

GUIDA AGLI ACQUISTI

GDO

IGIENE & BELLEZZA

La felicità
in un sorriso!

N. 2/2014 Trimestrale - Anno 19 - MTE Edizioni - 20146 Milano - Via R. Gessi, 28 - Tariffa R.O.C.: Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in abbonamento Postale - D.L. 333/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N.46) art. 1, comma 1, DCB - Modena - Iassa riscossa - Iassa riscossa - In caso di mancato recapito riportare al mittente - I.P.



Prodotti per l'igiene orale delicati e più naturali.
Senza SLES, Peg, Parabeni e Alcool.

Converting Wet Wipes Srl

CONVERTING
A FAMILY COMPANY

www.gsconverting.com

OMIA
LABORATOIRES

bioSun

**Solo il meglio del Sole
sulla pelle**

OMIA
LABORATOIRES



AIDECO
Assessment Istituto
Dermatologia e Cosmetologia

presentano

Sole Sicuro®

**Campagna di prevenzione e informazione
sui rischi per la salute derivanti da una
scommessa esposta ai raggi solari.**

Per prendere il meglio del sole
www.solesicuro.it



**L'alternativa BIO certificata
alla comune protezione solare, sicura
per la salute della pelle e rispettosa dell'ambiente.**

FORMULA INNOVATIVA

riduce il rischio di allergie
cutanee e aiuta nella
prevenzione dei danni
ossidativi dei radicali liberi.

Approvazioni, certificazioni, controlli e garanzie



contiene

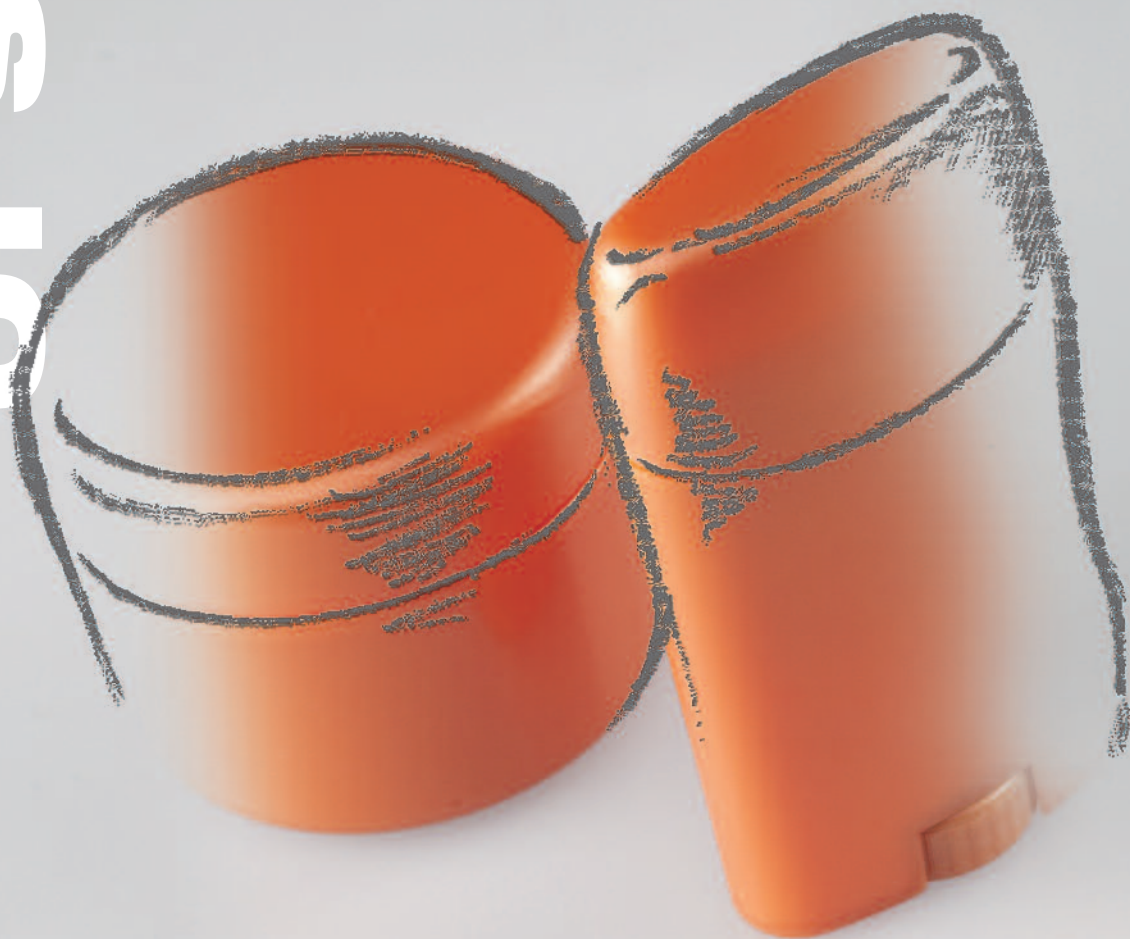
0%

siliconi
parabeni
oli minerali
filtri UV chimici
coloranti sintetici

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





In Copertina: Linea "Dentamentin"
by Converting Wet Wipes

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

giugno - luglio 2014
Anno XIX - n. 2, con I.P.

**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

5-9

SPECIALE COSMETICI SFUSI E BLISTERATI

Dati NIELSEN Market Track

Mentre i Cosmetici sfusi crescono, sia a volume che a valore,
i blisterati mostrano un calo a doppia cifra

NOVITÀ IN LANCIO

10-11

MyMask by Bouty: ecco la spa ideale per le tue clienti

RICERCHE DI MERCATO

13-15

SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI

Dati NIELSEN Market Track

Calo generalizzato a valore seppur in presenza
di un prezzo medio aumentato di circa 1,2%

PAROLA ALL'AZIENDA

16-17

**OMIA promuove la campagna Sole Sicuro
per una corretta esposizione ai raggi solari**

NOVITÀ IN LANCIO

18

Le spugne corpo regine del mercato sono Calypso

20-21

Converting: dalla natura le formule vincenti

22

Forhans Special: un dentifricio gengivario davvero speciale

LE AZIENDE INFORMANO

24-26

Deodoranti: per saperne di più

VETRINE PERSONA

27-29

VETRINE PERSONA

NOVITÀ IN LANCIO

30

Deodoranti naturali: l'unico futuro possibile

32-34

Neutro Roberts Linee Bio: ora più che mai natura

PAROLA ALL'AZIENDA

36-37

Home. 175 anni di innovazioni insieme a P&G

VETRINE CASA

38-39

VETRINE CASA

DESIGN

40

**Il Red Dot Design Award 2014
premia la Scopa 3Action Vileda**

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

10-11	BOUTY - MY MASK
16-17	OMIA LABORATOIRES
18	CALYPSO
20-21	CONVERTING
22	URAGME-FORHANS
30	ZECA
32-34	NEUTRO ROBERTS
36-37	P&G
40	VILEDA

ELENCO INSERZIONISTI

COVER I	CONVERTING
COVER II	OMIA LABORATOIRES
COVER III	CONVERTING
COVER IV	BOUTY - PEARL DROPS

1	INDUPLAST
4	BARI BEAUTY SHOW
12	CIM
19	MAPA SPONTEX
23	URAGME-FORHANS
31	ZECA
35	MARCA

PROGRESSI DI PRIMAVERA

La nostra rivista può, a ragione, vantare di essere un osservatorio privilegiato dei contrastanti andamenti di mercato, tanto nel personal care, quanto nell'igiene casa.

Sono notizie spesso scottanti, perché i numeri, nel bene e nel male, sono sovente a doppia cifra. Ecco perché possiamo dire di non trattarsi di quisquillie, quando coinvolgono fatturati da decine di milioni di euro.

Succede questo: a un gennaio drammatico, ribadito da un febbraio ancor più negativo (cosa inusitata), hanno corrisposto dei mesi primaverili che in qualche caso hanno sorpreso gli addetti per una vigorosa impennata dei trend in molte categorie.

Che avessero finito le scorte? Dopo essersi per mesi fossilizzati sugli oneri finanziari, legati all'immobilizzo dei capitali, i distributori hanno forse avvertito il rischio di lasciare pericolosi buchi nel numero di referenze disponibili per gli shopper.

E hanno agito di conseguenza. Ma la speranza è un'altra. In queste categorie produttori e distributori fanno a gara per una spiccata professionalità. Forse molti, con gli smooth fingers che li distinguono, stanno avvertendo una vera inversione di tendenza.

Speriamo! Anche che il sole si faccia sentire, non come nel luglio scorso. E favorisca una categoria che ha tutte le carte in regola per essere premiata, ricca di innovazioni com'è. Gli abbronzanti.

MTE Edizioni

BARI BEAUTY SHOW®

dal 13 al 21
settembre
2014

**Cosmesi,
estetica,
acconciatura,
benessere,
tattoo e
fitness**



**78° Fiera
del Levante**

- convegni professionali
- esibizione acconciature
- competizione unghie
- master fitness e tattoo
- benessere olistico



Per partecipare contattare:
Segreteria organizzativa:
Eurometing Group
+39.06.27.85.84.54
info@eurometinggroup.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 COSMETICI
SFUSI E BLISTERATI**

*Mentre i Cosmetici
sfusi crescono,
sia a volume
che a valore,
i blisterati
mostrano un calo
a doppia cifra*

Fatto cento il mercato dei cosmetici
sfusi+blisterati a totale Italia
(canali di vendita: Ipermercati + Supermercati
+ Libero servizio + Negozi tradizionali +
specialisti drug), il peso degli sfusi è pari
al 73% a volume e al 69% a valore.
Si segnala una crescita del comparto rispetto
all'anno precedente di 3 p.ti quota a volume
e 4 p.ti quota a valore, a scapito del settore
complementare cosmetici blisterati.
Tenendo conto di ciò, il segmento dei cosmetici
sfusi chiude l'anno terminante a febbraio
2014 in crescita dell' 1,7% a volume
e del 2,2% a valore. I cosmetici blisterati,
invece, perdono a doppia cifra sia
a volume (-13,2%) che a valore (-15,6%).

