

Saloni

Cosmoprof prepara il ritorno fisico nel 2021

Il network fieristico di BolognaFiere è approdato a Shenzhen, intercettando la ripresa cinese alla normalità, e prepara la prossima edizione di Bologna, che potrebbe essere spostata più avanti nell'anno. Intanto continuano gli investimenti sul format WeCosmoprof. **Andrea Guolo**

Cosmoprof ha superato lo stress-test della pandemia consolidando, attraverso le attività digital, il suo ruolo di piattaforma di riferimento mondiale per la cosmetica. «Il mondo del digitale sembra rispondere alle esigenze primarie del cliente di oggi, perché predilige una dimensione virtuale e sicura, facilita la visualizzazione e l'esperienza di acquisto», ha dichiarato a **MFF Antonio Bruzzone**, dg di BolognaFiere, organizzatore della manifestazione.

Ciò non significa che la fiera fisica sia passata in secondo piano, anzi: «Resta prioritaria, nel settore B2B dove operiamo noi», ha precisato poi Bruzzone, «la connessione interpersonale, il business che nasce dall'interazione con gli altri, l'esperienza nella sperimentazione dei prodotti, sono valori aggiunti che solo la fiera può dare». Si guarda dunque al futuro e in particolare alla prossima edizione di **Cosmoprof worldwide Bologna**, il più importante degli appuntamenti internazionali della rete fieristica gestita da Cosmoprof. Nella seconda



Sopra, due immagini di Cosmoprof, evento internazionale promosso da BolognaFiere

metà del mese verrà presa una decisione sulla conferma o sull'eventuale rinvio delle date, oggi fissate tra 18 e 22 marzo per l'edizione 2021. «Se il periodo già individuato non dovesse offrire le condizioni necessarie per garantire lo svolgimento della manifestazione, siamo pronti a valutare altre possibilità temporali», ha detto a **MFF** il direttore generale di BolognaFiere Cosmoprof, **Enrico Zannini**. Intanto l'attività della rete Cosmoprof non si è certo fermata, neppure a livello fisico. Alla fine di luglio si è svolta con successo la prima

edizione di **South China beauty expo** a Shenzhen, organizzata da BolognaFiere Cosmoprof e **Informa markets**, già partner di Cosmoprof Asia a Hong Kong, in collaborazione con **Shanghai baiwen exhibition**. E proprio in questi giorni è in corso la manifestazione di Hong Kong, trasformata in digitale perché, come precisa Zannini: «A differenza di quello di Shenzhen, che è stato concepito come evento per la Cina interna dove c'è già un ritorno alla normalità, Cosmoprof Asia è il punto di riferimento per tutta l'area Asia pacifica e non sarebbe

stato possibile gestirla come una fiera tradizionale, perché i buyer non sarebbero stati presenti». È stata quindi scelta la modalità online, che sta dando peraltro ottimi riscontri ovunque. «La rete ci consente di raggiungere anche quei buyer e produttori più lontani e che, per disponibilità di risorse o eccessiva distanza, difficilmente avrebbero potuto presenziare a Bologna o nelle altre fiere a marchio Cosmoprof», ha poi aggiunto Zannini. Il primo grande coinvolgimento della community è avvenuto con la realizzazione di **WeCosmoprof**, che ha debuttato in via sperimentale a inizio giugno per poi ripetersi in grande stile a ottobre, con il coinvolgimento di **Alibaba**, **Born** e **Needl** come partner esclusivi per lo sviluppo del format e con il supporto del **Maeci-ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale** attraverso **Italian trade agency**. «Stiamo pensando a una ulteriore evoluzione di questa modalità che sarà determinante nel prossimo futuro, in attesa che ripartano le fiere fisiche», ha concluso Zannini. (riproduzione riservata)

