

-  sett. 1 Materie prime
sect. 1 Raw materials
-  sett. 2 Produzione marchi propri
sect. 2 Own brand manufacturers
-  sett. 3 Produzione conto terzi
sect. 3 Contract manufacturers
-  sett. 4 Packaging
sect. 4 Packaging
-  sett. 5 Macchine, apparecchi, strumenti
sect. 5 Machines, equipment, instrumentation
-  sett. 6 Servizi
sect. 6 Services
-  sett. 7 Cosmetici naturali e biologici
sect. 7 Natural and organic cosmetics

Beauty

Guida acquisti dell'industria cosmetica

Buyer's guide to cosmetic industry



Beautyonline 2025 © Rinenergy Editore

Concessionaria esclusiva MEDIAS&C
Via Porto Corsini, 20 • 20126 Milano Italy

COPIA OMAGGIO

Certifica la svolta Green del settore cosmetico, con CCPB.



CCPB srl è un ente certificatore internazionale ed opera anche nel settore cosmetico, certificando prodotti eco-sostenibili, naturali, biologici, vegan.

Con precisione e competenza i professionisti di CCPB hanno un unico scopo: garantire i clienti e rendere più efficiente e virtuoso il processo produttivo.

La certificazione riveste un ruolo fondamentale per la crescita competitiva delle imprese: migliora la qualità del prodotto e il suo impatto ambientale, rafforza la sicurezza e costituisce un insostituibile servizio di garanzia e fiducia per i consumatori.

I nostri clienti sono tra le più importanti ed affermate aziende cosmetiche italiane che hanno già deciso di intraprendere un percorso virtuoso verso la sostenibilità, affidandosi a CCPB.

Nel settore della cosmesi biologica, naturale, vegana CCPB certifica 85 aziende in Italia e nel Mondo e circa 1.700 prodotti.

STANDARD PER I COSMETICI

CCPB certifica i prodotti cosmetici secondo i più autorevoli, rigorosi e riconosciuti standard internazionali e nazionali come:



CCPB offre anche un servizio di validazione del calcolo degli indici di naturalità e biologicità di cosmetici e di loro ingredienti in base alla linea guida ISO 16128.

STANDARD PER LA SOSTENIBILITÀ

CCPB certifica i prodotti cosmetici e le organizzazioni che li producono sulla base dei seguenti standard internazionali:

- ISO 14064: Carbon footprint delle Organizzazioni (GHG Accounting)
- ISO 14067: Carbon footprint di Prodotto (GHG Accounting)
- ISO 14040 e ISO 14044: Validazione studio LCA (Life Cycle Assessment)



sett. 1 Materie prime **12**

sect. 1 Raw materials

sett. 2 Produzione marchi propri **24**

sect. 2 Own brand manufacturers

sett. 3 Produzione conto terzi **40**

sect. 3 Contract manufacturers

sett. 4 Packaging **58**

sect. 4 Packaging

sett. 5 Macchine, apparecchi, strumenti **72**

sect. 5 Machines, equipment, instrumentation

sett. 6 Servizi **84**

sect. 6 Services

sett. 7 Cosmetici naturali e biologici **90**

sect. 7 Natural and organic cosmetics



Questo prodotto è composto da materiale che proviene da foreste ben gestite, certificate FSC® e da altre fonti controllate

AND BUYER'S GUIDE TO COSMETIC INDUSTRY PORTAL

Guida acquisti dell'industria cosmetica
Buyer's guide to cosmetic industry

Direttore Editoriale
Nicola Saluzzi
nicola.saluzzi@beauty-online.it

Direttore Responsabile
Ilaria Maria Preti
redazione@beauty-online.it

Segreteria di Redazione
redazione@beauty-online.it

Database Manager
Giulio Falco
gfalco58@gmail.com

Editore
Rinenergy, Milano
info@beauty-online.it

Coordinamento, Segreteria e ADV
MEDIAS&C
Via Porto Corsini,20
20126 Milano
mediasec@beauty-online.it

Grafica & Cover
Vontack
gianfranco@taccani.it

Stampa
Grafiche ATA
Paderno Dugnano (MI)

Guida acquisti dell'industria cosmetica
supplemento a beauty-online.it

Registrazione c/o
Triunale di Milano
n° 130/2022
ROC (Registro Operatori
di Comunicazione) n° 38765

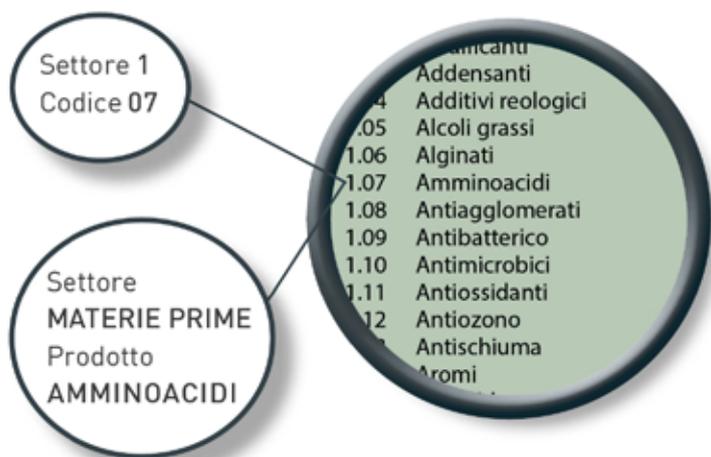
DISTRIBUZIONE GRATUITA

Metodo di consultazione

La "Guida acquisti dell'industria cosmetica" è suddivisa in 7 settori, numerati da 1 a 7 e contraddistinti da un colore.

