

Lepo presenta il nuovo Eye-liner
100% nero intenso. Vegan Ok
e con soli ingredienti naturali

A pagina II

Caudalie VineActiv
contro il burn-out
cellulare

A pagina III

Organic Monitor:
le previsioni sulla cosmesi
sostenibile

A pagina IV

Bio

& CONSUMI green lifestyle

L'INTERVISTA

A pagina V



“Che mondo sarebbe senza cosmesi?”

Parla Fabio Rossello, presidente
di Cosmetica Italia. L'associazione raggruppa
500 aziende del settore. Che sviluppa
un fatturato di oltre 10 miliardi di euro.

ANNO 2016:



TUTTI
I DATI DELLA
COSMETICA
ITALIANA

Alle pagine VI e VII

REPORTAGE

PIÙ VIVA(NESS) CHE MAI

Record di visitatori per la vetrina internazionale della bellezza
biologica, in scena a Norimberga dal 15 al 18 febbraio.
Innovazione, sostenibilità, responsabilità: ecco i principali trend.

Da pagina IX a pagina XII

COVER STORY

A pagina VIII

IL LABORATORIO NATURALE DI ZECA

Antonio Campagnoli, presidente dell'azienda piacentina,
descrive la linea Labnatù. Prodotti in perfetto unisono con
l'ambiente. Per la cura della persona, della casa e degli animali.



ANTEPRIMA



Cosmoprof fa 50!

Una panoramica sulle novità green
delle aziende italiane in mostra
a Bologna alla fiera internazionale
del beauty. Dal 16 al 20 marzo.

Da pagina XIII a pagina XV

SPECIALE CAPELLI



Una questione di testa

Prodotti in passerella.
La guida per buyer e retailer.

Da pagina XVII a pagina XIX

Lab Natù
laboratorio naturale



LABNATÙ: 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

Debutta Wind, l'etichetta Rfid di Checkpoint Systems



Checkpoint Systems, fornitore leader a livello mondiale di soluzioni Rfid e di sorveglianza elettronica degli articoli (Eae) nel settore Retail, presenta l'etichetta Wind Rfid per le categorie di prodotti cosmetici e per molte altre applicazioni di merchandise visibility. La nuova etichetta è caratterizzata dal chip Monza R6-P di Impinj, dotato della tecnologia Rain Rfid e ottimizzato per la serializzazione di molti articoli, tra cui capi d'abbigliamento, prodotti elettronici, cosmetici, farmaci, gioielli e molto altro. I chip offrono ai retailer e ai proprietari di marchio funzionalità a supporto della privacy, della prevenzione delle perdite e di protezione del brand. Monza R6-P vanta anche la migliore portata di lettura e velocità di codifica del settore, oltre alla straordinaria integrità dei dati. "Molti grandi retailer hanno mostrato particolare interesse nell'ampliamento delle categorie Rain Rfid per includere prodotti di health&beauty", sottolinea Alberto Corradini, country manager di Checkpoint Systems Italia. "I nuovi tag Rfid Wind pensati per questi prodotti aiuteranno i retailer a raggiungere gli obiettivi prefissati in termini di riassortimento automatico e gestione dell'inventario".

La Guardia di finanza di Lodi sequestra tre industrie per traffico di cosmetici contraffatti

La Guardia di finanza di Lodi, diretta dalla Procura lodigiana, ha portato a termine un'indagine su prodotti cosmetici contraffatti. Tre complessi industriali, per un valore di quasi 6 milioni di euro, sono stati sequestrati su ordine dell'Autorità giudiziaria in vista di una confisca definitiva. Le strutture fanno capo a una famiglia di tre fratelli imprenditori, che si erano specializzate nella commercializzazione e nella ricetta di un'ampia gamma di prodotti cosmetici con marchi contraffatti, tra cui Pupa, Kiko, Calvin Klein, Bilboa, Dermacos, Revlon. I militari hanno anche notificato un verbale per il recupero a tassazione dei proventi di attività illecita per oltre 3 milioni e mezzo di euro, denunciando i responsabili per omessa dichiarazione dei redditi.

Wycon Cosmetics lancia la prima collezione make up vegana

Prima linea di make up senza componenti di origine animale per Wycon Cosmetics. Il brand italiano - nato nel 2009 da un'intuizione di Gianfranco Satta, imprenditore e distributore storico della cosmetica femminile, e Raffaella Pagano, product manager, profonda conoscitrice del mondo make up e body care - ha realizzato una collezione completamente vegana, in collaborazione con Lucille, una ragazza milanese che ha trasformato il suo Roots in un vero salotto, nel centro di Milano, dove l'amore per i tatuaggi si sposa con oggetti frutto di collaborazioni creative. E' lei la prescelta come secondo volto del progetto Wyconic, collezioni limited edition ispirate e dedicate alle 'women' con la W maiuscola. Tutti i prodotti make up della linea sono vegan free, inoltre per la collezione è stata utilizzata una speciale carta ecologica innovativa, realizzata con le alghe della laguna di Venezia.

Rivoluzione naturale nelle tinture per capelli

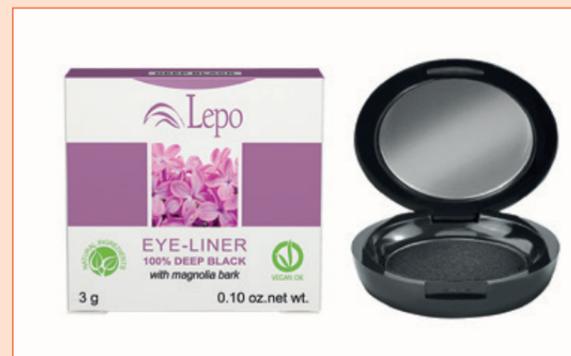


Scoperta una sostanza sosia della melanina, con la quale è possibile colorare i capelli. Un'alternativa più naturale e meno nociva alle attuali tinture. La rivelazione arriva dallo studio condotto dai ricercatori della coreana Gyeongsang National University, guidati da Jong-Rok Jeon, e pubblicato sulla rivista *Biomaterials Science & Engineering*. Le tinture per capelli sono un escamotage piuttosto comune e diffuso per nascondere i segni del tempo sulla chioma. C'è però un ingrediente, la parafenilendiammina (Ppd), che può causare reazioni allergiche, gonfiore al viso e irritazioni cutanee. Usare la melanina come alternativa naturale nelle tinture non si è però rivelato facile finora. In precedenti studi si è visto infatti che le molecole del pigmento tengono a raggrupparsi, formando grumi e sfere troppo grandi per penetrare nel capello e dar vita a un colore duraturo. Un problema che i ricercatori coreani hanno superato usando un composto ottenuto in laboratorio, una molecola naturale sosia della melanina, la polidopamina, che a differenza delle sostanze usate attualmente non provoca né irritazioni sulla pelle né reazioni allergiche. E' una sostanza nera simile nella struttura alla melanina e già studiata in ambito biomedico. Si è così visto che, unita ad atomi elettricamente carichi di ferro, fa diventare neri i capelli grigi e durare il colore per tre cicli di lavaggio. Nel caso di capelli di colore più chiaro, alla polidopamina vanno aggiunti atomi di rame e alluminio. I test di tossicità non hanno rilevato nei topi effetti collaterali evidenti, a differenza di quelli ai quali era stata applicata la tintura tradizionale con Ppd, che sono diventati pelati in alcuni punti.

Nuovi ingredienti per la cosmesi: il pescato sottogiallo

Da Bruxelles arriva il via libera ai cosmetici a base di pesce, ma anche integratori alimentari e mangimi. Sarà dunque possibile contrastare i segni dell'età della pelle con creme e fluidi a base di alcune specie di pesci che, quando vengono catturati sotto la taglia minima commerciale, ossia con dimensioni inferiori a quelle stabilite dalla normativa comunitaria e nazionale, non possono più per legge essere buttati in mare anche se privi di vita. L'Unione europea metterà, dunque, un freno a questa pratica. L'Ue, spiega la Federcoopescas-Confcooperative, ha allargato la possibilità di trasformazione dei piccoli pesci fino a consentire ora anche l'utilizzo cosmetico e a uso mangimistico: "La norma è un nuovo modo di guardare alla blu economy. Si aprono così nuovi mercati per gli operatori. L'auspicio è che, una volta entrata a regime, questa legge diventi uno strumento efficace per una pesca sempre più sostenibile e un contributo tangibile nella lotta agli sprechi". Per consentire ai pescatori di adattarsi al cambiamento, l'obbligo di sbarco sarà introdotto gradualmente entro il 2019 per tutti i tipi di pesca commerciale nelle acque europee. La legge, precisa l'associazione, fissa paletti rigidi, indicando le specie, le zone di pesca e le imbarcazioni soggette a quest'obbligo, in modo che tutto venga poi tracciato. Prodotti ittici che potranno essere impiegati dall'industria cosmetica, per realizzare integratori alimentari e cibo destinato agli animali domestici, ma non per l'uso alimentare anche se a scopi benefici.

Lepo presenta il nuovo Eye-liner 100% nero intenso. Vegan Ok e con soli ingredienti naturali



La famiglia dei cosmetici Lepo si amplia. Entra a far parte della gamma anche il nuovo Eye-liner 100% nero intenso, il primo in polvere compatta dalla texture ad alta pigmentazione, per una resa migliore. A base di corteccia di magnolia, va applicato con un pennello ad angolo inumidito per disegnare con facilità un tratto definito e omogeneo. Oftalmologicamente testato, senza profumo, siliconi, peg e parabeni, la sua formulazione è Nickel tested, Vegan Ok e con il 100% d'ingredienti di origine naturale. L'Eye-liner 100% nero intenso fa parte delle grandi novità per l'autunno/inverno 2016-2017 che si aggiungono al già ricco catalogo di Lepo, con oltre 200 prodotti efficaci e sicuri, realizzati con materie prime naturali di origine vegetale e minerale, molti dei quali certificati Bio e Vegan Ok. "Bellezza, protezione e trattamento": l'azienda da oltre 30 anni s'impegna quotidianamente per offrire cosmetici amici della pelle, con formulazioni originali e rigorosamente made in Italy, promuovendo una cultura più consapevole della cosmesi naturale. L'eye-liner è rivolto alle migliori erboristerie, farmacie e parafarmacie con angolo erboristico.

Witt presenta la linea Aloe Casa Bio: detersivi 100% naturali



Prodotti efficaci e delicati allo stesso tempo, che rispettano le superfici, l'ambiente e le persone. Sono quelli proposti nella nuova linea Aloe Casa Bio dai laboratori del Gruppo Witt Italia di Poirino, in provincia di Torino, dal 1970 specializzato nei prodotti 100% naturali e made in Italy per il benessere della persona e della casa. Pensati per soddisfare tutte le esigenze domestiche - dal lavabiancheria al lavapiatti, dal lavapavimenti allo sgrassatore - questi detersivi sono completamente di origine vegetale e aderiscono al disciplinare Vegan Ok. Sono realizzati con aloe vera da agricoltura biologica, che protegge la pelle di chi li utilizza e crea sulle superfici un film naturale che li protegge dallo sporco e ne esalta la brillantezza. Tutti i prodotti sono: naturali, perché prodotti con tensioattivi derivati da zucchero e cocco, studiati secondo le tecniche ambientali più all'avanguardia e profumi a base di oli essenziali; etici, perché prodotti seguendo le più severe norme comportamentali della produzione corretta e sostenibile; ecologici, perché altamente biodegradabili e confezionati in contenitori di plastica per alimenti, prodotta con un additivo che la rende rapidamente biodegradabile; sicuri, perché testati per escludere la presenza del nichel e formulati con materie prime selezionate per escludere ogni tipo di irritazione cutanea; garantiti dalle certificazioni Uni En Iso 9001:2008 e Uni En Iso 22716:2008 (Buona pratica di fabbricazione cosmetici); formulati, prodotti e confezionati in Italia, secondo i più alti standard qualitativi del nostro Paese.

Cosmetici 'a ruba' in farmacia: il Riesame annulla i domiciliari per la commessa



Era stata accusata della sottrazione di denaro e prodotti cosmetici per un valore di 170mila euro nella farmacia Natale di Casapulla, in provincia di Caserta. E per questo condannata agli arresti domiciliari. Dopo 13 giorni di 'detenzione', Patrizia Di Domenico, 47 anni, moglie di un avvocato, è stata rimessa in libertà. La decima sezione del Tribunale del Riesame, infatti, ha depositato ieri il provvedimento di annullamento dell'ordinanza cautelare domiciliare. La donna di Santa Maria Capua Vetere, accusata di furto, si era licenziata lo scorso ottobre dopo 14 anni di servizio come addetta alla cassa e ai servizi esterni di medicinali a domicilio e aveva intentato anche una causa di lavoro contro il titolare della farmacia per alcuni arretrati. Inoltre, sempre lo scorso anno, aveva subito una perquisizione domiciliare presso la propria abitazione, durante la quale erano stati trovati alcuni campioni omaggio di cosmetici. Tra le prove a sostegno dell'accusa, una videoregistrazione risalente al 2016 in cui la commessa esegue un'operazione di cassa e poi intasca alcune banconote. Si trattava, ha spiegato l'indagata al gip durante l'interrogatorio di garanzia, di una delle tante operazioni di preparazione del resto da dare ai clienti ai quali venivano portati medicinali a domicilio.

Caudalie VineActiv contro il burn-out cellulare

Caudalie presenta VineActiv. Nuova linea e nuovo brevetto con 'anti cell burn-out complex' per combattere lo stress cellulare. La peculiarità di questo complesso - composto da vitamina E, polifenoli di vinaccioli d'uva stabilizzati, vitamina C stabilizzata ed estratto di abete rosso - risiede nelle molecole che lo compongono, che si rigenerano l'una con l'altra, garantendo un effetto attivo e di lunga durata sulla pelle. L'anti cell burn-out complex agisce su due livelli: da un lato ricarica lo stoccaggio naturale di antiossidanti presente nel nostro organismo, dall'altro stimola l'enzima HO-1 implicato nella produzione delle difese naturali antiossidanti della pelle. La linea propone Sérum Anti-rides Activateur d'Éclat 30 ml (con acido ialuronico a basso peso molecolare, per contribuire a correggere visibilmente le rughe, da utilizzare mattina e sera prima della crema); Soins Hydratant 3-en-1 40 ml (con polisaccaridi anti-inquinamento che formano un film impalpabile sulla pelle e agiscono da scudo bloccando le particelle inquinanti e all'acido ialuronico ad alto peso molecolare che rimpolpa e leviga l'epidermide); Soins Yeux Défatigant Lissant 15 ml (con peptidi ed estratti di felce anti-rughe e liftanti, estratto di liquerizia anti-borse ed estratto di ippocastano anti-occhiaie). Tut-



ti i prodotti sono caratterizzati da texture leggere che si fondono con la pelle per un assorbimento immediato. Le fresche fragranze sono a base di foglia di mandarino, acqua di cetriolo ed essenza di menta verde per il siero; essenza assoluta di fiori d'arancio, foglie di limone ed essenza di bergamotto per la crema. Nella linea anche l'Huile de Nuit Détox, olio rigenerante e detossinante durante il riposo notturno, ormai diventato un cult, 100% di origine naturale, una formula adatta a tutti i tipi di pelle che trae

i suoi benefici dall'olio d'uva. Ricco di Omega 6 e vitamina E, nutre e ripara la pelle. Azione rinforzata dall'olio di rosa muschiata e dagli oli essenziali di neroli, lavanda, carota, legno di sandalo bianco e petitgrain. Bastano sei gocce tutte le sere e la pelle affaticata si riprende dalle aggressioni della giornata. Caudalie è membro dell'associazione "1% for the Planet" e devolve, attraverso la sua Fondazione, l'1% del proprio fatturato mondiale ad associazioni per la protezione dell'ambiente.



lavera
NATURKOSMETIK

« La mia pelle è idratata e protetta. E si vede. »

NOVITÀ CON
ANTI-POLLUTION
COMPLEX



PRESTO
DISPONIBILE!

lavera. naturalmente bella.

L'azione quotidiana prima di ogni trattamento per un incarnato fresco e luminoso. La sua leggera struttura con complesso antiinquinamento protegge le cellule della pelle dagli effetti nocivi dell'ambiente e dona un'intensa idratazione. Il siero con alghe biologiche e acido ialuronico naturale è adatto a tutti i tipi di pelle. Idratazione e protezione per essere bella tutto il giorno.



100% cosmesi naturale certificata

L'obiettivo di lavera Naturkosmetik da 30 anni. Con i dieci principi della garanzia di qualità. Scopri di più sul sito web lavera.de/it/garanzia



lavera.de/it

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

Organic Monitor: le previsioni sulla cosmesi sostenibile



Il 2017 sarà sempre più green. Secondo le previsioni di Organic Monitor, società inglese specializzata in ricerche di mercato nel comparto bio e naturale, il settore della cosmesi sostenibile crescerà ulteriormente, a livello globale, nel corso dell'anno. Con un numero sempre più alto di etichette etiche, standard di certificazione ancora frammentati, materie prime green, riciclo ed ecodesign per gli imballaggi. Nord America ed Europa avranno le quote più ampie, ma la crescita più sostenuta è prevista in Asia. Il greenwashing (strategia di comunicazione ingannevole sul fronte dell'impegno per la sostenibilità) rimarrà una delle maggiori sfide con molti brand che utilizzeranno la certificazione come garanzia dei loro claim 'naturali' e 'bio'. Per quanto riguarda gli schemi di certificazione green, non è previsto alcun standard unico. Per la società di ricerca inglese, gli schemi di certificazione 'naturali' e 'bio' rimarranno i più importanti per i cosmetici green, anche se la frammentazione è destinata a continuare. Organic Monitor stima che ci siano

al momento più di 30 standard per i prodotti cosmetici e per la cura della persona, per la maggior parte in Europa. Il numero di etichette etiche è stimato in aumento quest'anno con maggiori 'incroci' con l'industria alimentare. Prosegue la mania del 'free from' (senza) e ci si aspetta più diciture 'gluten free' e 'no Ogm' sulle confezioni dei prodotti, così come le tradizionali indicazioni 'senza parabeni', 'senza siliconi' e 'senza SIs'. Previsi maggiori investimenti nell'ambito delle fonti sostenibili degli ingredienti naturali. Saranno sempre di più le grandi ditte cosmetiche e le imprese di materie prime impegnate sul fronte degli approvvigionamenti sostenibili. Inoltre, nel 2017 si amplierà la gamma dei materiali 'green'. Come emergerà nell'ambito del Sustainable Cosmetics Summit, annuncia Organic Monitor, alcune

materie prime rinnovabili vengono utilizzate per sviluppare ingredienti cosmetici verdi: alghe, scarti o sottoprodotti alimentari, tabacco, oltre ai materiali vegetali tradizionali. Nel 2017 i criteri di misurazione della sostenibilità continueranno a guadagnare visibilità, poiché i grandi marchi cosmetici sono impegnati nel calcolo e nella riduzione della loro impronta ambientale. La 'carbon footprint' è quella più usata, ma sempre più aziende sono inclini a misurare energia, acqua, uso delle risorse e parametri sociali e relativi allo spreco. Per ridurre l'impatto degli imballaggi verranno utilizzati più materiali sostenibili e maggiore attenzione sarà dedicata all'ecodesign. Organic Monitor prevede inoltre che sempre più aziende facciano uso di materiali riciclati mentre altre cercheranno di trovare nuove applicazioni per i rifiuti degli imballaggi.



