

TREND & MARKET

Splende il sole sulla cosmetica italiana

Presentata l'indagine congiunturale sul 2016. Il comparto supera la soglia di 10 miliardi di euro.

a pagina 6

Bio
& CONSUMI
green lifestyle



LABNATU: laboratorio naturale

Tradizione e formule naturali, con materie prime biologiche ed eco-compatibili, senza l'uso di principi chimici dannosi per la salute. Un presente consapevole per un futuro migliore.

www.labnatu.com

Cura persona • Cura casa • Cura animali
sviluppo prodotti a marchio certificati BIO

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

ANTEPRIMA

VIVANESS 2017



APPUNTAMENTO CON LA BELLEZZA

Le principali novità delle aziende italiane in evidenza a Norimberga. Dove è in programma l'11esima edizione del salone internazionale della cosmesi naturale. Dal 15 al 18 febbraio.

alle pagine 4 e 5

ALL'INTERNO



Un mercato da "Mille e una notte"

CosmoprofWorldwide Bologna consolida la collaborazione con Iran Beauty & Clean. Evento iraniano strategico per il settore, in scena al Teheran International Fairground, dal 24 al 27 aprile. La porta d'accesso al mercato del Golfo e del Middle East.

Schede prodotto

In passerella le novità da mettere a scaffale

Nasce la linea uomo di Lepo: prodotti per la skin care routine del consumatore moderno

È nata una nuova linea firmata Lepo, dedicata all'uomo moderno che ama prendersi cura del proprio corpo ogni giorno. Una gamma completa che comprende prodotti viso e corpo per l'uso quotidiano, per i consumatori attenti a ciò che scelgono per la propria beauty routine. La linea uomo Lepo include due referenze per la fase della rasatura: un sapone vegetale all'estratto di olivo, perfetta anche per le pelli più delicate e sensibili, e un'emulsione fluida dopobarba, formulata con ingredienti vegetali dalle virtù lenitive, rinfrescanti e idratanti.

A questi due prodotti si aggiungono anche uno shampoo doccia, agli estratti di ginkgo biloba, yucca e ginseng, dalle proprietà stimolanti e tonificanti, per iniziare la giornata con energia e vigore o per ritrovare il giusto benessere alla sera, e un deo spray delicato, privo di alcool e sali di alluminio, che svolge un'azione deodorante e previene la formazione di cattivi odori. Completa la nuova gamma la crema viso idratante, con estratti di eleuterococco, lupino, alghe verdi e acido ialuronico, per la cura quotidiana del viso e che apporta tonicità, freschezza

e protezione. La linea uomo Lepo è Vegan Ok, senza parabeni né siliconi. Si va ad aggiungere al già ricco catalogo dell'azienda, che raccoglie oltre 200 prodotti efficaci e sicuri, realizzati con materie prime naturali di origine vegetale e minerale, e molti dei quali certificati bio e vegani. Il frutto di oltre 30 anni di quotidiano impegno nella realizzazione di formulazioni originali e rigorosamente made in Italy, nonché della costante promozione da parte della realtà lombarda di una cultura più consapevole della cosmesi naturale.



lusVia Green: un nuovo alimento naturale vegetale, bio e gluten free



Si chiama lusVia Green ed è il nuovo alimento naturale vegetale, biologico e gluten free, senza latte, lattosio né soia, distribuito da Essedi. L'ideale per chi ricerca il giusto complemento a una dieta sana ed equilibrata. Anche per vegani, vegetariani e sportivi, rappresenta infatti la perfetta alternativa a un pasto veloce, in quanto fornisce un preciso apporto di calorie. Inserito in un corretto quadro alimentare, può contribuire a equilibrare e bilanciare la quota calorica giornaliera nel contesto di una dieta dimagrante. L'efficacia dell'utilizzo di lusVia Green come pasto ipocalorico in pazienti in sovrappeso e obesi è supportato anche da una ricerca scientifica presentata, nel 2015, al XXIX Congresso Sisa di Bologna, firmata Roberto Volpe, Fabrizio Pacioni ed Emanuela Schiavetto, del Servizio di prevenzione e protezione, Consiglio nazionale delle ricerche, Roma.

Ancorotti rafforza la compagine societaria attraverso una partnership con White Bridge Investments

Ancorotti Cosmetics, azienda multinazionale nel mercato del make-up, annuncia l'ingresso di White Bridge Investments nella propria compagine sociale con una quota del 30%, contestualmente a un rafforzamento patrimoniale connesso con l'operazione. La partnership siglata consentirà alla realtà lombarda di accelerare la crescita sui principali mercati internazionali, rafforzare la propria struttura produttiva, organizzativa e commerciale e promuovere l'innovazione di prodotto. Nel 2016 la società ha registrato un fatturato record di 72 milioni di euro, riportando una crescita dei ricavi del +66% rispetto al 2015, a doppia cifra per il settimo anno consecutivo e con il trend positivo che sta continuando anche in questo inizio 2017. Il management team che ha portato con successo Ancorotti Cosmetics al raggiungimento di un ruolo primario nel mercato globale del make-up conto terzi manterrà le proprie cariche, guidando anche la prossima fase di sviluppo. In particolare, Renato Ancorotti conserverà il ruolo di presidente del Cda e amministratore delegato, Enrica Ancorotti di co-amministratore e Marco Mazzola di direttore generale.

