

## COMUNICATO STAMPA

Presentata la 3ª edizione di Milano Beauty Week:  
dal 25 al 29 settembre 2024

## la città celebra la cultura della bellezza e del benessere

*Le voci dei protagonisti della conferenza stampa che ha segnato il lancio dell'evento*

Milano, 30 maggio 2024 – Si è svolta questa mattina presso la Sala Alessi di Palazzo Marino la conferenza stampa di lancio di **Milano Beauty Week 2024**. Per il terzo anno, infatti, il capoluogo lombardo accoglierà *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere* con un **ricco calendario di eventi che coinvolgeranno l'intera cittadinanza**.

L'appuntamento è **dal 25 al 29 settembre 2024** presso i due hub principali dell'evento, **Palazzo Giureconsulti e Palazzo Castiglioni**, ma anche in **numerose altre location, spazi commerciali, luoghi d'arte e di cultura** che ospiteranno le molteplici iniziative targate Milano Beauty Week.



«Oggi presentiamo un evento che sta diventando una ricorrenza attesa dalla città e da un pubblico sempre più allargato, come testimoniato dai numeri della scorsa edizione: gli oltre 100mila visitatori registrati nel 2023 sono stati infatti l'importante risultato da cui abbiamo iniziato a lavorare per costruire un palinsesto ampio, coinvolgente e rappresentativo della ricchezza dell'industria cosmetica nazionale» ha dichiarato **Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia**. «Milano Beauty Week è un progetto culturale che siamo orgogliosi di aver ideato e sviluppato nel tempo perché ci

permette di raccontare concretamente l'indispensabilità del cosmetico e mostrare i valori e le eccellenze di tutta la nostra filiera che, considerando l'intero sistema economico, genera un fatturato di 38,7 miliardi di euro e si colloca come driver del Made in Italy, supportata dagli oltre 390mila professionisti che ogni giorno contribuiscono a rendere disponibili prodotti fondamentali per igiene, cura di sé, benessere, prevenzione e protezione. Milano Beauty Week riesce inoltre a creare un circuito virtuoso che coinvolge i nostri partner, le istituzioni e i patrocinanti, i sostenitori, gli sponsor, tutte le aziende e i numerosi operatori del settore che con la loro partecipazione rendono unica *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere*».

## UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di



«Anche quest'anno, raccoglieremo il testimone dalla Milano Fashion Week per celebrare e approfondire le diverse sfaccettature della cosmesi attraverso i quattro temi guida di Milano Beauty Week: innovazione, sostenibilità, inclusione ed emozione. Lo faremo grazie a un palinsesto che saprà stupire e coinvolgere ogni partecipante, riproponendo e potenziando alcune iniziative che hanno già riscosso grande successo nelle passate edizioni, ma anche arricchendo il nostro programma con interessanti novità» ha anticipato **Ambra Martone**,



**vicepresidente di Cosmetica Italia con delega a Milano Beauty Week e presidente di Accademia del Profumo.** «Si confermano i nostri due hub principali: il “beauty village” di Palazzo Giureconsulti con corner esperienziali, talk di approfondimento, laboratori olfattivi, focus su sostenibilità e cosmesi, degustazioni legate al mondo del vino e appuntamenti curati dalle aziende aderenti; Palazzo Castiglioni accoglierà le iniziative charity a favore de La forza e il sorriso Onlus, Beauty Gives Back e Love is in the Hair, il congresso scientifico DERMOCOSM e un'inedita lectio magistralis sulla bellezza. Milano Beauty Week vuole inoltre portare la narrazione della bellezza e del benessere in tutta la città, per questo saranno incrementati i Beauty Cube in centro e i percorsi dei Beauty Tram, accanto all'attesa Beauty Saturday Night, ai tour olfattivi guidati alla scoperta dei profumi di Milano, alle passeggiate olfattive tra le boutique di profumeria e molto altro. L'edizione 2024 sarà inoltre caratterizzata da alcune nuove collaborazioni che esprimono la capacità del settore cosmetico di intrecciare legami col mondo della cultura e dell'arte e di mostrarne il suo carattere universale: con OffiCine-IED abbiamo abbracciato un inedito progetto di mecenatismo culturale attraverso la realizzazione di un cortometraggio sul tema dell'accettazione di sé, mentre Università Bocconi, oltre a permetterci di evidenziare il legame tra industria e mondo accademico, ospiterà la presentazione del primo Osservatorio sulla sostenibilità del settore. Infine, una sinergia tra Accademie, Accademia del Profumo e Accademia Teatro alla Scala, porterà l'annuncio dei vincitori del Premio Accademia del Profumo al Ridotto Toscanini del Teatro alla Scala e offrirà alla community del settore cosmetico un Concerto con l'Orchestra e i Solisti dell'Accademia Teatro alla Scala».

