: NEWS RECENTI



Cosmoprof 2018: come diventare più belle, 2.776 espositori a Bologna



Meteo: temporali e forte vento, da domani migliora (ma per pochissimo)



2) Il solare che protegge anche il Dna. La linea Solari Renlive – e anche questi sono tutti italiani – messi a punto da Biotec, non solo contengono filtri Uva e Uvb molto efficaci, ma addirittura offrono una protezione al Dna delle cellule cutanee.

3) Cosmetici vegani, cruyelty freee, ingredienti 100% naturali. Forse un po' estrema, ma è questa la filosofia di Amatera, azienda lussemburghese ed è una delle novità di questa edizione. "Senza prodotti chimici, una crema è più potente perché è accettata dalla pelle", dicono. Hanno una linea di cosmeceutici (creme notte, giorno, occhi con azione anche curativa). Non però proprio a buon mercato: dai 45 agli 80 euro.

4) La nuova bellezza è quella atletica di chi si mantiene in esercizio mente e corpo. Ecco allora che le aziende stanno sfornando nuovi prodotti: prodotti che schermano capelli e pelli dall'inquinamento ( per chi fa jogging), trousse per il make up impermeabili (per la palestra e la piscina), i nuovi termoprotettori per i capelli, cioè un prodotti da applicare sui capelli prima dfi asciugarli per l'ennesima volta con il phon.

Il super lusso va sempre molto forte.



Per chi cerca (e si può permettere) il meglio sarà presentata a Bologna la nuova linea di Marisa Berenson (nella foto qui sopra), la modella e attrice icona degli anni '70 e musa del regista Stanley Kubrick.

Anche lei ha prodotto una linea di bellezza: Timeless Natural Beauty. Si basa sulle proprietà antiinvecchiamento dell'olio di fico d'india. Il colore che ha scelto per i suoi vasetti e flaconi? Oro naturalmente.

Info [www.cosmoprof.it](http://www.cosmoprof.it).

PUBBLICITÀ

ARTICOLI COLLEGATI



Paolo Fox di marzo: Gemelli la primavera ti eccita, Scorpione grandi progressi in tutti i campi



Branko di marzo: Leone ora sei piena di fuoco, Pesci il 31 arrivano i soldi



Bologna: oggi all'Istituto Gramsci la commemorazione per Andrea Ginzburg

COMMENTI

Altroconsumo in sciopero per la direttrice: "Cacciata per stravolgere il mensile"



Paolo Fox di marzo: Gemelli la primavera ti eccita, Scorpione grandi progressi in tutti i campi

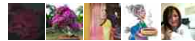


Branko di marzo: Leone ora sei piena di fuoco, Pesci il 31 arrivano i soldi

SEGUICI SU FACEBOOK



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



Google play

Le migliori app educative gratis!

Libri	Alfabetto	Matematica
Spazio e Scienze	Lettere e Parole	Parole e Lettere

Scarica



**OLTRECONFINE**

# Una rassegna a vocazione internazionale

Lo spazio espositivo di Cosmoprof copre l'intero quartiere fieristico di BolognaFiere ed è dedicato ai diversi settori dell'industria cosmetica: Perfumery and Cosmetics, Natural Products, Packaging, Machinery, Contract Manufacturing and Raw Materials, Beauty and Spa, Hair and Nails. Numerosi espositori, visitatori e acquirenti provenienti da tutto il mondo trasformano la fiera anno dopo anno, in un vero e proprio "hub" internazionale dove i professionisti e i decision makers si incontrano per sviluppare il loro business. Cosmoprof non è solo Bologna, ma anche Las Vegas e Hong Kong e, dal 2018, Mumbai. Cosmoprof ha infatti siglato accordi di joint-venture con organizzazioni internazionali per dare vita a nuove manifestazioni fieristiche di alto livello in tutto il mondo e a testimonianza della strategia di internazionalizzazione della Società: Cosmoprof Worldwide Bologna, Cosmoprof Asia (Hong Kong), Cosmoprof North America (Las Vegas) e Cosmoprof India (Mumbai).



**MF fashion** il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXIX n. 053 - € 0,50 Direttore ed editore **Paolo Panerai** - Caporedattore **Stefano Roncato**

15.03.18

**MF**

f a s h i o n

LA CAMPAGNA DI COSMOPROF BY OLIVIERO TOSCANI

# La grande bellezza in scena a **Cosmoprof**

**L'evento più importante del mondo per l'industria cosmetica corre e segna +7,5% rispetto al 2017. In aumento espositori e buyer e layout rinnovato: «Sarà una fiera tailor made», ha spiegato a MFF Giampiero Calzolari, presidente di BolognaFiere**

**L**a bellezza è qui, in Italia, a Bologna. Per cinque giorni, da oggi a lunedì 19 marzo, la città del food, della meccanica e del sapere si trasforma in punto di riferimento mondiale per

la cosmesi con lo svolgimento di Cosmoprof worldwide, la manifestazione leader mondiale, organizzata da BolognaFiere, i cui numeri continuano a crescere. L'evento che si sviluppa sull'intera superficie

espositiva del quartiere fieristico di Bologna vede la presenza di oltre 2.800 espositori, in aumento

*continua a pag. 11*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429

segue da pag. 1

del 3% rispetto all'edizione 2017. Nel complesso, la manifestazione è cresciuta del 7,5%, grazie allo sviluppo di tutti i suoi settori, dall'area Hair & nail & beauty salon (+8%) al Perfumery & cosmetics (+5%), fino a Cosmopack, rivolto a tecnologie e produzione (+6%), senza dimenticare la sezione Green che vede la presenza di 130 aziende internazionali. Anche il numero di buyer attesi dovrebbe aumentare, stando alle previsioni degli organizzatori che hanno ricevuto il 25% in più di richieste online di ingressi. Cosa ci sarà di nuovo quest'anno? Innanzitutto la formula, frutto di una riorganizzazione degli spazi espositivi e delle attività di restyling in atto

presso il quartiere fieristico, studiate per favorire il networking e lo sviluppo di nuovi progetti di business. Fra le novità la diversificazione delle giornate di apertura dei singoli comparti che compongono **Cosmoprof worldwide Bologna**. Da oggi a domenica andranno in scena le parti legate alla profumeria, cosmesi, green e naturale, i padiglioni nazionali e i professionisti del retail, tutte specializzazioni legate

al brand fieristico Cosmo perfumery & cosmetics, a cui si aggiunge la presenza dell'intera filiera sotto il marchio Cosmopack. Da venerdì a lunedì, invece, sarà la volta delle aree di interesse per il canale professionale di Cosmo hair & nail & beauty salon, che comprendono i prodotti per capelli, cura delle unghie e tutto il mondo legato ai centri benessere, a cui si aggiungono i padiglioni nazionali di Cina e Taiwan. **Gianpiero Calzolari**, presidente di **BolognaFiere**, si appresta a inaugurare questa edizione con lo sguardo rivolto al futuro. «Abbiamo approfittato dell'inizio dei lavori di revamping e ampliamento del quartiere fieristico di Bologna», ha dichiarato a *MFF* il numero uno della società



**Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere**

di piazza Costituzione, «un progetto importante che consegnerà in un triennio 140 mila mq netti di superficie espositiva per un Cosmoprof sempre più grande e più bello e, ovviamente, utilizzabili anche dalle altre nostre importanti fiere, per ridefinire il format della manifestazione. Quest'anno Cosmoprof sarà una fiera tailor made, pensata su misura per gli addetti ai lavori dei diversi settori che vi esporranno e la visiteranno». Sempre più importante l'ambito internazionale, saranno 27 le collettive nazionali presenti a Bologna, dove è previsto anche un intenso programma di workshop per l'aggiornamento professionale con 19 convegni e gli interventi di oltre 80 opinion leader: «Ci racconteranno le novità, le tendenze, il futuro dell'universo

della cosmesi», ha sottolineato Calzolari. Cosmoprof Bologna costituisce il principale appuntamento in una piattaforma internazionale di manifestazioni realizzata da BolognaFiere, che si completa con gli eventi a Hong Kong (**Cosmoprof Asia**) e a Las Vegas (**Cosmoprof Nord America**), a cui da quest'anno si aggiungerà la prima presenza in India, a Mumbai, dove a settembre debutterà **Cosmoprof India**. In aggiunta, ci sono gli eventi organizzati in Iran, Colombia, Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia.

«Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa, è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Quest'anno sarà la 51ª edizione di Cosmoprof, un primato che testimonia l'autorevolezza di questa nostra manifestazione», ha concluso Calzolari, «Il successo si deve anche ai rapporti che abbiamo costruito nel tempo con i nostri principali partner, tra cui al primo posto c'è senz'altro **Cosmetica Italia**. Siamo nati insieme, la collaborazione è stata da subito strettissima ed è importante vedere come il nostro accordo abbia lavorato per costruire e consolidare le relazioni con le realtà industriali della cosmesi made in Italy». (riproduzione riservata)

**Andrea Guolo**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429



Espansione

# Cosmoprof in India intercetta una domanda in pieno sviluppo

Dal 10 all'11 settembre si terrà la prima edizione del salone a Mumbai. «È un mercato in crescita double digit, bisogna esserci», ha detto a MFF Antonio Bruzzone, dg di BolognaFiere. **Andrea Guolo**

**I**l 2018 sarà l'anno dell'India. «Si tratta di un mercato in continua evoluzione per il settore beauty, con una percentuale di incremento annuo stabilmente a doppia cifra», ha spiegato a MFF il direttore generale di BolognaFiere, **Antonio Bruzzone**. E **Cosmoprof** cerca di cogliere l'opportunità portando per la prima volta a Mumbai, la capitale economica del paese, la sua piattaforma internazionale lanciando **Cosmoprof India**, in programma dal 10 all'11 settembre presso il **Sahara star hotel**, evento organizzato da BolognaFiere in collaborazione con **Ubm**. «Cosmoprof India», ha poi aggiunto Bruzzone, «sarà una nuova opportunità di sviluppo e di visibilità sia per le aziende di prodotto finito, per i settori cosmetics & toiletries, beauty salon, hair e nail e accessori, sia per le aziende della filiera produttiva». Per le imprese italiane ed europee, si tratta di un'occasione per allacciare

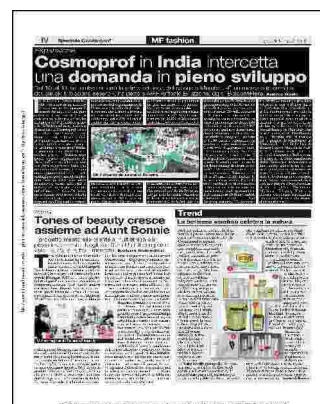
rapporti con l'industria cosmetica locale che oggi, secondo i dati in possesso dell'organizzazione di **Ubm**, vale 4,6 miliardi di dollari con una quota ancora limitata rispetto al valore complessivo del beauty, pari a 274 miliardi di dollari, ma che al tempo stesso presenta ottimi margini di crescita. E in India, si sa, è difficile entrare senza disporre di partner locali. «Il valore è destinato a triplicare da qui al 2035», afferma ancora Bruzzone. Ma non è solo la dinamica produttiva indiana a far gola alle imprese del settore. La crescita dei consumi dei prodotti cosmetici negli ultimi cinque anni è stata pari al 60% e il valore previsto nel 2025 è di 20 miliardi di dollari. Il debutto di **Cosmoprof India** aggiunge un importante tassello al network internazionale di **Cosmoprof worldwide Bologna**, che già nelle tre attuali edizioni di Bologna, Hong Kong e Las Vegas coinvolge più di 6.600 aziende espositrici e oltre 360 mila buyer e

professionisti in qualità di visitors. E se a Bologna lo scorso anno sono intervenuti 250 mila operatori professionali, la manifestazione asiatica in scena a novembre ha visto la partecipazione di circa 84 mila visitatori sfiorando i 2.900 espositori e quella nordamericana, che a luglio arriverà alla sedicesima edizione, viaggia ormai oltre le 1.200 aziende espositrici. Ai quattro appuntamenti a marchio **Cosmoprof** si aggiungono quelli organizzati tra Asia e America latina come la partecipazione di BolognaFiere **Cosmoprof** come agente di vendita internazionale per **Iran beauty & clean**, evento b2b per l'industria cosmetica in programma a Teheran a dal 26 al 29 aprile 2018. Inoltre, lo scorso anno è iniziata l'attività in Colombia dove la società fiorentina emiliana ha collaborato come international representative nell'organizzare **Belleza y salud**, evento di riferimento per il Sud America con circa 370 esposito-

ri e 56 mila visitatori; la prossima edizione si terrà a Bogotà dal 3 al 7 ottobre. Il quadro delle attività internazionali prevede la partecipazione di **Cosmoprof** come agente di vendita ad altre iniziative di rilievo per il mondo beauty in Far east: si tratta di **AseanBeauty** in Thailandia dal 3 al 5 maggio, di **PhilBeauty** nelle Filippine dal 30 maggio all'1 giugno, di **VietBeauty** in Vietnam dal 19 al 21 luglio e di **BeautyExpo** in Malesia dal 5 all'8 ottobre. Infine, con la collaborazione di **Cosmetica Italia** e con il supporto di **Mise-ministero dello Sviluppo economico e Ice**, anche quest'anno è stato organizzato un roadshow di eventi organizzati per consolidare la leadership di **Cosmoprof** e per sviluppare nuove relazioni con key players e buyer toccando Corea del Sud, Thailandia, Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania e Mozambico. (riproduzione riservata)



Un momento del salone di Bologna



Tendenze

# Cosmetica, la nuova frontiera è diventata più green & organic

Tra le novità della fiera, un nuovo progetto dedicato ai brand indipendenti ecosostenibili. «L'attenzione all'origine delle materie prime e al packaging è sempre maggiore. Questo comparto è forte anche nel network», ha detto a MFF Enrico Zannini, direttore Cosmoprof worldwide Bologna. **Barbara Rodeschini**

