

La profumeria si conferma secondo canale di vendita per il beauty in Italia. L'eco-luxury è il nuovo must

a pagina 3

Bio

& CONSUMI
green lifestyle



LABORATORIO NATURALE
Sviluppo prodotti a marchio certificati BIO

Cura persona • Cura casa • Cura animali

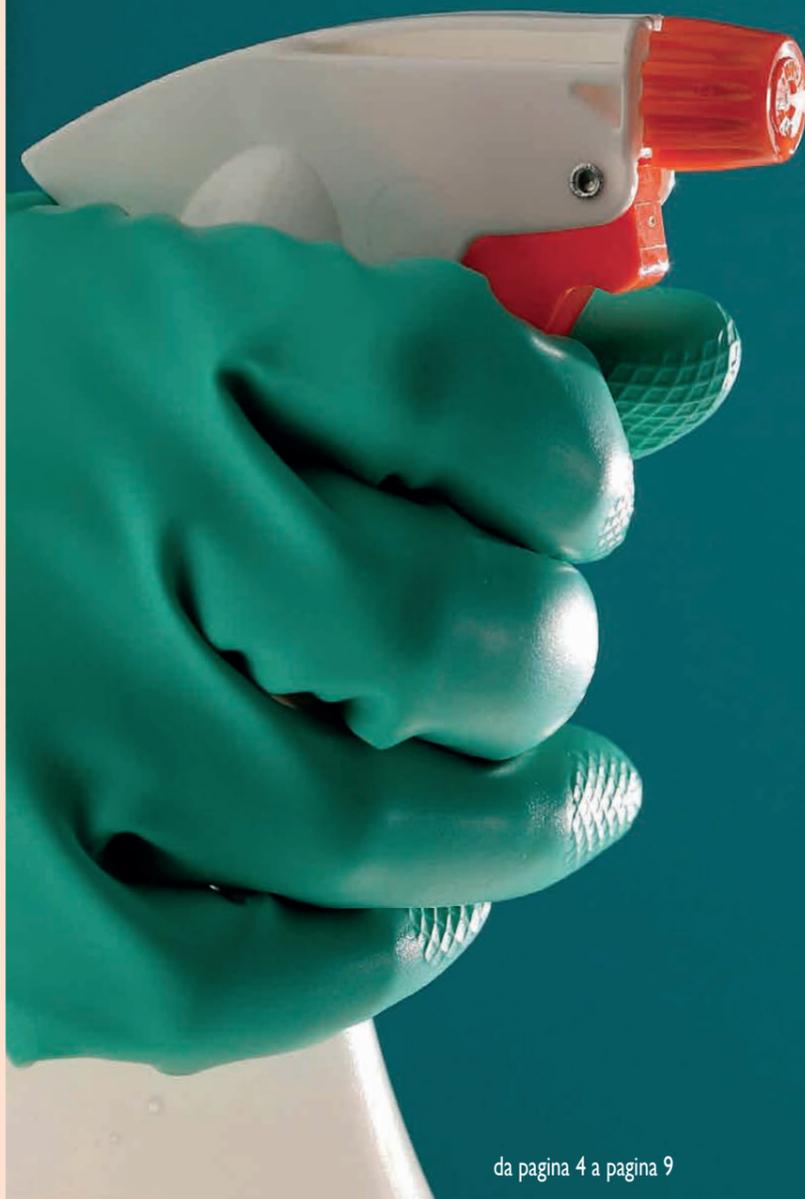
www.labnatu.com • tel: +39 0523956763

PAOLO CAMPAGNOLI
RESP. SVILUPPO PRIVATE LABEL
pcampagnoli@zecagroup.com
tel: +39 3357017755

SPECIALE DETERGENZA

IL FUTURO È GREEN

La sostenibilità è oggi uno stile di vita abbracciato da un numero crescente di consumatori. Una rivoluzione fatta di piccoli gesti concreti. Più importanti di quanto possano spesso apparire.



da pagina 4 a pagina 9

LA RIVOLUZIONE SOSTENIBILE

Mapa Spontex lancia la nuova linea di detersivi YOU. Soluzioni health ed eco-friendly all'insegna della massima innovazione. Senza rinunciare a efficacia pulente e a un tocco di colore.

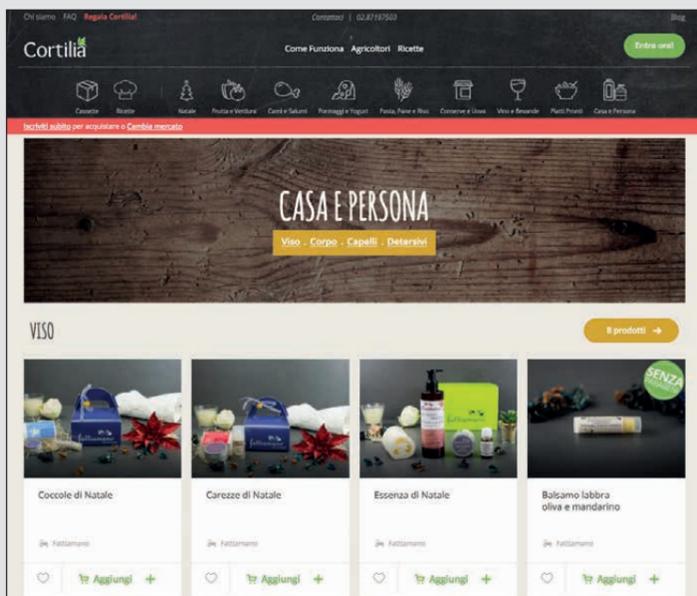
a pagina 7

SCHEDE PRODOTTO

In passerella le novità da mettere a scaffale

a pagina 11

La pulizia della casa debutta su Cortilia



I prodotti per la pulizia della casa si comprano anche su Cortilia. La piattaforma nata nel 2012 per l'acquisto online di prodotti agroalimentari dagli agricoltori e dagli allevatori locali ha lanciato infatti una nuova gamma di detergenti completamente biodegradabili, che promettono una casa pulita e profumata, senza trascurare l'impatto sull'ambiente e rispettando le linee guida del mercato agricolo online fondato da Marco Porcaro. Realizzati nel totale rispetto dell'ambiente, tutti i detergenti sono infatti completamente biodegradabili, grazie a formulazioni di origine vegetale e naturale. La gamma si declina in una serie di prodotti per diversi usi, dalla pulizia dei piatti ai detergenti per lavatri-

ce e lavastoviglie, senza dimenticare sgrassatori e lavapavimenti. Il detergente ecologico per i piatti si caratterizza per un delicato profumo di olio essenziale al limone e si basa su una formula di origine vegetale, altamente biodegradabile, appositamente ideata per il lavaggio dei piatti a mano ed efficace anche in una piccola dose. Per chi invece preferisce utilizzare la lavastoviglie, su Cortilia sono disponibili speciali pastiglie che puliscono a fondo ed eliminano i cattivi odori. Grazie alla presenza di sodio citrato, le pastiglie contrastano in modo naturale la formazione del calcare, mentre i tensioattivi vegetali e naturali consentono di lavare in maniera ottimale già alle basse temperature,

con notevole risparmio energetico. Alla nuova gamma pulizia appartiene anche un particolare ammorbidente ecologico e ipoallergenico che, oltre a rendere morbidi e soffici i capi più delicati, è amico dell'ambiente e, grazie alle sostanze lipidiche vegetali di cui è ricco, è adatto anche ai bambini e a chi ha una pelle particolarmente sensibile. In vendita ora su Cortilia anche lo sgrassatore ecologico universale arricchito da oli essenziali agli agrumi, adatto a quasi tutte le superfici domestiche. Tutti questi prodotti sono già disponibili e possono essere acquistati online sul sito www.cortilia.it o tramite l'app gratuita per Android e iOS.

In forte crescita l'export cosmetico italiano verso l'Asia. Hong Kong grande protagonista

Prosegue incessante la crescita dell'export cosmetico made in Italy verso l'Asia. Una dinamica fortemente positiva che s'inserisce all'interno del più generale incremento segnato dalle esportazioni da parte del settore a livello mondiale. I prodotti italiani del beauty che hanno oltrepassato i confini nazionali nel 2015 hanno superato in valore i 3.810 milioni di euro, registrando così un +14,2% sui precedenti 12 mesi. E nel suo complesso, l'export cosmetico italiano verso i mercati asiatici nel 2015 è stato di oltre 705 milioni di euro, con un significativo +19% rispetto al 2014. È stato in particolare Hong Kong il primo mercato di sbocco nell'Asia centro-orientale, con un valore di 148 milioni di euro e segnando un +32% rispetto all'esercizio precedente. Di questa quota, oltre 68 milioni di euro sono legati alla profumeria alcolica e quasi 66 milioni di euro ai prodotti per il corpo. Meno importanti in termini di business, con soli 4,8 milioni di euro, ma interessanti per la dinamica evolutiva che stanno sviluppando, sono i prodotti per il trucco: a valore, vendite quadruplicate tra 2014 e 2015. "La costante attenzione delle aziende italiane ai bisogni dei consumatori internazionali ha consentito alle nostre esportazioni verso l'Asia, e quindi verso Hong Kong, di mantenere un segno ampiamente positivo", ha sottolineato in occasione dell'ultima edizione di Cosmoprof Asia, lo scorso novembre, il presidente di Cosmetics Italia, Fabio Rossello. "La nostra associazione sostiene l'internazionalizzazione delle imprese monitorando e analizzando l'evoluzione dei gusti e delle scelte dei consumatori, considerando le peculiarità nei diversi mercati: basti pensare alla consistente richiesta di profumeria alcolica da parte di Hong Kong, un mercato selettivo che riconosce la qualità e l'efficacia di servizio dell'offerta italiana, che ricopre oltre il 46% delle esportazioni dall'Italia". Da segnalare, in merito proprio a quest'ultimo dato, l'eccezionalità del contesto: in media, l'export italiano di profumeria alcolica verso i mercati esteri rappresenta, infatti, il 24% delle esportazioni totali.