Huile de nuit nourrissante: novità rigenerante da Caudalie

Novità in casa Caudalie. Per una notte di sonno rigenerante e una metamorfosi della pelle al risveglio, arriva l'huile de nuit nourrissante. Un olio secco, 100% vegetale e naturale, referenza ideale per preparare la pelle a superare le fredde giornate di inverno. È composto da sei preziosi oli, che agiscono nel cuore della notte nutrendo in profondità la pelle e riparando la barriera cutanea. La texture de l'huile de nuit nourrissante si assorbe rapidamente, senza lasciare tracce di untuosità. Con un'efficacia provata sulle pelli più difficili: la pelle è più nutrita del 95% e 100% lenita. L'olio essenziale di rosa dona anche una fragranza dolce e avvolgente, dai toni caldi. Nella formula che compone l'huile de nuit nourrissante, olio di vinaccioli d'uva, ricco di Omega 6 e polifenoli, estratto di rosmarino, anti-settico, anti-infiammatorio e antiossidante, olio essenziale di rosa, cicatrizzante, olio vegetale di sesamo, estratto da agricoltura biologica rispettosa dell'ambiente, olio vegetale di jojoba, idratante, lenitivo, emoliente e rigenerante. Il prodotto è presentato in flacone con contagocce.

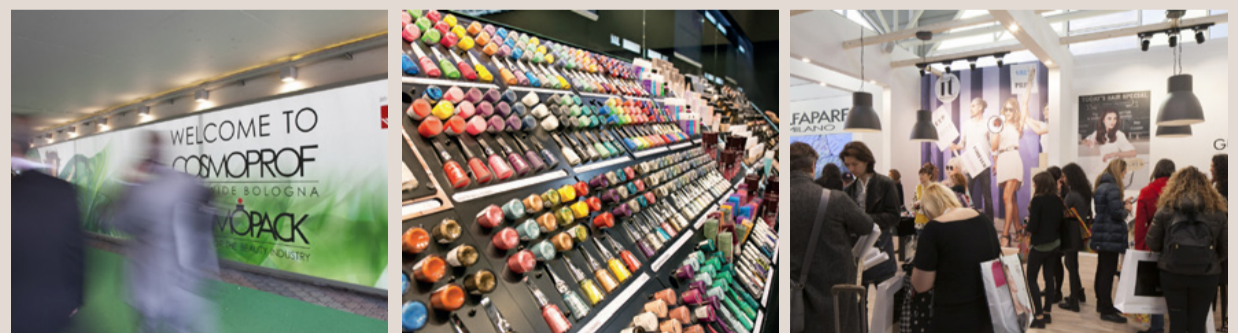


Dall'Istituto Erboristico l'Angelica, l'Olio d'erbe 31 dalle molteplici virtù

Per catturare il meglio che la natura offre, i ricercatori dell'Istituto Erboristico l'Angelica da oltre 30 anni coniugano l'antica scienza delle piante officinali con l'innovazione e la costante ricerca scientifica, dando origine a una preziosa linea di prodotti naturali. Come nel caso dell'ultima creazione, l'Olio d'erbe 31. Una miscela di oli essenziali purissimi e 100% naturali, estratti da 31 piante, sapientemente selezionate. Prodotto dalle molteplici virtù, con proprietà rinfrescanti e tonificanti, l'Olio d'erbe 31 è pratico ed efficace, non contiene alcool, non unge e asciuga subito. Estremamente concentrato, va utilizzato in piccole dosi: rinfrescante, tonificante, balsamico, vivificante, grazie alla sua versatilità consente di essere utilizzato per esigenze anche molto diverse tra loro. È ideale per recuperare il benessere psico fisico, in caso di muscoli e gambe affaticati. Ottimo in un pediluvio, per tonificare e rinfrescare i piedi, rivitalizza la pelle dopo la rasatura e risulta efficace anche per prendersi cura della cute e del cuoio capelluto. Presentato in flacone da 100 ml, è distribuito per la vendita nel canale mass market.



Aspettando Cosmoprof Worldwide Bologna 2017: la novità Cosmoprime



Per celebrare lo storico traguardo della 50esima edizione, Cosmoprof Worldwide Bologna (Bologna Fiere, 18-20 marzo) presenta la novità Cosmoprime, area speciale dedicata alle aziende retail posizionate in una fascia di mercato specifica, dall'high-end mass market alla profumeria prestige e di nicchia e che si svolgerà in concomitanza con Cosmopack, l'evento di riferimento per la beauty supply chain, dal 16 al 19 Marzo 2017. In questo modo i professionisti del settore presenti a Bologna avranno a disposizione un giorno in più per organizzare incontri di business e incrementare il proprio network. Saranno così agevolate le relazioni tra le aziende dell'industria cosmetica presenti a Cosmopack e quelle di prodotto finito in visita a Cosmoprime. Cosmoprof Worldwide Bologna è la manifestazione b2b di riferimento per l'universo beauty. L'edizione 2016 ha registrato risultati record, con oltre 200mila visitatori, 2.510 espositori, il 73% dei quali provenienti dall'estero, e 25 Country Pavilion che hanno partecipato alla manifestazione, confermando la leadership della kermesse a livello mondiale.