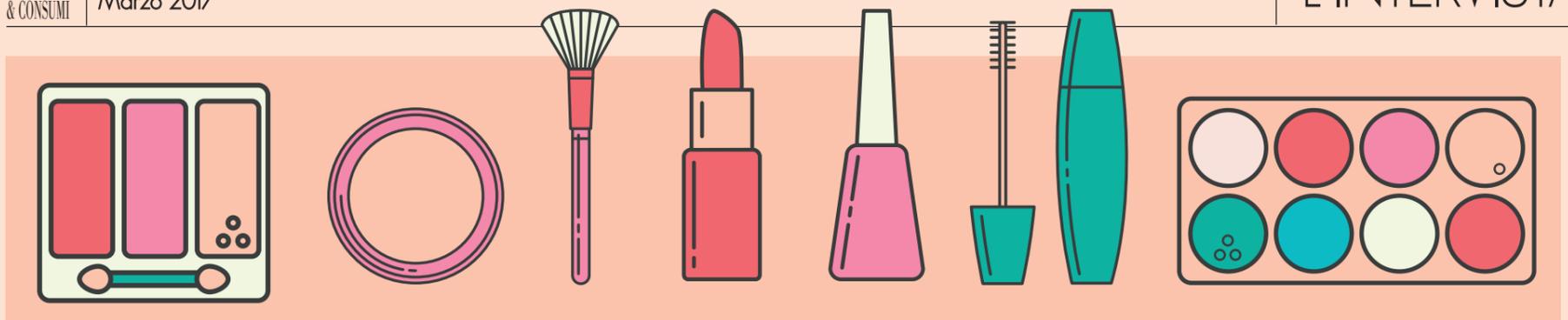
Gennaio: mese positivo per il canale farmaceutico. Dermocosmesi e igiene a +1,7%

Il canale farmacia ha registrato, nel mese di gennaio 2017, risultati molto positivi. Con un +5,9% a valore e un +4,6% a volume. Alla performance hanno contribuito sia il calendario con un giorno lavorativo in più rispetto allo stesso mese del 2016, sia il confronto con il mese di gennaio 2016 caratterizzato da risultati non positivi. Il numero totale di ingressi per farmacia è cresciuto del 4,7%, a fronte del quale si registra mediamente un giorno lavorativo in più. Il numero medio di ingressi giornalieri è stato in linea con quello dello scorso anno, così come i risultati a pezzi e fatturato del singolo scontrino. Nel dettaglio, si osserva che il farmaco etico è cresciuto del 5,4% a valore e del 4,5% a volume, mentre l'area commerciale ha guadagnato il 6,7% a valore e il 4,9% in termini di volumi complessivi di vendita. All'interno del commerciale il totale parafarmaco è cresciuto nel mese del 5,8%

a fatturato e del 4% a pezzi. I comparti che a gennaio 2017 hanno realizzato i migliori risultati sono gli integratori (+11,3% a fatturato e +10,4% a pezzi), che contribuiscono per il 30% al fatturato complessivo del parafarmaco, la fitoterapia (+14,2% a fatturato e +11,1% a pezzi) e i dispositivi per la protezione degli apparati (+18,5% a fatturato e +18,2% a pezzi). Buone performance anche per i sanitari, in crescita del 6,1% a valori e del 5% a volumi, e per la veterinaria, con una +5,2% a valori e un +4,5% a volumi. Il mercato della dermocosmesi e dell'igiene ha realizzato nel mese un +1,7% a fatturato e un +1% a pezzi, mentre quello degli altri alimenti e dietetici è cresciuto del 2,3% a fatturato ed ha perso il -2,2% a pezzi. Infine si registrano trend dal segno negativo per i presidi in convenzione (-4,3% a fatturato e -2% a pezzi) e per l'omeopatia (-2,2% a fatturato e -4,7% a pezzi).

Natural and Organic Products Europe, a Londra i prossimi 2 e 3 aprile

Si terrà presso il centro fieristico ExCeL London, i prossimi 2 e 3 aprile, la kermesse Natural and Organic Products Europe. Punto di ritrovo per i commercianti di prodotti naturali e organici, dai distributori per grandi supermercati a piccoli negozi, la manifestazione per i professionisti del settore, riserva anche uno spazio dedicato alla cosmesi: il Natural Beauty & Spa Europe, al quale parteciperanno circa 250 aziende espositrici e 1000 beauty buyers. Inoltre, all'interno del Natural Beauty Theatre verranno analizzati i principali trend di mercato, grazie a un intenso programma di incontri che approfondiranno i temi legati alla bellezza al naturale, oltre a dati sul comparto e informazioni sugli standard esistenti.



“Che mondo sarebbe senza cosmesi?”

Parla Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia. Associazione che raggruppa 500 aziende del settore e che nel 2017 taglia il traguardo dei 50 anni.

Con un curriculum vitae di tutto rispetto, Fabio Rossello è anche presidente in carica di Cosmetica Italia, Associazione nazionale delle imprese cosmetiche. Un secondo mandato che avrebbe dovuto terminare il prossimo mese di giugno e che invece, per un adeguamento ai nuovi regolamenti dell'associazione, è stato prolungato fino al giugno 2018. A lui abbiamo chiesto passato, presente e futuro del mondo cosmetico italiano.

Quale bilancio trae da tutti questi anni alla guida di Cosmetica Italia?

In questi due mandati ho visto crescere e cambiare Cosmetica Italia. Anzitutto da Unipro (Unione nazionale industrie di profumeria, cosmesi, saponi da toeletta e affini), l'ente ha cambiato 'etichetta', assumendo un nome più semplice e immediato. Inoltre, se inizialmente l'associazione era molto legata agli aspetti tecnici e normativi del comparto, ora invece ha assunto anche una veste di rappresentanza che coinvolge gli industriali, ma che in più si rivolge a consumatori e istituzioni. Queste ultime, grazie al nostro impegno, si sono rese conto dell'importanza del comparto. Che pesa moltissimo sull'economia nazionale, con una filiera che vale circa 15 miliardi di euro, oltre 10 miliardi di fatturato, coinvolge circa 222 mila addetti, una quota investimenti in R&S dell'8% (pari al doppio della media italiana) e un'importante crescita dell'export. L'internazionalizzazione è un altro punto su cui ho voluto puntare durante il mio mandato, lavorando sulla promozione del made in Italy. A fare la differenza è stata anche la nascita, nel 2005, di Cosmetica Italia Servizi, che segue le attività di promozione e partecipazione a manifestazioni ed eventi; si occupa di organizzare corsi di formazione, convegni, studi e ricerche di mercato; fornisce alle aziende servizi quali test su prodotti, certificazioni di qualità e consulenze tecniche. Ma non è finita qui, il nostro sforzo è servito anche a trasmettere il valore sociale dei cosmetici, che oltre a costituire un bene di prima utilità (vedi detergenza), sono in grado di farci stare meglio con noi stessi

e con gli altri, aumentando l'autostima. Lo ribadisco sempre: “Che mondo sarebbe senza cosmesi?”.

E' questa la chiave di lettura del progetto 'La forza e il sorriso Onlus'?

Certamente. Abbiamo costituito questa versione italiana del programma internazionale “Look good, feel better” per aiutare le donne in trattamento oncologico a riconquistare autostima attraverso laboratori di bellezza gratuiti.

Per quanto riguarda, invece, i rapporti con il consumatore finale?

L'intenso dialogo con le associazioni dei consumatori ci ha portati a realizzare diverse iniziative ed eventi rivolti all'utente finale, che raggiungiamo anche grazie ai nostri canali social e al nostro portale www.abc-cosmetici.it, creato per migliorare la conoscenza dei prodotti cosmetici e approfondire temi quali sicurezza e tutela della salute.

Come è cambiato il mercato della cosmesi negli ultimi anni?

Ha subito numerose evoluzioni, ma tutte positive a mio avviso. Basti pensare a come i negozi monomarca con costi ridotti, che inizialmente non erano ben visti dal settore, abbiano invece contribuito ad ampliare il target dei consumatori, raggiungendo ceti e fasce d'età più basse e spingendo così le performance del mercato. Tanto che ora si assiste all'accentuarsi del cross-buying, per cui si acquistano prodotti low price, senza però rinunciare a qualche referenza di lusso. Un ulteriore effetto di questi punti vendita è stata l'introduzione di assortimenti molto più ampi e variegati. Infine, un altro fenomeno che ha fatto da volano per il comparto è stato il proliferare di blogger e youtuber appassionate di bellezza e make up, che hanno reso possibile l'aumento delle competenze dei numerosi follower.

Quali trend si sono recentemente imposti nel mondo della cosmesi?

Diversi. Il più significativo è stato il boom della ricostruzione delle unghie, ma periodicamente abbiamo assistito al concentrarsi dell'attenzione su aspetti quali gli ingredienti nocivi o la protezione

solare. Ultimamente sono molto richiesti i prodotti multifunzione (vedi bb, cc e dd cream) e quelli dedicati ai bambini, i formati on the go (soprattutto solari), i profumi unisex e i dentifrici sbiancanti. Infine, non meno importate, anche il biologico sta trainando le vendite.

Proprio in tema di biologico e green: qual è il suo parere?

Si tratta indubbiamente di due tendenze rilevanti, che suscitano un'attenzione crescente dei consumatori. Bisogna però ammettere che i due concetti non sono ancora stati ben definiti, che molti confondono il 'green' con la sostenibilità e che le troppe certificazioni in circolazione non aiutano a fare chiarezza.

Quali consigli si sente di dare alle aziende italiane della cosmetica naturale per affrontare le sfide del mercato?

Anzitutto la cosmetica naturale deve trovare una propria identità. Poi è importante investire sull'innovazione e la realizzazione di prodotti nuovi, con funzionalità nuove e formulazioni con percentuali sempre più alte di ingredienti naturali.

Dal suo punto di vista, quali sono le strategie da adottare per migliorare il business all'estero?

Posto che in questo settore il made in Italy è sinonimo di alta qualità e che il contoterzismo italiano è molto ricercato all'estero, secondo me la strada giusta è quella di investire e spendere energie solo su due o tre mercati selezionati in modo strategico.

In Italia, invece, come gestire al meglio i tanti canali di distribuzione, anche a fronte di un sempre maggiore imporsi degli acquisti online?

Anche in questo caso, penso che affrontare seriamente uno o due canali distributivi sia la soluzione migliore per le nostre piccole e medie imprese. Il multicanale ha senso solo se ci sono numeri adeguati. Poi, certamente, c'è l'e-commerce, che rappresenta un altro mondo a cui il consumatore di cosmetici fa sempre più ricorso. I motivi sono diversi: anzitutto la vastità dell'assortimento, in secondo luogo la facilità d'acquisto



Fabio Rossello

e il prezzo, spesso conveniente. Piattaforme come Amazon la faranno da padrone, ma non è detto che le aziende non debbano sviluppare in autonomia anche questo canale, ad esempio con sezioni dedicate sui propri siti.

Capitolo Cosmoprof: dal punto di vista di un partner storico della manifestazione, perché si tratta di un appuntamento da non perdere?

Cosmoprof è un evento internazionale che fotografa a 360 gradi il mondo della cosmesi. Una full immersion che permette di capire in prima persona quali direzioni prende il mercato, quali colori, profumi e confezioni animano il settore. Una passerella delle novità, dove si possono toccare con mano i prodotti e relazionarsi faccia a faccia tra player del settore.

Come festeggerete il prestigioso traguardo dei primi 50 anni di Cosmetica Italia, ma soprattutto cosa riserva il futuro all'Associazione?

Saranno tre gli appuntamenti celebrativi. Il primo a Cosmoprof, dove festeggeremo il traguardo insieme a Bologna Fiere, con il congresso internazionale 'La cosmesi che verrà: economia digitale e nuovi linguaggi, tra ecologia e tecnologia' e con una postazione interattiva dedicata. Nel mese di giugno, terremo un grande evento con gli associati a Milano e, a novembre, incontreremo le Istituzioni a Roma. Anche in questa sede perseguiremo l'obiettivo, che è anche la nostra mission per il futuro, di affermare il ruolo centrale della cosmetica in Italia.

Irene Galimberti

ANNO 2016: TUTTI I DATI DELLA COSMETICA ITALIANA

Alle pagine VI e VII

segue

V

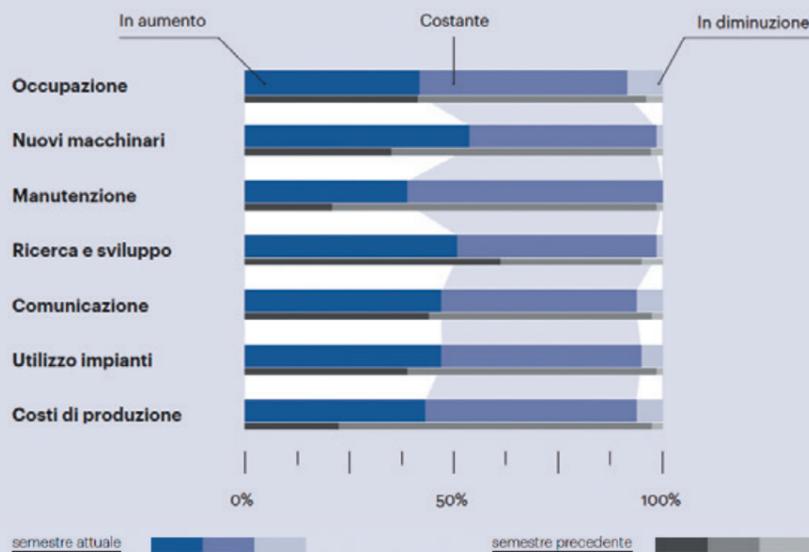
ANNO 2016: TUTTI I DATI DELLA COSMETICA ITALIANA

Forte di un fatturato globale di 10,5 miliardi di euro nel 2016, con l'export in crescita del 12% e il mercato interno dello 0,5%, il settore cosmetico nazionale, secondo l'Indagine Congiunturale di Cosmetica Italia, si prepara a un 2017 altrettanto positivo.

Ma le aziende associate non si fermano ai punti di forza individuati (qualità del prodotto, innovazione e R&S, flessibilità produttiva, creatività nello sviluppo dei prodotti, apertura verso nuovi mercati) e analizzano invece anche gli aspetti negativi che hanno caratterizzato il comparto

nell'ultimo semestre: punti su cui è necessario lavorare per migliorare le performance. In particolare, a frenare il business, secondo i player del settore, sarebbero gli alti costi di amministrazione, oltre ai crescenti costi di produzione e agli insoluti o ai ritardi nei pagamenti. A queste tematiche si aggiungono le preoccupazioni per la tensione politica mondiale, che influenza anche gli scambi commerciali, e la difficoltà di approvvigionamento nella filiera a monte. Con i grafici che seguono analizziamo alcuni spunti di approfondimento forniti da Cosmetica Italia Servizi.

DINAMICHE DEL COMPARTO COSMETICO



Una panoramica sull'andamento di alcune voci importanti per l'industria cosmetica: a confronto il secondo semestre del 2016 (semestre attuale) con quello precedente. Nella seconda metà dell'anno scorso si consolida la positività delle dinamiche industriali espresse dagli imprenditori. Per quanto riguarda i livelli occupazionali, sono in aumento le aziende che prevedono una contrazione dei posti di lavoro: l'8% degli intervistati, contro il 5% del semestre precedente e il 2,5% medio del 2015. Secondo le dichiarazioni raccolte, aumenta lievemente anche il ricorso alla Cig che rimane comunque più basso rispetto al periodo di inizio crisi.

Uno dei maggiori segnali di ripresa economica del Paese è rappresentato dalla voce 'nuovi macchinari', che riflette anche l'intenzione degli imprenditori di potenziare le proprie capacità produttive. A questo proposito sono in aumento le aziende che dichiarano di aver ampliato il parco macchine (53%), mentre il 44% segnala un livello costante. In linea con questo dato, il 40% degli intervistati ha investito in maniera maggiore sulla manutenzione degli impianti, sempre per ottimizzare la capacità produttiva. Nella parte conclusiva dell'an-

no si registrano in crescita anche le stime sul grado di utilizzo degli impianti: l'aumento segnalato dal 47% degli intervistati - sorretto dal 49% che lo giudica costante - è riprova del moderato ottimismo sull'economia italiana.

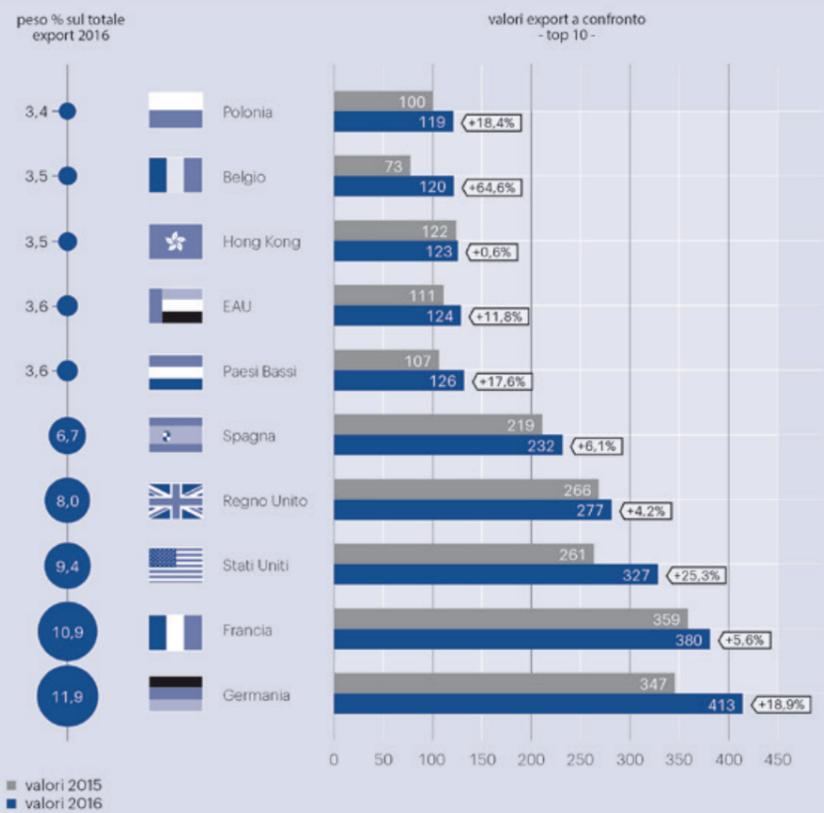
In calo, ma sempre e comunque consistente (51%), la percentuale di aziende che ha aumentato gli investimenti in R&S, a fronte di un 47% che dichiara di mantenere costanti gli investimenti in questo campo.

