

GUIDA AGLI ACQUISTI

GDO

IGIENE & BELLEZZA

**ELETTO
PRODOTTO
DELL'ANNO**

I Consumatori
Premiano l'Innovazione

2014

Ricerca di mercato GPMI© su una pre-selezione di prodotti innovativi presenti sul mercato italiano, condotta da IRI su 12.000 consumatori con più di 15 anni, svoltasi a dicembre 2013. www.prodottodellanno.it cat. CURA VISO E CORPO

LINEA NUTRIENTE AL BURRO DI KARITÉ



Seguici su  e Registrati al Club: www.clubpaglierisellsystem.com

www.omniabotanica.it

PER UN SORRISO
BIANCO LATTE.



CONTRO LE MACCHIE DI TÉ E CAFFÈ

Purezza, brillantezza, freschezza.

Piccoli gesti quotidiani per scegliere il meglio, per donarvi il meglio.

Pearl Drops, la linea di prodotti specifici per la bellezza e la pulizia dei vostri denti ha appositamente studiato il dentifricio per rimuovere le macchie specifiche di caffè e tè.



Bouty, an IBSA Company

info.consumatori@bouty.it



30 anni. Sempre nuove imprese.

22-25 maggio 2014
Forte Village Resort



FRAME COMMUNICATION

GOD SAVE THE LINK



linkcontro
da 30 anni. noi

linkontronielsen.it

nielsen
.....



In Copertina: Linea nutriente al burro di karité
by Omnia Botanica

I N T E R N E T

www.mteedizioni.it

e-mail: mteedizi@mteedizioni.it

www.igiene-bellezza.com

e-mail: igiene.bellezza@mteedizioni.it

aprile - maggio 2014
Anno XIX - n. 1

**Redazione, Amministrazione,
Pubblicità:**
MTE Edizioni Srl

Via R. Gessi, 28 - 20146 Milano
Tel. 02/48952305 - 4239443
Telefax 02/4123405

Autorizzazione
del Tribunale di Milano n.84
In data 12/02/1996
Sped. in a.p. - D.L. 353/2003
(conv. in L27/02/2004 N.46)
art.1, comma 1, DCB - Modena
Tassa Riscossa - Taxe perçue

Prezzo per copia Euro 12,00

Abbonamento Annuale

4 numeri (trimestrale)
Italia Euro 70,00
Estero Euro 100,00
comprese spese postali
• Contrassegno
• C/C postale n. 21104203

**ABBONAMENTI
NUMERO VERDE**

800 102166

Direttore Responsabile
Giuseppe Tirabasso

Direttore Editoriale
Claudia Stagno

Redazione Gianni Cornalba

Hanno collaborato
Gloria Segreto, Federica Tenti,
Roberta Leone, Smery Menga

Con la partecipazione di
Nielsen Market Track
Euromonitor International Plc.

Pubblicità & PR
Gianni Cornalba, Smery Menga,
Jessica Piccoli

Grafica Roberto Cimarosa

Internet Mauro Smerini

Call Center-Telemarketing:
Roberto Tamaio

Stampa: ARBE - Modena

RICERCHE DI MERCATO

5-7

SPECIALE SHAMPOO

Dati NIELSEN Market Track

Mercato stabile con qualche piccolo sacrificio

NOVITÀ IN LANCIO

8-9

Converting: dietro il successo la qualità, sempre

RICERCHE DI MERCATO

11-13

SPECIALE BALSAMO

Dati NIELSEN Market Track

La categoria si è protetta con piccole rinunce di marginalità

NOVITÀ IN LANCIO

14-15

MyMask by Bouty: la Spa ideale da usare a casa tua

RICERCHE DI MERCATO

17-19

SPECIALE ABBRONZANTI

Dati NIELSEN Market Track

La crisi evidente della categoria è in parte dovuta anche ai problemi climatici che hanno accorciato la durata effettiva della stagione propizia

NOVITÀ IN LANCIO

20-22

Vivere il sole in totale libertà con sun care di Deborah Bioetyc

PAROLA ALL'AZIENDA

24-26

Frau e Paglieri Sell System non potevano non incontrarsi

NOVITÀ IN LANCIO

28-29

Weruska & Joel e Lotto:
due player protagonisti di un grande gioco

VETRINE PERSONA

30-31

VETRINE PERSONA

NOVITÀ IN LANCIO

32

Forhans Special: un dentifricio gengivario davvero speciale

34

Natura Amica, house care revolution!

36

Fai sbocciare il tuo sorriso con il nuovo
Mentadent White Now Gold

38-39

OMIA: la linea EcoBioSun per una abbronzatura
bella e consapevole

PAROLA ALL'AZIENDA

40

Ha tutto il fascino di un risiko mondiale

VETRINE CASA

42-43

VETRINE CASA

LA RICERCA INFORMA

44-47

Nanoparticelle: cerchiamo di capire

NEWS

48

NEWS

SOMM

DEDICATO AI CLIENTI

Tutti i nostri inserzionisti possono fruire di un nuovo servizio. Si tratta di un link diretto dal sito della nostra rivista allo spot del Cliente interessato.

Oppure al sito del Cliente stesso, favorendo così una maggiore dinamica nelle sinergie multimediali. È sufficiente cliccare sull'indice qui a fianco riportato.

editoriale

PUBLIREDAZIONALI

8-9	CONVERTING
14-15	BOUTY - MY MASK
20-22	DEBORAH
24-26	PAGLIERI SELL SYSTEM
28-29	WERUSKA & JOEL
32	URAGME-FORHANS
34	ZECA
36	MENTADENT
38-39	OMIA LABORATOIRES
40	SODALIS

ELENCO INSERZIONISTI

COVER I	PAGLIERI SELL SYSTEM
COVER II	BOUTY - PEARL DROPS
COVER III	EQUILIBRA
COVER IV	EQUILIBRA

1	NIELSEN
4	CONVERTING
10	CIP4
16	DEBORAH
23	INDUPLAST
27	CIM
33	URAGME-FORHANS
35	ZECA
37	OMIA LABORATOIRES
41	ARIX
49	MARTINI
50	EXPORT MAGAZINE
51-52	EQUILIBRA

SEMPRE COLPA DEGLI ALTRI?

La grande moda del momento?

Mettere alla gogna i politici, vecchi e nuovi. E poi, critiche serrate ai top manager della burocrazia, spesso più inamovibili dei politici stessi. Burocrazia dai molti rami, con le amministrazioni locali sovente capaci di muovere miliardi (sì!) di euro. e di resistere indomiti ad ogni tornata di cambi di governo. Costoro, attenzione, sono responsabili di scelte che incidono pesantemente sulla vita di tutti noi, sulla qualità del nostro presente, perché possono spostare aliquote, eliminare detrazioni e incrementare i costi dei servizi di cui ci avvaliamo per vivere.

Alcune regioni hanno approfittato di quote inopinate di potere, ottenute a causa di leggi incongrue, per apportare tagli lineari (cioè 'ndo cojo cojo) alla Sanità, costringendo gli abitanti di quelle regioni a viaggi di mille chilometri e più per farsi curare secondo i più elementari diritti. Altre hanno fatte scelte al di fuori delle norme etiche di un Paese cristiano, equiparando la gravidanza a una malattia e il feto a un ostacolo da rimuovere.

Fin qui, possiamo dire, non è scelta in nostro potere, come non possiamo influire sulla pletora di funzionari che in molte regioni non fanno che accrescere i disservizi, incrementando gli attriti degli ingranaggi che dovrebbero sfornare prestazioni per tutti noi.

Ma qui dobbiamo fare un esame di coscienza. L'assenteismo è davvero proprio solo degli enti pubblici? E davvero solo negli enti pubblici alligna il malcostume del "se non faccio non sbaglio"? Grandi gruppi privati sono immuni dal tirare a campare e dalle scelte auto protettive della propria posizione, a detrimento dell'interesse dell'azienda?

Abbiamo visto troppo spesso scegliere numeri due inefficienti da numeri uno timorosi per la loro posizione. Pratica eticamente riprovevole, che è contro l'interesse dell'azienda, quindi disonesta. O no? E allora, cerchiamo tutti di fare del nostro meglio nella realtà che è sotto il nostro controllo. Altrimenti viene il dubbio che il mugugno dell'antipolitica sia un alibi, comodo per non fare.

MTE Edizioni



ARTIO



Sensurè Shampoo Nutriente

Red Tea

con formula di origine naturale
senza SLES, PEG e Parabeni



Scopri
Sensurè
su facebook



CONVERTING
A FAMILY COMPANY

Converting Wet Wipes Srl
info@gsconverting.com

www.gsconverting.com





SPECIALE SHAMPOO

Mercato stabile con qualche piccolo sacrificio

*Nielsen Holdings N.V.
(NYSE: NLSN) è un'azienda
globale di informazioni
e insights con posizione
di leadership
nelle misurazioni e
informazioni di marketing
relative a consumer,
retail, advertising,
televisione, internet,
mobile e altri media.
È presente in oltre 100 Paesi
con sede a New York,
USA e Diemen, Olanda.*

*Per maggiori informazioni
www.nielsen.com/it*

THE NIELSEN COMPANY (ITALY) S.r.l.
Via G. Di Vittorio, 10
20094 Corsico (Milano)
www.nielsen.com/it

**Questa categoria di importanza basilare
non subisce le conseguenze
dell'economia in ristagno,
preservando le quantità,
con una modesta riduzione a valore.**

**Questa scelta sembra
strategicamente lungimirante
per preservare i valori del mercato,
in vista di momenti più propizi.**

SPECIALE SHAMPOO

*Mercato
stabile
con qualche
piccolo
sacrificio*

LA PERFORMANCE DELLA CATEGORIA:

ANALIZZANDO I DATI DI VENDUTO DEL MASS MARKET NELL'ULTIMO ANNO (DATI TERMINANTI A FEBBRAIO 2014) RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE, VEDIAMO CHE LA PERFORMANCE DELLO SHAMPOO NON SUBISCE PARTICOLARI SCOSSONI: LE VENDITE IN UNITÀ SONO ABBASTANZA STABILI (+0,4%); MENTRE LE VENDITE A VALORE MOSTRANO UN LEGGERISSIMO CALO (-1,6%). LA DIFFERENZA DI SEGNO, DECRETATA DA UNA VALORIZZAZIONE MEDIA DEL VENDUTO PIÙ BASSA RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE (IL PREZZO MEDIO A CONFEZIONE DIMINUISCE DEL 2%) È LA RISULTANTE DI DUE FATTORI: UNA AUMENTO DELLA PROMOZIONALITÀ (NEI SOLI IPERMERCATI E SUPERMERCATI, LE VENDITE IN PROMO CRESCONO DI BEN 2 PUNTI RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE); UNA VARIAZIONE DEL MIX (SPOSTAMENTO DEGLI ACQUISTI SU BRAND/SKUS MENO COSTOSE).

LE AREE GEOGRAFICHE:

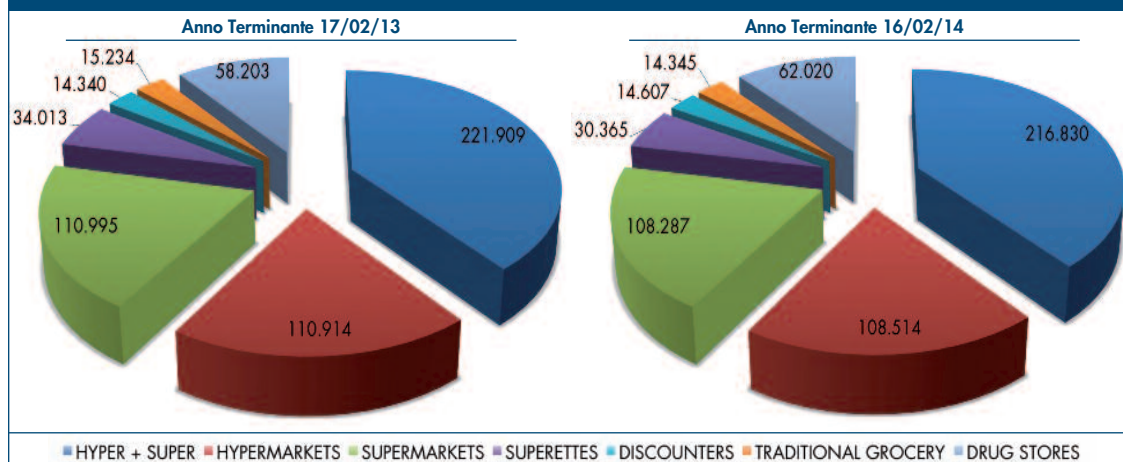
LE PERFORMANCE DELLA CATEGORIA LUNGO LO STIVALE SONO ETEROGENEE: LE AREE NIELSEN 2 (NORD-EST) E 3 (CENTRO) SONO QUELLE PIÙ SOFFERENTI; IN CRESCITA INVECE L'AREA NIELSEN 4 (SUD). LA PERFORMANCE POSITIVA DELL'AREA 4, FA AUMENTARE IL PESO DI QUEST'AREA RISPETTO AL TOTALE ITALIA A SCAPITO DELLA AREA 2 E 3. SEPPUR SI TRATTI DI UNA DINAMICA DEL TUTTO SIMILARE A QUELLA DELLA MAGGIOR PARTE DELLE CATEGORIE, VALE COMUNQUE LA PENA RICORDARE COME IL PREZZO MEDIO DEL VENDUTO DIMINUISCE ANDANDO DA NORD VS SUD (PASSIAMO DA 2,63 € PER UNITÀ IN AREA 1 A 2,03 € PER UNITÀ IN AREA 4).

I CANALI:

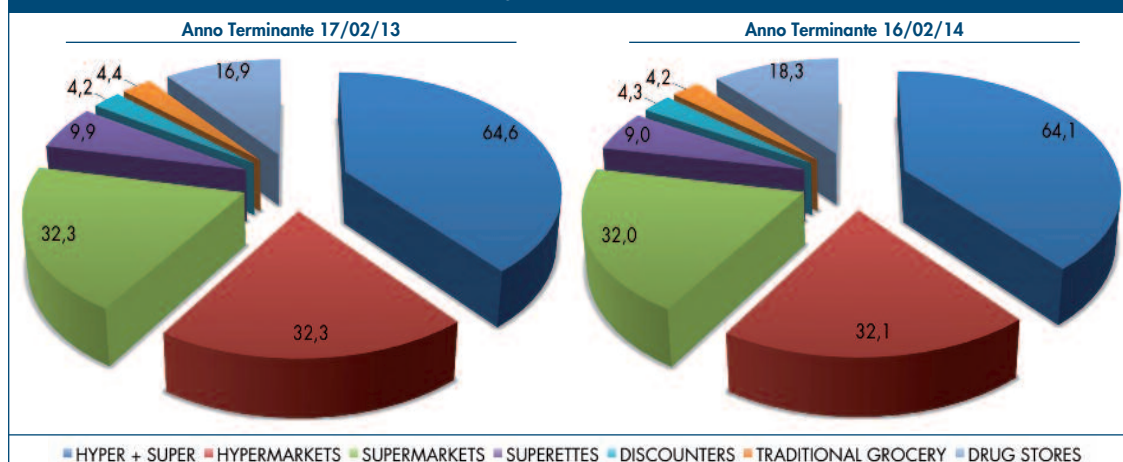
TALI DIVERSITÀ NELLA PERFORMANCE DELLA CATEGORIA SONO ANCORA PIÙ EVIDENTI GUARDANDO AI DIVERSI CANALI CHE LA VEICOLANO. I CANALI PIÙ TRADIZIONALI (IPERMERCATI, SUPERMERCATI, SUPERETTES E NEGOZI TRADIZIONALI), CHE COMUNQUE CONTINUANO A SVILUPPARE ¾ DEL FATTURATO DELLA CATEGORIA E CONTINUANO AD AUMENTARE LA PRESSIONE PROMOZIONALE, LASCIANO TERRENO AI RESTANTI CANALI: I DRUG STORES, CHE SVILUPPANO CIRCA IL 20% DEL FATTURATO DELLA CATEGORIA (CALCOLATO IN UNITÀ), CRESCONO DEL 9.1% IN UNITÀ E DEL 6.6% A VALORE; I DISCOUNTERS, CHE SVILUPPANO CIRCA IL 6% DELLA CATEGORIA (CALCOLATO IN UNITÀ), CRESCONO DEL 5.5% A VOLUME, ASSESTANDO COMUNQUE UN OTTIMO RISULTATO (+2% CIRCA) ANCHE A VALORE. UN'ULTIMA NOTA, DEGNA DI ESSERE MENZIONATA, RIGUARDA GLI ASSORTIMENTI DEI DIVERSI CANALI: SE LA MAGGIOR PARTE DEI CANALI HA UN NUMERO MEDIO DI REFERENZE VENDUTE SETTIMANALMENTE SOSTANZIALMENTE STABILE; GLI IPERMERCATI E I DRUG STORES, CHE GIÀ EVIDENZIAVANO GLI SCAFFALI PIÙ "PROFONDI", SI DIFFERENZIANO PER UN SOSTANZIALE AUMENTO (RISPETTIVAMENTE: +5 REFERENZE, RISPETTO ALLE 134 GIÀ VENDUTE NEGLI IPERMERCATI E +9 REFERENZE, RISPETTO ALLE 93 GIÀ VENDUTE, NEI DRUG STORES).

