



Cosmoprof scalda i motori e cresce



ServizioServizioContenuto basato su fatti, osservati e verificati dal reporter in modo diretto o riportati da fonti verificate e attendibili.Scopri di piùCosmetica
Dal 16 al 20 marzo parte la 54esima edizione della fiera dedicata al settore della bellezza con l'11% di espositori in più rispetto al 2022

di Marika Gervasio

15 febbraio 2023

3' di lettura

Cosmoprof Worldwide Bologna scalda i motori e si prepara ad andare in scena nel capoluogo emiliano dal 16 al 20 marzo con oltre 2.900 aziende presenti, l'11% in più rispetto al 2022, provenienti da 64 paesi europei (60%) ed extra-europei (40%). A rappresentare l'attrattiva mondiale della manifestazione anche le 29 collettive nazionali, in crescita rispetto agli anni scorsi, con piccole e medie imprese da Argentina, Australia, Belgio, Brasile, California, Cina, Corea Del Sud, Ecuador, Francia, Gran Bretagna, Germania, Giappone, Grecia, India, Indonesia, Irlanda, Lettonia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Spagna, Svezia, Taiwan, Turchia, Ucraina e Usa. Novità rispetto all'edizione 2022 la presenza di Argentina, Australia, India e Romania, con Irlanda presente per la prima volta con l'ente nazionale.

A determinare i numeri positivi dell'edizione di marzo sono soprattutto il ritorno di aziende da Cina e Taiwan, fino a pochi mesi fa impossibilitate ad uscire dai rispettivi paesi. **Cosmoprof** Worldwide Bologna attirerà in città buyer da più di 50 paesi, grazie anche al supporto delle agenzie ICE che operano nei mercati di riferimento per l'industria cosmetica. Delegazioni di compratori, retailer e distributori provenienti dai principali mercati emergenti e maturi, tra cui Nord America, Europa, Medio Oriente, Asia e Oceania, potranno incontrare gli espositori **Cosmoprof** 2023 per trovare nuove proposte e soluzioni distributive.

Si rafforza la collaborazione con il network Health & Beauty - di proprietà del gruppo BolognaFiere **Cosmoprof** - grazie al quale è prevista una delegazione di top player del canale distributivo professionale europeo.Per ottimizzare l'esperienza in fiera degli stakeholder internazionali sono state riviste anche le date di apertura dei saloni. Cosmopack, salone dedicato alle aziende della supply chain, e Cosmo Perfumery&Cosmetics, con i player del canale retail, prestige e mass market, saranno attivi dal giovedì al sabato,per rispondere alle necessità degli operatori esteri di



concentrare gli incontri di business nei giorni feriali. Cosmo Hair, Nail & Beauty Salon, l'area dedicata al canale professionale, manterrà le 4 giornate tradizionali, dal venerdì al lunedì, così da accogliere gli operatori nei giorni di chiusura dei saloni e dei centri estetici.

«Dopo un 2022 molto positivo, i dati di **Cosmoprof** Worldwide Bologna 2023 testimoniano la qualità del lavoro svolto negli anni - commenta Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere - . **Cosmoprof** è una vetrina per gli operatori da tutto il mondo grazie all'eccellenza dell'offerta espositiva e alla capacità del format di adattarsi alle modalità di business in costante evoluzione. Sono queste stesse caratteristiche che stanno facilitando anche lo sviluppo internazionale del network. Da Bologna la manifestazione continua a esplorare nuovi mercati e ad ottimizzare la presenza in aree già consolidate, come dimostra il recente annuncio dell'evento a Miami, grazie alle sinergie con partner internazionali, al supporto istituzionale del ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e alla collaborazione con Cosmetica Italia – Associazione nazionale imprese cosmetiche».



Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia, aggiunge: «Resiliente e anticiclico sono due aggettivi che hanno spesso contraddistinto la descrizione del comparto cosmetico e che, ancora una volta, dimostrano di essere appropriati per delineare l'andamento del settore in una fase di continuo confronto con dinamiche economiche e geopolitiche che impongono nuove sfide e rimodulazioni alle nostre aziende. Lo attestano i dati preconsuntivi sul 2022 che vedono il fatturato totale del settore cosmetico in Italia superare i 13 miliardi di euro; un valore che, secondo le stime sul 2023, oltrepasserà i 14 miliardi con un incremento di oltre 2 miliardi rispetto ai valori pre-Covid».