Lavera e Ahava: mani più belle grazie alla forza della natura



La potenza della natura nel palmo delle mani. Sono basate su efficaci ingredienti 100% naturali le soluzioni cosmetiche per la cura delle mani proposte dai marchi Lavera e Ahava, al servizio di mani sane, protette e giovani. Nel dettaglio, il Trattamento Sos morbidezza e protezione di Lavera si basa su formule bio certificate in cui sono presenti olio di noce di macadamia bio, burro di karité bio e un complesso a base di burro di karité bio, olio di mandorle bio e burro di cacao. Naturale, 100% bio, e con certificati Natrue e Vegan, questo trattamento per mani morbide e vellutate, nutrite e riparate è in vendita nel formato 50 ml da Esselunga e nel circuito NaturaSi. Si basa invece su ricco fango del Mar Morto la crema mani Dermud Intensive firmata Ahava, realizzata con una serie di estratti naturali per dire addio a mani secche e screpolate, e disponibile in tubo da 100 ml presso La Rinascente, Tigotà e nelle migliori farmacie.

Maressentia: mani protette grazie alla Posidonia oceanica

Il marchio italiano Maressentia, che si caratterizza per l'attenzione alla biodiversità, ha messo a punto un'intera gamma di soluzioni cosmetiche basate sulla Posidonia oceanica, una pianta acquatica che si trova nei fondali delle Isole Egadi. Tra i prodotti della linea Posidonia si segnala in particolare la crema mani anti-età protettiva e schiarente, basata su una formula che abbina alla Posidonia oceanica delle Isole Egadi pregiati estratti vegetali e principi attivi dall'azione antiossidante, idratante, nutriente e tonificante. Il prodotto è certificato dall'istituto Icea, che si occupa di certificazione etica e ambientale, e costituisce un trattamento anti-età realizzato per restituire morbidezza e luminosità alle mani. Usata regolarmente, previene e corregge gli squilibri della pigmentazione, uniformando l'incarnato. Nel dettaglio, la formula comprende, oltre all'estratto di Posidonia oceanica delle Isole Egadi con proprietà antiossidante, rigenerante della matrice dermica, anti-età e anti-macchie, anche l'acido salicilico, che esfolia gli accumuli di melanina sulla superficie della pelle, uniformandone il colorito, e l'acido ialuronico, che mantiene tonici i tessuti, garantisce un'ottima idratazione cutanea, dona elasticità e morbidezza. Tra gli ingredienti ci sono poi l'acqua di calendula, che accelera il turnover epidermico e favorisce la sintesi di collagene, l'acqua di fiori d'arancio, tonificante, lenitiva, rigenerante e anti-età, l'estratto di limone, dalle proprietà purificanti, schiarenti e anti-età, l'olio di vinaccioli, che contrasta i radicali liberi e lo stress ossidativo, e il biossido di titanio, che costituisce uno schermo fisico contro i raggi UV, aiutando a rendere meno evidenti le piccole rughe e le imperfezioni grazie al suo potere riflettente.



La crema è da applicare al mattino e più volte nel corso della giornata, secondo necessità, e può essere anche utilizzata come maschera, stendendone un generoso strato e lasciandola agire per 20 minuti. Per un trattamento intensivo è possibile applicare la crema sulle mani, proteggerle con guanti in cotone e lasciare in posa per tutta la notte.

Della linea Posidonia, gamma completa di cosmetici per il viso e per il corpo disponibile nelle erboristerie, parafarmacie e farmacie, fanno parte anche l'emulsione schiarente, la maschera esfoliante e la maschera illuminante, tutti prodotti dermatologicamente testati e sottoposti a test di efficacia presso l'Ispe (Institute of skin and product evaluation). La raccolta della Posidonia oceanica delle Isole Egadi, che dà il nome all'intera gamma, avviene nel pieno rispetto dell'ambiente: per la produzione dell'estratto utilizzato nei prodotti Maressentia si utilizzano solo foglie ancora verdi, appena spiaggiate, che derivano da defogliazione naturale, raccolte su costa rocciosa, d'intesa con l'area marina protetta delle Isole Egadi, secondo un protocollo stabilito in conformità alle linee guida ministeriali. L'immediata selezione e lavorazione avviene poi in loco, a Trapani, presso l'istituto di Biologia marina del Consorzio universitario della provincia di Trapani, Università di Palermo.

I prodotti del marchio Maressentia si caratterizzano per essere nickel tested, privi di ingredienti animali o di origine animale, non testati su animali e privi di parabeni, coloranti artificiali, siliconi e oli minerali e cessori di formaldeide. Italiani al 100%, utilizzano solo emulsionanti di origine naturale, oli vegetali, tensioattivi di origine vegetale e conservanti green.

Cifo presenta due nuovi prodotti bio per la cura delle piante



La linea biologica Barriera Naturale di Cifo si arricchisce di due nuovi prodotti, nati dalla continua ricerca dei laboratori dell'azienda, impegnata da oltre 50 anni nell'home&garden e nell'agricoltura professionale e orientata alla divulgazione di metodologie eco-compatibili. Le due novità sono il sapone molle e l'olio di lino, due soluzioni che aiutano a prevenire e combattere le infestazioni su colture orticole, piante aromatiche e da frutto, ma anche su floreali e ornamentali. Applicati direttamente sulle foglie, agiscono sugli insetti per contatto (sia sulle forme giovanili, sia su quelle adulte) ed essendo 100% naturali non lasciano residui, rendendo così possibile il consumo immediato di frutta e ortaggi senza dover rispettare alcun tempo di carenza. Nello specifico, il sapone molle è un formulato biologico efficace in particolare contro afidi e ragnetti. Ha inoltre un effetto pulente naturale, andando a lavare le piante imbrattate da melata o fumaggini prodotte da insetti. L'olio di lino, invece, è un olio vegetale per uso botanico, adatto in particolare modo per combattere le cocciniglie. Micro emulsionato e velocemente solubile in acqua, forma un velo uniforme sulle superfici trattate e aiuta a potenziare la resistenza delle piante. È disponibile anche nella versione "pronto uso", già diluito.

I due nuovi prodotti si aggiungono ai primi nati della linea Barriera Naturale di Cifo: Cifo Blok, che attraverso estratti vegetali di Echinacea, Tormentilla e Aloe, sali minerali, aminoacidi, zuccheri e sostanze nutritive, fortifica la pianta e ne favorisce la fioritura, e Propoli Cifo, una soluzione in grado di stimolare nella pianta le difese naturali nei confronti di insetti, funghi, batteri e virus, oltre a favorire la cicatrizzazione delle ferite causate da potature, eventi atmosferici o attacchi parassitari e stimolare i processi di impollinazione e la formazione dei frutticini.

TREND & MARKET

La profumeria si conferma secondo canale di vendita per il beauty in Italia. L'eco-luxury è il nuovo must



Dopo la Grande distribuzione, nel 2015 la profumeria è rimasta il secondo canale di vendita in Italia per il comparto con un valore di 1.964 milioni di euro, pari al 19,9% dei consumi. Lo attestano le rilevazioni del Centro Studi di Cosmetica Italia che, in collaborazione con Accademia del Profumo, ha presentato un approfondimento su questo importante contesto commerciale. La ripartizione delle vendite nell'ambito evidenzia che i prodotti di profumeria alcolica restano la categoria più venduta (pari al 38%), seguita dai prodotti per il viso (20%) e, solo a maggiore distanza, dalle altre tipologie, tra cui i prodotti per il trucco del viso (9%). Ed è stata proprio la prima tipologia di referenze a segnare nel 2015 un'annata positiva, caratterizzata da una crescita del 2,6% rispetto al dato registrato nell'esercizio precedente e per un valore di 1.039,9 milioni di euro. Analizzando le statistiche di categoria più nello specifico, la profumeria di nicchia ha inciso per

circa il 12,5% (pari a 130 milioni di euro) sul totale. "Nei primi dieci mesi del 2016, in Italia sono state lanciate 183 fragranze (+4,6% rispetto al 2015, ndr)", sottolinea Gian Andrea Positano, responsabile del Centro Studi di Cosmetica Italia. "Tra queste, in oltre il 90% dei casi si è trattato di nuovi lanci prodotto: in particolare, assistiamo a una crescita dei profumi da donna (+28,1%), pari a 128 fragranze sul totale".