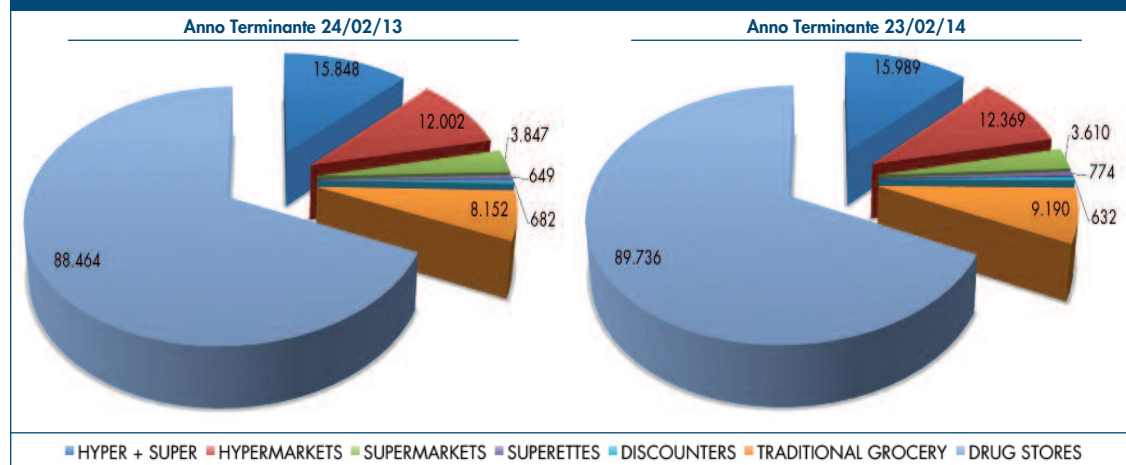
SPECIALE COSMETICI
SFUSI E BLISTERATI

*Mentre i Cosmetici
sfusi crescono,
sia a volume
che a valore,
i blisterati
mostrano un calo
a doppia cifra*

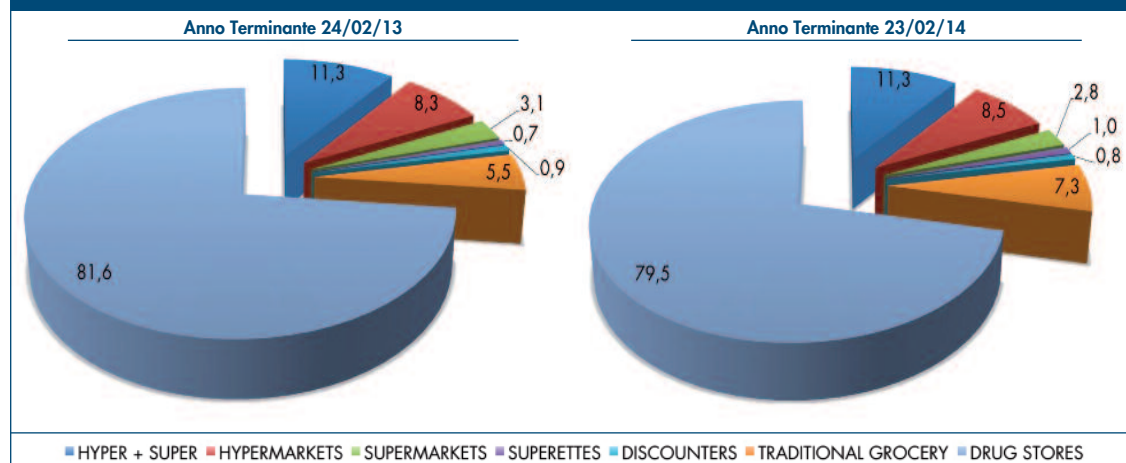
IN PARTICOLARE, I COSMETICI SFUSI CRESCONO IN TUTTE LE AREE AD ECCEZIONE DELL'AREA 2, DOVE SI REGISTRA UN CALO SIGNIFICATIVO DELLE VENDITE, PIÙ A VOLUME (-19,5%) CHE A VALORE (-12%). NELLO STESSO TEMPO, IL SEGMENTO FA REGISTRARE UN AUMENTO DEL PREZZO MEDIO PARI A CIRCA IL 9% E UNA RIDUZIONE DEL NUMERO MEDIO DI REFERENZE. A TAL PROPOSITO, SI SEGNALE CHE IL PREZZO MEDIO UNITARIO PIÙ ELEVATO SI RILEVA PROPRIO IN AREA 2, DOVE SUPERA I 7,50€ CONTRO UNA MEDIA DI 6,45€ DEL TOTALE ITALIA (L'AREA 2 È LA PIÙ IMPORTANTE A VALORE, PARI AL 31,8% DEL TOTALE SFUSI). IN QUESTO CONTESTO, QUASI TUTTE LE PRINCIPALI MARCHE PERDONO IN TERMINI DI ASSORTIMENTO, SOPRATTUTTO LA MARCA DEL DISTRIBUTORE (PRIVATE LABEL). AL CONTRARIO, L'AREA 4 (LA SECONDA IN TERMINI DI IMPORTANZA, GENERANDO CIRCA IL 25% DEL GIRO D'AFFARI DEI COSMETICI SFUSI) SI CARATTERIZZA SIA PER IL PREZZO MEDIO UNITARIO PIÙ BASSO (5,32€) CHE PER LE SUE IMPORTANTI PERFORMANCE DI CRESCITA A DOPPIA CIFRA A VALORE (16,1%) E A VOLUME (21,1%). L'AREA 4, INOLTRE, IN TERMINI DI NUMERO MEDIO DI REFERENZE DETIENE IL PRIMATO, GRAZIE A UN + 34% RISPETTO ALLA MEDIA DEL TOTALE ITALIA. L'ANDAMENTO DELLE AREE SI RIFLETTE A LIVELLO DI CANALI: SI PUÒ AFFERMARE CHE I COSMETICI SFUSI SONO UN PRODOTTO TIPICAMENTE DA SPECIALISTI DRUG, CHE SVILUPPANO CIRCA L'80% DELLA CATEGORIA, ANCHE SE CHIUDONO L'ANNO TERMINANTE A FEBBRAIO CON UNA LIEVE PERDITA A VOLUME PARI A -0,8%. A VALORE, D'ALTRA PARTE, LE PERFORMANCE SONO POSITIVE (+1,4%), COMPENSATE DA UN AUMENTO DEL PREZZO MEDIO PARI AL 2,3%. NEGLI ALTRI CANALI DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA, LE QUOTE RESTANO CONTENUTE E NON SI OSSERVANO IMPORTANTI DINAMICHE NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO.

A cura di Barbara Salvagno

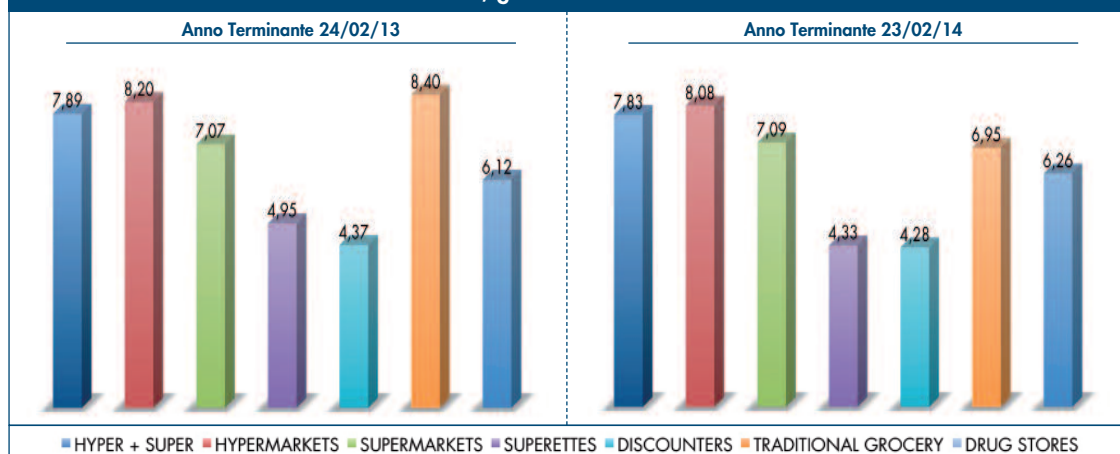
SPECIALE COSMETICI SFUSI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



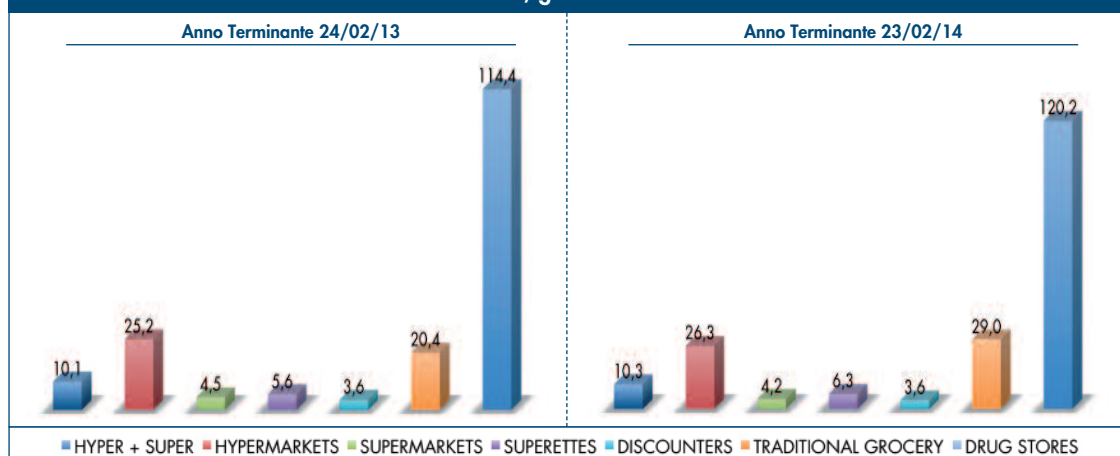
SPECIALE COSMETICI SFUSI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.