La comunicazione rappresenta, invece, un indicatore controverso: diminuiscono le aziende che mantengono stabili gli investimenti in questo ambito, ma sono in aumento sia le realtà che prevedono di aumentarli (dal 43% del dicembre 2015 al 47% del 2016), sia quelle che pensano di ridurli. Certo è che il comparto si sta dimostrando sempre più multicanale e orientato verso web e social media.

Infine, crescono le preoccupazioni legate ai costi di produzione. Si prevede una situazione di aumento dei costi che passano dal 21% del dicembre 2015 al 43% del 2016. Poiché la competitività rimane un elemento irrinunciabile e prioritario per le imprese del settore, si rende necessaria una politica di revisione sulle marginalità.

EXPORT E PRINCIPALI PAESI DI DESTINAZIONE

(Valori gennaio-ottobre 2016)



Fonte: elaborazione Centro Studi cosmetica italia su dati istat, valori in milioni di euro. Periodo di riferimento gennaio-ottobre.

Rispetto alle rilevazioni precedenti, Cosmetica Italia individua un interesse minore, da parte delle aziende del comparto, per i Paesi extra-europei. Mentre l'Europa si conferma importante sbocco per le esportazioni. L'ultimo dato parla di un export suddiviso in egual misura tra le due diverse aree di destinazione.

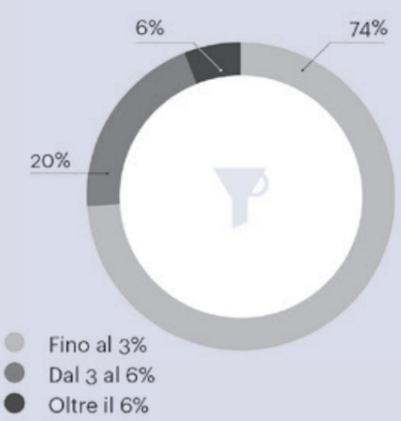
In forte crescita, nei primi dieci mesi del 2016, l'export delle aziende cosmetiche italiane. I dati preliminari parlano di un +12% sul 2015, con un fatturato totale di 4,270 miliardi di euro. Le prime dieci destinazioni - Polonia,

Belgio, Hong Kong, Eau, Paesi Bassi, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti, Francia, Germania - nel complesso rappresentano oltre il 50% del totale.

In particolare, dai dati, emerge che nel 2016 si sono ripresi i rapporti commerciali con alcune destinazioni storiche, come Paesi Bassi, Belgio e Polonia. I primi quattro destinatari (Germania, Francia, Stati Uniti e Gran Bretagna) rimangono una conferma per l'export. Decisamente rilevanti le performance in Belgio (+64,6%), mentre esce dalla top ten il mercato russo.

INCIDENZA DEI PREZZI DELLE MATERIE PRIME SUI COSTI DI PRODUZIONE

L'incidenza dei prezzi delle materie prime sui costi di produzione aiuta a comprendere meglio la tendenza alla razionalizzazione della pressione sulle marginalità. Cresce, rispetto ai livelli precedenti, la quota delle aziende che dichiarano 'fino al 3% d'incidenza', pari al 73,5% del totale. Si riduce, invece, dal 10% al 6%, il gruppo delle aziende che rilevano un'incidenza 'oltre il 6%'.



NOVITÀ DI PRODOTTO

Grazie al database Gnpd (Global new products database) di Mintel è possibile ricavare una panoramica dei prodotti cosmetici (esclusi quelli prestige) immessi sul mercato italiano nel secondo semestre 2016.



IL PACKAGING

Una voce importante per la composizione dei costi dei prodotti cosmetici è rappresentata dall'imballaggio. Negli ultimi esercizi si rileva una sostanziale stabilità nella composizione generale del packaging. Nonostante i concetti di ecosostenibilità e 'green' continuino a condizionare le scelte degli operatori italiani, il trend mondiale sta ancora cercando un proprio equilibrio tra produzioni intensive e rispetto ambientale.

MATERIALI PER LA COMPOSIZIONE DEL PACK NEL 2016:

	ITALIA	MONDO*
PLASTICA	35%	65%
CARTA	32%	11%
ALLUMINIO	16%	6%
VETRO	13%	17%
ALTRO	4%	1%

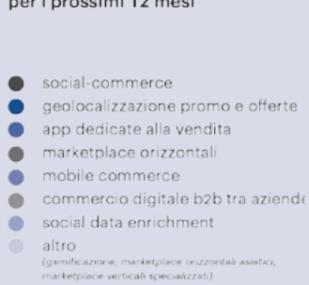
*Indicatori dal database Gnpd per i prodotti cosmetici immessi a livello mondiale nel 2016.

ECOSISTEMA DIGITALE

Negli ultimi 20 anni la presenza e l'interazione delle aziende (e tra le aziende) sul web si è decisamente intensificata. Inizialmente si trattava di una semplice presenza online (sito web statico), poi si è introdotta l'interazione con forum, blog e video, per arrivare all'interazione attiva tipica dei social network e delle reti partecipative. Dopo l'indagine effettuata nel

dicembre 2015, il Centro Studi di Cosmetica Italia ha nuovamente raccolto le opinioni degli imprenditori del settore in merito alle parole-chiave in grado di rappresentare al meglio gli sviluppi in ambito digitale per i prossimi anni. Ne sono emerse alcune tendenze che mostrano quali saranno le strategie di sviluppo aziendali nel prossimo futuro.

Previsione degli operatori per i prossimi 12 mesi



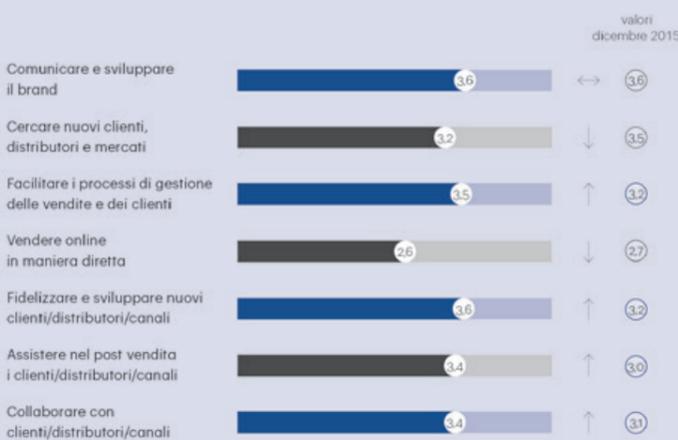
Flashback: le previsioni nel 2015



Resta in testa il 'social-commerce', inteso come utilizzo strategico dei social media per finalità di vendita e branding. Mentre al secondo posto, nel 2016, la 'geolocalizzazione' per promozioni e offerte supera il 'social data enrichment', l'utilizzo dei dati forniti dagli utenti social per arricchire e integrare i database e i crm aziendali,

che nel 2015 era sul secondo gradino, ora finito in sesta posizione. Stabili in terza posizione le App, possibilmente dedicate e utilizzate per comunicare direttamente con le aziende. Temi come la presenza su marketplace sia "asiatici" che verticali di settore e l'utilizzo di dinamiche di gamificazione risultano invece meno importanti.

COME LA DIGITALIZZAZIONE POTREBBE MIGLIORARE IL B2B



media delle segnalazioni online degli operatori (1=per niente d'accordo, 5=totalmente d'accordo) a confronto con i risultati precedentemente ottenuti nel dicembre 2015.

Interessante anche il confronto, 2016 vs 2015, dell'utilizzo dei social in ambito b2b. I cambiamenti da un anno con l'altro sono appena rilevabili, il che significa che rimane stabile la percezione dell'utilità dei media per le diverse finalità. Come principali fattori premianti e attesi emergono la comunicazione e lo sviluppo del brand; la ricer-

ca di nuovi clienti, distributori e mercati; oltre che una più snella gestione delle vendite. La nota dolente è rappresentata dal fatto che oltre l'80% degli imprenditori ha confermato di non utilizzare questi importanti mezzi di comunicazione aziendale, a fronte di una sempre maggiore richiesta internazionale di standing online multiplatforma.

Fonte: Cosmetica Italia

INDUSTRIA COSMETICA: UN BILANCIO

EVOLUZIONE DEI PRINCIPALI INDICATORI DI BILANCIO NELLA COSMETICA

	Valore medio per azienda 2015	Variazione/dif. % 2015/14	Variazione/dif. % 2014/13	Valore medio per azienda 2008	Variazione/dif. % 2015/08
Fatturato (migl. euro)	37.511	4,9	1,6	34.044	10,2
EBITDA (migl. euro)	4.468	8,8	6,1	4.326	3,3
EBITDA/Fatturato (indice)	11,9	0,4	0,4	12,7	-0,8
ROS - Redditività delle vendite (indice)	4,2	0,3	0,2	4,1	0,1
ROA - Redditività del totale attivo (indice)	4,9	0,9	-0,6	5,1	-0,2
ROE - Redditività del capitale proprio (indice)	8,5	1,8	3,2	5,6	2,9
Copertura degli immobilizzi (indice)	6,0	0,3	1,5	4,4	1,6
Costo lavoro per addetto (euro)	41.921	-0,9	0,1	46.268	-9,4
Retribuzione media per addetto (euro)	33.626	-0,2	2,6	33.025	1,8
Ricavi pro-capite (euro)	371.586	-2,6	0,7	462.789	-19,7
Valore aggiunto pro-capite (euro)	82.760	1,6	1,8	88.146	-6,1
Giorni di scorta media	116	-4,1	-2,6	172	-32,2
EBITDA/OF (indice)	4,6	0,1	0,1	2,4	2,2
Leverage (indice)	3,6	-0,1	-4,0	3,5	0,1

Campione considerato: dal database 'Cosmetici e prodotti per toiletta' Plimsoll (studio che propone l'analisi delle voci di bilancio aggregato del settore cosmetico, con valutazioni per insiemi di imprese relativamente omogenee per permetterne il confronto attraverso indicatori delle chiavi di prestazione 'Kpi'), sono state selezionate le società attive con fatturato superiore agli 800mila euro e il codice Ateco 20.42.00, unitamente a imprese con descrizione nell'oggetto sociale delle seguenti parole chiave: produzione prodotti cosmetici, fabbricazione prodotti cosmetici, prodotti per toiletta, produzione o fabbricazione saponi, e soci di Cosmetica Italia. Si è individuata una base confrontabile di 540 aziende con un fatturato aggregato, in larga parte caratterizzato da produzione cosmetica, prossimo ai 13.000 milioni di euro, rappresentate da 375 aziende associate a Cosmetica Italia.

Fonte: Elaborazione Centro Studi su database Plimsoll

IL BILANCIO

In ripresa, dal 2012 al 2015, gli indici di redditività, anche se in misura inferiore da parte delle grandi imprese estere che adottano strategie di vendita focalizzate sui volumi. Il prospetto finanziario dell'industria non evidenzia nessuna criticità nel lungo termine in merito alla copertura degli investimenti fatti.

Soprattutto per canali in ripresa come la profumeria e la farmacia (in lenta ma in continua crescita). In lieve calo la leva finanziaria (leverage) per le piccole e medie imprese italiane, fenomeno positivo che esprime un rapporto soddisfacente tra debiti e patrimonio netto.



50th EDITION COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA 17 - 20 MARZO 2017

STAND N6 PADIGLIONE 21N



LA PREGIATA LINEA DI COSMETICI BIOLOGICI IN ESCLUSIVA AL COSMOPROF

Il laboratorio naturale di Zeca

Antonio Campagnoli, presidente dell'azienda piacentina, descrive la linea Labnatù. Prodotti in perfetto unisono con l'ambiente. Per la cura della persona, della casa e degli animali.

Antonio Stefano Campagnoli, per tutti Stefano, ha alle spalle una lunga esperienza come insegnante di chimica. Attività portata avanti in parallelo a quella imprenditoriale, che l'ha spinto a collaborare con numerose aziende nei settori degli imballaggi e della cosmesi.

Nel 1982, forte di un ricco know-how, fonda la Zeca, che nella sede di Rivergaro, sulle prime colline della Val Trebbia, realizza, brevetta e commercializza packaging all'avanguardia per prodotti cosmetici, farmaceutici e alimentari, rispettando i più alti standard di sicurezza e qualità. Negli anni si sviluppa anche l'attività di produzione in conto terzi di prodotti cosmetici, che assume sempre più importanza, fino all'idea di creare una linea di proprietà.

Come nasce Labnatù?

E' stato mio figlio Paolo a proporre di 'colmare un vuoto' individuato nel canale farmaceutico: la mancanza di deodoranti dermocompatibili e naturali. La scelta del nome 'LabNaTù', il 'laboratorio naturale per te', è già significativa e porta con sé una vera e propria filosofia aziendale: quella di realizzare, attraverso una chimica 'pulita', prodotti privi di agenti chimici nocivi o potenzialmente allergenici, utilizzando solo ingredienti e principi attivi naturali, materie prime biologiche, biodegradabili ed eco-compatibili. Questo per garantire al tempo stesso il benessere dei consumatori e il rispetto dell'ambiente. Un posizionamento alto, che ci ha spinti a rivolgerci solo al canale farmaceutico e specializzato.

Cosa rende così speciali i vostri deodoranti?

Intanto la linea protettiva, con funzione riequilibrante per attenuare gli effetti dell'iperidrosi, è classificata come dispositivo medico di Classe I. Poi sono tutti appositamente realizzati per evitare la ritenzione del sudore, senza causare allergie o irritazioni di alcun genere. A base di allume di rocca, sono antibatterici, traspiranti e lievemente astringenti, e non contengono parabeni, alcool o siliconi. Sono naturalmente privi di alluminio cloridrato. Da ultimo, ma non meno importante, non lasciano aloni sui tessuti.

Quali formati proponete?

La scelta è vasta sia per formati, sia per profumazioni. Dallo stick di allume puro, passando attraverso il vapo no-gas e il cremoso roll-on, fino ad arrivare alla grande innovazione del deodorante in gel che, con l'aggiunta di glicerina, garantisce idratazione e vanta una texture che consente la massima efficacia, assicurando al tempo stesso la traspirazione. Un occhio di riguardo alle delicate profumazioni: obbligatorie le referenze senza profumo alle quali abbiamo aggiunto fragranze per tutti i gusti (vaniglia e muschio, tè verde, lavanda, aloe, brezza marina e talco).

Nel tempo la gamma si è ampliata...

Per quanto riguarda la cura della persona, abbiamo introdotto trattamenti naturali per gambe e piedi. A base di materie prime naturali come mentolo, olio di menta, allume di rocca, oli naturali di mandorle e nocciole - dalle proprietà rinfrescanti, tonificanti e nutrienti.

Ci sono poi gli accessori per il make-up.

Pennelli e spugnette confezionati in una co-

moda pochette riutilizzabile. Le setole sono sintetiche, prodotte in materiale ipoallergenico e batteriostatico per garantire maggiore igiene e avere la sicurezza di non sensibilizzare la pelle al loro contatto. Queste super-fibre sono morbide come quelle naturali e grazie a un processo che smussa le punte le applicazioni sono soffici e precise, anche nell'utilizzo più professionale. La vasta gamma di spugnette, morbidissime e per tutte le esigenze, sono in materiali analergici con diverse certificazioni qualitative. A completare la gamma proponiamo una serie completa di acciai LabNatù per manicure e pedicure, realizzati in acciaio extra-chirurgico per la massima sicurezza e precisione.

Quali i prodotti per la casa?

I nostri profumatori per armadi e cassetti sono particolarmente innovativi, realizzati interamente con ingredienti e fragranze naturali, profumano gli ambienti dove riponiamo i tessuti. I granelli naturali, infatti, rilasciano il profumo assorbendo umidità. Questo particolare processo, chiamato osmosi, tipico di alcuni vegetali, consente una durata molto superiore ai profumatori tradizionali che funzionano per evaporazione. Ogni confezione contiene due sacchetti profumati in carta ecologica, due ganci in cartone e tre cartine profumate. Proponiamo inoltre i nostri eco detersivi in polvere e liquidi, per lavatrice e lavastoviglie, oltre agli spray per la pulizia delle superfici. Sono estremamente efficaci, composti da ingredienti 100% biodegradabili e ipoallergenici, con funzione antibatterica, e senza controindicazioni per la persona. Sempre con la filosofia del massimo rispetto per l'ambiente e la salute, abbiamo realizzato anche un vapo per alimenti, che facilita la rimozione rapida dei residui organici e l'eliminazione dei batteri, senza alterare le caratteristiche organolettiche degli alimenti.

E quelli per il pet care?

Detergenti, prodotti antidodore, per la repellenza degli insetti e la cura di occhi e orecchie, caratterizzati da formulazioni di origine vegetale - senza alcool, coloranti, Ogm, Peg e Ppg, parabeni o petrolati - molto delicati ed efficaci. Una linea nata dall'amore per gli animali domestici, con profumazioni delicate che rispettano il particolare olfatto degli amici a quattro zampe. Il nostro impegno è proiettato in un futuro in cui vediamo questo mercato affermarsi e prosperare oltre le aspettative previste.

Quali sono i riscontri dell'intera linea Labnatù?

Facciamo parte di quelle aziende che sono nel futuro di tutti e rappresentano un consumatore attento e disposto a fermarsi per capire prima di comprare. La soddisfazione è vedere una comunità che, come una tribù, cresce e catalizza la popolazione più sensibile ed acculturata con coerenza e senso di appartenenza.

