

FTSE MIB +0,43% FTSE IT All Share +0,41% CAC 40 +0,49% DAX 30 -0,18% FTSE 100 +0,47% Dow Jones +1,9% NASDAQ +0,79% Spread BTP-Bund 189,00

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

 ABBONATI
 ABBONATI A 1€ AL MESE

LOGIN

FINANZA BORSA E FONDI RISPARMIO TASSE CONSUMI CASA LAVORO PENSIONI IMPRESE MODA OPINIONI EVENTI PROFESSIONISTI IN EUROPA Decreto Rilancio Casa, mutui e affitti

19:51 ***Ubi: entra nella piattaforma dei fondi di infrastrutture e private equity

19:44 Tim: Rossi, rete unica in fibra bisogna farla e la faremo

19:40 *** Lavoro: Catalfo-Gualtieri, in uscita decreto per garantire continuita'

18:18 Coronavirus: salgono i casi sia in provincia di Milano (+88) sia in città'



LUSSO & INDUSTRIA



La svolta digital della cosmetica. Così l'Italia rafforza la propria leadership

di Giusi Ferré | 14 giu 2020



Renato Ancorotti

Era una svolta alla quale Cosmoprof Worldwide Bologna, che considera il futuro come una dimensione naturale di sviluppo, stava pensando da tempo. Perché l'inizio di questa nuova decade coincide con un momento storico caratterizzato da trasformazioni e incognite, dalle tecnologie digitali, che si riflettono sui comportamenti sociali, ai cambiamenti climatici che influenzano ogni aspetto della quotidianità. Era il progetto di un evento digitale che stava diventando un laboratorio di formazione e condivisione per scoprire che cosa riservava il futuro agli operatori e alle aziende del settore beauty per i prossimi dieci anni. Un viaggio che avrebbe trasportato i visitatori tra le infinite varianti del concetto di bellezza. E se pensiamo che l'industria cosmetica ha chiuso il 2019 con un fatturato globale di 11,6 miliardi di euro e che le esportazioni superano il 40%, appare evidente — dichiara Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia — che «questo è un settore fiorente per la nostra economia che

MOBILITÀ

Bonus bici e monopattino, vendite raddoppiate (ma il portale ancora non c'è)

RISTRUTTURARE CASA

Superbonus al 110% e le altre agevolazioni: come chiedere i rimborsi per i lavori in casa

IMPOSTE, CONTO ALLA ROVESCIA

Imu, conto alla rovescia (e niente sconti): l'acconto si versa il 16 giugno

1.400

Risparmio, sempre più soldi sui conti correnti degli italiani: ora sono oltre 1.400 miliardi

CORRIERE TV



Cerchi nuove idee di business? Ecco tre documentari per trovare lo stimolo giusto

nell'arco del tempo ha saputo, anche nelle congiunture più complesse, distinguersi per le dinamiche positive e spesso acicliche. La bilancia commerciale ha continuato a registrare anno dopo anno nuovi record ponendoci nel confronto con altri settori soltanto dopo moda e vino. Forti di questi risultati e grazie alla solida partnership che ci lega a BolognaFiere e a Cosmoprof».

Ma la necessità di poter disporre di uno strumento inedito di networking e aggiornamento si è presentata subito dopo la decisione di sospendere la fiera, che era in calendario dal 12 al 15 marzo scorso. Così è nato WeCosmoprof (dal 4 al 10 giugno scorsi) una piattaforma innovativa e gratuita, che unisce un software di match-making a un calendario con oltre 30 webinar ai quali partecipano trend setter ed esperti per scoprire come sarà l'industria cosmetica post Covid-19. Cuore di questa iniziativa è Cosmoprof My Match che grazie a un algoritmo appositamente studiato facilita la relazione tra domanda e offerta, selezionando velocemente i partner più indicati per il singolo profilo di business. Spiega Enrico Zannini, direttore generale di BolognaFiere Cosmoprof: «Abbiamo voluto rispettare le norme di distanziamento sociale imposte per prevenire il contagio, ma anche incrementare nuove possibilità di networking. Il software offre anche una funzione di messaggistica interna che permette a espositori e compratori di prendere appuntamento e contattarsi in videochiamata nelle virtual rooms».

Presentati anche i Cosmotrends, individuati da Beautystreams tra le aziende partecipanti a WeCosmoprof. Uno strumento utile per sapere quali saranno le tendenze che guideranno la ripartenza. Fortemente sostenuto dall'Agenzia ICE il progetto è promosso sui principali mercati in Europa, Asia e nel continente americano, tramite i canali di comunicazione di Cosmoprof e grazie a un programma di webinar realizzato in collaborazione con gli uffici ICE di Angola, Argentina, Cile, Corea, Egitto, Francia, India, Marocco, Russia e Thailandia, per coinvolgere nuovi compratori, distributori e retailer internazionali. Costretto a resettare procedure e regole preesistenti questo show che è leader internazionale con le sue 3.000 aziende associate ha intrapreso così il percorso verso quella dimensione virtuale che ha determinato il successo degli ultimi fenomeni del trucco, come la linea Fenty Beauty di Rihanna e Kylie Skin della misteriosamente famosa Kylie Jenner. Prodotti trasformati in autentici fenomeni, perché i viaggi tra spazio fisico e spazio digitale, virtuale e reale rispondono a esigenze che sono diverse soltanto in apparenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lisa Su è la manager più pagata del mondo. La prima volta di una donna nella classifica dei Ceo più ricchi

di Francesco Tortora



Maturità 2020, come si sono organizzati gli altri Paesi europei ai tempi del Covid

di Valentina Iorio



Coronavirus, contratti in anticipo con i produttori per avere il vaccino in Europa

di Valentina Iorio



Credem, fondi per un milione di euro alla Protezione Civile a sostegno della sanità

di Redazione Economia

TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da **Outbrain**



SPONSOR

Intestino: dimentica i probiotici e piuttosto



SPONSOR

Scopri il panino Simmenthal con



SPONSOR

È ora di allargare la famiglia? Fatti guidare