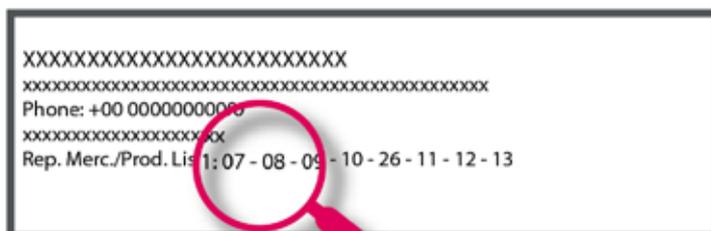
1. Materie prime	12
2. Produzione marchi propri	24
3. Produzione conto terzi	40
4. Packaging	58
5. Macchine, apparecchi, strumenti	72
6. Servizi	84
7. Cosmetici Naturali e Biologici	90

All'inizio di ogni settore si trova l'elenco della suddivisione in prodotti contraddistinti ognuno dal numero del settore con il codice del prodotto.



Nell'elenco delle aziende, dopo l'indirizzo, si trova il riferimento che indica il numero del settore e il codice del prodotto di cui si occupa ogni azienda.

In questo modo la consultazione risulterà più rapida poichè sarà più veloce trovare il prodotto che interessa.

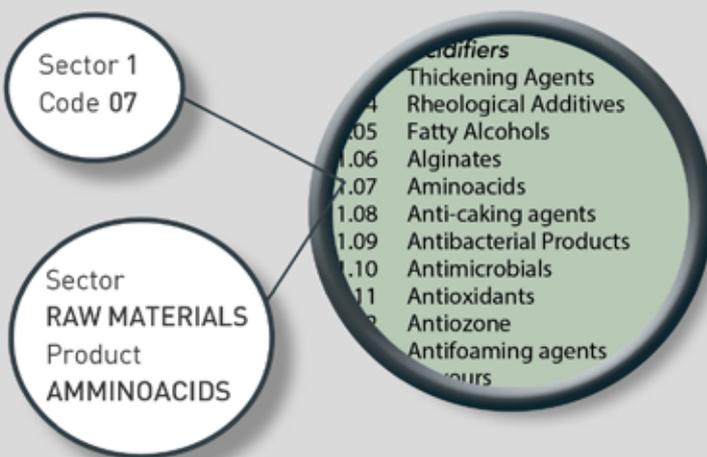


Consultation method

The "Buyer's guide to cosmetic industry" is divided into 7 sectors, numbered from 1 to 7 and marked by a color.

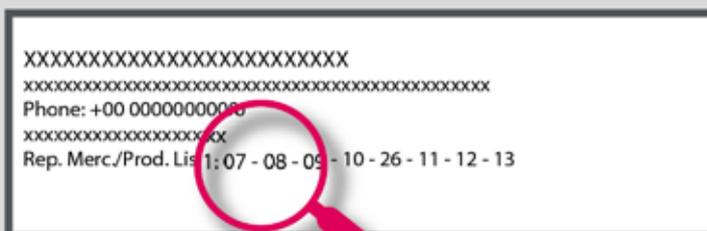
1. Raw materials	12
2. Own brand manufacturers	24
3. Contract manufacturers	40
4. Packaging	58
5. Machines, equipment, instrumentation	72
6. Services	84
7. Natural and Organic Cosmetics	90

At the beginning of each sector there is the list of the subdivision into products marked each by the sector number with the product code.



In the list of companies, after the address, there is the reference that indicates the sector number and the product code that each company deals with.

In this way the consultation will be faster as it will be faster to find the product you are interested.





COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Cosmetica Italia è la **voce dell'industria cosmetica nazionale.**

Dalle multinazionali alle piccole e medie realtà produttive e distributive collocate sull'intero territorio nazionale, l'Associazione riunisce **circa 650 imprese** rappresentative di più del 90% del fatturato del settore che si stima raggiungerà i 16,5 miliardi di euro nel 2024.

L'industria cosmetica nazionale è **un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo**: l'intero sistema economico della cosmesi, dalle aziende che producono cosmetici, ai macchinari per la produzione e il confezionamento, al packaging, alle materie prime, alla distribuzione, alla logistica e al retail, genera un **fatturato prossimo a 40 miliardi di euro** e offre lavoro a circa **400mila addetti.**

La **cosmesi** è un **comparto di valore**. Non solo dal punto di vista **economico**, ma anche **scientifico** e **sociale**: un'industria che quotidianamente coi suoi **prodotti indispensabili** accompagna i gesti dedicati all'igiene, alla prevenzione, alla protezione, al **benessere** e alla **cura di sé** dei singoli individui.

Un'industria che fa bene al Paese.

www.cosmeticaitalia.it





L'intelligenza artificiale per l'industria cosmetica

Artificial Intelligence for the Cosmetics Industry

Se nella vita quotidiana dei cittadini, l'intelligenza artificiale (IA) ha un impatto crescente, nel mondo produttivo è imprescindibile. In particolare nell'industria cosmetica italiana, un settore dove innovazione e tradizione si intrecciano.

Va sottolineato che non c'è una sola forma di IA e non ne abbiamo una sola definizione. In via generale, possiamo definire l'IA come un complesso innovativo di analisi e di applicazioni che compongono dei sistemi tecnologici; questi sono predisposti a risolvere problemi della vita umana simulandone il comportamento e il processo di apprendimento, che però è meglio definire "addestramento".

Infatti ciò che definiamo Intelligenza artificiale è di fatto l'imitazione dei sensi umani e della manualità, unita alla precisione del calcolo matematico e l'accesso velocissimo ad informazioni globali. Il risparmio di tempo che si ottiene applicando queste tecnologie, è tale che ci permette di fare un grande balzo in avanti in qualsiasi analisi e produzione. Tuttavia, nella costruzione e preparazione dei modelli di intelligenza artificiale adatti a risolvere i problemi che l'uomo pone, non si può prescindere dal "fattore umano", che non può essere sostituito. Almeno per ora!