Un mercato da "Mille e una notte"

Cosmoprof Worldwide Bologna consolida la collaborazione con Iran Beauty & Clean. Evento iraniano strategico per il settore, in scena al Teheran International Fairground, dal 24 al 27 aprile. La porta d'accesso al mercato del Golfo e del Middle East

Cosmoprof Worldwide Bologna consolida la collaborazione con Iran Beauty & Clean. È stato, infatti, rinnovato il 'memorandum of understanding' tra Bologna Fiere, organizzatore della manifestazione internazionale b2b riferimento per l'universo della cosmetica, in scena nel capoluogo emiliano dal 17 al 20 marzo prossimi, e l'ente fieristico di Teheran. L'intesa tra i due partner porta a rendere ancor più stretto il rapporto tra Cosmoprof Worldwide Bologna e Iran Beauty & Clean, kermesse del settore che sta divenendo un punto di riferimento per tutti gli operatori del mondo beauty nell'area del Golfo e del Middle East. Secondo quanto stabilito dall'accordo, Bologna Fiere Cosmoprof sarà agente internazionale esclusivo, vendendo stand alle aziende di tutto il mondo, della 24esima edizione dell'evento iraniano, che si terrà, presso il Teheran International Fairground, dal 24 al 27 aprile 2017.

Una partnership strategica

Iran Beauty & Clean è manifestazione che ospita tutti i settori beauty. Un punto di riferimento importante per le aziende di cosmetics & toiletries, a cui partecipano diverse aziende di make-up, accessori, e skin care, dal mass market al prestige. Nella prossima edizione, un'area speciale sarà dedicata alla profumeria, con brand provenienti da tutto il mondo.

I settori Hair Salon e Beauty Salon ospiteranno aziende specializzate in prodotti per la vendita professionale, per i saloni spa o di acconciatura e per la vendita ai distributori. E ci sarà spazio anche per il mondo Nail, con prodotti per la ricostruzione e trattamenti per mani e piedi. Ma Iran Beauty & Clean rappresenta l'evento più importante nella regione anche per le aziende di packaging e Oem (Original equipment manufacturer): dal design al contract manufacturing, dalle materie prime ai macchinari e ai servizi per l'industria cosmetica. A incrementare la vocazione internazionale dell'evento saranno anche i cinque Country Pavilion previsti, dove saranno ospitate 150 piccole e medie aziende locali. Tra gli spazi nazionali in crescita, si segnalano proprio quello italiano, ma anche quelli di Turchia e Corea del Sud.



Una porta per il Golfo

L'Iran è considerato sempre più un mercato in forte espansione, porta di accesso ai paesi dell'area del Golfo. Con oltre 80 milioni di abitanti, il 55% dei quali con un'età inferiore ai 30 anni, l'Iran è il secondo mercato nell'area dopo l'Arabia Saudita e il settimo nel mondo, e rappresenta una nuova opportunità per le aziende beauty internazionali. Nel 2017 si stima che il settore raggiungerà in Iran un valore di 5 miliardi di dollari. Tra le referenze più ricercate dai consumatori locali: i prodotti per capelli e skin care, profumi, cosmetici per occhi e make up, smalti e prodotti prestige. Ma non va dimenticato neppure lo sviluppo crescente dell'industria locale, alla ricerca di materie prime, macchinari per l'imballaggio e il filling. E anche grazie a questo insieme di fattori, Iran Beauty & Clean rappresenta una kermesse capace di offrire a buyer internazionali non solo uno sguardo sul mercato del Golfo e del Middle East, ma anche nuove opportunità di business in Africa e nel subcontinente indiano.

I numeri di Iran Beauty & Clean

L'edizione 2016 della manifestazione di Teheran ha ospitato 18mila visitatori da 20 Paesi, garantendo un'offerta espositiva di oltre 26mila mq, con 400 aziende provenienti da 15 nazioni interessate a nuove opportunità di business nel mercato iraniano.

L'étoile della danza Roberto Bolle inaugurerà Cosmoprof 50 con un gran gala internazionale