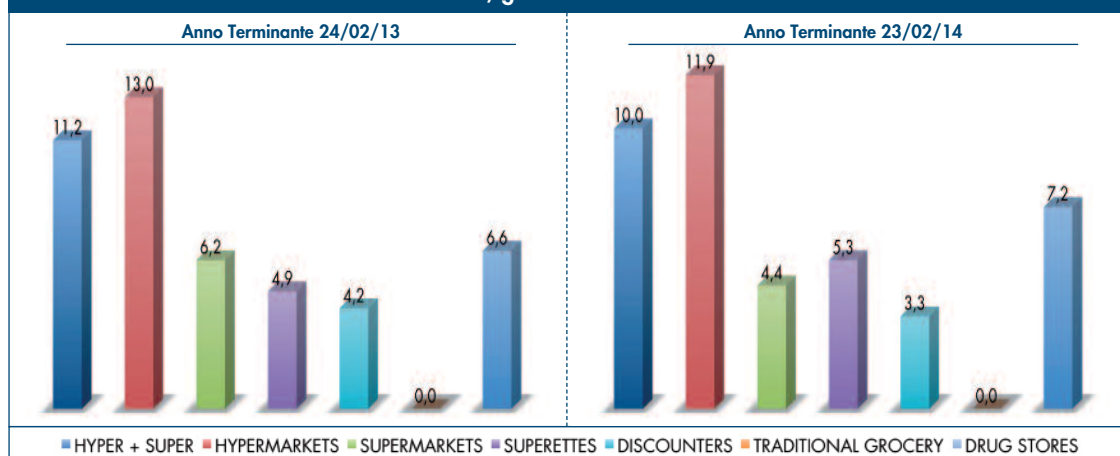
SPECIALE COSMETICI SFUSI, grafico 5-6: PREZZO MEDIO CONFEZIONE



SPECIALE COSMETICI SFUSI, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



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


SPECIALE COSMETICI
SFUSI E BLISTERATI

Mentre i Cosmetici sfusi crescono, sia a volume che a valore, i blisterati mostrano un calo a doppia cifra

I cosmetici sfusi hanno risposto appieno alle aspettative del mercato contenendo al massimo l'incremento dei prezzi e, di contro, sapendo garantire un ventaglio di proposte interessanti, atte a soddisfare esigenze che hanno a che fare col glamour e quindi con la qualità della vita. Il rapporto prezzo / qualità è uno degli elementi vincenti di fondamentale importanza in momenti come questi.

Coordinamento, Gianni Cornalba

*Mentre i Cosmetici
sfusi crescono,
sia a volume
che a valore,
i blisterati
mostrano un calo
a doppia cifra*

I COSMETICI BLISTERATI CHIUDONO L'ANNO TERMINANTE A FEBBRAIO 2014 CON UN ANDAMENTO FORTEMENTE NEGATIVO E GENERALIZZATO A TUTTE LE AREE E A TUTTI I CANALI.

I TREND SONO A DOPPIA CIFRA: A TOTALE ITALIA SI TRATTA DI PERDITE PARI AL 13,2% A VOLUME E AL 15,6% A VALORE.

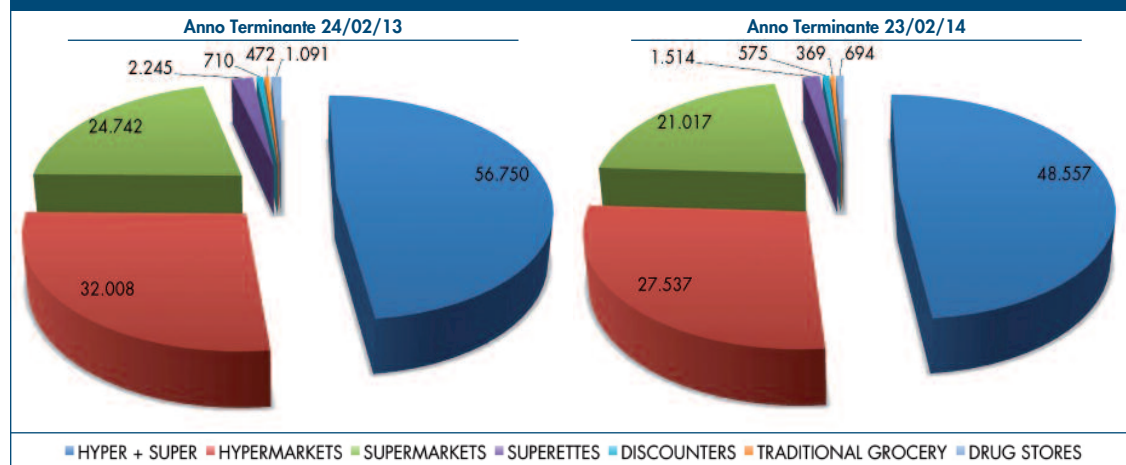
QUESTO FENOMENO COINVOLGE PRINCIPALMENTE LA PARTE ALTA DELLA DISTRIBUZIONE, POICHÉ LE VENDITE DEI BLISTERATI SONO SOPRATTUTTO CONCENTRATE NEGLI IPERMERCATI E NEI SUPERMERCATI. IL MOTIVO DI QUESTA CONTRAZIONE NON È SICURAMENTE DA RICERCARE NEL PREZZO UNITARIO, CHE È IN RIBASSO IN TUTTE LE AREE E IN TUTTI I CANALI (A ECCEZIONE DEGLI SPECIALISTI DRUG, IN CUI PERÒ IL POSIZIONAMENTO È SOTTO MEDIA: 4,23€ VS 7,80€).

PIUTTOSTO, TALE DINAMICA SEMBREREBBE RIENTRARE IN UN DISCORSO PIÙ GENERALE LEGATO AL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE, CHE SEMPRE PIÙ SCEGLIE IN MANIERA CONSAPEVOLE COSA ACQUISTARE:

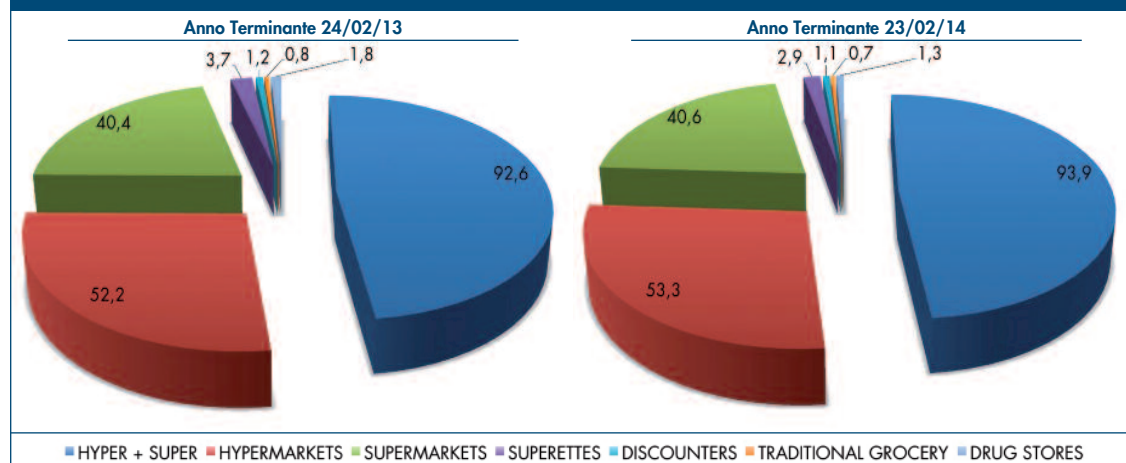
IL PREZZO DEI COSMETICI BLISTERATI SUPERA DI 1,35€ QUELLO DEGLI SFUSI E LA COMODITÀ DI POTER EFFETTUARE L'ACQUISTO DEI COSMETICI IN UN'UNICO SHOPPING TRIP, NELL'IPER O SUPER ABITUALE, NON COMPENSA LA MAGGIORE SPESA DA AFFRONTARE PER LA CATEGORIA.

A cura di Barbara Salvagno

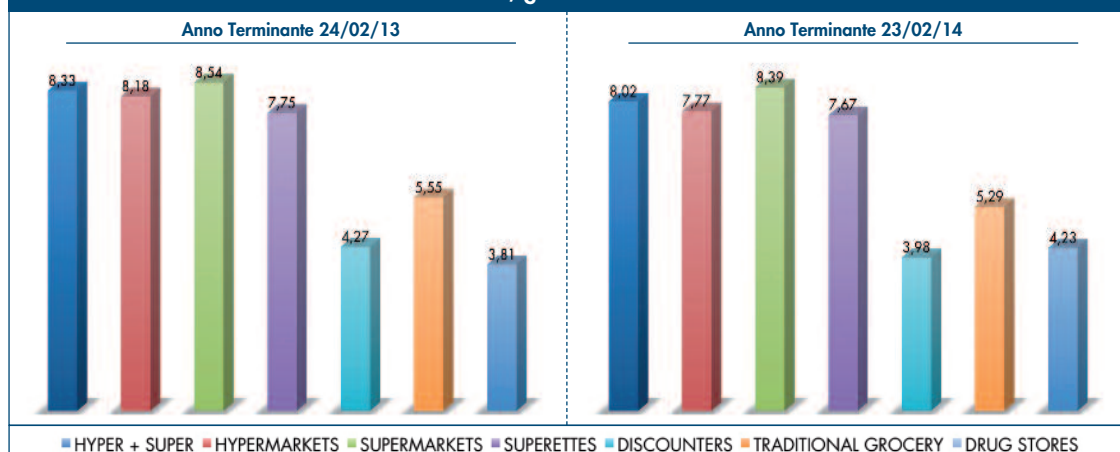
SPECIALE COSMETICI BLISTERATI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



