

BOLOGNA, APPUNTAMENTO AL COSMOPROF

Bologna, 16marzo 2018 - "Per averedegli occhi belli, cerca la bontà negli altri, per delle labbra belle, pronuncia solo parole gentili, per una figura snella, dividi il tuo cibo con le persone affamate, per dei capelli belli lascia che un bambino vi passi le sue dita una volta al giorno; e per l'atteggiamento, cammina con la consapevolezza che non sei mai sola": consigli per una bellezza dell'anima che arrivano dal cuore di una donna speciale come Audrey Hepburn che ha solcato il Novecento con una grazia e uno charme speciale. Se fosse vissuta oggi l'interprete di Vacanze Romane e di Sabrina avrebbe senza dubbio fatto un cenno alla Natura, senza la quale non c'è bellezza, e all'impronta ecologica che deve avere la cura di sé, dal trucco alla cura dei capelli, del corpo, delle mani.

I giovanilo hanno capito subito e si sono adeguati all'estetica nuova che mette al centro la persona e il suo rapporto dinamico e protettivo col mondo, con quella sfera verde che contamina i nostri desideri molto più della tecnologia. Dopo la moda il beauty non può fare a meno della sostenibilità, del ritorno alle radici naturali del mondo. E così, forse anche un po' in omaggio ai Millennials, ecco che l'edizione che si apre oggi (e fino a lunedì) a Bologna di **Cosmoprof** Worlwide è tutta "green". Alla ribalta 2.800 espositori da 70 paesi, collettive nazionali da 27 nazioni per un bellezza veramente multietnica e non solo d'immagine. In una fiera di Bologna coi padiglioni completamente rinnovati per un numero di stand cresciuto del 7,5%, una costumizzazione per aree di prodotto per facilitare la visita dei buyers, un mare di iniziative ad hoc, di lanci di progeeti speciali, di premi internazionali, le soluzioni lussuose ed emozionali di **Cosmoprof** e **Accademia del Profumo**, con l'appoggio di Cosmetica Italia, e i visitatori potranno votare le fragramze preferite dei grandi marchi, dal gruppo Angelini Beauty, a Bulgari Italia, Chanel, Collistar, Coty Italia; L'Oreal Italia Luxe, LVMH Italia, Puig Italia, Salvatore Ferragamo Parfums e Shiseido Group Italy. Per valorizzare al massimo i tesori di questa fiera. «Il pubblico premia i profumi di alta gamma oe dice Luciano Bertinelli, presidente di **Accademia del Profumo** oe e il mercato delle fragranze cresce del +2,5%». Ma torniamo a parlare di **Cosmoprof** Green e della cosmesi naturale, dalle materie prime controllate all'impatto della produzione, per proteggere l'immunità della pelle del viso e del corpo.

Nono solo attenzioneai prodotti anti-age, ora anche molto per gli uomini, ma un nuovo approccio alla cura di sé che affonda in ricette e rituali antichi, per una clientela molto attenta, che cerca l'aiuto della ricerca e della tecnologia e aborrisce gli ingredienti sintetici. Insomma una sorta di slow cosmetics, in mostra al padiglione 19, tutto a vocazione eco-frienffly. Ed è un giro del mondo della bellezza questo che parte dell'eco-sostenibilità di sieri e creme, trucchi e prodotti per capelli, che prendono vita dal tè, dalla crusca di riso, dal melograno e dai vinaccioli. Non manca il siero alla bava di lumaca, l'olio essenziale di palmarosa, di cocco, di jojoba. Dal Giappone arrivano sieri antirughe estratti da 50 piante medicinali. Non manca l'olio Inca ricco di omega con calendula, olio di rosa canina e oli essenziali biologici. Di grande impatto visivo ed emotivo il magastand di Davines, allestito dallo studio di architettura MTLC, di Matteo Thun e Luca Colombo, per vivere la Natura tutta intorno ai prodotti che si lanciano come Liquid Spell un fluido rinforzanrte per capelli sensibili, tra strutture di legno di castagno, graniglia di quarzo sul pavimento, rattan per illuminare e filiere di alberi veri.