

Home > Salute > Cosmoprof Worldwide Bologna 2020: il programma di Cosmotalks

MEDICINA

A⁻ A⁺

Domenica, 9 febbraio 2020 - 09:13:00

Cosmoprof Worldwide Bologna 2020: il programma di Cosmotalks

Per l'edizione 2020, sono oltre 150 gli speaker coinvolti, da giovedì 12 a sabato 14 marzo



È "condivisione" la parola d'ordine di CosmoTalks, l'iniziativa di Cosmoprof Worldwide Bologna che ospita sessioni di approfondimento dedicate alle tendenze del settore beauty.

Per l'edizione 2020, sono oltre 150 gli speaker coinvolti: volti chiave non solo dell'industria cosmetica, ma anche nomi noti del mondo dell'arte, del design, della moda e del lifestyle. Durante i 10 talk, in programma da giovedì 12 a sabato 14 marzo, si delinearanno i temi e le tendenze che caratterizzeranno il comparto nei prossimi 10 anni.

Saranno 5 i filoni trattati durante i talk: futuro, trend, mercati, digital e sostenibilità.

Un'occasione unica per condividere insieme esperienze, suggestioni e progetti in linea con l'evoluzione dell'industria cosmetica del futuro.

GIOVEDÌ 12 MARZO 2020

10.30 - 12.00

BEAUTY 2030: INDUSTRY SHIFTS FOR THE NEXT DECADE

Quali saranno i macrotrend dei prossimi 10 anni? Che impatto avranno sul futuro dell'industria della bellezza? Quali saranno i temi chiave per l'innovazione? Quali le strategie di successo per il mondo della bellezza? Cosmoprof riunisce esperti internazionali provenienti da diversi settori - la geopolitica, l'arte, i media, il design e la cosmetica - per analizzare i principali movimenti sociali che influenzeranno gli stili di vita e le esigenze dei consumatori negli anni a venire.

Moderatore: LAN VU, Founder and CEO, BEAUTYSTREAMS

Speaker:

J. TUYET NGUYEN, Former President of the UN Correspondent Association

MICHAEL BODIE, Filmmaker & Media Professor, University of South California

MARIA VITTORIA GIATTI, Plastic Surgeon

EMMANUELLE LINARD, Creative Strategist

RAPHAËL CUIR, Art Critic & Historian

12.30 – 14.00

CIRCULARITY: BALANCING BEAUTY AND SUSTAINABILITY

L'economia circolare e la riduzione della nostra dipendenza da prodotti finiti non sono più solo tendenze, sono scelte obbligate, per limitare gli sprechi generati e creare nuovi posti di lavoro e ricchezza. Nel settore cosmetico, l'economia circolare è una tendenza in crescita guidata dalla crescente attenzione alla responsabilità sociale da parte dei consumatori. I brand devono reinventare il sistema usato fino ad oggi take-make-waste: devono ripensare a come progettano i loro prodotti, come gestiscono le loro risorse, come conducono il loro processo di produzione e cosa fanno successivamente con i loro materiali. La sostenibilità non è più una scelta!

Moderatore: SANDRA DE BAILLIENCOURT, Managing Director, Sparknews

Speaker:

ELIE PAPIERNIK, Founder and CEO, centdegrés

CHRISTINA RAAB, Vice President, Strategy & Development, Cradle to Cradle Products Innovation Institute

DIMITRI CAUDRELIER, Managing Director, Quantis

ALEJANDRO FRANCO, Co-Founder, Kaffe Bueno

ALEXANDRE CAPELLI, Group Environmental Senior Manager, LVMH

ANDREA SPINOSA, Packaging Development Director, COTY

14.30 – 16.00

OPEN INNOVATIONS: DISRUPTING THE BEAUTYTECH STATUS QUO

Dalle nuove tecnologie e modelli di business alle ultime tendenze nei comportamenti e nelle aspettative derivanti dall'acquisto, il talk analizzerà la trasformazione in atto del settore della bellezza e l'evoluzione del modo in cui i consumatori scoprono, scelgono e acquistano nell'era digitale.

