



MILANO BEAUTY WEEK
3 - 8 maggio 2022

COMUNICATO STAMPA

Presentata la 1^a edizione di Milano Beauty Week
*Le voci dei protagonisti dell'iniziativa a confronto
per promuovere la cultura della bellezza e del benessere*

Milano, 17 marzo 2022 – È stata presentata questa mattina, nella cornice della Sala Alessi di Palazzo Marino, la **prima edizione di Milano Beauty Week**, appuntamento senza precedenti che animerà il capoluogo lombardo dal **3 all'8 maggio 2022** e ambisce a inserirsi nel calendario delle week milanesi facendo emergere le molteplici peculiarità e i valori che contraddistinguono il mondo della cosmesi.

Milano Beauty Week è un'iniziativa di **Cosmetica Italia** in collaborazione con **Cosmoprof** ed **Esxence**; il progetto mira a diventare una ricorrenza collettiva annuale e già per questa edizione di lancio ha ricevuto il patrocinio di **Regione Lombardia, Comune di Milano, Assolombarda, Camera Nazionale della Moda Italiana e Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza**.

Con un fatturato che, secondo le stime del Centro Studi di Cosmetica Italia, sarà prossimo ai **12,5 miliardi di euro** nel 2022 e oltre **36mila addetti diretti**, il settore cosmetico nazionale si inserisce tra le eccellenze del made in Italy; allargando lo sguardo all'intera filiera, dai macchinari alla distribuzione, questi valori risultano ancor più rilevanti e salgono a **33 miliardi di euro e 400mila occupati**. Le aziende del comparto hanno una forte vocazione internazionale e la qualità dei prodotti offerti è riconosciuta sui mercati esteri, tanto che le **esportazioni** giocano un ruolo importante per i fatturati (si stima che nel 2022 la quota export crescerà del 7%).



«Posizionare la cosmesi tra le eccellenze riconosciute del manifatturiero italiano. È questo l'ambizioso obiettivo che già da diversi anni in Cosmetica Italia ci siamo ripromessi di perseguire con iniziative mirate e un dialogo quotidiano con le istituzioni e gli organi d'informazione. L'ambizione è entrare nel calendario delle week milanesi, accanto alla moda, al design, al vino e alle tante altre eccellenze del nostro Paese, celebrate nell'ambito di questi importanti eventi; un grande passo per raccontare a tutti i visitatori il dietro le quinte di un settore che vive pelle a pelle con loro e che rappresenta un vero e proprio fiore all'occhiello del Made in Italy. Prodotti per l'igiene e la cura della persona, profumi, make-up e non solo escono ogni giorno dagli stabilimenti del nostro territorio per raggiungere i mercati di tutto il mondo, dove vengono apprezzati e riconosciuti per la loro qualità, sicurezza e creatività: tre caratteristiche tipiche del saper fare italiano, di cui non possiamo che andare fieri. Con Milano Beauty Week, i promotori, le aziende cosmetiche, il retail, i professionisti, i soggetti istituzionali coinvolti e tutti gli attori del settore cosmetico nazionale – ha commentato **Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia** – si pongono l'obiettivo di valorizzare le diverse sfaccettature di sostenibilità, innovazione, emozione, inclusione e creatività, temi guida di questa prima edizione, che fanno della cosmesi un'industria che fa bene al Paese!».

In apertura dell'evento, che è stato moderato dalla vice direttrice vicario del Corriere della Sera **Barbara Stefanelli**, sono intervenuti i rappresentanti del **mondo politico**, Comune di Milano e Regione Lombardia.

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di





MILANO BEAUTY WEEK
3 - 8 maggio 2022



Nello specifico, l'**Assessora allo Sviluppo economico e Politiche del Lavoro Alessia Cappello** ha commentato: «Dopo due anni di emergenza sanitaria che hanno inevitabilmente rallentato la spinta produttiva e occupazionale della città, a cui oggi si aggiunge una nuova crisi internazionale, Milano deve reagire tracciando la strada per il Paese: investire su nuove opportunità per il commercio e per l'industria per tornare a essere apripista in Italia per produttività, Pil, opportunità di lavoro e sviluppo economico. Raccontare l'importanza del settore Beauty diventa l'occasione per mostrare ai cittadini il dietro le quinte di un settore che si compenetra con la loro vita di tutti i giorni e che rappresenta un vero fiore all'occhiello del Made in Italy. Il Beauty rappresenta un settore in cui ci sono grandi opportunità di crescita e di occupazione».

Accanto al presidente di Cosmetica Italia, Renato Ancorotti, il presidente di **BolognaFiere**, Gianpiero Calzolari, e il CEO di **Esxence**, Maurizio Cavezzali, che hanno delineato il proprio contributo come partner alla realizzazione di questo inedito appuntamento.