Un'analisi firmata dal sito Beautystreams.com segnala, inoltre, alcuni dei più recenti trend legati al mondo del profumo. Nello specifico, il 2016 ha visto l'industria delle fragranze caratterizzata da tre leitmotiv principali. Il primo: la rosa, ingrediente tradizionale della profumeria internazionale che specialmente negli scorsi 12 mesi è stato incluso all'interno di diverse nuove fragranze e prodotti skincare. Il secondo ingrediente è stato il patchouli, un altro classico, che ha caratterizzato diverse referenze

innovative. Il terzo leitmotiv è più esotico e proviene dalle isole caraibiche con fiori, design e colori che ricordano la vivacità di queste location.

Dalla profumeria di nicchia, il trend più interessante ha riguardato i profumi per capelli come rituale olfattivo. In altri casi, la personalizzazione dei profumi è stata influenzata dalla filosofia orientale con fragranze in linea con i cinque elementi cinesi: acqua, legno, terra, fuoco e metallo. Guardando al futuro, infine, la nuova parola chiave è: eco-luxury. Il riferimento rimanda a quei prodotti di lusso con ingredienti organici ed eco-sostenibili. E proprio il tema della sostenibilità a rappresentare ormai un elemento così importante tale da non configurarsi più solamente come una semplice tendenza, ma un vero e proprio must. La domanda su come tradurre l'eco-luxury all'interno di un profumo rappresenta ora la vera nuova sfida per le fragranze del futuro.

Mezzo secolo di Cosmetica Italia

L'associazione di categoria taglia nel 2017 lo storico traguardo dei primi 50 anni. In agenda, un calendario ricco di appuntamenti. Per festeggiare con associati, partner e consumatori.

Cosmetica Italia compie 50 anni. Il 2017 sancisce il raggiungimento di uno storico traguardo per l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche, che dal 1967 rappresenta un punto di riferimento imprescindibile tanto per le aziende del settore, quanto per le istituzioni. In questi prossimi 12 mesi sono molti gli appuntamenti che si susseguiranno in calendario per celebrare un anno davvero speciale. C'è infatti la volontà di dare risalto a quello che è il segno lasciato in ambito economico, sociale e culturale nella storia del Bel Paese da Cosmetica Italia. "I 50 anni di Cosmetica Italia raccontano innanzitutto la storia di aziende, spesso di piccole e medie dimensioni e giunte ormai al terzo o quarto passaggio generazionale, che sono l'archetipo virtuoso dell'imprenditoria italiana", sottolinea il presidente dell'associazione, Fabio



Rossello (in foto). "Questi cinque decenni sono stati caratterizzati da profonde evoluzioni del contesto, che hanno portato cambiamenti nelle categorie di prodotto, nei canali di vendita e nelle fiere. La nostra associazione è cresciuta nel tempo, si è inserita nel contesto internazionale rappresentato da Cosmetics Europe ed è diventata parte della classe dirigente del sistema economico del nostro Paese". Quello appena passato, si è caratterizzato per Cosmetica Italia come mezzo secolo di storia vissuto a tu per tu con i suoi interlocutori, a diretto contatto e in maniera sempre realmente concreta. "Siamo così riusciti nel tempo ad abbracciare la necessità del cambiamento, fondamentale per tutte le associazioni di categoria", evidenzia Rossello. Per festeggiare i suoi primi 50 anni, Cosmetica Italia ha progettato un calendario ricco

di appuntamenti, che coinvolgeranno nel corso di tutto il 2017 associati, partner e consumatori. Debutto a marzo, quando l'associazione sarà ancora una volta a fianco di BolognaFiere in occasione di Cosmoprof Worldwide Bologna, la fiera leader mondiale per l'industria della bellezza. In agenda, poi, a giugno, l'annuale assemblea degli associati, che segnerà la conclusione del secondo mandato dell'attuale numero uno Fabio Rossello, con la conseguente nomina del suo successore, e culminerà in una serata esclusiva dalla veste inedita. A Roma, infine, Cosmetica Italia incontrerà a novembre le istituzioni e gli stakeholder, per continuare il percorso intrapreso finora e progettare, insieme, nuove opportunità di crescita. Tre grandi eventi, installazioni interattive e un nuovo modo di raccontarsi, che saranno pubblicizzati anche attraverso i social network, con l'obiettivo di generare sempre maggiore cultura di settore e di prodotto.



Il futuro è green

La sostenibilità è oggi uno stile di vita abbracciato da un numero crescente di consumatori. Una rivoluzione fatta di piccoli gesti concreti. Più importanti di quanto possano spesso apparire.



La sostenibilità fa oggi sempre più parte della vita degli italiani. Il dato si palesa in molteplici forme e si applica davvero a ogni contesto del vivere quotidiano. Due su tre tra gli abitanti del Bel Paese, ovvero 31 milioni circa di persone (62%), si dichiarano fortemente interessati ad adottare comportamenti virtuosi fuori e dentro le mura domestiche. Dalla raccolta differenziata alla scelta di prodotti naturali, bio e biodegradabili, gli italiani sono sempre più disposti a spendere maggiormente, per avere servizi e beni di consumo sostenibili, per ogni genere d'impiego: dai cibi ai cosmetici, fino ai detersivi stessi per la casa. Li spinge un'attenzione sempre più cosciente verso la necessità di una tutela dell'ambiente, ma anche della propria e dell'altrui salute.

A confermare l'avanzare della rivoluzione green in Italia sono anche i risultati del secondo Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile. Un'indagine qualitativa realizzata nel 2016, condotta congiuntamente da LifeGate e dall'Istituto di ricerca sociale, economica e di opinione Eumetra Monterosa, in collaborazione con i main sponsor Coop Lombardia, Ricola e Unipol Gruppo. Lo studio, condotto su un campione di 1.000 intervistati, uomini e donne maggiorenni, prende in esame la percezione e il comportamento degli italiani in relazione alle diverse declinazioni del vivere green. E, sempre più, si rivela l'evidenza dell'equazione: "Più sostenibilità, più qualità della vita".

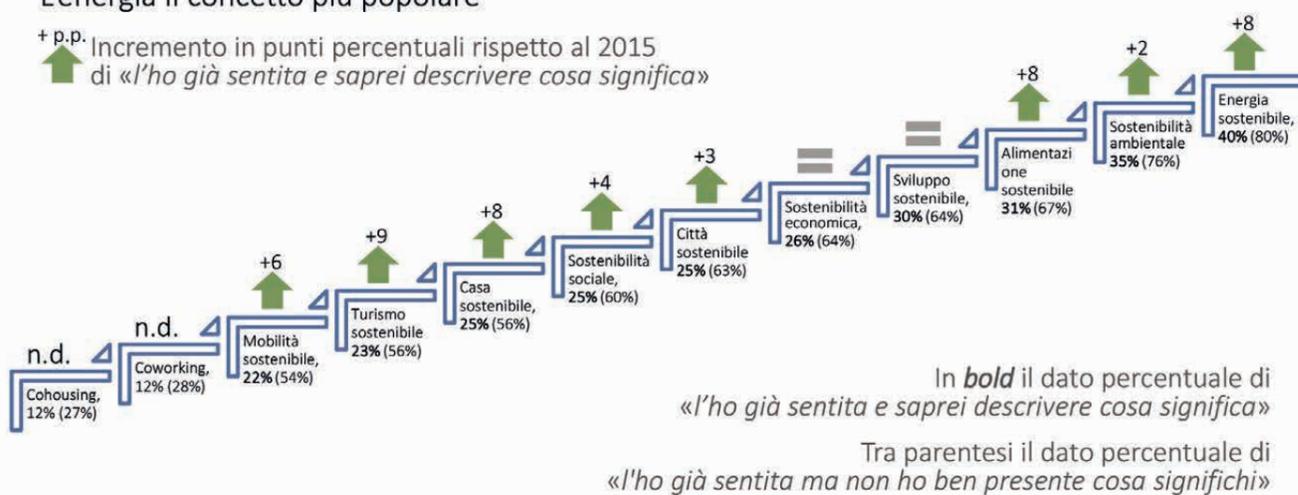
Parola d'ordine: sostenibilità

A testimoniare di quanto la sostenibilità non sia una moda passeggera, bensì uno stile di vita sempre più abbracciato da un numero crescente di consumatori, arrivano a supporto le statistiche. Il 64% degli intervistati dall'Osservatorio firmato LifeGate-Eumetra Monterosa, ovvero quasi i due terzi, arriva a reputarla una priorità rispetto alla crisi economica. "La sostenibilità, in Italia, non può più essere considerata solo una moda e solo interesse di pochi", sottolinea Stefano Corti, direttore generale LifeGate. "È diventato

Il vocabolario della sostenibilità

L'energia il concetto più popolare

+ p.p. Incremento in punti percentuali rispetto al 2015
 ▲ di «l'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»



TESTO DELLA DOMANDA: "Le è già capitato di sentire le seguenti espressioni?".

