

Cosmetica

L'evento, giunto alla seconda edizione, si svolgerà dal 5 al 18 ottobre in partnership con le piattaforme internazionali Alibaba.com, Born e Needl

# Wecosmoprof spinge il beauty sul digitale

Marika Gervasio

Ha cancellato l'edizione 2020 di Bologna a causa della pandemia dando appuntamento al 2021, ma Cosmoprof, il salone dedicato al mondo della bellezza, non si è fermato e ha rilanciato la sua presenza con un evento digitale, WeCosmoprof, in programma dal 5 al 18 ottobre. Un'opportunità di business per aziende e buyer che, per la sua seconda edizione, si avvarrà della partnership con marketplace internazionali come Alibaba.com, Born e Needl.

«Questa piattaforma digitale rappresenta un modo per fare affari affrontando in sicurezza questo periodo così delicato in cui è importante avere un approccio positivo per tornare a dare il meglio di noi come Paese e come sistema produttivo - afferma Gianpiro Calzolari, presidente di BolognaFiere -. L'attuale scenario economico conferma che per affrontare le prossime sfide imposte dal mercato è necessario fare sistema. Solo unendo le nostre competenze e le nostre soluzioni possiamo rispondere adeguatamente alle necessità attuali del mercato».

L'evento digitale sarà promosso con una campagna di investimenti a cura di Ita - Italian trade agency, con il supporto del ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale e della Regione Emilia-Romagna, e con la collaborazione di Cosmetica Italia.

«Lo scorso anno il fatturato del settore ha toccato i 12 miliardi di euro, di cui oltre il 40% destinato alle esportazioni - commenta Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia -. Se consideriamo tutta la filiera cosmetica raggiungiamo i 33 miliardi di euro con 391 mila addetti. Il 2020 ci ha messo inaspettatamente e duramente alla prova stravolgendo le nostre abitudini di vita in famiglia e al lavoro destabilizzando i sistemi economico, politico e sociale. Ma gli imprenditori della cosmesi sono capitani coraggiosi: durante il lockdown hanno riconvertito la produzione per fabbricare gel igienizzanti e hanno svolto un ruolo sociale e sanitario importante nella lotta alla diffusione del Covid anche sostenendo le strutture sanitarie e i loro operatori. Negli ultimi mesi abbiamo cercato di tornare alla normalità e di ripartire grazie alla qualità, alla sicurezza e all'innovazione che caratterizza il nostro settore. La sinergia con Cosmoprof e il sostegno delle istituzioni ci permettono di individuare nuovi modelli e strumenti, come testimonia WeCosmoprof, per continuare a far crescere il settore».

La seconda edizione di WeCosmoprof è la tappa di un progetto digitale internazionale iniziato a giugno e continuato ad agosto con un focus sul mercato indiano. Il mese successivo all'evento di ottobre, poi, ci sarà una digital week dedicata all'Asia, visto che anche l'edizione fisica 2020 della fiera di Hong Kong è stata cancellata e riman-

data all'anno prossimo.

WeCosmoprof sarà suddiviso in quattro padiglioni virtuali a seconda del settore di riferimento. Sarà possibile selezionare quello più adatto alle proprie esigenze di business, per raggiungere buyer e distributori internazionali altamente specializzati. Ad accogliere l'intera filiera produttiva, il padiglione virtuale Cosmoprof My Match, che dal 5 al 9 ottobre ospiterà tutti gli operatori interessati a marketplace digitali e a nuove opportunità di business, rese possibili dalle funzionalità del software di match-making made by Cosmoprof.

Dal 5 al 18 ottobre, poi, il padiglione virtuale WeCosmoprof x Alibaba.com offrirà alle aziende una vetrina internazionale di oltre 20 milioni di buyer, attivi in 190 Paesi nel mondo, per il lancio dei propri prodotti, offrendo la possibilità di stringere relazioni con stakeholder in nuovi mercati ed incrementare in questo modo le proprie potenzialità di sviluppo e conversione. Dal 5 al 9 ottobre, WeCosmoprof x Needl ospiterà espositori, compratori e distributori specializzati in mass market e Gdo. Dal 12 al 16 ottobre WeCosmoprof x Born permetterà a brand prestige e masstige di presentare le proprie proposte a 2.800 buyer specializzati in design e lifestyle. Ad arricchire il programma anche le sessioni di approfondimento sulle tendenze dell'industria e l'evoluzione del mercato di Cosmotalks - The virtual series e gli appuntamenti dedicati al canale professionale di Cosmo virtual stage.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Blooming beauty.** È la nuova campagna pubblicitaria per le manifestazioni in programma nel 2021 della piattaforma internazionale Cosmoprof (nella foto un dettaglio)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.