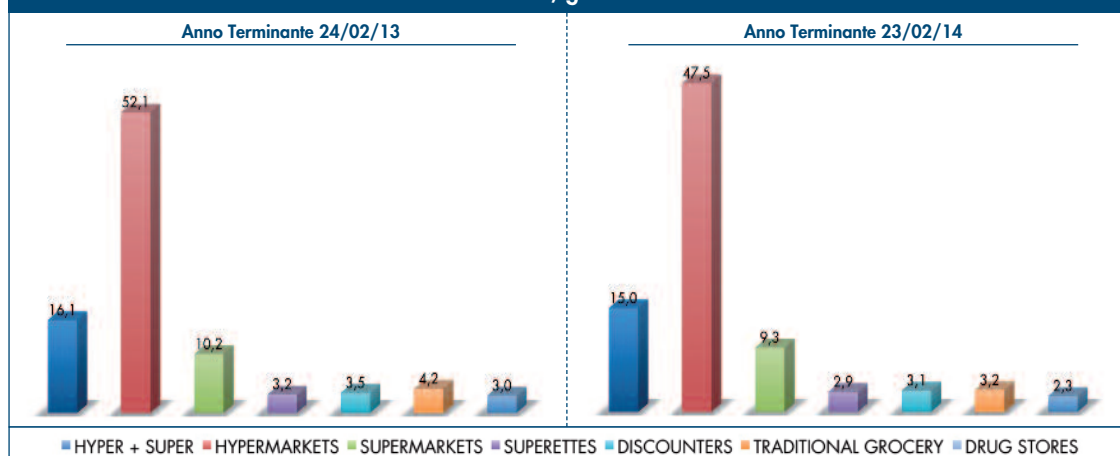
SPECIALE COSMETICI BLISTERATI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.



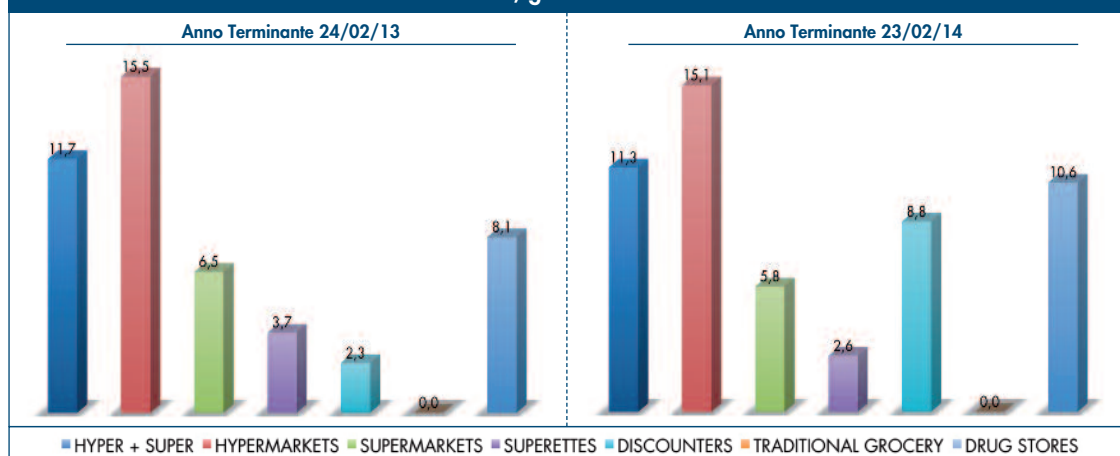
SPECIALE COSMETICI BLISTERATI, grafico 5-6: PREZZO MEDIO CONFEZIONE



SPECIALE COSMETICI BLISTERATI, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



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


SPECIALE COSMETICI
SFUSI E BLISTERATI

Mentre i Cosmetici sfusi crescono, sia a volume che a valore, i blisterati mostrano un calo a doppia cifra

I cosmetici blisterati stanno affrontando due difficoltà: da un lato un prezzo non più ritenuto in linea con le mutate esigenze di un pubblico allargato, dall'altro una ridotta ampiezza di offerta che in un mercato qual è quello dei cosmetici può essere considerato un limite pregiudizievole al mantenimento delle quote.

Coordinamento, Gianni Cornalba

MYMASK BY BOUTY: ECCO LA SPA IDEALE PER LE TUE CLIENTI

Una scelta facilitata a scaffale grazie agli espositori esclusivi

UNA BELLA NOVITÀ!

MyMask è una nuova
e completa linea
di maschere per il viso,
ricche di vitamine
e acidi naturali della frutta,
accuratamente 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 già a scaffale, di sicuro richiamo per le 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 delle tue clienti con le nuove maschere MyMask, veri trattamenti di bellezza dai risultati sorprendenti, facili da applicare in piena comodità, sicurezza 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 dell'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.



SPECIALE PER LE TUE CLIENTI!
OFFERTA LANCIO
2 CONFEZIONI MONODOSE
1 IN OMAGGIO



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





**SPECIALE ASSORBENTI
IGIENICI ESTERNI**

*Calo generalizzato
a valore seppur
in presenza di un
prezzo medio
aumentato
di circa 1,2%*

*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

**L'Area 4 mostra una netta
controtendenza approfittando
anche della maggior presenza
del canale SS Drug,
partner prezioso per la categoria
che ha così meglio soddisfatto
le esigenze dei consumatori.**

*Calo generalizzato
a valore seppur
in presenza di un
prezzo medio
aumentato
di circa 1,2%*



IL MERCATO DEGLI ASSORBENTI ESTERNI A FINE 2013 FA REGISTRARE
UNA FLESSIONE DEL -1,1% A VALORE,
PARI AD UN CALO DEI VOLUMI DI CIRCA 28 MIO. DI PEZZI.

IN QUESTO CONTESTO SI REGISTRA UN AUMENTO DEL PREZZO MEDIO DI CIRCA 1,2%,
DERIVANTE DA UNA DIMINUIZIONE DELLE PROMOZIONI SOPRATTUTTO DELLA PRIVATE LABEL.

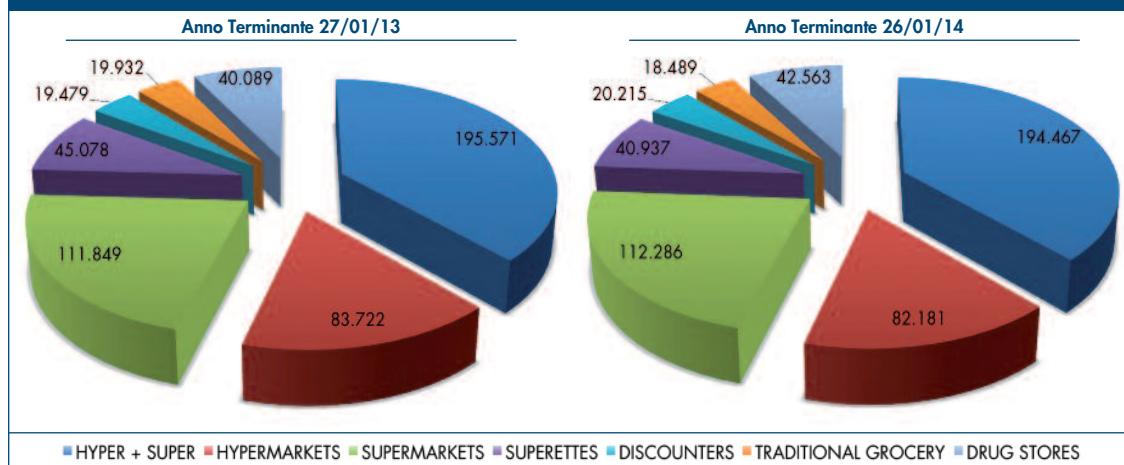
PER QUANTO RIGUARDA LE AREE DEL TERRITORIO ITALIANO, LA FLESSIONE RISULTA ESSERE GENERALIZZATA,
A ECCEZIONE DELL'AREA 4 CHE FA REGISTRARE UN +1,3.

L'AREA 4 BENEFICIA ANCHE DI UNA MAGGIORE PRESENZA SUL TERRITORIO DEL CANALE SSDRUG
CHE SI CONFERMA UN OTTIMO PARTNER PER GLI ATTORI DELLA CATEGORIA:
IL CANALE HA FATTO REGISTRARE UN TREND A VOLUME DEL +5,7%,
SFRUTTANDO UN AUMENTO DEL REFERENZIAMENTO +6%
E CONTENENDO LA PRESSIONE PROMOZIONALE
(-0,4 PTI VS IL PERIODO CORRISPONDENTE).