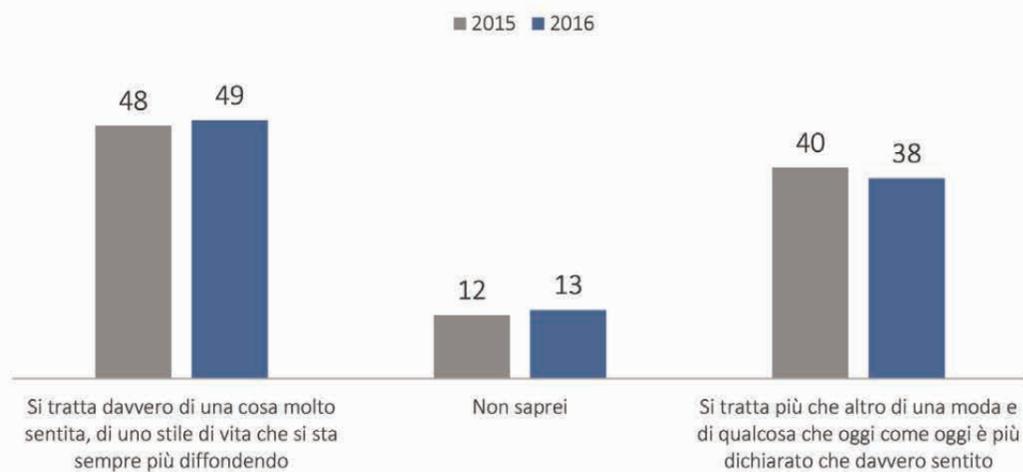
Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Rif. 16168039

Sostenibilità: tema sentito o solo moda?

Gli italiani divisi tra sostanza e apparenza



TESTO DELLA DOMANDA: "Del termine sostenibilità o dell'aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti, riassumibili nei due che ora le leggerò. Mi può dire quello che la rappresenta di più?".

Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

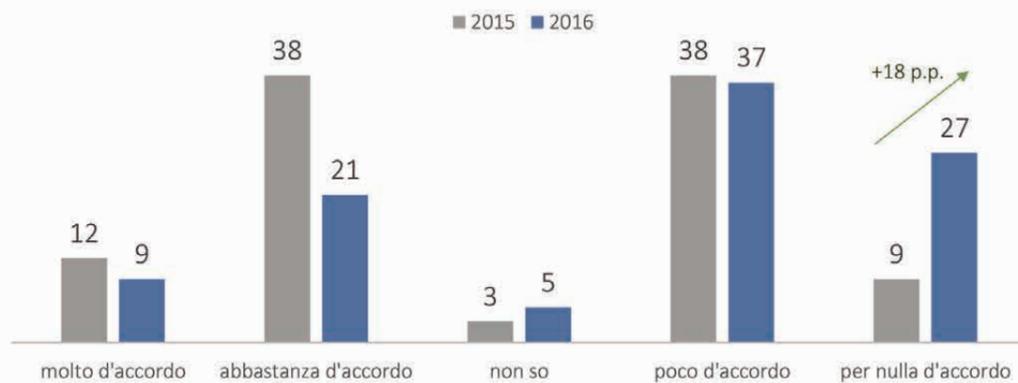
Rif. 16168039



Sostenibilità in tempo di crisi economica

Due terzi degli italiani pongono la sostenibilità davanti alla crisi

«In un momento di crisi economica, le persone hanno cose più urgenti di cui occuparsi della sostenibilità»



TESTO DELLA DOMANDA: "Le leggerò ora una serie di affermazioni. Mi può dire il suo grado di accordo per ciascuna di esse?".

Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Rif. 16168039

uno stile di vita centrale per milioni di italiani, che orientano i propri comportamenti e scelte di consumo secondo la consapevolezza crescente che le proprie scelte hanno un ruolo importante, non solamente per il proprio benessere ma anche per quello del pianeta, diventando così determinanti per garantirci un futuro sostenibile". Non solo. Interessante da segnalare è anche come stia crescendo, a livello generale tra i consumatori, dimestichezza e comprensione con quelli che sono i 'vocaboli' della sostenibilità. Da quest'ultimo punto di vista, non è improprio parlare di un vero e proprio "effetto Expo". La massa d'informazioni veicolata sul tema attraverso l'ultima Esposizione Universale milanese ha, infatti, profondamente contribuito a far crescere nel pubblico la familiarità con concetti quali sviluppo sostenibile, sostenibilità ambientale, energia sostenibile, sostenibilità sociale, sostenibilità economica, mobilità sostenibile, città sostenibile, turismo sostenibile, alimentazione sostenibile o casa sostenibile. "Siamo di fronte a un cambiamento significativo e sempre più rilevante della nostra cultura sociale", spiega il noto sociologo Renato Mannheimer: "Esaurite le 'vecchie' ideologie, l'attenzione alla sostenibilità sta diventando sempre più uno dei valori portanti del pensiero collettivo e dei comportamenti che ne seguono". Gli fa eco anche Enea Roveda, Ceo di LifeGate: "La sostenibilità è diventata un tema sentito e centrale, i risultati dell'Osservatorio sono un'importante tappa di un percorso di cambiamento già in atto che non si fermerà". I numeri, d'altronde, parlano chiaro. "Unendo il 29% di appassionati nei confronti della sostenibilità (circa 14,5 milioni di italiani, ndr) e il 33% di interessati (circa 16,5 milioni, ndr) si raggiunge una quota maggioritaria della popolazione adulta del Paese", conclude Roveda.

La rivoluzione dei piccoli gesti: il caso dei detersivi

La rivoluzione green è fatta soprattutto di gesti concreti. Si spazia da temi di più stretta attualità, come la sostenibilità

La sostenibilità al tempo della crisi

Crescono i convinti che non si possa farne a meno



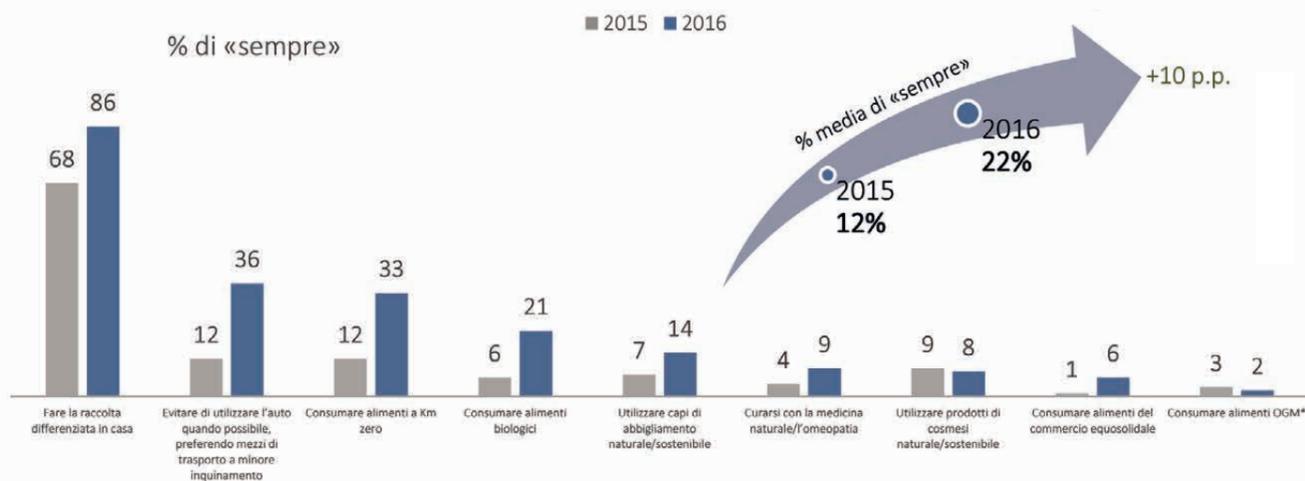
Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Rif. 16168039

Comportamenti e consumi

% di «sempre»



Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

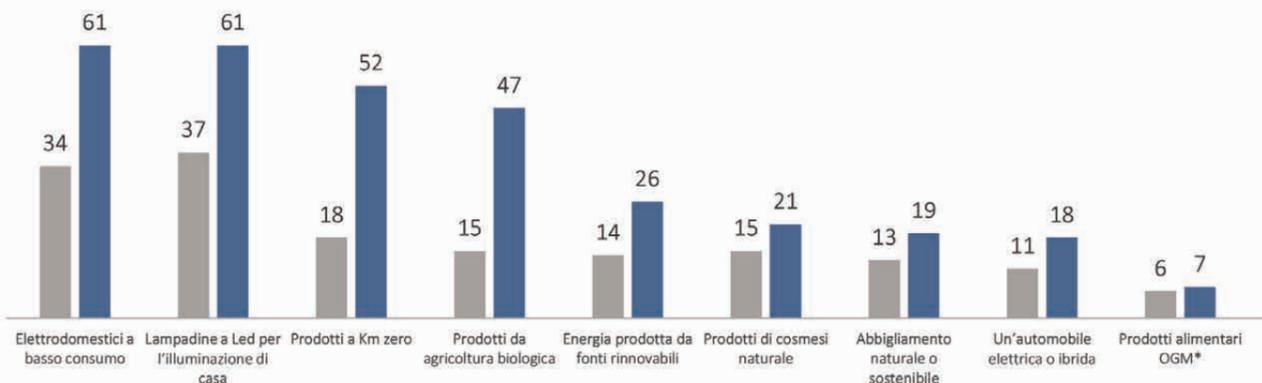
Rif. 16168039



Disponibilità all'acquisto di beni sostenibili

% di «Sì, l'acquisterei anche se costasse di più degli altri prodotti»

■ 2015 ■ 2016



*risposta appositamente ingannevole

TESTO DELLA DOMANDA: "Parlando di acquisti, lei acquisterebbe le seguenti cose? E se sì, a quale condizione?"

Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

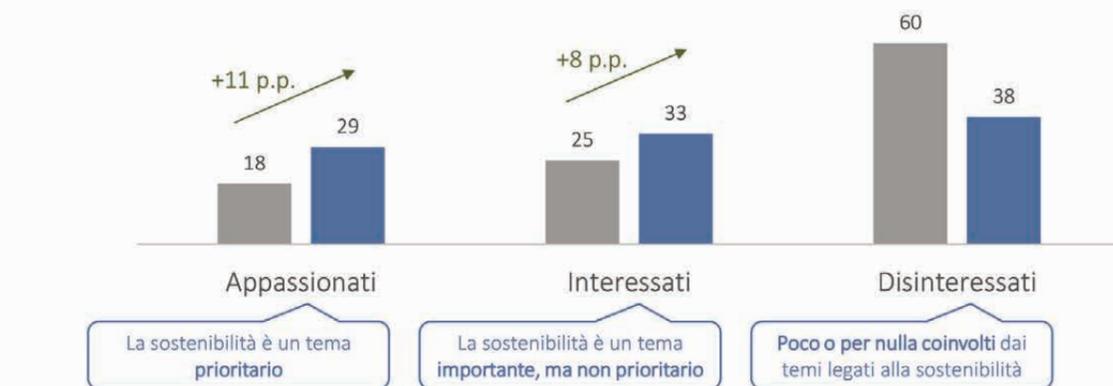
Rif. 16168039

ambientale, l'energia o l'alimentazione sostenibile, a comportamenti e consumi che rispecchiano uno stile di vita consapevole tra le mura domestiche. In sintesi: dalla teoria alle 'buone pratiche'.

Il caso della detergenza, all'interno di questo generale conteso, risulta particolarmente significativo. Sfortunatamente, tuttavia, non sempre viene collocato come dovrebbe sotto la luce dei riflettori. Perché se l'inquinamento ambientale è una tematica in grado di smuovere l'interesse degli italiani, altrettanto dovrebbe essere quello dell'ambito domestico. Lo evidenziano diversi studi specializzati, che sottolineano come proprio quest'ultimo si collochi al terzo posto tra i fattori di rischio per la salute, dopo i problemi di pressione e il fumo. Il perché è presto spiegato: una persona trascorre in media il 90% del suo tempo in un luogo chiuso, all'interno di ambienti meno salubri di quanto si possa presumere. Dietro al buon profumo dei pavimenti appena lavati, infatti, spesso si nasconde la causa di diversi malesseri fisici. Quanto trae principalmente in inganno, sono proprio le profumazioni dei comuni detersivi, ovvero l'odore dei composti organici volatili (COV). Si tratta della classe di sostanze che, di fatto, caratterizza maggiormente quello che è l'inquinamento indoor. Cosa se ne può trarre è presto detto: gli stessi elementi che concorrono a inquinare gli spazi chiusi risultano spesso proprio quei prodotti che quotidianamente si usano per combattere i microbi e dare alle superfici domestiche, ma anche a tutto quanto si utilizza con maggiore frequenza o ci circonda, lo splendore tanto desiderato. Per questo, diviene fondamentale che sempre più si sviluppi una scelta davvero consapevole rispetto alle referenze selezionate. Tanto che si faccia riferimento al loro utilizzo, quanto che in prospettiva di composizione dell'offerta e presentazione sugli scaffali. Privilegiando sempre più quei prodotti e detersivi pensati davvero per i consumatori, dunque per la salute di tutti.

La segmentazione degli italiani sulla base del coinvolgimento nei confronti della sostenibilità

■ 2015 ■ 2016



Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Rif. 16168039

Il profilo socio-demografico dei segmenti

62%
31 milioni di italiani

43%
21 milioni di italiani (2015)

Sono soprattutto...



Il dato rapportato all'universo è calcolato su una popolazione di 50,7 mil. di italiani, al 1° gennaio 2015 (fonte: ISTAT)

Valori percentuali

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Rif. 16168039

La rivoluzione sostenibile

Mapa Spontex lancia la nuova linea di detergenti YOU. Soluzioni health ed eco-friendly all'insegna della massima innovazione. Senza rinunciare a efficacia pulente e a un tocco di colore.

Sostenibilità, efficacia, innovazione. Con il giusto tocco di colore e un pizzico di sana spensieratezza. Si può riassumere così la rivoluzione che sta ponendo in atto, all'interno del mondo della detergenza, Mapa Spontex. Storica realtà internazionale, da sempre specializzata nella produzione e distribuzione di soluzioni per la pulizia della casa, per la protezione delle mani e per la cura della persona, l'azienda nasce in Francia, nel lontano 1932, e presidia il mercato italiano con una propria filiale già a partire dal 1952. Oggi, nel solco di un cammino che l'ha sempre vista all'avanguardia in tema d'innovazione e forte di una vision che simpaticamente recita "c'è sempre qualcosa di meglio da fare che le pulizie domestiche", Mapa Spontex lancia una rivoluzionaria linea di detergenti per la casa dal nome evocativo: YOU.

Un 'tu' che è una promessa e al contempo un messaggio dai tratti universali. Rivolto in maniera diretta a consumatori e operatori del settore, chiamando in causa davvero tutti, rappresenta un importante richiamo, che ha come oggetto il fondamentale tema della sostenibilità. "L'emergenza inquinamento non riguarda solo l'ambiente, ma anche le nostre case", sottolinea Matteo Vaccari, head of marketing di Mapa Spontex. "Ecco perché la sostenibilità deve diventare uno stile di vita, caratterizzato da maggior consapevolezza e attenzione alla nostra salute e a quella dei no-

stri cari". Ed è proprio su questo cardine che s'innesta la rivoluzione targata Mapa Spontex. "Quello che facciamo con i nuovi prodotti della linea YOU", spiega Vaccari, "va proprio nella direzione di dare un contributo nella riduzione degli elementi che concorrono a creare l'inquinamento domestico".

Totalmente prive di profumi sintetici, coloranti o sostanze petrolchimiche, le nuove referenze proposte sono dermatologicamente testate e realizzate impiegando esclusivamente ingredienti attivi di origine vegetale provenienti da piante, frutta, fiori, oli essenziali e minerali rinnovabili. "Ecco perché i detergenti YOU sono biodegradabili al 100% e non rilasciano sostanze pericolose nell'ambiente", evidenzia il responsabile marketing Mapa Spontex. Ma il percorso per giungere a questo risultato è stato tutt'altro che breve. E ha richiesto un impegno davvero unico in termini d'innovazione e di sviluppo. Il risultato è una formula 100% più sana, 100% efficace, 100% composta d'ingredienti attivi di origine vegetale, in grado di ottenere un esito eccezionale a livello di efficacia pulente, garantendo al contempo una sicurezza per la salute dei consumatori. "La formula di YOU è frutto di più 15 anni di ricerche da parte di un pool di esperti in chimica vegetale, che si sono dedicati a soddisfare le richieste più esigenti nel settore professionale", spiega Vaccari. A conferma di tutto que-

sto, gli stessi ingredienti impiegati nella realizzazione dei detergenti YOU, attentamente selezionati e approvati dall'Istituto Ecocert, organismo di certificazione internazionale indipendente attivo in oltre 80 paesi nel mondo. "Spesso i prodotti per la pulizia della casa contengono sostanze non soltanto inquinanti, ma anche irritanti o pericolose, specialmente per i bambini o per i nostri amici a quattro zampe", spiega il responsabile marketing Mapa Spontex. "YOU vuole essere la risposta al desiderio di sicurezza e salute, senza rinunciare all'efficacia contro sporco, unto e batteri".

L'attenzione massima rivolta alla salute, al benessere e alla sicurezza di tutti coloro che abitano la casa non è, tuttavia, il solo tratto che caratterizza la nuova linea. La gamma è, infatti, un concentrato d'innovazione che guarda alla sostenibilità a 360°. "I prodotti che compongono la linea di detergenti YOU risultano anche pratici oltre che ricaricabili al 100%", spiega Vaccari. "Grazie all'esclusivo sistema di ricariche super concentrate, facili e pratiche da usare, YOU è davvero conveniente. Alleggerisce, infatti, il peso della shopping bag e, al contempo, contribuisce a ridurre gli sprechi e gli scarti". Ricaricare YOU è davvero facilissimo, provare per credere. Sono, infatti, sufficienti poche e semplici mosse: occorre soltanto riempire il flacone con acqua, avvitare la ricarica al posto dello spray, svuotarla completamente, agitare e richiudere. Detto, fatto.

