

Home > Economia > WeCosmoprof: Cosmoprof Worldwide Bologna a supporto dell'industria cosmetica

ECONOMIA

A- A+

Lunedì, 25 maggio 2020 - 11:27:00

WeCosmoprof: Cosmoprof Worldwide Bologna a supporto dell'industria cosmetica

Dal 4 al 10 giugno un calendario di 30 webinar, con la partecipazione di esperti e trend-setter, per scoprire come sarà l'industria cosmetica post-COVID19



Enrico Zannini - Direttore Commerciale BolognaFiere Cosmoprof SpA

Per fronteggiare le nuove sfide e i cambiamenti che stanno interessando il mercato internazionale, **Cosmoprof Worldwide Bologna** offre al settore beauty uno strumento inedito di networking e aggiornamento. **WeCosmoprof**, l'evento digitale di **Cosmoprof Worldwide Bologna**, in programma dal 4 al 10 giugno, mette a disposizione dei key player una piattaforma innovativa e gratuita, che unisce un software di match-making a un calendario con oltre 30 webinar con la partecipazione di esperti e trend-setter, per scoprire come sarà l'industria cosmetica post-COVID19.

“Da oltre 50 anni, Cosmoprof ha

l'onore di ospitare le aziende leader e gli operatori più influenti per il comparto: è grazie alla loro fiducia che la manifestazione è oggi l'evento di riferimento per il settore, uno specchio del mercato globale. In questo particolare momento storico, è nostro dovere intervenire con nuove iniziative, per supportare la nostra community nel difficile scenario economico attuale, - dichiara **Gianpiero Calzolari**, Presidente di BolognaFiere. - Con WeCosmoprof, il nostro obiettivo è rispondere alle necessità della filiera, utilizzando gli strumenti digitali per facilitare il contatto tra gli stakeholder internazionali. Il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ITA - Italian Trade Agency, e la collaborazione con Cosmetica Italia, sono basilari per la promozione e il coinvolgimento dell'intera industria.”

WeCosmoprof offre ad aziende e operatori strumenti concreti per far ripartire le attività di business, utilizzando gli strumenti digitali del network Cosmoprof. Un'esperienza a tre dimensioni, che risponde alla necessità di networking, aggiornamento e formazione degli addetti ai lavori.

NETWORKING: COSMOPROF MY MATCH

Il cuore di WeCosmoprof è il software di match-making della piattaforma Cosmoprof, Cosmoprof My Match, che grazie ad un algoritmo studiato esclusivamente per Cosmoprof facilita la relazione tra

ONLINE MARKETPLACES OPPORTUNITIES POST-COVID 19

In collaborazione con: WABEL

Moderatore: Pierre Asseo, CEO and co-founder, WABEL

In India, il lockdown di oltre 50 giorni ha portato l'industria ad una crisi profonda, anche se nelle regioni in cui si stanno gradualmente riaprendo le attività la risposta dei consumatori sembra essere prudente ma entusiasta. Il webinar analizza le nuove caratteristiche del mercato locale.

Ore 16.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

STARTUP, CORPORATE COLLABORATION

In collaborazione con: FOUNDERS FACTORY

Moderatore: Isabela Chick, Managing Director of the Retail and Beauty sectors at Founders Factory

Isabela Chick, amministratore delegato dei settori Retail e Beauty presso Founders Factory, illustra come le aziende di bellezza possono lavorare con le startup per trasformare il loro business e la customer experience dei loro prodotti.

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

LE NUOVE CURVE DELLA COSMETICA, A CAVALLO DEL COVID19: dal digitale alle nuove routine di acquisto

A cura di: Gian Andrea Positano, Responsabile Centro Studi e Cultura di Impresa, COSMETICA ITALIA

Segue la testimonianza speciale di Mario Partelli, co-founder ABIBY:

LA CUSTOMER EXPERIENCE DIGITAL PER AFFRONTARE I NUOVI TEMPI

Ore 17.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

THE TOUCHLESS REVOLUTION IN BEAUTY. DIGITAL STRATEGIES BEAUTY BRANDS SHOULD IMPLEMENT NOW TO COMBAT THE EFFECTS OF SOCIAL DISTANCING

In collaborazione con: LIVING IN DIGITAL TIMES

Moderatore: Robin Raskin, Founder, Solving for Tech

Speaker: Wayne Liu, Senior Vice President and General Manager at Perfect Corp

Marwan Zreik, Vice President, American International Industries, Ardell/ Punky Haircolor

Approfondimento sulla cosmesi "touchless" e "contactless" e su come i marchi possono creare esperienze digitali interattive per rimanere in contatto con i propri consumatori.

