



canale 70 digitale terrestre • 725 SKY • 35 tivùsat

Mercato **Cosmoprof Worldwide Bologna conferma Oliviero Toscani e il budget di oltre 1 milione per la nuova manifestazione 2018, dal 15 al 19 marzo**

di **Vittorio Parazzoli**

È sempre Oliviero Toscani a firmare anche per il 2018 la campagna pubblicitaria di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione leader internazionale per il settore della cosmetica, in programma dal 15 al 19 marzo e che verrà presentata questa mattina a Milano. Due volti femminili di diversa etnia, con tocchi astratti di colore su labbra, occhi e capelli, esprimono il concetto di bellezza senza confini, espressione di una società moderna e multi-culturale. Con il suo talento artistico, Toscani sottolinea il ruolo di Cosmoprof Worldwide come punto di riferimento internazionale per l'intero universo beauty: la sua campagna è declinata anche per le edizioni di Las Vegas (Cosmoprof North America), Hong Kong

Il creativo-fotografo ha realizzato annunci stampa e per l'esterna, e uno spot, cui si aggiunge anche la radio; il planning è curato internamente con la collaborazione di Creative Media. Previsti anche due eventi di approfondimento organizzati con How To Spend It e Pambianco

(Cosmoprof Asia) e Mumbai (Cosmoprof India). La nuova campagna promuoverà le manifestazioni del network Cosmoprof con un media mix articolato e molto simile a quello dello scorso anno il cui planning è curato internamente con la collaborazione di Creative Media. Per quanto riguarda l'Italia, oltre che sulle principali testate nazionali e internazionali in logica b2b, l'adv andrà anche su 3 femminili, su ooh (esterna a Bologna, circuito Centostazioni e mega screen alla Stazione Centrale di Milano), radio (Rai, Deeje, Bruno e altre locali) e tv (Rai) dall'inizio del prossimo mese. Lo spot è stato prodotto da Oliviero Toscani Studio. Il budget è in linea con quello del 2017, sti-

mabile quindi in più di 1 milione sempre per quanto riguarda il nostro Paese. L'edizione 2017 di Cosmoprof Worldwide Bologna ha registrato numeri da record, con 250.000 visitatori. A conferma della leadership internazionale della manifestazione, hanno partecipato 2.510 aziende, delle quali il 73% provenienti dall'estero, e 25 Collettive Nazionali. Con gli eventi di Las Vegas e Hong Kong, il format coinvolge complessivamente 6.400 espositori e 360.000 visitatori da più di 150 Paesi nel mondo. Quella di quest'anno si caratterizzerà anche per due eventi, su l'alta gamma e sul retail di settore, organizzati con How To Spend It del Sole 24 Ore e Pambianco Strategia d'Impresa.



Eventi **Prodea Group firma la convention nazionale 2018 di Yves Rocher**

Un appuntamento altamente scenografico per presentare i risultati commerciali del 2017 e le novità per il nuovo anno

Prodea Group, agenzia di comunicazione nel settore degli eventi e nella gestione di attività promozionali, ha firmato la convention nazionale 2018 di Yves Rocher, brand francese leader nel campo della cosmetica. Una presentazione in grande stile, svoltasi il 6 e 7 febbraio, all'interno dell'Atahotel Expo Fiera di Milano Rho-Però. All'interno della struttura Prodea Group ha allestito uno spettacolare Led 10x3 e una scenografia dal forte impatto green, in perfetto stile Yves Rocher. La convention è stata caratterizzata da una forte componente digital - pensata e creata ad hoc - per permettere a tutti i partecipanti di condividere sui propri canali social i vari momenti della giornata e arrivare, grazie alle dirette Facebook, ad espandere la Yves Rocher Experience a più di 9.000 persone. La convention è stata anche l'occasione per lanciare la nuova linea Hydrà Végétal, presentata con un momento spettacolare e altamente scenografico, attraverso proiezioni olografiche in 3D dei prodotti direttamente sugli schermi degli smartphone degli ospiti. La convention si è conclusa con la performance musicale di Loretta Grace, cantante attrice e social influencer.