Anche per questo, la nuova linea Mapa Spontex sta inanellando un successo dietro l'altro. A livello di fatturati, sono stati registrati veri e propri boom al suo debutto in Francia, Germania e Regno Unito. Conseguenza, in primis, di una fidelizzazione reale dei consumatori, che sono davvero convinti dalla bontà dell'acquisto: le statistiche evidenziano che, dopo il primo anno, il 45% delle vendite è rappresentato dalle ricariche, valore che cresce al 51% nei successivi 12 mesi. Una testimonianza che va di pari passo coi premi della critica (le referenze YOU sono state premiate, a livello internazionale, per il loro carattere innovativo, con i riconoscimenti di prodotto dell'anno e con quello conferito dal panel E-Fluent Mums) ed evidenza che sono già gli utenti finali, in tutto il mondo, ad aver decretato il reale successo di questa vera rivoluzione firmata Mapa Spontex.

La gamma YOU al gran completo

La linea YOU si compone di quattro diversi detergenti, pensati specificatamente per ogni esigenza: cucina, igienizzante, bagno e vetri. Il loro look è davvero inconfondibile: allegro e colorato, dai tratti moderni e raffinati, che trasformano ogni prodotto in un vero oggetto di design, non più in un banale flacone da nascondere sotto il lavandino.

L'ultra sgrassante detergente cucina per la cucina è associato al colore rosso. Pulisce lo sporco più ostinato e rimuove efficacemente ogni traccia di grasso, macchie e incrostazioni. Deterge a fondo e fa splendere le superfici della cucina, dal piano cottura al lavello, ma anche rubinetto, piastrelle e piano lavoro, rendendo sicuro il contatto con le superfici e con gli alimenti.

Il detergente igienizzante multiuso è riconoscibile per il colore giallo. Pulisce e igienizza ogni tipo di superficie, risultando efficace contro germi e batteri, lasciando le superfici brillanti e più sicure. Garantisce una migliore igiene in tutta la casa: sia che si parli di cucina, sia che si faccia riferimento al bagno, dal wc ai mobili.

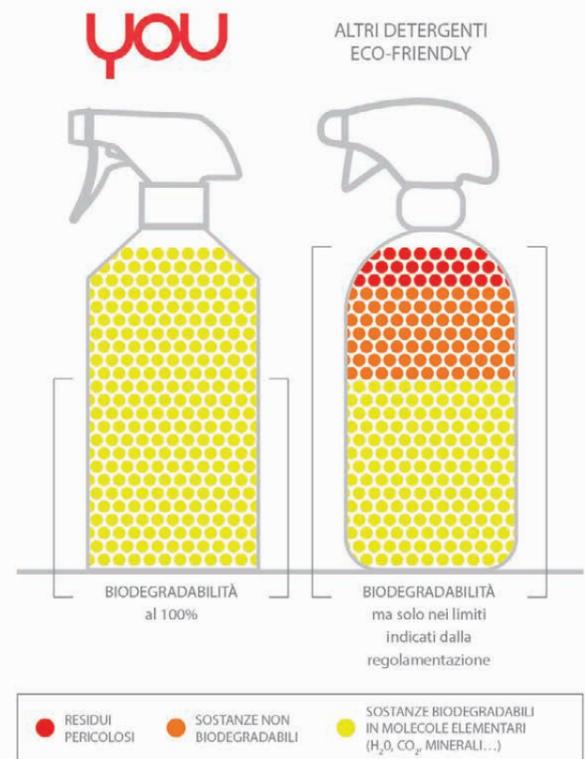
Il detergente bagno è di colore verde. Elimina calcare e sporizia, lasciando il lavandino, vasca e bagno puliti, in totale sicurezza. Non danneggia le superfici e le protegge, lasciandole lucide e splendenti.

Il detergente vetri è di colore blu. Pulisce e sgrassa a fondo vetri e specchi, lasciandoli splendenti senza aloni. È indicato anche per le superfici delicate come schermi Tv (Lcd, Plasma, Led), smartphone, tablet o schermi del computer.



YOU, un vero amico dell'ambiente

La scelta green ed eco-friendly della gamma YOU è testimoniata dal suo essere 100% biodegradabile. Oltre anche quelle che sono le regolamentazioni attualmente in vigore. La definizione per norma di un prodotto biodegradabile prevede, infatti, che possa essere definita tale una referenza in cui il 60% dei principi attivi della formula si dissolvano entro 28 giorni. I detergenti YOU non solo rispettano questa indicazione di legge, ma fanno ben di più. Perché YOU è davvero biodegradabile, con il 100% della sua formula che si dissolve entro il limite temporale dei 28 giorni.



Caricare, agitare, smacchiare!

La scelta dei prodotti YOU contribuisce davvero alla sostenibilità ambientale. Non soltanto per la sua composizione 100% da ingredienti attivi di origine vegetale, ma anche per la soluzione offerta dalle pratiche ricariche. Un sistema esclusivo, facile e intelligente. Che rappresenta, al contempo, una scelta consapevole. Le ricariche super concentrate, infatti, alleggeriscono il peso della shopping bag e contribuiscono a ridurre sprechi, emissioni di anidride carbonica e scarti. Meno rifiuti, più sostenibilità, tutto all'insegna della massima praticità: ricaricare le referenze firmate YOU è davvero un gioco da ragazzi, come evidenzia anche l'apposito tutorial.



MAPA SPONTEX

www.youpotentenaturalmente.it

Nome prodotto

YOU ultra sgrassante detergente cucina

Breve descrizione del prodotto

YOU detergente cucina pulisce lo sporco più ostinato e rimuove efficacemente ogni traccia di grasso, macchie e incrostazioni. Deterge a fondo e rende splendidi le superfici della cucina (piano cottura, lavello, rubinetti, piastrelle e piano di lavoro). La sua formula è realizzata esclusivamente con ingredienti attivi 100% di origine vegetale e biodegradabili.

Dermatologicamente testato. Ultra sgrassante. Approvato per il contatto alimentare.

Materie prime principali

Agenti pulenti derivanti da grano, noce di cocco, barbabietola, gomma naturale derivante dallo zucchero, oli essenziali, agrumi. Profumazioni fresche e naturali con nota di arancia amara.

Formato e confezionamento

Spray 500 ml e ricarica concentrata 12 ml.

Certificazione

Ecocert.



NIVEL

www.nivel.it

Nome prodotto

Biopuro lavatrice

Breve descrizione del prodotto

Detergente biologico concentrato per bucato bianco in lavatrice al profumo di orchidea bianca e iris. Adatto per tutti i capi bianchi e colorati in cotone, lino, canapa e sintetici da lavanderia e tutto il bucato adatto alla temperatura 30-60-90° C. Non contiene sbiancanti ottici.

Materie prime principali

Ingredienti (Inci), funzione e origine:

- Aqua: solvente, acqua demineralizzata.
- Alcohol: solvente ottenuto dallo zucchero fermentato.
- Sodium citrate: sequestrante per la durezza dell'acqua di origine vegetale da zucchero.
- Decyl glucoside: tensioattivo di origine vegetale da cocco e amido da patata o mais.
- Sodium lauryl sulfate: tensioattivo vegetale ottenuto da cocco.



- Potassium cocoate: sapone completamente vegetale da cocco.

- Sodium chloride: sale alimentare, addensante.
- Hydrolyzed wheat protein: protettivo per la pelle e per le fibre, vegetale da grano.
- Glycerin: idratante di origine vegetale.
- Citric acid: regolatore di pH ottenuto dallo zucchero fermentato.
- Parfum: profumo naturale Aiab.
- Lavandula hybrida oil: olio essenziale biologico di lavanda.

- Amylase: enzima smacchiante ottenuto dallo zucchero fermentato.

- Protease: enzima smacchiante ottenuto dallo zucchero fermentato.

Formato e confezionamento
Flacone da 1000 ml in bio-plastica da canna da zucchero.

Certificazione
Biologico certificato secondo il disciplinare Aiab. Dermatologicamente testato. Nickel, cromo e cobalto tested. Azienda Certificata Iso 9001.

SAN.ECO.VIT.

www.sanecovit.com



Nome prodotto

Ecoblu detersivo bucato a mano e in lavatrice marsiglia

Breve descrizione del prodotto

Il detersivo per il bucato a mano e in lavatrice al profumo di marsiglia garantisce un'efficace detergenza dei capi.

Materie prime principali

<5% tensioattivi anionici, tensioattivi anfoteri, saponi; tra 5 e 15% tensioattivi anionici.

Formato e confezionamento

Flacone da 1 lt con tappo dosatore.

Certificazione

Eco detergenza Icea.

TEANATURA

www.teanatura.com

Nome prodotto

Ri-Detersivo per bucato a mano e lavatrice

Breve descrizione del prodotto

Il primo detersivo con il 50% di tensioattivi provenienti da oli post-consumo recuperati.

Materie prime principali

Tensioattivo da oli post-consumo. Tensioattivi di origine vegetale ecocompatibili. Conservanti di grado alimentare. Oli essenziali per la profumazione.

Formato e confezionamento

Flacone da 1 lt. Tanica da 5 lt. Bag-in-box da 10 lt.

Certificazione

Noi&Voi-Tea (autocertificazione azienda).