Dunque, la principale caratteristica dell'intelligenza artificiale è la velocità e l'elaborazione di grandi masse di dati che sono utilizzati per risolvere un dato problema e che portano le macchine a prendere decisioni. Non ha nulla a che fare con la coscienza umana, ma è, nella pratica, un'applicazione della matematica e delle scoperte scientifiche. Un esempio pratico nel settore della produzione cosmetica è il braccio

If artificial intelligence (AI) has a growing impact on the daily lives of citizens, it is essential in the manufacturing world. In particular in the Italian cosmetics industry, a sector where innovation and tradition intertwine

It should be emphasized that there is not just one form (type?) of AI and we do not have a single definition of it. Generally speaking, we can define artificial intelligence (AI) as an innovative complex of analyses and applications from technological systems; these are designed to solve problems in human life by simulating their behavior and the learning process, which however is better defined as training.

In fact, what we define as AI is actually the imitation of human senses and manual skills, combined with the precision of mathematical calculation and very fast access to global information.

The time saving obtained by applying these technologies allows us to make a great leap forward in any analysis and production. However, in the construction and preparation of artificial intelligence models suitable for solving the problems that man poses, we cannot ignore the "human factor", which cannot be replaced. At least for now!

So, the main characteristic of artificial intelligence is the speed and processing of large masses of data used to solve a given problem and that lead machines to make decisions. It has nothing to do with human consciousness, but is, in practice, an application of mathematics and scientific discoveries. A practical example in the cosmetics production sector



meccanico della macchina: questo è concepito per analizzare i prodotti e prendere decisioni per approvare quelli che si trovano in un range di accettabilità e scartare i prodotti difettosi. Le macchine sono "addestrate" attraverso l'applicazione di soluzioni specifiche. La macchina esegue gli ordini degli umani che mettono a disposizione dei dati, grazie ai quali, viene attribuito un valore quantitativo o qualitativo ad ogni azione.

Le aziende italiane della cosmesi vantano da sempre una qualità elevata della produzione che è riconosciuta tra le eccellenze "made in Italy". Vediamo quali sono gli obiettivi che le aziende italiane della cosmesi si pongono utilizzando l'intelligenza artificiale.

Formulazioni personalizzate

L'IA può analizzare i dati di diversi tipi di pelle, o di capelli, classificandoli con precisione, e poi suggerire formulazioni specifiche per la creazione di nuovi prodotti personalizzati, aumentando l'efficacia e la soddisfazione del cliente. Molti laboratori hanno sviluppato e personalizzato, registrandone il brevetto, delle app e dei dispositivi, come, ad esempio, "Perso" di proprietà di una importante azienda internazionale. I laboratori sono in grado di realizzare formule per creme e make-up su misura del cliente. In un sondaggio pubblico, il 78% dei consumatori che utilizzano prodotti personalizzati si dichiara più soddisfatto rispetto ai prodotti standard, e l'utilizzo dell'IA ha reso economicamente vantaggiosa la produzione personalizzata.

Interazione con lo Sviluppo sostenibile

Nel campo della cosmesi naturale, l'IA è utilizzata per ottimizzare l'uso degli ingredienti biologici e ridurre gli sprechi. Macchine più precise nel preparare le formule e che collaborano a fianco dell'uomo sullo stesso banco operativo integrando tutte le sicurezze, sono ormai una realtà. Possono anche aiutare ad individuare ingredienti naturali alternativi a componenti sintetici, migliorando, con la sostituzione, la sostenibilità delle produzioni. L'ottimizzazione delle formule elaborate tramite IA ha portato ad una riduzione degli sprechi di ingredienti fino al 30%. Questo ha significato immettere una nuova linfa nel settore, permettendo di sostenere la crescita dei prezzi di approvvigionamento delle materie prime. Inoltre, macchine alimentate da IA collaborano con i tecnici per garantire qualità e sicurezza nei processi produttivi. I robot intelligenti per il controllo qualità sono adottate da molte aziende italiane. I bracci meccanici addestrati con IA, individuano le anomalie nei lotti di produzione, aumentando la precisione fino al 95% e riducendo i tempi di produzione del 20%.

is the mechanical arm of the machine: this is designed to analyze the products and make decisions to approve those that are in an acceptability range and discard defective products. Machines are "trained" through the application of specific solutions. The machine carries out the orders of humans who make data available, thanks to which, a quantitative or qualitative value is attributed to each action.

Italian cosmetics companies have always boasted a high quality of production that is recognized among the excellences of the "made in Italy". Let's see what goals Italian cosmetics companies set themselves using artificial intelligence.

Personalized formulations

AI can analyze data from different types of skin or hair, classifying them precisely, and then suggest specific formulations for the creation of new personalized products, increasing effectiveness and customer satisfaction. Many laboratories have developed and customized, registering the patent, the apps and the devices, such as, for example, "Perso" owned by a major international company. The laboratories are able to create formulas for creams and make-up tailored to the customer. In a public survey, 78% of consumers who use personalized products declare themselves more satisfied than with standard products, and the use of artificial intelligence has made personalized production economically advantageous.

Interaction with Sustainable Development

In the field of natural cosmetics AI is used to optimize the use of organic ingredients and reduce waste. More precise machines in preparing formulas that work alongside humans on the same operating bench integrating all safety features are now a reality. They can also help identify natural ingredients as alternatives to synthetic components, improving, with the substitution, the sustainability of production. The optimization of formulas developed through AI has led to a reduction in ingredient waste of up to 30%. This has meant injecting new lymph into the sector, allowing to support the increase of raw material supply prices. Furthermore, AI-powered machines collaborate with technicians to guarantee quality and safety in production processes. Intelligent robots for quality control are adopted by many Italian companies. Mechanical arms trained with AI identify anomalies in production batches, increasing precision up to 95% and reducing production times by 20%.

Analisi del mercato e delle tendenze

Attraverso l'analisi dei big data, l'intelligenza artificiale, addestrata con opportuni modelli, permette di individuare trend emergenti e consente alle aziende beauty di anticipare le richieste e i gusti dei consumatori.

Prevedere le tendenze e guidare le strategie di marketing è possibile utilizzando applicazioni come quelle di Cosmetica Italia che ha fornito i dati delle vendite di prodotti naturali: un incremento del 15% nel 2025, grazie ad un'analisi predittiva basata sull'IA.

