



Team Palm S.p.A. SB con Margherita Ferretti, community manager di B Lab Italy e Alessandra Ciccosto Consulente senior, Manager e Docente in Marketing e Comunicazione.



Lo stand di Palm S.p.A. SB a Cosmoprof, realizzato con arredi in legno firmati Palm Design. L'azienda viadanesa non ha voluto mancare ad uno degli appuntamenti più importanti a livello internazionale per il settore beauty e cosmetico

# Palm S.p.A. SB porta il pallet al centro della scena: a Cosmoprof Bologna 2026 tra prodotto, cultura e dialogo

*Dalla supply chain invisibile alla cultura d'impresa: Palm trasforma la propria presenza in fiera in un'esperienza di confronto internazionale, tra packaging rigenerativo e visione B Corp*

**BOLOGNA/VIADANA** Palm S.p.A. Società Benefit ha partecipato come espositore a Cosmoprof Bologna 2026, uno degli appuntamenti più importanti a livello internazionale per il settore beauty e cosmetico. Una presenza che ha rappresentato molto più di una semplice esposizione di prodotto: è stata un'occasione concreta per portare alla luce il valore del pallet in legno, troppo spesso invisibile all'interno della catena di fornitura, e per raccontare un modello d'impresa capace di generare cultura.

Da sempre impegnata come azienda certificata B Corp e Società Benefit, Palm ha colto questa opportunità per condividere la propria visione: **fare impresa in modo responsabile**, creando valore non solo economico ma anche sociale e ambientale. In questo contesto, il pallet diventa simbolo di un cambiamento più ampio, che riguarda il modo in cui progettiamo, produciamo e collaboriamo lungo tutta la filiera.

Accanto al prodotto, Palm ha portato in fiera i "Palm Talks", un format che rappresenta una naturale estensione della propria identità. Replicarlo fuori dagli spazi aziendali e inserirlo in un contesto dinamico e internazionale come Cosmoprof ha segnato un passaggio coerente e significativo: **aprire il dialogo, contaminarsi** e contribuire attivamente alla diffusione di nuove idee.

Per Palm, infatti, **"fare cultura"** non è un'attività occasionale, ma una pratica quotidiana. Questo approccio prende forma nella **Palm Academy**, uno spazio dedicato alla condivisione di idee, visioni ed esperienze, in cui clienti, partner e stakeholder vengono coinvolti in percorsi di formazione ed eventi orientati a promuovere un modello d'impresa più consapevole e proiettato al futuro.



Durante i Palm Talks a Cosmoprof, i temi affrontati hanno spaziato dal packaging rigenerativo alla presentazione della business unit dedicata ai settori Beauty e Pharma, fino al ruolo della natura come guida nelle decisioni responsabili all'interno della governance aziendale. Un confronto aperto e multidisciplinare che ha visto la partecipazione di più relatori quali **Alessandra Ciccosto, Alessio Alberini e Paolo Braguzzi**.

Tra i momenti più significativi, la presentazione delle **"B Corp del Packaging"**: un insieme di aziende certificate che collaborano per ripensare il modo in cui il packaging viene progettato e comunicato lungo tutta la filiera, dal primario al terziario. Un esempio concreto di interdipendenza, in cui la collaborazione diventa leva di trasformazione per l'intero settore. L'idea di creare questo gruppo è nata proprio a Cosmoprof nel 2025, da un confronto spontaneo tra realtà



Foto in alto: lee aziende B Corp del Packaging  
Foto a sinistra: Andrea Barzoni Resp. Impact di Palm S.p.A. SB o Paolo Braguzzi amministratore indipendente e autore

accomunate dagli stessi valori. A distanza di un anno, quel confronto si è trasformato in un progetto concreto che oggi coinvolge 10 aziende sul territorio nazionale, unite dalla volontà di costruire un nuovo paradigma nel mondo del packaging. L'obiettivo condiviso è chiaro: ridurre gli sprechi, rendere le filiere più trasparenti e progettare soluzioni che abbiano un impatto minore fin dalla loro origine. Un cambio di paradigma che richiede visione, responsabilità e capacità di lavorare insieme.

Per Palm, la partecipazione a Cosmoprof si è rivelata un'esperienza estremamente positiva: un'occasione per intercettare nuovi trend, rafforzare il dialogo con i clienti e aprirsi a nuove relazioni. Ma soprattutto, un momento per ribadire che anche un pallet può diventare veicolo di cultura e innovazione, se inserito in una visione d'impresa che guarda al futuro.