


[ABBONATI SUBITO](#)
[HOME](#) [LIVESTAGE](#) [BACKSTAGE](#) [FINANZA](#) [ENGLISH](#) [THE NEXT](#) [HIGHLIGHTS](#) [COLLEZIONI](#) [TV MODA](#)

## Cosmoprof dà il via agli Italian cosmetics days in Kuwait

L'iniziativa promossa da Cosmetica Italia e dalla fiera internazionale bolognese punta i riflettori sul Made in Italy nel settore del beauty. L'evento si svolgerà online da sabato 19 a mercoledì 23 dicembre

 di [Laura Bittau](#)

16/12/2020

[Home](#) » [Livestage](#) » [Cosmoprof dà il via agli Italian cosmetics days in Kuwait](#)

 Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [e](#) [b](#)


Una campagna di Cosmoprof

Il mondo della cosmesi sigilla la collaborazione tra Italia e Kuwait con una collaborazione dal respiro internazionale. Le «Giornate della cosmetica italiana in Kuwait», questo il nome dell'iniziativa, vedranno da sabato 19 a mercoledì 23 dicembre le realtà della cosmesi Made in Italy esporsi al pubblico

kuwaitiano. Si tratta di un progetto di sinergia tra istituzioni, ente fieristico e industria a favore della promozione del settore cosmetico nazionale nell'ambito delle relazioni tra Italia e il Paese asiatico.

Con questo obiettivo l'ambasciata d'Italia in Kuwait e **Cosmetica Italia**, l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche, in collaborazione con **BolognaFiere Cosmoprof**, patrocineranno un evento virtuale che, attraverso strumenti digitali, contributi di influencer locali e piattaforme social istituzionali dia voce ai protagonisti del comparto cosmetico italiano, valorizzandone la caratura economica, scientifica e sociale.

«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, **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.» Inoltre «quello kuwaitiano 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», ha concluso Baldocci.

**ACQUISTA L'ULTIMO NUMERO**

**COLLEZIONI**
**LIVESTAGE**

16/12/2020


**RAF SIMONS DEBUTTA CON L'E-SHOP «HISTORY OF MY WOR...»**

16/12/2020


**LUSSO, LA CINA CONQUISTA IL PRIMATO**

16/12/2020


**BENETTON, MARTINO BOSELLI ENTRA NEL BOARD DEL GRUPP...**

Gli Italian cosmetic days si muovono all'interno del progetto di riconoscimento nel mondo dell'Italian beauty, la cultura della bellezza che caratterizza il Bel paese. L'Italia è il terzo produttore in Europa di profumi, skincare e haircare e, dato ancora più importante, oltre il 67% del make-up consumato in Europa è fabbricato da imprese italiane. A livello mondiale, la percentuale tocca il 55%. Cosmetica Italia, quindi, ha accolto l'iniziativa dell'Ambasciata italiana in Kuwait nell'ottica di un progetto di internazionalizzazione ed esportazione del Made in Italy nella cosmetica verso un mercato che si è mostrato particolarmente ricettivo e in forte espansione.

«È un onore 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», ha commentato **Enrico Zannini**, direttore generale di BolognaFiere Cosmoprof. «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», conclude Zannini. (riproduzione riservata)



LISTA NEWS

