



COSMETICA ITALIA: A COSMOFARMA CONNUBIO TRA SCIENZA E BELLEZZA

Con una crescita che negli ultimi quarant'anni è progressivamente arrivata a coprire il 18,5% del totale dei consumi cosmetici, il canale farmacia ha registrato nel 2017 un valore di vendita superiore ai **1.800 milioni di euro (+2% rispetto all'anno precedente)**. Cosmetica Italia con il Gruppo Cosmetici in Farmacia ribadisce l'importanza di questo canale, che si distingue per cura del servizio e specializzazione e ha confermato la propria presenza in occasione di Cosmofarma Exhibition 2018.

“Le farmacie investono sempre di più nel prodotto cosmetico e nella specializzazione degli addetti alle vendite” commenta il presidente del Gruppo Cosmetici in Farmacia di Cosmetica Italia, **Stefano Fatelli**. “Il valore di una manifestazione come Cosmofarma Exhibition per il settore cosmetico risiede nel suo essere un'occasione d'incontro unica, che favorisce il legame tra farmacisti e imprese cosmetiche: una partnership fondamentale per il canale”.

Cosmetica Italia ha infatti promosso numerosi seminari e approfondimenti, presso lo Spazio Innovazione situato al padiglione 25, per illustrare a tutto tondo il rapporto tra cosmesi e farmacia: dai dati di canale, alle strategie di comunicazione nel digital, al valore scientifico del cosmetico, alle analisi di mercato.

Appuntamento di rilievo è stata la **presentazione del volume “La scienza dietro la bellezza”**, voluto da Cosmetica Italia per promuovere, valorizzare e comunicare meglio, dagli stakeholder agli operatori del settore, il valore scientifico del cosmetico.

Il testo è il frutto di un lavoro che dura ormai da anni e che ha visto la collaborazione del mondo accademico: i **docenti del Network dei master in cosmetologia di Cosmetica**

Italia, infatti, hanno steso delle relazioni scientifiche legate al tema della cosmesi e della ricerca che si cela dietro ogni prodotto per la bellezza e il benessere quotidiani. Il palco ha ospitato **Stefano Manfredini**, professore ordinario di chimica farmaceutica e tossicologica e direttore del Master in Scienza e Tecnologia Cosmetiche dell'Università di Ferrara,

Carlo Baiesi, consigliere di Cosmetica Italia con l'incarico al Progetto Università, che si sono alternati in un dialogo, moderato da **Maurizio Crippa**, tra industria e università sul valore scientifico del prodotto cosmetico, insieme a **Federica Borsa**, responsabile “Progetto Education” di Cosmetica Italia.

Da alcuni anni Cosmetica Italia e le sue imprese, infatti, sono impegnate nello sforzo di ridefinire gli aspetti peculiari che caratterizzano la produzione dei cosmetici, andando oltre il valore intrinseco e commerciale, per disegnare un'identità comprensibile a tutti.

La sponda è arrivata dal mondo universitario, in particolare dal Network dei master in cosmetologia di Cosmetica Italia. I responsabili dei dieci master hanno steso delle **relazioni scientifiche legate al tema della cosmesi e della ricerca** che si cela dietro ogni prodotto per la bellezza e il benessere quotidiani.

L'importanza di questo valore scientifico è fondamentale, perché nella cosmetica esso determina il **successo economico ma soprattutto etico** del prodotto. La scienza e la ricerca sono, infatti, gli elementi fondamentali per la crescita e l'evoluzione dell'industria cosmetica.

La ricerca scientifica garantisce la continua innovazione dei prodotti cosmetici e dei loro ingredienti, per rispondere alle nuove e crescenti aspettative dei consumatori verso prodotti efficaci e sicuri.

(Fonte: Cosmetica Italia - www.cosmeticaitalia.it)