A cura di Elena Passoni

SPECIALE SHAMPOO, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO

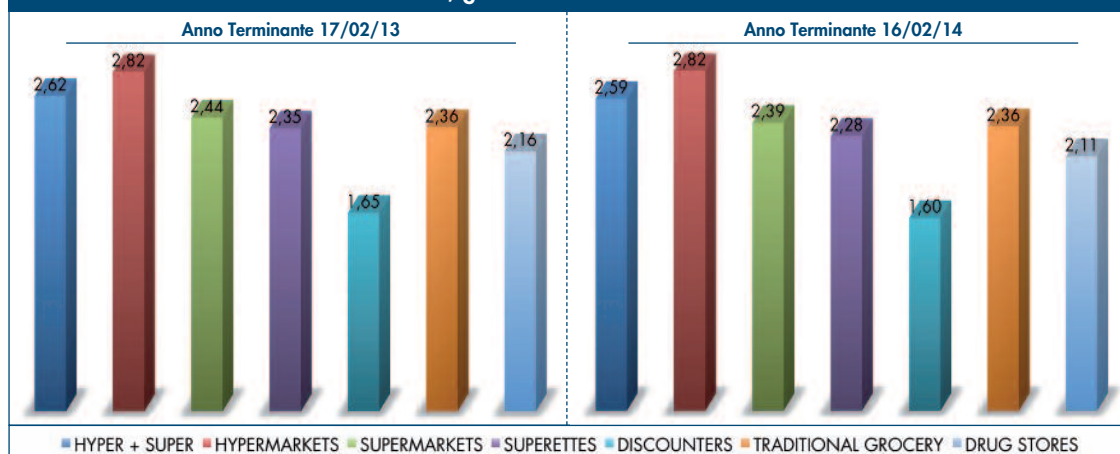


SPECIALE SHAMPOO, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.

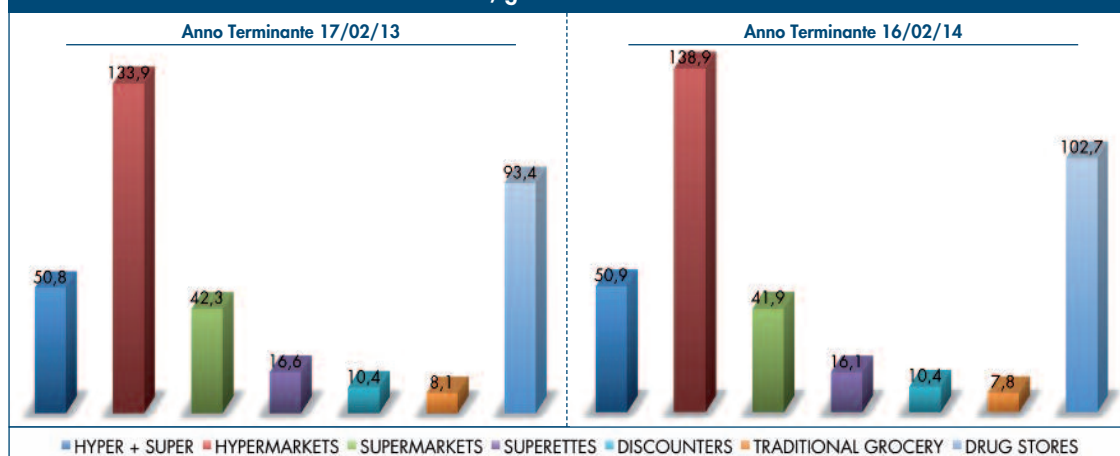




SPECIALE SHAMPOO, grafico 5-6: PREZZO MEDIO CONFEZIONE



SPECIALE SHAMPOO, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



SPECIALE SHAMPOO, grafico 9-10: INT. IDX. ANYPROMO VOL.



Un importante indicatore dello stato di salute della categoria, è il numero di referenze, che si può riscontrare quasi ovunque in crescita e, dove ci sono cali, sono del tutto marginali. Gli altri indicatori sono tutto sommato stabili.

Coordinamento, Gianni Cornalba

SPECIALE SHAMPOO

Mercato stabile con qualche piccolo sacrificio

CONVERTING: DIETRO IL SUCCESSO LA QUALITÀ, SEMPRE

La qualità per Converting Wet Wipes inizia dal modo di produrre e dagli ingredienti di origine naturale, fatti apposta per favorire il benessere delle persone e la salvaguardia dell'ambiente

Negli ultimi anni Converting Wet Wipes si è distinta per l'attenta cura posta nel creare diverse linee di prodotti assolutamente innovativi, dedicati sia alla cura della persona, sia alla cura della casa, dalle salviette ai detergenti liquidi. Ma non basta...



Il detergente per l'igiene intima Sensurè è stato testato in collaborazione con l'Istituto Ginecologico dell'Università di Pavia, mentre i prodotti bagno e doccia schiuma della linea Sensurè sono stati sottoposti a studi clinici approfonditi, presso l'istituto dermatologico San Gallicano di Roma, su pazienti con problemi dermici vari, come psoriasi e dermatite atopica, che hanno confermato l'azione idratante e lenitiva che questi hanno sulla pelle sensibile. "Questa linea è certificata ICEA-Cosmesi Naturale."

A breve saranno messi in commercio un sapone liquido per viso e mani e uno shampoo per capelli, tutti a marchio Sensurè e certificati ICEA, per completare la linea di prodotti naturali e ipoirritanti, rigorosamente con materiali ecodermocompatibili.

CONVERTING
A FAMILY COMPANY

CONVERTING WET WIPES srl

Via delle Industrie, 15
20070 Dresano (MI)
T. +39-02.98274043/74
F. +39-02.98274733
info@gsconverting.com
www.gsconverting.com

FORMULE CERTIFICATE ICEA

Sensurè, la linea delicata di detergenti liquidi, come suggerisce il nome stesso, è studiata e pensata per la pelle più sensibile. L'innovativa formula ipoirritante, dermocompatibile e naturale al 98% con tensioattivi di origine naturale sono ideali a tutti i soggetti con pelli sensibili, pelli con problemi dermici vari e per i bambini, e dunque per tutti.



Ecco lo Shampoo Nutriente e Riparatore al Tè Rosso adatto per lavaggi frequenti. L'estratto di Tè rosso, in questa formula unica, combinato con amminoacidi, ceramidi, cheratina e Omega 3 protegge e rigenera in profondità le cellule del cuoio capelluto e aiuta a combattere la rottura dei capelli. Ripristina l'equilibrio naturale idrolipidico, lasciando i capelli morbidi, lucidi e nutriti. Ippiritante - Senza SLES, SLS, PEG e Parabeni.



Un'importante evoluzione nel segno di prodotti naturali e biodegradabili ha caratterizzato in questi anni anche lo storico core business di Converting Wet Wipes, ovvero le salviette umidificate per l'igiene. La linea Eco-Naturale di salviette imbevute con soluzioni di origine naturale e certificate ICEA "Cosmesi Naturale" senza SLES, Peg, parabeni ed allergeni: Baby Clean per il cambio dei pannolini,

Sensurè per l'igiene intima e Sensurè struccante che sono realizzate in viscosa 100% grazie alla quale sono smaltibili in wc e con il packaging completamente biodegradabile e riciclabile per la salvaguardia dell'ambiente. L'azienda intende nell'immediato futuro rafforzare la propria presenza anche nel mondo della sanità, grazie alla produzione di guanti e prodotti con presidio medico chirurgico, e nel settore del pet care.



CONVERTING SI ESPANDE NEI NUOVI MERCATI

L'ultimo investimento riguarda le 3 nuove linee di produzione dei dentifrici e lo sviluppo del marchio, già registrato, Dentamentin, dedicato all'oral care basato su formule naturali. Dentifricio (in due formati, da 75ml e da 25ml) e collutorio (in formato 500ml) sono proposti in due varianti: Anti-placca e Sensitive. Anche queste formule sono studiate e create per ridurre i problemi di irritabilità, in questo caso del cavo orale, e per proteggere e rinforzare denti e gengive. Inoltre, prossimo step dell'evoluzione Converting è la produzione di creme e altri prodotti cosmetici. Tutto questo per garantire la massima copertura delle esigenze del mercato italiano ed estero, mettendo a frutto il momento positivo di un'Azienda in controtendenza rispetto ai concorrenti.

**CONVERTING WET WIPES
È PRESENTE AL
COSMOPROF BOLOGNA:
PADIGLIONE 21 N GREEN - STAND N14**



CIP4 IL TOP DEI CONTRACTOR DAL PROGETTO ALLO SCAFFALE



Igiene casa



Igiene persona

Assorbenti



INNOVAZIONE E QUALITÀ GARANTITI DA 35 ANNI DI ATTIVITÀ

CIP4 Srl Via Idiomi, 6 | 20090 Assago (MI), Italy | T. +39-02-48869.1 | F. +39-02-48869.330 | info@cip4.com | www.cip4.com

CIP4

È ecocompatibile



SPECIALE BALSAMO

La categoria si è protetta con piccole rinunce di marginalità

*Nielsen Holdings N.V.
(NYSE: NLSN) è un'azienda
globale di informazioni
e insights con posizione
di leadership
nelle misurazioni e
informazioni di marketing
relative a consumer,
retail, advertising,
televisione, internet,
mobile e altri media.
È presente in oltre 100 Paesi
con sede a New York,
USA e Diemen, Olanda.*

*Per maggiori informazioni
www.nielsen.com/it*

THE NIELSEN COMPANY (ITALY) S.r.l.
Via G. Di Vittorio, 10
20094 Corsico (Milano)
www.nielsen.com/it

Questa categoria si muove

di pari passo col suo

partner funzionale, lo shampoo,

continuando a garantire

agli shopper un'ampia scelta,

coefficiente vitale in un mercato

dove la funzionalità

delle prestazioni è essenziale.

SPECIALE BALSAMO

*La categoria
si è protetta
con piccole
rinunce
di marginalità*

LA PERFORMANCE DELLA CATEGORIA:

LA PERFORMANCE DEI BALSAMI (+0.3% DI UNITÀ VENDUTE, +1.7% DI VENDITE A VALORE) RISULTA, A TOTALE MASS MARKET, DEL TUTTO SIMILARE A QUELLA GIÀ REGISTRATA DALLLO SHAMPOO. IL RISULTATO È DEGNO DI NOTA SE CONSIDERIAMO CHE È ABBASTANZA COMUNE CONSIDERARE LA CATEGORIA COME "ACCESSORIA" ALLO SHAMPOO, E CHE QUESTO TIPO DI CATEGORIE CONSIDERATE NON "NECESSARIE" SONO QUELLE SOLITAMENTE PIÙ IMPATTATE DALLA CRISI. LA VALORIZZAZIONE MEDIA DEL VENDUTO È IN CALO (PREZZO MEDIO IN UNITÀ CALA DEL 2%) SEPPUR LE PROMOZIONI (GIÀ PIÙ BASSE RISPETTO ALLO SHAMPOO) NON AUMENTINO IN MODO PARTICOLARE. A QUESTO PROPOSITO, PENSANDO AGLI EFFETTI CHE UN CAMBIO DI MIX PUÒ AVERE SULLA PERFORMANCE, VALE LA PENA RICORDARE CHE LA CATEGORIA È COMPOSTA DA DUE DIFFERENTI SEGMENTI (I BALSAMI TRADIZIONALMENTE DETTI E LE MASCHERE) CHE HANNO POSIZIONAMENTI DI PREZZO DIVERSI (LE MASCHERE HANNO UN PREZZO MEDIO PIÙ ALTO RISPETTO AI BALSAMI).

LE AREE GEOGRAFICHE:

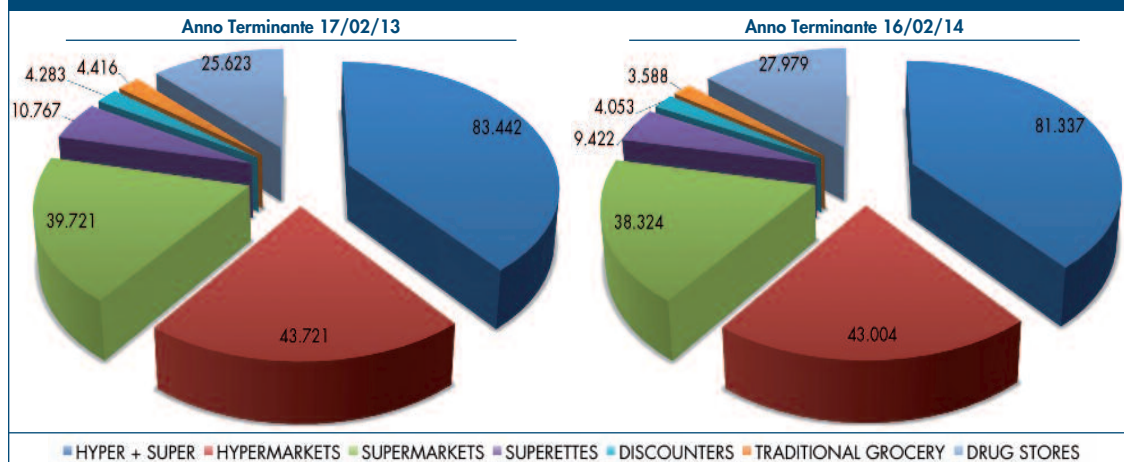
SE LE VENDITE A VALORE REGISTRANO UNA PERFORMANCE NEGATIVA LUNGO TUTTO LO STIVALE, LE VENDITE CALCOLATE IN UNITÀ (RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE): SONO POSITIVE NEL NORD-OVEST (AREA NIELSEN 1) A AL SUD (AREA NIELSEN 4); SONO NEGATIVE NEL NORD-EST (AREA NIELSEN 2) E AL CENTRO (AREA NIELSEN 3). ANCHE SU QUESTA CATEGORIA, COME GIÀ VISTO SULLO SHAMPOO, LA VALORIZZAZIONE MEDIA DEL VENDUTO (IL PREZZO MEDIO) CALA ANDANDO DA NORD (PREZZO MEDIO AREA 1 = 2,96 €) VERSO SUD (PREZZO MEDIO AREA 4 = 2,48 €).

I CANALI:

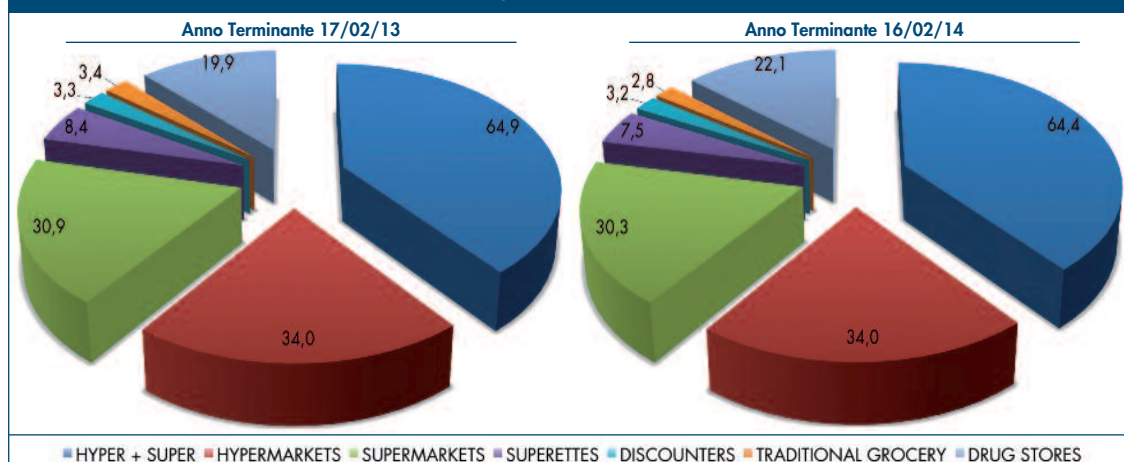
LE VENDITE SI RIPARTICONO NEI DIVERSI CANALI CON UN PESO DEL TUTTO SIMILARE A QUELLO GIÀ REGISTRATO NELLO SHAMPOO. GUARDANDO INVECE ALLA PERFORMANCE: I CANALI PIÙ TRADIZIONALI (IPERMERCATI, SUPERMERCATI, SUPERETTES E NEGOZI TRADIZIONALI), CHE CONTINUANO A SVILUPPARE ¾ CIRCA DELLE VENDITE, PERFORMANO NEGATIVAMENTE (IN PARTICOLARE GLI STORE FORMAT PIÙ PICCOLI); LASCIANDO SEMPRE PIÙ TERRENO AI DRUG STORES (VENDITE +9% CIRCA SIA IN UNITÀ CHE A VALORE) E AI DISCOUNT (+17.6% DI VENDITE A VALORE). PRIMA DI CONCLUDERE VALE LA PENA MENZIONARE L'AUMENTO DI REFERENZE MEDIE SETTIMANALMENTE VENDUTE REGISTRATO NEI DRUG STORES: QUASI 6 REFERENZE MEDIE IN PIÙ, RISPETTO ALLE 50 GIÀ VENDUTE.

A cura di Elena Passoni

SPECIALE BALSAMO, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO

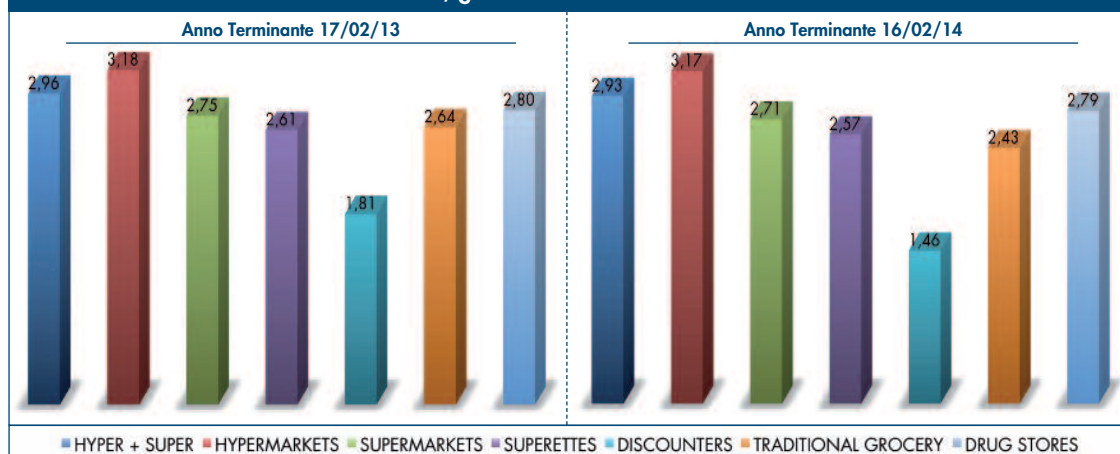


SPECIALE BALSAMO, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.