Nel programma dei festeggiamenti legati alla 50esima anniversario di Cosmoprof Worldwide Bologna, anche l'atteso ritorno dell'étoile della danza Roberto Bolle nel capoluogo emiliano. In agenda la sera di giovedì 16 marzo, presso il Teatro Europa Auditorium, il gala "Roberto Bolle and Friends", con numerosi ospiti internazionali ad assistere allo spettacolo. Roberto Bolle parteciperà, poi, il giorno successivo, 17 marzo, all'inaugurazione di Cosmoprof 50. "Per un'occasione speciale come i 50 anni della manifestazione più importante del mondo dedicata al beauty volevamo una presenza speciale", sottolinea Franco Boni, presidente di Bologna Fiere. "Lo spettacolo 'Roberto Bolle and Friends' è la perfetta sintesi di bellezza ed eccellenza italiana. Infatti, con la sua arte, Roberto Bolle porta nel mondo il meglio dell'Italia: è un onore poterlo vedere danzare in occasione dell'apertura di Cosmoprof". Lo spettacolo dell'étoile della danza ha girato – e gira tuttora – trionfante nel Bel Paese e non solo. Ha aperto nuovi orizzonti e possibilità, ha conquistato piazze e teatri, ha portato danza dove non c'era mai stata. Mantenuto ancora il riserbo sul cast e il programma che lo stesso Roberto Bolle sta preparando, ma come sempre l'étoile della Scala non mancherà di coinvolgere alcuni tra i nomi più importanti del panorama teatralistico internazionale, per offrire al pubblico una serata di danza al suo massimo livello.

ti diamo tutto

**STRUTTURE
INDIRIZZI
TELEFONI
E-MAIL
SITI WEB
MANAGEMENT
FATTURATI
QUOTE MERCATO
FORMAT
BRAND
C.E.D.I.**

GUIDA RETAIL

2017 LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Se sei interessato manda una e-mail a:
direzione@tespi.net

AURUM AFRICA
www.aurumafrika.eu
FOYER 7A, NCC22



Olio di marula e linea Big Five

Aurum Africa, nuova azienda nel mondo della cosmesi biologica e fair trade, presenta due nuovi prodotti. L'Olio di marula è un prezioso alleato per la cura della pelle del viso, del corpo e per la bellezza dei capelli. Raro, puro, naturale al 100%. Proviene da raccolta e lavorazione ecosostenibile di noci di alberi selvatici di marula (*Sclerocarya birrea*) in Namibia. Ricco in vitamina C, E, omega 6 e 9, svolge un'azione nutriente, idratante, levigante e antiossidante. Combatte i segni del tempo, rende la pelle compatta, elastica e luminosa e i capelli morbidi e setosi. La nuova linea di cosmesi bionaturale Big Five è composta da una crema viso idratante e nutriente, a base di olio di marula, moringa, avocado, mandorle dolci e burro di karité; e da una body lotion che lascia la pelle morbida ed elastica, a base di olio di marula, baobab, oliva, aloe vera e burro di karité. Entrambi i prodotti hanno una profumazione delicata, con fragranze che richiamano suggestioni africane.

GALA COSMETICI
www.biohappycosmetics.com -
www.delideabio.com -
www.bionovacosmesi.com
PAD. 7A, STAND 7A-551



Novità 2017 delle linee a marchio

Gala presenta a Vivaness molte novità per le sue linee a marchio. La gamma Bio Happy si amplia e propone una linea di Edt ed Edp bio 100% naturali certificate Natrue, composta da tre fragranze eleganti e avvolgenti. Detox and the city è il cofanetto viso a marchio Delidea pensato per le pelli stressate da smog, fumo e sbalzi termici, con olio essenziale di menta piperita biologico ed estratto di wasabi dall'azione detossificante e anti radicali liberi. Gala presenta, inoltre, ai mercati internazionali, la linea Mamma e Baby a marchio Bionova, certificata Ccpb e dedicata alla pelle della mamma prima, durante e dopo la gravidanza, e a quella dei bimbi sin dai primi giorni di vita.

HELAN
www.helan.it
PAD. 7A, STAND 7A-348



VIVANESS 2017

APPUNTAMENTO CON LA BELLEZZA

Le principali novità delle aziende italiane in evidenza a Norimberga. Dove è in programma l'11esima edizione del salone internazionale della cosmesi naturale. Dal 15 al 18 febbraio.



In parallelo a Biofach, manifestazione leader mondiale dedicata agli alimenti biologici, dal 15 al 18 febbraio, presso la fiera di Norimberga, andrà in scena anche l'11esima edizione del salone internazionale della cosmesi naturale Vivaness.

La kermesse rappresenta anche quest'anno un appuntamento fondamentale per chi è alla ricerca delle ultime novità e del meglio della produzione nel comparto cosmetico. "Vivaness offre agli attori del settore una panoramica completa sulle tendenze e sulle innovazioni internazionali e si contraddistingue per il proprio profilo specialistico e per il suo chiaro obiettivo focalizzato sulla cosmesi naturale basata su severi criteri di selezione", sottolinea Danila Brunner, responsabile della manifestazione. "Nel 2016, in occasione del decennale, siamo riusciti a

stupire i nostri clienti con tutte le novità concettuali che abbiamo saputo implementare e con numerosi appuntamenti imperdibili: ora abbiamo intenzione di continuare lungo questa strada. Siamo in particolare lieti della proficua collaborazione con i nostri promotori Cosmos e Natrue". Vivaness 2017 attende il pubblico di visitatori con numerosi imperdibili appuntamenti, pensati per tutti i professionisti alla ricerca di innovazioni e consigli. In agenda, diverse interessanti conferenze su temi caldi e d'attualità, con focus dedicati a idee e strategie per il futuro e il mercato di domani. Tutto questo e molto più sarà, in particolare, il 'Congresso Vivaness 2017', in cui i riflettori verranno puntati su quattro aree tematiche: Mercati e analisi, Commercio e vendita, Customer insight e comunicazione, Design e performance. Si parlerà,

