

Post-event report

IL GRUPPO COSMETICI ERBORISTERIA A SANA 2023

Cosmetica Italia, attraverso il Gruppo Cosmetici Erboristeria, ha rinnovato la propria partecipazione all'edizione 2023 di SANA – Salone internazionale del biologico e del naturale, con alcuni appuntamenti e temi che ha curato nel corso dell'evento fieristico.

«SANA torna a essere luogo d'incontro privilegiato per aziende, operatori e professionisti del mondo del naturale e del sostenibile, tematiche di grande interesse e attualità anche per il settore cosmetico» - ha commentato **Laura Pedrini**, presidente del Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia. «L'attenzione del consumatore verso il cosmetico a connotazione naturale e sostenibile è infatti ormai radicata: i consumi di questi prodotti rappresentano il 25% del totale dei consumi cosmetici nel nostro Paese con ulteriori prospettive di crescita. Una richiesta che non investe più in maniera preponderante solo l'erboristeria, ma riguarda tutti i canali distributivi in maniera trasversale».

Il canale erboristeria copre il 3,3% dei consumi di cosmetici in Italia per un valore di 378 milioni di euro; il valore dei consumi di cosmetici a connotazione naturale e sostenibile ha invece sfiorato i 2,9 miliardi di euro nel 2022, a conferma della trasversalità della loro richiesta nei diversi canali distributivi.

Le dinamiche di acquisto legate al canale erboristeria e al fenomeno della cosmesi a connotazione naturale e sostenibile sono state protagoniste nel corso del tradizionale convegno organizzato dal Gruppo Cosmetici Erboristeria durante SANA (Nuove opportunità per il canale erboristeria tra multicanalità e nuovi orientamenti di consumo - svoltosi sabato 9 settembre, presso la Sala Notturmo, Centro Servizi). All'incontro hanno partecipato **Laura Pedrini**, presidente del Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia, **Roberto Isolda** del Centro Studi Cosmetica Italia ed **Enrico Giubertoni**,

Digital Marketing Consultant.

Non è mancato anche un focus di taglio operativo per i punti vendita orientato a fornire consigli e strumenti, in particolare in chiave digital, per attrarre il consumatore e rispondere alle sue esigenze.

La lounge istituzionale del Gruppo Cosmetici Erboristeria, all'interno del Padiglione 21, quest'anno ha ospitato anche un percorso rivolto ai visitatori della fiera.

L'obiettivo è stato quello di proporre, in maniera ludica e interattiva, contenuti di approfondimento sulla corretta conoscenza dei cosmetici, dei loro ingredienti e del loro utilizzo.



Laura Pedrini ed Enrico Giubertoni



Roberto Isolda

Website: www.cosmeticaitalia.it/home/

