



Dal 26 a 29 marzo la comunità della bellezza torna con Cosmoprof Worldwide Bologna 2026

## Descrizione

(Adnkronos) Cosmoprof Worldwide Bologna consolida il suo ruolo di guida nell'industria cosmetica internazionale e si prepara alla 57ª edizione, in programma dal 26 al 29 marzo 2026. L'appuntamento rinnova il suo impegno verso il networking B2B, grazie a nuovi spazi dedicati a pitch commerciali e presentazioni istituzionali, ambienti di networking ampliati e un'attenzione privilegiata ai trend emergenti e ai mercati ad alto potenziale. Su oltre 170.000 mq espositivi si incontreranno più di 3.000 aziende provenienti da oltre 60 Paesi e oltre 255.000 operatori internazionali, confermando ancora una volta Bologna come capitale mondiale della bellezza professionale.

L'abilità unica di Cosmoprof Worldwide Bologna di combinare un'ampia portata globale, networking di alto livello e una previsione dei trend la rende un evento irrinunciabile anno dopo anno. «Per i nuovi operatori, è un trampolino di lancio; per i nomi già affermati, rimane un punto di riferimento nel calendario internazionale della bellezza. Esporre a Cosmoprof significa entrare in un ecosistema di business internazionale dove convergono acquirenti strategici, distributori di alto livello e mercati emergenti. Per qualsiasi azienda che miri a un'espansione globale, Cosmoprof offre una visibilità senza pari, l'accesso a nuovi canali di distribuzione e l'opportunità di allinearsi con gli attori più innovativi e influenti del mondo», ha affermato Zannini. Tutto questo assume un'importanza ancora maggiore, dato che l'industria internazionale della bellezza continua a crescere in un contesto sempre più agguerrito e su un palcoscenico globale in continua evoluzione. Partnership solide, collaborazione tra le aziende del settore e sinergia commerciale sono pertanto cruciali per il successo nell'anno a venire.

Le previsioni di Euromonitor International confermano una crescita costante del settore: nel 2025 il mercato cosmetico mondiale raggiungerà un valore di 610,4 miliardi di dollari, con un incremento del 2,9% sul 2024. La crescita media annua prevista fino al 2029 è del 3%, con Stati Uniti, Cina e Brasile che continuano a rappresentare i mercati più forti, affiancati da economie europee consolidate come Germania, Francia, Regno Unito e Italia. Quest'ultima si conferma anche tra i principali esportatori mondiali, con un valore export di 8,4 miliardi di dollari nel 2024. Skincare, haircare, fragranze e make-

up continueranno a guidare la domanda, mentre nuove aree ad alto potenziale come benessere, solari e haircare specialistico contribuiranno a ridefinire le dinamiche competitive. Sarà quindi importante per le aziende costruire un portafoglio ampio e variegato per rimanere competitive e accessibili. Cosmoprof Worldwide Bologna rappresenta quindi la piattaforma ideale per investire in questi sforzi. «Nell'attuale contesto globale, con incertezze in alcuni mercati maturi, Cosmoprof rappresenta un'opportunità strategica per i brand di diversificare le esportazioni ed esplorare i mercati emergenti e altre aree del settore in forte crescita» ha affermato Enrico Zannini.

Anche la qualità dei visitatori continua a crescere ogni anno, ha detto Zannini, aprendo eccezionali opportunità di business per gli espositori. Nel 2025, Cosmoprof Worldwide Bologna ha registrato un aumento del 4,5% delle presenze rispetto al 2024, con partecipanti da oltre 150 Paesi e il 21% al primo ingresso. «Per il 2026, ci aspettiamo che la partecipazione continui a crescere, in linea con il trend positivo delle recenti edizioni. L'interesse da parte dei mercati internazionali rimane robusto, specialmente tra retailer, category e merchandiser manager, importatori e distributori in cerca di innovazione e di una prospettiva globale sui brand di bellezza», ha detto Zannini. La tempistica della fiera al di fuori del Ramadan favorisce anche una maggiore partecipazione dai Paesi del Medio Oriente.

Il canale retail dedicato al beauty sta vivendo una trasformazione profonda e trasversale, spinta da tre grandi forze: il benessere come leva principale di acquisto, il ruolo dell'esperienza come elemento decisivo nella scelta del consumatore e la convergenza tra fisico e digitale che sta ridefinendo il concetto stesso di negozio.

Il benessere e la cura di sé stanno assumendo un ruolo determinante nelle decisioni di acquisto. Il consumatore contemporaneo non cerca più solo un prodotto, ma una risposta a bisogni specifici che coinvolgono salute, benessere mentale, prevenzione e personalizzazione. La cosiddetta «joy economy», come la definisce l'agenzia Outform, sta orientando i comportamenti verso prodotti e servizi capaci di portare beneficio, equilibrio e gratificazione emotiva. Questa tendenza è particolarmente evidente nei segmenti skincare, haircare avanzato, fragranze evocative e beauty supplement, dove crescita e innovazione procedono in parallelo.

L'esperienza in-store sta diventando un fattore competitivo centrale. Secondo Outform, sette consumatori su dieci considerano il testing fondamentale nel processo d'acquisto, e quasi l'80% è propenso a finalizzare l'acquisto dopo aver provato il prodotto in negozio. Demo zone, consulenze personalizzate, trattamenti espressi e un design immersivo contribuiscono a trasformare il punto vendita in un luogo di scoperta e relazione, dove il brand si racconta attraverso tutti i sensi. Retailer come Rituals e Holland Barrett stanno già tracciando la strada, integrando servizi di benessere, rituali esperienziali e nuove formule di consulenza.