tra l'altro, delle conseguenze della digitalizzazione nel commercio e nella distribuzione. Ma anche di idee per il mainstream e i mercati di nicchia. Oltre che di social media, digitalizzazione, blogger and co., con la loro influenza sulla vita dei consumatori. In tema di design e performance, gli esperti si confronteranno, infine, su innovative concezioni di materie prime, principi attivi, efficacia e soluzioni di packaging sostenibili. Anche nel 2017, dunque, Vivaness si conferma un appuntamento d'obbligo per tutti gli operatori del settore cosmetico, capace di riunire in modo unico tradizione e modernità, pionieri e newcomers, che si presenteranno a un pubblico specialistico di tutti i più importanti canali di distribuzione: dai rivenditori di cosmetici classici fino agli shop online, dalle farmacie ai drug store, fino alle profumerie.

Ireos Biosalvietine struccanti analcoliche

Della linea 'Le specialità' di Helan fanno parte anche i prodotti Ireos contorno occhi. Su questa area del viso è importante utilizzare prodotti specifici, delicati, appositamente studiati per salvaguardarne fragilità e bellezza. I prodotti Ireos sono stati testati, sotto controllo oftalmico, su occhi sensibili e portatori di lenti a contatto: sieri e creme specifiche per prevenire e attenuare gonfiori, borse, occhiaie e appianare le piccole rughe e i segni di espressione della zona periculare. Le Biosalvietine struccanti sono state formulate con ingredienti naturali e prodotte in puro cotone, 100% biodegradabile e biocompostabile, appositamente selezionato per non irritare anche la cute più sensibile. Utili per rimuovere efficacemente ogni traccia di impurità e trucco sia a casa sia in viaggio. Certificate biologiche da Icea, sono analcoliche, senza profumo e senza Sls e Sles. Affiancano all'azione detergente l'effetto rinfrescante e lenitivo tipico del complesso vegetale di fiori di eufrazia, fiordaliso e meliloto.



Stato dell'arte della bellezza made in Italy

Presentata l'indagine congiunturale di Cosmetica Italia sul 2016 del comparto. L'export (+12%) sostiene il fatturato globale. Che si attesta a 10,5 miliardi di euro. In ripresa i canali professionali.

Splende il sole sulla cosmetica italiana. Anche se gli addetti del settore, coscienti dell'assoluta centralità del comparto per l'economia nazionale, non nascondono qualche malumore per incrementi che sarebbero potuti essere migliori, nel 2016, sul fronte Italia. Questa, in sintesi, la prima stima su come è evoluto il mondo della cosmesi del Bel Paese gli scorsi 12 mesi. Secondo l'indagine congiunturale presentata da Cosmetica Italia, il 1° febbraio, a Milano.

Continua a crescere, dunque, il fatturato globale del beauty. E, con un valore di oltre 10,5 miliardi di euro e l'impatto positivo dell'export, che ha segnato lo scorso anno un più che incoraggiante incremento del 12%, promette analoghi sviluppi anche nel 2017.

I dati dell'Indagine congiunturale di Cosmetica Italia fotografano, infatti, i valori preconsuntivi del 2016 e le previsioni per il 1° semestre 2017. "La domanda interna di cosmetici impatta positivamente sui fatturati dell'industria nazionale", sottolinea Fabio Rossello, presidente dell'associazione nazionale delle imprese cosmetiche che quest'anno taglia il traguardo dei primi 50 anni. "Il mercato interno, infatti, registra nel 2016 una crescita dello 0,5% con un valore di 9.900 milioni di euro. Dopo le contrazioni degli ultimi anni tornano a crescere i canali professionali, mentre le vendite dirette proseguono la loro forte ascesa".

Analizzando dati e statistiche, e delineando le principali dinamiche di mercato, si segnala innanzitutto che acconciatura professionale e centri estetici chiudono il 2016 con una crescita rispettivamente dell'1% e del 2,1%. Una diretta conse-

guenza della ripresa nelle frequentazioni di questi luoghi e quindi dei consumi.

A fare ancora meglio, però, sono le vendite dirette – comprensive di quelle a domicilio, per corrispondenza, oltre all'e-commerce – che, soprattutto grazie all'online, fanno segnare trend superiori agli altri canali: +7,8%.

C'è spazio nell'indagine congiunturale anche per il green e la sostenibilità. L'interesse dei consumatori verso il mondo del "naturale e del verde" prosegue incessante e sostiene l'andamento del canale erboristeria, che registra un soddisfacente +1,7%.