«Siamo orgogliosi di partecipare alla prima edizione della Milano Beauty Week – ha dichiarato **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** - Da oltre 50 anni collaboriamo con Cosmetica Italia per supportare l'industria cosmetica italiana nei principali mercati. Poter valorizzare la qualità e l'eccellenza delle nostre aziende con un evento di prestigio a Milano è un ulteriore impulso alla ripresa del settore, dopo i difficili mesi trascorsi. Cosmoprof da sempre si pone come partner di business per produttori e brand, incentivando lo scambio tra domanda e offerta con gli strumenti digitali più attuali, senza mai dimenticare che al centro della dialettica commerciale c'è il consumatore, con le sue esigenze e le sue necessità. L'iniziativa Milano Beauty Week sarà l'occasione per dare il giusto valore alla ricerca, alla qualità e all'innovazione che guidano le nostre aziende: è grazie a loro che il prestigio della cosmetica Made in Italy continua a crescere in tutto il mondo».



«Come co-founder di Esxence – The Art Perfumery Event sono molto lieto di partecipare a questa prima edizione della Milano Beauty Week, la settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere, insieme a partner importanti come Cosmetica Italia e Cosmoprof. Quando si parla di bellezza, una delle prime cose che viene in mente è il profumo, ed Esxence è la più importante manifestazione espositiva dedicata alla profumeria artistica a livello mondiale e vetrina esclusiva della migliore produzione di nicchia. Come il Salone del Mobile nel settore del design, Esxence è diventato anno dopo anno l'evento leader nel campo della profumeria d'autore. Fucina di innovazione e ricerca della profumeria d'arte internazionale, l'edizione di quest'anno si confermerà centro di fruizione e diffusione della conoscenza del mondo del profumo, che con la collaborazione del Centro Studi Essencional, si manifesterà in un ricco programma di tavole rotonde ed eventi aperti anche al pubblico. Esxence si terrà il prossimo giugno a Milano, offrendo a operatori e a perfume lovers l'opportunità di scoprire il meglio della creatività olfattiva mondiale e confermando Milano quale capitale indiscussa, da ormai 12 anni, della profumeria artistica - ha commentato **Maurizio Cavezzali, co-founder di Esxence** - Con la Milano Beauty Week e tutti gli attori del settore cosmetico italiano siamo felici di poter

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di





MILANO BEAUTY WEEK
3 - 8 maggio 2022

trasmettere al grande pubblico l'importanza del comparto della cosmesi e della profumeria che continua a generare risorse importanti per il nostro Paese. Il profumo è espressione di emozione e creatività: la Milano Beauty Week sarà un'occasione unica per viverli insieme».

Erano inoltre presenti tutti gli enti che, accanto a Comune di Milano e Regione Lombardia, hanno dato il proprio **patrocinio** all'iniziativa.



«La Milano Beauty Week è un'iniziativa importante che permette di mettere in luce le peculiarità di un settore decisivo per la nostra economia a livello territoriale - ha dichiarato **Alessandro Spada, Presidente di Assolombarda** - L'industria cosmetica è un volano strategico di crescita e ripresa, anche grazie al suo alto tasso di innovazione, ricerca applicata, impegno sulla sostenibilità. La nostra regione, e in particolare il nostro territorio, è quello che, in Italia, condensa la più alta densità di imprese cosmetiche con oltre il 55% di

tutte le imprese del settore a livello nazionale, seguita a notevole distanza dalle altre regioni. Un settore che quest'anno, secondo le stime di Cosmetica Italia, saprà superare in Lombardia il livello pre-Covid, confermando la sua corsa al recupero e realizzando 8,4 miliardi di euro di fatturato».

«La bellezza è un elemento fondamentale nella vita di tutti, sia esso l'aspetto estetico, ma anche la città, il luogo di lavoro o la propria casa e Milano ha questo valore nel proprio DNA insieme all'operosità e la dinamicità che nella storia le hanno permesso di adattarsi ai cambiamenti e superare i momenti più duri. Oggi la ripartenza è rallentata dagli strascichi della pandemia e da una guerra con pesanti ripercussioni sull'economia. Una città è bella, quando le reti, la cultura, l'arte, il commercio sono strettamente connessi e creano un modello virtuoso in grado di generare un indotto sociale ed economico che migliora la qualità della vita e aumenta gli stimoli positivi per una sempre più coinvolgente attrattività. Nel 2019 Milano si era posizionata tra le città più attrattive e accoglienti a livello globale grazie all'offerta turistica, ricettiva e al business travel. Fiere, manifestazioni, eventi diffusi, week tematiche avevano creato un modello virtuoso. Oggi - ha ricordato **Marco Barbieri, Segretario Generale Confcommercio Milano** - con gli stessi attori e con la stessa energia dobbiamo impegnarci per riportare quello spirito nei progetti con cui ci prepariamo ad affrontare i prossimi mesi. La Milano Beauty Week, a cui Confcommercio Milano ha dato il patrocinio, è il risultato di un lavoro di squadra sinergico, di una rinnovata partnership tra pubblico privato con l'obiettivo comune di far ripartire un territorio che faccia da traino al Paese intero. E rappresenta la base su cui costruire nuove occasioni di coinvolgimento e valorizzazione delle forze della città in un'ottica di smartcity globale per attrarre talenti e investimenti».