Accanto all'esperienza, l'integrazione tra fisico e digitale sta dando vita al retail unificato, un modello in cui il consumatore si muove senza soluzione di continuità tra canali. L'online fornisce comodità, informazioni e personalizzazione, mentre il negozio fisico offre relazione, autenticità e prova diretta: due elementi che si completano e che rappresentano, insieme, il percorso decisionale contemporaneo. L'uso dello smartphone durante lo shopping, gli strumenti di realtà aumentata, l'intelligenza artificiale applicata alla ricerca dei prodotti e la crescita di player come TikTok Shop stanno ridisegnando profondamente il panorama dell'acquisto beauty.

Anche i retailer dovranno dunque investire in supply chain più veloci, flessibili e resilienti. L'acceleramento delle catene di fornitura, la diversificazione dei partner e la capacità di adattarsi rapidamente alle oscillazioni della domanda saranno fattori chiave per mantenere prezzi competitivi e rispondere con tempestività alle aspettative del pubblico. In questo scenario, Cosmoprof Worldwide Bologna si conferma luogo privilegiato per analizzare trend, incontrare nuovi player, valutare opportunità di espansione e individuare soluzioni innovative per i punti vendita del futuro. Qui, aziende e retailer potranno confrontarsi sulle strategie più efficaci per rispondere a un consumatore sempre più consapevole, esigente e desideroso di esperienze.

L'edizione 2026 di Cosmopack, da giovedì 26 a sabato 28 marzo, rappresenterà un viaggio completo attraverso l'intera filiera produttiva. Cinque padiglioni ospiteranno i principali player globali dei settori ingredienti, fragranze, macchinari, automazioni, packaging e produzione conto terzi, in un percorso espositivo pensato per offrire ai professionisti un'esperienza intuitiva e densa di opportunità. La Fragrances Ingredients Zone accoglierà produttori di materie prime e startup orientate alla sostenibilità, mentre il Padiglione 19 offrirà uno sguardo privilegiato sulle tecnologie più avanzate per la produzione e il confezionamento. Le aree dedicate ai servizi full service, alle formulazioni e al packaging offriranno ai visitatori una panoramica sulle innovazioni più recenti in termini di texture, materiali, sistemi di erogazione e soluzioni turnkey. Il Cosmopack Stage ospiterà un programma formativo dedicato alle tecnologie del futuro, mentre i Cosmopack Awards celebreranno l'eccellenza della filiera con una cerimonia dal vivo.

Per le aziende che operano nel mondo del prodotto finito, da giovedì 26 a sabato 28 marzo, Cosmo Perfumery Cosmetics sarà ancora una volta un appuntamento irrinunciabile per presentare novità, consolidare relazioni e incontrare buyer da tutti i principali canali retail globali. Skincare, make-up, fragranze, personal care e prodotti lifestyle troveranno spazio in aree espositive rinnovate e pensate per facilitare un percorso di visita fluido e coerente. Debutta quest'anno il Cosmetics Stage nel Padiglione 36, un nuovo hub di contenuti dedicato a pitch commerciali, lanci di prodotto, presentazioni istituzionali e momenti di confronto tra brand, retailer e media. Le aree di networking saranno completamente riprogettate per accogliere incontri strategici in un ambiente dinamico e confortevole. Iniziative consolidate come Cosmoprime, Extraordinary Gallery, Beauty Tech, CosmoTalks e i Cosmoprof Cosmopack Awards continueranno a valorizzare innovazione e creatività. Nell'attesa della manifestazione, il nuovo hub editoriale Cosmoprof Insights accompagnerà il pubblico con rubriche, interviste e approfondimenti sui trend più rilevanti del settore.

A completare l'offerta della manifestazione, da giovedì 26 a domenica 29 marzo, Cosmo Hair Nail Beauty Salon accoglierà il mondo della bellezza professionale con le proposte più avanzate dedicate a saloni, centri estetici, spa, barber shop e nail salon. Dalle apparecchiature hi-tech alle soluzioni di skincare professionale, dagli arredi all'accessoristica, fino ai servizi di formazione e aggiornamento, la fiera offrirà un percorso completo e sinergico con le altre aree della manifestazione. Il settore Beauty Spa presenterà tecnologie per viso e corpo, sistemi di epilazione e laser, soluzioni per aromaterapia e benessere quotidiano, mentre l'area Nail Lashes metterà in scena le ultime tendenze in nail art, ricostruzione e prodotti professionali. Il comparto haircare occuperà i padiglioni dedicati ai grandi brand internazionali, con trattamenti, colorazioni, extension, strumenti professionali e soluzioni per barber shop. Il Padiglione 37 ospiterà l'On Hair Show, mentre nel Main Stage al centro servizi avrà luogo la seconda edizione di On Hair Education, il palco dedicato ai look&learn e alla formazione nel mondo dello styling. Il Mall Stage accoglierà i due eventi dedicati all'estetica professionale: il World Massage Meeting e il Cosmo OnStage. Completa l'offerta il premio Beauty Stars, che celebra

l'eccezionale eccellenza degli operatori dell'estetica professionale. Con un mix unico di innovazione, contenuti, visione strategica e opportunità di business, Cosmoprof Worldwide Bologna 2026 si prepara a riunire ancora una volta l'intera community internazionale della bellezza. Dal 26 al 29 marzo, Bologna si conferma capitale globale del beauty, un luogo dove il futuro del settore prende forma attraverso idee, prodotti, tecnologie e nuove connessioni.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

### Categoria

1. Comunicati

### Tag

1. Ultimora

### Data di creazione

Dicembre 1, 2025

### Autore

redazione

default watermark