Volgendo lo sguardo ai canali tradizionali, anche a fine 2016, si conferma la timida ripresa della profumeria (+0,9%), che continua a mantenere il secondo posto, dopo la Grande distribuzione, nelle vendite di cosmetici in Italia. È un mercato piatto quello legato alle farmacie, come anticipato da alcuni trimestri di difficoltà, dove è mantenuto, in ogni caso, un valore superiore ai 1.800 milioni di euro. A far la parte del gigante nel comparto è la Gdo, che continua a costituire il 40% della distribuzione di cosmetici in Italia con un valore di 3.800 milioni di euro. Da segnalare, tuttavia, una decrescita nel 2016 dell'1,1%, a causa dell'importante forbice tra iper e supermercati tradizionali e spazi specializzati "casa-toilette". Dulcis in fundo, per tutto il settore un'altra ottima notizia è rappresentata dalla crescita del fatturato delle aziende terziste, che nel 2016 si attesta al +4,2%, un segmento che si pone a monte della filiera e che porta benefici in maniera trasversale a tutti i canali.

Matteo Borrè



Fabio Rossello



Cosmetica Italia, da 50 anni a sostegno del settore



Cosmetica Italia nasce nel 1967 con il nome di Unipro, Unione nazionale industrie di profumeria, cosmesi, saponi da toilette e affini. Rappresenta un punto di riferimento del settore nell'elaborazione e diffusione di informazioni di carattere normativo e tecnico, oltre che di indagini di mercato. Associazione nazionale imprese cosmetiche, è oggi formata da circa 500 imprese, rappresentative del 95% del mercato italiano. Come sistema economico, attualmente l'industria cosmetica nazionale si trova nella top ten mondiale. Cosmetica Italia è associata a Federchimica e partecipa attivamente alle dinamiche del sistema di Confindustria e di Cosmetics Europe, l'associazione europea della cosmesi.

Evoluzione Industria Cosmetica (valori in milioni di euro)

	CONSUNTIVO 2014	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 2015/14	PRECONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 2016/15	PROIEZIONE % 2017/16
Fatturato Mercato Italia	6.116	6.207	1,5	6.230	0,6	0,8
Canali tradizionali	5.610	5.713	1,8	5.730	0,5	0,7
Canali professionali	506	494	-2,4	500	1,3	1,5
Esportazione	3.333	3.810	14,2	4.270	12,0	11,5
Fatturato globale settore cosmetico	9.449	10.013	6,0	10.500	5,0	5,0

Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat.

Canali di distribuzione

	PRECONSUNTIVI I SEM. 2016	PRECONSUNTIVI II SEM. 2016	PREVISIONI TOTALI 2016/15	PREVISIONI I SEMESTRE 2017
Acconciatori	0,5	1,5	1,0	1,1
Erboristerie	2,1	1,3	1,7	2,0
Estetiste	-2,0	4,2	2,1	2,2
Farmacia	1,0	-1,0	0,0	0,5
Grande distribuzione	-0,5	-1,6	-1,1	-0,8
Profumeria	1,0	0,8	0,9	1,0
Vendite dirette*	6,5	9,1	7,8	7,5
Terzisti	4,0	4,5	4,2	4,0

Variazioni % rispetto al periodo precedente di riferimento * include e-commerce

Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat.

Variazione delle esportazioni di cosmetici italiani negli ultimi 20 anni



Fonte: elaborazione Centro Studi su dati Istat. Valori in percentuale.

BIO SNAIL
www.biosnail.it



Nome prodotto

Gel Total Body 90% Snail Secretion Filtrate

Breve descrizione del prodotto

Prodotto 100% naturale certificato Icca come eco bio cosmesi e cosmetica bio diversa, perché oltre all'uso di bava di lumaca si utilizzano tutte materie prime di agricoltura biologica, come aloe vera bio, estratto di malva bio e glicerina vegetale.

Materie prime principali

Snail secretion filtrate (bava di lumaca), aloe vera, estratto di malva bio e glicerina vegetale.

Formato (ml) e confezionamento

Confezione da 100 ml in tubo di plastica sigillato

Caratteristiche

Nutriente (bava di lumaca), elasticizzante (acqua attiva di lumaca), lenitivo (aloe vera), emolliente (estratto di malva bio) e idratante (glicerina vegetale).

Modalità d'uso

Applicare il gel total body sulla zona del viso o corpo da trattare e massaggiare fino a completo assorbimento.

Shelf life

Una volta aperto dura sei mesi.

Certificazione

Icca come Eco bio cosmesi e cosmetica bio diversa.

GAIA COSMETICI
www.gaiacosmetici.it

Nome prodotto

Balsamo labbra hot kiss

Breve descrizione del prodotto

Per labbra irresistibili e massimo volume. La sua composizione, arricchita con estratti di chili di origine biologica, dona già dalla prima applicazione un visibile volume alle labbra, aumentando il flusso di sangue sulla zona interessata e conferendo una piacevole sensazione di freschezza. Offre una profonda idratazione. Nutre le labbra in profondità e le rende morbide e lisce, proteggendole da secchezza e screpolature.

Materie prime principali

Olio di oliva, cera d'api, olio di peperoncino, olio di menta piperita, vitamina E.