Ore 18.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BORN IN A PANDEMIC – HOW AND WHY SOME BEAUTY BRANDS ARE INNOVATING IN THE FACE OF COVID-19

In collaborazione con: COSMETICSDESIGN.COM

Moderatore: Kacey Culliney, Editor, CosmeticsDesign-Europe

La pandemia di coronavirus (COVID-19) in corso ha radicalmente trasformato la nostra quotidianità, con un impatto senza precedenti. Il settore beauty è stato particolarmente colpito

e le vendite hanno subito cali notevoli, ad eccezione dei prodotti per la cura di sé e l'igiene. Molte aziende hanno ritardato i nuovi lanci, ma altre continuano i propri piani di sviluppo e si apprestano a presentare nuove proposte durante la pandemia. Tra questi, Bespoke Beauty Brands.

Ore 18.30 COSMO VIRTUAL STAGE

SPA&BEAUTY MANAGER: PROSPETTIVE E SVILUPPI DELLA PROFESSIONE DEL FUTURO

A cura di: Laura Grazioli, Marketing Director CIDESCO INTERNATIONAL e General Manager LIFEXCELLENCE

VENERDÌ 5 GIUGNO 2020

Ore 10.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

HOW THE COVID 19 IS ACCELERATING THE EXPECTATIONS OF CHINESE CONSUMERS IN BRAND NARRATIVE

In collaborazione con: CREATIVE CAPITAL ALTAVIA

Moderatore: Louis Houdart, Founder and Managing Partner, CREATIVE CAPITAL CHINA (ALTAVIA)

In un mondo post-COVID19 i consumatori di tutto il mondo chiederanno sempre più trasparenza

e prodotti personalizzati. Durante il webinar, sarà analizzato il mercato in Cina, con particolare attenzione alle strategie attuate dai brand per interagire con i consumatori cinesi.

Ore 11.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BEAUTY IN LIGHT OF COVID-19: MAPPING OPPORTUNITIES AMIDST ADVERSITY

In collaborazione con: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Moderatore: Irina Barbalova, Global Lead – Health and Beauty, EUROMONITOR

INTERNATIONAL

Speaker: Gabriella Beckwith, Senior Research Analyst, EUROMONITOR INTERNATIONAL

Il mercato globale della bellezza è in gran parte considerato a prova di recessione, ma i fattori economici, legislativi e sociali derivati dalla pandemia di COVID-19 porranno sfide senza precedenti per l'industria nel 2020 e oltre. Ciononostante, ci potrebbero essere alcune prospettive positive da esplorare in termini di posizionamento, formati dei prodotti e coinvolgimento attraverso esperienze virtuali. Si registrerà una maggiore attenzione ai brand locali, a temi come la salute e il benessere, all'incremento del masstige e dei prodotti fai-da-te. In questo scenario, la differenziazione del marchio e la trasparenza saranno fattori chiave.

Ore 12.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

COPING WITH COVID-19: BEAUTY CONSUMERS' RESPONSE TO THE PANDEMIC AND ITS AFTERMATH

In collaborazione con: MINTEL

Moderatore: Vivienne Rudd, Director of Innovation & Insight, MINTEL

Il COVID19 ha stravolto il mondo della bellezza, e marchi e produttori stanno cercando di farsi strada attraverso un mercato in forte mutamento. Mintel condividerà i risultati delle ricerche sulle nuove abitudini dei consumatori nei principali mercati, scoprendo le risposte alle sfide emotive e pratiche della pandemia e mettendo in evidenza come queste risposte si riflettono nei loro comportamenti beauty. Useremo queste informazioni per spiegare come i player del settore non solo possono sopravvivere all'impatto immediato del virus, ma possono attivarsi per rilanciare la loro attività.