GREENPROJECT ITALIA

www.greenprojectitalia.it

Nome prodotto

Greenatural Bucato Zero, a mano e in lavatrice

Breve descrizione del prodotto

L'ecobiodetergente per bucato zero profumo Greenatural è un prodotto certificato ecobiodetergenza da Icea. La sua formula priva di profumazioni e di allergeni lo rende particolarmente indicato per le pelli delicate e sensibili come quelle dei bambini. Formulato con tensioattivi ricavati da materie prime vegetali e biologiche da fonti rinnovabili. Permette di lavare in modo efficace rispettando l'epidermide e l'ambiente. Per capi bianchi e colorati. Già attivo anche a basse temperature. La formulazione, la biodegradabilità,



l'etichettatura e l'efficacia del prodotto sono sottoposti a controlli annuali effettuati dall'Istituto per la Certificazione etica e ambientale (Icea). La riduzione dell'impatto ambientale è stata calcolata attraverso il metodo del Volume critico di diluizione (Vcdtox) secondo il metodo Ecolabel (DC 2003/200/CE).

Materie prime principali

Detergente bucato formulato con tensioattivi realizzati da olio di oliva e olio di colza da agricoltura biologica.

Formato e confezionamento

Bottiglie da 1000 ml.

Certificazione

Icea eco bio detergenza (disciplinare disponibile sul sito www.icea.info).

ZECA

www.labnatu.com

Nome prodotto

Ecodetergente naturale polvere lavatrice

Breve descrizione del prodotto

Ecodetergente naturalmente efficace. Una polvere 100% naturale, efficace su tutti i capi, a mano e in lavatrice. Lascia il bucato pulito, smacchiato e igienizzato in modo naturale, senza l'utilizzo di sostanze chimiche nocive. Delicato per la pelle e ipoallergenico. Agisce nel rispetto della natura e della persona. Al delicato profumo di lavanda. Senza sbiancanti ottici, senza coloranti, senza tensioattivi chimici.

Materie prime principali

Percarbonato, acido citrico, sapone marsiglia.

Formato

500 g.



Shelf life

12 mesi.

Certificazione

Certificato Eco bio detergenza pulita Aiab.

PIERPAOLI
www.pierpaoli.com



Nome prodotto
Ecosi Baby stoviglie, biberon e tettarelle
Breve descrizione del prodotto
Detergente liquido senza profumo per il lavaggio manuale di biberon, tettarelle, stoviglie e altri oggetti che possono venire a contatto con il bebè. Nella composizione del prodotto sono assenti tutti i conservanti di sintesi, spesso causa di sensibilità cutanea: la sicurezza microbiologica del formulato è garantita dal sorbitolo. Il formulato a basso impatto ambientale, calcolato come volume critico di diluizione, risulta biodegradabile e non tossico sui sistemi acquatici naturali. Con valori di nichel, cromo e cobalto <0,4 ppm e dermatologicamente testato su pelli sensibili.
Materie prime principali
Con estratti biologici di timo e camomilla, sorbitolo.
Formato e confezionamento
Flacone da 500 ml con dosatore.
Certificazione
Icea eco bio detergenza – The vegan society Uk.

È COSÌ
www.ecosi.it

Nome prodotto
Fuoco
Breve descrizione del prodotto
Fuoco è un eco-bio detergente anticalcare per sanitari e superfici dure certificato Icea. Moderatamente schiumogeno, i suoi principi attivi aiutano a rimuovere facilmente lo sporco e il calcare da docce, piastrelle, rubinetteria, lavandini e sanitari. Non intacca le superfici trattate.
Materie prime principali
Acido lattico e agenti emulsionanti di origine vegetale.
Formato e confezionamento
Flacone in plastica rigenerata da 1 Kg.
Certificazione
Icea.



YOPE (Distribuita per l'Italia da Finalga)
www.finalga.com

Nome prodotto
Sapone naturale per le mani
Breve descrizione del prodotto

I saponi naturali per le mani Yope si caratterizzano per il loro design unico e per la formulazione naturale al 92%. Si tratta di prodotti unici, per ogni giorno, che garantiscono a chi li usa emozioni positive e piacere quotidiano. Le fragranze dei saponi liquidi per le mani da cucina – la cui caratteristica principale è eliminare gli odori sgradevoli – sono tre: Mineral, Chiodi di garofano e Miele e bergamotto. Le fragranze dei saponi liquidi naturali per le mani da bagno sono tre: Verbena, Albero del fico e Vaniglia e cannella. L'assortimento comprende saponi liquidi



per le mani da bagno e da cucina, lozioni cremose idratanti per le mani e il corpo, dal 2017 anche detergenti naturali per la casa. Ricette: più del 90% di ingredienti naturali, no parabeni, no Sls e Sles, no siliconi. Fragranze: raffinate, interessanti e persistenti. Design: i prodotti si fanno notare su qualsiasi scaffale. Tutti i saponi sono Eco-friendly.

Materie prime principali
Materie prime vegetali, minerali, miele, oli essenziali. Fra gli ingredienti attivi: d-panthenolo, allantoina, acido lattico. Per neutralizzare gli odori viene impiegato un fermento naturale che agisce da catalizzatore enzimatico.
Formato e confezionamento
Bottiglia di plastica con dispenser da 500 ml.

MADREL
www.winnis.it

Nome prodotto
Winni's lavatrice ecoformato Aleppo e Verbena
Breve descrizione del prodotto
Il detersivo lavatrice Winni's, grazie alla formula con materie prime di origine vegetale, è ipoallergenico e nichel, cromo e cobalto tested (soglia rilevabile <0,01 ppm) nel pieno rispetto della pelle. È imbattibile su tutte le macchie già alle basse temperature (per un risparmio energetico e un ridotto impatto ambientale) e lascia sui capi una gradevole fragranza al sapone di Aleppo e alla Verbena. La sua rapida e completa biodegradabilità e la formulazione con ingredienti naturali gli conferiscono una ridotta impronta ambientale. Ideale per qualsiasi tipo di fibra, capi delicati e colorati e per il bucato di tutta la famiglia.
Materie prime principali
Aqua, sodium laureth sulfate, glycereth-6 cocoate, potassium cocoate, sodium formate, decyl octyl polyglu-



cose, lauryl polyglucose, sodium lauryl sulfate, phenoxyethanol, tetrasodium glutamate diacetate, parfum, citric acid, olea europaea fruit oil sodium salt, laurus nobilis oil sodium salt, polidimetilsilossano.
Formato e confezionamento
Ecoformato da 1500 ml.
Certificazione
Vegan Ok, Skineco.

GUIDA RETAIL 2017

LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Per acquistarla invia una mail a: direzione@tespi.net

Accesso riservato solo
a visitatori professionali

Norimberga, Germania

15 - 18.2.2017

BIOFACH2017

into organic

Salone Leader Mondiale degli Alimenti Biologici

BIOFACH. SOSTENIBILMENTE INNOVATIVO.

La piattaforma di networking internazionale del settore biologico appassiona 2.325 espositori e 48.533 visitatori* dell'intero globo con la varietà della sua proposta di alimenti biologici, il suo congresso specialistico di forte caratura, la certificazione coerente e gli incomparabili ambiti tematici:

- Novità e trend
- Scoprire e toccare con mano
- Conoscere e imparare

Tutte le informazioni al sito:

BIOFACH.COM

*BIOFACH e VIVANESS

INSERITE
L'APPUNTAMENTO
DIRETTAMENTE
NELLA VOSTRA AGENDA.



in concomitanza con

VIVANESS 2017

into natural beauty

Salone Internazionale
della Cosmesi Naturale

PER INFORMAZIONI

NürnbergMesse Italia S.r.l.
T +39. 02. 28 51 01 06
F +39. 02. 28 50 76 23
info@nm-italia.it

ENTE ORGANIZZATORE

NürnbergMesse
T +49 9 11 8606-49 09
F +49 9 11 8606-49 08
visitorservice@
nuernbergmesse.de

SAN.ECO.VIT.
bjobj.com - sanecovit.it



Nome prodotto

Bjobj crema mani viso corpo con karité e jojoba bio

Breve descrizione del prodotto

Crema ideale per tutti i tipi di pelle, anche quelle più sensibili, non unge ma dona morbidezza e lucentezza all'epidermide.

Materie prime principali

Burro di karité, olio di jojoba, estratti di camomilla e calendula biologici.

Formato

150 ml

Caratteristiche

Pratica crema multiuso da utilizzare per mani, viso e corpo. Non unge. Disponibile nel pratico formato in scatola di latta.

Modalità d'uso

Spalmare sulla pelle e massaggiare fino ad assorbimento.

Shelf life

36 mesi

Certificazione

Icea Eco bio cosmesi.

LEPO
www.lepo.it

Nome prodotto

BioCrema contorno occhi

Breve descrizione del prodotto

Nutre e tonifica in profondità il contorno occhi e contrasta la formazione di rughe e linee sottili.

Materie prime principali

Con acido ialuronico, olio di oliva e licopene.