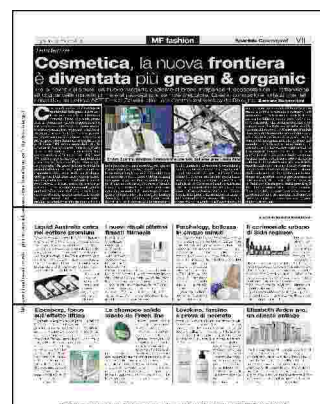
**C**ontinua l'analisi di **Cosmoprof worldwide Bologna** sui temi della sostenibilità e di una bellezza naturale. Tema di grande attualità, la cosmetica green rappresenta un mercato in costante crescita con consumatori sempre più attenti e preparati. Il salone di Bologna, pioniere nel cogliere l'importanza di questo tema, si conferma osservatorio privilegiato con i 3mila metri quadrati del padiglione 21N, interamente dedicati alle aziende di questo settore. Non solo, l'edizione 2018 vede anche la nascita di due nuove sezioni all'interno del padiglione 19, pensate per promuovere una bellezza consapevole. Da un lato, Extraordinary gallery accoglie The green selection, il nuovo progetto dedicato ai beauty indie brand che rispondono alla crescente domanda di prodotti green. Dall'altro, nasce Green prime, un'area esclusiva con brand selezionati di profumeria, skincare masstige e prestige con una forte vocazione eco-friendly, ideale per la distribuzione retail. «La cosmesi green è uno dei trend in forte crescita. Il cliente

è sempre più informato, sceglie con cura i prodotti cosmetici per un'esperienza di cura della persona sicura e garantita, per questo l'attenzione a tematiche come l'origine delle materie prime, la sostenibilità ambientale dei processi di produzione e del packaging è sempre maggiore. Per seguire lo sviluppo di questo comparto, Cosmoprof dedica tre aree specifiche alle aziende a vocazione naturale, secondo il differente posizionamento sul mercato», ha spiegato **Enrico Zannini**, direttore Cosmoprof worldwide Bologna, «Per il mercato della profumeria di alta gamma e di nicchia, Extraordinary gallery - The green selection ospita indie brand internazionali, mentre l'area Green prime è dedicata ad aziende specializzate in profumerie masstige. L'area 21N, il padiglione di Cosmoprof tradizionalmente dedicato al mondo della cosmesi green, con i suoi 130 espositori ospita i nomi più importanti della grande distribuzione, italiana e internazionale». Una nuova cultura porta in primo piano l'attenzione all'ecosistema, in una visione più completa di benessere che

mette al centro la persona e caratterizza il perimetro espositivo non solo di Bologna ma anche delle altre manifestazioni targate Cosmoprof. «La cosmesi naturale è un comparto molto forte anche nelle manifestazioni del network. A **Cosmoprof north America** da alcune edizioni una delle aree più visitate è dedicata all'organic beauty, con realtà internazionali che portano nel mondo prodotti basati su ingredienti a chilometro zero e lavorazioni tradizionali. A **Cosmoprof Asia** la ricerca di prodotti in particolare di skin care e body care con materie prime selezionate, prive di effetti collaterali, è uno dei temi tradizionali della manifestazione», ha sottolineato Zannini, «in generale tutte le nostre kermesse stanno dedicando sempre più spazio a questa tendenza, seguendone lo sviluppo nei mercati internazionali. Il prossimo step è l'ingresso in India con **Cosmoprof India preview**, il 10 e 11 settembre a Mumbai. Sicuramente il mondo della cosmesi naturale, con ingredienti locali e tradizionali, sarà uno dei focus sviluppati durante l'evento». (riproduzione riservata)



Enrico Zannini, direttore Cosmoprof e una foto dell'area green della fiera



## COSMETICA, LA NUOVA FRONTIERA E' PIU' GREEN

Tra le novità della fiera, un nuovo progetto dedicato ai brand indipendenti ecosostenibili. «L'attenzione all'origine delle materie prime e al packaging è sempre maggiore. Questo comparto è forte anche nel network», ha detto a MFF Enrico Zannini, direttore Cosmoprof worldwide Bologna. Un'area green della fiera Continua l'analisi di Cosmoprof worldwide Bologna sui temi della sostenibilità e di una bellezza naturale. Tema di grande attualità, la cosmetica green rappresenta un mercato in costante crescita con consumatori sempre più attenti e preparati. Il salone di Bologna, pioniere nel cogliere l'importanza di questo tema, si conferma osservatorio privilegiato con i 3mila metri quadrati del padiglione 21N, interamente dedicati alle aziende di questo settore. Non solo, l'edizione 2018 vede anche la nascita di due nuove sezioni all'interno del padiglione 19, pensate per promuovere una bellezza consapevole. Da un lato, Extraordinary gallery accoglie The green selection, il nuovo progetto dedicato ai beauty indie brand che rispondono alla crescente domanda di prodotti green. Dall'altro, nasce Green prime, un'area esclusiva con brand selezionati di profumeria, skincare masstige e prestige con una forte vocazione eco-friendly, ideale per la distribuzione retail. «La cosmesi green è uno dei trend in forte crescita. Il cliente è sempre più informato, sceglie con cura i prodotti cosmetici per un'esperienza di cura della persona sicura e garantita, per questo l'attenzione a tematiche come l'origine delle materie prime, la sostenibilità ambientale dei processi di produzione e del packaging è sempre maggiore. Per seguire lo sviluppo di questo comparto, Cosmoprof dedica tre aree specifiche alle aziende a vocazione naturale, secondo il differente posizionamento sul mercato», ha spiegato Enrico Zannini, direttore Cosmoprof worldwide Bologna, «Per il mercato della profumeria di alta gamma e di nicchia, Extraordinary gallery - The green selection ospita indie brand internazionali, mentre l'area Green prime è dedicata ad aziende specializzate in profumerie masstige. L'area 21N, il padiglione di Cosmoprof tradizionalmente dedicato al mondo della cosmesi green, con i suoi 130 espositori ospita i nomi più importati della grande distribuzione, italiana e internazionale». Una nuova cultura porta in primo piano l'attenzione all'ecosistema, in una visione più completa di benessere che mette al centro la persona e caratterizza il perimetro espositivo non solo di Bologna ma anche delle altre manifestazioni targate Cosmoprof. «La cosmesi naturale è un comparto molto forte anche nelle manifestazioni del network. A Cosmoprof north America da alcune edizioni una delle aree più visitate è dedicata all'organic beauty, con realtà internazionali che portano nel mondo prodotti basati su ingredienti a chilometro zero e lavorazioni tradizionali. A Cosmoprof Asia la ricerca di prodotti in particolare di skin care e body care con materie prime selezionate, prive di effetti collaterali, è uno dei temi tradizionali della manifestazione», ha sottolineato Zannini, «in generale tutte le nostre kermesse stanno dedicando sempre più spazio a questa tendenza, seguendone lo sviluppo nei mercati internazionali. Il prossimo step è l'ingresso in India con Cosmoprof India preview, il 10 e 11 settembre a Mumbai. Sicuramente il mondo della cosmesi naturale, con ingredienti locali e tradizionali, sarà uno dei focus sviluppati durante l'evento».



## COSMOPROF VERSO LO SVILUPPO IN INDIA

Dal 10 all'11 settembre si terrà la prima edizione del salone a Mumbai. «È un mercato in crescita double digit, bisogna esserci», ha detto a MFF Antonio Bruzzone, dg di BolognaFiere. Antonio Bruzzone nel 2018 sarà l'anno dell'India. «Si tratta di un mercato in continua evoluzione per il settore beauty, con una percentuale di incremento annuo stabilmente a doppia cifra», ha spiegato a MFF il direttore generale di BolognaFiere, Antonio Bruzzone. E Cosmoprof cerca di cogliere l'opportunità portando per la prima volta a Mumbai, la capitale economica del paese, la sua piattaforma internazionale lanciando Cosmoprof India, in programma dal 10 all'11 settembre presso il Sahara star hotel, evento organizzato da BolognaFiere in collaborazione con Ubm. «Cosmoprof India», ha poi aggiunto Bruzzone, «sarà una nuova opportunità di sviluppo e di visibilità sia per le aziende di prodotto finito, per i settori cosmetics & toiletries, beauty salon, hair e nail e accessori, sia per le aziende della filiera produttiva». Per le imprese italiane ed europee, si tratta di un'occasione per allacciare rapporti con l'industria cosmetica locale che oggi, secondo i dati in possesso dell'organizzazione di Ubm, vale 4,6 miliardi di dollari con una quota ancora limitata rispetto al valore complessivo del beauty, pari a 274 miliardi di dollari, ma che al tempo stesso presenta ottimi margini di crescita. E in India, si sa, è difficile entrare senza disporre di partner locali. «Il valore è destinato a triplicare da qui al 2035», afferma ancora Bruzzone. Ma non è solo la dinamica produttiva indiana a far gola alle imprese del settore. La crescita dei consumi dei prodotti cosmetici negli ultimi cinque anni è stata pari al 60% e il valore previsto nel 2025 è di 20 miliardi di dollari. Il debutto di Cosmoprof India aggiunge un importante tassello al network internazionale di Cosmoprof worldwide Bologna, che già nelle tre attuali edizioni di Bologna, Hong Kong e Las Vegas coinvolge più di 6.600 aziende espositrici e oltre 360 mila buyer e professionisti in qualità di visitors. E se a Bologna lo scorso anno sono intervenuti 250 mila operatori professionali, la manifestazione asiatica in scena a novembre ha visto la partecipazione di circa 84 mila visitatori sfiorando i 2.900 espositori e quella nordamericana, che a luglio arriverà alla sedicesima edizione, viaggia ormai oltre le 1.200 aziende espositrici. Ai quattro appuntamenti a marchio Cosmoprof si aggiungono quelli organizzati tra Asia e America latina come la partecipazione di BolognaFiere Cosmoprof come agente di vendita internazionale per Iran beauty & clean, evento b2b per l'industria cosmetica in programma a Teheran a dal 26 al 29 aprile 2018. Inoltre, lo scorso anno è iniziata l'attività in Colombia dove la società fieristica emiliana ha collaborato come international representative nell'organizzare Belleza y salud, evento di riferimento per il Sud America con circa 370 espositori e 56 mila visitatori; la prossima edizione si terrà a Bogotá dal 3 al 7 ottobre. Il quadro delle attività internazionali prevede la partecipazione di Cosmoprof come agente di vendita ad altre iniziative di rilievo per il mondo beauty in Far east: si tratta di AseanBeauty in Thailandia dal 3 al 5 maggio, di PhilBeauty nelle Filippine dal 30 maggio all' 1 giugno, di VietBeauty in Vietnam dal 19 al 21 luglio e di BeautyExpo in Malesia dal 5 all' 8 ottobre. Infine, con la collaborazione di Cosmetica Italia e con il supporto di MISE - ministero dello Sviluppo economico e Ice, anche quest'anno è stato organizzato un roadshow di eventi organizzati per consolidare la leadership di Cosmoprof e per sviluppare nuove relazioni con key players e buyer toccando Corea del Sud, Thailandia, Malesia, Etiopia, Vietnam, Russia, Giordania, Kazakistan, Tanzania e Mozambico.

## LA GRANDE BELLEZZA IN SCENA A COSMOPROF

L'evento più importante del mondo per l'industria cosmetica corre e segna +7,5% rispetto al 2017. In aumento espositori e buyer e layout rinnovato: «Sarà una fiera tailor made», ha spiegato a MFF Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere. La bellezza è qui, in Italia, a Bologna. Per cinque giorni, da oggi a lunedì 19 marzo, la città del food, della meccanica e del sapere si trasforma in punto di riferimento mondiale per la cosmesi con lo svolgimento di Cosmoprof worldwide, la manifestazione leader mondiale, organizzata da BolognaFiere, i cui numeri continuano a crescere. L'evento che si sviluppa sull'intera superficie espositiva del quartiere fieristico di Bologna vede la presenza di oltre 2.800 espositori, in aumento del 3% rispetto all'edizione 2017. Nel complesso, la manifestazione è cresciuta del 7,5%, grazie allo sviluppo di tutti i suoi settori, dall'area Hair & nail & beauty salon (+8%) al Perfumery & cosmetics (+5%), fino a Cosmopack, rivolto a tecnologie e produzione (+6%), senza dimenticare la sezione Green che vede la presenza di 130 aziende internazionali. Anche il numero di buyer attesi dovrebbe aumentare, stando alle previsioni degli organizzatori che hanno ricevuto il 25% in più di richieste online di ingressi. Cosa ci sarà di nuovo quest'anno? Innanzitutto la formula, frutto di una riorganizzazione degli spazi espositivi e delle attività di restyling in atto presso il quartiere fieristico, studiate per favorire il networking e lo sviluppo di nuovi progetti di business. Fra le novità la diversificazione delle giornate di apertura dei singoli comparti che compongono Cosmoprof worldwide Bologna. Da oggi a domenica andranno in scena le parti legate alla profumeria, cosmesi, green e naturale, i padiglioni nazionali e i professionisti del retail, tutte specializzazioni legate al brand fieristico Cosmo perfumery & cosmetics, a cui si aggiunge la presenza dell'intera filiera sotto il marchio Cosmopack. Da venerdì a lunedì, invece, sarà la volta delle aree di interesse per il canale professionale di Cosmo hair & nail & beauty salon, che comprendono i prodotti per capelli, cura delle unghie e tutto il mondo legato ai centri benessere, a cui si aggiungono i padiglioni nazionali di Cina e Taiwan. Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, si appresta a inaugurare questa edizione con lo sguardo rivolto al futuro. «Abbiamo approfittato dell'inizio dei lavori di revamping e ampliamento del quartiere fieristico di Bologna», ha dichiarato a MFF il numero uno della società di piazza Costituzione, «un progetto importante che consegnerà in un triennio 140 mila mq netti di superficie espositiva per un Cosmoprof sempre più grande e più bello e, ovviamente, utilizzabili anche dalle altre nostre importanti fiere, per ridefinire il format della manifestazione. Quest'anno Cosmoprof sarà una fiera tailor made, pensata su misura per gli addetti ai lavori dei diversi settori che vi esporranno e la visiteranno». Sempre più importante l'ambito internazionale, saranno 27 le collettive nazionali presenti a Bologna, dove è previsto anche un intenso programma di workshop per l'aggiornamento professionale con 19 convegni e gli interventi di oltre 80 opinion leader: «Ci racconteranno le novità, le tendenze, il futuro dell'universo della cosmesi», ha sottolineato Calzolari. Cosmoprof Bologna costituisce il principale appuntamento in una piattaforma internazionale di manifestazioni realizzata da BolognaFiere, che si completa con gli eventi a Hong Kong (Cosmoprof Asia) e a Las Vegas (Cosmoprof Nord America), a cui da quest'anno si aggiungerà la prima presenza in India, a Mumbai, dove a settembre debutterà Cosmoprof India. In aggiunta, ci sono gli eventi organizzati in Iran, Colombia, Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia. «Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa, è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza. Quest'anno sarà la 51ª edizione di Cosmoprof, un primato che testimonia l'autorevolezza di questa nostra manifestazione», ha concluso Calzolari, «Il successo si deve anche ai rapporti che abbiamo costruito nel tempo con i nostri principali partner, tra

cui al primo posto c'è senz'altro Cosmetica Italia. Siamo nati insieme, la collaborazione è stata da subito strettissima ed è importante vedere come il nostro accordo abbia lavorato per costruire e consolidare le relazioni con le realtà industriali della cosmesi made in Italy».