Uno sguardo al futuro.

Forti di un fatturato in aumento, continueremo a rispettare i rigidi controlli e gli alti standard qualitativi, per offrire ai consumatori un'alternativa naturale, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Irene Galimberti

“

Forti di un fatturato in aumento, continueremo a rispettare i rigidi controlli e gli alti standard qualitativi, per offrire ai consumatori un'alternativa naturale, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Antonio Campagnoli, presidente dell'azienda piacentina

”



CERTIFICAZIONI AZIENDALI

Bio Ecocosmesi Aiab
Detergenza Pulita Aiab
Iso 9001:2008
Bvt Apave



50th EDITION
COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA
STAND B89-C90, PAD. 26

PIÙ VIVA(NESS) CHE MAI

Record di visitatori per la vetrina internazionale della bellezza biologica. Innovazione, sostenibilità e responsabilità i principali trend emersi dalla kermesse andata in scena a Norimberga dal 15 al 18 febbraio.

a cura di Federica Bartesaghi e Irene Galimberti



Oltre 50mila visitatori da 134 paesi hanno affollato i padiglioni di Biofach e Vivaness. Un record storico per le due manifestazioni internazionali di riferimento nel mondo biologico, dedicate ai comparti del food e della cosmesi, in scena a Norimberga, in Germania, dal 15 al 18 febbraio.

In particolare, erano 259 gli espositori presenti all'11esima edizione del Salone internazionale per la cosmesi naturale, provenienti da circa 35 paesi. Innovazione, sostenibilità e responsabilità i principali trend emersi, che hanno caratterizzato l'offerta.

La stagione di crescita che sta interessando il settore si riflette non solo nel successo ottenuto dalle due

kermesse, ma anche nell'impegno profuso dalle aziende per presentare proposte innovative e nel grande interesse mostrato dagli operatori professionali, di cui tanti dal mondo della grande distribuzione, che hanno approfittato dell'evento per incontrare e conoscere le realtà presenti e la loro proposta.

Un grande fermento, dunque, che accompagna la performance in crescita, su scala complessiva, del comparto, sicuramente favorita dal sempre maggiore interesse che anche la grande distribuzione sta dimostrando nei confronti di queste referenze. Nel 2016, infatti, la cosmesi ha incassato un incremento di oltre 1 miliardo di dollari, infrangendo la soglia dei 13,5 miliardi di dollari, con previ-

sioni per un rialzo del 10% anno su anno fino al 2022. Le stime prevedono che entro quella data il valore raggiungerà i 20 miliardi di dollari.

Vivaness come grande occasione di business, dunque, che le aziende italiane non hanno mancato di sfruttare. Presentando, in linea con i principali trend di mercato, prodotti innovativi, multifunzionali e anche vegani, passando attraverso numerose novità dedicate alla cura dei capelli, allo skin care, al make up, fino ad arrivare ai profumi e alle linee baby.

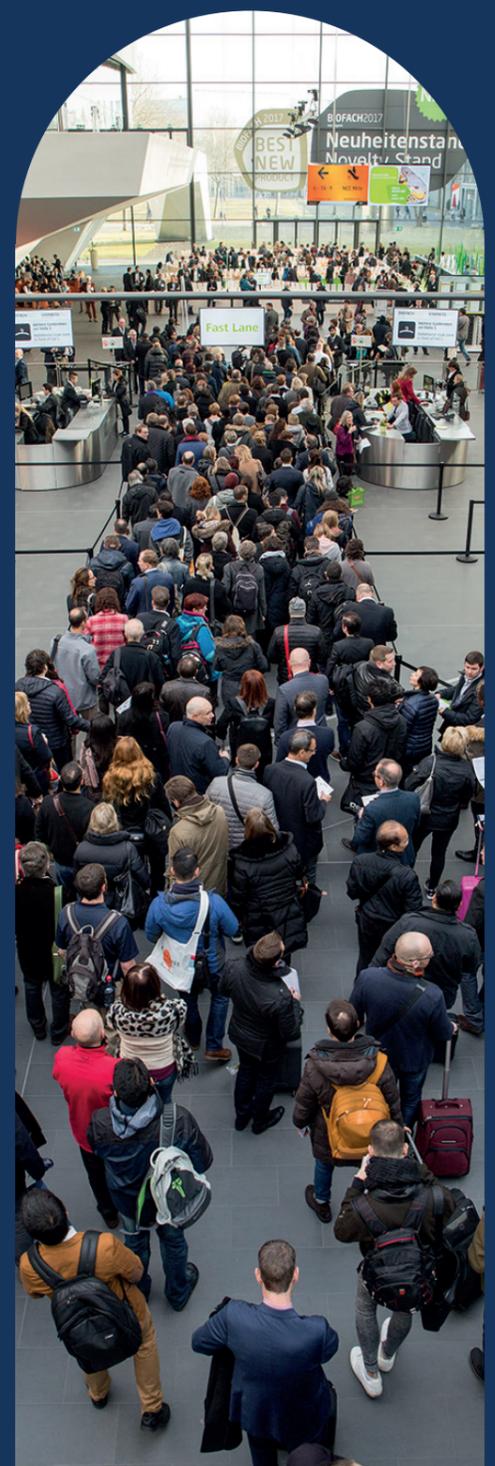
L'appuntamento con l'edizione 2018 di BioFach e Vivaness è già fissato, al Centro esposizioni di Norimberga, dal 14 al 17 febbraio del prossimo anno.



11ESIMA
EDIZIONE

259
ESPOSITORI
DA 35 PAESI

5.471
METRI QUADRATI
DI AREA ESPOSITIVA
DEDICATI
ALLA BELLEZZA



BIOLÙ - NIVEL

Daniele Simi



“Nivel è un'azienda con una produzione certificata 100% biologica da ormai 10 anni. Lo scorso anno, grazie all'andamento molto positivo del mercato, si è chiuso con un fatturato a +26%, realizzato con diverse linee di prodotto destinate ai diversi canali, dal retail specializzato alla Gdo. Inoltre, da un paio d'anni lavoriamo anche con importatori e distributori oltreconfine, con una quota export pari al 20%. In fiera portiamo sia i nostri prodotti per la detergenza, sia quelli per la cosmetica, con i marchi Biolù, Biopuro, e Naturallegra. Ultima novità di prodotto è il detergente intimo”.

GALA COSMETICI

Silvia Fontana



“Quello passato è stato un anno positivo per il settore, che si è tradotto anche in una buona crescita del fatturato aziendale, realizzato in Gdo, drugstore e canale specializzato, oltre che, per circa il 10%, all'estero. Nel 2016 Gala ha anche lanciato una novità assoluta per il mercato: la linea di fragranze 100% naturali Bio Happy certificati Natrue, che sta registrando un grande successo, e Amaflora, quarto marchio di proprietà che propone prodotti per viso e corpo naturali e biologici, certificati Natrue, che traggono efficacia dalle proprietà straordinarie di piante e fiori provenienti da agricoltura biologica”.

AURUM AFRICA

Luana Amadei



“Aurum Africa propone oli per la cura della pelle di viso e corpo, oltre a oli essenziali biologici e fair trade. Protagonisti l'Olio di marula 100% naturale e la linea cosmetica bionaturale Big Five. Il primo - un antiaging naturale, ricco in vitamina C, E, Omega 6 e 9 - proviene da raccolta e lavorazione ecosostenibile di noci da alberi selvatici di Marula in Namibia. Idratante e nutriente, aumenta la produzione di collagene, riduce i segni del tempo, rende la pelle di viso e corpo compatta e luminosa e contribuisce alla bellezza dei capelli. La linea Big Five comprende al momento una crema viso a base di olio marula, moringa, avocado, mandorle dolci e burro di karité, e una body lotion a base di olio di marula, baobab, oliva, aloe vera, burro di karité. Entrambe sono caratterizzate da una profumazione delicata”.

MONTALTO

Giuseppe Montalto



“Con una produzione destinata a negozi specializzati e concept store, nell'ultimo anno Montalto ha registrato una crescita del fatturato, realizzato per circa il 40% oltreconfine. Dopo aver presentato, a Sana, la linea Baciama Bio, rinnovata nelle formulazioni e nell'immagine, a Vivaness lanciamo Biorescue, a base di materie prime pregiate, come la dioscorea batatas, chiamata 'Radice di luce'. La linea antiaging - composta da olio sera, siero, crema e contorno occhi - rigenera la pelle del viso e combatte i segni del tempo con un effetto lifting immediato. Il test di efficacia dermatologica afferma che Biorescue è efficace per il 95% delle donne”.

BIOS LINE

Alberto Scattolin



“Bios Line è attiva da 35 anni nel mondo degli integratori alimentari e dei cosmetici naturali. Questa è la prima edizione di Vivaness a cui partecipiamo, con i marchi Nature's e Bios Line, per consolidare la nostra presenza all'estero, siamo infatti già presenti in 39 paesi nel mondo. La fiera è stata occasione per presentare le numerose novità. A marchio Nature's la linea skin care viso e corpo B(io), a base di elicriso italico, e la linea completa Argà, a base di olio di argan biologico e olio di dattero. A marchio Bios Line la linea Bio-Kap, composta da prodotti per contrastare l'eccessiva caduta dei capelli, esaltarne la bellezza e tingere con colori naturali. Tutte le formulazioni sono prive di PEG, siliconi, parabeni e SIs. Vengono impiegati solo componenti naturali ed estratti bio di comprovata sicurezza, testati al nichel e dermatologicamente”.

HERBATINT - ANTICA ERBORISTERIA

Serena Stoppoloni



Da sinistra: Serena Stoppoloni, Benoit Doithier, Silvia Doll.

“Dopo un 2016 in forte crescita, Antica Erboristeria inizia il 2017 con slancio. A gennaio è stato inaugurato il nuovo sito aziendale, ideato per poter seguire non solo la crescita dell'attività produttiva ma anche gli standard più stringenti di qualità e sostenibilità. In fiera presentiamo la nuova linea haircare certificata bio Herbatint Moringa Repair, dedicata ai capelli colorati: l'estratto di moringa con la sua alta concentrazione di antiossidanti, fitonutrienti e proteine, svolge un'intensa azione riparatrice. Vivaness è anche stata l'occasione per un importante appuntamento con le altre aziende B Corp, certificazione aziendale ottenuta lo scorso aprile che fa di Herbatint la prima colorazione capillare a unirsi a questo movimento globale”.

L'ERBOLARIO

Daide Bertocchi



Daria Calza e Daide Bertocchi

“Il 2016 è stato un anno in cui L'Erborario ha presentato importanti novità: ad esempio la linea maschile, che ha fatto registrare ottime performance. L'estero, che rappresenta il 10% del fatturato, si è mantenuto stabile, con l'ingresso di nuovi mercati. Numerose le novità presentate a Vivaness: a partire dalla linea in formato famiglia L'Olivo, a base di estratto di oliva, che si amplia con lo shampoo delicato, il bagno schiuma addolcente e la crema nutriente corpo. Per il mercato tedesco, poi, è stata presentata la linea Delicalma, cosmetici certificati per pelli sensibili, realizzati con il complesso 'Delicalma', realizzato in esclusiva da L'Erborario e composto da estratti biologici di elicriso, portulaca, zenzero e avena. In particolare la linea raccoglie tre referenze: l'acqua micellare, l'olio bifasico e la crema viso”.

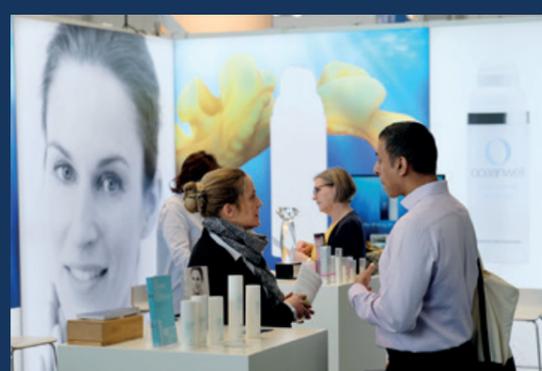
PIERPAOLI

Paolo Chiavaroli



Da sinistra: Giovanni Spinozzi e Paolo Chiavaroli.

“Sono tre anni che Pierpaoli fa registrare una crescita straordinaria, nel 2016 è stata del 23%. Risultati ottenuti sia nel canale specializzato sia in Gd, con linee e formulazioni diverse, grazie alla credibilità aziendale e alla fidelizzazione dei clienti. A Vivaness presentiamo la linea Phedea per la Gdo - composta da prodotti con formulazioni ad alto livello proposti a costi competitivi - che sarà presto declinata anche per il target baby e in versione mini-size. Oltre a tre nuovi solari per il canale specializzato, con una particolare formulazione caratterizzata da assenza di conservanti e di nanomateriali, utilizzo di soli filtri fisici e sicurezza per l'ambiente. Questi prodotti sono infatti totalmente eco-friendly e non hanno alcun effetto sugli ambienti marini, come attestano i test condotti dal Politecnico delle Marche”.



YESÒ BIOCOSMETICS
Elena Matticari



Elena e Giuseppe Matticari

“Oltre ad aver completato la propria gamma, lo scorso anno Yesò Biocosmetics ha consolidato la propria presenza, sia in Italia sia all'estero, con un intenso programma fieristico, che ha portato molti contatti e accordi con distributori in tutto il mondo e con aziende dell'e-commerce. Il 2017 è e sarà un anno importante per il mercato nazionale. Abbiamo infatti costituito una nuova società, Yesò Biocosmetics Srl, che si occuperà della distribuzione dei prodotti nel territorio nazionale. Per quanto concerne invece le nuove referenze, nei prossimi mesi lanceremo uno scrub oleoso fragrance free, un bagno doccia e un olio di cocco, tutti 100% biologici e vegan”.

HELAN
Malva Moncalvo



Malva e Marco Moncalvo

“Arriviamo da un anno impegnativo ma soddisfacente, che ci ha regalato una crescita quasi in doppia cifra, attribuibile alle numerose novità lanciate e al trasferimento nella nuova sede. Qui abbiamo ottimizzato il magazzino spedizioni per gestire al meglio le consegne, anche nei periodi più intensi. Anche in vista di una crescita della quota export, che ad oggi si attesta intorno al 12%. A Vivaness presentiamo le new entry della linea 'd'Oro', caratterizzata da formule organiche: si tratta di un fluido e una crema antipollution, accompagnati da due detergenti, oltre a una linea di make up e a prodotti per la cura delle labbra. Per il futuro, invece, ci concentreremo sullo sviluppo di prodotti per i piedi”.

LABORATOIRES BEWELL
Angelita Della Bella



Da sinistra: Paola Di Giambattista e Angelita Della Bella

“I mercati biologico e vegano sono in crescita e sulla scia di questo trend anche il nostro fatturato 2016 è stato positivo. Un anno, quello concluso, in cui abbiamo iniziato a investire per lo sviluppo dell'export e in cui è stato portato a termine un fondamentale upgrade aziendale. Infatti la linea Face care, già biologica e vegan, è diventata anche biodinamica e biodiversa. In occasione di Vivaness presentiamo le matite liquide per occhi, vegan e organic, in cinque tonalità. Grazie a un applicatore corto e facile da maneggiare, queste matite garantiscono performance eccezionali perché sono molto pigmentate, e quindi coprenti. Il prossimo lancio, previsto per Sana, riguarderà i profumi solidi”.

BEMA COSMETICI
Franco Marinello



“Da più di 40 anni Bema Cosmetics produce un'ampia gamma di prodotti naturali e 100% biologici (certificati da Icca), dedicati alla cura della pelle di donne, uomini e bambini. Oltre a prodotti fitoterapici e per i canali professionali. Si tratta di referenze di alta qualità, realizzati con estratti derivati da agricoltura biologica, senza parabeni o coloranti. Inoltre, per evitare qualsiasi reazione allergica sono dermatologicamente testati, anche al nichel, cromo e cobalto. A Vivaness presentiamo due novità: Nature Up, una linea di make up che include tre tonalità di BB cream, un primer, un balsamo labra idratante e uno antiage, oltre a una matita per occhi e a una mascara nero volumizzante; Solar Tea, creme di protezione solare certificate biologiche a base di filtri minerali”.

ITALIAN COSMETICS
Damiano Salmeri



“Il 2016 è andato molto bene per la nostra azienda, che ha sviluppato nuovi clienti in tutti i canali di riferimento (farmacia, negozi bio, erboristeria) e nuovi mercati come Grecia e Taiwan. Infatti la quota export sul fatturato, pari al 60%, è cresciuta significativamente. Nell'ambito del biologico, Italian Cosmetics sviluppa la linea firmata Anne Geddes, per la quale sono stati lanciati tre nuovi Travel kit per le compagnie aeree e alcune Gift box per il retail. Nel 2017 rinvoveremo il packaging dei prodotti con nuovi soggetti fotografici”.

SO.DI.CO. - NATURAVERDE BIO
Claudia Colomboni



“So.Di.Co. produce e distribuisce una vasta gamma di prodotti per la salute e la bellezza del corpo e dei capelli, impegnandosi nella ricerca di materie prime selettive certificate provenienti da agricoltura biologica. In fiera l'azienda presenta, dall'esperienza Naturaverde Bio, la nuova linea di make up certificata 'La Cosmesi Biologica', made in Italy, formulata con ingredienti di origine naturale ed estratti biologici. Le referenze della linea non contengono parabeni, coloranti sintetici, siliconi e ingredienti derivanti dal petrolio. Sono gluten free, nickel tested e dermatologicamente testate. Altre novità sono le linee Naturaverde Bio a base di bava di lumaca e la nuova linea Naturaverde Bio Kids Disney”.

LAVERANA - LAVERA



Lavera realizza da più di 25 anni prodotti privi di conservanti e sostanze aromatiche chimiche che rispettano le linee guida per la cosmesi naturale certificata, destinati a 40 paesi nel mondo. Le materie prime impiegate provengono da 300 piantagioni biologiche controllate, sottoposte a rigidi controlli di qualità. In occasione di Vivaness viene presentato il nuovo Hydro effect serum, un siero con complesso antipollution da applicare dopo la pulizia del viso e prima della crema idratante, in vendita a partire dal mese di marzo.

