



For Professional use only

Enrico Zannini

Beauty Forum

I Direttore Generale di BolognaFiere Cosmoprof, Enrico Zannini, fa il punto sul successo registrato dall'ultima edizione della fiera bolognese e ci offre uno spaccato dell'attuale panorama Beauty, in Italia e nel mondo. Lasciandoci anche una piccola anticipazione su quella che sarà la prima edizione di BEAUTY FORUM Milano, in programma a fine ottobre.

(Beauty Forum) L'edizione 2019 di Cosmoprof Worldwide Bologna si è conclusa poco più di un mese fa: qual è stata la risposta del pubblico?

(Enrico Zannini) Siamo molto soddisfatti dell'edizione appena conclusa di Cosmoprof Worldwide Bologna: sono stati oltre 265.000 gli operatori presenti, con un aumento significativo delle presenze internazionali di quasi il 10%. Questi dati sono la conferma che la differenziazione delle date di apertura per settore, e soprattutto la migliore suddivisione degli spazi del quartiere, sono state molto apprezzate. In particolare abbiamo ricevuto commenti molto positivi sulle aree dedicate alla cosmesi green e alla sostenibilità, ed è piaciuto molto anche il Centro Servizi, con l'installazione dedicata ai Cosmoprof e Cosmopack Awards e gli stage che hanno ospitato i nostri CosmoTalks.

La sostenibilità è stata tra i temi centrali dell'evento: come si sta muovendo il mondo della cosmesi per rispondere a questa esigenza ormai cruciale?

L'edizione 2019 è stato un primo ma importante passo che abbiamo voluto compiere per sensibilizzare l'industria cosmetica sull'importanza dell'attenzione all'ambiente anche nei processi produttivi. Abbiamo dimostrato che l'innovazione e la ricerca delle nostre aziende rende già possibile un adeguamento sostenibile dei processi produttivi. Già oggi è possibile utilizzare materie prime di origine naturale, formulazioni meno impattanti per l'ambiente e soluzioni di packaging e di design attente al risparmio energetico.

Il consumatore finale è sempre più informato ed esigente: su cosa dovrebbe puntare il professionista della Bellezza per intercettarne i desideri?

Nel momento in cui decide di acquistare un prodotto cosmetico, il consumatore di oggi non si lascia più attrarre da inutili claim. Oggi le aziende devono instaurare una relazione trasparente e attiva con la propria clientela. Il consumatore di oggi chiede di essere ascoltato e di trovare una risposta alle proprie esigenze individuali, chiede maggior trasparenza sulle etichette dei prodotti, chiede performance più durature e certificate. In poche parole, il prodotto beauty non è più creato solo ed esclusivamente dall'azienda, ma anche il consumatore diventa protagonista nelle scelte e nel processo di nascita di un cosmetico. Operatori ed aziende devono quindi rafforzare la loro relazione con la clientela.

Con gli appuntamenti di Bologna, Las Vegas, Hong Kong e Mumbai, Cosmoprof rappresenta un osservatorio privilegiato sui trend del mercato: come si sta evolvendo il settore Beauty a livello globale?

L'industria cosmetica ha saputo superare momenti difficili a livello internazionale: sappiamo tutti che anche negli anni della crisi economica il comparto Beauty è stato tra i pochi a mantenere valori in crescita. Oggi l'export delle nostre aziende è ancora un punto di forza del nostro Paese, e sono molti i nuovi mercati nei quali i prodotti di bellezza made in Italy stanno monopolizzando l'attenzione. Nel contempo, i Paesi stranieri stanno aumentando gli investimenti in ricerca e innovazione, per incrementare la qualità delle loro proposte. Questo significa che l'industria cosmetica è un fattore di crescita mondiale, e offre opportunità professionali e di sviluppo a livello internazionale.

Per quanto riguarda l'industria Beauty italiana, quali sono i punti di forza e gli aspetti ancora da migliorare?

Il Made in Italy è ancora protagonista nel mondo della cosmesi, grazie al livello della ricerca industriale raggiunta dalle nostre aziende. Credo che sia giunto il momento che anche a livello istituzionale cresca la consapevolezza della forza del settore. Il Ministero dello Sviluppo Economico e ICE da qualche anno stanno supportando le iniziative di promozione all'estero delle aziende cosmetiche italiane, ma si può fare molto di più per sottolineare l'eccellenza italiana in comparti specifici.

Lo scorso autunno è stata annunciata l'acquisizione da parte di BolognaFiere Cosmoprof del gruppo tedesco Health and Beauty: cosa rappresenta questo sodalizio per il settore?

Si tratta di un accordo importante perché permette di migliorare le iniziative e le opportunità per gli operatori dell'Estetica professionale e del Nail in Europa. L'unione di due strutture ben organizzate come Cosmoprof e Beauty Forum può portare energia e risorse per investire in eventi di formazione e di approfondimento che da una parte coinvolgano gli operatori estetici, dall'altra stimolino le aziende del comparto a migliorare la propria offerta.

A fine ottobre andrà in scena la prima edizione di BEAUTY FORUM Milano: cosa offrirà ai professionisti della Bellezza?

Per l'appuntamento di ottobre vogliamo offrire agli operatori del settore e alle aziende un evento dedicato all'approfondimento e al business. Saranno presenti le aziende più importanti, che potranno incontrare le estetiste e le titolari di saloni in manifestazione per presentare le nuove proposte e i nuovi macchinari. Non mancheranno poi i convegni, gli approfondimenti e le dimostrazioni pratiche, volte a dare un supporto di qualità all'attività delle professioniste.

[#BeautyForum](#), [#inogninnumero](#), [#uncaffècon](#), [#BF_mag_giu19](#)