Ore 14.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

CIRCULARITY: BALANCING BEAUTY AND SUSTAINABILITY

In collaborazione con: SPARKNEWS

Moderatore: Sandra De Baillencourt, Managing Director, Sparknews

Speaker: Christina Raab, Vice President, Strategy & Development, Cradle to Cradle Products Innovation Institute

Alejandro Franco, Co-Founder, Kaffe Bueno

Nel settore cosmetico, l'economia circolare è una tendenza in crescita. Richiede creatività, in quanto i marchi devono reinventare il sistema take-make-waste: come progettano i loro prodotti, come gestiscono le loro risorse, come conducono il loro processo di produzione e cosa fanno successivamente con i materiali di scarto. Alcune aziende hanno già iniziato questo passaggio, ricevendo la certificazione Cradle to Cradle, o con la recente alleanza SPICE che riunisce organizzazioni come L'Oréal, Albéa e Chanel, per ripensare il settore del packaging. La sostenibilità non è più una scelta!

Ore 15.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

POST PANDEMIC BEAUTY: WHY SAFE BEAUTY IS THE NEW CLEAN BEAUTY

In collaborazione con: WGSN

Moderatore: Jenni Middleton, Director of Beauty, WGSN

I consumatori si preoccupano più che mai degli ingredienti dei prodotti cosmetici; per questo, essere in grado di offrire loro la massima fiducia nella provenienza delle materie prime sarà fondamentale. Gli attivi antibatterici e antivirali aumenteranno con la richiesta dei consumatori per prodotti igienici e sicuri.

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

COMUNICARE BENESSERE E COMUNICARLO BENE

Sviluppare una nuova sensibilità basata su valori, attitudini, competenze per dare valore al brand.

A cura di: Vincenzo Russo, Coordinatore Centro di Ricerca di Neuromarketing "BEHAVIOR AND BRAIN LAB IULM"

Ore 18.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

THE NEW NORMAL TOWARDS A NEW BEAUTY INDUSTRY POST CORONA

In collaborazione con: CURIOSITY GROUP

Moderatore: Rogier Van Der Heide, Designer

Speaker: Malika Mahmoudova, Chief Clinic, Skinminded

In questo webinar, i relatori presentano la loro visione della "Nuova Normalità". Analizzeranno come ciascun marchio può contribuire alla costruzione di un mondo più sano e sicuro di prima, assicurandosi che i consumatori riconoscano la missione positiva ed etica dei brand. Curiosity Group ha identificato cinque "stelle guida" che consentono al marchio di creare valore e costruire relazioni durature in un mondo post-covid.

Ore 19.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BEFORE AND AFTER: COVID-19 AND THE U.S. PRESTIGE BEAUTY INDUSTRY

In collaborazione con: FIT & NPD

Moderatore: Professor Stephan Kanlian, Chairperson, Master's Degree Program: Cosmetics & Fragrance Marketing and Management, School of Graduate Studies, Fashion Institute of Technology (FIT)

Speaker: Larissa Jensen, Vice President, Industry Advisor - Beauty

La risposta al COVID-19 ha creato una nuova normalità sociale ed economica. Il settore prestige negli Stati Uniti è cambiato di conseguenza. Quali erano le tendenze dei consumatori statunitensi prima della pandemia e quali sono le loro priorità oggi? Quali saranno le loro preferenze in futuro? Il webinar presenterà i più recenti risultati e approfondimenti sulle vendite del gruppo NPD, oltre alla ricerca sul futuro del comparto del programma FIT CFMM Masters.

SABATO 6 GIUGNO 2020

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

L'ALIMENTAZIONE PER IL PROFESSIONISTA DEL BENESSERE

La sua importanza e come impatta in termini di risultati operativi.

A cura di: Carmen Forgione, Operatrice Olistica, Reiki Master

Ore 18.30 COSMO VIRTUAL STAGE

FOCUS: IL RESTART DELLE SPA NEL SETTORE HOSPITALITY & TOURISM

Dal termalismo ai wellness retreat: analisi, metodologie e nuove business opportunity.

Il benessere in vacanza sempre più salutistico e preventivo.