Formato (ml) e confezionamento

4,3 ml in stick

Caratteristiche

Si scioglie a contatto con il calore della pelle. Provoca leggero pizzicore alle labbra e dona una piacevole sensazione di freschezza. Il 99% degli ingredienti è di origine biologica. Il 100% è di origine naturale. Non contiene siliconi, Peg, coloranti, conservanti e ingredienti di origine sintetica. Non è testato su animali.

Modalità d'uso

Stendere sulle labbra in maniera uniforme. Ripetere l'applicazione ogni qualvolta se ne senta il bisogno. Evitare il contatto con gli occhi vista la presenza di estratti di chili in formulazione.

Shelf life

24 mesi

Certificazione

Soil association organic.



WINNI'S - MADEL
www.madel.it

Nome prodotto

Shampoo thè verde

Breve descrizione del prodotto

Per capelli normali, sottili e colorati. Lo shampoo Winni's è un prodotto naturalmente efficace per detergere delicatamente i capelli e la cute. È stato realizzato adottando tutte le tecniche attualmente disponibili e aderendo alle certificazioni più attuali, restrittive e riconosciute per proteggere la pelle e i nostri capelli rispettando l'ambiente.

Materie prime principali

Estratti bio di thè verde, castagna e proteina vegetale. La sua formulazione è arricchita da un'esclusiva combinazione di proteine idrolizzate del grano: agenti ad azione idratante con estratti vegetali e bio, ottenuti da un processo assolutamente privo di solventi.

Formato (ml)

250 ml

Caratteristiche

Le sue proprietà riparanti e rinforzanti contribuiscono ad aumentare la morbidezza del capello e a migliorarne le proprietà antistatiche e la lucentezza.

Modalità d'uso

Utilizzabile per lavaggi frequenti.

Certificazione

Icca (Eco bio cosmesi), Skineco (Ecodermocompatibilità) e Vegan Ok.



ZECA - LABNATÙ
www.labnatu.com

Nome prodotto

Deodorante bio senza profumo

Breve descrizione del prodotto

Il deodorante biologico LabNatù è stato arricchito con i principi attivi del succo di aloe vera bio. Le sue proprietà emollienti, lenitive, elasticizzanti unite alle proprietà dell'allume di rocca, fanno di questo prodotto un deodorante unico nel suo genere. L'allume di rocca, l'ingrediente principale, è un sale di origine naturale dalle proprietà antibatteriche naturali. Evita infatti lo sviluppo dei cattivi odori ed equilibra la sudorazione in modo naturale, senza bloccarla. Per questo, a differenza dei comuni deodoranti che contengono alluminio cloridrato e che quindi chiudendo i pori della pelle possono creare possibili irritazioni e fastidi, l'allume di rocca permette una traspirazione normale e un'azione anti odore naturale. L'utilizzo quotidiano, oltre ad agire efficacemente sul cattivo odore, lascia la pelle naturalmente morbida.

Materie prime principali

Allume di rocca, aloe vera biologica.

Formato (ml)

100 ml - vapo

Caratteristiche

Antibatterico naturale. Senza alcool, senza parabeni e senza alluminio cloridrato. Presente in otto profumazioni, la variante senza profumo è adatta a pelli sensibili, per evitare ogni irritazione.

Modalità d'uso

Quotidiano

Shelf life

12 mesi

Certificazione

Certificato Eco bio cosmesi Aiab



SETARÉ

www.setare.it

Nome prodotto

Contorno occhi antiage

Breve descrizione del prodotto

Crema contorno occhi dalla texture leggera e fresca, straordinariamente ricca in attivi che lavorano in sinergia per apportare idratazione, protezione e tono a una zona del viso tanto delicata ed esigente. Mentre la caffeina agisce riducendo borse e occhiaie, acido ialuronico, agenti idratanti e pregiati oli vegetali nutrono i tessuti e migliorano l'elasticità della pelle rendendo nel tempo meno evidenti piccole rughe e segni di espressione. Gli estratti di camomilla, aloe e malva apportano sostanze lenitive e addolcenti indispensabili per preservare il delicato equilibrio idrolipidico della pelle del contorno occhi, mentre cardo mariano e tarassaco svolgono un'importante azione antiossidante e rivitalizzante. Lo sguardo apparirà visibilmente più giovane, fresco e luminoso.

Materie prime principali

Acido ialuronico, caffeina, estratto di camomilla, aloe, malva, squalano vegetale, estratto biologico di cardo mariano, estratto biologico di tarassaco.

Formato (ml) e confezionamento

Flacone di vetro satinato con dosatore da 15 ml

Caratteristiche

Nutriente, elasticizzante e tonificante.

Modalità d'uso

Dopo un'accurata detersione, applicare un velo di crema nella zona del contorno occhi picchiettando delicatamente fino a completo assorbimento. Avvertenze: solo per uso esterno. In caso di contatto con gli occhi sciacquare abbondantemente. Tenere fuori dalla portata dei bambini.

Shelf life

Sei mesi dopo l'apertura

Certificazione

Icca



LABORATOIRES BEWELL
www.vegup.bio



Nome prodotto

Eyeshadow palette Veggy

Breve descrizione del prodotto

Gli ombretti della palette Veggy contengono principi attivi che levigano e ricompattano la pelle. La ricchezza di pigmenti assicura una perfetta copertura e lunga tenuta. Contiene sei ombretti duo da 4 grammi ciascuno, quindi 12 colori di ombretto.