Moderatore: GREG WILLIAMS, Editor in Chief, WIRED UK

Speaker:

ROBIN RASKIN, Founder, Living in Digital Times

CORRIE CONRAD, Vice President, Sephora Stands (Social Impact + Sustainability) and Inclusion & Diversity

KANG PING, Operations and Supplier Development, Great Consumption Category, ALIBABA

ISABELE RABIER, Founder & President, Jollimoi - France, FAB – Fashion and BeautyTech

ISABELA CHICK, Managing Director Retail, FoundersFactory

VIVIENNE RUDD, Director of Innovation & Insight, MINTEL

16.15 – 17.45

VISIONS FOR TOMORROW: HOW INNOVATION IS CHANGING THE RULES OF DISTRIBUTION IN THE BEAUTY INDUSTRY

Online e offline diventeranno un unico canale di distribuzione per l'industria beauty nel 2030? Gli e-tailer e le piattaforme e-commerce sono sempre alla ricerca di nuove modalità per migliorare l'esperienza degli utenti. I marchi e i loro fornitori devono interagire e fare rete con i rivenditori con un nuovo approccio omni-channel.

Speaker:

IRINA BARBALOVA, Global Lead, Health and Beauty, EUROMONITOR INTERNATIONAL

TERRY WANG (WANG TAO), General Manager, JD Retail – Fashion Home Platform Business Group, JD Beauty, JD GROUP

ROBIN DERRICK, CEO, MyBeautyBrands

CRISTINA SCOCCHIA, CEO, KIKO MILANO

VICTORIA BUCHANAN, Senior Future Analyst, The Future Laboratory

DAVID STRABONI, Head of Product Development & Marketing Make-Up Douglas & Nocibé Collections, Douglas

VENERDÌ 13 MARZO 2020

11.45 – 13.15

THE CONNECTED BEAUTY CONSUMER IN 2030

Tendenze, sfide e opportunità per il futuro legate all'Influencer Marketing. I brand stanno acquisendo oggi molti dati, ma hanno i mezzi e le conoscenze per utilizzarli per migliorare i propri profitti? I relatori presenteranno le ultime modalità volte a far leva sui comportamenti dei consumatori attraverso l'influencer marketing.

Moderatore: FRANCESCA DELOGU, Editor in Chief, Cosmopolitan Italy, Hearst Magazines

Speaker:

ERIKA ANDREATTA, partner, PwC

SAMIR MODI, Executive Director, COLORBAR (K.K. Modi Group)

JENNIFER RITTER, Vice President Product Development and Innovation, Haus Laboratories (Lady Gaga Cosmetics)

ALISON BRINGE', Chief marketing Officer, Launchmetrics

MELISSA HAGO, Vice President, Creative Director - Beauty, Fashion Snoops

YARDEN HORWITZ, Co-Founder, SPATE

13.30 – 15.00

ALLIES NOT ANTAGONISTS: FASHION AND BEAUTY IN A WORLD OF RAISED EXPECTATIONS

I brand di moda sono sempre più interessati ad espandere le loro offerte di prodotti beauty, al di là delle fragranze, nel tentativo sia di fornire un elemento con un prezzo più accessibile per i consumatori meno interessati ad abbigliamento e accessori di lusso, sia di espandere la quota di mercato attraverso offerte aggiuntive in mercati affermati. Nel 2030 la bellezza e la moda cercheranno ancora un'alleanza? Le aziende separeranno brand fashion e beauty? I relatori spiegheranno come per alcuni marchi fashion questa sia stata una scelta positiva, per altri abbia invece decretato la fine dell'esperienza nel comparto beauty.

Speaker:

Prof. STEPHAN KANLIAN, Chairperson, Master's Degree Program: Cosmetics & Fragrance Marketing and Management, School of Graduate Studies, Fashion Institute of Technology (FIT)

AMBRE VENISSAC, Head of Retail & Fashion Trends, Carlin

JOHAN HELLSTRÖM, CEO; Björn Axén

KENZA KELLER, International marketing Director, BYREDO

ABDULLA AL -ABDULLA, Influencer

15.15 – 16.45

GENERATIONS 2030

La generazione alfa protagonista per il mondo beauty. Con l'aumentare della digitalizzazione, la generazione Alpha sarà quella più formata di sempre, più tecnologicamente avanzata e la più ricca. Inclusività, usability e sostenibilità guideranno le aspettative e le richieste dei consumatori. Qual è il linguaggio per attrarre questo gruppo di consumatori? In che modo influenzeranno le tendenze nel settore beauty?