# Il profumo della libertà

**Tendenze** Packaging neutri e materie prime uguali per entrambi i sessi. Le fragranze diventano "gender free". Senza barriere e in nome della fluidità di scelta

ISABELLA PRISCO

**P**er lui come per lei, per lei come per lui. Il profumo annulla la differenza di genere, si apre alla condivisione e diventa "fluid". La tendenza del settore è quella infatti di eliminare sul packaging le etichette "pour femme" e "pour homme", lasciando l'ultima scelta a chi acquista. «La profumeria nasce libera. Leggi di marketing e di mercato hanno creato le fragranze maschili e quelle femminili», racconta Emanuela Rupi, presidente di Mouillettes & Co, società italiana che da quindici anni sviluppa percorsi di formazione olfattiva, si occupa di consulenza sviluppo fragranze e organizza eventi legati al senso dell'olfatto. «Se vogliamo pensare al profumo come a una forma d'arte, allora è libera come la pittura e la musica». E se nella moda la neutralità dei generi è trasversalmente rappresentata da collezioni genderless che interessano il fast fashion come l'haute couture, nella profumeria è soprattutto l'alta gamma a presentare quei profumi liberi da schemi che rientrano nella denominazione gender free, non unisex. «Tra le due categorie c'è una differenza sottile ma sostanziale. Le fragranze unisex nascono da una struttura olfattiva maschile resa leggermente femminile, mentre quel-

le gender free hanno una costruzione che si sviluppa attraverso materie prime utilizzate indistintamente per profumi da uomo e da donna». E se già Virginia Woolf scriveva nel suo romanzo *Orlando* "i sessi sono diversi; eppure si confondono", oggi più che mai la nuova generazione Z non si riconosce negli stereotipi di genere. «Il profumo è sempre figlio del proprio tempo e spesso rappresenta l'evoluzione della società nei differenti Paesi di riferimento», continua Emanuela Rupi, «per decenni gli uomini hanno considerato il profumarsi un vezzo femminile e giustificavano questo piacere al maschile con la cura di barba, baffi e capelli. Pensiamo poi alle lotte femministe degli anni Settanta dove le donne impegnate nelle battaglie per l'uguaglianza mascheravano volutamente la loro femminilità e utilizzavano le acque profumate che nascevano in quell'epoca».

La scelta della fragranza è dunque una questione estremamente personale e quasi sempre è dettata dalla sensazione olfattiva che si vuole trasmettere, ma «attenzione al messaggio "invisibile" che inevitabilmente si comunica», raccomanda l'esperta. Il profumo rappresenta spesso uno stato d'animo o un'emozione. Ma l'emozione è maschio o femmina? Difficile a dirsi.



## Omaggi e celebrazioni Venezia sta tutta in una boccetta

Sono un tributo alla città sulla laguna le due fragranze della collezione Venezia Essenza di The Merchant of Venice (da 50 ml, 120 euro). Se la profumazione femminile (in foto) punta su toni fioriti, quella maschile è speziata e frizzante. I flaconi richiamano la lavorazione del vetro di Murano e il motivo dorato reinterpreta il mosaico. Lo spirito veneziano di The Merchant of Venice è arrivato anche a Firenze con una boutique monomarca nel cuore della città.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### CONDIVISIONI

Nato per essere condiviso, il profumo CK One di Calvin Klein è un simbolo degli anni Novanta e dell'era grunge. La fragranza, dai toni agrumati, è contenuta in un flacone dalle linee essenziali (da 50 ml, 43 euro)



### UN TÈ ALLA FRUTTA

Tra le acque di colonia unisex di Bulgari, l'Eau Parfumée au thé noir esalta l'aroma del tè nero. Gli accenti speziati e maschili del patchouli si mescolano alle note fruttate femminili (da 75 ml, 79 euro)



### LEGNAROMATICI

Spicca l'essenza dell'iris tra le note di Bois d'Argent, profumo della Collection Privée di Christian Dior. Creato da François Demachy, unisce toni ambrati, muschiati e legnosi (da 125 ml, 210 euro)





**IL BLU DELL'INDIA**

La Collection des Terres Précieuses delle fragranze haute couture di Armani/Privé si arricchisce di Bleu Lazuli, un'essenza ispirata ai profumi e alle nuances del blu che colorano il cielo dell'India (100 ml, 235 euro)



**CIAO, FELLINI**

È un omaggio al grande regista Federico Fellini l'eau de parfum Basilico & Fellini di Vilhelm Parfumerie. Fresca e speziata, la fragranza sintetizza arte e sensualità (100 ml, 210 euro)

Trend dall'Est  
**Maschio, femmina o...?**  
**Sensualità made in Japan**



In giapponese si chiama "jendaresu-kei": manifesto del genderless asiatico, è lo stile che rompe gli schemi della distinzione di genere nato per le strade di Tokyo. Maschio o femmina, i capelli sono portati corti, spesso accesi da tinte sgargianti. L'abbigliamento

è senza regole precise, ma spesso si ispira ai costumi dei personaggi degli "anime" (fumetti e film d'animazione). E a far da vetrina ai volti genderless sono la tivù e soprattutto i social, tra cui Instagram. Sono ad esempio più di 40mila i follower di Satsuki Nakayama (in foto), una delle modelle più famose del Paese per il suo dolce aspetto androgino.



**Il premio**  
**A Cosmoprof esposte**  
**le essenze finaliste**

L'Accademia del profumo, associazione di Cosmetica Italia che valorizza e promuove il mondo della profumeria, torna a BolognaFiere per Cosmoprof. La manifestazione in calendario dal 15 al 19 marzo ospiterà infatti un'installazione dove verranno esposte le essenze finaliste per il premio Accademia del Profumo 2018. Il riconoscimento, che verrà assegnato ad aprile, nominerà la migliore fragranza dell'anno, femminile e maschile. «Siamo particolarmente felici di questa rinnovata collaborazione», dice Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere, «il 2018 sarà infatti l'anno riservato a questo importante canale distributivo della cosmesi, la profumeria selettiva, alla quale abbiamo voluto dedicare l'area d'onore all'ingresso della nostra manifestazione». Durante l'evento non mancheranno momenti di approfondimento sulle nuove frontiere della profumeria e workshop focalizzati sul mondo del retail.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 094429



**COSMOPACK A COSMOPROF 2018 UN EVENTO PER ASSISTERE LIVE ALLA PRODUZIONE DI UNA PALETTE**

# Il lato bello della bellezza la confezione che conquista

Il packaging di un cosmetico ha la stessa importanza della copertina di un libro. È il primo elemento che attrae la nostra attenzione e il primo strumento di comunicazione. E se ci piace spesso ci convince ad acquistare il prodotto prima ancora di averne scoperto il contenuto.

Ecco perchè Cosmoprof Worldwide Bologna 2018 ha scelto di dedicare quattro giorni, da giovedì 15 a domenica 19 marzo, all'intera filiera produttiva del mondo del beauty.

L'evento si chiama **Cosmopack – Solutions for the Beauty Industry**.

Al padiglione 19 (Cosmoprim) andrà in scena una delle iniziative più interessanti della manifestazione: Cosmopack Factory ovvero la progettazione e la produzione live, sotto i vostri/ostri occhi, dell'all-over palette Powderful.

L'esperienza partirà dalla prima fase, quella di design, dove alcuni video ci faranno raggiungere Parigi e l'azienda Centedegrés per scoprire come è avvenuta la nascita del prodotto tra scelta di materie prime, colori, forme e tecnologie.

La seconda fase è il cuore della produzione: si assisterà alla colatura della polvere poi pressata a caldo fino a ottenere un finish tridimensionale e multicolore.

Infine, grazie a un'esperienza



## Da design al packaging le esperienze speciali di Cosmopack '18

di realtà aumentata ideata da MCI Brand Appeal, sarà possibile conoscere la nuova frontiera del packaging, la quarta dimensione.

Basterà scaricare un'app sullo smartphone e poi inquadrare la scritta Powderful posta sulla palette virtuale per dare il via a

## Nasce l'involucro realizzato in IV<sup>a</sup> dimensione con interazione personalizzata

un effetto straordinario. Le lettere cominceranno a muoversi e sul coperchio apparirà l'immagine delle polveri.

Con un'interazione più approfondita, cliccando sui tre colori della palette, sarà possibile scoprire caratteristiche e funzioni.

Una volta conclusa l'esperienza, per chi si sarà prenotato in tempo (previa registrazione al sito Cosmoprof.it) – dopo averla creata si potrà averla concretamente e portarsela via e poter così sperimentare tutte le sue molteplici abilità cosmetiche: Powderful è stata realizzata per essere usata come ombretto, illuminante, fard e rossetto.

Secondo appuntamento da non perdere del percorso Cosmopack sono i **Cosmopack Awards 2018**, alla prima edizione. Una giuria di esperti internazionali, in collaborazione con Beautystreams, avrà il compito di selezionare, tra i progetti presentati dalle aziende espositrici, quelli più innovativi nel campo della ricerca, della formulazione, dello sviluppo tecnologico e della digitalizzazione.

Per il terzo (e ultimo appuntamento) che coinvolge la filiera produttiva della cosmetica gli operatori dovranno attendere il 10 e l'11 settembre e viaggiare fino a Mumbai per Cosmoprof India Preview. La piattaforma internazionale di Cosmoprof si apre per la prima volta al mercato indiano, molto interessato alle soluzioni di formulazione, produzione e packaging offerte dalle aziende di Cosmopack. Tutte le info su [www.cosmoprof.it/cosmopack/la-fiera](http://www.cosmoprof.it/cosmopack/la-fiera)





**COSMOPROF BOLOGNA 2018, IL MONDO DELLA BELLEZZA APRE IN FIERA**

Da giovedì 15 a lunedì 19 marzo richiama in città visitatori da tutto il mondo. Presenti 2.822 espositori da 70 Paesi Bologna, 14 Marzo 2018 - Al via la maratona dedicata al beauty. Educational, eventi, convegni: al via, da giovedì 15 a domenica 18 marzo, la 51esima edizione del Cosmoprof Worldwide Bologna. Sono 2.822 gli espositori, provenienti da 70 Paesi, presenti all'edizione 2018, il 3% in più rispetto all'anno precedente. Nel complesso la kermesse del beauty cresce del 7,5%. Ciò a conferma del suo ruolo di evento leader nel mondo, grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, di Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e Cosmetica Italia. Tra le novità, i percorsi di visita "tailor-made" che rispondono alle esigenze di business specifiche per aziende, buyer, distributori, retailer e professionisti del settore. Spazio, dunque, agli operatori del settore retail, profumeria e cosmesi, green e naturale e ai padiglioni nazionali di Cosmo|Perfumery & Cosmetics, in concomitanza con Cosmopack. Ci saranno, inoltre, le aree di interesse per il canale professionale di Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon (hair, nail ed estetica & spa) con i padiglioni nazionali di Cina e Taiwan che mantengono la consueta apertura da venerdì 16 a lunedì 19 marzo. In crescita tutti i settori: Cosmopack registra un +6%, con 464 espositori da 31 Paesi; mentre Cosmo|Perfumery & Cosmetics segna un + 5%. Notevole lo sviluppo del settore Green con ben 130 aziende presenti. In aumento anche le aree dedicate ai canali distributivi professionali con Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon che indica un +8%. Ventisette le collettive nazionali atterrate, in piazza Costituzione, da 24 paesi. Dal 15 al 18 Marzo espongono i padiglioni nazionali di Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, California, Corea, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Gran Bretagna, Indonesia, Israele, Italia, Lettonia, Olanda, Polonia, Spagna, Stati Uniti, Turchia, Ungheria e, per la prima volta, la Svezia. Ricco il programma degli approfondimenti. All'interno del Centro Servizi, i 18 panel di Cosmotalks (dal 15 al 17 Marzo), puntano l'attenzione sui temi di interesse per l'industria cosmetica a 360°: le ultime tendenze, le strategie di comunicazione vincenti, il digital e i nuovi sviluppi per l'universo beauty con la collaborazione delle più prestigiose agenzie di trend, delle riviste di settore più qualificate e di retailer di caratura internazionale. Venerdì 16 e sabato 17 spazio alle analisi di mercato e agli studi delle peculiarità e specificità dei singoli comparti di CosmoForum. A chiudere il programma degli educational, le dimostrazioni live di Cosmoprof OnStage, dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica 18 e lunedì 19 Marzo. "La 51a edizione di Cosmoprof si apre guardando al futuro - spiega Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere - non solo per il piano di ampliamento e revamping architettonico che coinvolgerà il quartiere fieristico e che consentirà di usufruire di una superficie coperta netta di oltre 140.000 mq, ma anche perché Cosmoprof si presenta con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti. Dopo Cosmoprof Asia e Cosmoprof Nord America, inaugureremo in settembre a Mumbai Cosmoprof India, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. Saremo poi in Thailandia, Vietnam, Filippine e Malesia. Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa, è oggi un marchio leader nel mondo" "Cosmetica Italia, l'Associazione di categoria del sistema cosmetico nazionale, si prepara a rendere ancora più attraente e ricca di contenuti e opportunità l'edizione 2018 di Cosmoprof Worldwide Bologna. La solidità delle nostre imprese - ricorda Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - è testimoniata dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi di euro. A determinare la performance positiva ha contribuito in parte il mercato interno, che ha registrato una crescita di oltre un punto percentuale e che, secondo le previsioni, continuerà a espandersi anche durante il 2018. L'apporto più evidente rimane, però, quello delle vendite all'estero,

che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita del 9% rispetto all'anno precedente".