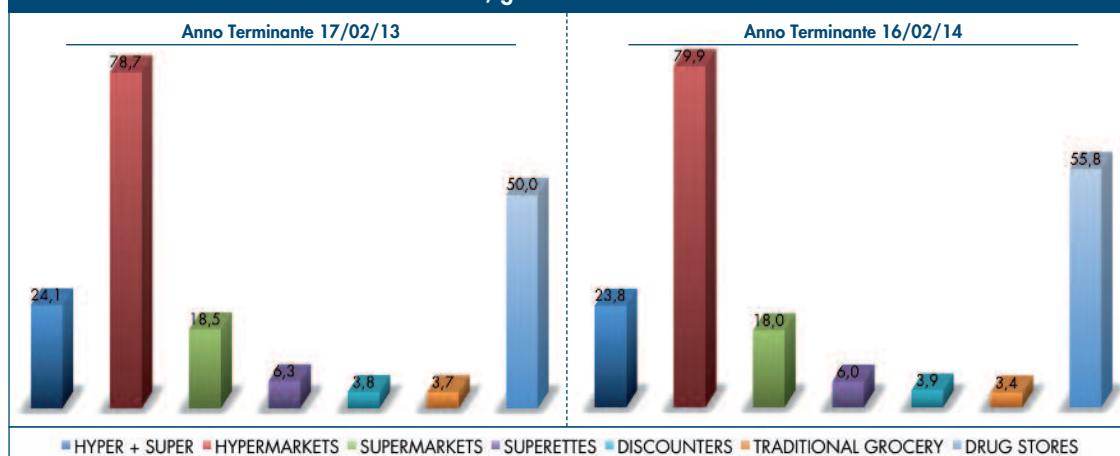




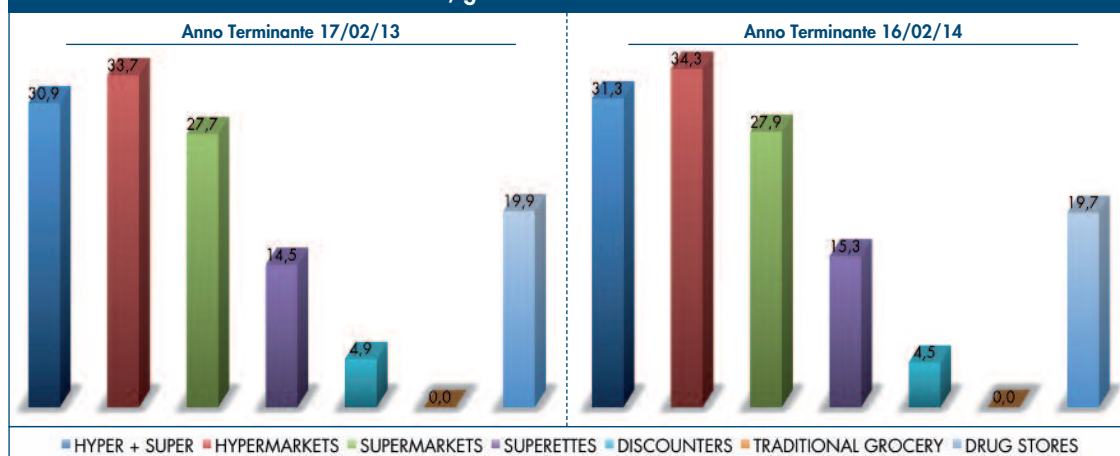
SPECIALE BALSAMO, grafico 5-6: PREZZO MEDIO CONFEZIONE



SPECIALE BALSAMO, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



SPECIALE BALSAMO, grafico 9-10: INT. IDX. ANYPROMO VOL.



Tra i canali distributivi Drug Stores e Discount fanno segnare numeri di crescita così significativi da costituire un importante segnale per gli altri canali. In acquisti ad elevata frequenza, caratteristici di questa categoria, la componente prezzo si conferma importante, se non disgiunta dall'ampiezza di scelta.

Coordinamento, Gianni Cornalba

SPECIALE BALSAMO

*La categoria
si è protetta
con piccole
rinunce
di marginalità*

MYMASK BY BOUTY: LA SPA IDEALE DA USARE A CASA TUA

Una presenza inconfondibile sullo scaffale,
5 espositori per scegliere con facilità la propria maschera ideale



*Oltre che una
stimolante novità
MyMask è una
piacevole esperienza
di vita, tanto da poter
essere considerata una vera
e propria Spa, da usare a casa.
MYMASK è una nuova e completa
linea di maschere per il viso, ricche
di vitamine e acidi naturali della frutta,
appositamente studiata per la cura
e la bellezza del viso di ogni donna.*



Bouty, an IBSA Company



PRATICA E RICONOSCIBILE

5 referenze, 5 diversi colori,
comode bustine monodose e pratici
tubetti multidose, fanno di MyMask
una linea funzionale e impattante
di sicuro appeal sulle consumatrici.

OGNI VISO IL SUO MYMASK

5 formulazioni innovative,
rendono ogni maschera
per il viso MyMask, un trattamento
unico e mirato per risultati
efficaci e immediati.

PRENDITI CURA DELLA TUA PELLE

Porta la Spa a casa con le nuove
maschere MyMask, veri trattamenti
di bellezza dai risultati sorprendenti,
facili da applicare in piena
comodità e relax a casa propria.



MY MASK original

Per tutti i tipi di pelle a tendenza grassa.
Elimina le impurità e il sebo in eccesso.
Con Argilla Verde, Estratti naturali
con proprietà purificanti
e Vitamine antiossidanti.

MY MASK hydra lifting

Per pelli mature.
Attenua gli effetti
ell'invecchiamento cutaneo.
Con Acido Ialuronico,
Collagene, Olio di mandorle
ad azione idratante ed elasticizzante.



MY MASK peel-off

Per pelli miste ed impure.
Rimuove le cellule morte e le impurità.
Con Estratti di Mirtillo Nero,
Canna da zucchero e
Acidi naturali della frutta.



MY MASK exfoliator

Per tutti i tipi di pelle.
Rigenera e nutre dopo
la pulizia profonda del viso.
Con Nocciolo di albicocca,
Polvere di riso e Burro di Karité
ad azione esfoliante e nutriente.

MY MASK pro age

Per tutti i tipi di pelle.
Previene la formazione delle rughe.
Con Elastina, Acido Ialuronico,
Olio di Jojoba e Vitamine ad azione
antiossidante e tonificante.



TESTATE
DERMATOLOGICAMENTE



DEBORAH
BIOETIC®

SUN CARE

VIVI IL SOLE IN LIBERTÀ

Dai Laboratori Deborah Group nasce
la nuova linea solare **SUN CARE**
di Deborah Bioetic a base
dello speciale complesso
HYDRA24 COMPLEX,
un pool di attivi dalle proprietà
idratanti e antiossidanti "long lasting",
che agisce anche in assenza
di luce solare.

La linea SUN CARE consente di
immergersi in un'atmosfera di puro
divertimento in cui godere del calore
del sole in totale sicurezza.

Dermatologicamente testata.



www.deborahmilano.it





*Nielsen Holdings N.V.
(NYSE: NLSN) è un'azienda
globale di informazioni
e insights con posizione
di leadership
nelle misurazioni e
informazioni di marketing
relative a consumer,
retail, advertising,
televisione, internet,
mobile e altri media.
È presente in oltre 100 Paesi
con sede a New York,
USA e Diemen, Olanda.*

*Per maggiori informazioni
www.nielsen.com/it*

THE NIELSEN COMPANY (ITALY) S.r.l.
Via G. Di Vittorio, 10
20094 Corsico (Milano)
www.nielsen.com/it

SPECIALE ABBRONZANTI

*La crisi evidente
della categoria
è in parte dovuta
anche ai problemi
climatici che
hanno accorciato
la durata
effettiva della
stagione propizia*

Solo i discount sono in controtendenza,
ma il loro peso per la categoria
è per il momento limitato,
anche se la marginalità
è favorevolmente influenzata
dalla limitata pressione promozionale.

SPECIALE ABBRONZANTI

*La crisi evidente
della categoria
è in parte dovuta
anche ai
problemi
climatici che
hanno accorciato
la durata
effettiva della
stagione propizia*

GLI ABBRONZANTI CHIUDONO IL 2013 IN EVIDENTE SOFFERENZA, CON UN TREND A VOLUME PARI A -8,1% E A VALORE ANCOR PIÙ NEGATIVO DEL -9,9%.

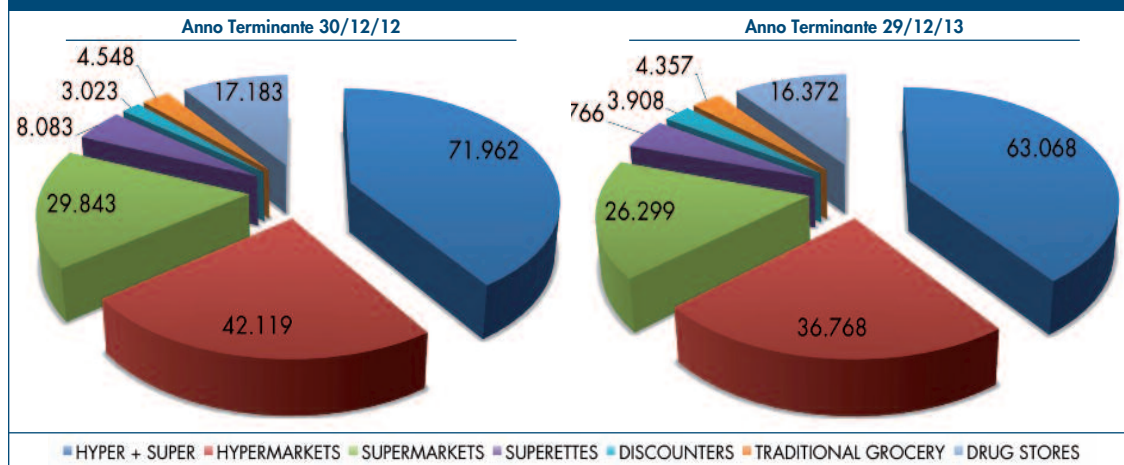
RISPETTO ALL'ANDAMENTO DEL TOTALE ITALIA, SI RISCONTRA UN LIEVE MIGLIORAMENTO SOLO IN AREA 1 E IN AREA 2, AREA, QUEST'ULTIMA, DOVE IL DIVARIO TRA ANDAMENTI A VALORE E A VOLUME È IL PIÙ EVIDENTE, CON BEN CIRCA 4 PUNTI PERCENTUALI DI DIFFERENZA (-11% VALORE VS -6,9% VOLUME). IN EFFETTI, L'AREA 2 È QUELLA CHE PIÙ DI TUTTE SI CARATTERIZZA PER UN DECREMENTO DI PREZZO MEDIO RISPETTO AL 2012 DI CIRCA 40 CENT. A LITRO (VARIAZIONE -4,4%), AL CONTRARIO L'AREA 4 È L'UNICA IN CUI IL PREZZO MEDIO A LITRO AUMENTA DEL 1,4% (CIRCA 11 CENT.) - L'AREA 4 È ANCHE L'UNICA CHE PER QUESTO MOTIVO, PUR AVENDO COMUNQUE PERFORMANCE NEGATIVE, RIESCE A INVERTIRE LA RELAZIONE TRA GLI ANDAMENTI A VALORE E A VOLUME, FACENDO REGISTRARE UN TREND A VALORE (-7,7%) MENO NEGATIVO DI QUELLO A VOLUME (-8,9%).

DAL PUNTO DI VISTA DEI CANALI, IL FATTO PRINCIPALE DA EVIDENZIARE SI RISCONTRA NELL'ANDAMENTO DEL DISCOUNT, IN CONTROTENDENZA RISPETTO A TUTTI GLI ALTRI: QUESTO È, INFATTI, L'UNICO CANALE CHE CHIUDE L'ANNO IN POSITIVO CON TREND PARI A +27,5% A VOLUME E +29,3% A VALORE, MANTENENDO UN PREZZO MEDIO A LITRO PRESSOCCHÉ STABILE RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE (+0,5 CENT). C'È DA DIRE, PERÒ, CHE IL PESO DEL DISCOUNT NELLA CATEGORIA ABBRONZANTI È TRA I PIÙ BASSI A VOLUME, PUR ACQUISTANDO 2 PUNTI DI QUOTA RISPETTO AL 2012 (8,6%), DIVENTANDO IL TERZO CANALE DOPO IPER E SUPER. IPER E SUPER RESTANO COMUNQUE I CANALI PRINCIPALI PER LA VENDITA DI QUESTA CATEGORIA (INSIEME FANNO PIÙ DEL 62% DEI VOLUMI). RESTA IL FATTO PERÒ CHE IL DISCOUNT È FAUTORE DI UN FENOMENO INTERESSANTE DA MONITORARE, VISTE LE SUE PERFORMANCE POSITIVE, SENZA NEMMENO L'USO DELLA LEVA PROMOZIONALE - CARATTERIZZANDOSI COME IL CANALE CON MINOR PESO DELLE VENDITE IN PROMOZIONE RISPETTO AGLI ALTRI (DISCOUNT: 5,9%; IPER+SUPER: 33%; LIBERO SERVIZIO: 6,4%).

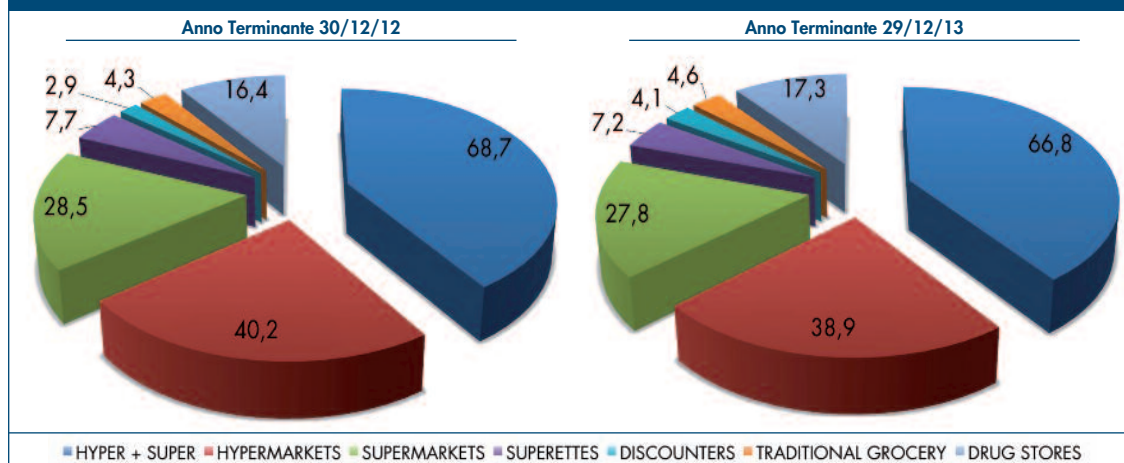
A LIVELLO DI CANALE, A PARTE I TREND MOLTO NEGATIVI DI IPER E SUPER, SI SOTTOLINEA L'ANDAMENTO DEGLI SPECIALISTI DRUG, CHE CONTRO LE PERFORMANCE SOLITAMENTE POSITIVE CHE QUESTO CANALE REGISTRA NEL PERSONAL CARE, NELLA CATEGORIA DEGLI ABBRONZANTI CHIUDE L'ANNO IN NEGATIVO (-2,6% A VOLUME E -4,7% A VALORE). TALI RISULTATI POTREBBERO ESSERE DATI DA UN BASSO LIVELLO PRESSIONE PROMOZIONALE PARI A 14,7%, ANCHE SE SUPPORTATA DA UN CALO DEL PREZZO MEDIO DI CIRCA 20 CENT A LITRO.

A cura di Fulvio Zorretto

SPECIALE ABBRONZANTI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



SPECIALE ABBRONZANTI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.

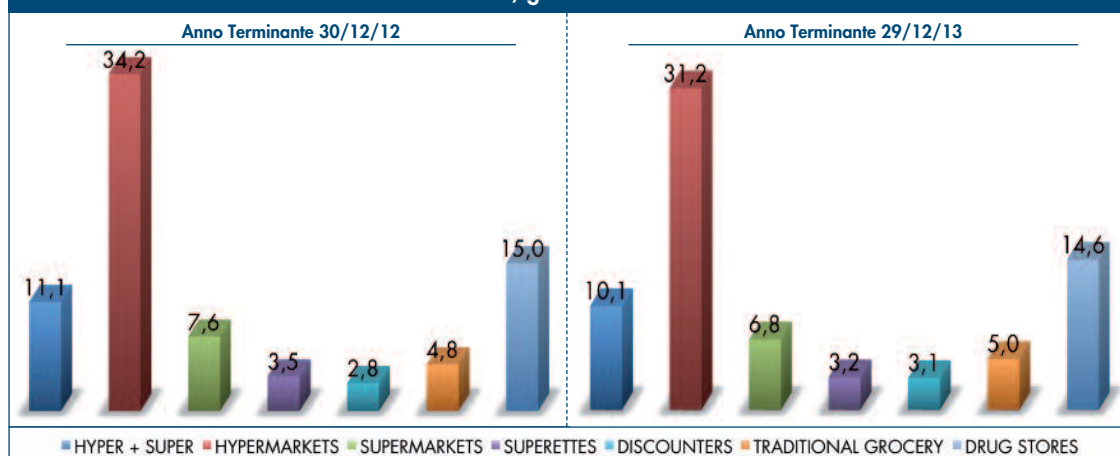


IGIENE & BELLEZZA

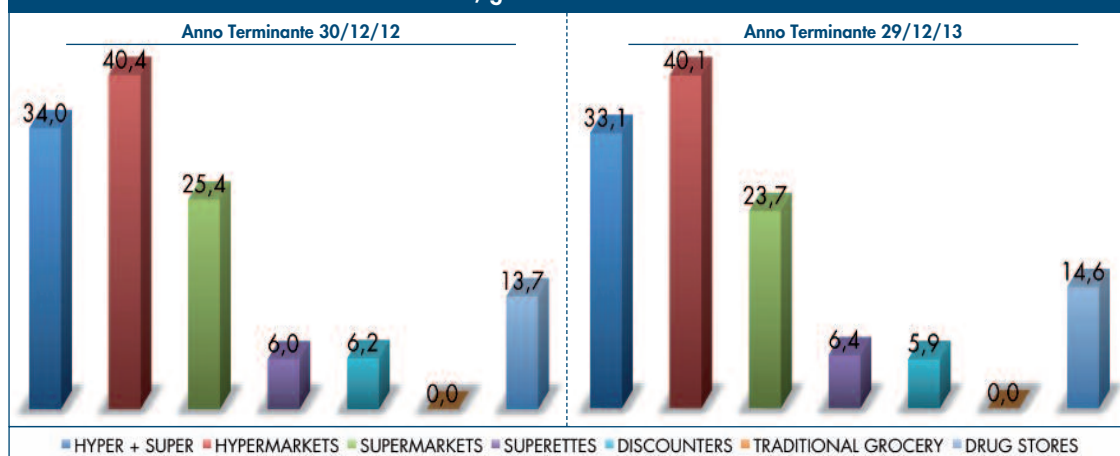
SPECIALE ABBRONZANTI, grafico 5-6: PREZZO MEDIO



SPECIALE ABBRONZANTI, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



SPECIALE ABBRONZANTI, grafico 9-10: INT. IDX. ANYPROMO VOL.