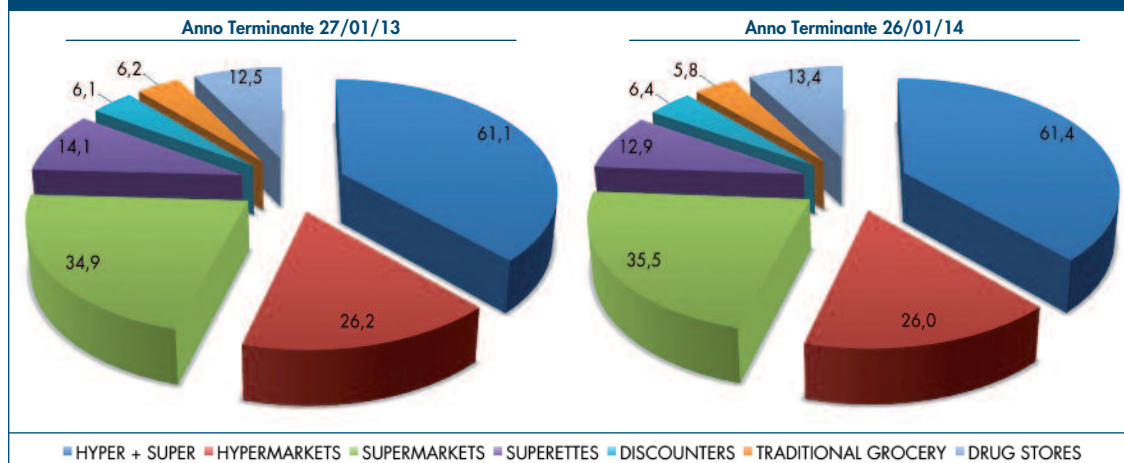


A cura di Alberto Bucciarelli

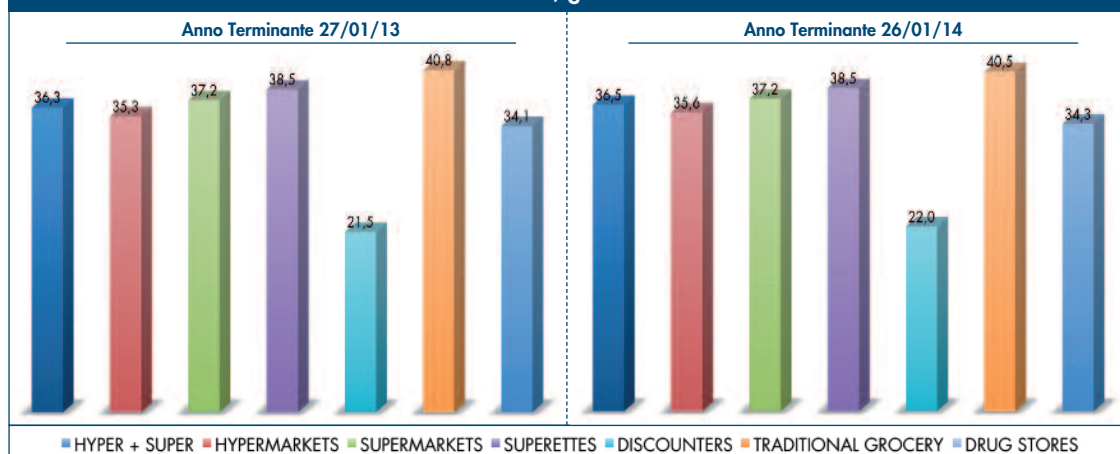
SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.



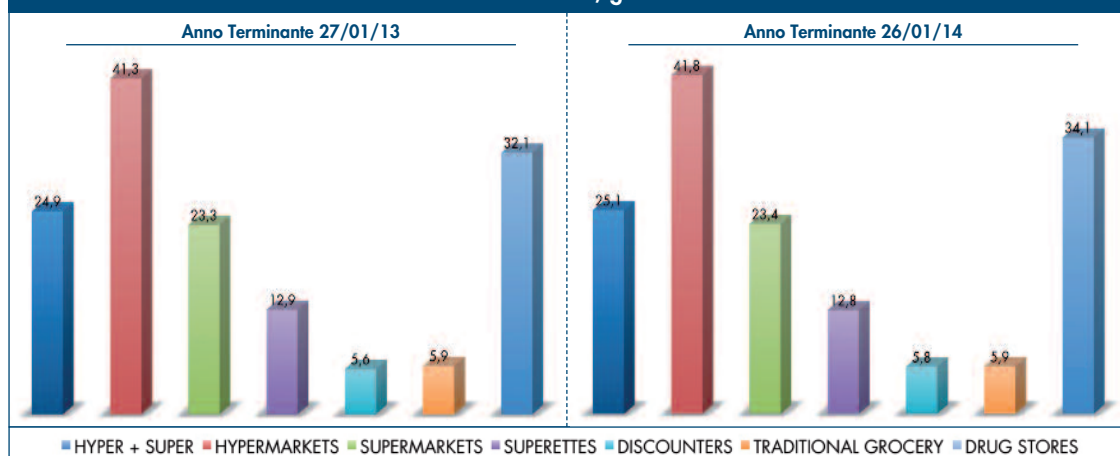
SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI, grafico 5-6: PREZZO MEDIO CONFEZIONE



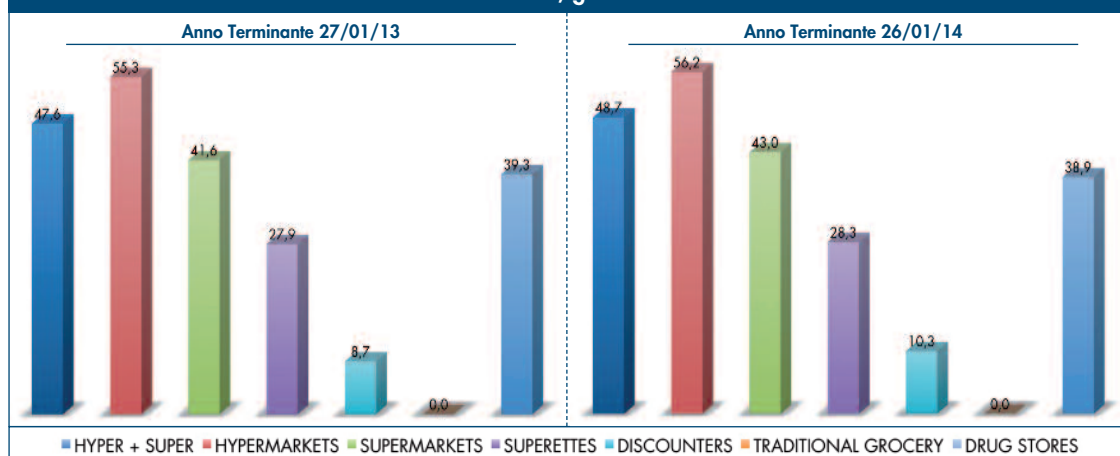
SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI

Calo generalizzato a valore seppur in presenza di un prezzo medio aumentato di circa 1,2%

SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI, grafico 7-8: N° MEDIO REFERENZE



SPECIALE ASSORBENTI IGIENICI ESTERNI, grafico 9-10: INT. IDX. ANYPROMO VOL.



Ventotto milioni di pezzi in meno venduti in un anno sono un dato molto rilevante, ma la categoria, di importanza primaria evidenzia il suo stato di salute con la completa salvaguardia del suo numero di referenze, particolarmente elevato negli Iper (come c'era da attendersi), ma anche negli SS Drug.

Coordinamento, Gianni Cornalba

OMIA PROMUOVE LA CAMPAGNA SOLE SICURO PER UNA CORRETTA ESPOSIZIONE AI RAGGI SOLARI

In collaborazione con AIDECO, tutti i consigli per proteggere la pelle ed ottenere un'abbronzatura sana e bella

Online sul portale informativo **solesicuro.it**: tutti i consigli degli esperti per educare alla prevenzione dai danni da foto-esposizione e alla protezione della pelle, attraverso il corretto utilizzo di prodotti specifici.

No ai rischi, sì ai benefici del sole.
L'estate è già iniziata e con l'allungarsi delle giornate l'esposizione ai raggi solari diventa sempre più intensa. Per educare alla **prevenzione** dai danni da foto-esposizione e alla protezione della pelle, attraverso il corretto utilizzo di prodotti specifici, nasce **Sole Sicuro**, la campagna di sensibilizzazione ideata da OMIA e AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia).

I dati statistici di cliniche dermatologiche e pronto soccorso dimostrano che **NON c'è** educazione e consapevolezza nella popolazione circa l'importanza di un'esposizione protetta e coscienziosa ai raggi solari. Obiettivo principale della campagna Sole Sicuro è quello di informare sui temi della corretta protezione dai raggi solari e sugli eventuali rischi e benefici dell'esposizione al sole. Altro tema importante è quello della tutela dell'ambiente e quindi quello della produzione di solari ecocompatibili.

Sul portale informativo **solesicuro.it** tutti i consigli degli esperti per un'abbronzatura bella e consapevole. **Per prendere solo il meglio dei raggi solari, i dermatologi AIDECO** informano su rischi e benefici dell'esposizione. Se preso con moderazione e in modo saggio, il sole ha infatti **effetti positivi** sul fisico e sull'umore: ad esempio stimola l'organismo a produrre vitamina D, utile nel fissaggio del calcio nelle ossa, rafforzandole e prevenendo così malattie quali osteoporosi e rachitismo. È bene però ricordare che un'esposizione non corretta, eccessiva e prolungata ai raggi UVA e UVB è in grado di causare l'**insorgenza di reazioni dannose** per la nostra pelle come eritemi, reazioni allergiche, inestetismi cutanei, melanoma e altri tumori cutanei.



OMIA
LABORATOIRES

OMIA-LABORATOIRES

Linea Erboristica

M.G.A. Cosmetici

Via Cerciabella, 3

04012 Cisterna di Latina (LT)

T. +39-06.96.81.038

Numero verde 800.900.360

info@mgacosmetici.com

www.mgacosmetici.it

Il **Prof. Leonardo Celleno**, Presidente AIDECO, evidenzia l'importanza della scelta della giusta protezione in base all'individuazione del proprio fototipo: *"L'esposizione al sole comporta innegabilmente "effetti benefici" per l'essere umano ma, purtroppo, per la pelle implica una serie di "effetti negativi" soprattutto la foto-esposizione è intensa, prolungata e scorretta (nelle ore centrali della giornata, senza alcuna foto-protezione o con filtri e schermi solari con fattore di protezione insufficiente), in breve... non consapevole e non controllata. I danni da foto-esposizione possono essere acuti (eritema, scottature) e cronici. Questi ultimi sono ben più pericolosi ed è quindi molto importante conoscerli bene, per prevenirli ed evitarli in modo efficace".*



Alcuni tipi di pelle, più scure e resistenti, riescono a resistere meglio agli attacchi della radiazione solare, altre invece più chiare e reattive devono evitare il più possibile il rischio da esposizione al sole. **Sole Sicuro propone un simpatico Test per determinare con accuratezza il proprio fototipo** e scegliere quindi la protezione solare più adatta. Una volta identificato il proprio fototipo, si può partire alla ricerca del giusto prodotto di protezione solare, tenendo presente che non è accettabile il concetto di "protezione totale" o "100% protetti dal sole", perché non vero e non ancora attuabile dal punto di vista tecnico. Si può scegliere di attuare una protezione bassa, media, alta o molto alta, ovviamente da selezionare in base al fototipo ed alle modalità di esposizione al sole.