Accanto a Cosmetica Italia, nella realizzazione di Milano Beauty Week si confermano i due **partner Cosmoprof ed Esxence**, in un'ottica di sinergia vincente a favore dell'intero comparto.

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di





«L'industria cosmetica è in continua evoluzione: nuovi trend di consumo, la crescente attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale, l'introduzione di tecnologie sempre più avanzate e lo sviluppo di nuovi mercati internazionali alimentano costantemente un settore in continua crescita a livello mondiale. In uno scenario così dinamico, il dialogo con il consumatore è fondamentale, per educare ad un consumo più responsabile e personalizzato. Milano Beauty Week è un evento strategico per avvicinare l'industria al pubblico» ha sottolineato **Enrico Zannini, Direttore Generale di BolognaFiere Cosmoprof**. «Il supporto all'iniziativa da parte di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione fieristica di riferimento mondiale per il settore, è una parte fondamentale del nostro impegno a favore dello sviluppo dell'industria e della promozione della qualità, dell'efficienza e della creatività delle aziende leader nel mercato. Ancora una volta Cosmoprof sarà a fianco di Cosmetica Italia per rafforzare l'immagine del beauty made in Italy e per offrire ai player del settore nuove opportunità di business e di sviluppo».

«Come **CEO di Esxence – The Art Perfumery Event** sono molto lieto di partecipare a questa nuova edizione della Milano Beauty Week, *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere*, insieme a partner importanti come Cosmetica Italia e Cosmoprof» ha dichiarato **Maurizio Cavezzali**. «Il profumo è parte del concetto di beauty e bellezza ed Esxence è la più importante manifestazione fieristica a livello mondiale dedicata alla profumeria di ricerca, vetrina esclusiva della migliore produzione di nicchia. Ogni anno puntiamo a crescere e a rinnovarci, analizzando i trend più importanti del settore, grazie a un continuo lavoro di ricerca per offrire ai visitatori un evento di nuova generazione che unisce la parte commerciale rivolta ai mercati di tutti e cinque i continenti a quella culturale, legata all'approfondimento dei contenuti della cultura olfattiva più ricercata. Esxence si terrà a Milano, capitale di riferimento della profumeria artistica, dal 19 al 22 febbraio 2025, e offrirà a operatori e perfume lovers l'opportunità unica di scoprire il meglio della creatività olfattiva mondiale».



Fin dalla sua prima edizione Milano Beauty Week è stata accolta e riconosciuta anche da **Regione Lombardia, Comune di Milano e Assolombarda** che hanno dato il loro patrocinio al progetto e sono intervenuti in occasione della conferenza stampa odierna.

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di





«Siamo felici di ospitare la terza edizione della Milano Beauty Week – ha commentato il **Sindaco di Milano Giuseppe Sala** - L'industria della cosmetica in Italia conta circa 400mila lavoratori, considerando tutta la filiera: quello della bellezza è un settore importante e strategico, in cui ricerca, innovazione, formazione, sostenibilità e dimensione sociale sono elementi caratterizzanti e determinanti di crescita e sviluppo. Sono certo che anche quest'anno Cosmetica Italia, con la Milano Beauty Week, saprà valorizzare questi aspetti proponendo un interessante calendario di incontri e appuntamenti».

«La terza edizione della Milano Beauty Week conferma l'eccellenza della filiera cosmetica in Lombardia che da sola produce il 2% della quota mondiale. Un vero fiore all'occhiello della nostra Regione, dove sono operative il 55% delle aziende italiane del settore, tra le province di Milano, Bergamo, Crema e Monza Brianza. La cosmetica lombarda è un comparto che crea valore non soltanto in termini produttivi ma anche di attrattività. Al pari della Moda e del Design, tra le mie deleghe assessorili, il settore 'Beauty' è elemento di interesse da parte di un vasto pubblico, che ne segue trend, stili e innovazione, nel quadro di una ricerca di benessere. Sono quindi certa che la prossima edizione di settembre de *La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere* saprà attrarre le migliaia di visitatori che hanno caratterizzato le prime due edizioni» così ha affermato **Barbara Mazzali, assessore al Turismo, Moda e Marketing Territoriale di Regione Lombardia** in occasione della conferenza stampa di presentazione della terza edizione di Milano Beauty Week a Palazzo Marino, dove ha portato i saluti del presidente Attilio Fontana.



UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



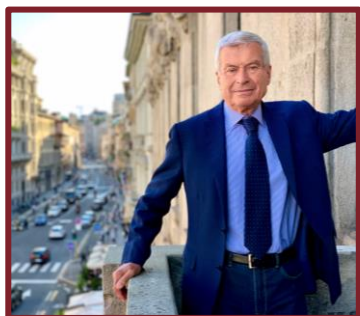
Con il patrocinio di





Riconfermato, inoltre, il patrocinio di **Assolombarda**, il cui **presidente, Alessandro Spada**, ha commentato nel corso della conferenza stampa: «La cosmetica nel nostro territorio rappresenta un comparto altamente innovativo e dinamico, che ha raggiunto, nel 2023, oltre 10 miliardi di euro di fatturato in Lombardia, con una crescita record del +14,4% in un anno. Un valore che rappresenta il 66,6% del fatturato nazionale del settore. I dati registrano anche una forte attenzione delle nostre imprese all'incontro tra una sostenibilità che attiene ai processi produttivi e alla gestione sostenibile della filiera, con l'attenzione alla connotazione biologica dei prodotti. Il nostro territorio si distingue dunque, ancora una volta, per la sua forte vocazione all'innovazione, con investimenti costanti in ricerca e sviluppo che hanno permesso alle imprese di creare prodotti sempre più competitivi, sicuri, sostenibili e apprezzati a livello nazionale e internazionale».

Tra gli enti che hanno rinnovato il proprio patrocinio a Milano Beauty Week per l'edizione 2024 anche **Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi, Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza e Camera Nazionale della Moda Italiana**.



«La terza edizione della Milano Beauty Week è un importante appuntamento per la città, per le istituzioni e le realtà economiche coinvolte. Il palinsesto di eventi e iniziative sottolinea la forza e la riconoscibilità del nostro sistema imprenditoriale e del made in Italy che investe nel settore beauty e della cosmesi. Un settore che innova e sviluppa nuovi segmenti di mercato investendo nella sostenibilità ambientale e sociale. E mi fa piacere ricordare che lo storico Palazzo Giureconsulti - dalla bellezza ritrovata grazie al recente restauro

- sia la cornice naturale e ideale per Milano Beauty Week. Un evento che accresce ulteriormente l'attrattiva della nostra città anche a livello internazionale» ha dichiarato **Carlo Sangalli, Presidente della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi**.

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con

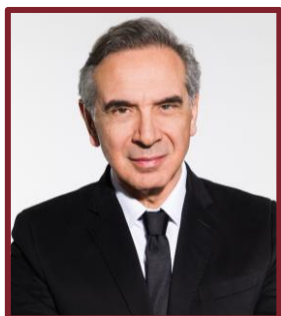


Con il patrocinio di





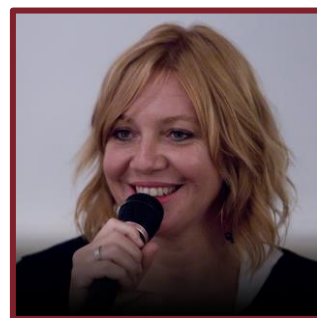
«La Milano Beauty Week – ha spiegato **Marco Barbieri, Segretario Generale di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza** – si conferma come un evento imprescindibile per la città, evidenziando l'importanza del settore come componente fondamentale dell'attrattività milanese. Un evento che non solo celebra la cultura della bellezza, ma ne enfatizza anche il ruolo sociale negli ambiti della sostenibilità, della salute e del benessere. Il beauty non è solo un motore economico per il nostro Paese, ma anche un simbolo di eccellenza del Made in Italy riconosciuto a livello globale. La Milano Beauty Week è un'occasione per scoprire e apprezzare le molteplici sfaccettature del settore beauty con iniziative che evidenziano anche l'impegno verso cause sociali, mostrando come la bellezza possa avere un impatto positivo sulla società. E la bellezza è anche cultura. Confcommercio Milano aprirà le porte di Palazzo Castiglioni, gioiello del Liberty italiano, che ospiterà iniziative e momenti di divulgazione della manifestazione».



«Siamo contenti di patrocinare per il terzo anno la Milano Beauty Week. La moda e la cosmetica sono due industrie strategiche per il nostro Paese, fortemente interconnesse ed entrambe volte alla continua ricerca della bellezza; ricerca considerata ad ampio spettro, in cui estetica ed etica sono intrecciate in maniera indissolubile. La moda sta partecipando attivamente alla ridefinizione del concetto di bellezza mettendo al centro la valorizzazione della diversità e la sostenibilità, valori fortemente condivisi anche dal settore beauty» ha dichiarato **Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della Moda Italiana**.

La moderazione della **vice direttrice vicario del Corriere della Sera, Barbara Stefanelli**, oltre a guidare l'intero appuntamento, ha permesso di svelare alcune nuove collaborazioni che saranno al centro di Milano Beauty Week 2024.

