



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di autorappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021

L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di auto-rappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®
EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di autorappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®
EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di autorappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®
EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di autorappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®
EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro

BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021



SABATO 11 SETTEMBRE

Spazio Innovazione – Pad. 29

Ore 14.30 – 17.00

Modera: *Annalisa Betti, giornalista e beauty expert*

H. 14.30 – 14.40

APERTURA DEI LAVORI A CURA DI:

Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 14.40 – 15.00

I NUMERI DELLA COSMETICA E IL CANALE FARMACIA

La ripresa dell'intero comparto cosmetico, dopo l'anno orribile del 2020, incoraggia i numeri del canale farmacia che, meno stressato dalla pandemia durante il lockdown, riapre il 2021 con segnali di ripresa diversificata. Le nuove abitudini di consumo, l'evoluzione delle vendite online e la revisione della struttura distributiva, già in corso da qualche anno, offrono al canale farmacia una sicura opportunità di successo verso la nuova normalità.

A cura di Gian Andrea Positano, Centro Studi Cosmetica Italia

H. 15.00 – 15.20

IL FARMACISTA SKINFLUENCER

Come è stato sottolineato dal Pharmacy Times nel maggio di quest'anno, il farmacista ha assunto anche il ruolo di influencer - in via definitiva grazie alla funzione della farmacia come 'luogo sicuro' durante la pandemia, ma anche grazie all'affidabilità e autorevolezza di un consiglio proveniente da un professionista e non da un personaggio che sui social è 'mercenario' di qualsiasi brand e non ha alcuna competenza specifica. Inoltre, già da tempo negli USA è incoraggiato l'uso personale e professionale dei social media da parte dei farmacisti, in modo da divulgare informazioni corrette e sfatare luoghi comuni.

A cura di Annalisa Betti, giornalista e beauty expert

H. 15.20 - 15.40

L'ESTETICA DELLA LUMINOSITÀ: SKINCARE E MAKE-UP NELL'EPOCA DI ZOOM

Dopo quasi due anni passati a vederci sgranati e male illuminati su Zoom, Teams e Skype, tutti noi siamo sempre più attratti da prodotti e brand di skincare e make-up che, anziché correggere o trasformare i tratti del volto, li enfatizzano e li illuminano. Grazie alla "selfie culture" le nostre fotografie erano già da tempo diventate la forma più ambita di autorappresentazione, una sorta di "secondo specchio": la luminosità degli schermi degli smartphone, i filtri di Instagram e TikTok e altre forme di post-produzione digitale contribuiscono a incrementare questa estetica patinata e luminescente, rendendola ugualmente desiderabile nel mondo fisico e in quello digitale. Qual è l'impatto di tutto questo sul modo in cui vediamo, pensiamo e desideriamo il mondo del beauty?

A cura di Fabio Paracchini e Fabrizio Piccolini, The Embassy

H. 15.40 -16.00

I PRINCIPALI TREND CHE STANNO RIDISEGNANDO IL MERCATO DELLA BELLEZZA

Il settore della dermocosmesi è in evoluzione. Da un lato, si manifesta l'effetto Covid: la pandemia ha determinato una contrazione dei consumi e la nascita di nuovi bisogni. Dall'altro, emergono nuovi trend legati a cambiamenti della nostra società: crescente digitalizzazione ed introduzione di tecnologie volte a fornire nuove possibilità di personalizzazione, trial e acquisto; sempre maggiore interesse nel mondo maschile per la cura della persona; attenzione particolare da parte dei consumatori a naturalezza e sostenibilità dei prodotti.

A cura di Stefania Fregosi, Healthcare Head, IPSOS

H. 16.00 -16.20

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: OPPORTUNITÀ PER UN'IMPRESA DI SUCCESSO

Better Place® è un progetto formativo che si prefigge di creare consapevolezza negli uomini e nelle donne sulle responsabilità, individuali e collettive, che ciascuno/a di noi ha nelle azioni e nei linguaggi utilizzati nel proprio quotidiano.



COSMOFARMA®

EXHIBITION

I valori al centro



BOLOGNA 9-12 SETTEMBRE 2021

L'acquisizione di contenuti su quanto antichi retaggi ci danneggino inconsapevolmente nel costruire relazioni positive porta a **migliorare le relazioni professionali** e, indirettamente, quelle **sociali**.

Con questo Progetto, dunque, le aziende/organizzazioni potranno dirsi attivamente e pienamente coinvolte nel cambiamento culturale in atto in Italia e nel mondo, mettendo la sostenibilità e l'**inclusione** al centro di una struttura che voglia definirsi virtuosa.

A cura di Luisa Rizzitelli, Betterplace

H. 16.20 - 16.40

LA BELLEZZA COME CURA: LA COSMETICA E L'ESTETICA COME OPPORTUNITA' PER IL FARMACISTA

Quanto il farmacista può essere ritenuto importante e addirittura cruciale in alcuni momenti della vita delle persone? La farmacia è il primo presidio sanitario per la risoluzione delle problematiche cutanee: oltre a valutare le necessità della pelle, il farmacista è in grado di curare anche le sue cicatrici che spesso si riflettono nell'anima dei pazienti, rivalutando in questo modo il concetto di cosmesi ed estetica in chiave altamente professionale e soprattutto etica.

A cura di Myriam Mazza, farmacista cosmetologa Spa manager

H. 16.40 - 16.50

CHIUSURA DEI LAVORI