La campagna di sensibilizzazione e comunicazione Sole Sicuro è divulgata da OMIA e da AIDECO attraverso materiale informativo disponibile presso le cliniche dermatologiche, in store e **sul portale solesicuro.it**. Non solo fototipo. È importante conoscere e valutare anche il proprio **rapporto con il sole, prenderne consapevolezza e modificare le abitudini errate**. Per garantire una protezione sicura per la salute della pelle e rispettosa dell'ambiente, dalla ricerca dei **Laboratori OMIA nasce la linea EcoBioSun**, che comprende protezioni e coadiuvanti solari eco biologici **non testati sugli animali, certificati da ICEA e approvati dai dermatologi AIDECO**.



Se l'impatto ambientale è importante nella vita di tutti i giorni, lo è a maggior ragione quando ci si tuffa nel mare: i solari eco bio certificati si caratterizzano proprio per scelte di ingredienti al minimo impatto ambientale, come prescritto dallo standard, minimizzando il rilascio in mare di sostanze chimiche, difficilmente biodegradabili e potenzialmente tossiche per l'ecosistema marino. Nel portale informativo ampio spazio a temi relativi a dermatologia, cosmetologia e cosmesi biologica con interventi e risposte di esperti di AIDECO (Associazione Italiana di Dermatologia e Cosmetologia), ICEA (Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale) e LAV (Lega Anti Vivisezione).

Tutti i prodotti della linea EcoBioSun contengono **Olio di Argan biologico da commercio equo e solidale**. Per approfondire il tema, sul portale solesicuro.it c'è una sezione dedicata alla partnership con la **cooperativa Olvea Marocco**, unico fornitore di OMIA di Olio di Argan, che oltre ad essere bio, finanzia anche progetti per il sociale. Ogni prodotto OMIA con olio di Argan contribuisce infatti 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.

È infine importante ricordare che, per un'abbronzatura bella e consapevole, **non basta solo la giusta protezione solare, bisogna saperla utilizzare:** i dermatologi ed i cosmetologi AIDECO approfondiscono ampiamente sul portale i temi dell'esposizione della pelle ai raggi solari, dell'utilizzo dei prodotti di protezione con consigli utili in base allo stile di vita. Per tutti i dubbi aggiuntivi è **possibile contattare gli esperti, inviando una mail a consigli@solesicuro.it**. AIDECO e OMIA, per ampliare la campagna educativa, vogliono rivolgere la propria attenzione alle **Scuole, dove saranno organizzati incontri con ragazzi ed insegnanti per focalizzare, in modo semplice e chiaro, gli obiettivi primari della prevenzione consapevole dei danni cutanei foto-indotti**. A tale scopo AIDECO avvierà la procedura per l'ottenimento di Patrocinio presso il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, per poter impostare insieme la **campagna "Sole Sicuro" nelle scuole delle più importanti città italiane**.

CARATTERISTICHE FORMULATIVE	SOLARE TRADIZIONALE	OMIA LABORATORI bioSun	VANTAGGIO PER IL CONSUMATORE OMIA LABORATORI
Filtro solare utilizzato	Prevalenza di filtri chimici, raramente schermi fisici	SOLO SCHERMI SOLARI FISICI	Ridotto rischio di allergie. Aiuto nella prevenzione del danno da radicali liberi.
Certificazione Biologica	Non conforme	Conforme allo standard eco-bio cosmesi	Ingredienti naturali e biologici. Aiuto dalla natura per la pelle stressata dal sole.
Test metalli pesanti Nichel, Cromo e Cobalto	A volte viene eseguito, ma non è frequente	Garantito su ogni lotto di produzione valori < di 1 ppm	Concentrazioni di metalli pesanti sotto la soglia minima di sicurezza favoriscono un'elevata tollerabilità cutanea.
Conservanti	Spesso presenti	Non presenti nelle protezioni solari, stabilizzate con Vitamina E	La pelle esposta al sole è più sensibile, l'assenza di conservanti favorisce un'elevata tollerabilità.

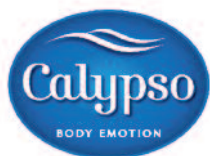
LE SPUGNE CORPO REGINE DEL MERCATO SONO CALYPSO

Calypso Relax e Calypso Massage detengono lo scettro di regine delle spugne corpo grazie alle performance* più alte del mercato.



Sono le continue innovazioni che fanno di Calypso una marca in costante evoluzione, al passo coi tempi e sempre moderna, grazie al supporto e all'expertise di Spontex nella lavorazione della cellulosa. Particolarmente sensibile alle esigenze del consumatore moderno, sempre più attento e consapevole nelle scelte, Calypso si prende cura della pelle sotto la doccia con una linea completa di spugne interamente dedicata al benessere del corpo. Il consumatore può scegliere tra diversi tipi che si differenziano per dimensioni

e sensazioni che sono in grado di regalare. In particolar modo le spugne Relax e Massage vantano la migliore performance in tutti gli indicatori chiave: prime per vendite a valore con un fatturato pari al 18% del totale del mercato spugne corpo (3.2 milioni di Euro*); sono le spugne più distribuite* nei punti vendita del trade italiano; infine sono le spugne più amate dal consumatore italiano come dimostrano le rotazioni a valore*, che registrano rispettivamente un +74% e un +23% rispetto al primo competitor diretto.



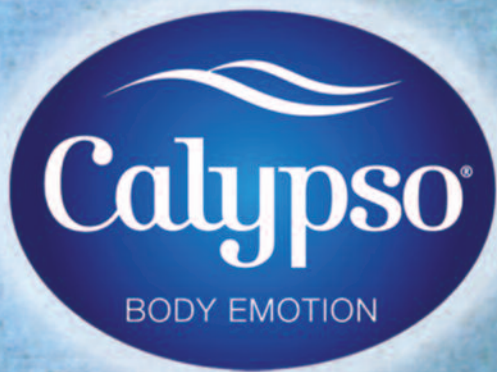
MAPA SPONTEX ITALIA spa
Società controllata da Jarden
Corporation (NYSE: JAH)
Via S.G. Bosco, 24
20010 Pogliano Milanese (MI)
T. +39-02.934.741.11
F. +39-02.934.741.74
www.spontex.it

CALYPSO PRESENTA BEAUTY BRUSH, L'ACCESSORIO ELETTRICO DI BELLEZZA

È possibile prendersi cura della pelle del viso e del corpo non solo con le creme di bellezza? Da oggi si può con **Calypso Beauty Brush**, l'accessorio elettrico di bellezza per una pelle da sogno. Grazie alle quattro diverse testine intercambiabili, è un accessorio completo che può essere utilizzato in ogni momento della giornata e perfino sotto la doccia perché resistente all'acqua. Si inizia con la **morbida spugna** per detergere il viso, perfetta per rimuovere il trucco della giornata; si passa poi alla **testina piccola con setole delicate**: per un'azione intensa la si può utilizzare con un gel per lo scrub e successivamente è ideale per massaggiare il viso mentre si stende la crema idratante. Lo stesso trattamento di bellezza può essere dedicato al corpo con la **testina grande a setole morbide**, anche durante il momento del bagno o della doccia. Infine, una chicca per non tralasciare i piedi o le parti del corpo che necessitano di un'azione più decisa: Calypso Beauty Brush ha anche una comoda testina in **pietra pomice**. Efficiente e "Time Saving", l'azione meccanica delle testine consente di rinforzare i benefici cosmetici dei prodotti di bellezza usati abitualmente, senza nessuno sforzo.



* Fonte: Nielsen maggio 2014 - vendite a valore, distribuzione ponderata e vendite a valore per punto di ponderata - I+S+LS+SSSD



dreamtimecommunication.it

Riscopri la tua bellezza.



Ritrova la naturale bellezza della tua pelle con un capolavoro di spugna. **Concediti tempo e prenditi cura** del tuo corpo scegliendo la spugna più adatta a te nella gamma Calypso.

www.spontex.it

CONVERTING: DALLA NATURA LE FORMULE VINCENTI

Per la cura della pelle e della bocca è la natura che ci offre le soluzioni

La linea Sensuré detergenti liquidi ha innovative formule ipoirritanti, dermocompatibili e naturali al 98% con tensioattivi di origine naturale sono idonee a tutti i soggetti con pelli sensibili, pelli con problemi dermatici vari e per i bambini, e dunque per tutti.

Tutte le formulazioni sono prive di laurilsolfati (SLES, SLS), PEG e Paraben.

Questa linea è certificata ICEA-Cosmesi Naturale.

Prodotti bagno e doccia schiuma della linea Sensuré sono stati sottoposti a studi clinici approfonditi, presso l'istituto dermatologico San Gallicano di Roma, su pazienti con problemi dermatici vari, come psoriasi e dermatite atopica, che hanno confermato l'azione idratante e lenitiva che questi hanno sulla pelle sensibile.

BAGNO E DOCCIA SCHIUMA DISPONIBILI IN TRE VARIANTI:

Nutriente - Una fragranza dolce e tenera di Latte & Miele. Dona immediato comfort anche alle pelli più esigenti e delicate. Ideale per coccolare tutta la famiglia, grazie al Latte e alle Proteine del Grano e dell'Avena dall'effetto nutriente, idratante e lenitivo.

Tonificante - Una leggera ed avvolgente fragranza di Muschio Bianco.

Aiuta a rinnovare le cellule della pelle, offrendo loro tonicità ed elasticità.

Ideale per pelli secche e stanche, con estratti di Giglio Bianco dall'effetto lenitivo, ristrutturante e revitalizzante.

Rigenerante - Un vero elisir di bellezza grazie alle conosciute proprietà di Aloe Vera. Regala una piacevole sensazione di benessere e combatte i segni del tempo. Con Aloe Vera dall'effetto rigenerante, idratante e ristrutturante.

gsCONVERTING
A FAMILY COMPANY

CONVERTING WET WIPES srl

Via delle Industrie, 15

20070 Dresano (MI)

T. +39-02.982.740.43/74

F. +39-02.982.747.33

info@gsconverting.com

www.gsconverting.com





SENSURÉ DETERGENTE INTIMO

Detergente Intimo Lenitivo, Riequilibrante e Delicato a base di attivi probiotici naturali per proteggere l'equilibrio delle parti intime. Con estratti di timo, malva e rosmarino che contribuiscono ad eliminare i micro-organismi causa del cattivo odore. Per una pulizia delicata e una freschezza che dura tutto il giorno. Dermatologicamente e clinicamente testato in collaborazione con l'Università di Pavia. Nickel tested pH5.



