

ACCEDI O REGISTRATI | RICERCA AVANZATA


[ABBONATI SUBITO](#)
[HOME](#)
[LIVESTAGE](#)
[BACKSTAGE](#)
[FINANZA](#)
[ENGLISH](#)
[THE NEXT](#)
[HIGHLIGHTS](#)
[COLLEZIONI](#)
[TV MODA](#)

WeCosmoprof svela con Alibaba i trend del mercato post-Covid

Il salone beauty, in scena in formato digital da lunedì fino al 18 ottobre, rivela i risultati di uno studio commissionato a Beautystreams. Secondo la ricerca, realizzata insieme all'e-commerce cinese, oggi il consumatore vuole ottenere trattamenti e risultati professionali a casa propria e in piena sicurezza

di Tiziana Molinu

01/10/2020

[Home](#) » [Livestage](#) » WeCosmoprof svela con Alibaba i trend del mercato post-Covid

 Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [✉](#) [🖨](#)

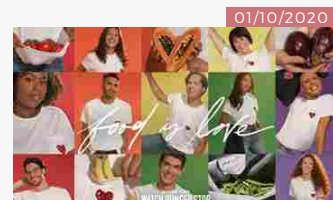

Un'immagine di Cosmoprof

In occasione dell'evento digitale **WeCosmoprof x Alibaba.com** tradeshow, in scena da lunedì fino al 18 ottobre, la piattaforma di e-commerce b2b ha svelato gli ultimi trend del mercato post-Covid. Il report ha rivelato i risultati di uno studio commissionato alla società di consulenza e marketing **Beautystreams**, che ha evidenziato quali prodotti e tendenze di consumo siano dominanti in questa fase nell'ambito della cosmesi e della

cura della persona, rispecchiando i cambiamenti nel lifestyle portati dalla crisi.

Tra questi spicca sicuramente il desiderio dei consumatori di ottenere trattamenti e risultati professionali direttamente a casa propria e senza dover ricorrere ad operatori o strutture esterne, ma anche una maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo e alla sostenibilità dei prodotti. Nel dettaglio, le categorie più ricercate e popolari risultano: kit per lo sbiancamento dentale, aspiratori per punti neri, scrubber per la pelle, rullo di giada, spazzole per pulizia del viso, apparecchi led per fototerapia, apparecchi per depilazione,

ACQUISTA L'ULTIMO NUMERO
COLLEZIONI
LIVESTAGE

CHIARA FERRAGNI E FEDEZ ASPETTANO IL SECONDO FIGLI...

MICHAEL KORS, CAPSULE CHARITY PER IL WORLD FOOD PR...

spazzole asciugacapelli, idropulsori dentali e otoscopi per la pulizia dell'orecchio.

Da lunedì 5 al 18 ottobre, gli operatori dell'industria beauty si troveranno su sulla piattaforma del gruppo **Alibaba** per massimizzare le opportunità di business e scambio (vedere **MFF del 4 settembre**). L'iniziativa è parte dell'accordo siglato con l'organizzatore del salone, **Cosmoprof**.

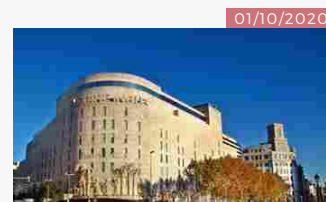
Fortemente accelerata dall'emergenza sanitaria che ha imperversato nel 2020, la trasformazione digitale si è imposta come priorità in ogni settore, incluse le manifestazioni fieristiche, il cui format online ha preso sempre più piede per permettere all'industria di tenere le "vetrine" aperte alle opportunità di business, in un momento in cui le fiere fisiche hanno subito forti limitazioni. I circa duemila espositori del beauty e del personal care invitati alla fiera virtuale, tra cui numerosi italiani, avranno quindi la possibilità di fruire dello spazio virtuale messo a disposizione da Alibaba.com, immergendosi in un'esperienza del tutto analoga a quella di una fiera tradizionale, con la possibilità di massimizzare sinergie, esposizione e costi, raggiungendo i 20 milioni di buyers in 190 paesi attivi sulla piattaforma.

In totale, vi saranno oltre 20 (mfimage)mila prodotti in mostra e 800 aziende organizzeranno sessioni di livestreaming per presentarli al pubblico globale di buyers e operatori professionali. Il WeCosmoprof x Alibaba.com tradeshow consentirà agli espositori di promuovere i propri cataloghi di prodotti in uno spazio dedicato con visibilità premium tra i buyer, grazie alle oltre 40 mila visite uniche giornaliere che si stima avrà questo padiglione. I partecipanti potranno interagire, generare lead qualificati, e conoscere le novità, i trend emergenti e cosa cercare nel settore della bellezza a livello globale, grazie a report di approfondimento ad-hoc sul settore co-creati da Alibaba.com e Cosmoprof. Inoltre, un servizio ad hoc di newsletter consentirà di raggiungere circa 4 milioni di buyer internazionali del settore in maniera targettizzata.

Gli espositori potranno infine creare virtual room, lanciare nuovi prodotti, trasmettere in livestreaming, nonché organizzare presentazioni, workshops e tavole rotonde con influencers e specialisti del settore. In più, una serie di mini-video con contenuti esclusivi verrà messa a disposizione dei partecipanti per approfondire ulteriormente le dinamiche e tendenze del momento. (riproduzione riservata)



BURBERRY, DAI BOND GREEN AGLI SCENARI ETICI



EL CORTE INGLÈS CONCLUDE L'ACQUISIZIONE DI SFERA

LISTA NEWS



NEWS CORRELATE

finds more updates