Economia & Finanza con Bloomberg

HOME

MACROECONOMIA □

AFFARI & FINANZA



DIRITTI E CONSUMI □

AFFARI&FINANZA

OSSERVA ITALIA

CALCOLATORI

GLOSSARIO

12 Marzo 2018

LISTINO

# BolognaFiere, profumo d'innovazione

Marcella Gabbiano Milano C'è molta attesa nel mondo della cosmesi e del beauty per la prossima edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna che, forte del suo oltre mezzo secolo di esperienza, si fa in due per rispondere sempre meglio alle esigenze di business delle varie realtà presenti alla manifestazione. E si conferma come l'appuntamento più importante del settore, sul piano internazionale, con oltre 2.800 espositori provenienti da 70 Paesi (+3% rispetto al 2017). Da giovedì 15 a domenica 18 marzo, in concomitanza con Cosmopack, spazio ai professionisti del retail, profumeria e cosmesi, green e naturale e ai padiglioni nazionali di Cosmo/Perfumery & Cosmetics. Mentre da venerdì 16 a lunedì 19 sono in calendario le aree di interesse per il canale professionale, di Cosmo/ Hair & Nail & Beauty Salon. «La 51° edizione di Cosmoprof si apre all'insegna dell'innovazione — anticipa Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere. Abbiamo approfittato dell'inizio dei lavori di restauro e ampliamento del quartiere fieristico di Bologna» un progetto importante che nei prossimi tre anni ampliarà fino a 140.000 metri quadri la superficie espositiva, «per dare vita a un Cosmoprof sempre più grande e più bello. Utilizzabile, ovviamente, anche dalle altre nostre importanti fiere». Quest'anno Cosmoprof sarà «una fiera su misura, pensata per gli addetti ai lavori dei diversi settori che esporranno e la visiteranno». In pratica una fiera, «più facile da visitare e più veloce per fare business. Con l'eccellenza di Cosmopack e la sua filiera», dalla formulazione e contoterzismo agli ingredienti ai macchinari fino al packaging primario e secondario che aprirà, come al solito, il giovedì giorno prima dell'inaugurazione ufficiale del Cosmoprof prevista per venerdì 16. Secondo gli operatori, Cosmopack è un appuntamento imprescindibile per capire l'evoluzione della filiera cosmetica a livello internazionale e le nuove soluzioni tecnologiche che andranno a influenzare l'industria del futuro». Tant'è che la manifestazione bolognese è in continua espansione. I numeri lo confermano: in con una crescita del 6% rispetto all'edizione 2017, quest'anno le aziende presenti a Cosmopack sono 464, provenienti da 31 paesi. «Il 55% degli espositori proviene dall'estero — precisano gli organizzatori — Abbiamo un'importante rappresentanza da Francia, Corea, Polonia, Grecia e una sempre più qualificata presenza di aziende da Cina e Taiwan». In particolare, «sta crescendo il segmento dei macchinari, con una presenza sempre più significativa delle eccellenze di mercato a livello mondiale». Seguendo lo sviluppo del network di Cosmoprof Worldwide Bologna, anche la filiera

L'EDITORIALE

**R:** La spesa sociale e il ricordo della Dc

di FABIO BOGO



RAPPORTI E GUIDE

FOCUS

**Beni culturali  
 Creatività e patrimonio:  
 un'industria da 90 miliardi**



IMPRESA ITALIA

**Fondi comuni, più soldi nei portafogli. Ora ci si affida ai professionisti**



RAPPORTI

**Efficienza e materiali:  
 verso la casa a consumo zero**



DOSSIER

**Qualità e Finanza  
 Felici del servizio: gli italiani e lo shopping**



Tweets by RepubblicaAF



produttiva rappresentata da Cosmopack si prepara a nuovi eventi internazionali. A novembre andrà in onda la seconda edizione di Cosmopack Asia a Hong Kong, mentre è in preparazione la tappa nord americana di Cosmoprof a Las Vegas che a luglio vedrà una ancora più significativa presenza di aziende della filiera produttiva. Ma Cosmoprof Worldwide Bologna si prepara ad approdare in altri mercati di grande interesse per l'industria cosmetica. «A settembre- anticipa Calzolari — lanciamo a Mumbai la prima edizione di Cosmoprof India, un paese dove negli ultimi cinque anni i consumi del settore cosmetico sono cresciuti a ritmi del 60% l'anno». Inoltre «sempre con il sostegno del ministero dello sviluppo economico e Ita-Italian Trade Agency, abbiamo stretto rapporti con l'Iran, la Colombia e l'area asiatica che comprende Thailandia, Filippine, Malesia e Vietnam ». Tomando a Bologna, «le novità della prossima edizione di Cosmoprof saranno tantissime, con contenuti unici ad anticipare le tendenze del mercato a livello globale» conclude Calzolari. Nelle foto in questa pagina alcuni momenti dell'ultima edizione di Cosmoprof a Bologna </p>

© Riproduzione riservata

12 Marzo 2018

- METEO
- OROSCOPO
- GIOCHI
- SHOPPING
- CASA



- POLITICA
- ESTERI
- ECONOMIA
- CRONACHE
- CULTURE
- COSTUME
- SPETTACOLI
- SPORT
- MILANO
- ROMA
- aiTV

Home > Salute > Il format di Cosmoprof Worldwide Bologna conquista anche l'estero

Sabato, 10 marzo 2018 - 10:09:00

# Il format di Cosmoprof Worldwide Bologna conquista anche l'estero

Grazie alle attività di scouting patrocinate da ICE e Ministero dello Sviluppo Economico, Cosmoprof aumenta la propria presenza negli eventi internazionali



**Cosmoprof Worldwide Bologna, il format B2B di Bologna Fiere, leader per lo sviluppo del settore beauty, continua a incrementare le attività di internazionalizzazione e promozione del brand nei principali mercati.**

Un articolato programma di roadshow ha promosso le iniziative dell'edizione 2018 in Corea del Sud (a Seoul, il 18 e 19 settembre), Thailandia (a Bangkok il 3 e 4 Ottobre), Malesia (a Kuala Lumpur il 5 e 6 Ottobre), Etiopia (a Addis Abeba dal 5 al 7 Ottobre), Vietnam (a Ho Chi Minh l'11 e 12 Ottobre), Russia (a Mosca dal 24 al 26

Ottobre), Giordania (a Amman il 29 e 30 Ottobre), Kazakistan (a Almaty il 22 e 23 Novembre), Tanzania (a dar Es Salaam il 30 Novembre e 1 Dicembre) e Mozambico (a Maputo dal 7 al 9 Dicembre).

Grazie al supporto del **Ministero dello Sviluppo Economico e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e con la collaborazione di Cosmetica Italia**, sono nati nuovi contatti, a livello istituzionale e commerciale, con distributori interessati a **Cosmoprof** per incrementare la presenza all'estero di prodotti locali, con importatori alla ricerca di marchi internazionali da presentare nel proprio Paese, con brand che vogliono valutare un eventuale sviluppo internazionale del proprio business, con retailer interessati a nuove collaborazioni e a una presenza sulla stampa locale.

Con l'occasione è stato possibile approfondire le caratteristiche dei singoli mercati, per poter rispondere nel modo più appropriato alle specifiche esigenze di ognuno con iniziative ad hoc.

aiTV

## In evidenza



SPETTACOLI

**Obama nuova star di Netflix**  
 Trattative per uno show



Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. [Scopri la polizza auto e fai un preventivo](#)

immobiliare.it

MIGLIAIA DI ANNUNCI

ENTRA

## Motori

Come conseguenza di queste recenti attività di scouting, per l'edizione 2018 di **Cosmoprof Worldwide Bologna** sono in aumento le aziende espositrici internazionali, e molti sono i nuovi contatti con top buyer, distributori e catene retail che stanno confermando la loro presenza. La manifestazione di Bologna, con l'apertura di **Cosmopack e di Cosmo|Perfumery & Cosmetics** dal 15 al 18 Marzo e di **Cosmo|Hair&Nail&Beauty Salon** dal 16 al 19 Marzo, si conferma l'evento di riferimento per scoprire in anteprima mondiale le tendenze e le nuove collezioni prodotte.

Per il 2018 **Cosmoprof Worldwide Bologna** rafforza quindi l'identità del network a livello internazionale, incrementando le opportunità di business e di sviluppo all'estero delle aziende espositrici.

**Sono più di 370.000 i professionisti e oltre 6.800 le aziende che, in totale, sono coinvolte nelle edizioni di Bologna con Cosmoprof Worldwide, Las Vegas con Cosmoprof North America e Hong Kong con Cosmoprof Asia.**

Solo a Bologna oltre 250.000 operatori professionali e quasi 2.700 aziende hanno partecipato lo scorso anno alla 50a edizione della manifestazione.

L'edizione conclusa lo scorso novembre di **Cosmoprof Asia** ha registrato un nuovo record di presenze, con 83.793 professionisti della bellezza provenienti da 135 Paesi e 2.877 aziende espositrici, in rappresentanza di 54 Paesi. La manifestazione ha visto una crescita dell'area espositiva dell'11%, confermando il successo del format "One Fair, Two Venues", un doppio appuntamento espositivo che facilita lo sviluppo di nuovi business sia per il mondo della filiera produttiva, presente ad AsiaWorld-Expo con **Cosmopack Asia**, sia per il prodotto finito in esposizione all'Hong Kong Convention & Exhibition Center.

**Cosmoprof North America** continua a crescere a livello costante, con un focus sempre più marcato sul mondo della filiera produttiva e del packaging. La 15a edizione dal 9 all'11 luglio 2017 ha coinvolto 36.700 operatori e 1.278 espositori provenienti da 45 Paesi. A incrementare la presenza internazionale, 12 collettive di altrettanti Paesi, a conferma del fatto che **Cosmoprof North America** è la manifestazione più importante negli Stati Uniti per il mondo della cosmetica.

Per il 2018, il network di **Cosmoprof Worldwide Bologna** si arricchisce di una nuova edizione internazionale, con **Cosmoprof India**, in programma a Mumbai il 10 e 11 Settembre 2018 presso il Sahara Star Hotel.

Con questa iniziativa la piattaforma **Cosmoprof** fa il suo ingresso in India, un mercato in continua evoluzione per il settore beauty, con una crescita dei consumi del 60% negli ultimi 5 anni e un valore complessivo che nel 2025 si prevede raggiungerà i 20 miliardi di dollari. L'evento, organizzato da Bologna Fiere e UBM, rappresenta una nuova opportunità di sviluppo e di visibilità sia per le aziende di prodotto finito, per i settori Cosmetics & Toiletries, Beauty Salon, Hair e Nail e Accessori, sia per le aziende della filiera produttiva, con i leader nei segmenti materie prime e ingredienti, contract manufacturing e private label, packaging primario e secondario.

Contemporaneamente allo sviluppo degli eventi a marchio **Cosmoprof** nel mondo, si rafforza la presenza del network con collaborazioni mirate e con manifestazioni B2B all'estero, leader a livello locale, con la partecipazione di Bologna Fiere Cosmoprof in qualità di agente di vendita internazionale. Una strategia che ha come obiettivo finale la costituzione di nuove relazioni di business, per consolidare la presenza del format Cosmoprof in Paesi economicamente sempre più forti. È stato rinnovato il Memorandum of Understanding per il 2018 tra BolognaFiere e Iran International Exhibitions Co., ente fiera di Teheran, per la partecipazione dal 26 al 29 Aprile alla prossima edizione di Iran Beauty & Clean, l'evento B2B per l'industria cosmetica per il mercato del Medio Oriente e dei Paesi dell'area del Golfo, ricco di opportunità per la crescita di tutta l'industria cosmetica internazionale.



**Ginevra 2018: McLaren Senna GTR Concept, la regina è lei**



Dal 1934 Canali realizza raffinati abiti da uomo di alta moda sartoriale. Scopri la nuova collezione **Canali**.

Trova casa su **immobiliare.it**

Provincia

Tipologia

**TROVA**



**ProntoPro**

**Cerchi un professionista?**  
Preventivi **gratisti** entro poche ore

**Confronta preventivi**

**RICHIEDI ONLINE IL TUO MUTUO**

Finalità del mutuo

Importo del mutuo  Euro  
 Durata del mutuo  anni



in collaborazione con  


**CONFRONTA >**

**Confermata anche la collaborazione di Bologna Fiere Cosmoprof per Belleza y Salud 2018** in programma dal 3 al 7 ottobre. La manifestazione, organizzata da Corferias – International Business and Exhibition Center of Bogotá in partnership con Andi – National Business Association of Colombia, vanta la presenza di più di 370 espositori e 56.000 visitatori, ed è un momento di business importante per distributori, supplier, società di import/export e manager del settore beauty in Sud America, interessati alle tendenze e alle novità internazionali.

**In programma anche nuove collaborazioni nel Sud-Est Asiatico. Bologna Fiere Cosmoprof parteciperà nel 2018 a AseanBeauty in Thailandia dal 3 al 5 Maggio, PhilBeauty nelle Filippine dal 30 Maggio all' 1 Giugno, VietBeauty in Vietnam dal 19 al 21 Luglio e BeautyExpo in Malesia dal 5 all' 8 Ottobre.** Grazie a queste iniziative il network Cosmoprof Worldwide Bologna rafforza il presidio nei mercati in crescita del continente asiatico, alla ricerca di nuove relazioni e nuove opportunità di sviluppo per l'industria cosmetica.

Per maggiori informazioni, [www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

**TAGS:** COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA 2018

**POLITICA**

Palazzi & Potere  
 Europa

**ESTERI**

**ECONOMIA**

**CRONACHE**

**CULTURE**

**SPORT**

**MILANO**

**ROMA**

**LAVORO**

**PUGLIA**

**COSTUME**

**SALUTE**

Malattie rare

**SERVIZI**

Meteo

Oroscopo

Shopping

Casa

Mutui

Giochi

RSS

WeChat

**SPETTACOLI**

**MARKETING**

**MEDIATECH**

**FOOD**

Affari di Birra

**MOTORI**

**VIAGGI**

**FOTO**

**aiTV**

**IL SOCIALE**

**I BLOG**

Cinque alle cinque

Al lavoro

#avvocatonline

#LoveAndDogs

#houzzitalia

#SocialFactor

Acrostico

Action Woman

Adelante a los 60

Affari...di intimità

Alla salute

Anche se non c'è niente da ridere

Belli miei

Bit Economy

Buonasanità

Cassandra

Coaching

Controvento

Comunicazione e

**I BLOG**

In punta di gesso

Il mondo è rotondo

Il motivatore

Il notaio conferma?

Il Palazzo delle Meraviglie.

Luoghi e genti della società

Il suono dei soldi

I tre obsoleti

Impara l'arte e mettila da parte

Imprese e Professioni

Inbound Marketing

Io Uomo tu Robot

La biblioteca di Babele

La Colonna infame

Lampi del pensiero

La nuda verità

Lettere allo Psicologo

Localitour d'Autore

Milano - Lecce

## COSMOPACK A COSMOPROF 2018, IL LATO BELLO DELLA BELLEZZA

Home > Bellezza > Prodotti e news  
 Veronica Eredi  
 L'evento giusto per assistere live alla produzione di una palette. E poi aggiudicarsela in premio  
 Il packaging di un cosmetico ha la stessa importanza della copertina di un libro. È il primo elemento che attrae la nostra attenzione e il primo strumento di comunicazione. E se ci piace spesso ci convince ad acquistare il prodotto prima ancora di averne scoperto il contenuto. Per questo Cosmopack Worldwide Bologna 2018 ha scelto di dedicare quattro giorni, da giovedì 15 a domenica 19 marzo, all'intera filiera produttiva del mondo del beauty. L'evento si chiama

Cosmopack – Solutions for the Beauty Industry – e se pensate che sia una tappa da eliminare durante il vostro viaggio all'interno del mondo della bellezza vi sbagliate. Segnatevi, invece, il padiglione 19 (Cosmoprime) e fateci un salto. È qui che andrà in scena una delle iniziative più interessanti della manifestazione: Cosmopack Factory ovvero la progettazione e la produzione live, sotto i vostri/nostri occhi, dell' all-over palette Powderful.