DENTAMENTIN DEDICATO ALL'ORAL CARE BASATO SU FORMULE NATURALI

Converting entra nel mondo dell'Oral Care con un nuovo marchio Dentamentin, offrendo una linea di collutori e dentifrici con formule innovative e soprattutto delicate, senza SLES, SLS, PEG e Parabeni, per assicurare una pulizia profonda e una protezione completa del cavo orale. Dentifricio e Collutorio sono proposti in due versioni: Sensitive, studiato per prevenire fenomeni di sensibilizzazione dovuti a denti e gengive sensibili; Antiplaque, con principi attivi che agiscono in sinergia, rallentando la formazione della placca. I dentifrici inoltre sono privi di schiumogeni aggressivi mentre i collutori sono senza alcool, proteggono e rinforzano lo smalto e i denti, e donano un alito fresco e profumato.

NUOVI DENTIFRICI SOFT & SENSITIVE: ALTA QUALITÀ A PREZZO CONTENUTO

Converting propone anche i nuovi dentifrici Soft & Sensitive di ottima qualità a prezzi contenuti, disponibili in 3 varianti per offrire a tutti la possibilità di un trattamento personalizzato e su misura. **Soft & Sensitive Whitening Effect dentifricio** ad azione sbiancante grazie al sodio bicarbonato, agente sbiancante naturale, delicato sullo smalto. Rinforza lo smalto dei denti e previene la formazione della carie aiutando ad ottenere un sorriso più bianco e alito fresco più a lungo. **Soft & Sensitive Total Protection dentifricio** offre protezione completa grazie a tre ingredienti specifici: fluoro, potassio e triclosan che reagiscono insieme producendo una tripla azione: anti-carie, anti-tartaro e anti-placca.

SHAMPOO NUTRIENTE E RIPARATORE

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.



SAPONE LIQUIDO IDRATANTE PER VISO E MANI

Sapone liquido Idratante per Viso e Mani dermatologicamente testato, adatto per le pelli più sensibili, secche e irritate. La presenza dell'Olio di Mandorle dolci svolge una importante funzione nutriente e lenitiva, mentre le Proteine dell'Avena garantiscono un'azione detergente delicata.



Rinforza lo smalto dei denti aiutando ad ottenere una bocca più sana e alito fresco più a lungo. **Soft & Sensitive Natural Effect dentifricio** a base di ingredienti di origine naturale senza coloranti, Peg, SLS e Parabeni, offre una pulizia delicata del cavo orale e, grazie al Calcio Carbonato, favorisce la rimozione della placca dentale. Rinforza lo smalto dei denti aiutando ad ottenere una sensazione più naturale e alito fresco più a lungo.



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

studiopiu



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

DEODORANTI: PER SAPERNE DI PIÙ



COMPOSIZIONE E MECCANISMO DI AZIONE

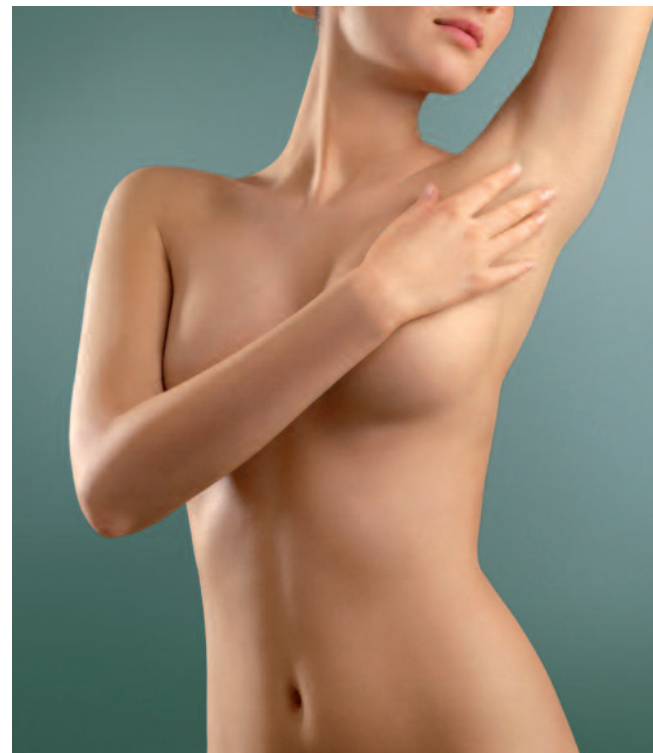
Il meccanismo di funzionamento dei deodoranti è vario: a composti profumati vengono aggiunti composti inibenti o tossici per la flora **batterica cutanea**. Spesso inoltre sono presenti composti con proprietà antitraspiranti, ovvero che diminuiscono la **sudorazione**. Uno di questi composti antitraspiranti è il **cloridrato di alluminio**, per il quale sono stati ipotizzati una tossicità ed un potere cancerogeno.

Generalmente i deodoranti sono a base **alcolica**, in quanto l'alcool è in grado di inibire efficacemente la crescita batterica. La presenza di alcool rende alcuni deodoranti infiammabili in determinate condizioni.

Tuttavia esistono anche deodoranti senza alcool, soprattutto per evitare infiammazioni della cute ad esso associate. Altri composti più specificatamente antimicrobici presenti nei deodoranti commerciali sono per esempio il **triclosano** o **composti chelanti**.

L'**allume di rocca** è una sostanza deodorante con potente antisettico e antimicrobico, privo di alcol o composti sintetici. Analoghe funzioni sono svolte dalle creme a base di **bicarbonato di sodio**, **vaselina** e **borotalco**.

Un **deodorante** è una preparazione cosmetica che ha lo scopo di evitare la formazione di sgradevoli **odori corporei**. Viene applicato normalmente all'**ascella**, ma ce ne sono alcuni applicabili anche ai piedi. Il **sudore** umano è all'origine inodore, ma rappresenta un ottimo luogo per la propagazione di batteri, che si rendono responsabili del cosiddetto odore di sudore. Tale odore è considerato negativamente in molte culture, di conseguenza, comune è l'uso di deodoranti che, associati ad una regolare igiene corporea, e ad altri metodi che hanno lo scopo di ridurre la formazione dell'odore, quale la **depilazione**, permettono di limitare l'impatto sociale del problema.





STORIA

L'idea di prevenire odori corporei sgradevoli è antica. Nell'**antico Egitto** si usavano bagni di **profumo**, la **depilazione** e il massaggio con oli profumati e infine l'uso di **allume** come deodorante. L'uso dell'allume era diffuso anche nella **Cina** antica. Il metodo tuttavia più comune nell'antichità per combattere i cattivi odori corporei era l'uso di pesanti oli profumati. Nel **XVIII secolo** si ebbero passi in avanti verso l'invenzione dei deodoranti: si scoprì che le ghiandole sudoripare producevano il sudore e si notò che batteri erano responsabili dell'odore associato. Sapendo che la crescita batterica necessitava di **umidità** e **calore**, si cercarono composti che diminuissero l'umidità o che agissero direttamente sui batteri, inibendone la crescita. Nel **XIX secolo** vennero utilizzate tinte di **ammoniaca**, che però causavano infiammazioni cutanee. Il primo deodorante commerciale, **Mum**, a base di **zinco**, è stato introdotto alla fine del **XIX secolo** a **Filadelfia negli Stati Uniti**. Il nome dello scopritore del Mum è sconosciuto, visto che egli si affidò per la commercializzazione prima alla sua balia, poi a partire dal **1931** alla ditta Bristol Myers, rimanendo anonimo.

È tuttora in uso nel **Regno Unito**. Il **deodorante a sfera** è stato invece inventato da **Helen Barnett Diserens**, alla fine degli anni **1940**, ispirandosi alla penna a sfera. Nello stesso periodo si iniziò ad usare il **cloruro di alluminio**, che in forma chimicamente differente viene utilizzato tuttora. Nel **1965** vennero invece inventati i deodoranti **spray**, che spesso però contenevano composti innocui per l'uomo, ma con effetti negativi sull'**ozonofera**, come i **CFC**; queste sostanze sono state bandite all'inizio del nuovo millennio.

SICUREZZA

Per uno dei composti presenti in molti deodoranti come antitrasspirante, il **cloridrato di alluminio**, sono stati ipotizzati una tossicità ed un potere cancerogeno, specificatamente per alcune tipologie di **cancro al seno**. L'alluminio infatti è tossico nei confronti del **DNA**; i sali di cloruro e cloridrato di alluminio potrebbero interagire con i recettori degli **estrogeni nelle cellule mammarie** regolando l'espressione di alcuni geni. Gli studi clinici effettuati finora, tuttavia, non hanno evidenziato alcuna significativa correlazione tra uso di deodoranti o antitrasspiranti e cancro della mammella.

ALLUME DI POTASSIO

Il **solfato doppio di alluminio e potassio dodecaidrato** o **potassio-allume** più noto come **allume di potassio** e **allume di rocca** è un sale misto di **alluminio** e **potassio dell'acido solforico** e a temperatura ambiente si presenta come un solido incolore ed inodore. Sin dall'antichità era usato in numerose attività produttive e in vari settori. Nelle **industrie tessili** era usato come fissante per colori, il suo uso era quindi basilare nella **tintura della lana**, nella realizzazione delle **miniature su pergamena** e nella **concia delle pelli**. Serviva poi alla produzione del **vetro** ed in **medicina** era usato come **emostatico**.