In altri casi l'analisi serve per eseguire un match fra i servizi e prodotti esistenti e le esigenze del cliente. Applicazioni come SkinConsult analizzano la pelle utilizzando l'IA e suggeriscono prodotti specifici, migliorando l'esperienza del consumatore. In Italia, dicono i sondaggi, il 40% dei consumatori ha utilizzato almeno una volta un'app basata su IA per scegliere prodotti di bellezza. Queste tecnologie rafforzano il legame tra consumatore e il brand, che offre soluzioni personalizzate e interattive.

Qualità e sicurezza: l'innovazione dell'intelligenza artificiale nella cosmesi naturale.

Non si parla più di macchine, ma di sistemi tecnologici integrati. Quelli basati sull'IA possono esaminare la purezza e la qualità delle materie prime, assicurando che i prodotti rispettino gli standard più rigorosi senza comprometterne l'autenticità.

Le aziende leader nel settore hanno adottato soluzioni di IA per gestire e migliorare i processi di controllo qualità, ottenendo risultati straordinari. Attraverso sensori sofisticati e algoritmi di machine learning, è possibile rilevare impurità microscopiche o deviazioni nelle proprietà organolettiche delle materie prime, intervenendo tempestivamente per eliminare il rischio di contaminazioni. Ad esempio, un sistema di IA può individuare tracce di pesticidi o metalli pesanti con una precisione superiore a quella dei metodi tradizionali.

I dati parlano chiaro: l'implementazione di controlli automatizzati basati sull'IA ha portato a una riduzione del 25% del rischio di contaminazioni in aziende all'avanguardia. Questo risultato non solo aumenta la sicurezza per i consumatori finali, ma riduce anche i costi legati al richiamo di prodotti non conformi, migliorando l'efficienza e l'affidabilità della filiera produttiva. La tecnologia, quindi, non è più un supporto, ma un vero e proprio alleato per garantire qualità e sicurezza senza compromessi.

Esperienze digitali migliorate: la tecnologia al servizio della personalizzazione.

Attraverso tecnologie come le app di analisi della pelle o la Realtà Aumentata che permette di sovrapporre elementi digitali al mondo reale (RA), l'IA sta trasformando l'esperienza dei consumatori nel settore cosmetico. Queste applicazioni consentono agli utenti di scan-

Market and trend analysis

Through the analysis of big data, AI, trained with appropriate models, allows to identify emerging trends and allows beauty companies to anticipate consumer demands and tastes.

Predicting trends and guiding marketing strategies is possible using applications such as those of Cosmetica Italia which provided data on the sales of natural products: an increase of 15% in 2025, thanks to predictive analysis based on AI.

In other cases, the analysis is used to perform a match between existing services and products and the customer's needs. Applications such as SkinConsult analyze the skin using AI and suggest specific products, improving the consumer experience. In Italy, surveys say, 40% of consumers have used an AI-based app at least once to choose beauty products. These technologies strengthen the bond between the consumer and the brand, which offers personalized and interactive solutions.

Quality and safety: the innovation of artificial intelligence in natural cosmetics

We are no longer talking about machines, but about integrated technological systems. Those based on AI can examine the purity and quality of raw materials, ensuring that products meet the most rigorous standards without compromising their authenticity.

Leading companies in the sector have adopted AI solutions to manage and improve quality control processes, achieving extraordinary results. Through sophisticated sensors and machine learning algorithms, it is possible to detect microscopic impurities or deviations in the organoleptic properties of raw materials, intervening promptly to eliminate the risk of contamination. For example, an AI system can identify traces of pesticides or heavy metals with greater precision than traditional methods.

The data speaks for itself: the implementation of automated controls based on AI has led to a 25% reduction in the risk of contamination in cutting-edge companies. This result not only increases safety for end consumers, but also reduces the costs associated with the recall of non-compliant products, improving the efficiency and reliability of the production chain. Technology, therefore, is no longer a support, but a real ally in ensuring quality and safety without compromise

Improved digital experiences: technology at the service of customization.

Through technologies such as skin analysis apps or Augmented Reality that allows you to superimpose digital elements on the real world (AR), AI is transforming the consumer experience in the cosmetics sector. These applications allow users to scan their skin using

sionare la propria pelle tramite fotocamere ad alta definizione, analizzandone parametri come idratazione, elasticità, presenza di macchie o rughe, forniscono in tempo reale suggerimenti personalizzati su prodotti più adatti. La realtà aumentata permette ai clienti di “provare virtualmente” cosmetici come rossetti o ombretti, simulando il risultato finale con un’accuratezza sorprendente.

In Italia sia i grandi marchi che le piccole realtà artigianali stanno abbracciando queste soluzioni. Brand rinomati hanno sviluppato piattaforme digitali integrate, capaci di combinare l’analisi della pelle con database di prodotti specifici per proporre trattamenti su misura. Allo stesso tempo, molte aziende artigianali utilizzano strumenti digitali per raccontare la propria storia e garantire la qualità made in Italy.

La sfida principale rimane il bilanciamento tra innovazione tecnologica e rispetto della tradizione artigianale. Le aziende italiane devono distinguersi non solo per l’efficienza delle loro tecnologie, ma anche per la capacità di infondere in ogni prodotto il valore della manifattura locale, evitando di essere superate da paesi emergenti con soluzioni a basso costo. Per esempio, piattaforme IA basate su algoritmi predittivi stanno iniziando a integrare anche i feedback dei clienti, offrendo raccomandazioni sempre più accurate e personalizzate.

Sebbene le possibilità di applicazione siano ancora in parte inesplorate, questo settore rappresenta un’opportunità strategica. Gli esperti sottolineano come la sinergia tra IA e cosmesi possa aprire nuovi orizzonti: dai sistemi che monitorano in tempo reale la reazione cutanea ai prodotti, fino all’integrazione di esperienze sensoriali digitali che coinvolgono vista, tatto e olfatto per offrire un’esperienza d’acquisto unica.

Sfide e Opportunità nell’Implementazione dell’IA nella Cosmesi.