L'esperienza parte dalla prima fase, quella di design, dove alcuni video ci faranno raggiungere Parigi e l'azienda Centedegrés per scoprire come è avvenuta la nascita del prodotto tra scelta di materie prime, colori, forme e tecnologie. La seconda fase è il cuore della produzione: si assisterà alla colatura della polvere poi pressata a caldo fino a ottenere un finish tridimensionale e multicolore. Infine, grazie a un'esperienza di realtà aumentata ideata da MCI Brand Appeal, potremo conoscere la nuova frontiera del packaging, la quarta dimensione. Basterà scaricare un'app sul nostro smartphone e poi inquadrare la scritta Powderful posta sulla palette virtuale per dare il via a un effetto wow. Le lettere cominciano a muoversi davanti ai nostri occhi e sul coperchio appare l'immagine delle polveri. Con un'interazione più approfondita, cliccando sui tre colori della palette, è possibile scoprirne caratteristiche e funzioni.

<!-- if (device.mobile()){ OAS\_AD('Bottom1'); } --> Ma il bello arriva dopo, una volta conclusa l'esperienza. Perché se si sarà prenotata in tempo la nostra palette – previa registrazione al sito Cosmoprof.it – dopo averla creata si potrà avere nelle nostre mani (e portare via con sé). Per sperimentare tutte le sue molteplici abilità cosmetiche: Powderful è stata realizzata per essere usata come ombretto, illuminante, fard e rossetto.

Secondo appuntamento da non perdere del percorso Cosmopack sono i Cosmopack Awards 2018, alla prima edizione. Una giuria di esperti internazionali, in collaborazione con Beautystreams, avrà il compito di selezionare, tra i progetti presentati dalle aziende espositrici, quelli più innovativi nel campo della ricerca, della formulazione, dello sviluppo tecnologico e della digitalizzazione.

Per il terzo (e ultimo appuntamento) che coinvolge la filiera produttiva della cosmetica dovremmo invece attendere il 10 e l'11 settembre e viaggiare fino a Mumbai per Cosmoprof India Preview. La piattaforma internazionale di Cosmoprof si apre per la prima volta al mercato indiano, molto interessato alle soluzioni di formulazione, produzione e packaging offerte dalle aziende di Cosmopack. Visita anche i padiglioni dedicati al movimento Green. Testo Veronica Eredi – 07 marzo 2018

Tags bologna, cosmopack, cosmoprof 2018, packaging cosmetici Condividi Facebook Twitter Tumblr Google+ Pinterest

Cosmopack, come nasce una palette Scopri di più Per Sisley haircare is the new skincare Scopri di più Cinque tendenze beauty per l'inverno dalla MFW Scopri di più Full immersion detox con vista sui ghiacciai Scopri di più Potrebbe interessarti anche var outbrain\_track = true;

Torna su <!-- nascosti tasti precedente – successivo. per attivarli togliere il commento Precedente | Successivo --> [ Fonte articolo: Amica ] Post Views: 1

# AMICA

SFILATE  
PARIGIMODA / **BELLEZZA** / ACTIVE / KITCHEN / DAILY  
TIPS / VIDEO / PARTY &  
PEOPLE/ INSTALOOK THE  
CUBE

AMICA

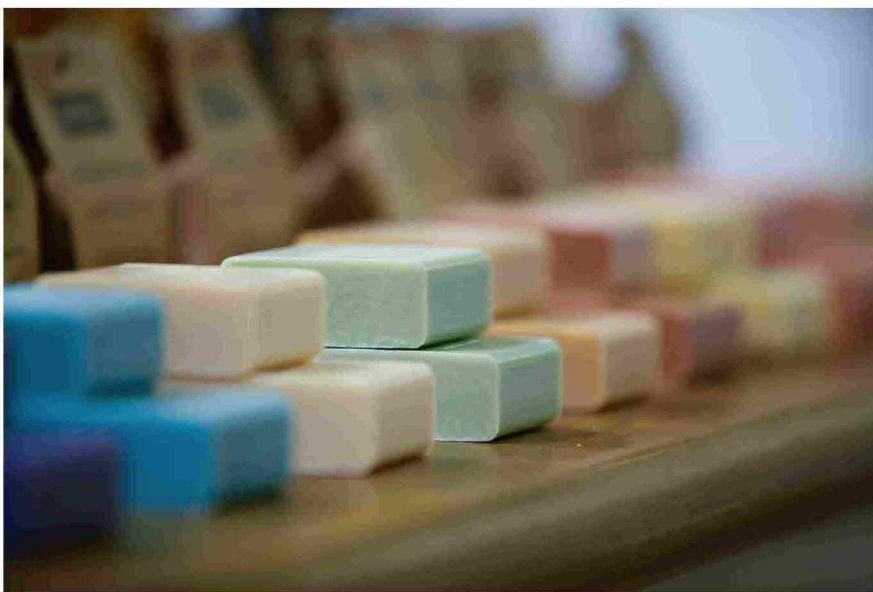
BEAUTY

Tam Tam

HOME &gt; BELLEZZA &gt; PRODOTTI E NEWS

## Cosmopack a Cosmoprof 2018, il lato bello della bellezza

L'evento giusto per assistere live alla produzione di una palette. E poi aggiudicarsela in premio



Il packaging di un cosmetico ha la stessa importanza della copertina di un libro. È il primo elemento che attrae la nostra attenzione e il primo strumento di comunicazione. E se ci piace spesso ci convince ad acquistare il prodotto prima ancora di averne scoperto il contenuto. Per questo **Cosmoprof Worldwide Bologna 2018** ha scelto di dedicare quattro giorni, da **giovedì 15 a domenica 19 marzo**, all'intera filiera produttiva del mondo del beauty.

L'evento si chiama **Cosmopack – Solutions for the Beauty Industry** – e se pensate che sia una tappa da eliminare durante il vostro viaggio all'interno del mondo della bellezza vi sbagliate. Segnatevi, invece, il **padiglione 19 (Cosmoprime)** e fateci un salto. È qui che

### CORRIERE DELLA SERA

mercoledì 07 marzo 2018

aggiornato 11:29

#### ULTIME NOTIZIE



Sciopero trasporti, giovedì a rischio caos fermi metro, bus, treni,...



Balotelli contro il neo senatore della Lega: «Forse non gli hanno det...



Calenda: «Se il Pd si allea con M5S lascio subito». Tutti i possibili 'rifondatori'



Corriere Tv

Scanzi-Sgarbi, lite furibonda in diretta tv: e volano insulti

[LEGGI TUTTE LE NOTIZIE](#)

#### SOCIAL WALL





andrà in scena una delle iniziative più interessanti della manifestazione: **Cosmopack Factory** ovvero la progettazione e la produzione live, sotto i vostri/nostri occhi, dell'all-over palette **Powderful**.

L'esperienza parte dalla prima fase, quella di design, dove alcuni video ci faranno raggiungere Parigi e l'azienda **Centedeprés** per scoprire come è avvenuta la nascita del prodotto tra scelta di materie prime, colori, forme e tecnologie. La seconda fase è il cuore della produzione: si assisterà alla colatura della polvere poi pressata a caldo fino a ottenere un finish tridimensionale e multicolore. Infine, grazie a un'esperienza di realtà aumentata ideata da MCI Brand Appeal, potremo conoscere la nuova frontiera del packaging, la **quarta dimensione**. Basterà scaricare un'app sul nostro smartphone e poi inquadrare la scritta Powderful posta sulla palette virtuale per dare il via a un **effetto wow**. Le lettere cominciano a muoversi davanti ai nostri occhi e sul coperchio appare l'immagine delle polveri. Con un'interazione più approfondita, cliccando sui tre colori della palette, è possibile scoprirne caratteristiche e funzioni.

Ma il bello arriva dopo, una volta conclusa l'esperienza. Perché se si sarà prenotata in tempo la nostra palette – previa registrazione al sito [Cosmoprof.it](http://Cosmoprof.it) – dopo averla creata si potrà avere nelle nostre mani (e portare via con sé). Per sperimentare tutte le sue molteplici abilità cosmetiche: Powderful è stata realizzata per essere usata come ombretto, illuminante, fard e rossetto.



Secondo appuntamento da non perdere del percorso Cosmopack sono i **Cosmopack Awards 2018**, alla prima edizione. Una giuria di esperti internazionali, in collaborazione con Beautystreams, avrà il compito di selezionare, tra i progetti presentati dalle aziende espositrici, quelli più innovativi nel campo della ricerca, della formulazione, dello sviluppo tecnologico e della digitalizzazione.

Per il **terzo** (e ultimo appuntamento) che coinvolge la filiera produttiva della cosmetica dovremmo invece attendere il 10 e l'11 settembre e viaggiare fino a Mumbai per **Cosmoprof India Preview**. La piattaforma internazionale di Cosmoprof si apre per la prima volta al mercato indiano, molto interessato alle soluzioni di formulazione, produzione e packaging offerte dalle aziende di Cosmopack.

Visita anche i [padiglioni dedicati al movimento Green](#).

#### ARTICOLI CORRELATI



#### BELLEZZA

**Cosmoprof 2018, l'onda green colora Bologna**

Segui il nostro percorso guidato nelle novità della cosmetica **LINK** ed eco-friendly



#### BELLEZZA

**Cosmoprof: Dal 15 al 19 marzo Bologna capitale della bellezza**

Amica.it presenta anteprime, **LINK** lenze, curiosità & lezioni



#### PARTY PEOPLE

**Kurt Cobain 50: Il Grunge nelle fotografie di Michael Lavine**

I 50 anni del musicista di **LINK** le celebrati con una mostra a Bologna

Informativa

✕

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#).  
Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Home Chi siamo ▾ Modacapelli ▾ News ▾ Education ▾ Prodotti ▾ Abbonamenti Shop online ▾

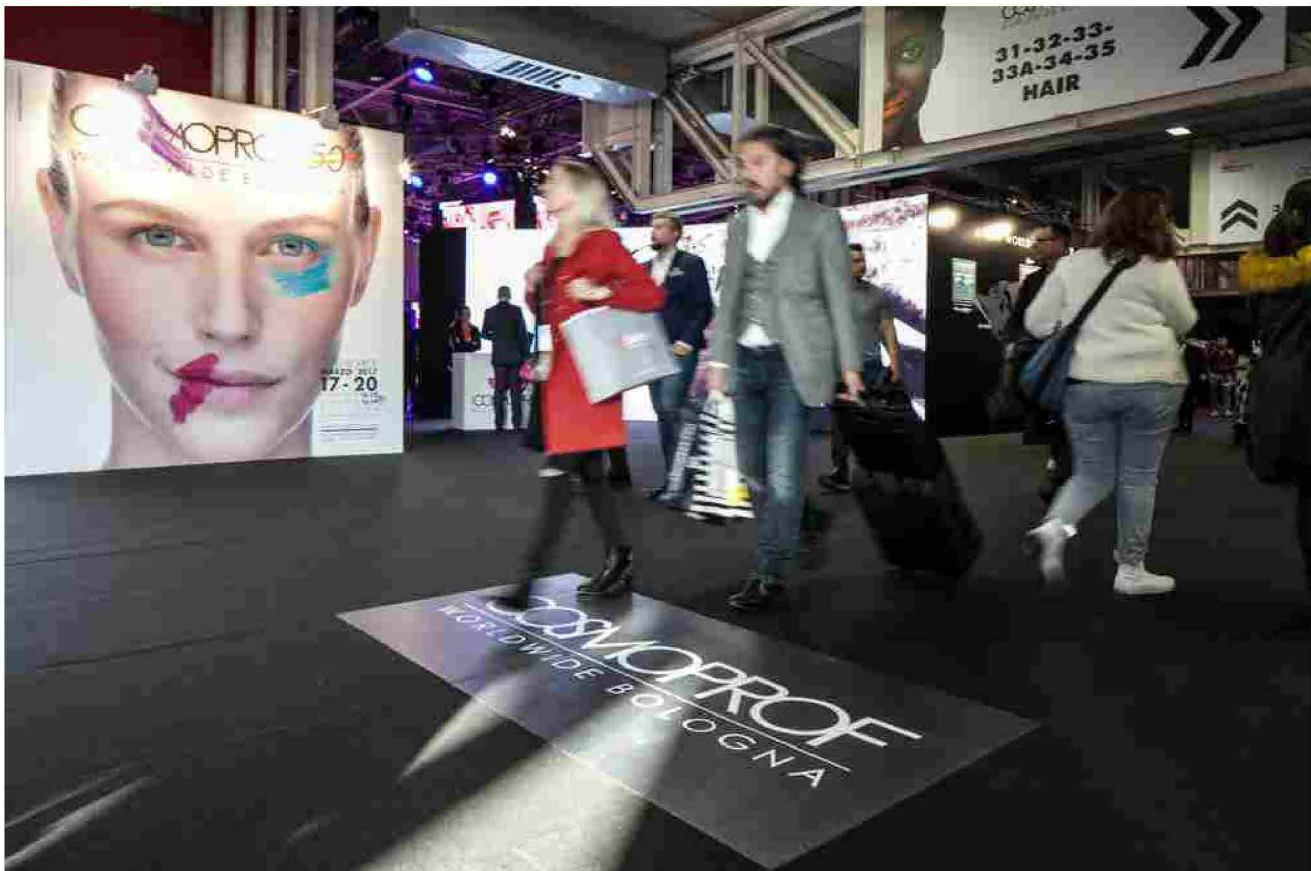
## EVENTI

Home » EVENTI » Anno 2018 »  
Cosmoprof Worldwide Bologna  
2018: tutto quello che c'è da  
sapere

### Cosmoprof Worldwide Bologna 2018: tutto quello che c'è da sapere

La manifestazione di riferimento per il mondo della cosmesi organizzata da BolognaFiere, in programma dal 15 al 19 marzo, propone un format rinnovato che consente di ottimizzare i percorsi di visita in base alle esigenze dei visitatori.