Moderatore: JENNI MIDDLETON, Beauty Director, WGSN

Speaker:

LOUIS HOUDART, Founder & Managing Partner, Creative Capital China

YAQUN HAO, Senior Brand Communication Manager, ICICLE

MINYOUNG KIM, Chief Global Marketing Officer, LAKA

MAYLIS GRAND, Directrice Marketing Europe – Chief Marketing Officer Europe, Maesa Group

MARK EVE, Co-Founder, 3INA

JENNI MIDDLETON, Beauty Director, WGSN

JONAS BERGSTRÖM, CEO and Founder, Scandinavian Man

SABATO 14 MARZO 2020

10.30 – 12.00

BEHIND THE BEAUTY PRODUCT OF 2030

I materiali utilizzati nel prossimo futuro per il packaging cosmetico, prendendo in considerazione i colori e le stampe. Il design svolgerà un ruolo importante nella creazione di nuovi prodotti efficaci con un uso ridotto di materiali e un'attenzione ai temi del riciclo e di fonti alternative.

Moderatore: MARY CLEARY, Beauty Editor, Wallpaper

Speaker:

APRIL MARTIN, Director of Strategic Marketing, Intercos

ALEJANDRO ESPINOSA CABALLERO, Creative Director, A+A DESIGN STUDIO

FRANCESCO TOMASELLO, Vice President Global, Pantone

MARCUS HELLBERG, Sales Director, Södra

SOPHIE MAXWELL, Futures Director Global, Pearlfisher

ROGIER VAN DER HEIDE, Designer

SISSI VALASSINA, Creative Director, Sissi Valassina

12.15 – 13.45

UNDERSTANDING TOMORROW'S TRAVELLER

Siamo entrati in una nuova era del viaggio. In un momento storico in cui i nuovi viaggiatori benestanti atterrano in diverse regioni del mondo e l'industria turistica cresce per soddisfare le loro esigenze, come possono i marchi di travel beauty soddisfare numeriche di consumatori più alte mantenendo un senso di esclusività e territorialità? Se le classi medie emergenti cercano l'aspetto materiale dei viaggi di lusso, i mercati più maturi ambiscono ad un nuovo concetto di luxury experience. In questo contesto, il mondo delle spa può giocare un ruolo importante: in che modo sta cambiando per soddisfare le nuove, crescenti aspettative? Quali sono le strategie dei brand di cosmesi di lusso per fronteggiare le nuove ondate di turismo proveniente dall'Asia?

Moderatore: LORENZA SCALISI, Consulting Editor, CondeNast Traveller

Speaker:

JING LEGRAND, CEO, Altavia

GARRETT MERSBERGER, Director of Sales, Marketing and Spa, Chairman, Blue Harbor Resort and Conference Center, ISPA

BRENNAN EVANS, Vice President – Spa Operations, Trilogy Spa Holdings, LLC

CLAUS THOTTRUP, Founder, Borgo Santo Pietro

14.00 – 15.30

ASIA, LATAM: HOW THE NEW MARKET FRONTIERS WILL RESHAPE THE PERFUME INDUSTRY

Nel corso dei prossimi 10 anni, l'industria dei profumi subirà importanti trasformazioni, trainate in particolare dall'affermazione, o addirittura dalla nascita, di nuovi mercati regionali di dimensioni sconosciute e culturalmente distanti dai mercati storici. Mentre per 150 anni produttori e progettisti di profumi erano intimamente legati ai loro clienti, l'internazionalizzazione dei mercati ha causato sia la frammentazione dei centri decisionali e creativi, sia la necessità di adattarsi a nuovi codici culturali e modelli di consumo diversi dalla profumeria occidentale del XX secolo. Le nuove sfide richiedono designer e marchi di profumi in grado di adeguare l'offerta alla domanda in modo sempre più rapido. I relatori saranno coinvolti in un'analisi dell'evoluzione dei brand consolidati e degli scenari che potranno sfociare nella nascita di brand geo-localizzati.

Moderatore: DOMINIQUE BRUNEL, Co-Founder, Nez

Speaker:

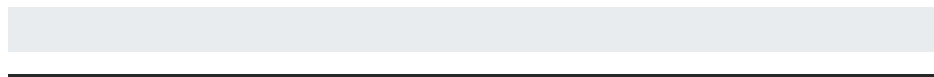
DAO NGUYEN, Founder, EssenziabyDao

RICARDO OMORI, Senior Vice-President, Global Fine Fragrance, Symrise

NATHALIE HELLOIN KAMEL, Head of Global Fine Fragrance, Takasago

Loading...

Commenti



TAGS:

cosmoprof worldwide bologna 2020; cosmotalks