Moderatore: Lorenza Scalisi, Consulting Editor, CN Traveller

A cura di: Simone Ciolli, SPA Consultant

Segue la testimonianza speciale di: Jeanette e Claus Thottrup, Founder & Owner BORGO SANTO PIETRO:

COME CAMBIERÀ IL CONCETTO DI OSPITALITÀ

DOMENICA 7 GIUGNO 2020

Ore 18.30 COSMO VIRTUAL STAGE

LA BEAUTY ROUTINE DELLA "FASE 2"

Cambiano le azioni quotidiane delle consumatrici in funzione dell'utilizzo delle mascherine. Per il make-up il focus è sullo sguardo. Si evolvono anche le texture dei fondotinta evitando il rilascio di colore sulle mascherine.

A cura di: Fabienne Rea, Make-up artist

LUNEDÌ 8 GIUGNO 2020

Ore 10.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

WHAT DOES COVID-19 MEAN FOR THE SPA INDUSTRY?

In collaborazione con: ASIA SPA MAGAZINE

Moderatore: Tama Miyake Lung, Editor-in-Chief, AsiaSpa Magazine

Speaker: Jeremy McCarthy, Director of Spa & Wellness, Mandarin Oriental Hotel Group

Con il settore turismo, l'industria spa è stata particolarmente colpita dalla pandemia. Il webinar analizzerà l'impatto immediato e i cambiamenti in atto, in risposta a nuovi standard di igiene e misure di distanziamento sociale. Con la riapertura delle spa in Asia, è possibile osservare come

dovranno cambiare le abitudini dei clienti e in che modo le strutture si stanno adattando al nuovo scenario.

Ore 11.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

RESTARTING OFFLINE – LET’S GET PHYSICAL

In collaborazione con: BW CONFIDENTIAL

Moderatore: Oonagh Phillips, Co-Founder and Editor-in-Chief, BW Confidential

Speaker: Andriana Jankovska, Head of Key Accounts, STOREFRONT

Adeline Çabale, CEO & Co-Founder, Retail Factory

L' e-commerce ha registrato tassi di crescita importanti durante la pandemia, ma i negozi fisici continuano a rappresentare la maggior parte delle vendite nei mercati più importanti. Il riavvio con successo della vendita al dettaglio fisica è quindi la chiave per la ripresa del settore beauty. Questo webinar esplorerà le strategie creative per riportare il comparto alla crescita, dal modo in cui i layout e l'assortimento dei negozi possono essere ottimizzati alle modifiche nel servizio clienti, al ruolo di tester, sample e tecnologia nel negozio. Esaminerà inoltre nuovi concetti di

vendita al dettaglio e formati originali, tra cui pop-up store post-pandemici, spazi temporanei sperimentali e atelier di nuovi prodotti.

Ore 15.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

ENGAGING THE CONSUMER WITH THE RIGHT COLORS FOR 2021: TREND, PHYSICAL, DIGITAL, VIRTUAL

In collaborazione con: PANTONE

Moderatore: Laurie Pressman, VP Pantone Color Institute

Speaker: Francesco Tomasello, VP Global Sales Pantone

Gli esperti di Pantone presenteranno le tendenze colore 2021, con un focus sull'evoluzione del colore per prodotto e confezione, e le soluzioni digitali e le nuove tecnologie del gruppo per offrire un'esperienza cromatica più efficace.

Ore 16.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

SENSORIALITY & SENSUALITY: WHICH DESIRES FOR 2022?

In collaborazione con: CARLIN

Moderatore: Virginie Corbasson, Consulting Director, Carlin

Speaker: Ambre Venissac, Marketing Manager for beauty & fashion trends, Carlin

Negli ultimi anni, i cambiamenti della società hanno generato nuove relazioni con il corpo, la sensualità e la seduzione, e la crisi sanitaria che stiamo attraversando aumenterà l'attenzione alle connessioni con sé stessi e con gli altri. Tra angoscia, invidia e frustrazione, più che mai la sensorialità e la sensualità saranno temi chiave per il settore beauty. Questo è il motivo per cui Carlin Trend Agency ha scelto di condividere nuovi progetti di marketing riguardanti l'evoluzione dei desideri dei consumatori in termini di sensorialità e sensualità, con previsioni fino al 2022.