ANGEL ARIEL



Nata nel 1997, Linea Angel Ariel è specializzata nella produzione e commercializzazione di integratori salutistici e cosmetici, oltre a prodotti ad uso veterinario, a base di aloe arborescens. A Vivaness l'azienda propone la linea di cosmetici adatti alle pelli più sensibili, con profumazioni solo di origine vegetale, senza Peg, senza coloranti, senza petrolati, senza parabeni e Vegan Ok. La gamma, a base di estratto di aloe arborescens ed elementi naturali con funzione lenitiva e riequilibrante, si compone di: crema viso antirughe bio, crema viso pelli impure, aloderm ds crema lenitiva, crema sollievo piedi bio, crema gambe pesanti bio, crema corpo snellente bio, crema mani ristrutturante bio, shampoo antiforfora bio, shampoo capelli grassi bio.



SANECOVIT
Chiara Tagliaferri



“San.Eco.Vit. produce linee cosmetiche, a proprio marchio e conto terzi, per la cura del corpo e dei capelli, con ingredienti di origine vegetale, estratti, oli e burri da agricoltura biologica. In fiera proponiamo alcune linee distribuite in Italia e all'estero con diversi brand: bjobj, bollebio, beltàbios, Via Della Natura, Sinea e la linea di detersivi a basso impatto ambientale Ecoblu. Le linee cosmetiche, made in Italy e certificate Icea o Bios, sono dermatologicamente testate su pelli sensibili per garantire cosmetici dermocompatibili e sottoposte al nichel test. Non contengono sostanze animali o di derivazione animale”.

WELEDA
Eleonora Marcheselli



“Da un piccolo laboratorio farmaceutico in Svizzera, Weleda è divenuta nel tempo una multinazionale per la produzione di cosmetici naturali olistici e di rimedi omeopatici e antroposofici. In occasione di Vivaness, Weleda Germania ha presentato Lip Balm, non solo lucidalabbra, ma veri e propri trattamenti di bellezza che si prendono cura delle labbra grazie a ingredienti di origine biologica e biodinamica, come burro di karitè, olio jojoba e olio di oliva. Disponibili in tre tonalità (Nude, Rose e Berry), sono dermatologicamente testati, anche per pelli sensibili e adatti a chi segue un regime alimentare vegano”.

MOSQUETA'S - ITALCHILE
Anna Gianotti



“Attiva in Italia dal 1989, Italchile è l'azienda che ha fatto conoscere in Europa le qualità della rosa mosqueta cilena, oggi proposta in sinergia ad altre piante funzionali in linee di cosmesi a certificazione biologica (Ecocert). A Vivaness proponiamo la gamma 'I gesti d'amore', con i cinque cosmetici di base - benefici e rigeneranti contro i danni del tempo - della linea Mosqueta's Rose: la Crema nutriente ad elevato potere idratante, la Crema energia specifica antirughe, la Crema super éclat a effetto lifting, il delicato Contours per occhi e labbra e la leggerissima Crema fluida corpo”.

PUROBIO COSMETICS
Simona Laera



“Il brand di make up PuroBio Cosmetics nasce nel 2014 per offrire prodotti naturali e biologici, made in Italy, senza ingredienti nocivi. Le certificazioni Ccpcb, Natrue, Vegan Ok e Nickel tested garantiscono l'impegno in questa direzione. A Vivaness presentiamo la nuova collezione primavera/estate 2017 Beleza: ombretti, rossetti e matite ispirati a un mondo fantastico dalla natura primordiale; oltre a quattro tonalità di blush super pigmentati 100% naturali da applicare con l'innovativo pennello kabuki. Inoltre, proponiamo due nuovi ombretti in cialda, giallo indiano e verde prato; due nuovi colori, rosa scuro e magenta chiaro, che si aggiungono alle otto tonalità dei rossetti in stick; due nuove matite occhi, celeste e nude, e Phantom, la matita trasparente per perfezionare il trucco e limitare le sbavature”.

N&B - NATURAL IS BETTER
Domenico Scordari



“N&B realizza soluzioni naturali di cosmesi bio dal 1989, con marchio proprio e in private label per i suoi clienti da tutto il mondo. L'azienda è tra le poche a seguire direttamente tutte le fasi: coltivazione, estrazione dei principi attivi, realizzazione del prodotto finito. È certificata Iso 9001, Iso 22716 (Gmp), Ecogruppo Italia, Natrue ed è una delle 'founding B-Corp companies' italiane. A Vivaness presentiamo in anteprima mondiale il nuovo concept biologico Pure Hyaluronic, gamma di prodotti incentrata su un innovativo utilizzo di acido ialuronico per una pelle dall'aspetto immediatamente più tonico, luminoso, vellutato, fresco e giovane. In particolare, segnaliamo l'Elixir intensive anti-age, raffinato distillato anti-età per il viso, sintesi dello state of the art della ricerca e sviluppo dei nostri laboratori”.

OFFICINA NATURAE
Silvia Carlini



“Officina Naturae è un'azienda riminese che dal 2004 produce in autonomia, con criteri etici ed eco-sostenibili, e distribuisce cosmetici e detersivi eco-biologici, studiati per essere efficaci e sicuri per l'uomo e l'ambiente. Investendo continuamente in ricerca e innovazione. Fra le linee di prodotti certificati esposte a Vivaness 2017, due sono quelle che hanno riscosso maggiori consensi: la linea Oral Care, con dentifrici e collutori a base di estratti vegetali biologici, efficaci contro placca e tartaro, delicati sulle gengive, senza fluoro e clorexidina, e i nuovi cosmetici Ultradelicati, con tensioattivi ad alta dermocompatibilità, senza profumo, indicati per pelle delicata e Mcs”.

PDT COSMETICI



Da 20 anni Pdt Cosmetici formula e produce prodotti cosmetici per la cura di viso e corpo. Vantando le seguenti certificazioni: Uni En Iso 9001:2008, Iso 22716 (Gmp) da Sgs e con alcune linee Bio by Natrue, Ccpcb, Vegan OK e Nickel Tested. Prodotti e trattamenti sono distribuiti nei diversi canali (centri estetici/Spa, farmacie, negozi di prodotti Bio). Fanno parte della linea Bio Rivalizzante il Latte detergente, la Crema viso, l'Esfoliante viso e corpo, la Crema corpo, la Maschera, il Fango e l'Olio massaggio. La linea dei 7 Oli delle Meraviglie presenta tre diverse profumazioni in altrettanti formati (5, 10 e 100 ml) per nutrire viso, corpo e capelli.

CORMAN
Paola Stevan



“A Vivaness Corman propone Organyc, la propria gamma di prodotti in 100% cotone Bio per l'igiene femminile. La linea è composta da assorbenti, proteggi slip e tamponi realizzati esclusivamente in cotone biologico al 100%, dentro e fuori, certificato secondo gli standard Gots (Global Organic Textiles Standard) da Icea Italia e Soil Association. Un cotone, rinnovabile e sostenibile, naturalmente assorbente, ipoallergenico, traspirante e morbido, che aiuta a prevenire le irritazioni. I prodotti Organyc sono interamente biodegradabili e sono confezionati in astucci di cartoncino riciclato o Fsc. La gamma comprende anche prodotti specifici per l'igiene intima, la cura personale, la neo mamma e l'igiene del bebè”.

MÁDARA COSMETICS
Paola Chessa



“Giada Distributions è per l'Italia distributore esclusivo dei prodotti dell'azienda lettone Mádara Cosmetics. La linea Mádara Organic Skincare comprende oltre 60 referenze per viso, corpo, capelli, Deco e Baby. Certificati Ecocert, tutti i cosmetici contengono più del 99% di ingredienti naturali e sono privi di parabeni, derivati del petrolio, Sls, fragranze di sintesi e cruelty free. Il packaging è ecosostenibile e prevede l'utilizzo di flaconi 'air less' per i prodotti che necessitano maggiore protezione. La linea cosmetica Mossa Certified Skincare, invece, sempre naturale/biologica certificata Ecocert, contiene l'estratto di particolari bacche, selvatiche e da giardino, coltivate e raccolte nelle regioni nordiche”.

ARGITAL
Levinia Modica



“Argital propone prodotti costituiti principalmente da Argilla verde di origine marina, proveniente dalle cave vicine alla sede aziendale siciliana, combinata con materie prime vegetali di alta qualità. Si tratta di cosmetici naturali, senza conservanti, coloranti o profumi sintetici, che vantano numerose certificazioni: BdiH, Demeter, Icea, Ecocontrol, Lav, Icea Vegan. A Vivaness l'azienda presenta quattro prodotti top. La Crema dei 5 Giorni, anche in versione Olio, con estratto di potentilla, gel di argilla verde ed erbe officinali biologiche, studiata per rilassare e confortare la donna durante i 5 giorni del mese. Lo Shampoo purificante con argilla verde, vischio e limone, che difende i capelli dalle radiazioni degli apparati elettronici e la maschera pronta all'uso all'argilla verde per viso e corpo Argiltubo, che rinnova la pelle e la rende liscia, luminosa e fresca”.

COSMOPROF FA 50!

Una panoramica sulle novità green delle aziende italiane in mostra a Bologna alla fiera internazionale del beauty. Dal 16 al 20 marzo.

a cura di Irene Galimberti

Celebra i suoi primi 50 anni la manifestazione internazionale di riferimento per l'industria cosmetica mondiale e per gli operatori della bellezza professionale a 360 gradi. Cosmoprof Worldwide Bologna - organizzata in collaborazione con Cosmetica Italia e con il supporto del ministero per lo Sviluppo economico e dell'Istituto per il commercio estero - è in programma, a Bologna, dal 16 al 20 marzo prossimi e promette di segnare record su più fronti.

"La 50esima edizione registra numeri importanti", afferma Franco Boni, presidente di BolognaFiere. A cominciare dalla crescita complessiva della manifestazione, che nel 2017 raggiunge il 7%: "Sono oltre 2.600 le aziende espositrici (più di 90 in aggiunta a quelle del 2016), delle quali il 73% straniere, da 69 paesi di provenienza", prosegue il presidente. "Ottimi anche i risultati riguardanti le visite, con un +10% di preregistrati tramite il sito web". Inoltre, dal momento che Cosmoprof è stata indicata dal ministero per lo Sviluppo economico come una delle principali fiere italiane di rilevanza internazionale, saranno 29 le collettive da paesi stranieri, il 16% in più rispetto al 2016.

Tutto il quartiere espositivo di Bologna Fiere, oltre 90mila metri quadrati, accoglierà i diversi segmenti del comparto: profumeria e cosmesi, estetica e spa, naturale, capelli, unghie, packaging, macchinari, contoterzismo e materie prime.

Per celebrare il mezzo secolo di storia, Cosmoprof Worldwide Bologna presenta quest'anno Cosmoprime, un'area speciale, aperta nel padiglione 19 dal 16 al 19 marzo, dedicata alle aziende attive nel canale retail e posizionate in una fascia di mercato specifica, dall'high-end mass market alla profumeria prestige e di nicchia. Numerose le iniziative che riguardano questa nuova sezione, al cui interno circa 150 espositori, l'81% dei quali provenienti da 28 paesi del mondo, presenteranno la propria offerta. A cominciare dai tanti workshop e tavole rotonde di CosmoTalks, con approfondimenti sul mondo del retail e sul futuro del mercato beauty. Per continuare attraverso la presenza dell'International buyer lounge, un'area a forte vocazione b2b che accoglierà top buyer internazionali, selezionati all'interno dell'International Buyer Program, strumento consolidato che permette agli espositori di Cosmoprof e Cosmopack di incontrare distributori e brand specializzati dei mercati di riferimento per l'industria cosmetica.

Un'ulteriore area al suo debutto a Cosmoprime è BeOrganic, dedicata alle ultime novità delle aziende internazionali con certificazione biologica. La cosmesi green, infatti, sta acquistando margini di mercato sempre più ampi, dal momento che tra i consumatori è aumentata l'attenzione per la salute e l'eco-sostenibilità.

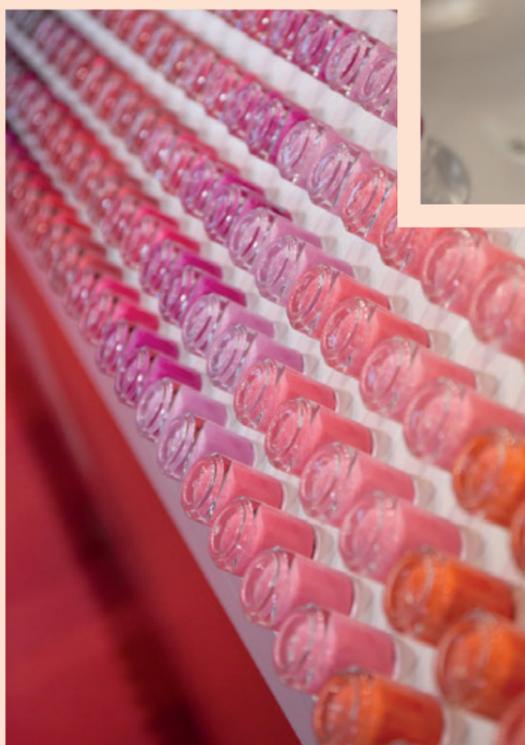
Viene dunque riproposto, a grande richiesta, il Green Pavilion: una vetrina privilegiata per l'industria cosmetica naturale e organica. Gli oltre 3mila metri quadri del padiglione 21 N, infatti, saranno dedicati a prodotti definiti 'green' dal concept alla realizzazione, dalla formulazione al packaging, dalla comunicazione alla vendita.

L'offerta della kermesse comprende anche Cosmopack, l'evento b2b che dal 16 al 19 marzo coinvolge l'intera filiera del settore beauty con soluzioni e tecnologie innovative per l'industria cosmetica, dalle materie prime alla formulazione, dai macchinari al packaging.

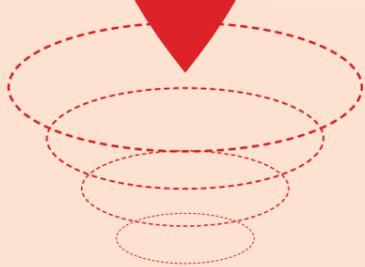
Anche quest'anno, dunque, Cosmoprof si conferma hub internazionale di riferimento, dove professionisti e decision maker si incontrano per sviluppare il proprio business, creare nuove partnership ed essere aggiornati su tutte le novità nel mondo beauty.

segue

XIII



LE COORDINATE DELLA MANIFESTAZIONE



**COSMOPROF
WORLDWIDE
BOLOGNA**
16/20
marzo
nel quartiere fieristico
di Bologna Fiere

COSMOPACK
16/19
marzo
nei padiglioni
15 - 15A - 18 - 20

COSMOPRIME
16/19
marzo
nel padiglione 19

COSMOPROF
17/20
marzo
nei padiglioni restanti

+7% la crescita complessiva della manifestazione

oltre **90mila** metri quadrati di fiera

oltre **2.600** espositori, di cui il **73%** stranieri (da 69 paesi)

COSMOPROF 2017

29 le collettive dei paesi stranieri (+16% vs 2016)



50TH EDITION
COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

YESÒ COSMETICS

www.yeso.bio
STAND N6, PAD. 21N

Siero Viso con attivi anti-aging, protettivi e lenitivi

Breve descrizione del prodotto

Emulsione viso, morbida e leggera, arricchita da un mix di numerosi oli e attivi anti-aging protettivi.

Materie prime principali

Olio di argan, olio di girasole, olio di camelina, olio di colza, estratto di opuntia, acqua di ciliegia, glicerina vegetale.

Formato e confezionamento

Formato airless da 30 ml. Blister da tre pezzi.

Caratteristiche

Dalle proprietà emollienti e anti-età, aiuta a distendere la pelle del viso, nutrendola in profondità, grazie agli oli di argan, girasole, camelina, colza, l'estratto di opuntia e l'acqua di ciliegia. Aiuta a preservare la pelle dai fenomeni dell'invecchiamento cutaneo, donandole immediata idratazione e morbidezza. Come previsto dai rigorosi standard bio, la formula è priva di oli minerali, siliconi, glicoli, Ogm, coloranti sintetici. Privo di alcool per essere maggiormente dermo-compatibile e adatto a tutti i tipi di pelle, anche a quelle più sensibili e irritabili. Il comodo formato airless 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 con il Latte Tonic, prima del consueto trattamento giorno o notte. Evitare l'uso nella zona del contorno occhi.

Shelf life

Pao 6 mesi, a conferma della totale assenza di conservanti sintetici.

Certificazioni

NaTrue "100% Organic cosmetics", BioAgri-Cert "Organic Cosmetic" e Vegan Ok.



N&B - NATURAL IS BETTER

www.benesserenatura.com
STAND P8 Q7, PAD. 21N

Pure Hyaluronic Elixir

Breve descrizione del prodotto

Siero anti-età per il viso.

Materie prime principali

Aloe vera bio e acido ialuronico.

Formato e confezionamento

30 ml.

Caratteristiche

L'Elixir è un trattamento anti-aging intensivo, con effetti immediati: in 10 secondi la pelle appare visibilmente più bella, tonica, fresca, vellutata, giovane e luminosa. Fa parte della nuova linea Organic Pure Hyaluronic, a base di aloe vera bio e acido ialuronico, con una straordinaria concentrazione di ingredienti biologici e naturali (più del 99%).

Certificazioni

Azienda certificata Iso 9001, Iso 22716 (Gmp), Ecogruppo Italia, Natrue e B-Corp Companies.



BEC

www.bec-natura.com
STAND S2, PAD. 21N

Silulite - Bio Terra biocare

Breve descrizione del prodotto

A marchio registrato, si tratta di una crema corpo snellente e rassodante, ad alto potere assorbente, indicata per combattere gli inestetismi della cellulite e migliorare idratazione ed elasticità della pelle.

Materie prime principali

Olio biologico di jojoba, mandorle dolci, estratti di pao rosa del Madagascar, alga fucus, caffeina, olio essenziale di menta, estratto di centella asiatica, olio essenziale di finocchio, acido ialuronico vegetale e vitamina E.

Formato e confezionamento

Tubo da 150 ml.

Caratteristiche

Ricca crema a base di oli biologici formulata per combattere gli inestetismi della cellulite. Con conservanti di derivazione naturale approvati. Il 98,7% del totale degli ingredienti è di origine naturale. Il 56,0% del totale degli ingredienti è prodotto da agricoltura biologica. Test clinici su un campione di 15 volontari mostrano che l'uso giornaliero determina un calo significativo della circonferenza delle ginocchia, cosce e fianchi già dopo 15 giorni e che i risultati migliorano con il protrarsi del trattamento. Significativo è l'aumento medio della microcircolazione: del 6,6% nel gluteo, dell'8,9% nella coscia e del 6,2% nel ginocchio dopo 15 giorni di trattamento.

Modalità d'uso

Applicare mattina e sera, dopo un'accurata pulizia, e massaggiare sulle zone interessate.

