



COSMETICA ITALIA A SANA 2017

Il Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia ha rinnovato la sua presenza a SANA 2017, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale, in scena dall'8 all'11 settembre presso il polo fieristico bolognese.

“SANA rappresenta un'importante occasione per ribadire la competitività dell'industria cosmetica nazionale, il cui fatturato globale si avvicina agli 11 miliardi di euro. Il settore continua a investire in ricerca e innovazione per rispondere alle esigenze di un consumatore evoluto e sempre più interessato ai prodotti a connotazione naturale” ha commentato **Antonio Argentieri**, presidente del Gruppo Cosmetici Erboristeria.

Il green, infatti, secondo le rilevazioni del Centro Studi di Cosmetica Italia, ha registrato nel 2017 un valore di 950 milioni di euro di fatturato, coprendo circa il 9% del fatturato totale del settore cosmetico. Tra le attività del Gruppo alla 29esima edizione della manifestazione bolognese, spicca il convegno “Quale futuro per la cosmetica green? Prospettive e tendenze”, che si è tenuto domenica 10 settembre alle

11, presso la Sala Convegni al padiglione 21. Relatori dell'incontro sono stati **Gian Andrea Positano**, responsabile del Centro Studi di Cosmetica Italia, che ha illustrato le dinamiche del settore green nella cosmesi, e **Giacomo Fusina**, CEO di Human Highway, che ha presentato una ricerca sul futuro dei cosmetici a connotazione naturale. Durante la manifestazione è stato inoltre possibile visitare la postazione “Cosa conosci tu delle piante?” situata nel Centro Servizi, in prossimità dell'ingresso tra i padiglioni 25 e 26.

L'installazione ha permesso di esplorare le proprietà e le caratteristiche delle piante utilizzate per ottenere alcuni principi funzionali contenuti nei prodotti cosmetici e ha messo alla prova le conoscenze di consumatori ed erboristi sul tema, tramite un gioco-quiz. Infine, la presenza istituzionale del Gruppo Cosmetici Erboristeria si è concretizzata anche quest'anno in una lounge dedicata, collocata presso lo Stand C15 del Padiglione 21.

Website: www.cosmeticaitalia.it



IL MERCATO DEGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

Milano, 11 ottobre 2017

In agenda il prossimo 11 ottobre a Milano il Seminario organizzato da FederSalus “Mercato degli integratori alimentari: consumatore, influenti e best practice aziendali. Come progettare una comunicazione emozionale per la classe medica?”.

Le analisi di mercato evidenziano un ruolo sempre più evoluto degli integratori nel rispondere alla domanda di mantenimento e di promozione della salute del consumatore. In questo contesto il medico e il farmacista sono figure fondamentali di consiglio. L'approfondimento delle dinamiche di mercato e degli atteggiamenti di consumo introduce il tema di un nuovo approccio nella comunicazione con il medico che metta al centro i suoi bisogni: razionali ed emozionali. Questo approccio richiede l'apprendimento di nuove tecniche da parte degli informatori e può generare risultati tanto più efficaci quanto più marketing e vendite operino in modo allineato. Si analizzano anche le leve a disposizione delle aziende per supportare la funzione di consiglio del farmacista e la vendita in farmacia. A seguire il programma dettagliato e i relatori.

Integratori alimentari in farmacia: principali aree di salute e driver influenti (Elena Folpini - New Line Ricerche di Mercato)

- Gli integratori nello scenario generale della farmacia
- Principali aree di salute
- Presidio della categoria da parte della farmacia e ruolo del medico: i driver influenti

Trend e cambiamenti in atto nella GDO (Marco Limonta - Iri)

- Le dinamiche degli integratori nella GDO
- Un aggiornamento sulle caratteristiche dell'offerta
- Aree di sviluppo
- Principali tipologie di consumatori e driver di scelta degli integratori alimentari. Nuove evidenze dalla ricerca GfK per FederSalus 2017* (Isabella Cecchini - GfK)
- Centralità di salute e benessere
- Tipologie di consumatori, abitudini di utilizzo e principali influenti
- Ambiti di sviluppo per le aziende
- Progettare una comunicazione emozionale nella relazione con la classe medica. Opportunità per gli integratori alimentari* (Riccardo Izzi - Esperto in Vendita Emotiva e Leadership Situazionale)
- Dal bisogno al prodotto: la vendita emotiva
- Gli strumenti di marketing
- Come realizzare una comunicazione emozionale applicata agli integratori alimentari
- La gestione del consiglio e della vendita in farmacia. Spunti operativi per le aziende* (Paolo Bertozzi - TradeLab)
- Contesto generale: i fabbisogni dei titolari di farmacia
- Gestione operativa delle leve di marketing mix: un focus sulla promozione in farmacia
- Esempi nell'ambito degli integratori alimentari

Per informazioni e iscrizioni: www.federsalus.it