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

BON TON E BUON BUSINESS

Dall'accoglienza alla rassicurazione dei clienti. Dal contatto fisico al contatto con i VIP: anche il business ha il suo galateo, che occorre rispettare. Il corretto utilizzo di questo "bon ton professionale", migliora le relazioni con i clienti con un innegabile effetto sul fatturato.

A cura di: Chiara Badini, Project Manager, Laboratorio delle Idee

Ore 17.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

DESIGNING FOR A NEW ERA IN BEAUTY

In collaborazione con: PEARLFISHER LONDON

Moderatore: Sophie Maxwell, Futures Director, Global, Pearlfisher London

Stiamo vivendo un momento di cambiamenti radicali: autenticità, essenzialità e sicurezza suggeriscono un nuovo percorso per l'industria cosmetica. Gli ideali di bellezza si stanno evolvendo rapidamente con una crescente attenzione al benessere emotivo e fisico. Sophie Maxwell, Partner Futures & Insight presso Pearlfisher London, guiderà i partecipanti alla scoperta degli effetti a lungo termine di questo nuovo approccio.

Ore 18.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

ESSENTIAL REMOTE DIGITAL BEAUTY SOLUTIONS FOR THE POST-COVID-19 WORLD

In collaborazione con: LIVING WITH DIGITAL TIMES

Moderatore: Robin Raskin, Founder, Solving for Tech

Speaker: Sylvian Delteil, Avp Business Development, Perfect Corp Europe
 Focus sul significato e sull'applicabilità pratica della tecnologia AI / AR per brand e rivenditori beauty. Metodi comprovati per mantenere l'engagement digitale e offrire un'esperienza unica.

MARTEDÌ 9 GIUGNO 2020

Ore 10.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

STATE OF INFLUENCER MARKETING 2020: TODAY AND TOMORROW

In collaborazione con: LAUNCHMETRICS

Moderatore: Gina Gulberti, VP Digital Marketing, Launchmetrics

La recente pandemia ha drasticamente interrotto il modo in cui i marchi comunicano con i loro consumatori. I social media, in particolare, hanno svolto un ruolo significativo nel mantenere la popolazione globale connessa, e i brand stanno iniziando a riconoscere lentamente l'importanza di abbracciare i canali digitali. Ma non si tratta solo di passare al digitale. Mentre entriamo nella "nuova normalità", i brand devono sviluppare contenuti pertinenti, al fine di soddisfare le esigenze dei loro consumatori raggiungendo gli obiettivi aziendali. Durante questa sessione, il vicepresidente del marketing digitale di Launchmetrics, Gina Gulberti, condividerà approfondimenti su campagne influencer efficaci e tendenze e previsioni per il futuro della comunicazione.

Ore 11.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

TOMORROW'S CROSSROADS: ARTISANS, DESIGNERS, ARTISTS, BRANDS: THE ABILITY TO CREATE TOGETHER A NEW DREAM, A NEW APPROACH, AND A NEW SENSORY JOURNEY

In collaborazione con: PREMIUMBEAUTYNEWS & A+A DESIGN STUDIO

Moderatore: Eva Lagarde, Marketing and Event Director, PREMIUMBEAUTYNEWS

Speaker: Alejandro Espinosa Caballero, Creative Director, A+A Design Studio

Sissi Valassina, Creative Director, Sissi Valassina

Le principali disruption possono causare cambiamenti fondamentali negli atteggiamenti, negli stili di vita e nei comportamenti sociali. In che modo questa pandemia influenzerà la creatività, i colori, le forme, i materiali e i nostri 5 sensi? Quali i cambiamenti nel design, nel fashion e nel settore beauty?

Ore 12.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

HOW IS INDIAN BEAUTY INDUSTRY WEATHERING THE COVID CHALLENGE?