Shelf life

Pao 12 mesi.

Certificazioni

Ecocert Greenlife.



CARONE

www.saponedialeppo.it
STAND E7, PAD. 21N

Removal



Breve descrizione del prodotto

Polvere depilatoria.

Materie prime principali

Polveri minerali: zeo mais starch, solum follo-nium, calcio carbonate, bentonite, calcium tioglicolate.

Formato e confezionamento

2 x 100 g.

Caratteristiche

Polvere minerale, atta alla depilazione del corpo, da usarsi sotto la doccia.

Modalità d'uso

Applicare uno strato di circa 1 cm e lasciare agire per 4/8 minuti, risciacquare.

Shelf life

Pao 12 mesi.

UMBRIA OLII INTERNATIONAL

www.olivellaline.com
STAND 5S, PAD. 21N

Olivella Body Oil



Breve descrizione del prodotto

Olio per il corpo, naturale e vegetale al 100%.

Materie prime principali

Olio d'oliva al 100%, oli essenziali, vitamina E.

Formato e confezionamento

Flacone in Pet serigrafato con dispenser e astuccio da 250 ml.

Caratteristiche

Olio per il corpo a base di olio d'oliva, arricchito di preziosi oli essenziali e di principi attivi che ne esaltano le proprietà emollienti e idratanti. Studiato per tutti i tipi di pelle e testato dermatologicamente. L'olio d'oliva, per la sua affinità con lo strato idrolipidico della pelle, è particolarmente adatto per conservarne e migliorarne l'equilibrio. Gli oli essenziali e i principi attivi selezionati in base alle diverse proprietà note in aromaterapia consentono la scelta tra le quattro differenti tipologie: Refreshing (rinfrescante, con olio di menta che esercita un'azione antistress, rigenerante e rinfrescante), Relaxing (rilassante, con olio essenziale di ylang ylang che ha proprietà rilassanti ed emollienti), Anti Stretching (antismagliature, con olio di mandorle dolci ed essenze naturali con proprietà nutrienti ed elasticizzanti), Classic (tonico, con tea tree essence e thym rouge essence, migliora il tono della pelle e ne stimola l'ossigenazione).

Modalità d'uso

Applicare giornalmente sulla pelle del corpo con un leggero massaggio fino al completo assorbimento. Particolarmente indicato dopo la doccia.

Shelf life

Pao 12 mesi.

Certificazioni

Iso 9001 e Iso 14001.

CARBALINE

www.carbaline.it
STAND F9, PAD. 21N

Olio corpo



Breve descrizione del prodotto

L'olio corpo Carbaline è un prodotto pensato e realizzato per idratare e rivitalizzare tutti i tipi di pelle senza aggredirla.

Materie prime principali

Olio di mandorle dolci, vitamina E, profumo.

Formato e confezionamento

Flacone da 125 ml in vetro giallo con nebulizzatore nero. Scatola naturale avana.

Caratteristiche

Antiossidante, idratante, emolliente, profumato. Le materie prime vengono prodotte in Europa, sono tutte certificate e controllate. Gli ingredienti utilizzati, di origine vegetale, tendono alla realizzazione di un prodotto finito buono per la salute, senza rinunciare alle ottime prestazioni idratanti ed emollienti. L'aggiunta del profumo scelto dalla vasta gamma di fragranze Carbaline contribuisce a rendere unico il prodotto.

Modalità d'uso

Spruzzare il prodotto direttamente sulla pelle e massaggiare delicatamente con le dita fino al suo completo assorbimento.

Shelf life

12 mesi.

E.COS ECOLOGIA E COSMESI - SEGRETI DI NATURA

www.segretidinatura.com
STAND P2-Q1, PAD. 21N

Prospera

Breve descrizione del prodotto

Crema viso da giorno per pelli mature.

Materie prime principali

A base di olio di mandorle, burro di karité, burro di mango, olio di borragine, estratto di moringa, olio di canapa, olio di semi di fico d'India.

Formato e confezionamento

Vaso vetro da 50 ml, verniciato bianco con sigillo sottotappo e tappo rivestito in metallo oro.

Caratteristiche

Emulsione viso della linea Quae Redit di Segreti di Natura, con effetto rimpolpante. Specializzata per le zone della fronte e degli zigomi segnate dal tempo. Ideale anche sul resto del viso e ottima come base trucco.

Modalità d'uso

Applicare su pelle deterata in piccole dosi con un leggero massaggio fino ad assorbimento.

Shelf life

24 mesi dalla produzione.

Certificazioni

Prodotto Vegan Ok. Principi attivi derivati da coltivazione bio. Emulsionanti e conservati conformi ai protocolli di certificazione delle produzioni bio.



L'ERBOLARIO

www.erbolario.com
 STAND B2 C1, PAD. 21N

L'Olivo



Breve descrizione del prodotto

Crema nutriente corpo
Materie prime principali

Olio di oliva biologico da frantoio italiano (regione Umbria), acqua distillata di foglie di olivo biologico, estratto di olive biologiche recuperate da frantoio e rivalorizzate (frantoio della regione Marche), tensioattivo dall'olio di oliva, succo di aloe biologico, cera dall'olio di oliva.

Formato e confezionamento
 500 ml.

Caratteristiche

Idrata e avvolge il corpo in una carezza benefica e delicatamente profumata. Una crema dalla straordinaria capacità emolliente, per la quale l'olivo e il suo olio sono conosciuti sin dall'antichità. Nutriente e restitutiva, questa emulsione contribuisce a mantenere l'elasticità cutanea e a rendere la pelle morbida e setosa. Delicata e gentile anche con le pelli più sensibili, si rivela ideale per tutta la famiglia. Dermatologicamente testata. Ogm free. Senza ingredienti di derivazione animale. 100% made in Italy. Imballo green. Sette metalli testati.

Modalità d'uso

A conclusione del bagno o della doccia e ogni qualvolta la pelle reclama un surplus di freschezza e idratazione, applicare con ampio e leggero massaggio su tutto il corpo.

LABORATORIO FITOCOSMETICO DR. FRANCESCA PASCUCCI

www.fitocosmeticipascucci.it
 STAND I7, PAD 21N

Elisir al botulino vegetale



Breve descrizione del prodotto

Antiage viso, collo e décolleté, con effetto tensore.

Materie prime principali

Acmella oleracea (botulino vegetale), olio di rosa mosqueta, insaponificabile di olio di avocado.

Formato e confezionamento

Vaso da 50 ml.

Caratteristiche

Vero e proprio elisir di bellezza per le pelli mature, viene prodotto solo con materie prime di origine vegetale, con un'elevatissima concentrazione di sostanze attive. A base di acmella oleracea, il cosiddetto botulino vegetale, esercita un piacevole effetto tensore sul viso. L'olio di rosa mosqueta, ricco di acidi grassi essenziali, penetra nella pelle, nutrendola a fondo, così come gli insaponificabili di avocado, preziosi nutrienti dal tocco setoso.

Modalità d'uso

Ogni giorno, su viso, collo e décolleté, distribuire la crema e favorirne l'assorbimento con un leggero massaggio. Ottima base trucco.

Shelf life

Pao 6 mesi.

Certificazioni

Vegan Ok.

BIOFFICINA - BIOFFICINA TOSCANA

www.biofficinatoscana.com
 STAND E14, PAD. 21N

Balsamo barba ammorbidente



Breve descrizione del prodotto

Un balsamo pensato per ammorbidire e condizionare la barba. Con olio extravergine di oliva "Toscano Igp" bio dalle proprietà emollienti. Contiene anche estratti biologici lenitivi di elicriso bio dell'Isola d'Elba, malva e achillea. Un trattamento specifico per la barba, disponibile nella versione note speziate o legnose.

Materie prime principali

Estratti bio di elicriso dell'Isola d'Elba, achillea e malva. Olio extravergine di oliva "Toscano Igp" bio, urea, pantenolo, succo di aloe.

Formato e confezionamento

Vaso da 100 ml.

Caratteristiche

Il balsamo, naturale ecobio, è certificato, sicuro e con materie prime biologiche. Arricchito da una fresca fragranza da oli essenziali naturali di spezie e piante aromatiche. L'estratto bio di elicriso toscano contenuto nella formulazione - ricco di flavonoidi e polifenoli antiossidanti - dona protezione alla barba, oltre ad avere una funzione riparatrice e depurificante. L'estratto di malva, dalle forti proprietà idratanti ed emollienti, dona morbidezza e idratazione. L'achillea, contenente azulene, tannini, mucillaggini, fitosteroli e inulina, ha proprietà lenitive, stimolanti e protettive. L'olio extravergine di oliva "Toscano Igp" bio, ricco di antiossidanti naturali e di acidi grassi, è dotato di una potente funzione restitutiva, protettiva e idratante. L'azione ammorbidente e disciplinante è supportata da una percentuale importante di attivi, come urea, pantenolo e succo di aloe.

Modalità d'uso

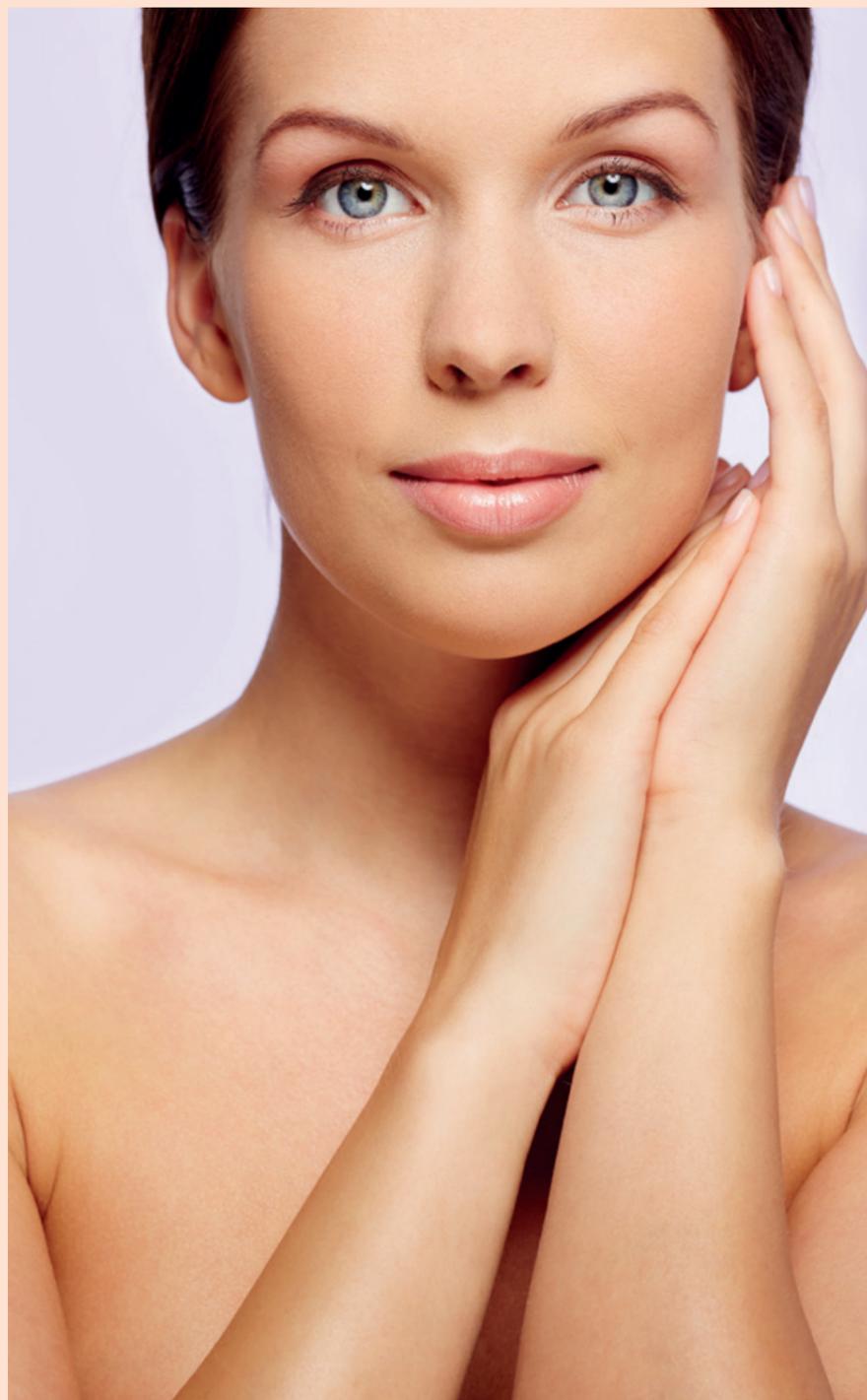
Applicare sulla barba bagnata o inumidita, quindi risciacquare. Si può utilizzare anche senza risciacquo per un trattamento più nutriente.

Shelf life

30 mesi.

Certificazioni

Icea. Adesione al disciplinare Internazionale Icea-Lav: "Stop ai test su animali".



PEDRINI COSMETICI

www.lepo.it
 STAND B9, PAD. 21N

Struccante occhi bifasico

Breve descrizione del prodotto

Struccante bifasico ideale per occhi sensibili.

Materie prime principali

Olio di argan, camomilla, olio di crusca di riso, acqua di hamamelis e ribes nero.

Formato e confezionamento

100 ml.

Caratteristiche

Elimina perfettamente ogni tipo di trucco, anche quello waterproof. Dona al contorno occhi una piacevole sensazione di idratazione e freschezza e protegge le ciglia dall'indebolimento. Con acque di camomilla, malva e hamamelis.

Modalità d'uso

Agitare bene prima dell'uso per miscelare le due fasi. Applicare con un batuffolo di cotone e struccare delicatamente gli occhi con un movimento dall'interno verso l'esterno.

Shelf life

30 mesi.

Certificazioni

Vegan Ok.



MADEL – WINNI'S

www.winnis.it
 Stand S1, Pad. 21N

Bagno schiuma Thè Verde

Breve descrizione del prodotto

Bagno schiuma adatto anche a pelli sensibili.

Materie prime principali

Estratti bio di tè verde, betulla, aloe vera e proteina vegetale.

Formato e confezionamento

Flacone da 500 ml.

Caratteristiche

Arricchito con estratti bio di tè verde, betulla, aloe vera e proteina vegetale è ideale per garantire igiene, morbidezza ed elasticità alla pelle, lasciando una fresca profumazione al tè verde. Realizzato adottando tutte le tecniche attualmente disponibili e aderendo alle certificazioni più attuali, restrittive e riconosciute in materia di test dermatologici. La sua formulazione limita al massimo l'insorgenza di reazioni avverse (test ipoad allergenicità su pelli sensibili) e disturbi endocrini/ormonali.

Certificazioni

Icea (Eco Bio Cosmesi), Skineco (Ecodermocompatibilità), Vegan Ok.



HELAN COSMESI DI LABORATORIO

www.helan.it
STAND F2-G1, PAD. 21N

Olio Bifasico Detergente AntiPollution



Breve descrizione del prodotto

Olio Bifasico Detergente per viso, collo e décolleté.

Materie prime principali

Moringa oleifera semi, acqua distillata di rosa damascena, olii di Jojoba e riso.

Formato e confezionamento

100 ml.

Caratteristiche

Ai fisiologici avversari della bellezza cutanea, come l'età, si sommano quelli dovuti all'ambiente, sempre più inquinato da fumi e gas, che moltiplicano in negativo l'azione degli Uv. Per aiutare la pelle a combattere questa battaglia su più fronti e contrastare gli effetti nocivi dell'inquinamento, Helan ha affiancato, ai due ormai tradizionali prodotti D'oro (specifici per viso, collo e décolleté) una nuova serie di formulazioni. L'Olio Bifasico Detergente rimuove accuratamente le impurità depositate sulla cute, senza lasciare residui e senza alterare il naturale equilibrio idro-lipidico. Ideale al mattino per preparare la pelle e garantirle il massimo comfort, la formula si giova dell'attività dell'estratto di moringa oleifera, dermopurificante, dell'acqua distillata di rosa damascena, leggermente astringente e degli olii di jojoba e riso, emollienti e nutrienti, che ottimizzano l'ossigenazione cellulare contribuendo a donare una pelle più luminosa e splendente. Microbiologicamente testato, senza petrolati, siliconi, olii minerali, lanoline e peg.

Modalità d'uso

Agitare bene il flacone, spruzzare una piccola quantità di prodotto su un batuffolo di cotone e passarlo uniformemente su viso, collo e décolleté, per liberare i pori dalle cellule morte evitando di strofinare troppo energicamente. Risciacquare con delicatezza. Non lascia tracce untuose e non secca la pelle.

Shelf life

30 mesi.

ALLEGRIINI

www.allegriiniamenities.com
www.hempcare.it
STAND G8, PAD. 21N

Hemp Care



Breve descrizione del prodotto

Nuova linea cosmetica a base di olio di canapa bio, nata dai laboratori cosmetici di ricerca e sviluppo Allegrini e quindi interamente realizzata in Italia, con materie prime e processi che rispettano l'uomo e l'ambiente. Packaging di design, con un'immagine moderna e di tendenza.

Caratteristiche

L'olio biologico di canapa è utilizzato come ingrediente base per una linea altamente performante per la cura di pelle e capelli, oltre a complementi per la profumazione e il rituale del bagno. La canapa, infatti, regala un olio prezioso, in grado di aumentare i benefici in modo progressivo: un elisir di giovinezza ricco di antiossidanti omega 3 e 6 (potenti anti-age naturali). Tutti i prodotti della linea si caratterizzano per una fragranza ricercata, un autentico percorso olfattivo attraverso agrumi di Sicilia, arancia amara, salvia, foglie di canapa, rosa bianca, gelsomino, spezie e legni pregiati.

La gamma Hemp Care comprende:

- Linea Hair Care (shampoo e balsamo nutriente; crema districante e maschera rivitalizzante);
- Linea Skin care (scrub corpo esfoliante; gel doccia energizzante; olio secco; crema corpo nutriente; soap e body scrub soap; crema viso nutriente; crema mani nutriente; siero contorno occhi rigenerante; balsamo labbra protettivo; detergente mani);
- Linea Complements (essenza da bagno; sali da bagno rilassanti; Eau de parfum);
- Linea Lifestyle (acqua profumata per ambienti e tessuti; diffusore ambiente con fascio di midollini naturali; candela profumata);
- Linea di cortesia Hotel amenities (shampoo e balsamo nutrienti; gel doccia energizzante; crema corpo nutriente; sapone; essenza da bagno; sali da bagno rilassanti).