Nonostante i numerosi vantaggi, l’implementazione dell’IA nell’industria cosmetica presenta alcune sfide. In ambito cosmetico, uno studio ha rivelato potenziali fonti di bias algoritmico nell’IA (risultato condizionato da input umano soggetto a distorsioni/pregiudizi) evidenziando l’importanza di basare i campi di addestramento delle macchine utilizzate su dati equilibrati e rappresentativi, per evitare discriminazioni ingiustificate, errori e risultati inadeguati. Ancora una volta, anche in questo campo al confine con la fantascienza, alla base di ogni miglioramento c’è la mente umana, la sua capacità di discernimento e di creazione. Ad esempio, durante lo sviluppo di modelli di riconoscimento facciale, l’utilizzo di set di dati sbilanciati può portare a risultati incongruenti e non si può quindi affidare ogni aspetto produttivo e creativo alla tecnologia. I sistemi tecnologici, oggi, in un certo senso imparano e decidono, ma restano comunque il prodotto di applicazioni matematiche generate dall’uomo.

high-definition cameras, analyzing parameters such as hydration, elasticity, the presence of spots or wrinkles, providing real-time personalized suggestions on more suitable products. Augmented reality allows customers to “virtually try on” cosmetics such as lipsticks or eye shadows, simulating the final result with surprising accuracy.

In Italy, both large brands and small artisan businesses are embracing these solutions. Renowned brands have developed integrated digital platforms, capable of combining skin analysis with databases of specific products to offer customized treatments. At the same time, many artisan businesses use digital tools to tell their story and guarantee Made in Italy quality.

The main challenge remains the balance between technological innovation and respect for artisanal tradition. Italian companies must stand out not only for the efficiency of their technologies, but also for their ability to infuse the value of local manufacturing into each product, avoiding being overtaken by emerging countries with lower-cost solutions. For example, AI platforms based on predictive algorithms are starting to integrate customer feedback, offering increasingly accurate and personalized recommendations.

Although the application possibilities are still partly unexplored, this sector represents a strategic opportunity. Experts emphasize how the synergy between AI and cosmetics can open up new horizons: from systems that monitor skin reaction to products in real time, to the integration of digital sensory experiences that involve sight, touch and smell to offer a unique purchasing experience.

Challenges and Opportunities in Implementing AI in Cosmetics.

Despite the many advantages, implementing AI in the cosmetics industry presents some challenges. In the cosmetics field, a study has revealed potential sources of algorithmic bias in AI (result conditioned by human input subject to distortions/prejudices) highlighting the importance of basing the training fields of the machines used on balanced and representative data, to avoid unjustified discrimination, errors and inadequate results. Once again, even in this field bordering on science fiction, the basis of every improvement is the human mind, its ability to discern and create. For example, during the development of facial recognition models, the use of unbalanced data sets can lead to inconsistent results and therefore not every productive and creative aspect can be entrusted to technology. Technological systems, today, in a certain sense learn and decide, but they still remain the product of mathematical applications generated by man.



Le Nuove Frontiere della Cosmesi

L'IA sta rivoluzionando l'industria cosmetica, ottimizzando i processi produttivi e anticipando le tendenze di mercato; nei prossimi anni continuerà a plasmare il settore cosmetico, offrendo opportunità per combinare scientificità e personalizzazione. Grazie all'analisi dei dati sui target, è possibile generare nuove idee, concetti, prodotti e packaging basati direttamente sulle esigenze non ancora soddisfatte dei consumatori, valutandone rapidamente il potenziale e l'impatto sul mercato. Le previsioni saranno sempre più vicine alla realtà permettendo di portare il rischio di errori al minimo.

Si può infine affermare che l'integrazione dell'IA nell'industria cosmetica italiana rappresenterà, per il prossimo decennio, una sinergia tra innovazione tecnologica e tradizione artigianale, che promuoverà l'eccellenza del "Made in Italy" nel mondo.

Beauty Tech per la Cura della Pelle

Uno degli sviluppi più entusiasmanti è l'adozione di tecnologie avanzate per il trattamento della pelle. Strumenti come la luce LED, la radiofrequenza e i laser non invasivi stanno diventando pilastri fondamentali nei saloni di bellezza e nei centri estetici. Questi dispositivi affrontano problemi comuni come rughe, macchie e cicatrici con un'efficacia che un tempo era appannaggio esclusivo delle cliniche mediche e andranno affiancati a prodotti di cosmesi e cura della pelle specifici e completamente nuovi per i mercati, esulando ancora più di quanto accade oggi dall'ambito del Pharma. Lo studio di prodotti specifici per questi trattamenti è destinato a diventare un nuovo settore del mercato della cosmesi sempre più personalizzato.

Entro pochi anni si prevede l'arrivo di dispositivi ancora più compatti e potenti, in grado di offrire trattamenti anti-età di qualità clinica direttamente nei saloni di bellezza. La portabilità e la facilità d'uso di questi strumenti renderanno i trattamenti avanzati accessibili a un pubblico sempre più vasto. Questo cambiamento influenzerà il modo in cui i professionisti della bellezza gestiscono i loro servizi, rendendoli più competitivi e diversificati e stimolando contemporaneamente la richiesta di cosmetici adatti a quei specifici trattamenti, cercando l'equilibrio perfetto fra sostenibile e naturale.

Microbioma e Cosmesi Personalizzata

Un altro settore in rapida evoluzione è lo studio del microbioma cutaneo. Il microbioma è un ecosistema di batteri benefici che vive sulla superficie della pelle e gioca un ruolo cruciale nella sua salute. Recenti ricerche hanno evidenziato come un microbioma equilibrato sia essenziale per prevenire problemi cutanei come l'acne e l'eczema. È un altro ambito in cui l'innovazione tecnologica portata dall'AI sarà fondamentale e permetterà anche ad aziende di piccole e medie dimensioni di creare formule specifiche e personalizzate.