Formato

20 ml / 0,68 fl. oz

Caratteristiche

La linea cosmetica dedicata al viso di Lepo si arricchisce di un nuovo prodotto certificato bio: la BioCrema contorno occhi. Con acido ialuronico, olio di oliva e licopene, nutre e tonifica in profondità, contrastando la formazione di rughe e linee sottili. Perché prendersi cura dei propri occhi deve essere un gesto quotidiano e richiede un'attenzione in più, dato che la pelle è molto più delicata. Per questo motivo Lepo ha scelto ingredienti naturali dalle proprietà idratanti e tonificanti. Per prendersi cura ogni giorno del contorno occhi, proteggendoli dagli agenti esterni e nutrendolo in profondità.

Modalità d'uso

Applicare sul contorno occhi, mattina e sera, massaggiando con movimenti circolari.

Shelf life

Tre anni

Certificazione

Vegan Ok, nickel tested, senza profumo, siliconi e Peg, la BioCrema contorno occhi è certificata Eco-Bio da Icea.



BAULE VOLANTE
www.baulevolante.it

Nome prodotto

Deospray senza profumo 'Via della Natura'

Breve descrizione del prodotto

Deodorante naturale senza profumo né gas, a basso contenuto di alcol e a base di allume di potassio, senza alluminio cloridato. Contrasta la formazione degli odori senza ostruire i pori.

Materie prime principali

Allume di potassio.

Formato

Deospray da 100 ml

Caratteristiche

Deodorante senza profumo, a base di allume di potassio, senza alluminio cloridato.

Modalità d'uso

Spruzzare all'occorrenza sulla pelle deterata. Agitare prima dell'uso.

Shelf life

6 mesi

Certificazione

Icea.



WELEDA ITALIA
www.weleda.it

Nome prodotto

Concentrato ricompattante Enotera

Breve descrizione del prodotto

Concentrato ricompattante Enotera, con i suoi preziosi ingredienti attivi, è un alleato della pelle per riattivare i processi di rinnovamento cellulare. La pelle risulta così più compatta e rivitalizzata e le rughe ridotte.

Materie prime principali

Olio di Enotera bio.

Formato

200 ml

Caratteristiche

Emulsione di consistenza leggera, con effetto tensore, che aiuta a riattivare i processi di rinnovamento della pelle. Attraverso la sua azione idratante, rimpolpa intensivamente la pelle con effetto prolungato. Stimola le naturali difese della pelle.

Modalità d'uso

Applicare sulla pelle pulita di viso, collo e décolleté. Picchiettando delicatamente con i polpastrelli.

Shelf life

30 mesi

Certificazione

NaTrue. Prodotto adatto per un uso vegano.



BIOS LINE - NATURE'S
www.natures.it

Nome prodotto

Crema fluido corpo vitalizzante 'Giardino d'agrumi'

Breve descrizione del prodotto

Una crema corpo leggera e soffice, a base di oli vegetali nutrienti ed estratti di neroli e pompelmo da agricoltura biologica. Apporta alla pelle idratazione e tono, lasciandola immediatamente vellutata e morbida. Grazie alla delicata fragranza di toni acquatici-agrumati, infonde una piacevolissima sensazione di freschezza e benessere che si prolunga per tutta la giornata.

Materie prime principali

Oli vegetali (olio di mandorle dolci e olio di arancio), estratti di neroli e pompelmo da agricoltura biologica.

Formato

150 ml

Caratteristiche

È perfetta sia per la pelle maschile, sia per la pelle femminile.

Modalità d'uso

Si massaggia sul corpo dopo il bagno o la doccia. Penetra rapidamente senza lasciare alcuna traccia untuosa.



YESÒ COSMETICS
www.yeso.bio

Nome prodotto

Siero viso con attivi anti-aging, protettivi e lenitivi

Breve descrizione del prodotto

Emulsione morbida e leggera arricchita da un numeroso mix di attivi anti-aging e protettivi come l'estratto di opuntia, l'acqua di ciliegia, gli oli di argan, girasole, camolina e colza. Aiuta a preservare la pelle dai fenomeni dell'invecchiamento cutaneo, donandole immediata idratazione e morbidezza.

Materie prime principali

Estratto di opuntia, acqua di ciliegia, olio di argan, olio di girasole, olio di camolina, olio di colza, glicerina vegetale.

Formato

30 ml

Caratteristiche

Dalle proprietà emollienti e anti-età, aiuta a distendere la pelle del viso, nutrendola in profondità. Come previsto dai rigorosi standard bio, la formula è priva di oli minerali, siliconi, glicoli, Ogm e coloranti sintetici. Inoltre, non è utilizzato alcool nei prodotti dell'azienda, così da risultare più dermo-compatibili e adatti a tutti i tipi di pelle, anche quelle più sensibili e irritabili. Il siero viso è presentato nel comodo formato airless da 30 ml, che permette di dosare in maniera ottimale il prodotto e mantenere il contenuto protetto da possibili contaminazioni con l'ambiente esterno. L'etichetta trasparente è stata studiata per consentire al consumatore di verificare in ogni momento il livello residuo di prodotto all'interno del flacone.

Modalità d'uso

Applicare con un leggero massaggio sulla pelle del viso ben pulita, prima del consueto trattamento giorno o notte. Evitare il contorno occhi.

Shelf life

Pao: sei mesi, a conferma della totale assenza di conservanti sintetici.

Certificazione

NaTrue Organic cosmetics 100%, BioAgri-Cert bio-organic e Vegan Ok.



ERBAFLOR PERUZZO
www.erbaflor.com

Nome prodotto

Crema corpo con olio di cotone disalvia

Breve descrizione del prodotto

La crema corpo disalvia è un fitocosmetico di nuova generazione. Contiene botanicals come olio di cotone, con proprietà elasticizzanti e antiradicali, burro di karité, dall'azione emolliente e nutriente, ed estratto glicerico di salvia officinale da agricoltura biologica, tonico e astringente.

Materie prime principali

Olio di cotone, burro di karité, estratto glicerico di salvia officinale da agricoltura biologica, olio di oliva, cera di carnauba.

Formato

200 ml

Caratteristiche

La crema corpo disalvia è un fitocosmetico ricco di proprietà grazie ai diversi botanicals in esso contenuti. L'olio di semi di cotone è un ottimo nutriente, idratante ed elasticizzante. È costituito da circa il 50% di acidi grassi polinsaturi, come l'acido linoleico; la restante parte è fatta di acidi grassi saturi e monoinsaturi, in proporzioni simili. Si tratta di un olio vegetale ad alto contenuto di tocoferoli, sostanze che gli conferiscono ottime proprietà antiossidanti; infatti, è molto ricco di vitamina E. Il burro di karité è ricco di vitamine A, E, D. Per questo ha proprietà indiscutibili come idratante ed emolliente. È anche un buon antiossidante che protegge la pelle allontanando l'azione dei radicali liberi. La salvia officinale ha proprietà antinfiammatorie, demopurificanti, astringenti e nutritive per la cute. L'olio di oliva presenta un concentrato di sostanze rigeneranti e antiossidanti. La vitamina E insieme alla vitamina A stimolano la rigenerazione cellulare e la riparazione dei tessuti. Gli acidi grassi, i fitosteroli e il linoleo, aiutano a donare morbidezza ed elasticità all'epidermide.

Modalità d'uso

Si consiglia di applicare dopo il bagno, anche più volte al giorno.

Shelf life

12 mesi

Certificazione

Erbaflor utilizza il marchio "e green" per rimanere in armonia con l'ambiente. I prodotti sono formulati, infatti, con sostanze eco-compatibili e senza parabeni aggiunti. Nella crema disalvia, in particolare, vengono utilizzati i principi attivi di piante come l'olio di cotone e la salvia provenienti da agricoltura biologica, a discapito di sostanze chimiche che risulterebbero più aggressive per la cute e la persona.



HELAN COSMESI DI LABORATORIO
www.helan.it

Nome prodotto

Bagno totale

Breve descrizione del prodotto

Gel detergente delicato. Viso, corpo e capelli.

Materie prime principali

Acqua/water, decyl glucoside, caprylyl/capryl glucoside, cocamidopropyl betaine, glycerin*, calendula officinalis (marigold) flower extract*, chamomilla recutita flower extract*, xanthan gum, glucose, parfum, sodium citrate, sodium lauroamphoacetate, citric acid, tetrasodium glutamate diacetate, prunus amygdalus dulcis (sweet almond) protein, glucose oxidase, lactoperoxidase, linalool, limonene, citral. (*da agricoltura biologica)

Formato

250 ml

Caratteristiche

Un unico prodotto per viso, corpo e capelli, realizzato con tensioattivi di derivazione vegetale: sostanze abbinate agli acidi grassi della palma da cocco. Questa delicatissima base detergente, senza Sls e Sles, senza parabeni, fenossietanolo e coloranti, ma arricchita dalle proteine di mandorle dolci e dagli estratti di fiori di calendula e camomilla, permette il distacco delle impurità senza alterare le delicate strutture del capello e della cute del neonato.

Modalità d'uso

È ideale per lavaggi frequenti. Non irrita e non causa bruciore agli occhi. Nei bambini dopo il primo anno di vita, versare il detergente su una spugna e poi rimuovere con acqua. A ph ortodermico.

Shelf life

Pao: 6 mesi

Certificazione

Certificato Icea eco bio cosmesi.