PIERPAOLI

www.pierpaoli.com
STAND M1, PAD. 21N

Anthyllis spray solare protezione 50

Breve descrizione del prodotto

Spray solare water resistant con fattore di protezione alto.

Materie prime principali

Coco.capyrate, titanium dioxide, zinc oxide, caprylic/capric triglyceride, polyglyceryl-2 dipolyhydroxystearate, stearic acid, polyhydroxystearic acid, hydrated silica, hydrogenated vegetable oil, alumina, mauritia flexuosa fruit oil*, polyglycerol-3 diisostearate, glyceryl dibehenate, tocopherol, glyceryl behenate, tri-behenin.

*=da agricoltura biologica.

Formato e confezionamento

100 ml e 3.38 Fl.Oz.

Caratteristiche

Ideale per la pelle latte e chiara,

agisce efficacemente proteggendo dai raggi Uva e Uvb. A+++top eco-friendly, testato su pelli sensibili, nichel, cromo e cobalto <1 ppm, 100% filtri fisici, 0% conservanti, alcol etilico, parabeni, fenossietanolo, formaldeide e cessori di formaldeide, siliconi e paraffina. 0% profumo e nano-materiali.

Modalità d'uso

Agitare bene prima dell'uso. Applicare uniformemente sulla pelle prima dell'esposizione al sole e rinnovare l'applicazione dopo ogni bagno e più volte nel corso della giornata.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Vegan, Eco Bio Cosmetics.



GREEN LIFESTYLE

CERERIA LUMEN

www.lumen.it
STAND F13, PAD. 21N

Vivalu Tribe Hemp, candela da massaggio

Breve descrizione del prodotto

Candela cosmetica da massaggio a base di karité e olio di canapa bio.

Materie prime principali

Burro di karité, olio di canapa biologico.

Formato e confezionamento

Vasetto di porcellana bianca da 100 ml.

Caratteristiche

Skin Repair; i principi attivi dell'olio di canapa bio, con il massaggio, favoriscono la microcircolazione e restituiscono emolienza. Dedicato a tutti i tipi di pelle e in particolare a quelle sensibili. Il vasetto ha la proprietà di dissipare al meglio il calore e grazie al beccuccio favorisce il versamento a piccole dosi del prodotto quando disciolto dalla fiamma.

Modalità d'uso

Accendere la candela e lasciare che la fiamma trasformi la crema in un fluido balsamo caldo. Versare a gocce sulla pelle e massaggiare fino a completo assorbimento. Temperatura di fusione 40-43° C.

Shelf life

12 mesi.

Certificazioni

Olio di canapa da agricoltura biologica, certificata secondo regolamento EEC2092/91.



CONVERTING WET WIPES

www.gsconverting.com
STAND I4N, PAD. 21

Dentamentin Eco-bio dentifricio naturale



Breve descrizione del prodotto

Dentamentin Eco-bio è un dentifricio naturale disponibile in due varianti: Antiossidante, con estratto di bacche di goji, e Total Repair, con estratto di liquirizia, mentolo e kalident, una molecola studiata per migliorare la superficie dello smalto dei denti.

Materie prime principali

Tensioattivi di origine naturale. Conservanti approvati da Icea. Estratti da agricoltura biologica (bacche di goji, liquirizia).

Formato e confezionamento

Astuccio + tubo da 75 ml.

Caratteristiche

Formula di origine naturale, senza sles, peg, parabeni, coloranti. Senza sodio fluoruro.

Modalità d'uso

Lavare e risciacquare i denti sempre dopo i pasti e, in ogni caso, almeno due volte al giorno.

Shelf life

48 mesi.

Certificazioni

Icea Eco Bio Cosmesi.

COSE DELLA NATURA

www.cosedellanatura.com
STAND A7, PAD. 21N

Le Coccolette



Breve descrizione del prodotto

Spugna naturale di mare.

Formato e confezionamento

'S' per neonati (diametro 7 cm ca.) e 'M' per bimbi (diametro 10 cm ca.).

Caratteristiche

Una spugna di mare nuova, naturale, incredibilmente soffice, ideale per coccolare e detergere la pelle delicatissima dei neonati e dei bimbi, rispettandone il pH e la sensibilità, senza mai irritare. Di alta qualità e durevolezza, ipoallergenica e naturalmente antisettica, in due comode dimensioni e con un pack accattivante con bigliettino personalizzabile, ideale anche per un'idea regalo.

Modalità d'uso

Inumidire la spugna e utilizzare durante il bagnetto/cambio pannolino o con amido di riso sciolto nell'acqua o con un detergente delicato. Sciacquare sempre molto bene la spugna dopo l'uso e far asciugare in luogo areato.

INCORVAIA SPUGNE NATURALI DI MARE

www.spugnificoincorvaia.it
STAND R6, PAD. 21N

Spazzola bagno

Breve descrizione del prodotto

Spazzola realizzata con prodotti esclusivamente naturali e dotata di un comodo manico lungo che favorisce il massaggio di ogni parte del corpo.

Materie prime principali

Spugna naturale di mare, arcipelago Mediterraneo.

Formato e confezionamento

40x6x8 cm; 41x6,6x8,2 cm.

Caratteristiche

La spugna naturale di mare, proveniente dal Mar Mediterraneo, stimola la circolazione sanguigna attraverso un delicato massaggio sulla pelle. Prodotto di alta qualità, made in Italy, per la cura e il benessere del corpo.

Modalità d'uso

Durante il bagno o la doccia utilizzare bagnata, accompagnata da un detergente o un sapone naturale. Effettuare un lavaggio delicato e gentile con movimenti circolari.

Certificazioni

Uni En Iso 9001, Iso 14000, Iso 18000.



SAPONERIE MARIO FISSI

www.laflorentina.it - STAND B10, PAD. 21N

Saponetta con miele Herbarium Collection

Breve descrizione del prodotto

Saponetta vegetale arricchita con miele biologico italiano.

Materie prime principali

Miele biologico italiano con estratti naturali.

Formato e confezionamento

Sapone incartato da 200 g.

Caratteristiche

Sapone tradizionale con mor-

bida schiuma a base vegetale.

Ideale per il corpo e per il viso. Disponibile in quattro fragranze.

Modalità d'uso

Strofinare sulla pelle umida, fino all'ottenimento di una schiuma morbida e risciacquare accuratamente.

Shelf life

30 mesi.



UNA QUESTIONE DI TESTA

La guida per buyer e retailer.

Multifunzionalità prima di tutto. E' la parola d'ordine per i prodotti naturali dedicati alla cura dei capelli. Shampoo, balsamo, maschera, olio e siero sono sempre più caratterizzati da mix di ingredienti e formulazioni che agiscono sui capelli da più fronti. Lo shampoo non deve solo detergere in modo efficace e delicato, ma deve anche purificare. Il balsamo non deve solo ammorbidire e districare, ma deve anche nutrire, riparare e rinforzare. Gli oli devono lucidare e modellare, ma anche proteggere. A queste tematiche si aggiungono richieste specifiche, quali, ad esempio, l'attenzione per i capelli tinti o per quelli dei bambini, l'esigenza di prodotti sebo-regolatori oppure adatti anche a lavaggi frequenti. Dulcis in fundo, i prodotti vantano sempre più certificazioni (Icea, Ecosmetica, Eco-bio cosmesi, Natrue, Vegan) e diventano, in pieno stile 'green', sempre più 'free from' (senza parabeni, petrolati, peg, Sls e Sles, ogm, siliconi, alcool, coloranti).



LAVERANA -
LAVERA NATURKOSMETIK
www.lavera.de/it

PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND A9-A E STAND
D13-C13, PAD. 21N

NATURAEQUA
www.naturaequa.com

Nome prodotto

Shampoo riparatore

Breve descrizione del prodotto

Shampoo riparatore Lavera concepito soprattutto per capelli secchi e danneggiati.

Materie prime principali

Rosa biologica e proteine dei piselli.

Formato e confezionamento

Bottiglia da 250 ml.

Caratteristiche

Concepito soprattutto per capelli secchi e danneggiati, vanta una formula innovativa con acqua di rose da coltivazione biologica e proteine dei piselli. Deterge naturalmente restituendo importanti sostanze nutritive che agiscono sui capelli danneggiati e li riparano. Trattamento intensivo e mirato che rinforza la struttura del capello. Senza siliconi.

Modalità d'uso

Massaggiare sui capelli bagnati con la punta delle dita, quindi sciacquare con cura.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Natrue, Vegan.



Nome prodotto

Balsamo riparatore

Breve descrizione del prodotto

Balsamo riparatore Lavera per rafforzare la struttura del capello rendendolo morbido e corposo.

Materie prime principali

Rosa biologica e proteine dei piselli.

Formato e confezionamento

Tubo da 200 ml.

Caratteristiche

Ideale per rafforzare la struttura del capello, rendendolo morbido e corposo. La sua formula innovativa con acqua di rose da coltivazione biologica e proteine dei piselli ripara i capelli secchi e danneggiati e rinforza la struttura del capello. Capelli subito più docili al pettine. Senza siliconi.

Modalità d'uso

Applicare una noce di prodotto sui capelli appena lavati e massaggiare con la punta delle dita, lasciare agire per 2-3 minuti, quindi sciacquare con cura. Per risultati ottimali si consiglia l'uso insieme allo Shampoo riparatore Lavera.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Natrue, Vegan.



Nome prodotto

Shampoo capelli brillanti & in piega

Breve descrizione del prodotto

Shampoo ideale per ripristinare la naturale vitalità e lucentezza del capello.

Materie prime principali

Malva biologica, estratto di perle.

Formato e confezionamento

Bottiglia da 250 ml.

Caratteristiche

Lo Shampoo capelli brillanti e in piega Lavera ripristina la naturale vitalità e lucentezza anche nei capelli spenti e senza vita. La formula con malva biologica ed estratto di perle deterge e cura i capelli spenti senza appesantirli, restituendo loro naturale elasticità. Dona leggerezza ed elasticità. Senza siliconi.

Modalità d'uso

Massaggiare sui capelli bagnati con la punta delle dita, quindi sciacquare con cura.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Natrue.



Nome prodotto

Balsamo capelli brillanti & in piega

Breve descrizione del prodotto

Balsamo Lavera senza glutine per capelli lucenti ed elastici.

Materie prime principali

Malva biologica ed estratto di perle.

Formato e confezionamento

Tubo da 250 ml.

Caratteristiche

Il Balsamo capelli brillanti & in piega di Lavera, senza glutine, rende lucenti ed elastici anche i capelli spenti e senza vita. La formula con malva biologica ed estratto di perle agisce in modo naturale sui capelli spenti, districandoli e restituendo loro un aspetto sano e radioso. Capelli subito più docili al pettine. Senza siliconi.

Modalità d'uso

Applicare una noce di prodotto sui capelli appena lavati e massaggiare con la punta delle dita, lasciare agire per 2-3 minuti, quindi sciacquare con cura. Per risultati ottimali si consiglia l'uso insieme allo Shampoo Capelli brillanti e in piega.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Natrue.



Nome prodotto

Balsamo baobab supernutriente

Breve descrizione del prodotto

Balsamo nutriente per capelli più morbidi e setosi.

Materie prime principali

Olio di baobab solido, olio d'oliva ligure bio, olio di argan bio e solido. Zuccheri da barbabietola (betaine), proteine idrolizzate del riso.

Formato e confezionamento

200 ml.

Caratteristiche

Grazie all'olio di baobab (biologico e solido), usato da millenni in Africa, questo balsamo rende i capelli più morbidi e setosi. La formulazione, molto ricca e supernutriente, è adatta per chi cerca più di un normale balsamo ed è arricchita anche dall'olio di argan (bio e solido), dalle proteine del riso e dall'olio di oliva locale. Ideale per capelli molto secchi o trattati chimicamente, il balsamo districa i nodi più difficili. Prodotto naturale, senza Sles, Ogm, derivati petrolchimici, parabeni, siliconi, senza profumi di sintesi ma profumato solo con olio essenziale di litsea.

Modalità d'uso

Bagnare bene la testa e applicare la giusta quantità di prodotto in base alla lunghezza dei capelli. Risciacquare abbondantemente.

Shelf life

6 mesi dall'apertura.



INCO
www.incosmetici.com

Nome prodotto

Baobabè

Breve descrizione del prodotto

Shampoo idratante naturale.

Formato e confezionamento

200 ml.

Caratteristiche

Shampoo idratante e volumizzante, adatto a tutti i tipi di capelli e per uso frequente. La sua formula è orientata alla 'chimica verde' poiché contiene ingredienti naturali selezionati con lo scopo di incentivare lo sviluppo sostenibile del pianeta. Baobabè contiene olio di baobab del Senegal proveniente da agricoltura biologica, che per le sue proprietà idratanti e antiossidanti mantiene i capelli morbidi, luminosi e protetti.

Modalità d'uso

Applicare il quantitativo necessario rispetto al volume dei capelli, emulsionare con acqua e massaggiare energicamente. Risciacquare abbondantemente. Se necessario ripetere l'operazione.

Shelf life

12 mesi.

Certificazione

Cosmor Natural di Icea.



segue

**ANTICA
ERBORISTERIA -
HERBATINT**
www.herbatint.com

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND O1,
PAD. 21N**



Nome prodotto
Herbatint Moringa
Repair Haircare line

Breve descrizione del prodotto

Nuova linea haircare certificata bio Moringa Repair di Herbatint dedicata ai capelli colorati.

Materie prime principali

Estratto di moringa oleifera (Moringaceae).

Formato e confezionamento

Flacone richiudibile da 260 ml.

Caratteristiche

Antica Erboristeria presenta la nuova linea haircare certificata bio Moringa

Repair di Herbatint. Indicata per i capelli colorati, contiene estratto di moringa che assicura un'azione riparatrice (migliorando l'aspetto dei capelli grazie all'alta concentrazione di vitamine, minerali e amminoacidi che svolgono un ruolo di primaria importanza nella formazione della cheratina); un effetto rinforzante (essendo ricco di acido oleico, benico e linoleico, idrata intensamente il capello prevenendo la secchezza e l'insorgere di doppie punte); protezione dai raggi Uv, dall'inquinamento e dai radicali liberi (è un potente antiossidante grazie alle vitamine A, B, E, e ha un effetto anti-aging sui capelli e, creando una barriera attorno al capello, lo protegge dall'inquinamento e previene la deposizione di micro-particelle). Lo Shampoo e il Balsamo Moringa Repair sono particolarmente indicati per capelli danneggiati, secchi o esposti a colorazioni o permanenti, e sono privi di siliconi, parabeni e Sls.

Modalità d'uso

Shampoo: applicare sui capelli bagnati e massaggiare delicatamente. Risciacquare abbondantemente. Balsamo: applicare sui capelli bagnati dopo lo shampoo, lasciare agire per cinque minuti, quindi risciacquare. Per ottenere un risultato ottimale si consiglia di utilizzare i due prodotti in sinergia.

Certificazioni

Certificato "Ecosmetica quality - organic certification" da Ecogrupo Italia.

WELEDA
www.welada.it

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND A9-F,
PAD. 21N**

Nome prodotto

Olio nutriente per capelli

Breve descrizione del prodotto

Trattamento rinforzante per capelli.

Materie prime principali

Estratto oleoso di trifoglio, estratto oleoso di bardana.

Formato e confezionamento

Flacone in vetro speciale da 50 ml.

Caratteristiche

Olio con estratti di trifoglio, bardana e rosmarino per il trattamento delle doppie punte e per rendere morbidi e lisci anche i capelli più fragili e sfibrati. In situazioni estreme, quali sole, vento o cloro della piscina, protegge dalla disidratazione ed è un prezioso alleato per i capelli tinti e decolorati.

Modalità d'uso

Può essere utilizzato come impacco pre shampoo, distribuendolo uniformemente e lasciandolo agire con una cuffia di plastica, oppure miscelato con Avena Maschera Ristrutturante. Può essere utilizzato anche come leave in, in gocce, sui capelli umidi dopo lo shampoo.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Natrue.



EQUILIBRA
www.equilibra.com

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND G2-H1,
PAD. 21N**

Nome prodotto

Argan shampoo protettivo

Breve descrizione del prodotto

Equilibra Argan shampoo protettivo deterge con dolcezza i capelli spenti.

Materie prime principali

Olio di argan, estratto di foglia di tè nero, proteine del grano, tensioattivi di origine vegetale, estratto di semi di lino, glicerina vegetale.

Formato e confezionamento

Flacone da 250 ml.

Caratteristiche

L'olio di argan nutre e protegge i capelli e il cuoio capelluto. I tensioattivi di origine vegetale, impiegati nella formula, detergono delicatamente senza seccare, lasciando i capelli morbidi e luminosi. Con estratto di foglia di tè nero che rende i capelli lucidi e forti. Senza parabeni e petrolati, peg, Sls e Sles, siliconi e alcol, coloranti o sale aggiunto. Delicatamente profumato senza allergeni.

Modalità d'uso

Applicare sui capelli bagnati quindi risciacquare. In caso di contatto con gli occhi risciacquare immediatamente.



**OFFICINA
NATURAE**
www.officinaturae.com

**BIOFFICINA
TOSCANA**
www.biofficinatoscana.com

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND E14,
PAD. 21N**

Nome prodotto

Shampoo capelli delicati, linea Innovattivi

Breve descrizione del prodotto

Shampoo per capelli delicati, protegge le proteine del capello e mantiene l'intensità della tinta.

Materie prime principali

Aqua, sodium lauryl sulfoacetate, cocamidopropyl betaine, sodium methyl 2-sulfolaurate, glycerin, achillea millefolium extract*, hydrolyzed walnut extract, tocopheryl acetate, parfum, disodium 2-sulfolaurate, glyceryl caprylate/caprinate, sodium benzoate, potassium sorbate, benzyl alcohol, lactic acid, citric acid.

*=da agricoltura biologica.

Formato e confezionamento

Flacone da 200 ml.

Caratteristiche

Shampoo per capelli delicati, arricchito con ProStructure, un fitocomplesso antiossidante, a marchio registrato, da mallo di noce, che protegge le proteine del capello e mantiene l'intensità della tinta. L'estratto di achillea biologico regola la produzione di sebo, donando lucentezza. Profumato con fresche note di frutti verdi e fiori. Non contiene solfati. Nickel tested.

Modalità d'uso

Prodotto concentrato, applicare una piccola quantità sui capelli bagnati e massaggiare dolcemente per qualche minuto. Risciacquare ed eventualmente ripetere.

Shelf life

30 mesi.

