

Dal 19 al 23 dicembre luci puntate sull'eccellenza del settore cosmetico italiano e dei suoi prodotti grazie all'iniziativa virtuale pensata per il pubblico kuwaitiano

# Giornate della Cosmetica Italiana in Kuwait

**Renato Ancorotti, Presidente di Cosmetica Italia:**

“Accolgo con favore questo progetto voluto dall'Ambasciata italiana in Kuwait che lancia nuova linfa ed energia sul nostro settore e i suoi prodotti”

**Milano** - Una sinergia virtuosa tra istituzioni, ente fieristico e industria a favore della promozione del settore cosmetico nazionale nell'ambito delle relazioni tra Italia e Kuwait. Con questo obiettivo **l'Ambasciata d'Italia in Kuwait e Cosmetica Italia** - associazione nazionale imprese cosmetiche, in collaborazione con **BolognaFiere Cosmoprof**, promuovono un inedito evento virtuale che, attraverso strumenti digitali, contribuisce ad influenzare locali e piattaforme social istituzionali della Rappresentanza (Instagram e YouTube), vuole dare voce ai protagonisti del comparto cosmetico tricolore, illuminandone il valore economico, scientifico e sociale. Giornate della cosmetica italiana in Kuwait. Questo il nome individuato per identificare l'iniziativa che, **dal 19 al 23 dicembre**, catturerà l'attenzione del pubblico kuwaitiano per raccontare e collocare la cosmesi tra le eccellenze del made in Italy accanto a moda, design, food, auto e gioielleria, solo per citare alcuni dei comparti che fanno grande l'Italia nel mondo. L'operazione si muove sulla scia dell'affermazione del concetto di **I-Beauty ITALIAN BEAUTY**. La cultura della bellezza emerge in

ogni dettaglio nel nostro Paese. Nello specifico, la produzione, si confronta costantemente con l'obiettivo di offrire un prodotto di design e ben fatto, frutto di un know-how riconosciuto al di fuori dei confini nazionali, capace di esprimere al meglio l'innata propensione italiana alla creatività. Un fattore dal valore inestimabile che porta le aziende italiane ad affrontare ogni prodotto come un'opera d'arte, con un approccio globale e multidisciplinare, attento a ogni dettaglio. Un primato espresso anche grazie agli elevati standard di sicurezza e qualità legati alla produzione cosmetica nazionale, che investe circa il 6% del fatturato in ricerca e innovazione, e confermato da un format fieristico tutto italiano, a sua volta eccellenza unica tra le manifestazioni, che permette di promuovere ed esportare in tutto il mondo i cosmetici fabbricati nel nostro Paese, dai profumi ai prodotti per capelli, senza dimenticare i beni indispensabili per l'igiene, la protezione, la prevenzione e il benessere della persona, elementi essenziali per l'espressione dell'identità di ognuno. **Il nostro Paese è il 3° produttore in Europa di profumi, skincare e haircare**, ma esiste un dato che più di tutti conferma



**Renato Ancorotti**

la grandezza dei produttori italiani: oltre il 67% del make-up consumato in Europa è fabbricato da imprese italiane; il dato a livello mondiale tocca il 55%. «La cosmetica italiana, autentica eccellenza del nostro Paese, trova nel Kuwait un mercato in forte espansione, nonostante l'attuale crisi pandemica. Intesa già di suo come brand, la cosmetica italiana - chiarisce **l'Ambasciatore italiano in Kuwait, S.E. Carlo Baldocci** - è qui riuscita a farsi apprezzare grazie alle sue straordinarie capacità: fra queste qualità, originalità, design e sicurezza, tutte frutto anche di una forte attività di investimento in ricerca e innovazione oltre che di un'

attenzione davvero unica per le esigenze del cliente, caratteristiche tipiche del prodotto italiano.» «A rappresentanza delle circa 600 imprese associate - **dichiara Renato Ancorotti, Presidente di Cosmetica Italia** - accolgo con favore questo progetto voluto dall'Ambasciata italiana in Kuwait che lancia nuova linfa ed energia sul nostro settore e i suoi prodotti. Lo stimolo all'internazionalizzazione, **espresso dalla strategica partnership con BolognaFiere Cosmoprof**, è innato nella nostra industria e con orgoglio possiamo affermare che, nel panorama manifatturiero, i cosmetici fabbricati nel nostro Paese si distinguono anche all'estero per la qualità, la propensione all'innovazione e per la capacità creativa tipica del saper fare italiano che tutto il mondo apprezza. Ecco perché, unitamente alla valorizzazione del brand made in Italy, si tratta di una leva competitiva da sfruttare in questa fase di ridefinizione di paradigmi sui mercati internazionali, tra cui quello kuwaitiano.» «È un onore - commenta **Enrico Zannini, Direttore Generale BolognaFiere Cosmoprof** - poter partecipare a questa speciale iniziativa organizzata in collaborazione con

**l'Ambasciata italiana in Kuwait** e con i nostri partner di Cosmetica Italia per la promozione dell'eccellenza dell'industria cosmetica made in Italy. Da **oltre 50 anni, Cosmoprof Worldwide Bologna** è accanto alle aziende e agli operatori alla ricerca di nuove opportunità nei mercati internazionali più promettenti. Il nostro network internazionale è cresciuto nel corso degli anni, arrivando a coprire tutti i continenti con un format specifico per le necessità di business di ciascuna area geografica, dall'Asia all'America del Nord, dalla penisola indiana al Sud-Est Asiatico. Il nostro obiettivo è continuare a supportare il rilancio del nostro settore e della qualità che il sistema Italia esporta in tutto il mondo, per ripartire tutti insieme, più forti di prima.» «Quello kuwaitiano - conclude l'Ambasciatore italiano in Kuwait, S.E. Carlo Baldocci - è un mercato dove, proprio per tutto questo, vogliamo e siamo destinati a crescere in maniera significativa. Sono molto lieto di questa prima iniziativa di collaborazione - per ora in remoto - fra Ambasciata d'Italia, Cosmetica Italia e Cosmoprof, cui altre seguiranno già a partire dal 2021.»