«La collaborazione tra OffiCine, il Laboratorio di formazione nel cinema di Istituto Europeo di Design, e Cosmetica Italia è nata sulla base di un terreno comune: il desiderio di raccontare le bellezze, rigorosamente al plurale, in un modo inclusivo, che si distaccasse da modelli precostituiti e parlando un linguaggio che arrivasse diretto a diverse generazioni, ma, soprattutto ai giovani. Attraverso il cinema parlare di identità, di accettazione e valorizzazione anche del difetto. È stata un'esperienza molto gratificante perché Cosmetica Italia si è messa da subito all'ascolto delle idee dei



UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di



filmmaker e ha accolto con stupore ed entusiasmo il loro punto di vista sul tema. Il risultato, il cortometraggio *Piccoli Passi*, con Anna Ferzetti, Davide Iachini e Laura Martinelli, è una piccola storia che ha l'ambizione di veicolare un grande messaggio: non aver mai paura di essere sé stessi e di arricchire il mondo con la propria particolare, personale, bellezza» ha evidenziato **Cristina Marchetti, direttrice OffiCine-IED**.



«iO Donna è lieta di rinnovare per il terzo anno consecutivo la media partnership con Milano Beauty Week. Lo farà partecipando all'intera manifestazione, che rappresenta un appuntamento esclusivo per la città di Milano, e quest'anno anche sostenendo il cortometraggio "Piccoli Passi", progetto speciale di Officine-IED e Cosmetica Italia. Due ragazzi con le loro insicurezze. Una professoressa di quelle che si ricordano per tutta la vita. Uno smalto per unghie capace di fare magie. Il tutto orchestrato da tanto coraggio. Coraggio di accettarsi e valorizzarsi» ha commentato **Danda Santini, direttrice iO Donna**.

«Per l'evoluzione della longevità, per la prima volta nella storia convivono più generazioni. Innovare per gestire questa diversità è fondamentale per tutti i settori, compresa l'industria del bello. Questa industria ha la responsabilità di promuovere valori quali l'inclusività e la sostenibilità combattendo stereotipi e pregiudizi. Noi all'università, come a scuola, abbiamo il privilegio di contribuire a formare le generazioni più giovani, con approcci che rimarranno per la loro vita intera. Per questo abbiamo l'assoluta necessità di creare luoghi belli, strutture che ispirino, accolgano e siano inclusive: è una condizione fondamentale per svilupparci come società inclusiva. La Bocconi, con un campus bello e funzionale, contribuisce così all'ambizione di essere un potente ascensore sociale, senza dare limiti ai propri studenti, anche con eventi culturali aperti alla comunità e alla città» ha segnalato **Francesco Billari, rettore Università Bocconi**.



«Trasmettere alle nuove generazioni il prezioso sapere dei suoi maestri, per il Teatro alla Scala, non significa solo assicurare un brillante futuro a giovani dotati di talento, ma – ha fatto sapere il **Direttore Generale dell'Accademia Teatro alla Scala, Luisa Vinci** - significa anche costruire il proprio stesso avvenire come istituzione e garantire il perpetuarsi della grande tradizione artistica, nonché l'abilità creativa e manuale, nel segno di un costante rinnovamento. Lo dimostra la data di nascita del primo nucleo formativo sorto all'interno del Teatro, la Scuola di Ballo, creata nel 1813, a cui nel tempo hanno fatto seguito gli indirizzi didattici più diversi. Oggi, con

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di





MILANO BEAUTY WEEK

DAL 25 AL 29  
SETTEMBRE 2024

oltre trenta corsi distribuiti in quattro dipartimenti - Musica, Danza, Palcoscenico e Management – e un corpo docente costituito dai grandi artisti e professionisti del Teatro alla Scala, l'Accademia prepara tutti coloro che operano nell'ambito dello spettacolo dal vivo, in scena e dietro le quinte. E sono proprio questi due aspetti, il palco e il backstage, che potranno emergere grazie alla partecipazione dell'Accademia alla nuova edizione della Milano Beauty Week, un progetto che promuove l'alto valore culturale e sociale della bellezza e del benessere. Se Palazzo Giureconsulti diverrà un ideale retropalco in cui maestri ed allievi dei *Corsi per Hair & Make-up Artist*, per *Parruccaio* e di *Special Make-up* illustreranno le tecniche con cui si realizzano il trucco e l'acconciatura dei grandi personaggi dell'opera e del balletto, il palcoscenico del Piermarini sarà ancora una volta l'aula d'elezione per cantanti solisti ed orchestra, impegnati nel concerto di chiusura della manifestazione. Un'occasione veramente importante per far comprendere quanto sia necessario, oggi più che mai, mantenere vivo un patrimonio unico ed inestimabile».

Segui Milano Beauty Week sui **social**



@milanobeautyweek  
#milanoisbeauty

Per avere sempre a portata di mano il palinsesto di Milano Beauty Week è possibile scaricare l'app ufficiale su [App Store](#) e [Play Store](#).

UFFICIO STAMPA COSMETICA ITALIA

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

tel. 02.281173.48/39

Un'iniziativa di



In collaborazione con



Con il patrocinio di