In conclusione resta da rammentare l'opportunità per il momento non sfruttata riguardante una campagna di sensibilizzazione circa la necessità di un'adeguata protezione da raggi UVA. In alcuni Paesi, quali UK, USA, Canada e Australia ha contribuito ad incrementare a dismisura il consumo pro-capite, se paragonato a Paesi di analoga struttura socioeconomica e caratteristiche morfologiche del derma. In UK per esempio il consumo pro-capite è più che doppio rispetto alla Germania.

Coordinamento, Gianni Cornalba

SPECIALE ABBRONZANTI

La crisi evidente della categoria è in parte dovuta anche ai problemi climatici che hanno accorciato la durata effettiva della stagione propizia



FLOORSTAND

VIVERE IL SOLE IN TOTALE LIBERTÀ CON SUN CARE DI DEBORAH BIOETYC

Un'abbronzatura protetta, dorata e resistente per tutta l'estate?
Nasce Sun Care di Deborah Bioetyc, che garantisce alla pelle
un livello di idratazione ottimale, sempre.
Scopriamo insieme il suo segreto.

LA SUA STORIA, PIÙ DI MEZZO SECOLO DI SUCCESSI

I Laboratori Deborah Group sono da più di cento anni una garanzia e una assicurazione per milioni di donne, che hanno inserito Deborah nel loro immaginario improntato alla bellezza e al benessere. I prodotti Deborah Bioetyc, sempre all'avanguardia per qualità e innovazione, sono tradizionalmente caratterizzati da una texture multisensoriale oltreché da una formula di provata efficacia.

QUAL È LA NOVITÀ 2014, FRUTTO DELLA RICERCA DEI LABORATORI DEBORAH GROUP?

Il nuovo anno vede la nascita della nuova linea solare SUN CARE di Deborah Bioetyc sinonimo di protezione e divertimento: un binomio inscindibile, la soluzione ideale per un'abbronzatura protetta e con cui vivere l'estate in totale libertà, senza rinunciare al piacere del calore del sole. La nuova linea SUN CARE prende il posto della precedente linea "Programma Solare EASY BRONZE", rinnovata nei packaging, nel concept formulistico, nel mood e nell'offerta, composta da referenze più specifiche e mirate per le differenti esigenze di pelle e di utilizzo. La nuova fragranza di linea avvolge il corpo con le sue note ambrate, legnose e intense.

QUAL È IL MOOD DELLA NUOVA LINEA SOLARE SUN CARE?

Vivere il sole in totale libertà, per un'abbronzatura protetta e dorata per tutta l'estate. Questo è il mood della nuova linea SUN CARE che, grazie alla sua speciale formulazione innovativa ed una profumazione avvolgente e altamente evocativa, consente di immergersi in un'atmosfera di puro divertimento in cui godere del calore del sole in totale sicurezza e spensieratezza.

QUAL È L'INNOVAZIONE FORMULISTICA DELLA LINEA SUN CARE?

Oltre alla protezione, garantita da filtri UVA e UVB, la nuova linea SUN CARE offre una formulazione a base dello speciale complesso HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi che contiene un burro 100% vegetale composto da cere di Mimosa, Girasole e Jojoba, e un attivo dalle proprietà idratanti e antiossidanti "long lasting", anche in assenza di luce solare. Protegge dai radicali liberi, previene gli arrossamenti, la formazione di rughe e le macchie della pelle.

VALUTAZIONE DERMATOLOGICA, EFFICACIA E SAFETY: PER VIVERE IL SOLE IN LIBERTÀ!

Sottoposti a rigorosi test dermatologici, le 10 referenze della nuova linea solare SUN CARE di Deborah Bioetyc offrono la qualità delle performances e la tollerabilità delle formulazioni, anche sulle pelli più sensibili.



DEBORAH
BIOETYC®

Deborah Group S.p.A.
Via Angelo Maj, 19
20135 Milano
www.deborahgroup.com



Texture morbida e cremosa a bassa protezione per pelli scure o già abbronzate che si scottano difficilmente. Permette di conservare la pelle morbida e idratata durante l'esposizione al sole, prevenire gli arrossamenti e l'invecchiamento cutaneo prematuro.

**CREMA SOLARE SPF10
PROTEZIONE BASSA
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi dalla duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare. Protegge dai radicali liberi e dalle radiazioni UVA-UVB. Resistente all'acqua. Delicato nell'area occhi. Dermatologicamente testato.



Crema soffice e delicatamente profumata che dona un'abbronzatura progressiva e uniforme. Ideale per le pelli scure o già abbronzate.

**CREMA SOLARE SPF20
PROTEZIONE MEDIA
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi dalla duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare. Arricchito con Burro di Karité, filtro naturale noto per la sua funzione emolliente e protettiva.



Texture morbida e ricca, dalla profumazione ambrata e avvolgente, studiata per proteggere e idratare anche le pelli più chiare e sensibili. Dona un'abbronzatura ambrata, progressiva e uniforme, proteggendo la pelle dagli effetti delle radiazioni ultraviolette.

**CREMA SOLARE SPF30
PROTEZIONE MEDIA
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi dalla duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare. Il Fucogel 1000® incrementa l'idratazione cutanea, mentre il Burro di Karité nutre e protegge la pelle dall'invecchiamento cutaneo. Con filtri fisici e chimici anti UVA-UVB. Resistente all'acqua. Delicato nell'area occhi. Dermatologicamente testato.



Crema solare morbida e ricca, sensoriale al tatto e delicatamente profumata. Protegge le pelli più delicate e sensibili.

**CREMA SOLARE SPF50
PROTEZIONE ALTA
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi dalla duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare. Il complesso attivo di filtri fisici e chimici anti UVA-UVB previene gli arrossamenti e l'invecchiamento cutaneo dovuto agli effetti delle radiazioni ultraviolette. Resistente all'acqua. Delicato nell'area occhi. Dermatologicamente testato.



Crema a bassa protezione, specifica per le pelli scure o già abbronzate, regala un colorito intenso accelerando la pigmentazione e lasciando la pelle morbida e idratata. Delicatamente profumata, si applica con un leggero massaggio e si assorbe facilmente.

**CREMA SOLARE CON
ATTIVATORE DI MELANINA SPF6
PROTEZIONE BASSA
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale attivo Tan Booster attivatore di melanina, che accelera il processo di pigmentazione dell'epidermide favorendo un'abbronzatura più rapida, uniforme e duratura. La presenza di filtri fisici e chimici SPF6 previene le scottature solari e l'invecchiamento cutaneo prematuro, mantenendo la pelle morbida e idratata durante l'esposizione al sole. Inoltre, lo speciale complesso HYDRA 24 COMPLEX svolge una duplice ed efficace azione idratante e antiossidante "long lasting". Non contiene autoabbronzante. Resistente all'acqua. Dermatologicamente testato.



Olio non grasso, scorrevole in applicazione. Dalla piacevole profumazione floreale e ambrata, regala un'abbronzatura intensamente dorata. Ideale per le pelli scure che si abbronzano facilmente o per pelli già abbronzate.

**OLIO SECCO
SUPER ABBRONZANTE
CORPO**

Funziona perché: contiene un mix di oli vegetali arricchito di Mallo di Noci dall'elevato potere idratante e nutriente. La presenza dello speciale HYDRA 24 COMPLEX garantisce la duplice funzione idratante e antiossidante "long lasting". Non brucia gli occhi. Resistente all'acqua. Dermatologicamente testato.



Acqua solare a rapido assorbimento, adatta alle pelli già abbronzate, dona una piacevole sensazione di freschezza senza ungere, lasciando la pelle morbida e vellutata.

**ACQUA SUPERABBRONZANTE
RINFRESCANTE
CORPO**

Funziona perché: lo speciale HYDRA 24 COMPLEX svolge una duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare, creando una efficace barriera protettiva anti-ageing. La formula inoltre è arricchita con Tan Booster, un complesso di origine vegetale che velocizza la pigmentazione

dell'epidermide favorendo un'abbronzatura rapida, uniforme e duratura. Dermatologicamente testato.



Formula non grassa, rinfresca la pelle senza ungerla, lasciandola morbida e vellutata. Lenisce e idrata profondamente la pelle dopo l'esposizione solare. Adatta a tutti i tipi di pelle.

**EMULSIONE DOPOSOLE
RIGENERANTE
VISO E CORPO**

Funziona perché: lo speciale HYDRA 24 COMPLEX presente in formula crea un film soffice che limita la disidratazione e funge da barriera protettiva, ripristinando la naturale elasticità della pelle. Il Burro di Karité e il Fucogel 1000® nutrono in profondità ripristinando il naturale livello di idratazione. Non brucia gli occhi. Resistente all'acqua. Dermatologicamente testato.



Texture fresca e non grassa indicata per lenire la pelle particolarmente arrossata e disidratata. Attenua le sensazioni sgradevoli di pizzicore e gli arrossamenti dovuti ad un'incauta esposizione al sole. Adatta anche alle pelli più delicate.

**SPRAY DOPOSOLE
SPECIALE COLPO DI SOLE
VISO E CORPO**

Funziona perché: la presenza del Mentolo dona un immediato "effetto freschezza". Non brucia gli occhi. Resistente all'acqua. Dermatologicamente testato.



Texture cremosa e soffice che, massaggiata sotto la doccia, dona una profonda idratazione su viso e corpo, preservando intatta l'abbronzatura. La pelle risulta morbida e vellutata a lungo. Da utilizzare dopo l'abituale bagnoschiuma. Avvolge con la sua delicata profumazione floreale e ambrata.

**BALSAMO DOPOSOLE
DA USARE SOTTO LA DOCCIA
E RISCIAQUARE
VISO E CORPO**

Funziona perché: contiene lo speciale HYDRA 24 COMPLEX, un pool di attivi dalla duplice azione idratante e antiossidante "long lasting", anche in assenza di luce solare. Crea un film soffice che impedisce la disidratazione e funge da barriera protettiva, ripristinando la naturale elasticità della pelle. Dermatologicamente testato.



DISPLAY DA BANCO

The language of shape



induPlast®
plastic packaging



**Il linguaggio
della forma**



Induplast spa - Via Europa, 34 - 24060 Bolgare (Bg) Italy - tel. +39 035 8354011 - fax +39 035 8354120
www.induplast.it - info@induplast.it



FRAU E PAGLIERI SELL SYSTEM NON POTEVANO NON INCONTRARSI

La marca che ha per prima portato gli integratori alimentari in Grande Distribuzione all'inizio degli anni '90, da alcuni mesi è entrata a far parte del portafoglio di marche gestite da Paglieri Sell System, l'azienda che ha inventato il mondo dei prodotti in blister in Grande Distribuzione

Ha creato marche tuttora leader nei vari segmenti di mercato come Miss Broadway (make up), Beauty Fantasy (accessori per capelli), Class (accessori per scarpe), Farmamed (parafarmacia), HQ (creme minidose), Omnia Botanica (cosmetici naturali), Idea Casa (Casalinghi).

Per Paglieri Sell System una nuova avventura, nella quale mettere la grandissima cultura di marca e la conoscenza del mondo cosmetico e del benessere di molte delle sue marche che pervade da sempre l'azienda al servizio di un nuovo mercato, molto dinamico e estremamente variegato. Frau, la marca di integratori alimentari, Apoteke, la marca di parafarmacia naturale, Athletic Body, la linea di integratori sportivi e Dolce Dieta, la linea di dolcificanti, saranno da quest'anno oggetto di un profondo rilancio da parte di Paglieri Sell System.



PAGLIERI SELL SYSEM Spa
Via Industria s/n
15068 Pozzolo Formigaro (AL)
T. + 39.0143.31.88.11
F. + 39.0143.31.88.05
www.paglierisellsystem.com

Un rilancio che parte da un approfondito studio del mercato, dei principali driver di acquisto del consumatore, delle sue fonti informative, del valore percepito delle marche presenti sul mercato e delle attese che il consumatore reputa non ancora coperte dalle marche e dai prodotti esistenti.

Grazie a questa importante ricerca, portata avanti con un grande partner come Astra Ricerche del dottor Finzi, sono state acquisite importantissime informazioni che hanno guidato il lavoro del team di marketing di Paglieri Sell System e l'agenzia Dolci Advertising a rivedere completamente il packaging dei prodotti per meglio rispondere alle principali richieste del consumatore, che chiede affidabilità ai prodotti, certezza dei principi attivi presenti, ma anche grande chiarezza nelle principali funzioni d'uso degli stessi sui packaging proposti. Tutti elementi che si conciliano perfettamente con il percepito delle marche Frau, Apoteke e Athletic Body, delle marche

forse poco dinamiche negli ultimi anni, ma ancora conosciutissime dai consumatori e apprezzate per affidabilità, principi attivi titolati e performance dei prodotti stessi. Grazie a questo lavoro di restyling della gamma singolare, al lancio di nuove ed innovative referenze nel campo degli integratori alimentari e sportivi e ad un importante piano di investimenti, principalmente concentrati sul web e sui social media e sullo sponsoring per gli integratori sportivi, Paglieri Sell System intende riportare Frau, che firmerà tutte le linee, di nuovo sulla vetta del mercato, con un posizionamento premium, forte anche dei profondi legami che la marca ha sempre avuto con l'universo farmaceutico, addirittura risalenti all'Antica Farmacia dell'Ordine Mauriziano nel 1090, nella cui fabbrica i prodotti vengono ancora oggi prodotti su formulazioni sviluppate insieme alla S.I.M.N. (Società Italiana di Medicina Naturale) diretta dal dottor Sannia.

Intende fare tutto ciò mettendo anche sul piatto della bilancia la straordinaria capacità dell'azienda di andare in profondità nella distribuzione italiana, grazie ad una logistica ed ad un servizio di merchandising per il presidio del punto vendita unico in Italia, capace di servire direttamente 9500 punti vendita, trattando 500 ordini giornalieri e con 150 uomini sul punto vendita per gestire al meglio gli scaffali e gli spazi espositivi, con una vera e propria azione di Category Management sistematico. Un valore aggiunto straordinario, che si aggiunge a quello intrinseco dei prodotti e delle marche, perché è proprio sullo scaffale e sul punto vendita che si gioca la partita decisiva nella conquista del consumatore, che risulterà poi fidelizzato dalla qualità e dall'efficacia dei prodotti.



PAGLIERI SELL SYSTEM: INNOVAZIONE E SERVIZIO NEL MAKE UP E NEGLI ACCESSORI PER CAPELLI

Domanda: In due mercati in profonda regressione come quello del make up in blister e degli accessori per capelli si può crescere e conquistare nuove fette di mercato?

Certo che si può, se si investe in innovazione, in costante ricerca di nuovi prodotti partendo dallo studio del consumatore ed in presidio del punto vendita. È il caso di Paglieri Sell System che, con la marca Miss Broadway nel make up e con Beauty Fantasy nel mondo degli accessori per capelli, sta conoscendo anche in questi primi mesi del 2014 un eccellente risultato su due mercati asfittici e che hanno perso negli ultimi 10 anni circa la metà del loro valore complessivo. Miss Broadway è stata la prima marca nel mercato del make up in blister in GDO, inventando questa categoria nella distribuzione moderna nel lontano 1985. Ancora oggi, a quasi 30 anni di distanza, la marca si impone come la migliore sul mercato per rotazioni per punto di ponderata, un indice molto importante per misurare le reali performance di una marca sul mercato depurando il dato dalla distribuzione numerica e ponderata, e ciò malgrado l'avvento di grandi marche di primarie multinazionali del settore. Qualità dei prodotti, costante innovazione, produzioni europee ed il miglior "value for money" del mercato hanno permesso a Miss Broadway di emergere come una marca sicura, affidabile e trendy per il consumatore finale. Queste stesse caratteristiche, insieme al successo del lancio della nuova linea MB NAIL LAB per il mondo delle unghie, si stanno confermando anche in questi primi mesi del 2014, nei quali la marca cresce malgrado un ennesimo declino del mercato di circa 10 punti percentuali.



Ecco perché la ricetta di MB su qualità, innovazione e stile si accompagna alla strategia di Paglieri Sell System che, con la propria logistica e la propria struttura commerciale, è capace, unica azienda in Italia, di presidiare circa 10000 punti vendita con cadenza settimanale, curando lo scaffale in modo che sia sempre impeccabile per la consumatrice, così da offrire una shopping experience gradevole quanto quella che possono offrire i negozi monomarca, impossibili da seguire con una miope strategia di prezzi bassi, la cui conseguenza è depauperare gli strumenti stessi per agire sul mercato.



La stessa logica guida le scelte di Paglieri Sell System nel mondo degli accessori per capelli, mercato anch'esso in grandissima sofferenza, nel quale l'azienda di Pozzolo Formigaro vanta la posizione di leader assoluto. Nel caso degli accessori per capelli inoltre non si può parlare di una semplice leadership di marca, ma di una vera guida dell'intero mercato, con Paglieri Sell System capace di coprire tutti i bisogni delle consumatrici e tutti i segmenti di mercato.