The New Frontiers of Cosmetics

Artificial intelligence is revolutionizing the cosmetics industry, optimizing production processes and anticipating market trends; in the coming years it will continue to shape the cosmetics sector, offering opportunities to combine science and customization. Thanks to the analysis of target data, it is possible to generate new ideas, concepts, products and packaging based directly on the unmet needs of consumers, quickly evaluating their potential and impact on the market. Forecasts will be increasingly closer to reality, allowing the risk of errors to be minimized.

Finally, it can be said that the integration of artificial intelligence in the Italian cosmetics industry will represent, for the next decade, a synergy between technological innovation and artisan tradition, which will promote the excellence of the "Made in Italy" in the world.

Beauty Tech for Skin Care

One of the most exciting developments is the adoption of advanced technologies for skin treatment. Tools such as LED light, radio frequency and non-invasive lasers are becoming fundamental pillars in beauty salons and beauty centers. These devices address common problems such as wrinkles, blemishes and scars with an effectiveness that was once the exclusive prerogative of medical clinics and will be combined with specific and completely new cosmetics and skin care products for the markets, going even further than what happens today in the Pharma sector. The study of specific products for these treatments is destined to become a new sector of the increasingly personalized cosmetics market.

In the next few years, even more compact and powerful devices are expected to arrive, capable of offering clinical-quality anti-aging treatments directly in beauty salons. The portability and ease of use of these tools will make advanced treatments accessible to an increasingly wider audience. This change will influence the way beauty professionals manage their services, making them more competitive and diversified, while simultaneously stimulating the demand for cosmetics suited to those specific treatments, seeking the perfect balance between sustainable and natural.

Microbiome and Personalized Cosmetics

Another rapidly evolving field is the study of the cutaneous microbiome. The microbiome is an ecosystem of beneficial bacteria that lives on the surface of the skin and plays a crucial role in its health. Recent research has highlighted how a balanced microbiome is essential for preventing skin problems such as acne and eczema. This is another area where the technological innovation brought by AI will be fundamental and will also allow small and medium-sized companies to create specific and personalized formulas.

Soluzioni personalizzate

basate sul microbioma

È un campo in cui, grazie all'IA, le aziende cosmetiche stanno già sviluppando prodotti altamente personalizzati che rispettano e rafforzano il microbioma della pelle. In futuro, i consumatori potranno accedere a soluzioni su misura che tengono conto della loro specifica composizione batterica. Questo approccio non solo migliora l'efficacia dei trattamenti, ma apre nuove opportunità per creare un legame diretto e duraturo tra marchi e clienti.

Sostenibilità e Clean Beauty

La sostenibilità è un trend ormai imprescindibile nel settore beauty. I consumatori sono sempre più attenti all'impatto ambientale dei prodotti che acquistano, chiedendo formule cruelty-free, ingredienti naturali e imballaggi biodegradabili. Un esempio concreto è l'utilizzo di imballaggi ricaricabili per i prodotti personalizzati riducendo la quantità di plastica monouso. Inoltre, i fornitori stanno investendo in formule che combinano efficacia e rispetto per l'ambiente, utilizzando ingredienti derivati da colture sostenibili e anche in questo campo la creazione di modelli di IA hanno ampio spazio di applicabilità.

Software di Gestione Avanzati

Un settore spesso trascurato, ma altrettanto rilevante, è quello dei software di gestione per tutto il comparto cosmetico, dalla produzione alla richiesta da parte della distribuzione. Sono strumenti che rappresentano una rivoluzione per l'organizzazione interna di qualunque azienda. I nuovi software, grazie all'IA, possono analizzare i comportamenti dei clienti per prevedere esigenze future, ottimizzare orari e costi del personale, gestire ferie e permessi senza errori, e proporre offerte personalizzate per i clienti. Inoltre, l'integrazione di funzionalità di e-commerce consente di gestire ordini di prodotti direttamente online, migliorando la comodità per i clienti e incrementando le entrate.

Formazione Online e Realtà Virtuale

La formazione continua è essenziale in un settore in costante evoluzione come quello beauty. L'introduzione della Realtà Virtuale (VR) sta aprendo nuove possibilità per i professionisti della bellezza, offrendo corsi interattivi e simulazioni realistiche. Con la VR, i professionisti possono imparare tecniche avanzate senza la necessità di costosi workshop in presenza. La possibilità di praticare in un ambiente virtuale riduce i rischi e aumenta la fiducia degli operatori, migliorando la qualità dei servizi offerti. Nei prossimi anni, la VR potrebbe diventare uno standard per la formazione nell'intero settore.

Si può infine affermare che l'integrazione dell'IA nell'industria cosmetica italiana rappresenterà, per il prossimo decennio, una sinergia tra innovazione tecnologica e tradizione artigianale, che promuoverà l'eccellenza del "Made in Italy" nel mondo.

Personalized solutions

based on the microbiome

It is a field in which, thanks to AI, cosmetic companies are already developing highly personalized products that respect and strengthen the skin microbiome. In the future, consumers will be able to access customized solutions that take into account their specific bacterial composition. This approach not only improves the effectiveness of treatments, but opens up new opportunities to create a direct and lasting bond between brands and customers.

Sustainability and Clean Beauty

Sustainability is now an essential trend in the beauty sector. Consumers are increasingly attentive to the environmental impact of the products they buy, asking for cruelty-free formulas, natural ingredients and biodegradable packaging. A concrete example is the use of refillable packaging for personalized products, reducing the amount of single-use plastic. Furthermore, suppliers are investing in formulas that combine efficacy and respect for the environment, using ingredients derived from sustainable crops and in this field too the creation of artificial intelligence models has ample scope for applicability.

Advanced Management Software

An often overlooked but equally important sector is that of management software for the entire cosmetics sector, from production to distribution requests. These are tools that represent a revolution for the internal organization of any company. The new software, thanks to AI, can analyze customer behavior to predict future needs, optimize staff hours and costs, manage holidays and permits without errors, and propose personalized offers for customers. Furthermore, the integration of e-commerce features allows to manage product orders directly online, improving customer convenience and increasing revenue.

