



COSMOPROF ASIA 2011

LA 16^A EDIZIONE CONFERMA CRESCITE POSITIVE

Cosmoprof Asia, l'evento beauty per eccellenza nell'area Asia Pacifico, che si è tenuto dal 9 al 11 novembre scorso all'Hong Kong Convention and Exhibition Centre, ha confermato ancora una volta la sua importanza strategica per l'industria della bellezza, con crescite positive su ogni fronte. Un'ulteriore dimostrazione della forza e della competenza del Sistema Cosmoprof nel Mondo.

Una 16^a edizione di incredibile successo questa, la più grande finora realizzata, sia per superficie espositiva che per affluenza di visitatori.

Questi i numeri decisamente positivi:

- 68.000 i metri quadri di superficie espositiva (+18% rispetto all'edizione 2010)
- 1.780 espositori (+9% sul 2010) da 42 paesi; 466 gli espositori stranieri (provenienti da Australia, Austria, Belgio, Canada, Cile, Danimarca, Emirati Arabi, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, India, Indonesia, Israele, Italia, Giappone, Giordania, Corea, Macao, Cina Continentale, Malesia, Nuova Zelanda, Olanda, Pakistan, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Russia, Singapore, Spagna, Sri Lanka, Sud Africa, Svezia, Svizzera, Taiwan, Turchia, Usa, Vietnam), pari al 27% del totale espositori (+22% sul 2010).
- 48.503 i visitatori totali nei tre giorni (+7,5% sul 2010), con una cifra record dei visitatori internazionali (esclusa Hong Kong): 29.945 (+14,7% sul 2010), con un incremento dell'affluenza da Australia, Brasile, Cina, Francia, Germania, Italia, Giappone, Corea, Medio Oriente, Russia, Turchia e Stati Uniti.

Per il mondo della cosmetica, Cosmoprof Asia si attesta quindi l'appuntamento da non perdere nella seconda parte dell'anno. Un evento irrinunciabile anche per la stampa: più di 160 i media presenti nei tre giorni, tra locali e internazionali.

INTERNATIONAL BUYERS PROGRAMME

Un'importante iniziativa a Cosmoprof Asia, l'International Buyers Programme anche quest'anno ha continuato a far incontrare buyers e aziende da tutto il mondo per costruire insieme importanti relazioni di partnership. Produttori dei settori beauty e cosmetico hanno partecipato alla manifestazione, per il quinto anno consecutivo, pre-registrandosi per fissare appuntamenti con importatori e distributori provenienti da Cina, Giappone, India, Russia e Medio Oriente.

All'interno dell'International Buyers Lounge, hanno avuto luogo durante i 3 giorni ben 70 incontri di business one-to-one. Questo progetto ha avuto un riconoscimento unanime da parte di tutti i



partecipanti quale piattaforma eccellente per sviluppare un'importante rete di contatti e aprire nuovi mercati.

SPA SOUL

Cosmoprof Asia ha ospitato la seconda edizione di Spa Soul, il progetto speciale dedicato ai marchi SPA più prestigiosi che all'interno di lounge dedicate hanno presentato al pubblico concept, trattamenti esclusivi e novità di prodotto.

Di rilevante importanza anche la Spa Conference del 10 novembre, nella quale 12 speaker di fama internazionale si sono confrontati con gli operatori qualificati del settore SPA e hotellerie. e sviluppare il proprio network.

Degna di nota l'audience composta da investitori e catene di hotellerie cinesi, indiane, balinesi, indonesiane e thailandesi che considerano Cosmoprof Asia il punto di riferimento per creare sinergie di networking.

IL MONDO DEL PACKAGING

Settore di straordinaria importanza per la Manifestazione, il packaging ha evidenziato, mercoledì 9 novembre a Cosmoprof Asia, le qualità, le tecnologie e l'innovazione delle aziende leader e case histories di successo: aziende asiatiche e internazionali hanno presentato le novità assolute del settore.

OBIETTIVO CINA

La Cina continua ad attirare l'interesse di molte aziende del settore cosmetico tra cui moltissimi marchi di lusso. Per contro, molto marchi cinesi sono sempre più competitivi e Internet sta stravolgendo i canali di vendita tradizionali: si pensi che la vendita di cosmetici online in Cina è al terzo posto tra tutte le categorie di acquisto.

Questi i temi della conferenza del 9 novembre sull'Analisi del Mercato Cosmetico in Cina (10^a edizione), che ha avuto tra i suoi obiettivi quello di facilitare l'approccio e la comprensione del mercato cinese, trasmettendo informazioni e regole di condotta per districarsi fra burocrazia e normative locali di questo interessante e vivace contesto.

OBIETTIVO GIAPPONE

Per ragioni culturali e dinamiche commerciali, il mercato giapponese si rivela ancor più appetibile sul fronte bellezza. Durante il seminario tecnico sulla situazione corrente e futura del Giappone, sono stati analizzati i dati dei settori estetica, Spa e cosmesi, con case history sui prodotti di successo e analisi delle esigenze e richieste del consumatore giapponese, che si rivela da sempre particolarmente esigente e molto ricettivo delle nuove tendenze.



“Cosmoprof Asia quest’anno ha registrato un enorme successo” - dichiara Aureliana De Sanctis CEO di SoGeCos Spa. “Hong Kong si conferma l’appuntamento del secondo semestre da non perdere per tutto il settore della cosmetica mondiale e non accenna ad arrestarsi il numero delle aziende che ci chiedono di partecipare ad un evento di business che consente di siglare importanti contratti commerciali”.

“E’ davvero incoraggiante constatare una crescita dei visitatori, specialmente dall’estero, in un momento così incerto per l’economia mondiale. Questo dato è una chiara conferma che Cosmoprof Asia viene considerato uno tra gli Eventi di riferimento per gli operatori della Bellezza”, conclude Michael Duck, Executive Vice President di UBM Asia Ltd.

La prossima edizione di Cosmoprof Asia si terrà dal 14 al 16 Novembre 2012 all’Hong Kong Convention and Exhibition Centre.

MEDIA CONTACT

WORLDWIDE

SoGeCos S.p.a., company of BolognaFiere

Ph. +39 02.796.420 Fax +39 02.795.036 - press@cosmoprof.it

TRAGARA PR, Ms Cristina Rossi

Ph. +39 02.760.026.73 Fax +39 02.763.131.88 - cristina.rossi@tragarapr.it

ASIA

UBM Asia Ltd

Ms Amy Ng, Senior Marketing Communications Executive

Ph. +852.2827.6211 Fax +852.3749.7345

amy.ng@ubm.com

www.cosmoprof-asia.com