Con Beauty Fantasy infatti l'azienda presidia sempre più da leader il cuore del mercato, mentre con il prezioso marchio Elite (la famosa agenzia di modelle), nella versione Manicure e dal 2014 anche Coiffant, l'azienda è in grado di presidiare anche il segmento premium, offrendo prodotti con grande immagine, design e valore aggiunto. Per la gioia inoltre delle consumatrici più giovani o giovanissime Paglieri Sell System lavora moltissimo anche nel mondo del licensing da molti anni con marche come Winx, Tweety, Hello Kitty, Peppa Pig, My Little Pony o Mia and Me, prodotti dal design italiano che fanno sognare le piccole fans che seguono i personaggi nelle serie televisive. Last but not least due segmenti in grande crescita: la private label e i prodotti professionali. Per le prime Paglieri Sell System offre il proprio know how a grandi distributori in Italia ed all'estero, fornendo la propria ultradecennale esperienza nel settore. Nel secondo segmento invece distribuisce in Italia il prestigioso marchio Michel Mercier, con spazzole utilizzate dagli hair stylist più prestigiosi per le consumatrici più esigenti. Anche in questo caso, come per tutte le marche di Paglieri Sell System, il presidio del punto vendita per far trovare scaffali sempre assortiti ed un'esperienza di acquisto gradevole alla consumatrice, sono un punto chiave del successo di questa marca di grande successo, magari con una notorietà spontanea non elevatissima come spesso accade in queste categorie merceologiche, ma presente in 7000 punti vendita in Italia e certamente in milioni di case di consumatrici pienamente soddisfatte.

LA RICERCA ED I CONTINUI INVESTIMENTI IN NUOVI IMPIANTI TECNOLOGICAMENTE AVANZATI PERMETTONO A **CIM CARDIFICIO ITALIANO** DI DISTINGUERSI PER QUALITÀ E PRODOTTI INNOVATIVI

NUOVI PANNOLINI NELLE LINEE PACIUCHINO E QUIK

- 1 Morbido cuscino anatomico di fluff di cellulosa, speciali materiali superassorbenti, nuovi filtranti ultra dry garantiscono un'alta capacità d'assorbenza e permettono al bambino di sentirsi perfettamente asciutto e libero per tutto il giorno.
- 2 Soffici bande elasticizzate rendono il prodotto comodo da indossare in quanto non stringono mai il pancino.
- 3 Il suo morbido rivestimento esterno darà la piacevole sensazione di indossare una normale mutandina di cotone. Inoltre il particolare sistema con cui viene realizzato lo rende perfettamente "traspirante" dando al bambino uno straordinario comfort.



CIM, Cardificio Italiano Spa

Via Giovanni Paolo II, 49 • 26010 Vaiano Cremasco (CR)

T. 0373-791453 • F. 0373-791457

cim@cardificioitaliano.it • www.cardificioitaliano.it



NOVITÀ IN LANCIO

A cura di Gianni Cornalba

IGIENE **E** BELLEZZA

WERUSKA & JOEL E LOTTO: DUE PLAYER PROTAGONISTI DI UN GRANDE GIOCO



Dopo dieci anni di successi, si rinnova il contratto di licenza Lotto-Weruska & Joel per ulteriori cinque anni, perché squadra che vince non si cambia. Vediamo insieme le novità più attraenti: il nome? Lotto 4 Sport

Power, Energy, Speed e Force ecco i nomi intriganti che compongono l'intera gamma di proposte Lotto 4 Sport, create per soddisfare appieno esigenze sempre più diverse di un mondo in continuo cambiamento.

Power, una fragranza fresca, aromatica e ambrata, per l'uomo che gioca tutto se stesso. La perfetta fusione tra le note di testa, di cuore e di fondo caratterizza questa fragranza dalla personalità esclusiva.

Energy è una fragranza fresca, fruttata e vanigliata e insieme voluttuosa e seducente.

Sia testa, che cuore e fondo vedono il prevalere di note vegetali che conferiscono una grande freschezza.

Speed, ecco cosa occorre per una ricarica rigenerante; una fragranza aromatica; legnosa e ambrata; il carattere della fragranza si connota con note esclusive dalla personalità particolare.

Force è una fragranza fresca, agrumata e legnosa, scelta per l'uomo sicuro di sé e del suo successo. Il mix armonioso tra agrumi, artemisia, lavanda e legni quali cedro e sandalo consente una costruzione davvero originale delle tonalità percettive.

4sport

WERUSKA & JOEL

WERUSKA & JOEL Srl
C.so Moncalieri, 381
10133 Torino
T. 011.6611066
F. 011.6611348
info@weruska.com
www.weruska.com



Eau de Toilette 100 ml

L'Extention Line, ecco cosa completa la gamma: in modo sinergico con i protagonisti di cui abbiamo parlato più sopra. Gli Shower Gel&Shampoo 400 ml, caratterizzati dall'esclusiva formula 3 in 1, che ne fa la soluzione ideale per viso-corpo-capelli, garantendo delicatezza, idratazione ed equilibrio. Infatti rigenerano e tonificano il corpo per un rapido recupero dalla fatica, dopo l'attività sportiva e non solo. Le profumazioni sono naturalmente in accordo con le fragranze delle 4 Eau de Toilette.



Shower Gel&Shampoo 400 ml



Deo Body Spray 150 ml

I PLUS

Tra le componenti di questo successo non si può certo trascurare il livello del design e dei materiali, a cominciare dai colori forti, dalla grafica accattivante, contraddistinta da trasparenze e giochi di luce. Materiali e inserti particolari rendono davvero originali anche i dettagli del progetto, ad iniziare dai pack, con flaconi, astucci ed etichette dal forte impatto visivo.

Poi troviamo i Deo Body Spray 150 ml, davvero ideali per tutto il corpo, pratici e funzionali, per garantire freschezza e protezione, rilasciando un piacevole effetto fresco di lunga durata.

Diamo adesso uno sguardo conclusivo ai plus che caratterizzano l'intero progetto, partendo dal prodotto che gode di fragranze versatili, rese accessibili a tutti e dalla grande competitività.

E quando Lotto 4 Sport dice tutti, è il caso di prenderlo alla lettera, perché è davvero distribuito in tutto il mondo, sostenuto da una massiccia promozione.



ALOE DETERGENTI MANI-VISO DELICATO E AL BUURRO DI KARITÉ by Equilibra

Detergente mani-viso delicato e al karité sono detergenti delicati ideali per l'igiene quotidiana della pelle delle mani e del viso. Rispettivamente a base di Aloe Vera e Burro di Karité che, agendo in concomitanza con la glicerina vegetale, sviluppa una schiuma cremosa che deterge e idrata la pelle restituendo morbidezza. I tensioattivi di origine vegetale, impiegati nella formula, detergono delicatamente rispettando il naturale equilibrio della pelle.



La line curativa "La bottega dell'Allume" è l'innovativo mondo di prodotti all'allume di rocca non sottoposti a trattamenti chimici arricchiti di oli essenziali dedicati soprattutto alle pelli più sensibili. La line comprende: Crema Mani, Crema Piedi, Scrub, Crema Post Depilazione, Sali Pediluvio e Deo Spray. Tutti i prodotti sono dermatologicamente e clinicamente testati presso istituti competenti. Sono già stati registrati presso il CPNP, importante garanzia rispetto alle norme vigenti.

LA BOTTEGA DELL'ALLUME by S.A.L.

RED TEA, IL NUOVO SHAMPOO NUTRIENTE by Converting

Converting lancia il nuovo shampoo Tea Red della linea Sensuré, per lavaggi frequenti. L'estratto di tè rosso, in questa formulazione unica combinata con amminoacidi, ceramidi, cheratina e Omega 3, protegge e rigenera il cuoio capelluto e aiuta a combattere la rottura dei capelli. Ripristina l'equilibrio naturale idrolipidico, lasciando i capelli morbidi, lucidi e nutriti.



Omia Dermo Bagno Eco biologico è un detergente specifico per il corpo a base di gel di aloe barbadensis miller da agricoltura biologica certificata, particolarmente indicato per persone con pelle secca e delicata. La formulazione senza Sodium Laureth Solfato, SLES FREE, rende il prodotto delicato su ogni tipo di pelle. Il Dermo Bagno OMIA è dermatologicamente testato e formulato per essere utilizzato tutti i giorni, assicurando alta idratazione ed elasticità alla pelle.

I tensioattivi utilizzati sono delicati e di origine naturale, così come la prevalenza degli ingredienti impiegati. Il prodotto contiene 0% di parabeni (paraben free), glicole propilenico, PEG, coloranti sintetici, siliconi (senza siliconi) ed è testato al Nichel, Cobalto e Cromo. Idratante e addolcente ideale per donare morbidezza e luminosità a pelli secche e delicate.

L'aloe vera utilizzata in questo Bagno proviene esclusivamente da agricoltura biologica certificata e viene estratta senza solventi chimici, essa conferisce al preparato spiccate proprietà idratanti e addolcenti. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 001.

Prodotto Cruelty Free, NON TESTATO su animali, controllato da ICEA per LAV n° 040.

DERMO BAGNO ALOE VERA CON VITAMINA E SLES FREE by Omia



ALOE DEO ROLL ON E ALOE DEO STICK by Equilibra

Aloe Deo-Roll On e Aloe Deo-Stick di Equilibra, contengono una nuova molecola "intelligente", di origine naturale, che interrompe la catena del sudore, prevenendo, con azione on demand, la formazione del cattivo odore. Le proprietà lenitive dell'aloe, l'assenza di gas e di alcol, rendono Aloe Deo-Stick e Aloe Deo-Roll On deodoranti rinfrescanti e delicati.



NATURA AMICA, specializzata nella cura della persona attraverso l'utilizzo di principi attivi naturali, ha pensato a una linea esclusiva per il benessere dei piedi. L'allume di Rocca, dalle proprietà igienizzanti e antiodoranti, è ancora l'ingrediente principale di tutta la LINEA PIEDI, ma ciascun prodotto è composto da una miscela specifica per soddisfare ogni diversa esigenza, perché da questo dipende non solo il comfort topico, ma la stessa qualità della vita.

Il mentolo presente nel VAPO PIEDI e nella POLVERE PIEDI, assicura una sensazione di freschezza oltre alla sicurezza di avere piedi profumati e asciutti, con una sensazione di lunga durata.

Per coccolare i vostri piedi stanchi e ridonare elasticità e morbidezza alla pelle, immergeteli nel PEDILUVIO arricchito di amido di mais e baobab, una vera sferzata di energia, che si rifletterà su tutto il corpo.



NATURA AMICA CURA PIEDI by Zeca

SENSURÉ DOPOSOLE E SENSURÉ ANTISALE by Converting

Converting Wet Wipes vi prepara per le prossime vacanze estive al mare con le salviettine Antisale e Doposole in formato minipocket, ideali da portare sempre con sé. Le salviettine viso Sensuré Doposole sono perfette per rigenerare la pelle del viso dopo l'esposizione al sole e grazie agli estratti di Malva e Papaya riducono rossore e irritazione.

Gli estratti di Menta Acquatica e Albicocca rinnovano invece la pelle. Le salviettine viso Sensuré Antisale tolgono con delicatezza i residui di sale, sabbia e cloro dal viso, donando sollievo immediato e una fresca sensazione di pulito.



Omia Crema Corpo Eco biologica è un trattamento idratante per il corpo a base di gel di aloe barbadensis miller da agricoltura biologica certificata con una formula emolliente a rapido assorbimento. La sua formulazione assiste i processi di rinnovamento cellulare ed è arricchita di Glicerina e burro di Karité di origine biologica, che migliorano l'aspetto, il tono e l'elasticità della pelle. Il prodotto contiene 0% di parabeni (paraben free), oli minerali, PEG, coloranti sintetici, siliconi (senza siliconi).

Il prodotto è testato al Nichel Cobalto e Cromo. Questo Crema corpo è dermatologicamente testata e particolarmente indicata per persone con pelle secca e delicata. L'aloe vera utilizzata in questa crema corpo proviene esclusivamente da agricoltura biologica certificata e viene estratta senza solventi chimici, essa conferisce al preparato spiccate proprietà idratanti e rigeneranti. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 007. Prodotto Cruelty Free, NON TESTATO su animali, controllato da ICEA per LAV n° 040.



CREMA CORPO ALOE VERA, FORMULA LEGGERA by Omia

FORHANS SPECIAL: UN DENTIFRICIO GENGIVARIO DAVVERO SPECIALE

Ecco come agisce e come completarne l'azione



Forhans Special va quindi utilizzato tre volte al dì, dopo i pasti principali. In questo modo si consente allo Zinco Cloruro, ingrediente chiave della formula, di svolgere in modo ottimale la sua azione astringente e antisettica, contribuendo a prevenire e ridurre l'infiammazione gengivale, rendendo più sane e solide le gengive. Ma per completare e rendere più duratura l'azione di Forhans Special ecco gli altri prodotti a base di Zinco Cloruro della linea FORHANS: Collutorio Forhans Medico – concentrato o già pronto all'uso, per un'igiene orale completa... da usare anche tutti i giorni: non macchia i denti!

La placca dentale, se non rimossa rapidamente è il più temibile nemico di denti e gengive. Si forma dopo aver consumato del cibo e aderisce tenacemente infiammando le gengive e demolendo progressivamente le difese del dente, fino a pregiudicarne la funzionalità e la salute, compromettendone la stabilità nell'arco dentale. Il dentifricio FORHANS SPECIAL aiuta a proteggere denti e gengive e a prevenire efficacemente la carie e la placca. L'utilizzo quotidiano della Pasta Dentifricia Forhans Special consente un ripristino della condizione di salute delle gengive e una riduzione progressiva del sanguinamento, segnale che non va mai trascurato perché sta ad indicare una disfunzione che, nel tempo, tende a divenire cronica.



URAGME srl
Via della Bufalotta 374-376
00139 Roma
www.uragme.it

per uso
QUOTIDIANO

studiopiù



Gengive sanguinanti **ADDIO**



Senza
CLOREXIDINA

Formula con
ZINCOCLORURO

GENGIVE ROSA, GENGIVE SANE.

Problemi di gengive infiammate e sanguinanti? Previene e cura il problema con l'azione combinata della Linea Igiene Orale Forhans: Forhans Medico Collutorio - concentrato e pronto all'uso - e Forhans Special Dentifricio Gengivario. Forhans, una valida risposta ai problemi di sanguinamento gengivale e infiammazioni del cavo orale.

Forhans

da 60 anni in Farmacia

Uragme Srl - Roma - Tel. 06.87201580
www.uragme.it



NATURA AMICA TUTELA IL CONSUMATORE UTILIZZANDO SOLO PRINCIPI ATTIVI NATURALI, EFFICIENTI E SICURI

NATURA AMICA, HOUSE CARE REVOLUTION!

Componenti naturali sostituiscono i tradizionali prodotti chimici per la cura della casa.
Multiuso Economici Ecologici: nuove vecchie soluzioni.



BUSTA DA 25 GR - 2 UTILIZZI
CONVENIENTE
100% NATURALE E BIODEGRADABILE
CONFEZIONE - 28 UTILIZZI
4 BUSTE DA 100 GR RICHIUDIBILI



DISINCROSTANTE
BRILLANTANTE
AMMORBIDENTE

SBIANCANTE IGIENIZZANTE
ANTIMACCHIA

ALLONTANA LE TARME
DA ARMADI E CASSETTI
PROTEGGE LANA
E INDUMENTI

CON ACIDO CITRICO
E SAPONE SGRASSANTE
DETERGENTE IGIENIZZANTE



ASSORBE GLI ODORI
E MANTIENE LA FRESCHEZZA
CON ALLUME DI ROCCA
E BICARBONATO DI SODIO



ZECA srl - Piacenza - Italy
Tel. 0523/956763
Fax 0523/953190
zecasrl@tin.it

NATURA AMICA™ è un marchio Zeca s.r.l., azienda piacentina che dal 2011 ha iniziato a sviluppare proposte innovative, ecosostenibili e rigorosamente Made in Italy. La divisione cosmetica, composta da un team giovane ed eclettico, si è distinta per l'ideazione di prodotti per la cura del corpo tutti a base di componenti naturali. La novità di quest'anno è una linea di prodotti per la casa: l'idea alla base di questa innovativa proposta, è quella di sostituire i numerosissimi prodotti chimici che tutti usano quotidianamente, con pochi prodotti economici, multiuso ed ecologici.

Ripensando a ciò che utilizzavano una volta le massaie per la pulizia della casa, recuperando la tradizione della praticità e del risparmio, sono nati tre nuovi prodotti NATURA AMICA per la cura della casa: l'acido citrico, il percarbonato di sodio e la lisciva,

tutte sostanze naturali che in passato venivano quotidianamente impiegate nelle faccende domestiche. La particolarità di questi prodotti è che possono svolgere molteplici funzioni, garantendo risultati superiori rispetto ai detergenti chimici nocivi, il tutto ad un prezzo minore e nel rispetto dell'ambiente. L'ACIDO CITRICO, ad esempio, usato nell'industria alimentare come acidificante e conservante, è un ottimo ammorbidente per il bucato, che agisce contemporaneamente come disincrostante e anticalcare per la lavatrice ma anche per tutte le superfici della casa o per i sanitari. Il PERCARBONATO DI SODIO, utilizzato sempre in lavatrice, funge da straordinario antimacchia e allo stesso tempo da sbiancante, rilasciando ossigeno attivo che giova all'ecosistema.

La LISCIVA agisce come detergente per piatti e stoviglie, oppure, sciolta in acqua tiepida, come ottimo igienizzante per il bucato. Anche i PROFUMATORI PER ARMADI E CASSETTI, disponibili in 6 diverse fragranze, sono composti esclusivamente da essenze naturali. Ogni confezione contiene 3 cartoncini profumati e 2 buste con 2 comodi ganci per appenderle negli armadi. Anche in questo caso profumerete la vostra casa con un prodotto, italiano, naturale e soprattutto economico.

