

BEAUTY

Dal 16 al 20 marzo torna Cosmoprof Worldwide Bologna. Con oltre 2.900 aziende (+11% rispetto al 2022) provenienti da 64 Paesi, si conferma un evento chiave per scoprire e comprendere l'evoluzione dell'offerta beauty. «Il successo è anche dovuto al ruolo, oggi fondamentale, dell'industria cosmetica italiana che, nel 2022, dati preconsuntivi alla mano, supererà un fatturato di 13 miliardi di euro. E c'è di più: con un incremento di oltre 2 miliardi rispetto ai valori pre-Covid, dovrebbe oltrepassare i 14 miliardi nel 2023», dice Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia. «Bologna è, dunque, un'occasione imprescindibile per richiamare l'attenzione sull'eccellenza della nostra filiera beauty, ampia e articolata, e in grado di creare valore per l'intero Sistema Paese».

Lo dimostrano gli attori, per la maggior parte italiani, della nuova Ingredients Zone, area dedicata ai produttori e ai distributori di principi attivi e ingredienti, oli, fragranze e servizi di formulazione prodotti. Come Huwell Chemicals, leader mondiale nella produzione di polveri decoloranti utilizzate dagli hair colourist; ma anche come l'azienda CreaSens che, grazie a importanti studi neuroscientifici, sviluppa fragranze funzionali che stimolano il benessere emotivo; e come Exo Lab Italia, startup dell'Aquila nota per aver creato una materia prima innovativa a base di esosomi (una sorta di veicoli di sostanze) derivati da frutta e verdura provenienti da agricoltura biologica italiana.

Materie prime e ingredienti saranno anche tra gli elementi protagonisti di *CosmoFactory-Encoding Beauty*, un'installazione

Foto di Elettra Barboni



curata dallo Studio Sara Ricciardi, che accompagnerà il visitatore in un viaggio alla scoperta dell'intero ciclo di vita di un prodotto, dalla scelta e la lavorazione dei principi attivi ai processi di produzione sino all'esperienza del consumatore, dimostrando come nuove connessioni ecologiche della filiera possano diventare l'elemento di garanzia della qualità, dell'originalità e della sicurezza dei cosmetici presenti sul mercato.

Ma quale sarà il suo futuro? *Cosmotrends*, report (realizzato dall'agenzia Beautystreams) presenterà le principali tendenze del settore. «Ne possiamo anticipare tre: Science-backed innovation, Holistic health e Next-Generation sustainability», spiega Fernanda Pigatto, global partnerships director dell'agenzia di tendenze internazionale.

«In altre parole, la prossima generazione di prodotti per la cura della pelle nascerà soprattutto dalla ricerca clinica e scientifica (Science-backed innovation), mentre l'approccio alla bellezza sarà sempre più inside/out, vedi il boom degli alimenti ingeribili che donano un aspetto sano e radioso dall'interno, oltre a prodotti che si concentrano sulla salute dell'intestino (Holistic health). Infine, con formulazioni senza acqua, tecniche di raccolta e metodi di produzione sostenibili, imballaggi biodegradabili e senza scarto, il futuro è senz'altro di una cosmetica a impatto ambientale sempre più leggero (Next-Generation sustainability)». ■

18 hair show e circa 700 case di prodotti per capelli saranno presenti al Cosmoprof 2023 di Bologna (16-20 marzo).

COSMETICI ORIZZONTI di Margherita Tizzi

Mentre i fatturati del made in Italy crescono, il Cosmoprof porta a Bologna 2.900 aziende di 64 Paesi. E tante idee sul futuro

