

## Milano Beauty Week 2025

**La quarta edizione de *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere* registra oltre 275.000 visitatori e 500 attività**

*Gli eventi solidali hanno permesso il riciclo di più di 3.000 prodotti cosmetici e la raccolta di 70.000 euro a favore de *La forza e il sorriso* Onlus*

**Milano, 6 ottobre 2025** – Sono state **oltre 500 le attività** che hanno animato il palinsesto della **Milano Beauty Week 2025**, manifestazione che racconta il valore del cosmetico e della sua filiera e che ha raccolto **più di 275.000 visitatori** dal 17 al 21 settembre. Con questi numeri, *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere* si consolida come un appuntamento atteso dal pubblico, in grado di concretizzare un **progetto culturale** che coinvolge tutti i protagonisti del mondo beauty.

**Eventi, convegni, talk, mostre e laboratori, inclusi appuntamenti legati alla solidarietà e alla prevenzione, tutti gratuiti**, si sono alternati nelle diverse location della manifestazione: **3 “hub”** di Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni e – quest’anno – Palazzo Bovara; **18 Beauty Cube** disseminati da Piazza Cordusio a Piazza San Babila; **3 Beauty Tram** che hanno percorso le vie del centro; **500 attività** legate al palinsesto della Milano Beauty Week e realizzate in **numerose altre location, spazi commerciali, luoghi d’arte e di cultura** che, anche grazie al coinvolgimento delle aziende aderenti, hanno contribuito a delineare le diverse sfaccettature del comparto cosmetico. Tra le novità di quest’edizione, un’apertura sempre più ampia oltre il perimetro cittadino con diversi **spin-off** che hanno valorizzato specifiche realtà territoriali: dai **Crema Beauty Days** alle iniziative legate ai beauty district di **Monza e Lodi** (in collaborazione con Assolombarda), fino alle connessioni con il Museo di Palazzo Mocenigo a **Venezia** e con il Museo Villoresi di **Firenze**.

“Ancora una volta abbiamo tradotto il valore economico, scientifico e sociale del cosmetico in un programma di eventi rivolto al grande pubblico: un format, unico nel suo genere, con cui riusciamo a spiegare l’indispensabilità del cosmetico nei gesti quotidiani di igiene, cura di sé, benessere, prevenzione e protezione, oltre ai primati della nostra filiera. Tutto ciò è possibile grazie alla sinergia virtuosa che abbiamo costruito con i nostri partner, i patrocinanti, le istituzioni, le aziende, gli sponsor e tutte le realtà che hanno creduto in Milano Beauty Week” ha commentato **Benedetto Lavino, Presidente di Cosmetica Italia**. “Seguendo il fil rouge di questa quarta edizione, la gentilezza, abbiamo celebrato non solo un settore che è vitale per l’economia del Paese, ma anche un’idea di bellezza che migliora la vita e genera benessere, il prendersi cura di noi stessi e degli altri”.

Prendersi cura di sé, degli altri e di ciò che ci circonda vuol dire anche contribuire al benessere sociale. A Milano Beauty Week le iniziative charity **Beauty Gives Back** e **Love is in the Hair**, accompagnate dalle **Intimate Masterclass by Cosmoprof Worldwide Bologna**, hanno permesso di raccogliere 70.000 euro a sostegno de *La forza e il sorriso* Onlus: un contributo importante che consentirà di estendere in maniera più capillare, in tutta Italia, i laboratori di bellezza gratuiti a favore delle donne colpite da tumore promossi dalla stessa Onlus. Con l’atteso **Never Ending Beauty**, il percorso che invita il visitatore a riflettere sulla circolarità del cosmetico, sono stati conferiti più di 3.000 prodotti esauriti negli appositi contenitori, ricevendo in cambio altrettanti nuovi prodotti a marchio Milano Beauty Week. Quest’anno un’attenzione particolare è stata dedicata al tema della **prevenzione**, grazie al coinvolgimento di cinque realtà di eccellenza (Commissione Difesa Vista ETS, Croce Rossa Italiana – Comitato di Milano, Dermocosm, Fondazione Umberto Veronesi ETS e LILT Milano Monza Brianza) che hanno offerto momenti di approfondimento, consulenze e screening.

### UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

[ufficiostampa@cosmeticaitalia.it](mailto:ufficiostampa@cosmeticaitalia.it)

tel. 02.281173.48/39

Un’iniziativa di

 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche

In collaborazione con

 **COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

 **Essence**  
THE ART PERFORMANT COUNTRY

Con il contributo e  
il patrocinio di

 **Regione Lombardia**

Con il patrocinio di

 **Comune di Milano**

 **ASSOLOMBARDA**

 **CAMERA DI COMMERCIO  
MONZA E BRIANZA**

 **CONFCOMMERCIO**  
MONZA-BRIANZA

 **Camera Nazionale  
della Moda Italiana**

“La Milano Beauty Week cresce ogni anno, diventando uno degli appuntamenti più attesi di settembre e un tassello ormai stabile nel calendario delle nostre ‘Settimane’ – ha dichiarato **Barbara Mazzali, Assessore al Turismo, Marketing Territoriale e Moda di Regione Lombardia** –. Questa edizione ha fatto un passo in più: ha superato i confini milanesi coinvolgendo i principali beauty district lombardi – Crema, Monza e Lodi – e creando sinergie con città simbolo dello stile italiano come Firenze e Venezia. È la prova concreta di quanto la cosmetica lombarda sappia essere un’eccellenza riconosciuta, capace di fare rete e generare valore. Insieme a moda e design, rappresenta un sistema integrato di creatività, innovazione e impresa che racconta la Lombardia nel mondo. Come Regione, continuiamo a sostenerlo con strumenti concreti, come il bando Next Fashion, aperto fino a novembre, per accompagnare le nostre aziende verso nuovi progetti e nuovi mercati”.