In collaborazione con: STYLESPEAK

Moderatore: Sandhya Chipalkatti, Founder, Editor & Publisher, StyleSpeak

Speaker: Pushkaraj Shenai, CEO, Lakme Lever

Reena Chhabra, CEO, Nykaa Brands

Con una crescita annua del 15-20%, l'industria cosmetica indiana vale oggi 12,5 miliardi di dollari ed è destinata a svilupparsi fino a un valore di 20 miliardi di dollari entro il 2025. Il mercato sta registrando percentuali di incremento in tutti i suoi aspetti: la vendita al dettaglio, i prodotti e i servizi di saloni e spa. Con i millennial nuovi protagonisti, la domanda di prodotti innovativi, nuovi modi di acquisto e nuovi modelli di consumo è una costante.

Ore 16.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

THE COSMOTRENDS REPORT: BOLOGNA 2020

Moderatore: Laura Ziv, Executive Editor, BEAUTYSTREAMS

Ogni anno Cosmoprof presenta il suo rapporto ufficiale CosmoTrends con i prodotti di tendenza degli espositori. Nel corso delle ultime edizioni di Cosmoprof, il report è stato uno strumento fondamentale per visitatori ed aziende. Alla luce dell'attuale crisi e del rinvio di Cosmoprof Worldwide Bologna, è ancora più essenziale per gli espositori dare visibilità alle loro innovazioni. Durante il webinar, saranno svelate anche le aziende inserite da Beautystreams nel report: un momento da non perdere per gli espositori di Cosmoprof!

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

VIVERE DI BELLEZZA E BENESSERE OGGI

Lo scenario attuale e le prospettive per il futuro del settore beauty & wellness

A cura di Ivan Conversano, Presidente, EUROPEAN MASSAGE ASSOCIATION

Ore 18.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BEAUTY SHIFTS: FROM CULTURE TO PRODUCT

In collaborazione con: FASHION SNOOPS

Moderatore: Melissa Hago, VP and Creative Director of Beauty, Fashion Snoops

Fashion Snoops si concentrerà sui cambiamenti che si verificano nel settore beauty e sull'influenza esercitata da vari movimenti culturali. Ciò che finisce sul mercato è il risultato del cambiamento delle norme culturali, dalla cura della pelle, al trucco, ai capelli, agli ingredienti, al packaging.

Ore 18.30 COSMO VIRTUAL STAGE

PRIMA ANALISI POST RIAPERTURA

Cosa è andato bene, cosa è da migliorare, dove è possibile ampliare le opportunità di guadagno e di comunicazione. Un viaggio attraverso le aspettative soddisfatte, quelle mancate e l'analisi dei cambiamenti che ha evidenziato il mercato all'apertura.

A cura di: Manuela Ravasio, Responsabile Beauty&Wellness Coaching Academy Ekis Small Business

Collegamento con il centro estetico di Angela Noviello

MERCOLEDÌ 10 GIUGNO 2020

Ore 11.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

POST PANDEMIC BEAUTY: WHY SAFE BEAUTY IS THE NEW CLEAN BEAUTY

In collaborazione con: WGSN

Moderatore: Jenni Middleton, Director of Beauty, WGSN

I consumatori si preoccuperanno più che mai degli ingredienti dei prodotti cosmetici; per questo, essere in grado di offrire loro la massima fiducia nella provenienza delle materie prime sarà fondamentale. Gli attivi antibatterici e antivirali aumenteranno con la richiesta dei consumatori per prodotti igienici e sicuri.

Ore 15.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

DECODING "GUOCHAO" IN BEAUTY: USING CHINESE TRADITIONAL STYLE AND CULTURE TO CREATE BRANDED CONTENT EXPERIENCES RELEVANT FOR CHINESE CONSUMERS

In collaborazione con: CREATIVE CAPITAL ALTAVIA

Moderatore: Gianvito D'onghia, Managing Partner Of Creative Capital China (Altavia Group)

In Cina, il Covid19 ha rafforzato l'orgoglio del singolo e ha ulteriormente spezzato il senso collettivo di orgoglio nazionale, in particolare tra i giovani consumatori. I brand internazionali, per competere con successo, devono essere consapevoli di come i player locali stanno facendo leva su questo trend di acquisto di prodotti cinesi. Comprendere e sfruttare i codici culturali locali può aiutare i marchi stranieri a localizzare i loro contenuti, al fine di relazionarsi con i consumatori con una maggiore empatia per il patrimonio culturale cinese.

