



Via Accademia, 33
20131 Milano
C.F. 05901970151

Ufficio Stampa Cosmetica Italia

Benedetta Boni

tel.: (+39) 02.281773.48

333.8785084

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Mariachiara Silleni

tel.: (+39) 02.281773.47

344.1107620

mariachiara.silleni@cosmeticaitalia.it

cosmeticaitalia.it

NOTA STAMPA

UNA CENA DI GALA ESCLUSIVA PER I 50 ANNI DI COSMETICA ITALIA

Milano, 29 giugno 2017 – Si è tenuta ieri sera, nella cornice dell'Unicredit Pavilion, in Piazza Gae Aulenti a Milano, la **cena di gala privata per festeggiare i 50 anni dell'associazione nazionale delle imprese cosmetiche (1967/2017)**.

La serata si è aperta con un aperitivo nel *foyer* della *location*, durante il quale gli ospiti hanno potuto vedere all'opera l'**artista Natalie Irish**, che ha terminato *live* la **tela realizzata appositamente per l'anniversario di Cosmetica Italia**, con la sua tecnica singolare, che consiste nel baciare la tela con le labbra truccate di rossetto.

Sempre durante l'aperitivo, un *team* di professionisti di Camera Italiana dell'Acconciatura e di *make-up artist* de La forza e il sorriso Onlus ha preparato, di fronte agli ospiti, **cinque modelle**, che hanno poi aperto la seconda parte dell'evento con una **sfilata che ha ripercorso gli stili e le tendenze della moda e del beauty dagli anni '60 a oggi**.

Ospite d'eccezione è stato il comico e attore Raul Cremona che - al fianco del **presidente di Cosmetica Italia, Fabio Rossello** - ha accompagnato gli ospiti attraverso le diverse fasi dell'evento e ha regalato loro un momento di divertimento, con un *one-man-show*.

Cosmetica Italia ha deciso di donare la tela realizzata da Natalie Irish a **La forza e il sorriso Onlus**, rappresentata dalla presidente **Anna Segatti**. L'opera verrà poi battuta all'asta al fine di raccogliere fondi a favore del progetto che organizza laboratori di bellezza gratuiti per donne in trattamento oncologico.

«Dal 1967 è cambiato tutto – **ha commentato Fabio Rossello**, nel corso della serata – È cambiato il mercato, sono cambiati i consumatori, sono cambiati i canali di vendita e le abitudini di acquisto. Solo una cosa è rimasta intatta nel tempo: la **capacità del mondo della cosmesi di lasciare il segno nella vita degli italiani**, con la sua varietà di prodotti e con la professionalità dei suoi addetti ai lavori. Ecco perché abbiamo scelto proprio il tema del "lasciare il segno" come *fil rouge* delle iniziative che ci hanno accompagnato e continueranno ad accompagnarci per tutto il 2017».