Certificazioni

Certificato Eco Bio Cosmesi Icea n. 305 BC 022.

Vegan OK



Nome prodotto

Shampoo concentrato rinforzante

Breve descrizione del prodotto

Uno shampoo concentrato ricco di principi attivi con un alto potere lavante, per capelli secchi, fragili e trattati.

Materie prime principali

Tensioattivi di origine vegetale, miele biologico, Pentavin, estratti biologici di girasole, malva e oliva, oli essenziali biologici di limone e salvia; vitamina E.

Formato e confezionamento

Flacone da 150 ml.

Caratteristiche

Con una particolare e mirata miscela di tensioattivi di origine vegetale, è stato formulato per un'azione idratante, nutritiva e restitutiva. Il miele bio toscano e gli estratti bio di malva, girasole e foglie di olivo agiscono in sinergia con Pentavitin, un principio attivo innovativo, a marchio registrato, con azione idratante-lenitiva per capelli e pelle derivante da zuccheri. La peculiarità degli shampoo Biofficina Toscana è che sono concentrati.

Modalità d'uso

Si consiglia la diluizione con acqua e in combinazione con gli idrolati Biofficina Toscana, che ne potenziano le diverse funzioni. Per tale diluizione Biofficina Toscana ha creato degli spargishampoo specifici, con livelli indicativi e un beccuccio tricologico che ne consente il giusto utilizzo. Per un uso consapevole e personalizzato di un prodotto innovativo, rispondente ai principi della cosmesi ecobio di qualità.

Shelf life

30 mesi.

Certificazioni

Icea.



**GREENPROJECT
ITALIA**
www.greenprojectitalia.it

Nome prodotto

Greenatural shampoo lavaggi frequenti lino e ortica

Breve descrizione del prodotto

Shampoo delicato adatto a tutti i tipi di capelli, anche quelli dei bambini.

Materie prime principali

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

Formato e confezionamento

Flacone da 250 ml.

Caratteristiche

Con una formula a base di ingredienti da agricoltura biologica, deterge i capelli e il cuoio capelluto senza alterarne l'equilibrio, svolgendo un'azione nutriente e ristrutturante. Le proteine del grano e l'ortica aiutano a proteggere e rivitalizzare i capelli più deboli. 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

Icea Eco Bio Cosmesi (278 BC 054).



SAN.ECO.VIT.
www.bollebio.com



Nome prodotto

bolle bio maschera capelli goji e olio di jojoba

Breve descrizione del prodotto

Impacco pre-shampoo da applicare sui capelli asciutti.

Materie prime principali

Estratto di goji bio, olio di jojoba bio, vitamina E.

Formato e confezionamento

150 ml.

Caratteristiche

Maschera ristrutturante ideale per tutti i tipi di capello, anche quelli fragili. Formula studiata con ingredienti di origine vegetale, preziosi e noti per le benefiche proprietà quali estratto di Goji e olio di Jojoba biologici. Dermatologicamente testata su pelli sensibili, sottoposta a nickel test, non contiene sostanze animali o di derivazione animale. Made in Italy.

Modalità d'uso

Applicare l'impacco sui capelli asciutti, massaggiando delicatamente dalla radice alle punte. Lasciare agire 10/15 minuti pettinando per tutta la lunghezza in modo tale che il prodotto si distribuisca in maniera uniforme. Sciacquare e procedere con lo shampoo.

Shelf life

Pao 6 mesi.

Certificazioni

Icea Cosmesi Naturale n. 058.

LACOTE - GUAM
www.guam.it

Nome prodotto

Bio balsamo capelli districante nutriente

Breve descrizione del prodotto

Balsamo nutriente biologico, per capelli morbidi e facili da pettinare.

Materie prime principali

Gel d'aloè vera barbadensis bio, cellule staminali di alga marina, estratto bioactivity di alga marina guam, olio d'oliva bio, burro di karitè bio, proteine del grano, estratti bio rosmarino e lavanda.

Formato e confezionamento

200 ml.

Caratteristiche

Dalla divisione Lacote-Bio nasce la linea Guam Natura Bio Sens, con ingredienti di origine naturale e principi attivi vegetali bio-certificati. Frutto dell'associazione delle alghe guam con aloè vera barbadensis biologica certificata, la linea non contiene peg, parabeni, siliconi, paraffine, coloranti sintetici, lanoline, ingredienti di derivazione animale. La profumazione delicata è realizzata con l'identità olfattiva dell'aloè e con note marine dai metaboliti delle alghe assimilabili a feromoni. Il balsamo rende i capelli lisci al tatto, li nutre e li districa dolcemente. Dopo l'applicazione i capelli saranno più morbidi, facili da pettinare, leggeri, luminosi e gradevolmente profumati.

Certificazioni

Linea certificata biologica Ecosmetica.



PIERPAOLI
www.pierpaoli.com

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND M1,
PAD. 21N**

Nome prodotto

Ekos shampoo per lavaggi frequenti

Breve descrizione del prodotto

Shampoo idratante e lenitivo.

Materie prime principali

Aqua (water), ammonium lauryl sulfate, olivamidopropyl betaine*, sodium lauroyl sarcosinate, caprylyl/capryl glucoside, cocamidopropyl betaine, lauryl glucoside, avena sativa (oat) kernel extract**, sodium cocoyl hydrolyzed wheat protein, glycerin, coco-glucoside, glyceryl oleate, sodium chloride, dicaprylyl ether, lauryl alcohol, panthenol, lactic acid, parfum (fragrance), sodium benzoate, potassium sorbate, linalool. * = tensioattivo da olio di oliva biologico. ** = da agricoltura biologica.

Formato e confezionamento

Flacone da 500 ml.

Caratteristiche

Lo Shampoo contiene l'estratto biologico di avena dalle note proprietà idratanti e lenitive, deterge con delicatezza capelli e cuoio capelluto ed è dunque ideale per un uso frequente. La formula contiene pantenolo, con proprietà idratante e lenitive, e un tensioattivo a base di olio di oliva biologico. Testato dermatologicamente su pelli sensibili. Controllato per il contenuto di nichel, cromo e cobalto (valori <0,4 ppm). Non contiene saponi alcalini, coloranti, parabeni, fenossietanolo, Sles o Peg. 97,2% di ingredienti di origine naturale sul totale. Il 1,1% di ingredienti biologici sul totale meno acqua.

Modalità d'uso

Applicare sui capelli bagnati, massaggiare e risciacquare con abbondante acqua. Ripetere l'operazione se necessario. In caso di capelli difficili da districare associare l'uso del prodotto a quello del Balsamo Ekos Personal Care.

Shelf life

36 mesi.

Certificazioni

Prodotto certificato EcoBio Cosmesi da Icea con numero I 12 BC 081. Registrato Vegan.



SETARE'
www.setare.it

Nome prodotto

Shampoo capelli grassi bardana e menta

Breve descrizione del prodotto

Shampoo purificante fresco e delicato.

Materie

prime principali

Tensioattivi da olio di cocco, estratto biologico di bardana, estratti biologici di eucalipto, ginepro, menta piperita e fiori d'arancio.

Formato e confezionamento

Flacone da 250 ml.

Caratteristiche

Shampoo delicato, purificante, sebo-regolatore e rinfrescante, formulato associando preziosi oli essenziali ed estratti vegetali a una base lavante delicata e naturale, ricavata dalla noce di cocco. Riequilibra e riduce il sebo in eccesso sul cuoio capelluto e su tutta la superficie dei capelli. L'attività sebo equilibrante è assicurata dalla delicatezza della detersione e dal contributo dei preziosi attivi purificanti, deodoranti e rinfrescanti contenuti negli estratti di bardana, eucalipto, ginepro, menta e arancio dolce, mentre gli oli essenziali di eucalipto, limone e menta piperita, con le loro note fresche e balsamiche, tonificano il cuoio capelluto e donano una piacevole sensazione di benessere. I capelli restano puliti più a lungo e ritrovano leggerezza e luminosità.

Modalità d'uso

Applicare sui capelli umidi e massaggiare dolcemente con le dita su tutta la lunghezza della chioma e sul cuoio capelluto. Risciacquare abbondantemente e ripetere l'operazione se necessario.

Shelf life

9 mesi dopo l'apertura.

Certificazioni

Icea.



TEK
www.tek-italy.it

**PRESENTI
A COSMOPROF:
STAND A5,
PAD. 21N**

Nome prodotto

Spazzola rullo in mogano e setole di cinghiale

Breve descrizione del prodotto

Spazzola rullo professionale in mogano certificato Fsc, con setole di cinghiale rinforzato (75%) e nylon antibatterico (25%).

Materie prime principali

Legno di mogano, crine di cinghiale cruelty free prelevato tramite rasatura e nylon antibatterico.

Formato e confezionamento

Involucro in cartone riciclato.

Caratteristiche

Un concentrato di materie prime pregiate, ergonomia e resistenza alle alte temperature. L'innovativa struttura ultra sottile di ogni singola setola consente di eseguire asciugature e pettinature dagli effetti sofisticati, in cui i capelli appaiono naturalmente lucidi e splendenti. Il manico, ultraleggero, esagonale e con fresature Pro Grip, rende la spazzola ergonomica e antiscivolo. Selezionato per le sue qualità di resistenza e leggerezza, il legno di mogano certificato Fsc - proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard - permette al manico di essere estremamente maneggevole, consentendo di ottenere pettinature efficaci senza sforzare il polso, inoltre la sua forma esagonale e le fresature Pro Grip lo rendono ergonomico e antiscivolo.

Certificazioni

Fsc.



ARKAVITA
www.myalkemy.it



Nome prodotto
alkemy EQ 8.0 FIX

Breve descrizione del prodotto
Crema coadiuvante negli inestetismi della pelle.

Materie prime principali
Microalga klamath, oleoliti spagirici di calendula, oleolita di viola tricolor, oleolita di sommità fiorite di bardana, oleolita di lavanda e oleolita di issopo.

Formato e confezionamento
Vasetto da 60 ml.

Caratteristiche
Emolliente, lenitiva e rinfrescante, migliora l'equilibrio di idratazione cellulare della cute e stimola la formazione di nuove cellule. L'innovativa associazione di microalga klamath e oleoliti di bardana, viola tricolor, issopo e lavanda trova impiego nell'acne giovanile e ormonale, brufoli e foruncoli, psoriasi, eczemi, dermatiti, punture d'insetto. Il colore verde indica che la crema è ricca di ficocianine e clorofilla. Non è stata sbiancata e non contiene profumi, parabeni e conservanti di sintesi. L'odore è quello caratteristico dei componenti. Realizzata con solo una leggerissima aggiunta di fragranze naturali e ipoallergeniche.

Modalità d'uso
Applicare sulla zona interessata due o tre volte al giorno, fino a completo assorbimento.

Shelf life
Pao 3 mesi.

ARGITAL
www.argital.it



Nome prodotto
Intimo vegetale con gel di argilla verde e niaouli

Breve descrizione del prodotto
Detergente intimo vegetale delicatissimo.

Materie prime principali
Aqua, sodium cocoyl glutamate, caprylyl/capryl glucoside, lactic acid, melaleuca viridiflora leaf oil*, mentha piperita oil*, lavandula hybrida oil*, styrax benzoin resin extract, eugenia caryophyllus flower oil*, solum fullonum, xanthan gum, alcohol. Ingredienti bio: lavandula hybrida oil*, alcohol. *componenti degli oli essenziali naturali: limonene, linalool, eugenol.

Formato e confezionamento
250 ml. Flacone in plastica serigrafato. Astuccio serigrafato e volantino di istruzioni.

Caratteristiche
Il puro olio essenziale di Niaouly e il gel di argilla verde, ricco di oligoelementi naturali, detergono e proteggono la mucosa vaginale esterna, rendendo il prodotto delicatissimo e adatto anche in caso di comuni problemi vaginali esterni. Gli oli essenziali contenuti donano un piacevole senso di freschezza. Il gel di argilla verde accentua la protezione grazie all'argento. Senza conservanti.

Modalità d'uso
Versare sulla mano una certa quantità di prodotto e dopo aver aggiunto poca acqua, che permette lo sviluppo della schiuma, iniziare il lavaggio delle parti intime. Per ottenere la massima igiene si consiglia di non usare la spugna.

Shelf life
6 mesi.

Certificazioni
Icea, BdiH.

GAIA COSMETICI
www.gaiacosmetici.it

Nome prodotto
Balsamo labbra Rose Kiss

Breve descrizione del prodotto
Morbido e nutriente balsamo per le labbra.

Materie prime principali
Olio di rosa, burro di karitè, burro di cacao, olio di cocco, cera d'api, vitamina E.

Formato e confezionamento
4,3 ml in stick.

Caratteristiche
Balsamo nutriente per le labbra, formulato con olio di rosa - che garantisce effetti spasmolitici, anti-infiammatori e lenitivi - disperso in una ricca miscela di burri naturali. Il burro di cocco conferisce ottime proprietà antibatteriche oltre a esercitare la funzione di fattore di protezione solare naturale (Spf 4). Il burro di karitè, ricco di vitamine A, E ed F, noto per le sue eccezionali proprietà nutrienti, garantisce una valida protezione naturale contro gli agenti nocivi per la pelle come fumo, smog e inquinanti chimici dell'ambiente. La cera d'api forma un naturale film protettivo sulle labbra proteggendole da disidratazione e screpolature. Si scioglie a contatto con il calore della pelle ed è caratterizzato da un delicato aroma alla rosa. Il suo utilizzo è consigliato sia per i periodi più freddi che per quelli più caldi. Adatto per l'uso quotidiano di tutta la famiglia. 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 testato su animali.

Modalità d'uso
Stendere sulle labbra in maniera uniforme. Ripetere l'applicazione al bisogno.

Shelf life
24 mesi.

Certificazione
Soil Association Organic.



LEPO
www.lepo.it

Nome prodotto
Bio Crema fluida corpo

Breve descrizione del prodotto
Formulata con ingredienti naturali e biologici, previene secchezza e arrossamenti. Garantisce alla pelle una perfetta idratazione e la rende morbida e vellutata. Per tutti i tipi di pelle.

Materie prime principali
Olio di oliva, acqua di amamelide, burro di cupuaçu e karitè.

Formato
200 ml. 6.76 fl. Oz.

Caratteristiche
Lepo ha creato una formula con ingredienti naturali e biologici che garantisce alla pelle una perfetta idratazione e la rende morbida e vellutata. Bio Crema fluida corpo previene secchezza e arrossamenti dovuti all'eccessiva esposizione al sole ed è adatta a tutti i tipi di pelle, anche le più delicate. Certificata Eco-Bio da Icea, Vegan Ok, Nickel Tested e senza parabeni, siliconi e peg.

Modalità d'uso
Applicare sul tutto il corpo secondo necessità e massaggiare fino a completo assorbimento.

Shelf life
3 anni.

Certificazione
Certificato Icea.



MAPA SPONTEX
www.youpotentnaturalmente.it

Nome prodotto
You detergente igienizzante

Breve descrizione del prodotto
You detergente igienizzante pulisce in totale sicurezza tutte le superfici e garantisce una migliore igiene in tutta la casa.

Materie prime principali
Agenti pulenti derivanti da grano, noce di cocco, barbabietola, acido lattico di origine vegetale, gomma naturale derivante dai residui dello zucchero, oli essenziali. Profumazioni naturali con note di chiodi di garofano.

Formato e confezionamento
Spray 500 ml e ricarica concentrata 12 ml.

Caratteristiche del prodotto
Realizzato con ingredienti attivi 100% di origine vegetale e biodegradabili. Dermatologicamente testato. Ideale in cucina, in bagno, nel wc, su mobili, superfici e contenitori di ogni genere (come la ciotola del cane, la lettiera del gatto). Lascia le superfici lucide e splendidi.

Certificazione
Ecocert.



NIVEL
www.nivel.it

Nome prodotto
Biopuro olio d'arancia

Breve descrizione del prodotto
Detergente universale super potente ad alta concentrazione per la pulizia universale della casa e la rimozione delle macchie. Adatto alle superfici in metallo, alluminio, plastica, cromature, vetro, porcellana, tessuto, legno e per la pulizia di barche, biciclette e altre superfici lavabili. Il prodotto rimuove da superfici, tessuti, tappeti e mobili anche macchie di gomma da masticare, tutti i tipi di grasso, olio, unto, catrame, cera, fuliggine, colori ad olio, smalto per unghie, segni di gomma sui pavimenti, macchie di inchiostro, residui di colla, nastro da pacchi e silicone.

Materie prime principali
Alcohol, ethyl lactate, laureth-4, decyl glucoside, citrus aurantium dulcis peel oil.

Formato e confezionamento
Flacone 300 ml. Confezionato in scatola da 6 flaconi.

Certificazione
Biologico Certificato secondo il disciplinare Eco-Bio Detergenza Aiab. Dermatologicamente testato. Nichel, cromo e cobalto tested. Azienda Certificata Iso 9001 e Iso 22716.



ZECA
www.labnatu.com

Nome prodotto
Ecodetersivo naturale Polvere Lavatrice

Breve descrizione del prodotto
Zeca sviluppa prodotti a marchio certificati Bio. L'Ecodetersivo naturale Polvere Lavatrice è una polvere 100% naturale, efficace su tutti i capi. 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.

Materie prime principali
Percarbonato, acido citrico, sapone marsiglia.

Formato
500 g.

Caratteristiche
Ecodetersivo. Polvere naturale. Senza sbiancanti ottici, senza coloranti, senza tensioattivi chimici.

Modalità d'uso
Per tutti i capi. A mano e in lavatrice.

Shelf life
12 mesi.

Certificazione
Certificato Eco Bio Detergenza Pulita Aiab



SETARE'
www.setare.it



Nome prodotto
Contorno occhi anti-age

Breve descrizione del prodotto
Crema contorno occhi nutriente, elasticizzante e tonificante.

Materie prime principali
Acido ialuronico, caffeina. Estratto di camomilla, aloe, malva. Squalano vegetale. Estratto biologico di cardo mariano e di tarassaco.

Formato e confezionamento
15 ml. Flacone di vetro satinato con dosatore.

Caratteristiche
Crema contorno occhi dalla texture leggera e fresca, ricca in attivi che lavorano in sinergia per apportare idratazione, protezione e tono a una zona del viso tanto delicata. 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. Cardo mariano e tarassaco svolgono un'importante azione antiossidante e rivitalizzante. Lo sguardo apparirà visibilmente più giovane, fresco e luminoso.

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
6 mesi dopo l'apertura.

Certificazione
Icea.