- NARCISO
- VANIGLIA & CANNELLA
- MUSCHIO BIANCO
- PINO
- LAVANDA
- TALCO



0% IN OGNI CONFEZIONE
2 BUSTINE PROFUMATRICI
3 CARTONCINI PROFUMATI
2 GANCI PER APPENDERE
LE BUSTINE PROFUMATRICI

Le ultimissime release da poco immesse sul mercato sono un ASSORBIDORE PER FRIGORIFERO e un TARMIFUGO PROFUMATO, anch'essi contenenti due buste a lunga durata. Presto in arrivo altre proposte decise a rivoluzionare la cura della casa, all'insegna del naturale e dell'economico. In quest'epoca di crisi, di sovrapproduzione, di consumo sregolato, le proposte di Zeca s.r.l., con la linea di prodotti NATURA AMICA, offrono al consumatore soluzioni alternative, economiche e sostenibili, rispetto alle proposte mainstream delle multinazionali del pulito. Tutto garantendo risultati di altissima qualità, frutto anche di una produzione 100% Made in Italy in costante crescita.

*We love
the future*

house care revolution

**multiuso ecologici ed
economici per
la cura della casa**

TUTTI I PRODOTTI NATURA AMICA SONO PENSATI E
REALIZZATI IN ITALIA NEL TOTALE RISPETTO DELL'AMBIENTE,
DEGLI ANIMALI E DELLE PERSONE.
TUTTE LE SOSTANZE CHIMICHE VENGONO SOSTITuite DA
COMPONENTI, ESSENZE E PRINCIPI ATTIVI NATURALI, PERCHÉ
SIAMO CONVINTI CHE, USANDO LA TESTA, SI PUÒ CAMBIARE.



ZECA srl - Piacenza - Italy
tel 0523/956763 - fax 0523/953190
zecasrl@tin.it

FAI SBOCCIARE IL TUO SORRISO CON IL NUOVO MENTADENT WHITE NOW GOLD

Mentadent presenta il nuovo White Now Gold, con formula potenziata e Blu Light Technology, per sfoggiare un sorriso tre volte più brillante.



Audrey Hepburn disse di credere fermamente che il sorriso fosse l'accessorio più bello che una donna possa indossare. Mentadent già da anni persegue l'ideale di regalare al mondo sorrisi sani, seducenti e raggianti, per questo nasce il nuovo Mentadent White Now Gold, un dentifricio la cui azione sbiancante è visibile fin dalla prima applicazione. Mentadent migliora e potenzia la formula vincente di White Now - la formula di Triple Power contiene infatti tre volte più Blue Light Technology - rendendo White Now Gold il 55% più efficace. Un gesto semplice, veloce e quotidiano come spazzolarsi i denti, diventa un rituale di bellezza per ottenere un sorriso brillante come non mai senza rinunciare alla cura e alla protezione della tua igiene orale. Ma Mentadent White Now Gold non è semplicemente un dentifricio: con la sua accattivante confezione trasparente e dorata diventa un accessorio da tenere con sé ogni momento della giornata per essere sempre sicuri di sfoggiare il vostro miglior sorriso.

In più, con il fantastico concorso "Sorridi, Splendi, Vinci", potrai vincere ogni giorno l'esclusiva pochette Oh My Gold! contenente tre prodotti professionali Diego dalla Palma make up, i tre prodotti indispensabili per ogni donna! Il kit make-up messo

in palio da White Now Gold è composto dalla splendida pochette dorata Oh My Gold, ideale per portare il tuo dentifricio Gold sempre con te, mascara, matita nera e rossetto. Tutti gli alleati per accompagnare il tuo sorriso abbagliante con un vero make up da star! Visita il sito mentadent.it per tutti i dettagli del concorso.



OMIA

LABORATOIRES

biologica
aloe vera
(gel da agricoltura biologica certificata)

NOVITÀ

TESTATI AL NICHEL, COBALTO E CROMO
DERMATOLOGICAMENTE TESTATI



IGIENE E CURA CAPELLI

IGIENE E CURA CORPO

IGIENE E CURA VISO-CORPO

IGIENE INTIMA

NUOVO TRATTAMENTO ECO-BIOLOGICO CERTIFICATO:

- 1) **Fisio shampoo**: formula senza sale aggiunto. Certificato 255 BC 003.
- 2) **Maschera capelli**: formula erboristica non certificata. Contiene prevalentemente ingredienti di origine naturale.
- 3) **Dermo bagno**: formula senza SLES. Certificato 255 BC 001.
- 4) **Crema corpo**: formula leggera a rapido assorbimento. Certificato 255 BC 007.
- 5) **Dermo crema**: formula ricca e nutriente. Certificato 255 BC 006.
- 6) **Gel lenitivo**: 90% puro aloe vera gel. Testato in clinica dermatologica: riduce più di 7 volte le irritazioni già dopo 4 ore dall'applicazione. Certificato 255 BC 005.

- 7) **Non sapone mani-viso**: formula delicata. Certificato 255 BC 002.
- 8) **Crema mani**: formula emolliente, non unge. Certificato 255 BC 008.
- 9) **Intimo pH 3,5**: formula con acido lattico, testata in clinica ginecologica: ottima compatibilità con cute e mucose. Certificato 255 BC 004.

contiene **0%** parabeni
SLES e PEG
oli minerali e siliconi
glicole propilenico
coloranti sintetici



RICERCA DI NATURALE BELLEZZA

continua su:



www.omialab.it
facebook.com/omialaboratoires
twitter @OmiaLab

servizio consumatori
NUMERO VERDE
800.900.360



OMIA: LA LINEA ECOBIOSUN PER UNA ABBRONZATURA BELLA E CONSAPEVOLE

In un contesto in cui il consumatore è sempre più attento alla composizione e all'impatto ambientale di ciò che consuma, OMIA si pone come brand di riferimento nell'offerta di prodotti e trattamenti cosmetici naturali e bio certificati di alta qualità



Sono prodotti contraddistinti da una texture gradevole e dalla massima tollerabilità cutanea. Perché la mission del dipartimento Ricerca e Sviluppo OMIA è di assicurare una qualità trasparente, scegliendo ingredienti e materie prime da coltivazione biologica certificata nel rispetto dei più severi controlli: ogni lotto di produzione viene testato al Nichel, cobalto e cromo.

OMIA aderisce allo standard non testato su animali di LAV, verificato da ICEA. L'obiettivo con il quale OMIA si confronta quotidianamente è la formulazione di cosmetici efficaci e di valore comprovato a partire da ingredienti naturali e biologici. I nuovi progetti si ispirano ai protocolli di ecobiocosmesi, per i quali ICEA è il partner di certificazione.

Il rafforzamento della rete distributiva - in Italia e all'estero nei negozi della Grande Distribuzione nonché nelle più importanti catene di profumeria - e della brand awareness di OMIA, confermano gli obiettivi dell'azienda, che prevede per il 2014 l'affermazione di OMIA quale marca di riferimento per l'eco-bio hair care e un incremento dei ricavi pari al 34% con l'ingresso nel mercato delle protezioni solari. Segmenti del mercato, questi, in cui la fedeltà alla marca è molto alta e che i laboratori OMIA si propongono di conquistare con la qualità cristallina di sempre.

OMIA ECO BIO SUN LA PROTEZIONE SOLARE AMICA DELLA NATURA E DELLA PELLE

La campagna di sensibilizzazione e comunicazione Sole Sicuro, ideata e divulgata da OMIA e da AIDECO, si propone di educare alla prevenzione dei danni da fotoesposizione e alla protezione della pelle attraverso il corretto utilizzo di prodotti specifici, dando consigli utili, suggerimenti ed informazioni attraverso materiali specifici in store e su un sito apposito, oltre che sulle etichette poste sui flaconi.

La novità più importante del 2014 è rappresentata da Eco Bio Sun, con cui OMIA entra nel mercato delle protezioni solari, mantenendo lo stesso profilo innovativo e la fedeltà verso i propri valori di marca.

La linea comprende protezioni e coadiuvanti solari eco biologici, certificati da ICEA e approvati dai dermatologi AIDECO. OMIA EcoBioSun è una linea di prodotti e coadiuvanti solari che i laboratori OMIA hanno formulato per offrire un'alternativa ecobiologica alla comune protezione solare. Un'alternativa sicura per la salute della pelle e rispettosa dell'ambiente. Tutti i prodotti sono Cruelty Free e ogni lotto è testato a metalli pesanti quali Nichel, Cromo e Cobalto.

OMIA
LABORATOIRES

OMIA-LABORATOIRES

Linea Erboristica

M.G.A. Cosmetici

Via Cerciabella, 3

04012 Cisterna di Latina (LT)

Tel. +39.06.96.81.038

Numero verde 800.900.360

info@mgacosmetici.com

www.mgacosmetici.it

OMIA ha messo a punto per i suoi consumatori una formula innovativa basata sulla tecnologia dei filtri fisici, ricevendo il sostegno e l'endorsement di AIDECO, l'Associazione Italiana di Dermatologia e Cosmetologia. I solari OMIA garantiscono infatti una protezione sicura con solo schermi solari fisici che, a differenza dei filtri chimici normalmente utilizzati nei prodotti solari in commercio, riducono drasticamente il rischio di allergie cutanee e prevengono i danni ossidativi dei radicali liberi. Le formule della linea solare OMIA EcoBioSun contengono una miscela esclusiva di oli naturali e biologici selezionati per idratare, proteggere e nutrire la pelle durante e dopo l'esposizione al sole, nelle diverse fasi dell'abbronzatura. Tutti i solari Omia contengono 0% di parabeni (paraben free), 0% glicole propilenico, 0% PEG, 0% coloranti sintetici, 0% siliconi, 0% filtri UV chimici. La linea di solari OMIA eco-bio certificati è una gamma completa di coadiuvanti, appositamente formulati per coprire un ampio range di protezione per i diversi momenti di esposizione e per i diversi fototipi, a ciascuno dei quali è riservata un prodotto specifico.

OLIO SOLARE ABBRONZANTE - SENZA PROTEZIONE SOLARE - SPRAY 200ml

Per persone con pelle scura e già abbronzate che non necessitano di protezione solare.

Idrata e nutre la pelle, favorendo un'abbronzatura intensa e dorata a pelli che non necessitano di protezione solare. Formula arricchita da Olio di Carota e Olio di Caffè. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 024 e approvato AIDECO.



OLIO SOLARE SPF6 - BASSA PROTEZIONE SOLARE - 200ml

Per persone con pelle scura e resistente al sole

Assicura un'abbronzatura dorata mentre ci si protegge, regalando alla pelle un sensuale aspetto satinato. Formula arricchita da Olio di Jojoba e Olio di Noce. Contiene uno schermo fisico UVA/UVB che riflette i raggi solari, protegge adeguatamente le pelli scure e resistenti al sole, riducendo il rischio di allergie da filtro solare. ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 025 e approvato AIDECO.



LATTE SOLARE SPF10 - BASSA PROTEZIONE SOLARE - 200ml

Per persone con pelle scura e resistente al sole

Leggero e setoso, protegge le pelli scure e resistenti al sole, riducendo il rischio di allergie da filtro solare. È arricchito da una miscela pregiata di oli naturali e biologici tra i quali: l'olio di Argan, idratante e protettivo, l'olio di Cocco, emolliente e nutritivo e l'olio di Sesamo, antiossidante e fotoprotettivo. Certificato ICEA Eco Bio 255 BC 026 e approvato AIDECO.



LATTE SOLARE SPF20 - MEDIA PROTEZIONE SOLARE - 200ml

Per persone con pelle scura e sensibili al sole

Assicura protezione e abbronzatura anche a pelli non chiare ma sensibili al sole. Formulato per minimizzare il rischio di irritazioni. Contiene uno schermo fisico UVA/UVB che riflette i raggi solari, riducendo il rischio di allergie da filtro solare. Formula arricchita da Olio di Sesamo e Olio di Girasole. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 027 e approvato AIDECO.



LATTE SOLARE SPF30 - ALTA PROTEZIONE SOLARE - 200ml

Per persone con pelle chiara e sensibile al sole

La sicurezza della protezione solare combinata al trattamento della pelle. Dona un'idratazione intensa e contiene uno schermo fisico UVA/UVB che riflette i raggi solari. Formula arricchita da Olio di Jojoba e olio di Cocco. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 028 e approvato AIDECO.



LATTE SOLARE SPF50 - ALTA PROTEZIONE SOLARE - 200ml

Per persone con pelle chiara e molto sensibile al sole

Protegge intensamente la pelle, la nutre e la idrata in profondità. L'olio di carota ne ravviva il colorito. Contiene uno schermo fisico UVA/UVB che riflette i raggi solari, protegge adeguatamente le pelli chiare e sensibili al sole, riducendo il rischio di allergie da filtro solare. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 029 e approvato AIDECO.



DOPO SOLE LATTE LENITIVO - IDRATANTE, CALMANTE, LENITIVO TESTATO - 200ml

Per tutte le pelli arrossate e danneggiate dal sole

Dona sollievo immediato, idratazione e freschezza alla pelle. La pelle inaridita ritrova la sua naturale idratazione. Un latte coadiuvante lenitivo a base di Gel di Aloe Barbadensis Miller da coltivazione biologica certificata. Contiene una miscela pregiata di fattori idratanti, naturali e biologici, tra i quali l'olio di Argan, l'olio di Macadamia e il burro di Karité. Dermatologicamente testato, efficacia lenitiva confermata da test dermatologici. Certificato ICEA Eco Bio Cosmesi 255 BC 030 e approvato AIDECO.



OMIA è eco biologica, equa e solidale. Ogni prodotto OMIA con olio di Argan contribuisce a finanziare Marocavie (www.marocavie.org), no profit attiva nel combattere la desertificazione e l'esodo rurale dal sud del Marocco, a tutela delle piantagioni di Argan e a sostegno dell'educazione dei popoli berberi.

INTERVISTA A:
Elviro Carbone,
Export Group Director
del Gruppo Sodalis

A cura di Gianni Cornalba

HA TUTTO IL FASCINO DI UN RISIKO MONDIALE



Le mosse vincenti sono i brands Denim, Personal Biopoint, Strep, Tesori D'Oriente e Vidal

I nuovi fronti di espansione sono rappresentati da Brasile, Cile, Messico e Sud Africa... Non a caso i brands sopraccitati rappresentano i pilastri portanti del fatturato del Gruppo Sodalis nei mercati stranieri. Fatturato in crescita e che si consolida di anno in anno in mercati quali Svizzera, Germania, Europa dell'Est, Grecia, Portogallo, Cina e Arabia Saudita.

Scommettiamo che da qui ai prossimi anni, l'espansione raggiungerà altri mercati lontani?

Absolutamente sì - risponde Elviro Carbone, Export Group Director del Gruppo Sodalis. "Alla base del successo c'è sicuramente un lavoro incessante fatto di entusiasmo e professionalità, grazie ad un team di manager esperti e attenti e ad un Customer Service multilingue. Anche perché gli scenari in cui operare sono molteplici - ci dice Carbone - e variegati nella loro complessità per singolo canale distributivo e per specificità di mercato. Perché vendere all'Export significa spaziare dagli Iper in Polonia o Romania fino ai mercati di frontiera tra Uruguay e Brasile passando per i Department Store di Shanghai."

Quali sono i marchi chiave e le aree con posizione di mercato importanti?

Nella divisione Mass Market i pilastri in ordine di fatturato sono Denim, Tesori d'oriente, Strep, Vidal e Leocrema per un totale giro di affari che nel 2013 segna un +9% rispetto all'ultimo anno con buon aumento delle quote di mercato. Quanto ai mercati competiamo con successo attraverso Denim e Tdo in Svizzera, Romania, Bulgaria, Grecia e Serbia. Con Strep siamo il 2° player con quote ormai consolidate in Germania e Grecia.

Senza, poi, dimenticare aree in fase di sviluppo importanti come Cina, i Paesi del Golfo Arabo, Uruguay e Paraguay. Rimangono, invece, in fase di esplorazione Paesi solidi come UK e Francia.

All'interno del portafoglio, che ruolo riveste Biopoint?

È il nostro ultimo gioiello nel difficile mercato delle Profumerie e del Selettivo e negli anni prossimi vedrà una forte propulsione estera grazie ai nuovi accordi commerciali.



Anche in questo caso giochiamo con l'innovazione in un mercato che ne ha fortemente bisogno e lanciamo la nuova linea trattamento per capelli Seven Age,

creata per combattere l'invecchiamento dei capelli che grazie al trattamento risulteranno sani, forti, morbidi, lucenti e belli in eterno, osiamo dire.

In sostanza quali sono gli aspetti più strategici e avvincenti della vostra attività?

Di sicuro creare alleanze con Distributori qualitativi con chiari obiettivi di risultato e piani di investimenti. Quindi generare sempre "awareness" dei nostri brand che anche come "followers" sanno difendersi molto bene in un panorama competitivo complesso dalle PL alle Multinazionali. Ma soprattutto avere doti di analisi, sintesi e flessibilità nell'operare in mercati così diversi e nel riconoscere prontamente nuove tendenze e sviluppi di business.



SODALIS

BIOPPOINT

DENIM

leocrema

strep

Tesori d'Oriente

VIDAL

AQUA[®]
Massage

INCONTRI RAVVICINATI CON IL PIACERE



Prodotti che sembrano arrivare da una nuova dimensione del benessere, fatta di gesti e sensazioni rilassanti. Con AQUAMassage corpo e mente tornano ad essere i protagonisti del piacere rituale del bagno.

AQUAMassage è un marchio di Ariz
Ariz S.p.A. Viale Europa 23 - 48019 Vicenza (MN) - +39 0375 832.111 - info@ariz.it
www.ariz.it



PREVIENI LO SPORCO E MANTIENI SUPERFICI PULITE CON MAGICAL by Vileda



Vileda Magical è un innovativo e rivoluzionario sistema di pulizia che rende le superfici idrorepellenti, prevenendo efficacemente la formazione di sporco e calcare. Magical si compone di una soluzione liquida idrorepellente ed un panno Magic e rappresenta la soluzione ideale per mantenere pulite tutte le superfici della vostra casa.

La soluzione liquida idrorepellente agisce nell'area della prevenzione, creando uno strato protettivo invisibile che fa scivolare via l'acqua mentre il panno Magic distribuisce efficacemente i "principi attivi" della formula del liquido.



Tenderly offre una carta igienica morbida e allo stesso tempo conveniente. I tre elementi che rendono Tenderly eccezionalmente morbida sono la goffatura del tessuto - appositamente studiata per massimizzare i vantaggi di una "struttura trapuntata" - la pura fibra di cellulosa e le fibre naturali come il cotone.

