

Manifestazioni

# Cosmoprof, debutto col botto

Il salone dedicato al mondo della cosmetica e del benessere si è aperto con espositori in crescita del 7% forte di un 2016 chiuso, per il beauty made in Italy, a 10,5 miliardi (+5%). Obiettivo dichiarato, totalizzare il massimo storico di ingressi complice il dinamismo di Asia, Usa e Middle east. **Andrea Guolo (Bologna)**

**G**rande affluenza di buyer internazionali al primo giorno di **Cosmoprof worldwide Bologna**. La fiera leader mondiale nel beauty ha aperto ieri mattina le porte con 2.677 espositori, per il 73% provenienti dall'estero, e con qualche disagio causato da uno sciopero proclamato a seguito della rottura delle trattative sulla riorganizzazione di **BolognaFiere**. Le code alle biglietterie non hanno però scoraggiato i visitatori della 50ª edizione che, dopo aver fatto segnare il record di aziende partecipanti con un balzo del 7% sul 2016, punta anche a realizzare il massimo storico di ingressi. La partenza, dopo il prologo di giovedì con **Cosmopack**, ha confermato il dinamismo di alcuni mercati mondiali, dall'Asia agli Stati Uniti passando per il Middle east. La cosmetica italiana ha conti in attivo, dopo un 2016 chiuso a 10,5 miliardi di euro con un progresso del 5% sul 2016 e un balzo del 12% nell'export, e i programmi delle aziende per il nuovo anno sono ambiziosi. «Tre anni fa eravamo concentrati sul mercato domestico, ora l'export vale il 20% e stiamo investendo per aumentare la quota con l'apertura di filiali dirette in Germania e Olanda, dopo quelle

tato positivo colto da **Bioline jato**, che lo scorso anno è progredita del 10% per un valore di mercato di circa 15 milioni, realizzato per il 70% all'estero. «Siamo gli unici a operare nel mercato esclusivamente con distributori, perché pensiamo che sia necessario affidarsi a persone capaci di offrire un supporto in linea con gli usi e i costumi locali», ha poi sottolineato l'ad **Tommaso Corradini**. Intanto **Cosmoprof** entra anche in città con la postazione interattiva allestita da **Cosmetica Italia in galleria Cavour**, polo bolognese dello shopping di lusso, per i 50 anni della manifestazione. (riproduzione riservata)



Un momento dell'ultima edizione di Cosmoprof

già avviate in Uk e Svizzera», ha detto a **MFF Sandro Sandoni**, responsabile scientifico di **Baldan beauty group**, realtà specializzata in cosmetici e tecnologie per l'estetica professionale, che dichiara un incremento del 20% nelle vendite. Nell'haircare spicca il risultato del gruppo **Davines**, presente anche nello skincare con marchio **Comfort zone**, che nel 2016 ha incassato 112 milioni di euro dal canale professionale con un progresso del 19% anno su anno e del 17% in Italia, mentre il nord America si conferma primo mercato di destinazione dei suoi prodotti con un significativo +25%. «Negli ultimi tre anni siamo cresciuti di oltre 40 milioni in un mercato complessivamente statico», ha affermato l'ad **Paolo Braguzzi**. La spinta sulla ricerca, con 110 articoli nuovi negli ultimi tre anni, e una filosofia aziendale fondata sulla conoscenza diretta del mondo estetisti attraverso una scuola di famiglia sono alla base dei risul-