Quando?



Da **giovedì 15 a domenica 18 marzo** spazio ai professionisti del settore retail, profumeria e cosmesi, green e naturale e ai padiglioni nazionali di **COSMO|PERFUMERY & COSMETICS**, in concomitanza con **COSMOPACK**, mentre le aree di interesse per il canale professionale di **COSMO|HAIR & NAIL & BEAUTY SALON** – hair, nail ed estetica & spa – con i padiglioni nazionali di **Cina** e **Taiwan** mantengono la consueta apertura da venerdì 16 a lunedì 19 marzo. La personalizzazione della manifestazione, favorita da una riorganizzazione degli spazi espositivi e dalle attività di restyling, permette di strutturare le aree con iniziative ad hoc per i diversi settori, favorendo il networking e lo sviluppo di nuovi progetti di business.

Qualche numero...





Estremamente positivi i primi dati relativi all'edizione 2018, forniti in occasione della conferenza stampa di presentazione: oltre 2800 gli espositori (il 3% in più rispetto al 2017) provenienti da 70 paesi; complessivamente la manifestazione cresce del 7,5%, a conferma del ruolo di Cosmoprof di evento leader di un network globale che porta nel mondo l'eccellenza del settore, grazie al supporto del **Ministero dello Sviluppo Economico**, di **ICE** - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e alla ormai storica collaborazione con Cosmetica Italia.

Il segno positivo accomuna tutte le realtà a cominciare da Cosmopack, che registra un +6%, e crescono complessivamente del 5% l'area di Cosmo|Perfumery & Cosmetics e dell'8% quella di Cosmo|Hair & Nail & Beauty Salon. Notevole lo sviluppo del **settore Green** con ben 130 le aziende presenti. Grandi aspettative anche in termini di visite. Le vendite online registrano un **aumento del 25%** rispetto al 2017, con una crescita delle **vendite internazionali del 34%**.

Sempre più internazionale





In questa edizione, ben 27 Collettive Nazionali presenti da 24 paesi. Inoltre la rassegna inaugura un anno particolarmente ricco di eventi in tutto il mondo. "Cosmoprof si presenta nel 2018 con la sua piattaforma internazionale arricchita di nuovi importanti appuntamenti" dice Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere "dopo Cosmoprof Asia e **Cosmoprof Nord America**, inaugureremo in settembre a Mumbai **Cosmoprof India**, mentre si conferma il nostro impegno in Iran e in Colombia. *Saremo poi in **Tailandia, Vietnam, Filippine** e **Malesia** per coprire la regione asiatica in modo capillare. Il nostro format, nato a Bologna 50 anni fa, è oggi un marchio leader nel mondo per tutto ciò che attiene al business della cosmesi e della bellezza.*" Anche la filiera produttiva rappresentata da Cosmopack si prepara ai nuovi eventi internazionali, che vedranno le aziende dell'industria cosmetica protagoniste dei prossimi eventi a marchio Cosmoprof.

Cosmo Hair & Nail & Beauty Salon (dal 16 al 19 marzo)



Non può mancare a Cosmoprof un percorso "su misura" per gli operatori professionali dei centri estetici, delle spa e dei saloni di acconciatura. Si tratta di **COSMO|Hair & Nail & Beauty Salon**, che riunisce le aziende per il mondo dei capelli, delle unghie e dell'estetica, gli espositori di apparecchiature per centri estetici e spa e gli specialisti in accessori e arredi, insieme ai padiglioni nazionali di Cina e Taiwan. Ai visitatori di questo spazio è dedicato anche un intenso programma di iniziative speciali dedicate alle novità prodotte e alle ultime tendenze.

Mondo Hair in primo piano





L'acconciatura registra un forte incremento di presenze internazionali, confermandosi grande protagonista anche in questa edizione: **sei i padiglioni dedicati** (25 – 31 -32 – 33a – 34 – 35) che attendono gli hairstylist di tutto il mondo. Novità prodotto, attrezzature e arredi, show e demo live proposti dalle principali aziende del settore. Tra gli eventi di richiamo per i professionisti del settore, **On Hair Collection** con i suoi spettacolari show che da anni sono un must irrinunciabile per molti visitatori. Tornano anche le esibizioni dei giovani talenti di **Hair Ring** e **United Barbers Show**, l'appuntamento dedicato al mondo maschile, che tanto interesse hanno riscosso in passato.

On Hair collection (18 e 19 marzo)





Tornano gli show capelli che accendono i riflettori sulle performance dei team più prestigiosi di aziende leader del settore come **Class Hair Academy**, **Schwarzkopf Professional**, **Hair Company Professional**, **MashUp Creative Team** e **BH Salon Hairdressing** e **Wella**. L'appuntamento è il 18 e 19 Marzo sul palcoscenico dell'EuropAuditorium/Palazzo dei Congressi, alla presenza di oltre 1.000 operatori.

Hair Ring (dal 16 al 19 marzo)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



**"Proud to support young talents"**: ecco il claim di Hair Ring, il palcoscenico dei giovani hairstylist organizzato con la collaborazione di Camera Italiana dell'Acconciatura. Dal 16 al 19 marzo il focus sarà sulle proposte più originali dei professionisti che si stanno affacciando al settore. Presente venerdì 16 anche la vincitrice del premio **Best Young** organizzato in collaborazione con **Camera Italiana dell'Acconciatura** in occasione di **On Hair Autumn Edition** lo scorso novembre, che presenterà le sue creazioni ad una platea internazionale.

United Barbers Show (dal 16 al 19 marzo)



2<sup>nd</sup> WORLDWIDE BARBERS' RENDEZ-VOUS  
- THE CHALLENGE EDITION -

L'appuntamento da non perdere per il mondo maschile, organizzato con la collaborazione di **Sen Martin**, **Barber Mind** e **Bottega della Barba**. Venerdì 16 e Sabato 17 Marzo spazio per approfondimenti e business meeting, mentre sabato 18 e Domenica 19 marzo in passerella gli show dei più importanti esponenti del settore acconciatura maschile e shaving. Guest star **Josh Lamonaca**, fondatore di **Menspire**, uno dei più importanti barber a livello internazionale per la prima volta su un palcoscenico italiano.

Estetica e mondo Nails



Nei nuovi padiglioni **37 e 38** estetiste ed operatori dei centri estetici potranno scoprire i macchinari e i prodotti più innovativi per incrementare il proprio business ed offrire alla loro clientela un servizio di qualità sempre più alta. Ai professionisti di questo settore l'edizione 2018 propone anche approfondimenti professionali di alto livello come le dimostrazioni live di **Cosmoprof OnStage**, dedicate al mondo dell'estetica professionale e nail, in programma domenica 18 e lunedì 19 marzo in collaborazione con la manifestazione **Esthetiworld** by Cosmoprof.

Oggetto delle sessioni, le tecniche di massaggio in linea con le ultime tendenze e le proposte dei più famosi make-up artist, con la presenza di **Rossano De Cesaris**, e di **Lashdream**, con il focus sullo sguardo di **Eye Love You**. Riservato alle onicotecniche il **Nail Education Bologna**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

organizzato da **Eva Burai di Nail Over**, che lunedì 19 marzo punta i riflettori sulle tecniche per le nail art più alla moda, proseguendo un percorso iniziato a Estheworld by Cosmoprof lo scorso ottobre.

Cosmetica Italia a Bologna



L'Associazione di categoria del sistema cosmetico nazionale si prepara, al fianco dello storico partner BolognaFiere, a rendere ancora più ricco il Cosmoprof 2018 con approfondimenti sui **trend di mercato, convegni ed eventi** a supporto delle diverse realtà che compongono il settore beauty. *"In un momento di rare alleanze tra eccellenze italiane"* ha spiegato **Fabio Rossello, Presidente di Cosmetica Italia** "questa collaborazione consente di rappresentare al meglio un settore fiorente per l'economia italiana e mondiale. La solidità delle nostre imprese è testimoniata dalla continua crescita del fatturato globale del settore cosmetico nazionale, prossimo agli 11 miliardi di euro e con le vendite all'estero che nel 2017 hanno raggiunto i 4,7 miliardi, in crescita del 9% rispetto all'anno precedente. La kermesse bolognese permetterà di confermare, ancora una volta, la competitività del sistema italiano della cosmetica".

Cosmoprof premia l'eccellenza del Beauty

## COSMOPROF Awards

Debuttano in questa edizione gli **Awards di Cosmoprof Worldwide Bologna**, organizzati in collaborazione con l'agenzia di trend internazionale **Beautystreams** e attribuiti da una giuria di esperti internazionali, coinvolgendo tutte le categorie di prodotto presenti a Bologna.

I Cosmopack Awards 2018 (la naturale evoluzione del premio The Wall) celebrano l'innovazione e l'eccellenza della filiera produttiva, mentre i Cosmoprof Awards sono dedicati alle **aziende di prodotto finito** con il progetto più funzionale al mercato. Infine, **The Lifetime Achievement Award** è attribuito ad una personalità del settore che si è distinta nel corso degli anni ed è stata determinante con la sua influenza per lo sviluppo della cosmesi.

Cosmopack (dal 15 al 18 marzo)





L'evento di Cosmoprof Worldwide Bologna che coinvolge l'intera filiera produttiva dell'industria cosmetica in tutte le sue componenti (materie prime e macchinari, produzione conto terzi e soluzioni full service, automazioni e packaging) conta 464 aziende già confermate ed una lista d'attesa in costante crescita. Oltre 23.000 visitatori sono attesi a Bologna, con un significativo incremento delle presenze straniere, per scoprire progetti, protagonisti e innovazioni proposti anche attraverso le sessioni di approfondimento dei **Cosmotalks**.

Cosmopack è dunque un appuntamento unico per capire l'evoluzione della **filiera cosmetica a livello internazionale**, sempre più spesso scelto dalle aziende il palcoscenico scelto dalle aziende per presentare in anteprima mondiale le nuove collezioni, le tecnologie e le soluzioni più avanzate per l'industria cosmetica in tutte le sue componenti: **make-up, skincare, nail e personal care**. Riflettori puntati sulle tendenze, le novità, le soluzioni di **smart manufacturing**, i risultati più innovativi della ricerca scientifica in termini di formulazione, le proposte di packaging design all'avanguardia, ma anche soluzioni digital, artificial intelligence e virtual reality.

Powderful: la Cosmopack Factory diventa Experience



Torna il progetto più atteso di Cosmopack, l'area che porta live in manifestazione l'intero ciclo produttivo dei prodotti cosmetici.

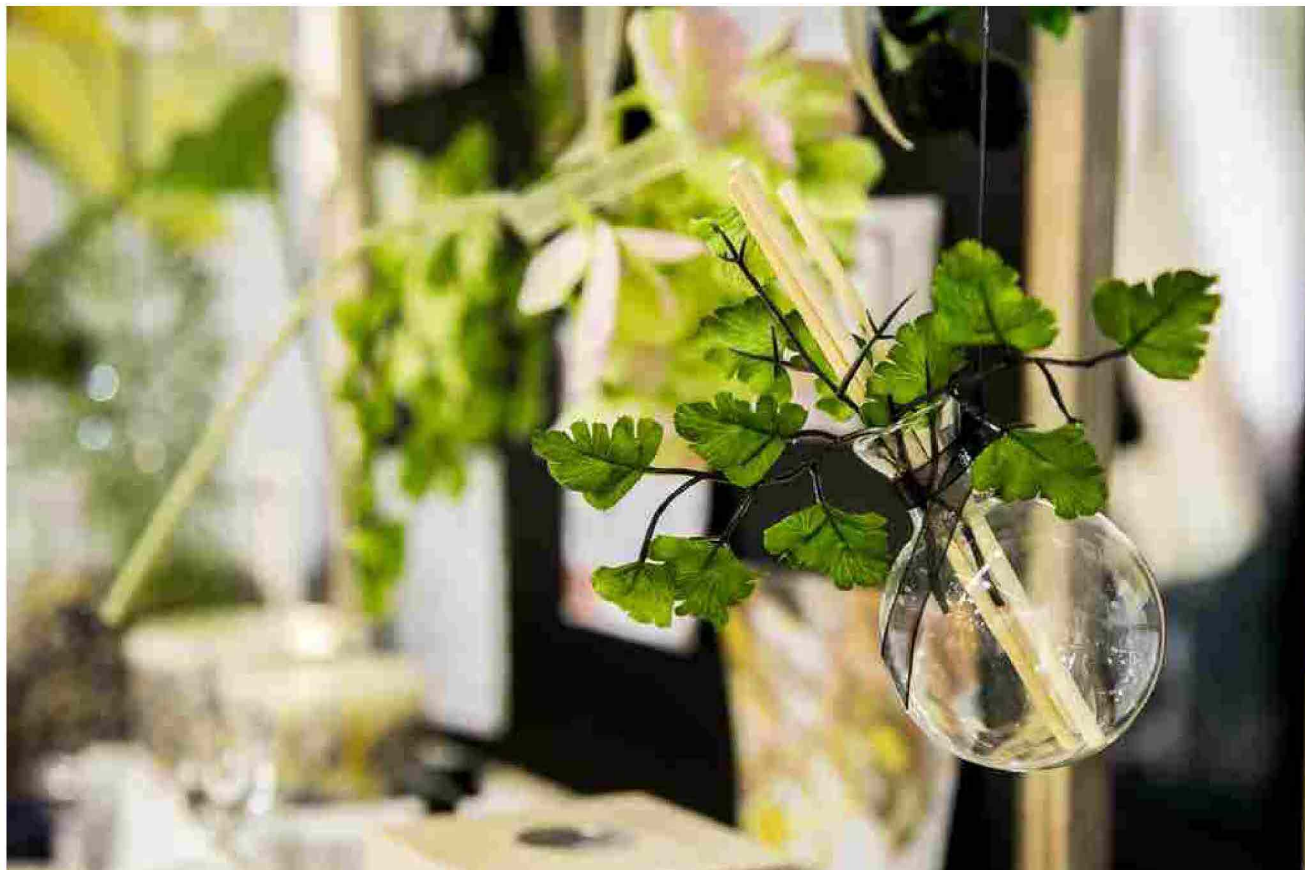
Dopo rossetto, mascara, polvere, siero e profumo è la volta dell'esperienza di produzione e di vendita di **Powderful**, la **polvere compatta** a marchio Cosmoprof.

Grazie alla partnership con centedegrés, i visitatori avranno l'opportunità di vivere la straordinaria esperienza a 360 gradi della creazione di un **prodotto make up di lusso**. Dalla progettazione alla messa in vendita in negozio.