«La bellezza è un concetto alla base della nostra industria, la scintilla che innesca la creatività in ogni sua forma. Per la nostra Associazione la ricerca della bellezza è una ricerca a largo spettro, in cui estetica ed etica si intrecciano in maniera indissolubile - ha commentato il **presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana, Carlo Capasa** - Viviamo ed operiamo in un momento storico in cui l'industria della moda partecipa attivamente alla revisione delle scale valoriali che mettono al centro la sostenibilità e l'inclusione. Il mondo della

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di

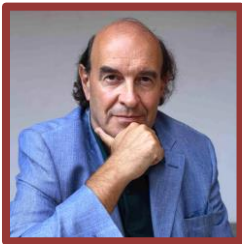




MILANO BEAUTY WEEK
3 - 8 maggio 2022

cosmesi rappresenta un'eccellenza del nostro Paese, e condivide fortemente i valori che portiamo avanti in maniera coesa e coordinata. Per questo come Camera Nazionale della Moda Italiana siamo lieti di patrocinare la prima Milano Beauty Week, importante evento di valorizzazione di un settore fortemente strategico, parte integrante dell'industria della moda».

Milano Beauty Week sarà *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere* e proprio intorno a questi temi nel corso della conferenza stampa è stato stimolato un interessante confronto che ha coinvolto il filosofo **Stefano Zecchi** e **Melania Rizzoli**, medico e Assessore alla Formazione e Lavoro Regione Lombardia.



«Milano Beauty Week è un'importante occasione per riflettere sul significato culturale ed economico della bellezza, troppe volte circoscritta alla dimensione frivola ed effimera dell'esistenza – ha precisato il **filosofo Stefano Zecchi** – Spesso sento ripetere la filastrocca: “Non è bello ciò che è bello, è bello ciò che piace”. Il guaio (o il problema) è che piacciono cose orribili che si pensa siano belle. L'educazione estetica è alla base della conoscenza della bellezza, che è sempre stata una visione del mondo, progetto, utopia. Nella bellezza si esprime un senso possibile della qualità della vita, attraverso opere realizzate e immagini da realizzare. E come essa rappresenta un progetto verso il mondo esterno, così è anche un'occasione culturale per raccontare la propria interiorità: un desiderio di testimoniare la bellezza del proprio stile di vita. E se l'educazione estetica è fondamentale per cogliere le differenze che si esprimono attraverso cose belle, così essa è essenziale per conoscere se stessi e la bellezza che si è in grado di poter esprimere».

«Al giorno d'oggi la parola benessere ha assunto tanti significati ed è diventata sinonimo di cura; si parla sempre meno di stato fisico tout court e sempre di più di condizione psico-fisica. Allo stesso modo in cui curiamo il nostro corpo dobbiamo prenderci cura della nostra mente, rafforzandola. Sono due elementi complementari che ci permettono, nei limiti del possibile, non solo di vivere in salute ma soprattutto di reagire ed affrontare l'arrivo di un evento spiacevole – ha commentato **Melania Rizzoli, medico e Assessore alla Formazione e Lavoro Regione Lombardia** - La salute, inoltre, passa anche attraverso l'attenzione che diamo al nostro aspetto estetico e questo vale per le donne quanto per gli uomini. Se attività fisica, alimentazione e il dormire bene sono elementi che contribuiscono al nostro benessere, è altrettanto vero che l'estetica gioca un ruolo fondamentale. Una buona immagine esterna il più delle volte è la faccia di un benessere interno. Vederci e sentirci belli ci fa stare bene, ed è anche lì che troviamo la forza di affrontare la vita. Molto spesso, quando riusciamo a mettere insieme tutti questi elementi diventiamo un esempio positivo anche per gli altri, non solo per noi stessi».



*Per maggiori informazioni su Milano Beauty Week e scoprire
il calendario degli eventi in programma:*

www.milanobeautyweek.it

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

Benedetta Boni: tel. 02.281773.48 - 333.8785084 - benedetta.boni@cosmeticaitalia.it
Francesca Casirati: tel. 02.281773.47 - 340.1711105 - francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di