Ore 16.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

COPING WITH COVID-19: BEAUTY CONSUMERS' RESPONSE TO THE PANDEMIC AND ITS AFTERMATH

In collaborazione con: MINTEL

Moderatore: Vivienne Rudd, Director of Innovation & Insight, MINTEL

Il COVID19 ha stravolto il mondo della bellezza, e marchi e produttori stanno cercando di farsi strada attraverso un mercato in forte mutamento. Mintel condividerà i risultati delle ricerche sulle nuove abitudini dei consumatori nei principali mercati, scoprendo le risposte alle sfide emotive e pratiche della pandemia e mettendo in evidenza come queste risposte si riflettono nei loro comportamenti beauty. Useremo queste informazioni per spiegare come i player del settore non solo possono sopravvivere all'impatto immediato del virus, ma possono attivarsi per rilanciare la loro attività.

Ore 16.30 COSMO VIRTUAL STAGE

THE FUTURE OF BEAUTY EDITORIAL IS NOW

Se la comunicazione online per alcuni era Futuro, adesso deve essere Presente: l'obiettivo di The Italian Rêve è sempre stato quello di creare un'esperienza digitale sensoriale attraverso la comunicazione e la realizzazione di editoriali, contenuti moderni ed emozionali, per accorciare le distanze, ora più che mai.

A cura di: Italian Reve con la partecipazione speciale di Chantal Ciaffardini, Make-up artist

Ore 17.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BEAUTY SHIFTS: FROM CULTURE TO PRODUCT

In collaborazione con: FASHION SNOOPS

Moderatore: Melissa Hago, VP and Creative Director of Beauty, Fashion Snoops

Fashion Snoops si concentrerà sui cambiamenti che si verificano nel settore beauty e sull'influenza esercitata da vari movimenti culturali. Ciò che finisce sul mercato è il risultato del cambiamento delle norme culturali, dalla cura della pelle, al trucco, ai capelli, agli ingredienti, al packaging.

Ore 18.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

SENSORIALITY & SENSUALITY: WHICH DESIRES FOR 2022?

In collaborazione con: CARLIN

Moderatore: Virginie Corbasson, Consulting Director, Carlin

Speaker: Ambre Venissac, Marketing Manager for beauty & fashion trends, Carlin

Negli ultimi anni, i cambiamenti della società hanno generato nuove relazioni con il corpo, la sensualità e la seduzione, e la crisi sanitaria che stiamo attraversando aumenterà l'attenzione alle connessioni con sé stessi e con gli altri. Tra angoscia, invidia e frustrazione, più che mai la sensorialità e la sensualità saranno temi chiave per il settore beauty. Questo è il motivo per cui Carlin Trend Agency ha scelto di condividere nuovi progetti di marketing riguardanti l'evoluzione dei desideri dei consumatori in termini di sensorialità e sensualità, con previsioni fino al 2022.

Ore 19.00 COSMOTALKS VIRTUAL SERIES

BEAUTY IN LIGHT OF COVID-19: MAPPING OPPORTUNITIES AMIDST ADVERSITY

In collaborazione con: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Moderatore: Irina Barbalova, Global Lead – Health and Beauty, EUROMONITOR INTERNATIONAL

Speaker: Gabriella Beckwith, Senior Research Analyst, EUROMONITOR INTERNATIONAL

Il mercato globale della bellezza è in gran parte considerato a prova di recessione, ma i fattori economici, legislativi e sociali derivati dalla pandemia di COVID-19 porranno sfide senza precedenti per l'industria nel 2020 e oltre. Ciononostante, ci potrebbero essere alcune prospettive positive da esplorare in termini di posizionamento, formati dei prodotti e coinvolgimento attraverso esperienze virtuali. Si registrerà una maggiore attenzione ai brand locali, a temi come la salute e il benessere, all'incremento del masstige e dei prodotti fai-da-te. In questo scenario, la differenziazione del marchio e la trasparenza saranno fattori chiave.

Loading...

Commenti

TAGS:

[wecosmoprof](#)

[cosmoprof worldwide bologna](#)

[industria cosmetica](#)

**Le Aziende ai tempi del
Coronavirus**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.