“Cresce in Italia la cultura della bellezza e del benessere e cresce, contestualmente, la settimana che ogni anno Milano le dedica con un palinsesto sempre più ricco e interessante di incontri e consulenze, che contribuisce a sviluppare la consapevolezza dell’importanza del prendersi cura del sé, ma anche degli altri e dell’ambiente, con scelte mirate e attenzione alla prevenzione, in tutte le sue forme, e ai piccoli gesti quotidiani che fanno la differenza. Tutto questo – ha spiegato **Alessia Cappello, Assessora allo Sviluppo economico e Politiche del lavoro** – si traduce in un rafforzamento delle filiere del beauty e del comparto cosmetico in generale che hanno nella città di Milano un centro importante”.

Come di consueto, grazie ad **Accademia del Profumo**, sono stati proposti eventi per esplorare il mondo delle fragranze: laboratori, passeggiate e tour olfattivi, proiezioni in Odorama, mostre e talk; fino alla celebrazione dei vincitori del **Premio 2025** al Teatro alla Scala, in occasione della cerimonia di chiusura della manifestazione con lo spettacolo “Gesti di bellezza”, affidato all’interpretazione degli allievi della Scuola di Ballo dell’**Accademia Teatro alla Scala**, diretti dal maestro Frédéric Olivieri.

Milano Beauty Week è un’iniziativa di **Cosmetica Italia**, che vede fin dalla sua prima edizione la collaborazione di due partner fondamentali, **Cosmoprof ed Esxence**.

Il **Direttore Generale di BolognaFiere Cosmoprof, Enrico Zannini**, ha evidenziato come l’edizione appena conclusa abbia perseguito l’obiettivo di valorizzare formazione e confronto, trasformandoli in strumenti di crescita condivisa per tutto l’ecosistema della bellezza. “La bellezza autentica nasce dalla capacità di ascoltare e comprendere, dentro e fuori il settore”, ha dichiarato Zannini. “Milano Beauty Week si è confermata un momento privilegiato per interpretare la bellezza come valore culturale e sociale, capace di unire dimensione individuale e collettiva.”

“Ho avuto modo di osservare un pubblico numeroso e molto interessato alle ultime tendenze del settore e al profondo universo valoriale ed emozionale che il mondo della bellezza e della profumeria sa esprimere” ha dichiarato **Maurizio Cavezzali, Co-founder e CEO di Esxence – The Art Perfumery Event**, l’evento di riferimento a livello internazionale della profumeria artistica. “È stato per noi motivo di grande orgoglio affiancare Cosmetica Italia e Cosmoprof in un progetto che, anno dopo anno, si afferma come fondamentale per la valorizzazione dell’eccellenza del comparto e trova nella città di Milano il proprio centro nevralgico”.

Milano Beauty Week è stata realizzata con il contributo e il patrocinio di **Regione Lombardia**. Hanno inoltre dato il loro patrocinio: **Comune di Milano, Assolombarda, Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi, Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza e Camera Nazionale della Moda Italiana**. Hanno

#### UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

[ufficiostampa@cosmeticaitalia.it](mailto:ufficiostampa@cosmeticaitalia.it)

tel. 02.281173.48/39

Un’iniziativa di

 **COSMETICA ITALIA**  
associazione nazionale imprese cosmetiche

In collaborazione con

 **COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA

 **Esxence**  
THE ART PERFUMERY EVENT

Con il contributo e  
il patrocinio di

 **Regione Lombardia**

Con il patrocinio di

 **Comune di Milano**

 **ASSOLOMBARDA**

 **CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI**

 **CONFCOMMERCIO MILANO LODI MONZA E BRIANZA**

 **Camera Nazionale della Moda Italiana**



MILANO BEAUTY WEEK

17-21 sett 2025

sostenuto Milano Beauty Week gli sponsor **Amaro Amara, ATAR, Atelier Fragranze Milano, Autajon, Acqua MOOD, Black Venus, Bormioli Luigi, Gisela Wine, Grana Padano, IMÈI, Integra Fragrances, Kartell, NoMa Flowers** (che ha donato il verde degli hub alla cooperativa sociale **Opera in Fiore**), Takara Belmont, The Good Idea, Vanini. Il gruppo **CairoRCS Media** (con **Corriere della Sera, 7, iO Donna, Style Magazine, F, Amica, Natural Style, Imagine**) è stato media partner della manifestazione. **Radio Monte Carlo** è stata la radio ufficiale. Milano Beauty Week 2025 è inoltre supportata dalla trasmissione TV **X-Style. Autentica Agency** è stata Tik Tok social media partner dell'evento. **OffiCine-IED**, in collaborazione con Cosmetica Italia, ha ideato e realizzato l'inedito cortometraggio "Via Bellezza 11".

*Disponibile una selezione fotografica di Milano Beauty Week 2025  
a questo [link](#)*

*Segui Milano Beauty Week sui **social***



@milanobeautyweek  
#milanobeautyweek  
#mbw2025

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il contributo e  
il patrocinio di



Con il patrocinio di

