



**Cosmoprof: con le testate top internazionali per l'edizione virtuale 2020; quella del 2021 promossa con l'adv "Blooming Beauty" di Heads Collective**

6

## Mercato Cosmoprof: con le testate top internazionali per l'edizione virtuale 2020; quella del 2021 promossa con l'adv "Blooming Beauty" di Heads Collective

Fino al 18 ottobre, WeCosmoprof punta su prestigiose partnership editoriali per i "Cosmotalks", mentre per fine anno è attesa la nuova campagna internazionale

**N**etworking, innovazione e aggiornamento: sono questi gli elementi chiave di WeCosmoprof, l'evento digitale di Cosmoprof. Fino al 18 ottobre, grazie all'utilizzo delle tecnologie più all'avanguardia e alla collaborazione con player ed esperti internazionali, WeCosmoprof offre alla community beauty un ecosistema di matching online, per sfruttare tutte le potenzialità dell'industria. Il progetto vede per la prima volta uniti Cosmoprof, Alibaba.com, Born e Needl, per offrire soluzioni specifiche per ogni esigenza di business ad aziende, compratori, distributori, retailer e operatori. "Grazie alla sinergia con Alibaba.com, Born e Needl, WeCosmoprof rafforza le potenzialità di business di aziende, buyer, retailer e distributori, mettendo a loro disposizione degli spazi digitali ad hoc per confrontarsi su nuovi progetti e lavorare allo sviluppo di strategie per il futuro - dichiara Enrico Zannini, D.G. di BolognaFiere Cosmoprof -. Grazie alle sue 4 piattaforme digitali, WeCosmoprof offre soluzioni customizzate per rispondere alle singole esi-

di **Vittorio Parazzoli**

genze dei player coinvolti, tenendo conto delle specificità dei canali distributivi e dei singoli comparti dell'industria cosmetica".

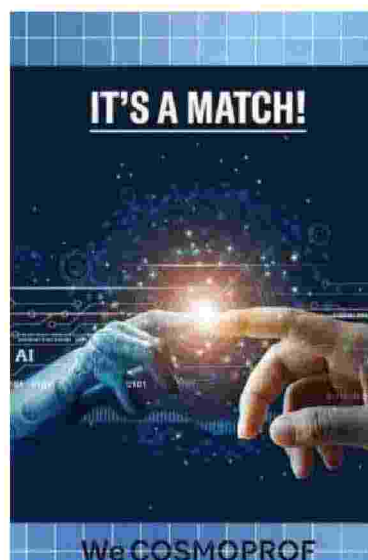
### Il palinsesto

Ad arricchire il programma, un calendario di approfondimenti e confronti con i protagonisti del settore beauty. Sono oltre 100 gli speaker e le aziende che partecipano alle sessioni dedicate alle tendenze dell'industria e all'evoluzione del mercato di "Cosmotalks - The Virtual Series", e agli appuntamenti per il canale professionale di Cosmo Virtual Stage. Le partnership attivate per questa edizione sono particolarmente prestigiose e tutte con testate internazionali, tra queste: WWD, Dazed & Confused, Wallpaper, Glamour Russia, Wired UK e Forbes. I nuovi scenari dell'industria cosmetica, le trasformazioni in atto e le tendenze che influenzeranno i consumi nel prossimo futuro sono i temi chiave di "Cosmotalks". Nei giorni dell'evento digitale è possibile seguire 15 webinar della durata di 60 minuti l'uno, con la partecipazione di oltre 100 key player dell'industria cosmetica mondiale, per analizzare insieme l'evoluzione del mercato e le nuove opportunità di sviluppo per aziende, catene retail, buyer e distributori, con particolare attenzione

ai principali mercati in Europa e negli Stati Uniti. Alcuni talk saranno moderati da giornalisti prestigiosi: Jennifer Weil, Beauty editor di WWD; Greg Williams chief editor di Wired UK; Victoria Malakhova, Beauty Editor di Glamour Russia; Mary Cleary Beauty Editor di Wallpaper; Bunny Kinney, Editor in chief di Dazed & Confused Beauty; e Marco Barlassina, direttore di Forbes Italia. In dialogo con loro imprese importanti come, tra le altre, Intercos, B.Color, FaB Fashion, Alibaba, Lvmh, Tik Tok e i cabinet de tendances Centdegrés, Beautystreams, Euromonitor e Launchmetrics.

### La campagna per il 2021

Intanto, in vista della fiera "fisica" 2021 che si svolgerà a Bologna nel prossimo mese di marzo, Cosmoprof ha approntato la relativa campagna, attesa per fine anno con planning curato internamente in collaborazione con Creative Media. "La bellezza è pronta a sbocciare di nuovo a Cosmoprof, e una nuova primavera è alle porte per l'industria cosmetica": è questo il messaggio che la piattaforma internazionale Cosmoprof vuole lanciare alla community beauty internazionale per le manifestazioni in programma nel 2021, con la campagna "Blooming Beauty", realizzata dalla confermata Heads Collective. In primo piano, i fiori: simbolo di pulizia, profumo, colore,



ma anche di diversità e armonia, si accompagnano a volti multietnici, esaltati dalle luci e dalle inquadrature del fotografo Giulio Rustichelli, ad esprimere le differenti anime del format Cosmoprof. Un connubio che nell'attuale scenario legato alla diffusione del covid19 assume un nuovo significato, rimandando a una nuova rinascita per l'industria. Lo sbocciare dei fiori è il preludio alla primavera, una nuova stagione di ripartenza per il settore. Fiori e colori caratterizzano anche la campagna di Cosmopack, la "fiera nella fiera", dedicata alla filiera produttiva: l'elemento umano scompare, per lasciare il posto alle materie e agli strumenti dell'industria. La nuova immagine promuoverà le manifestazioni del network Cosmoprof - Cosmoprof Worldwide Bologna, Cosmoprof Asia, Cosmoprof North America, Cosmoprof India e Cosmoprof CBE Asean Bangkok - sui principali media nazionali e internazionali (digital, stampa trade e consumer, affissione e tv).