Due partner tecnologici molto importanti valorizzeranno ulteriormente l'area dimostrativa strategicamente posizionata nel padiglione 19: **MCI Brand Appeal** che animerà il **packaging del prodotto** in realtà aumentata ed **ELSE Corp** che **disegnerà e svilupperà l'esperienza di fruizione del prodotto** sul punto vendita.

A tutto Green





Quello del prendersi cura della propria immagine facendo scelte **eco-sostenibili** è un tema in grado di appassionare, oltre ai professionisti della bellezza, anche molti consumatori. Per questo la cosmetica "green" all'interno del Cosmoprof si arricchisce di nuove iniziative.

Oltre al padiglione 21N, con i suoi 3000 mq dedicati al settore naturale, la 51a edizione presenta due nuove aree speciali dedicate a questo trend.

**L'Extraordinary Gallery The Green Selection** ospiterà, all'interno del pad. 19, sofisticate **aziende ecofriendly** in un contesto che vuole incrementare la **filosofia green**. Nello stesso padiglione anche **Green Prime**, un'area ben distinta che riunirà brand mastige-prestige con un'identità green.

**Tags:** cosmoprof worldwide bologna fiere

Publicato il 05.03.2018



[Pinit](#)

## Scelti per te



### Assegnati i Diamanti d'Oro di Uala

Uala svela i vincitori della seconda edizione del premio dedicato ai migliori saloni d'Italia.



### Marco Todaro vince il Premio Eccellenze d'Italia

Durante il Festival di Sanremo c'è stata un'importante premiazione che ha visto ancora una volta un acconciatore protagonista.



# Beauty: trend di filiera per l'industria del domani

**In programma a Bologna da giovedì 15 a domenica 18 marzo 2018, torna Cosmopack, evento di Cosmoprof Worldwide Bologna, che riafferma la propria unicità portando in scena idee e tecnologie capaci di influenzare l'industria cosmetica del futuro.**



**C**osmopack offre una panoramica esclusiva su tendenze, novità, soluzioni digital e di smart manufacturing proposte da aziende di caratura internazionale, grazie alla presenza di tutte le componenti della filiera: materie prime, macchinari di processo e confezionamento, produzione conto terzi e soluzioni full service, applicatori, packaging primario e secondario.

## DATI E FATTI ALLA MANO

L'edizione 2018 della manifestazione Cosmopack prospetta ulteriori sviluppi: +6% in termini espositivi, 464 aziende da 31 paesi, una lista d'attesa in costante crescita.

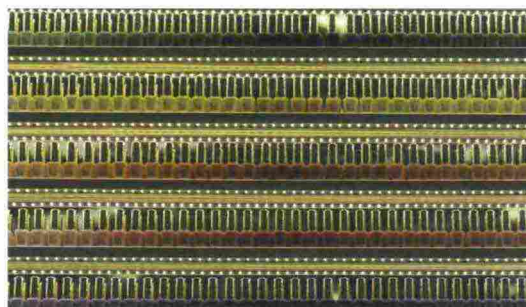
Grazie alle attività di networking sui mercati più interessanti per il settore cosmetico patrocinate da ICE - Agenzia e dal Ministero dello Sviluppo Economico, aumentano anche le presenze delle aziende internazionali (55% del totale).

Per la prima volta a Cosmopack, riconosciuto come evento di riferimento per la filiera produttiva a livello internazionale, ricordiamo anche alcune presenze di rilievo nel panorama industriale di riferimento: Oxygen (USA), Maesa (Francia), Dubai Personal Care (divisione private label del gruppo Unilever), HSA Cosmetic Division e Marchesini Group (Italia).

Per quanto riguarda The Cosmopack Factory, il format nato 6 anni

## Cosmopack Awards 2018: la giuria internazionale

- Lan Vu (Founder & CEO Beautystreams, USA)
- Stephane Bertrand (Senior Manager Trends & Prospective Innovation Skincare & Bodycare, Coty, France)
- Sam Cheow (Chief Product Accelerator, L'Oréal, USA)
- Kilala Tilaar (Deputy Marketing Director, Martha Tilaar Group, Indonesia)
- Hannah Roberts (Prestige Communications Director & Global Head of Trends, Unilever Prestige, UK)
- Michelle Verschoore (L'Oréal Medical Director, L'Oréal, France)
- Elie Papiernik (CEO Centdegres, France)
- Masa Cui (CEO Marie Dalgar, China)
- Anna Cecilia Villalobos (Innovation Leader, Belcorp, Peru)
- Olivier Guillemain (Creative Consultant, Shiseido, France)
- Gergana Von Heyking (International marketing Director, DROM, Germany)
- Marc Rosen (CEO Marc Rosen Associates, USA)
- Jessica Blanco (VP Product Development or CEO, MILK Makeup, USA)
- Stefano Lavorini (Editor in Chief, Italia Imballaggio, Italy).



fa a Bologna, quest'anno presenta Powderful, un progetto integrato di produzione di una "allover palette" che segue tutti gli step di sviluppo di prodotto.

Maggiori informazioni al riguardo nell'articolo a seguire.

**Un Premio alla supply chain.** Naturale evoluzione del contest "The Wall" (nato nel 2014) arrivano quest'anno i Cosmopack Awards, come di consueto riservati agli espositori della fiera. In collaborazione con l'agenzia Beautystreams, BolognaFiere Cosmoprof ha definito una giuria di esperti internazionali, che avrà il compito di selezionare e premiare le soluzioni di ricerca, formu-



[ MARKETING & DESIGN ]



lazione, sviluppo tecnologico e innovazione digitale presentate dagli espositori in tutte le categorie.

In fiera, i prodotti finalisti saranno esposti in due speciali showcase allestiti al centro servizi di Bologna Fiere e nella galleria 15-18. Esperti di prodotto finito dovranno invece selezionare finalisti e vincitori dei Cosmoprof Awards, premiando i brand più performanti sul mercato e più in linea con le richieste del consumatore finale.

I progetti in lizza in entrambi i concorsi sono disponibili su [www.cosmoprofawards.com](http://www.cosmoprofawards.com), piattaforma digitale di nuova concezione creata ad hoc.

#### LA FORZA DI UN FORMAT GLOBALE

Seguendo lo sviluppo del network di Cosmoprof Worldwide Bologna, nel 2018 la filiera produttiva rappresentata a Cosmopack

si prepara a nuovi eventi internazionali. Le aziende dell'industria cosmetica saranno infatti protagoniste a Las Vegas con Cosmoprof North America, e a Hong Kong, con la seconda edizione di Cosmopack Asia presso AsiaWorld-Expo. New-entry della piattaforma internazionale Cosmoprof, ricordiamo India Preview in programma il 10 e 11 settembre a Mumbai, in risposta all'interesse espresso dal mercato indiano per le soluzioni di formulazione, processi produttivi e packaging proposte dalle aziende a Cosmopack.

L'innovazione e la tecnologia applicate all'industria sono le proposte più ricercate anche dagli operatori professionali in visita a Iran Beauty & Clean (Teheran, 26-29 aprile) e a Belleza y Salud (Bogotá, Colombia, 3 - 7 ottobre) le manifestazioni che Bologna Fiere Cosmoprof seguirà in qualità di agente di vendita internazionale anche nel 2018.

## POWDERFUL: la Cosmopack Factory diventa esperienza

**A Cosmopack 2018, le idee si traducono in tecnologia, qualità, innovazione, collaborazione, bellezza, lusso. E la Factory si fa in tre.**

**A**sottolineare la perfetta assonanza tra Cosmopack e il mondo industriale focalizzato sui prodotti di bellezza, la fiera propone da 5 anni un itinerario ragionato nel cuore dello sviluppo e della produzione, replicando infatti dal vivo una linea produttiva dedicata.

Di volta in volta, i percorsi proposti alla Factory hanno ricalcato tutti gli step necessari (dalla formulazione del prodotto al confezionamento) a realizzare un rossetto, una cipria, una maschera, una crema e un profumo, offrendo uno spettacolo di alta tecnologia e di qualità grazie al coinvolgimento e all'impegno di aziende dal know how consolidato, fortemente orientate alla ricerca e sviluppo. Quest'anno l'iniziativa si trasforma ancora, assumendo i contorni di una vera e propria esperienza olistica; la Powderful Factory porta infatti in scena il processo

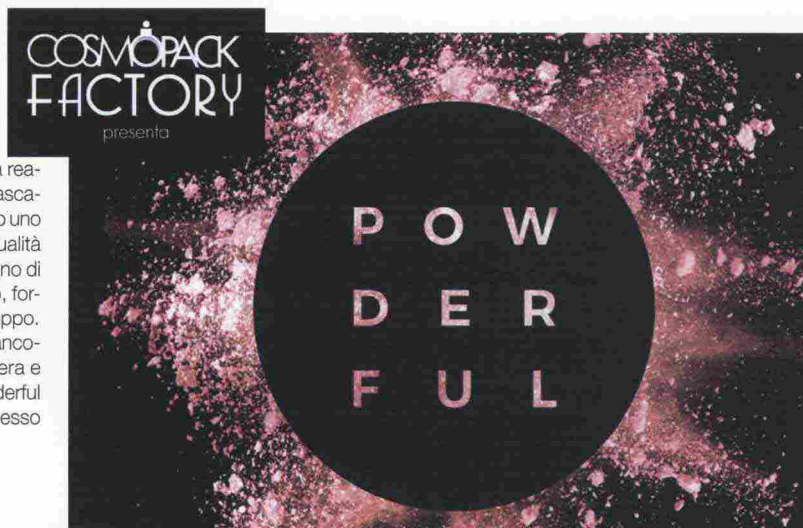
creativo alla base di un prodotto make up di lusso all-in-one, la sua produzione e la successiva distribuzione al dettaglio e che, non a caso, avrà anche un posto di rilievo in un'area della Factory dedicata alla shopping experience del futuro. Ma procediamo con ordine.

**Partiamo dal prodotto...** Realizzato a partire dal concept esclusivo creato dall'agenzia centdegrés, Powderful è un cosmetico in polvere all over, creato per diversi utilizzi, dato che può essere usato come illuminante, ombretto, blush e perfino rossetto. Facile da applicare grazie a un particolare pennello, è concepito per assicurare prestazioni uniche.

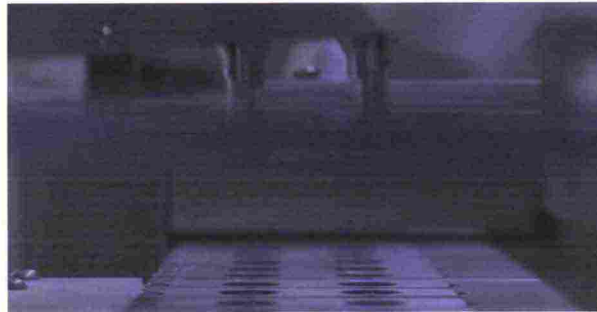
Alla Factory - collocata strategicamente

nel padiglione 19 dedicato a Cosmoprime - sarà dunque possibile assistere a una dimostrazione live della tecnica di back injection, un processo industriale unico che consente di trasformare una formulazione liquida in un prodotto solido ottenendo, in questo caso, anche un effetto tridimensionale multicolore.

**... e dal packaging** Studiato per enfatizzare la texture del cosmetico, il packaging primario creato ad hoc non è solo un contenitore per polvere e pennello, ma una trousse di lusso, bella e comoda da portare in borsa. Ma diventa anche tag per l'accesso a contenuti multimediali, che creano un collegamento tra brand, prodotto e consumatore.







**Progettare, Produrre, Vendere... e usare un'APP.** Articolata in tre aree, la Powderful Factory 2018 promette dunque un'esperienza unica, avvicinando i visitatori della fiera al mondo della produzione e del retail dei cosmetici di lusso.

Il concetto di prodotto prende forma nella prima area. Per amplificare l'esperienza, saranno proiettati i video che descrivono le fasi creative di Centdegrés, dove l'agenzia parigina - coadiuvata da Bolognafiere Cosmoprof - racconta la storia della progettazione del prodotto protagonista del 2018, con la scelta delle materie prime, di colori, forme e tecnologie, ovvero aspetti fondamentali del processo di design.

Da qui si passa al cuore pulsante della Factory, ovvero la produzione live, dove innovazione e tecnologia convergono nel non banale processo industriale della back injection.

Nella terza area, si troverà la risposta a un quesito fondamentale: qual è la chiave del successo nella vendita al dettaglio in quest'epoca di acquisti online? La chiave di volta sta nella capacità di trasformare un prodotto in una vera esperienza, come accadrà nell'installazione futuristica del concept store ospitato all'interno della Powderful.

A chiudere il cerchio, ricordiamo infine la "Powderful app", da scaricare e attivare per conoscere i segreti dei professionisti della bellezza. ■

## I protagonisti della Cosmopack Factory 2018

Citazione d'obbligo per quanti - coordinati da Bolognafiere Cosmoprof - hanno contribuito a rendere la Powderful Factory una realtà da esibire con orgoglio.

- Il prodotto e l'area di shop experience sono progettati da centdegrés, agenzia indipendente di brand intelligence e design con più di 120 talenti in tutto il mondo.
- Il prodotto è concepito grazie all'esperienza, all'innovazione e alle tecnologie di una selezione di espositori presenti a Cosmopack: Ancorotti Cosmetics, Arsmetallo, HCP, Nastritex, Pennelli Faro, Vetraco Group.
- Il packaging di prodotto in realtà aumentata è sviluppato da MCI brand agency.
- L'esperienza retail è progettata e sviluppata da ELSE Corp.

## Beauty: supply chain trends for the industry of tomorrow

**Cosmopack, a Cosmoprof Worldwide Bologna event, returns to Bologna from Thursday 15 to Sunday 18 March, reaffirming its uniqueness by offering technologies set to influence the cosmetics industry of the future.**

Cosmopack offers an exclusive overview of trends, new developments, digital solutions and smart manufacturing proposed by international caliber operators, thanks to the event's coverage of the entire supply chain: raw materials, processing and packaging machinery, contract manufacturing and full service solutions, applicators, and primary and secondary packaging.

### DATA AND FACTS IN HAND

Cosmopack 2018 will bring other new developments: +6% in terms of exposition, 464 concerns from 31 countries, and a steadily growing waiting list.