L'innovativo Small Tube rende inoltre Tenderly molto conveniente: riduce gli sprechi del 28% rispetto alla misura di un rotolo standard e del 17% rispetto all'attuale rotolo Tenderly, offrendo il 10% di carta gratis in più sul formato Kilometrica e un risparmio del 17% sul formato Classico.

TENDERLY, PIÙ MORBIDEZZA PIÙ STRAPPI! by Lucart Group

STUZZY'S, LO STUZZICADENTI INNOVATIVO by Flexiuse

Stuzzy's, stuzzicadenti e scovolino, è l'ultima idea di Flexi-Use. In distribuzione dal mese di Marzo 2014, Stuzzy's è un innovativo stuzzicadenti & scovolino realizzato con materiale igienico (polipropilene), quindi che non assorbe la saliva e soprattutto che non si spezza fra i denti, ideale per rimuovere perfettamente le particelle di cibo. Il classico stecchino in legno non regge il confronto. Oltre ad essere più igienico e funzionale rispetto al classico stecchino in legno, Stuzzy's è decisamente più ecologico in quanto non utilizza il legno degli alberi e rispetta l'ambiente poiché è di plastica riciclabile.



Arcasa, da sempre leader in Italia e in Europa nella produzione di prodotti per la pulizia della casa, produce panni in cotone e in non tessuto, mop in cotone, TNT e microfibra e scope da interni ed esterni oltre che molti altri accessori per la pulizia.

L'azienda ha fatto del made in Italy la sua peculiarità, sia in Italia che all'estero, è un'affermata realtà familiare che investe nella ricerca di soluzioni facili e all'avanguardia per la pulizia della casa.

I prodotti Arcasa si trovano in tutti i migliori supermercati.

SULLE ALI DEL PULITO con Arcasa

STIROKAY CAMBIA VESTE GRAFICA, MA CON LA QUALITÀ DI SEMPRE by Arix

Stirokay si propone al mercato con una nuova veste grafica e con un visual packaging che emerge a scaffale con l'autorevolezza del leader di mercato. I teli Stirokay sono tutti realizzati in cotone stampato esclusivamente con pigmenti atossici e hanno formati e dimensioni adattabili ad ogni tipo di asse e per ogni esigenza di stiro, anche la più professionale. Stirare in condizioni di massimo comfort? Ottimizzare il calore del ferro per ridurre i consumi energetici? Un modello per mobiletti-stiro? Resistere alle più alte temperature? Le esigenze sono le vostre, le soluzioni sono di Stirokay. Garantisce ARIX, l'aiuto di casa.



Usato quotidianamente restituisce ai propri capi/scarpe/accessori in Pelle Scamosciata, Nabuk, Alcantara, Velluto la freschezza e l'aspetto originali; Il lato scuro più morbido, viene utilizzato per togliere polvere, incrostazioni, residui secchi etc dalle pelli scamosciate più delicate; Il lato chiaro più sostenuto, per trattare crosta e pelli scamosciate resistenti o per togliere le incrostazioni più ostinate.

La guaina che lo contiene è stata interamente realizzata con Pet Riciclato. Un fantastico doppio uso, che in più salvaguarda l'ambiente!

DONA NUOVA VITA AI TUOI CAPI CON CALZANETTO DOUBLE FACE by Deisa Ebano

CANDEGGINA "BIG SIZE" by Deco Industrie

La linea candeggine di SCALA rivede l'assortimento e la grafica, uscendo con un nuovo formato big size da 4 litri con profumazione di eucalipto. Si rinnova completamente la grafica migliorando la comunicazione e le funzionalità d'uso delle candeggine sia per l'igiene della casa che per potere smacchiante, sbiancante e per un'igiene profonda in ambito di bucato. Il flacone è realizzato con 50% di PE riciclato e il tappo è di tipo salva bimbo in quanto dotato di blocco di sicurezza. La nuova presentazione grafica è di effetto molto impattante a scaffale.



Il punto di forza di questo prodotto è la versatilità: quattro panni, realizzati in pura microfibra, ognuno di colore diverso e utilizzabili anche solo con acqua.

Ad ogni colore si può associare una stanza da pulire: bagno, cucina, camera da letto e soggiorno, perché Spontex pensa sempre a come facilitare le faccende domestiche.

Un prodotto utile per eliminare la polvere dai mobili, per la pulizia del piano cottura, per rendere splendidi i sanitari e per combattere le macchie.

Panni Microfibre Multiuso x4 – coloratissimi e pensati per i diversi ambienti della casa.

Il punto di forza di questo prodotto è la versatilità: quattro panni, realizzati in pura microfibra, ognuno di colore diverso e utilizzabili anche solo con acqua.

Ad ogni colore si può associare una stanza da pulire: bagno, cucina, camera da letto e soggiorno, perché Spontex pensa sempre a come facilitare le faccende domestiche.



PANNI MICROFIBRE MULTIUSO x4 by Mapa Spontex

NANOPARTICELLE: CERCHIAMO DI CAPIRE

Le recenti scoperte applicative delle nanoparticelle in campo cosmetico (cosmetici e creme solari) rendono oltremodo utile cercare di acquisire le nozioni di base



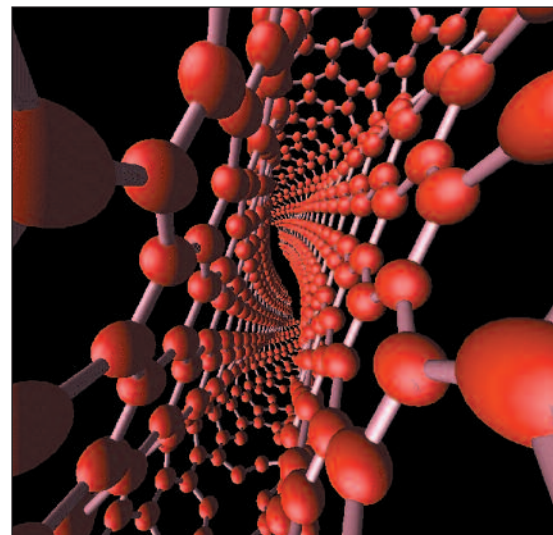
Con il termine **nanoparticella** si identificano normalmente delle particelle formate da aggregati atomici o molecolari con un diametro compreso indicativamente fra 2 e 200 nm. Per dare un'idea dell'ordine di grandezza, le celle elementari dei cristalli hanno lunghezze dell'ordine di un nanometro; la doppia elica del DNA ha un diametro di circa 2 nm. La comunità scientifica non ha ancora determinato una misura univoca: possono essere definite misure diverse a seconda se l'approccio è dal punto di vista chimico, fisico, o della **biologia molecolare** o **anatomia patologica**.

La dimensione minima è quella della **molecola** oggetto di studio o valutazione. Il termine è utilizzato correntemente per indicare **nanoaggregati**, cioè aggregati molecolari o atomici, con interessanti proprietà chimico-fisiche, che possono essere anche prodotti e utilizzati nelle **nanotecnologie**. A volte il termine è utilizzato per indicare **particolato** ultrafine (in particolare le singole **particelle** discrete componenti le **nanopolveri**). **Nanosfere** o **Nanocapsule**:

in campo farmaceutico, sono sistemi a matrice polimerica impiegati per la veicolazione di principi attivi particolarmente citotossici o con rilevanti problemi farmacocinetici. Attualmente alcune formulazioni sono in fase II di sperimentazione.

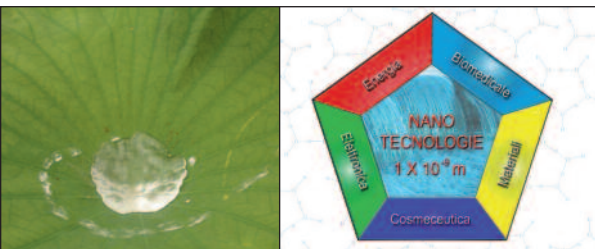
INTRODUZIONE

In **nanotecnologia**, una particella è definita come un piccolo oggetto che si comporta come un'unità intera in termini di suo trasporto e proprietà.



Essa viene ulteriormente classificata secondo la dimensione: in termini di **diametro**, le particelle sottili coprono un campo che va dai 100 ai 2500 **nanometri**, mentre le particelle ultrasottili, d'altra parte, vengono classificate tra 1 e 100 nanometri. Le nanoparticelle, in modo simile alle particelle ultrasottili, vengono misurate tra 1 e 100 nanometri. Le nanoparticelle possono o non possono mostrare proprietà relative alle dimensioni diversificate significativamente da quelle osservate nelle particelle sottili o nei materiali massicci. Sebbene la grandezza della maggior parte delle molecole rientri in quanto sopra accennato, le singole molecole di solito non vengono classificate come nanoparticelle. I **nanocluster** possiedono almeno una dimensione compresa fra 1 e 10 nanometri e una stretta distribuzione dimensionale. Le **nanopolveri** sono agglomerati di particelle ultrasottili, nanoparticelle, o nanocluster.



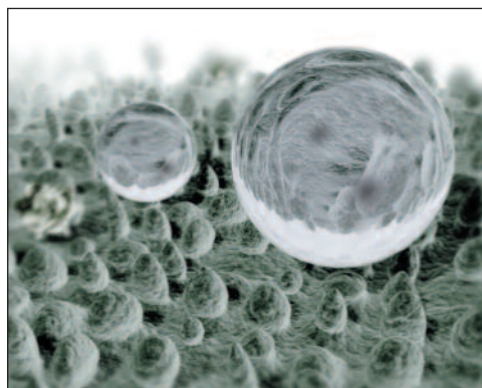


I **nanocristalli** della dimensione del nanometro, o le particelle ultrasottili a singolo dominio (single-domain), vengono spesso riferite come nanoparticelle **nanocristalline**. La ricerca sulle nanoparticelle è attualmente un'area di intenso interesse scientifico dovuto alla vasta varietà di applicazioni potenziali nei campi della biomedicina, ottica ed elettronica. Negli Stati Uniti, la **National Nanotechnology Initiative** ha elargito un generoso finanziamento pubblico per la ricerca sulle nanoparticelle.

UNIFORMITÀ

Il processo chimico e la sintesi dei componenti tecnologici ad alto rendimento per settori privati, industriali e militari richiede l'uso di ceramica molto pura, **polimeri**, **vetroceramica** e **materiali compositi**. In corpi condensati formati da polveri sottili, le dimensioni e le forme della particella di una polvere tipica spesso conducono a morfologie di "impacchettamento" (packing) non-uniforme facendo variare la densità nell'agglomerato di polvere. L'**agglomerazione** incontrollata di polveri dovuta alle **forze attrattive di Van der Waals** possono anche portare a un innalzamento nelle disomogeneità microstrutturali. Tensioni differenziali che si sviluppano, come risultato di una contrazione dovuta all'essiccamento non-uniforme, sono direttamente relazionate al tasso in cui il **solvente** può essere rimosso, e in tal modo fortemente dipendente dalla distribuzione della **porosità**. Tali tensioni sono associate ad una transizione da plastico-a-friabile in corpi solidificati, e possono far propagare **fratture** nei corpi raffreddati se non vengono mitigate.

Inoltre, ogni fluttuazione nella densità dell'imballaggio (*packing*) nell'agglomerato così come viene preparato per il forno è spesso amplificata durante il processo di sinterizzazione, ottenendo un addensamento disomogeneo. È stato dimostrato che alcuni pori e altri **difetti** strutturali associati alle variazioni di densità giocano un ruolo pregiudizievole nel processo di **sinterizzazione** accrescendo e perciò limitando le densità finale. Tensioni differenziali che sorgono dall'addensamento disomogeneo si dimostrano essere anche il risultato della propagazione di fratture interne, diventando così la *forza che controlla* le fessure. Sarebbe perciò desiderabile processare un materiale in modo tale che esso sia fisicamente uniforme in relazione alla distribuzione dei componenti e della porosità, piuttosto che usare la distribuzione delle dimensioni della particelle che ne eleveranno al massimo grado la densità verde. Il contenimento di un insieme disperso in modo uniforme di particelle fortemente interattive in sospensione richiede il totale controllo delle forze inter-particelle.



Le particelle **monodisperse** e i colloidi forniscono questa potenzialità. Le polveri monodisperse di **silice** colloidale, per esempio, possono dunque essere sufficientemente stabilizzate onde assicurare un alto grado di ordine nel **cristallo colloidale** o solido colloidale policristallino che risulta dall'aggregazione. Il grado di aggregazione sembra essere limitato dal tempo e dallo spazio concesso per correlazioni a più lungo raggio da stabilire.

Tali imperfette strutture colloidali **policristalline** sembrano essere gli elementi di base della scienza dei materiali colloidali submicrometrici, e, dunque, sono il primo passo per sviluppare una comprensione più rigorosa dei meccanismi coinvolti nell'evoluzione microstrutturale nei materiali ad alto rendimento e componenti.

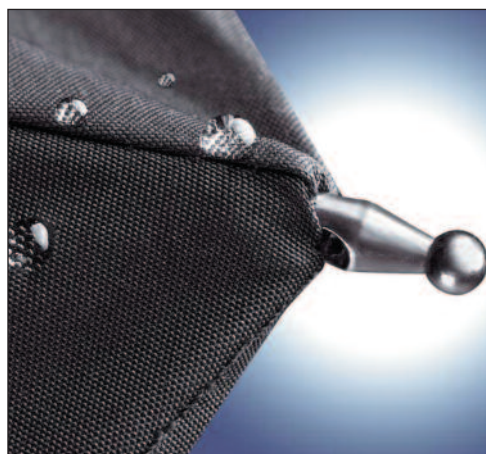
PROPRIETÀ

Le nanoparticelle sono di grande interesse scientifico dato che sono in effetti un ponte tra materiali grossolani e le strutture **atomiche** o **molecolari**. Il materiale di grandi dimensioni avrebbe proprietà fisiche costanti rispetto alla sua dimensione, ma sono spesso osservate le proprietà dipendenti dalla dimensione su scala del nanometro. Le proprietà dei materiali mutano non appena si avvicinano alla scala nanometrica quando la percentuale di atomi della superficie del materiale diventa significativa. Per i materiali di dimensioni più grandi di un micrometro (o micron), la percentuale di atomi a livello superficiale è insignificante in rapporto al numero di atomi compresi nella massa complessiva del materiale. Le interessanti e talvolta inaspettate proprietà delle nanoparticelle sono tuttavia dovute più che altro alla grande area di superficie del materiale, che prevale sui contributi apportati dalla piccola massa del materiale. Un eccellente esempio di ciò è l'assorbimento della radiazione solare da parte delle cellule fotovoltaiche, molto più alta nei materiali composti di nanoparticelle rispetto agli strati sottili che costituiscono i pezzi continui di materiale. In questo caso, le particelle più sono piccole, più grande è l'assorbimento solare. Altri mutamenti di proprietà dipendenti dalla dimensione includono il **confinamento quantico** nelle particelle dei **semiconduttori**, la **risonanza plasmonica di superficie** in alcune particelle metalliche e nel **superparamagnetismo** in materiali **magnetici**.



Ironicamente, i mutamenti nelle proprietà fisiche non sono sempre desiderabili. Materiali ferroelettrici più piccoli di 10 nm possono mutare la loro direzione di magnetizzazione utilizzando energia termica a temperatura ambiente, rendendoli perciò inadatti per l'immagazzinamento dati. La **sospensione** di nanoparticelle è possibile poiché l'interazione della sua superficie con il **solvente** è abbastanza forte da superare la differenza di **densità**, che diversamente risulta di solito in un materiale che affonda o galleggi in un liquido. Le nanoparticelle possiedono spesso anche inaspettate proprietà ottiche poiché esse sono abbastanza piccole da confinare i loro elettroni producendo effetti quantici. Per esempio le nanoparticelle d'**oro** in soluzione appaiono di una colorazione che va dal rosso cupo al nero. Le nanoparticelle hanno un'area di superficie molto ampia in rapporto al volume, fornendo così una tremenda forza trainante per **diffusione**, specialmente ad elevate temperature. La **sinterizzazione** può avere luogo a temperature più basse, su scale di tempo più brevi rispetto alle particelle più grandi. Questo teoricamente non intacca la densità del prodotto finale, sebbene le difficoltà del flusso e la tendenza delle nanoparticelle ad agglomerarsi complica la faccenda. L'ampia area di superficie in rapporto al volume riduce anche il **punto di fusione** incipiente delle nanoparticelle. Per di più, si è scoperto che le nanoparticelle trasmettono alcune proprietà aggiuntive in diversi prodotti di uso quotidiano.

Per esempio la presenza di particelle di diossido di titanio trasmettono ciò che si chiama effetto auto-pulente. Si è scoperto che le particelle di **ossido di zinco** hanno la proprietà, di gran lunga superiore a masse più grandi, di bloccare i **raggi UV**. Questa è una delle ragioni perché vengono spesso utilizzate nella preparazione di lozioni per creme solari. Le nanoparticelle argillose incorporate in matrici di polimeri aumentano la robustezza, rendendo più resistenti i materiali plastici, verificabile tramite una più alta **temperatura di transizione vetrosa** e con altri test sulle proprietà meccaniche. Queste nanoparticelle sono dure, e trasmettono le loro proprietà al **polimero** (plastico). Le nanoparticelle vengono anche legate alle fibre tessili in modo da creare capi d'abbigliamento eleganti e funzionali.



Sono state create nanoparticelle **metalliche**, **dielettriche**, e **semiconduttrici**, come pure **strutture ibride** (vale a dire, nanoparticelle core-shell). Le nanoparticelle costituite da materiale semiconduttore possono anche essere definite **punti quantistici** se sono abbastanza piccole (in genere al di sotto dei 10 nm) affinché si verifichi la **quantizzazione dei livelli di energia** dell'elettrone. Tali particelle in nanoscala vengono utilizzate in applicazioni biomedicali come **portatori di farmaci** (drug carriers) o **rilevatori di immagine** (imaging agents).

Sono state prodotte particelle semi-solidi e leggere. Un prototipo di nanoparticle di natura semi-solidi è il **liposoma**. Vari tipi di particelle liposomiche vengono attualmente utilizzate clinicamente come sistemi per trasportare farmaci anti-cancro e vaccini.