Online Training and Virtual Reality

Continuous training is essential in a constantly evolving sector such as beauty. The introduction of Virtual Reality (VR) is opening up new possibilities for beauty professionals, offering interactive courses and realistic simulations. With VR, professionals can learn advanced techniques without the need for expensive in-person workshops. The possibility of practicing in a virtual environment reduces risks and increases operator confidence, improving the quality of the services offered. In the coming years, VR could become a standard for training across the entire sector. Finally, it can be said that the integration of artificial intelligence in the Italian cosmetics industry will represent, for the next decade, a synergy between technological innovation and artisan tradition, which will promote the excellence of "Made in Italy" in the world.

sustainable innovation



Plantarei®
BIOTECH

biosolutions:
GPI 4Planet™

upcycling:
Upcycled Botanica™

Ingredienti pensati e progettati per dare risposte ad aziende e a consumatori che vogliono ridisegnare il nostro futuro. Ricerca, sviluppo e produzione di principi attivi di origine vegetale, science based, destinati ai mercati del Personal Care e dell'Health Care.



19-20 Novembre 2025
New Venue: Fiera Milano, Rho

Presented by:



KSM-66
Ashwagandha®

WORLD'S BEST ASHWAGANDHA



Making
Cosmetics



in-Vitality



Making
Pack



Look good and feel
good, together

WWW.MAKING-COSMETICS.IT

WWW.IN-VITALITY.IT

*inspire to
create...*



CREATORI DI
COSMESI

*... create to
inspire*

Progettazione, formulazione, produzione e riempimento di prodotti cosmetici.



ROLS SAS - Viale Cesare Cattaneo 30, Vighizzolo di Cantù, Como Italy
Tel. 0039 031 732648 | info@grupporols.it | www.grupporols.it



APPLICAZIONE DELLE GMP
NEL SETTORE COSMETICO



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO

COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

• LA FIERA LEADER
MONDIALE PER L'INTERA
INDUSTRIA DELLA
COSMETICA E DELLA
BELLEZZA PROFESSIONALE

• **BOLOGNA**
QUARTIERE FIERISTICO

• **20 - 22 MARZO 2025**

• COSMOPACK

• COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

• **20 - 23 MARZO 2025**

• COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

• COSMOPROF.COM

Organizzato da
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.
info@cosmoprof.it

Heads Collective

Un evento di



In collaborazione con



Con il supporto di

madeinitaly.gov.it



A new world for beauty

Bologna, Hong Kong,
Las Vegas, Mumbai,
Bangkok, Miami

pag 17

We fill the form we seal the contents



COMPLETE PACKAGING LINES

- TUBE FILLING MACHINES
- MASCARA FILLING MACHINES
- TURBOEMULSIFIERS
- CARTONING MACHINES
- WRAPPING MACHINES
- CASE PACKERS
- JARS-BOTTLES FILLING MACHINES



TGM - TECNOMACHINES s.r.l.

Via delle Industrie, 104 - 24059 URGNANO (BG) Italy - Tel. +39 035 893135 - Fax +39 035 893151
www.tgm.it - info@tgm.it



L'unico software di gestione progetti creato per le
aziende cosmetiche

**Scopri come ottenere un
vantaggio competitivo
gestendo al meglio la
pianificazione e il flusso di
informazioni durante lo
sviluppo dei tuoi progetti
cosmetici.**

un prodotto di

GMCE

GMCE Software Consultant
Via Kolbe 5 - 26010 Offanengo (CR) - Italy
(+39) 0373 780788 | webrief.eu | sales@gmce.eu

**AGGIUNGI SABBIA
ALLA TUA
CLESSIDRA**



Anche a te capita
di non avere
**ABBASTANZA
TEMPO O SPAZIO?**

Non trovi la
STRATEGIA GIUSTA?



KIALAB - Il laboratorio in cui puoi creare con noi
Consulenza in R&D, marketing strategico e regulatory
Scopri i nostri servizi: www.kialab.it/cosmetic-services

DALLA RICERCA ALLA PRODUZIONE CONTO TERZI



COSMOPHARMAC S.r.l. - Viale Umbria 102/104 - 20089 Rozzano (MI) Italy
+39 02 57512135 - info@cosmopharmac.com

*Ricerca innovativa,
collaborazione strategica
con istituti universitari.*

*Esperienza, competenza,
affidabilità, qualità e
flessibilità.*

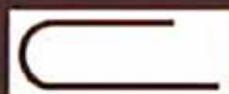
*Ricerca, produzione, riempi-
mento e confezionamento esclusi-
vamente conto terzi protettivi
solari, trattamenti viso e corpo,
cosmetica funzionale, toiletries,
alcolici, aerosol e polveri.*