Thanks to networking activities, sponsored by ICE - Agenzia (Italian

Institute for Foreign Trade) and the Italian Ministry of Economic Development, in markets offering high potential to the cosmetic sector, participation of international concerns has also increased (55% of total). A number of outstanding industry players will appear for the first time at Cosmopack, which is recognized internationally as a go-to event for the cosmetics supply chain: Oxygen (USA), Maesa (Francia), Dubai Personal Care (private label division of Unilever), HSA Cosmetic Division and Marchesini Group (Italia). As for the Cosmopack Factory, the format started six years ago in Bologna, this year it will be presenting Powderful, an integrated project for the production of an "all-over palette"

that demonstrates each step of the product's development. More information in the following article.

**An award for the supply chain.** As a natural extension of the contest "The Wall" (started in 2014), this year will see the first edition of the Cosmopack Awards, reserved as usual to fair exhibitors. In partnership with the agency Beautystreams, BolognaFiere Cosmoprof has appointed a panel of international experts to select and recognize research, formulation, technology and digital innovation solutions presented by the exhibitors in each of the award categories. At the fair itself, two special showcases will be set up to display the finalists at the Bologna Fiere service center and at gallery 15-18. We remind that also the finalists and winners of the Cosmoprof Awards will be selected by a panel of specialists with expertise in finished product, who will recognize the top market performers and those most in line with consumer demand. The projects in the running in both contests are available at [www.cosmoprofawards.com](http://www.cosmoprofawards.com), a

digital platform recently developed ad hoc.

### THE STRENGTH OF A GLOBAL FORMAT

Following the development of the Cosmoprof Worldwide Bologna network, in 2018 the supply chain represented at Cosmopack is getting ready for new international events. Cosmetic operators will be the protagonists at Cosmoprof North America in Las Vegas, as well as the second edition of Cosmopack Asia at AsiaWorld-Expo in Hong Kong. India Preview, a new entry to the Cosmoprof international platform, will be held on 10-11 September in Mumbai, responding to the interest expressed by the Indian market in formulation solutions, manufacturing processes and packaging proposed by Cosmopack concerns. Innovation and technology applied to industry are also the mainstay of professional operators in attendance at Iran Beauty & Clean (Tehran, 26-29 April) and Belleza y Salud (Bogotá, Colombia, 3-7 October), events which Bologna Fiere Cosmoprof will continue to coordinate with in 2018 as an international sales representative.

english text



## [ MARKETING & DESIGN ]

### POWDERFUL: the Cosmopack Factory becomes an experience

**At Cosmopack 2018, ideas translate into technology, quality, innovation, collaboration, beauty, luxury... and the Factory divides in three.**

For the last five years, in order to highlight what a perfect match Cosmopack and the beauty products industry are, the fair has offered an informative tour of the heart of development and production, recreating a dedicated production line in a live demo.

Over the years, the Factory has shown all the necessary steps (from product mixing to packaging) for making a lipstick, powder, mascara, cream or perfume, offering a spectacle of technology and quality thanks to the dedicated participation of concerns with consolidated knowhow and a strong orientation toward research and development.

This year, the initiative will push the envelope further to become a full-fledged holistic experience. Indeed, the Powderful Factory will show the creative process behind an all-in-one luxury makeup product, as well as its production and distribution through retail channels. The latter will feature prominently in an area of the Factory dedicated to the shopping experience of the future.

**Starting with the product...** Based on an exclusive concept created by centdegrés, Powderful is an all over powder for various uses. It can be used as a highlighter, eye shadow, blush or even lipstick. It's easy to apply thanks to a special pen, and it is designed to guarantee unique performance.

This means that, at the Factory - strategically located in Pavilion 19, dedicated to Cosmoprime - visitors will get to see a live demo of the back injection technique, a single industrial process that makes it possible to convert a liquid mixture into a solid product, which in this case results in a three-dimensional multi-color effect.

**... and with the packaging** Designed to highlight the texture of the cosmetic product, the ad hoc packaging is not just a powder applicator and pen, but a luxury trousse, attractive and easy to stow in one's purse.

### The stars of Cosmopack Factory 2018

**An obligatory acknowledgment goes to those who - coordinated by Bolognafiere Cosmoprof - helped make the Powderful Factory not only possible, but something to be proud of.**

- The product and shop experience area were both designed by centdegrés, an independent brand intelligence and design agency employing over 120 talents worldwide.
- The product concept is based on the experience, innovation and technologies of a selection of exhibitors showing at Cosmopack: Ancorotti Cosmetics, Arsmetallo, HCP, Nastritex, Pennelli Faro, Vetraco Group.
- The augmented reality product packaging was developed by the brand agency MCI.
- The retail experience was developed and designed by ELSE Corp.

### Design, Produce, Market... and use an APP.

Divided into three areas, Powderful Factory 2018 promises to be a unique experience that brings visitors to the fair closer to the world of luxury cosmetic production and retail.

The product concept takes shape in the first area. In order to enhance the experience, videos will be projected describing the creative process at Centdegrés, where the Parisian design agency - with the assistance of Bolognafiere Cosmoprof - tells the story of how the star product of 2018 was developed, covering all the essential aspects: selection of raw materials,

colors, shapes and technologies.

From there, visitors will proceed to the beating heart of the Factory, the live production area, where innovation and technology converge in the exciting industrial process of back injection.

The third area will answer an important question: what's the key to success in retail in the age of online shopping? The answer lies in the capacity for transforming a product into an experience, as will occur at the futuristic installation of the concept store, hosted within the Powderful Factory.

Finally, the Powderful app lets users learn the secrets of beauty professionals.

english text

EVENT CALENDAR /



/ FOODEX Japan

**MARCH**

6 - 9  
**FOODEX Japan**  
 Makuhari Messe,  
 Chiba-shi, Mihama-ku,  
 Nakase, Japan  
[www.jma.or.jp/foodex](http://www.jma.or.jp/foodex)

7 - 11  
**Natural Products Expo West**  
 Anaheim Convention Center  
 Anaheim, CA USA  
[www.expowest.com](http://www.expowest.com)

15 - 19  
**Cosmoprof / Cosmopack**  
 Worldwide Bologna  
 Bologna Fiere  
 Bologna, Italy  
[www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

20 - 21  
**M.A.D.E. Paris**  
 Paris Porte de Versailles  
 Paris, France  
[www.mdd-expo.com](http://www.mdd-expo.com)

22 - 25  
**PLMA's Annual Meeting and Leadership Conference**  
 Hyatt Regency Coconut Point  
 Bonita Springs, FL  
[www.plma.com](http://www.plma.com)

25 - 27  
**European Dry Food, Snack and Confectionery EPPS**  
 Hilton Berlin  
 Berlin, Germany  
[www.ecrm.marketgate.com](http://www.ecrm.marketgate.com)

**MARCH**

26 - 27  
**Wabel Frozen Summit**  
 Hilton Charles de Gaulle  
 Airport  
 Paris, France  
[www.wabel.com](http://www.wabel.com)

28 - 29  
**Wabel Chilled & Dairy Summit**  
 Hilton Charles de Gaulle  
 Airport  
 Paris, France  
[www.wabel.com](http://www.wabel.com)

**APRIL**

17 - 18  
**World Retail Congress**  
 Marriott Auditorium  
 Madrid, Spain  
[www.worldretailcongress.com](http://www.worldretailcongress.com)

24 - 26  
**Seafood Expo Global**  
 Brussels, Belgium  
[www.seafoodexpo.com](http://www.seafoodexpo.com)

**MAY**

2 - 4  
**SIAL Canada**  
 Palais des Congrès,  
 Montréal, Canada  
[www.sialcanada.com](http://www.sialcanada.com)

**MAY**

7 - 10  
**CIBUS**  
 Fiere di Parma  
 Parma, Italy  
[www.cibus.it](http://www.cibus.it)

29 - 30  
**PLMA's World of Private Label**  
 RAI Amsterdam  
 Amsterdam, Netherlands  
[www.plmainternational.com](http://www.plmainternational.com)



**JUNE**

19 - 22  
**Wabel China Summit**  
 Shanghai, China  
[www.wabel.com](http://www.wabel.com)

21 - 22  
**MakeUp in Paris**  
 Carrousel du Louvre  
 Paris, France  
[www.makeupinparis.com](http://www.makeupinparis.com)

**JUNE**

30 - 2 July  
**New York Summer Fancy Food Show**  
 Javits Convention Center  
 New York, NY USA  
[www.specialtyfood.com](http://www.specialtyfood.com)

**JULY**

29- 31  
**Cosmoprof North America**  
 Mandalay Bay Convention  
 Center  
 Las Vegas, NV USA  
[www.cosmoprofnorthamerica.com](http://www.cosmoprofnorthamerica.com)

**AUGUST**

25 - 27  
**NACDS Total Store Expo**  
 Colorado Convention Center  
 Denver, CO USA  
[tse.nacds.org](http://tse.nacds.org)

**SEPTEMBER**

7 - 10  
**SANA Organic Trade Fair**  
 Bologna Fiere  
 Bologna, Italy  
[www.sana.it](http://www.sana.it)

10- 11  
**Cosmoprof India Mumbai**  
 Sahara Star Hotel  
 Mumbai, India  
[www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)



INTERNATIONAL

ITALY

# Moving and shaking

At BolognaFiere, the second half of 2017 confirmed the positive trend of the first six months. And the near future is expected to bring strong growth.

Things are obviously running smoothly for the team under the newly elected president of BolognaFiere, Gianpiero Calzolari. The capital of Emilia-Romagna posted a rising number of exhibitors in 2017 due to positive signals from the market. And BolognaFiere's performance was correspondingly good. Revenues from trade fair business for 2017 are expected to surpass 120 million euros – six per cent higher than originally forecast. The company's EBITDA looks even better, its operating profit of over 20 million euros exceeding the budgeted figure by an impressive 14 per cent.

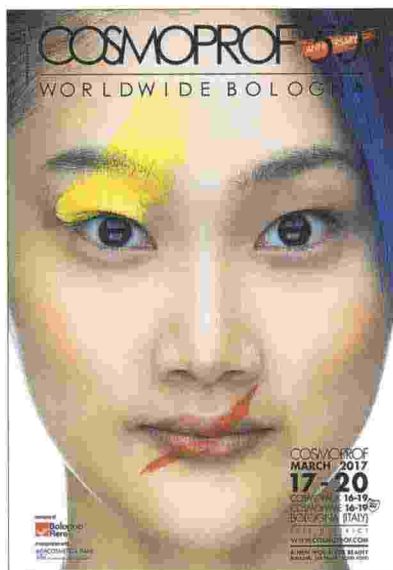


Photo: BolognaFiere

BolognaFiere gewann den UFI-Plakatwettbewerb 2017 mit der Cosmoprof-Kampagne.

BolognaFiere won the UFI Poster Competition 2017 with its Cosmoprof campaign.

The next few years will continue in this dynamic vein. By 2020, the annual "production value" of the northern Italian trade fair group is to climb to 200 million euros: "Thanks to a range of acquisitions, an increase in 'classic activities' and the development of new business" says president Calzolari.

And it's not just its domestic business

that is buoyant. BolognaFiere's activities abroad have also contributed to these pleasing figures. They are to be further reinforced in future: Cosmoprof, the leading international beauty event, now has a global presence – having expanded out of Bologna with existing or planned spin-offs in India, China, Southeast Asia, the Middle East, South America and the USA. The world's largest children's book fair has also started going global. In 2018 it will be held in Shanghai for the first time together with a Chinese partner. On an international level, BolognaFiere is a member of UFI and EMECA. Gianpiero Calzolari describes the engagement in these major trade fair associations as an important driving force of the European trade fair industry in the context of its internationalisation. Contests such as the "UFI Poster Competition" give a further boost to business. Bologna Fair won this prestigious award in 2017 with its Cosmoprof campaign designed by photographer Olivero Toscani.

Things are also moving and shaking at the company's home base in Bologna – the modernisation of the exhibition centre is making rapid progress. Last October, BolognaFiere started implementing a development plan envisaging major construction activities. Plans are underway to modernise, expand and improve the infrastructure – also benefiting reachability and trade fair logistics. Natural lighting and ecological aspects are further important factors. The first phase of the

Abriss der Hallen 29 und 30 im letzten Herbst.  
Demolition of pavilions 29 and 30 last autumn.

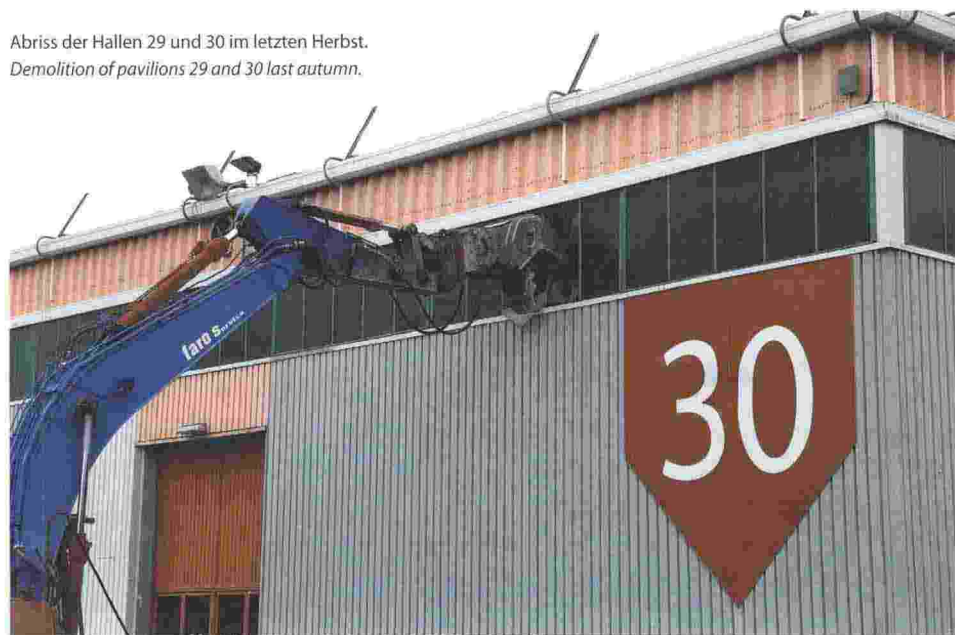


Photo: BolognaFiere

project comprises the – already completed – demolition of pavilions 29 and 30 and their total reconstruction. "We already expect to be able to use the 'rebuilt' exhibition spaces this autumn for our Cersaie (building ceramics) and Eima International (agricultural machinery) events," says Gianpiero Calzolari. In addition, BolognaFiere is strengthening its service activities with the recent acquisition of GiPlanet, which complements the offerings of BolognaFiere's subsidiary Bf-servizi. "This has led to the creation of the largest Italian production centre of exhibition equipment with an annual turnover of around 45 million euros," says a happy Calzolari ([www.bolognafiere.it](http://www.bolognafiere.it)). PB ■