SINTESI

Ci sono diversi metodi per creare nanoparticelle, incluso l'**attrito** e la **pirolisi**. Con l'attrito, le particelle di scala macro o micro sono poste in un **mulino a biglie**, un **mulino a biglie** planetario, o altro sistema che ne adotti il meccanismo. Le particelle che ne risultano hanno l'aspetto per poter ottenere nanoparticelle. Con la pirolisi, un precursore vaporoso (liquido o gas) è forzato attraverso un orifizio ad alta pressione e bruciato. Il solido che ne risulta (un specie di fuliggine) ha l'aspetto per poter recuperare particelle di ossido dai gas prodotti. La pirolisi spesso si ottiene in aggregati e agglomerati piuttosto che nelle singole particelle primarie. Un plasma termico può anche apportare l'energia necessaria a causare l'evaporazione di particelle della dimensione del micrometro. Le temperature del plasma termico sono dell'ordine di 10.000 K, in modo che la polvere solida evapori facilmente. Le nanoparticelle sono formate nella fase di raffreddamento mentre sussiste lo stato di plasma. I principali tipi di torce a plasma termico usate per produrre nanoparticelle sono getti di plasma dc, plasma ad arco dc e induzioni a radio frequenza (RF). Nei reattori di plasma ad arco, l'energia necessaria per l'evaporazione e reazione viene fornita da un arco elettrico formato tra l'anodo e il catodo. Per esempio, la sabbia silicea può essere vaporizzata con un plasma ad arco a pressione atmosferica. Il miscuglio che ne risulta di gas plasma e vapore di silice può essere rapidamente raffreddato tramite ossigeno, assicurando la qualità della silice esalata prodotta.

Nelle torce al plasma per induzione a RF, l'energia che si associa al plasma viene realizzata attraverso il campo elettromagnetico generato dalla bobina di induzione.

Il gas plasma non viene a contatto con gli elettrodi, in modo da eliminare fonti possibili di contaminazione, permettendo l'operazione di tali torce al plasma con ampi campioni di gas, inclusi quelli inerti, riducenti, ossidanti e altre misture di gas corrosivi.



SOL-GEL

Il processo **sol-gel** è una tecnica *wet-chemical* (nota anche come sedimentazione di soluzione chimica) ampiamente usata di recente nei campi della scienza dei materiali e nell'**ingegneria ceramica**.

Tali metodi vengono utilizzati principalmente per la fabbricazione di **materiali** (in genere un **ossido metallico**) partendo da una **soluzione chimica** (*sol*, sta per soluzione) che agisce come precursore per una rete integrata (o *gel*) di particelle **discrete** o **polimeri** reticolati. I **precursori** tipici sono gli **alcossidi** metallici e **cloruri**, i quali subiscono **idrolisi** e reazioni di policondensazione per formare un "solido elastico" reticolato o una **sospensione** (o **dispersione**) **colloidale** – un sistema composto di particelle submicrometriche discrete disperse (spesso **amorfe**) in vari gradi in un fluido ospite. La formazione di un ossido metallico implica collegamenti di nuclei metallici con legami del tipo osso- (M-O-M) o idrosso- (M-OH-M), generando dunque polimeri osso-metallici o idrosso-metallici in soluzione.

Quindi, il sol evolve verso la formazione di un **sistema bifasico** simil-gel contenente sia una fase **liquida** che una fase **solida** le cui morfologie vanno dalle particelle discrete alle reti di polimeri continui.

Nel caso del colloide, la frazione di volume di particelle (o densità della particella) può essere così bassa che può essere necessario rimuovere inizialmente una significativa quantità di fluido affinché le **proprietà** simil-gel possano essere riconosciute. Ciò può essere realizzato in svariati modi. Il metodo più semplice è dare tempo alla **sedimentazione** di realizzarsi, e dunque versando il liquido rimanente. La centrifugazione può anche essere utilizzata per accelerare il processo di separazione di fase.

COLLOIDI

Il termine **colloide** viene utilizzato principalmente per descrivere un vasto campo di miscugli solido-liquidi (e/o liquidi-liquidi), che contengono tutti particelle solide (e/o liquide) dispersi in vari gradi in un mezzo liquido. Il termine è riferito alla dimensione delle singole particelle, le quali sono più grandi delle dimensioni atomiche ma sufficientemente piccole per rivelare il **moto browniano**.



Se le particelle sono abbastanza grandi, allora il loro comportamento dinamico in ogni periodo di tempo in **sospensione** sarebbe governato da forze di **gravità** e **sedimentazione**. Ma se esse sono piccole abbastanza per essere colloidali, allora il moto irregolare in sospensione può essere attribuito al bombardamento collettivo di una miriade

di molecole agitate termicamente nel mezzo di sospensione liquido, come descritto inizialmente da **Albert Einstein** nella sua dissertazione. Einstein dimostrò l'esistenza di molecole d'acqua per concludere che il comportamento di particelle erranti potrebbe adeguatamente essere descritto usando la teoria del moto browniano, essendo la sedimentazione un risultato possibile a lungo termine. Questo campo di dimensione critica (o diametro di particella) in genere varia da nanometri (10⁻⁹ m) a micrometri (10⁻⁶ m).

MORFOLOGIA

Gli scienziati hanno preso l'abitudine a nominare le loro particelle secondo le forme del mondo reale che potrebbero raffigurare. Le *nanosfere*, *nanoreefs*, *nanoboxes* e molte altre appaiono nella letteratura. Queste morfologie talvolta sorgono spontaneamente come un effetto di un agente temporaneo o diretto presente nella sintesi come **emulsioni** o pori di allumina anodizzati, o da innati modelli di crescita cristallografica dei materiali stessi. Alcune di queste morfologie possono servire a uno scopo, come i lunghi **nanotubi di carbonio** utilizzati per legare una giunzione elettrica, o rappresentare solo una curiosità scientifica come le stelle mostrate a destra.

Parlando in generale, le particelle amorfe adotteranno una forma sferica (dovuta alla loro isotropia microstrutturale), dal momento che i **whiskers** microcristallini anisotropici adotteranno la forma geometrica corrispondente alla loro particolare costituzione di cristallo. Al limite del piccolo del campo di grandezza, le nanoparticelle sono spesso riferite come **cluster**. **Sfere**, **bastoni**, fibre, e tazze sono solo alcune delle forme che sono state elaborate. Lo studio delle particelle sottili è chiamato **micromeritica**.



**UN GIGANTESCO SEME DI
TANTI COLORI.
CHE VIENE DA QUALCHE
LUOGO LONTANO.
DOVE TUTTO È IRIDESCENTE.
IL SEME GALLEGGIA.
FARÀ FIORI GRANDI,
COLORATI E DI
GRANDE BELLEZZA.
FEEDING THE BEAUTY.**

by Paola Navone per Deborah Milano

Una presenza sorprendente e spiazzante, una forma dai tratti organici e, al contempo, fantastici: un seme gigantesco, atterrato tra i porticati rinascimentali della Cà Granda da lande lontane e misteriose, a ricordare il potere generatore e rigenerante della bellezza. Con la sua livrea multicolore, dal disegno camoufflage sdrammatizzato da tinte di contagiosa vivacità mutate dalla palette dagli ombretti 24Ore Silk di Deborah, attira gli sguardi e comunica ottimismo. Una promessa di fioriture imminenti, a cui ognuno può attribuire forme e colori desiderati; una metafora che attinge alla natura e va ad alimentare il pensiero creativo e costruttivo. Un monito aggraziato e curioso per i costruttori delle metropoli del futuro: da progettare secondo i principi non effimeri della bellezza, da rivestire di colore e leggerezza, requisiti indispensabili per accogliere uomini felici.

NOVITÀ JOYCARE by Connexia



Joycare S.p.A., azienda di riferimento nel settore dei prodotti per la cura e il benessere della famiglia, vanta oggi un'offerta unica e completa di soluzioni.

Le ultime novità sono l'asciuga smalto con luce LED e lo specchio luminoso con ventosa.

L'asciuga smalto è ideale per una manicure perfetta direttamente a casa propria e anche in viaggio, facile da usare inserendo la mano e premendo il tasto.

In pochi secondi, grazie all'aria che uscirà, lo smalto sarà asciutto e pronto.

Lo specchio luminoso con ventosa, aderisce a qualsiasi superficie piana, è girevole, facile da maneggiare e ideale per una perfetta pulizia della pelle

e per un make-up preciso. Lo specchio luminoso a ventosa rappresenta anche un oggetto di design adatto a qualsiasi ambiente domestico.



m

sensazioni a fior di pelle

PLEASURE

Un fantastico viaggio dei sensi con gli aromi sprigionati da spugne morbidissime.

Arôme temptation martinispa

MASSAGE

Una ricca varietà di spugne corpo per una pelle luminosa, tonica, setosa.

Massage martinispa

FUN

Dolcezza, delicatezza, divertimento.

Da oggi anche nella nuovissima collezione Violetta.

Disney martinispa

BEAUTY

Una rivoluzione nel mondo della bellezza: spugne speciali, studiate per un trucco perfetto.

Make up martinispa

cerca le confezioni nere!



www.martinispa.com



martinispa

Passione per il benessere. Made in Italy.

Wherever the beauty industry is **EXPORT MAGAZINE** is there too

EXPORT
BEAUTY
DISTRIBUTOR
MAGAZINE

Export Magazine
Beauty Distributor
Multisector - 5 issues

EM
EXPORT MAGAZINE
Beauty distributor

EM - Export Magazine
Beauty Distributor
Selective perfumery - 4 issues

bringing the beauty industry
on all 5 continents

- ✓ on your desk
- ✓ at major international exhibitions
- ✓ by visiting our site
www.exportmagazine.net
- ✓ circulated in 121 countries
- ✓ distributed at 40 international exhibitions



me
EDIZIONI

mte Edizioni
Via Romolo Gessi, 28
I-20146 Milano (Italy)
Tel. +39-02-48952305
Fax +39-02-4123405
e-mail: mteedizi@mteedizioni.it
export.magazine@mteedizioni.it

www.mte.it
MteTV.it
www.mtetv.it



www.facebook.com

www.exportmagazine.net



Tutto il nutrimento del karité

Foto: Silvio Maiocco



Costanza Iurato
Miss Equilibra

PROVA LA MORBIDA ESPERIENZA DEL KARITÉ

1. STICK LABBRA KARITÉ

È uno stick morbido e scorrevole che avvolge le labbra con un delicatissimo velo protettivo. Il **burro di karité** nutre profondamente la pelle delle labbra, l'**olio di jojoba**, la **vitamina E** e l'**olio di carota** assicurano emollienza, idratazione e proteggono le labbra dall'invecchiamento. Privo di oli minerali e siliconi, senza parabeni e senza glutine.

Formato: stick da 5,5 ml.

Prezzo consigliato euro 3,40.

2. DETERGENTE MANI • VISO KARITÉ

È un detergente delicato ideale per l'igiene quotidiana della pelle delle mani e del viso. A base di **burro di karité** e **glicerina vegetale**, sviluppa una schiuma cremosa che deterge e nutre la pelle restituendo morbidezza. I tensioattivi di origine vegetale, impiegati nella formula, detergono delicatamente rispettando il naturale equilibrio della pelle.

Formato: flacone con erogatore da 300 ml.

Prezzo consigliato euro 4,10.

3. CREMA MANI KARITÉ

È una crema morbida, che si assorbe velocemente senza ungere. Il **burro di karité** nutre la pelle in profondità, la rende elastica e la protegge dall'attacco degli agenti esterni. La **glicerina vegetale** restituisce la naturale morbidezza e idratazione.

Formato: tubo da 75 ml.

Prezzo consigliato euro 3,90.

4. CREMA VISO KARITÉ

È una crema morbida che si assorbe velocemente senza ungere. Ad alto contenuto di **burro di karité**, nutre in profondità la pelle del viso, restituendo compattezza e morbidezza. I **polifenoli**, ottenuti dalle vinacce di uva rossa combattono i segni del tempo e migliorano l'idratazione ed il tono della pelle.

Formato: vaso da 75 ml.

Prezzo consigliato euro 7,50.

5. SAPONE KARITÉ

È un sapone delicato per la detersione quotidiana della pelle. A base di **burro di karité**, sviluppa una schiuma cremosa che deterge e nutre la pelle del viso, delle mani e del corpo, nel rispetto della sua fisiologia. La sua base 100% vegetale è delicatamente profumata senza allergeni. Senza SLES e SLS. Senza coloranti.

Formato: panetto da 100 gr.

Prezzo consigliato euro 2,10.

6. BURRO DI KARITÉ

È un burro vegetale a base di **burro di karité**, puro al 100%, arricchito con **olio di karité** (protettivo), **olio di jojoba** (emolliente) e **vitamina E** (antiossidante). È ideale per tutte le esigenze della pelle (viso, corpo, labbra e capelli).

Formato: vaso da 100 ml.

Prezzo consigliato euro 7,90.

7. CREMA CORPO KARITÉ

È una crema morbida e scorrevole. Ad alto contenuto di **burro di karité**, nutre in profondità la pelle del corpo, restituendo tonicità e morbidezza. Particolarmente adatta in caso di pelle secca, indispensabile dopo il bagno o la doccia.

Formato: vaso da 250 ml.

Prezzo consigliato euro 6,40.

TUTTI I PRODOTTI DELLA LINEA KARITÉ SONO PRIVI DI PARABENI E DELICATAMENTE PROFUMATI SENZA ALLERGENI.

In Vendita presso i migliori Ipermercati, Supermercati, Catene Specializzate e Profumerie.



Servizio Consumatori
www.equilibra.com



seguici su Facebook

NUOVA LINEA SPECIALE CAPELLI

La ricerca del benessere Equilibra® si estende alla cura del capello. Nasce Equilibra **tricológica** una linea di prodotti che unisce l'esperienza nel naturale allo studio del capello per un risultato professionale.

equilibra®
tricológica

giominda

Cheratina

Aloe Vera

Olio d'Argan

PHYTOSINERGIA



RISULTATO PROFESSIONALE

1. LOZIONE ANTI-CADUTA*
fortificante

*Studiata per aiutare a prevenire e rallentare la caduta dei capelli e per fortificare la capigliatura. 75 ml. 9,90 €

2. BALSAMO IDRATANTE
disciplinante

Studiata per offrire morbidezza e pettinabilità. Denso e cremoso, ad azione filmogena, avvolge il fusto del capello migliorandone l'elasticità. Utilizzato dopo lo shampoo, restituisce volume e lucentezza. 200 ml. 5,40 €

3. MASCHERA NUTRIENTE
ristrutturante

Studiata per restituire nutrimento ai capelli aridi e sfibrati, con un'azione ristrutturante su tutta la lunghezza. 200 ml. 8,50 €

4. CRISTALLI LIQUIDI
con oli naturali

Studiati per proteggere e nutrire il capello in diverse situazioni: sui capelli asciutti per rivitalizzare, sui capelli bagnati per proteggerli dallo styling e appena asciugati per illuminare. 50 ml. 7,40 €

5. SHAMPOO ANTI-CADUTA*
fortificante

*Studiato per la detersione dei capelli fragili, che cadono o si spezzano, restituisce corpo. 250 ml. 5,40 €

6. SHAMPOO PROTETTIVO
colore

Studiato per detergere i capelli colorati proteggendone la brillantezza. Utilizzato con regolarità dona luminosità al colore aiutando a mantenerlo nel tempo. 250 ml. 5,40 €

NUOVA

equilibra®

ALOE SPECIALE CORPO

Prova la delicatezza dell'aloë e l'efficacia dei componenti naturali della nuova linea speciale corpo Aloe



1



2



3



4



5



ALOE CRIO-GEL CELLULITE*

Un gel fresco che sfrutta le proprietà del freddo. Con Aloe Vera (20%), caffeina, carnitina, centella e mirtillo. Utilizzata regolarmente migliora visibilmente l'aspetto della pelle a buccia d'arancia. 200 ml. Prezzo consigliato euro 11,50

*Contro gli inestetismi cutanei della cellulite.

ALOE CREMA CORPO FLUIDA

Delicatamente profumata senza allergeni, si assorbe rapidamente senza ungere. Con Aloe Vera (20%), restituisce morbidezza ed elasticità alla pelle del corpo. 250 ml. Prezzo consigliato euro 6,20

ALOE ACQUA IDRATANTE

Con Aloe Vera (20%) e oligoelementi del Mar Morto, delicatamente profumata senza allergeni, idrata, rinfresca e remineralizza la pelle del corpo. 250 ml. Prezzo consigliato euro 7,50

GAMBE LEGGERE GEL

Un gel fresco ad effetto ghiaccio che dona una immediata sensazione di benessere, utile in numerose situazioni di stress del microcircolo. Con Aloe Vera (20%). 125 ml. Prezzo consigliato euro 8,40

SCRUB SALINO RIMODELLANTE

Uno speciale mix di Sali Marini, oli naturali ed estratti vegetali che esfolia, leviga e nutre la pelle del corpo attraverso un benefico percorso polisensoriale. 600 gr. Prezzo consigliato euro 11,50

UNA LINEA COMPLETA PER UNA PELLE DEL CORPO NATURALMENTE MERAVIGLIOSA

PROVA ANCHE:

- Dermo-Gel Multiattivo
- Crema viso
- Crema antiaging viso
- Stick contorno occhi
- Stick labbra
- Salviette esfolianti
- Salviette struccanti
- Latte detergente
- Tonic
- Crema corpo
- Docciaschiuma
- Shampoo
- Detergente intimo
- Salviette intime
- Deo vapo
- Sapone delicato



In vendita presso i migliori Ipermercati, Supermercati, Catene Specializzate e Profumerie.

Numero Verde
800-017874

Servizio Consumatori
www.equilibra.com



seguici su Facebook

NUOVO



dermatologica

DERMATOLOGICAMENTE
TESTATO

igiominola

DERMO-OIL MULTIATTIVO

FORMULATO PER MIGLIORARE
L'ASPETTO DELLA PELLE CON:

- ✓ Cicatrici
- ✓ Smagliature
- ✓ Secchezza
- ✓ Incarnato non uniforme
- ✓ Segni del tempo



Numero Verde
800-017874

Servizio Consumatori
www.equilibra.com



seguici su Facebook