*Innovative research,
strategic cooperations
with Universities.*

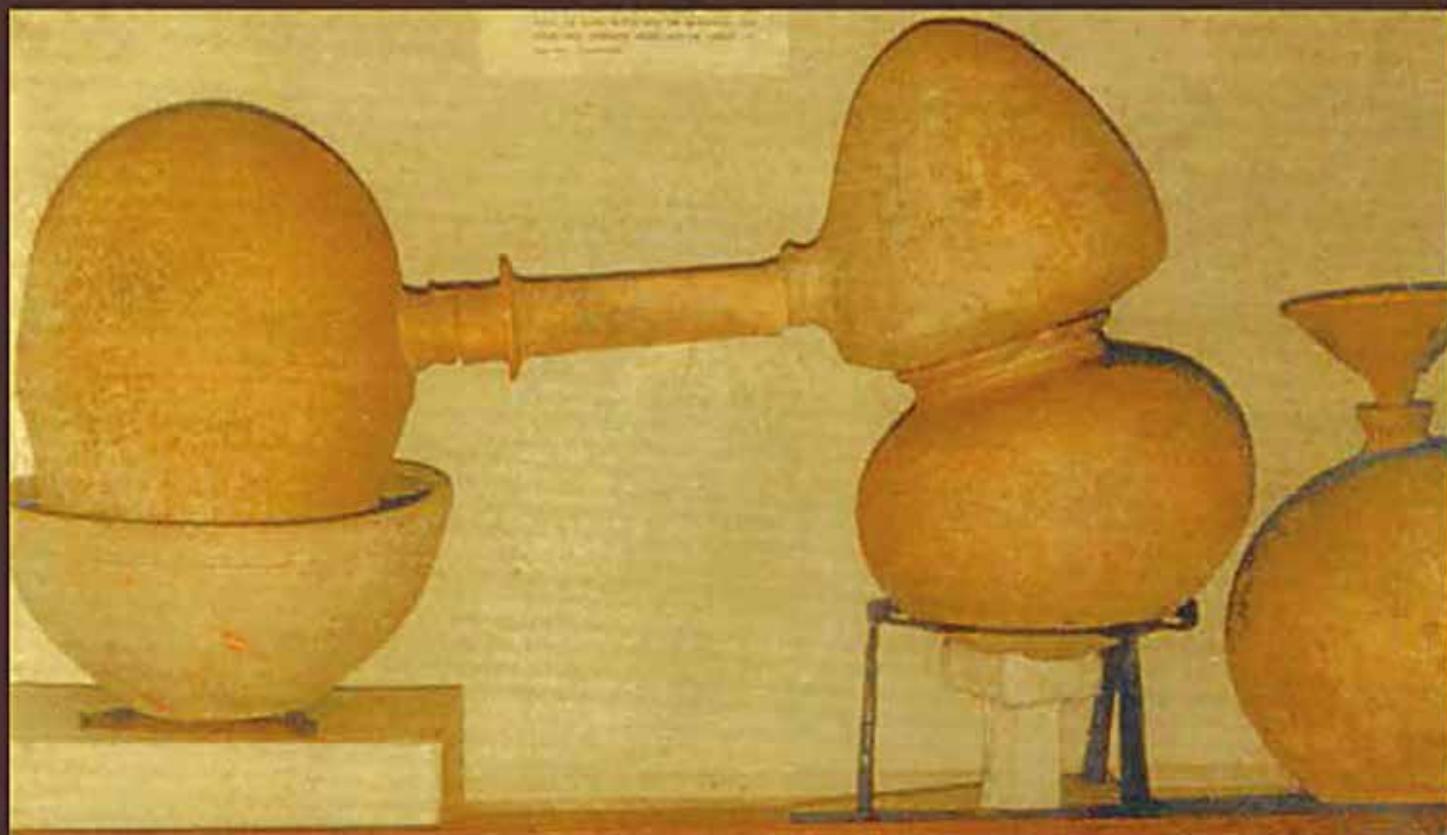
*Experience, skills,
reliability,
quality and flexibility.*

*Research, production, filling &
assembling for private label
only. Sun care, face & body
skin care, functional cosmetic,
toiletries, alcohol formulas and
powders.*

www.cosmopharmac.com



com.es s.r.l.



oli essenziali - sinergie - estratti
fragranze per profumeria e cosmetica
specialità floreali - colori

com.es s.r.l.
via piemonte, 20/a - 20070 vizzolo predabissi - milano
telefono 02/9837674 - info@comesfragrance.it



BEHIND
**GREAT
SATISFACTION**
ARE ALWAYS
**GREAT
RAW
MATERIALS**

MODIFICATORI REOLOGICI PER LA FASE ACQUA/
OLIO - ATTIVI ED ESTRATTI DI ORIGINE NATURALE,
SINTETICA E BIOTECNOLOGICA - SALI MINERALI
- FOSFATI - CONSERVANTI - CERE - SPECIALITÀ
SENSORIALI, FUNZIONALI - OLI E BURRI
CONVENZIONALI E BIOLOGICI - COLORI E LACCHE
- REFERENZE COSMOS - EMULSIONANTI - ESTERI -
ORAL CARE - FRAGRANZE DEL NOSTRO LABORATORIO
SENSORIALE "FARA EMOTIONS"

Le materie prime distribuite da Faravelli ti aiutano
a raggiungere la formulazione cosmetica perfetta,
proprio quella che stai cercando: performante, sicura,
sensoriale, sostenibile.

La formula che rende ogni cliente soddisfatto e felice.

*"Accompagniamo con competenza globale e sensibilità locale i nostri partner verso scelte innovative,
per formulare il futuro con ingredienti e soluzioni affidabili e sostenibili".*

 **FARAVELLI**
THE BEST INGREDIENT



DISCOS

Monodose, full of care

L'AVANGUARDIA DELLA COSMESI

Un gioiello può impreziosire
ma la vera bellezza sta nella forma.
È perfetto per ogni formula:
creme, sieri e soluzioni innovative.
Un piccolo formato che racchiude
infinite possibilità, trasformando ogni gesto
in un'esperienza di stile e funzionalità.



info@discos.it · www.discos.it

beauty-online

cosmetic manufactures guide & portal

Beauty-online.it:

il portale della filiera dell'industria cosmetica

Stai leggendo Guida acquisti dell'industria cosmetica perchè sei un operatore e sei interessato a comunicare con i protagonisti del settore.

Pianifica la tua campagna pubblicitaria con beauty-online.it: Banner adv, intervista, redazionale...

Scrivi a:

mediasec@beauty-online.it

Non solo click...

*ma permanenza di lettura
da parte di target qualificati:
i protagonisti della filiera
dell'industria cosmetica.*

Beauty-online.it:

the portal of the cosmetics industry supply chain

You are reading Cosmetics Industry Purchasing Guide because you are an operator and you are interested in communicating with the protagonists of the sector.

Plan your advertising campaign with beauty-online.it: Banner adv, interview, editorial...

Write to:

mediasec@beauty-online.it

Not just clicks...

*but permanence of reading
by qualified targets:
the protagonists
of the cosmetics industry supply chain.*



Logos Tre Magenta srl
www.logostre.com

Servizi informatici, realizzazione reti LAN, fornitura hardware e software, registratori di cassa, fornitura e assistenza software gestionale, PC e notebook per smartworking, stampanti, arredamento per ufficio.