Materie prime principali

Rhodiola Rosea Extract, olio di albicocca biologico, amido di mais biologico, squalano di origine vegetale.

Formato (ml) e confezionamento

Sei ombretti duo da 4 grammi ognuno. Confezionati in una palette ecologica in cartoncino.

Caratteristiche

Gli ombretti della palette Veggy sono biologici, con certificazione BDIH, vegan in quanto non contengono alcuna materia prima di derivazione animale, gluten free, ma soprattutto ecologici: la confezione in cartoncino riciclato ha un impatto ambientale nullo, è unica nel suo genere e ben rispecchia la filosofia aziendale. La stampa viene eseguita con colori atossici e naturali.

Modalità d'uso

Gli ombretti possono essere applicati con un pennello o direttamente con i polpastrelli, i colori si sfumano perfettamente, sono molto pigmentati e assicurano una lunga durata. Le due nuance di ogni ombretto duo possono essere miscelate per ottenere nuovi colori.

Shelf life

Pao 12 mesi

Certificazione

BDIH

HERBSARDINIA

www.herbsardinia.com

Nome prodotto

Crema viso biologica mirto e miele della Sardegna

Breve descrizione del prodotto

La crema viso biologica mirto e miele della Sardegna Herbsardinia è realizzata con un'accurata scelta delle materie prime naturali e biologiche provenienti dall'incontaminata natura sarda. Il miele biologico garantisce alla pelle del viso una naturale azione idratante ed emolliente, mentre l'olio essenziale di mirto interverrà con un potente effetto lenitivo e tonificante, che donerà al viso una lucentezza mai vista prima con una gentile nota olfattiva.

Materie prime principali

Aqua (acqua deionizzata), helianthus annuus hybrid oil (sunflower seed oil), mel (honey), polyglyceryl-3 stearate, glycerin, chamomilla recutita water, glyceryl stearate, cetyl alcohol, myrtus communis oil (myrtle oil), sodium stearoyl lactylate, maris sal (sea salt), parfüm-profumo (fragrance), potassium sorbate, sodium benzoate, sodium salicylate, sodium dehydroacetate, xanthan gum, lactic acid, tocopherol, limonene, citral, linalool.

Formato (ml) e confezionamento

50 ml in vaso di vetro, bugiardini in carta riciclata, astucci in cartoncino riciclato e inchiostri ecocompatibili

Caratteristiche

Crema adatta all'esigenza di massima idratazione della pelle del viso, contorno occhi, collo, etc.

Modalità d'uso

Spalmare una piccola quantità di crema biologica su tutta la superficie del viso insistendo in particolare sotto le palpebre, sul contorno occhi e bocca e sulla fronte. Vi assicurerete così il massimo effetto emolliente e lenitivo con un'idratazione che risulterà da subito davvero straordinaria.

Shelf life

Pao sei mesi

Certificazione

Certificato Ccnp.



GREENPROJECT ITALIA
www.greenprojectitalia.it

Nome prodotto

Greenatural shampoo lavaggi frequenti eco-bio lino e ortica

Breve descrizione del prodotto

Shampoo delicato adatto al lavaggio di tutti i tipi di capelli. Grazie alla sua formula con ingredienti da agricoltura biologica è particolarmente indicato per i bambini. Deterge capelli e cuoio capelluto senza alterarne l'equilibrio, svolgendo un'azione nutriente e ristrutturante. Per uso quotidiano.

Materie prime principali

Tensioattivi di origine vegetale da olio di cocco, proteine del grano ed estratto di ortica.

Formato (ml) e confezionamento

Flacone da 250 ml

Caratteristiche

Le proteine del grano e l'ortica aiutano a proteggere e rivitalizzare i capelli più deboli. Per uso quotidiano. Testato dermatologicamente. Controllato per il contenuto di nichel, cromo e cobalto (valori <0,4 ppm). Non contiene Sles, Sls, fenossietanolo, Peg, parabeni, saponi alcalini, alcool etilico e coloranti. Senza profumi di sintesi, profumato con essenze naturali.

Modalità d'uso

Massaggiare una noce di prodotto sui capelli bagnati, fino a ottenere una soffice schiuma. Risciacquare con abbondante acqua.

Shelf life

Pao 12 mesi

Certificazione

Icca Eco bio cosmesi (278 bc 054)





LA RIVOLUZIONE DEI COMPORAMENTI DI ACQUISTO: UN'OPPORTUNITA' DI CRESCITA

Aiutiamo Industria e Distribuzione a stare al passo col cambiamento e a trarre vantaggio dall'evoluzione dello scenario dei consumi.

Buy Now

IRI è l'unica azienda in grado di offrire informazioni, modelli previsionali e tecnologia necessari a comprendere i fenomeni di mercato e a prendere decisioni di successo.

Scopri come possiamo far crescere la tua azienda:
www.iriworldwide.com



IRi
Growth delivered.