Nel **Medioevo** era un prodotto di importanza strategica, di cui la **Repubblica di Genova** possedeva il monopolio grazie alla colonia di **Foceia in Anatolia** che disponeva di grandi riserve minerarie di questo prodotto, che veniva esportato principalmente nelle **Fiandre** e a **Firenze** per la lavorazione dei tessuti. La produzione dell'allume avveniva per arroventamento e successiva dissoluzione in acqua dell'**alunite**, un solfato basico di potassio ed alluminio che si trova in natura. Attualmente è usato come deodorante per il corpo particolarmente economico ed efficace, nonché come rimedio contro il cattivo odore dei piedi. In Italia vi sono importanti giacimenti nei **Monti della Tolfa**, scoperti nel **1462** da **Giovanni di Castro** presso l'attuale comune di **Allumiere** e rimasti in uso con alterne vicende fino al **1941**. Altre cave di allume si trovano a **Montioni**, nei pressi di **Follonica** dove è presente anche una cava di **manganese**. Il termine "**allume**" si riferisce a solfati doppi di un metallo monovalente e di un metallo trivalente (es. l'alluminio o il cromo, suo ione vicariante) dodecaidrati. Questo è un allume potassico, da non confondere con "**cristallo di potassio**", infatti quest'ultimo in natura non esiste, il potassio in natura lo si trova solo sotto forma di **sali**.



DEODORANTI NATURALI - L'ALLUME DI POTASSIO

Cosa è?

L'allume di potassio è una pietra incolore ed inodore, che si trova in natura.

Oggi è noto anche come allume di rocca, pietra di rocca...

Dall'antichità...

Sin dall'antichità era sfruttato per le sue molteplici proprietà sia come emostatico, sia come fissante per colori nell'industria della lana e della pelle, della pergamena, nonché come elemento per la produzione del vetro.

Era ritenuto talmente prezioso che la Repubblica di Genova se ne assicurò il monopolio e fondò su di esso parte della sua gloria. Non solo, papi, arcivescovi, e sovrani riconoscevano e lodavano le qualità dell'allume di potassio.

... ad oggi!

E ancora oggi questa pietra è apprezzata come deodorante naturale, antibatterico e anallergico, economico e soprattutto efficace. Il sudore umano è all'origine inodore, ma rappresenta un ottimo luogo per la propagazione di batteri, che si rendono responsabili del cosiddetto odore di sudore. Purtroppo i deodoranti sintetici in commercio si limitano a coprire l'odore (ma è risaputo, la puzza resta)

o peggio impediscono un processo naturale come la sudorazione fisiologica, con conseguenze dannose per l'organismo. L'allume di potassio, invece, agisce sulla causa del cattivo odore, ossia l'intensa proliferazione batterica che avviene quando si suda. Infatti la componente salina di questa pietra contrasta gli acidi che si possono formare, inibendo la proliferazione di questi batteri, responsabili dei cattivi odori, lasciando tuttavia attiva la sudorazione del corpo. In sintesi suderai... senza puzzare! L'allume di rocca è completamente naturale: non contiene gas, sostanze chimiche o alcool e quindi è anche ecologico! Non solo, non unge, non appiccica e non lascia aloni sui vestiti, neppure su quelli neri. Ecco perché l'allume di potassio può essere usato contro il cattivo odore delle ascelle, dei piedi... ma anche come assorbi-odori in frigorifero.

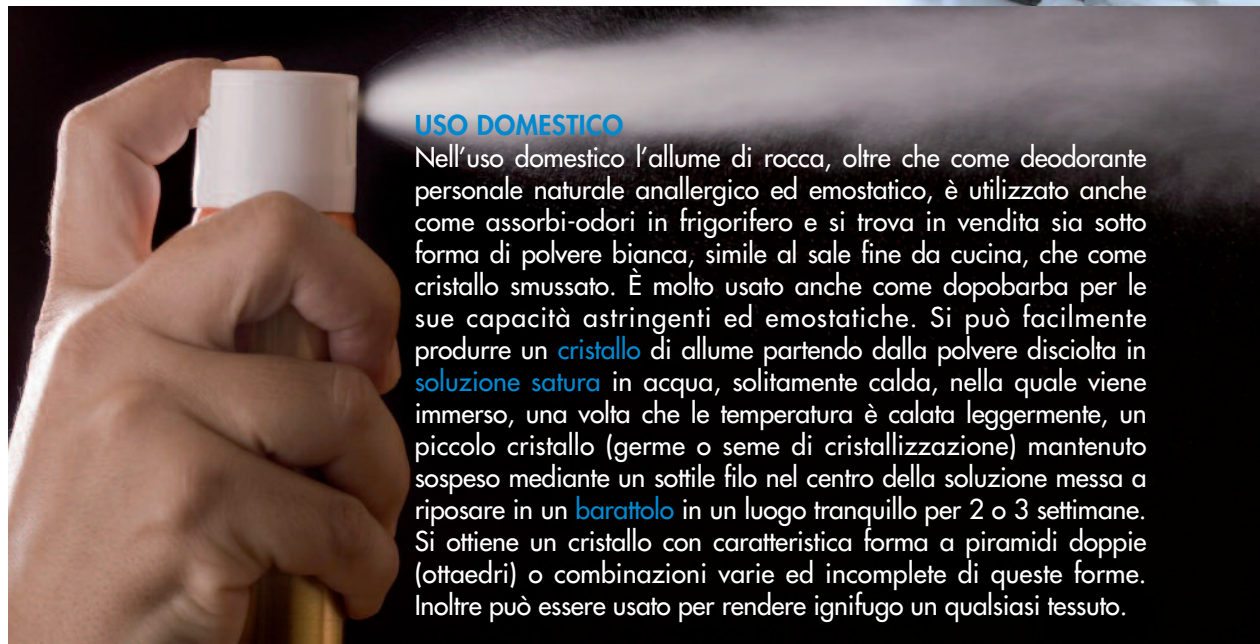
Tutto qui? No!

L'allume di rocca presenta importanti proprietà calmanti, lenitive ed emostatiche. Puoi usarlo per cicatrizzare piccole ferite dopo rasatura/depilazione, contrastare i foruncoli, far regredire più velocemente l'herpes labiale. Questa pietra allevia il prurito dovuto a punture di zanzare ed altri insetti.

Non solo lenisce irritazioni cutanee e rossori, per questo risulta molto comodo in estate, quando si è alle prese con le prime scottature. Infatti l'allume regala subito una piacevole sensazione di freschezza e in pochi giorni il bruciore sparisce completamente.

Come si usa?

È sufficiente passare l'allume di potassio dopo una doccia sul corpo bagnato, oppure bagnare la pietra e massaggiare sui punti critici della sudorazione quali ascelle, piedi, inguine: in tal modo si depositano sull'epidermide delle microparticelle saline che creano un ambiente inadatto alla formazione dei batteri, origine dei cattivi odori. A questo punto non ti resta che aspettare un paio di minuti la completa asciugatura... e visto che ci sei perché non profumare la pietra? Quando l'allume di rocca è ancora bagnato, stendi sulla superficie una goccia di olio essenziale, spalma bene e poi mettilo ad asciugare. La prossima volta che l'userai, la pietra lascerà un delizioso profumo sulla pelle, ma non dimenticare di ricaricarla ogni volta.



USO DOMESTICO

Nell'uso domestico l'allume di rocca, oltre che come deodorante personale naturale anallergico ed emostatico, è utilizzato anche come assorbi-odori in frigorifero e si trova in vendita sia sotto forma di polvere bianca, simile al sale fine da cucina, che come cristallo smussato. È molto usato anche come dopobarba per le sue capacità astringenti ed emostatiche. Si può facilmente produrre un **cristallo** di allume partendo dalla polvere disciolta in **soluzione satura** in acqua, solitamente calda, nella quale viene immerso, una volta che la temperatura è calata leggermente, un piccolo cristallo (germe o seme di cristallizzazione) mantenuto sospeso mediante un sottile filo nel centro della soluzione messa a riposare in un **barattolo** in un luogo tranquillo per 2 o 3 settimane. Si ottiene un cristallo con caratteristica forma a piramidi doppie (ottaedri) o combinazioni varie ed incomplete di queste forme. Inoltre può essere usato per rendere ignifugo un qualsiasi tessuto.

NUOVA LINEA UOMO VITALIZZANTE by Paglieri



Lo storico marchio Felce Azzurra ha rinnovato la linea uomo di doccia shampoo e deodoranti, le cui quattro differenti profumazioni U.COOL BLUE, U.DYNAMIC, U.REBEL e U.ECXITE, soddisfano le esigenze di un uomo dinamico, molto attento alla cura quotidiana del proprio corpo.

I deodoranti spray con formula antitraspirante, garantiscono protezione fino a 48 ore, senza presenza di alcool nel rispetto delle pelli più sensibili. I doccia shampoo di Felce Azzurra Uomo sono ideali per la pulizia e cura di corpo e capelli per un uso frequente. I doccia shampoo sono disponibili in quattro fragranze che rilasciano una sensazione di freschezza persistente in ogni momento della giornata.



Biopoint, un brand che stupisce e si rinnova da oltre mezzo secolo, festeggia con il concorso Vinci la Libertà e con una nuova linea di prodotti, i 60 anni di attività e premia i consumatori più affezionati con novità e sorprese.

Speedy Hair™ è il nuovo programma Biopoint Professional che fa crescere i capelli 2 volte più in fretta. L'esclusiva formulazione Speedy Hair™, arricchita con estratti vegetali e amminoacidi, agisce nella fase di crescita capillare (fase Anagen) aumentandone la velocità.

L'efficacia è scientificamente testata: dopo un mese di utilizzo del trattamento Speedy Hair™, la lunghezza della ciocca ha una crescita doppia rispetto all'utilizzo di un comune shampoo e balsamo per lo stesso periodo di tempo, ed è di circa cm. 2,68.

La linea si compone di: shampoo, maschera e spray per donare forza e vitalità al capello.



I CAPELLI CRESCONO PIÙ IN FRETTA by Biopoint Professional

DETERGENTE MANI CORPO E CAPELLI by Topogigio

Uno dei personaggi più amati dai bambini da oggi sarà con loro anche nel delicato momento del bagnetto: TOPO GIGIO - Detergente Mani Corpo e Capelli, è il prodotto ideale per trasformare in un gioco divertente e allegro il quotidiano appuntamento con i rituali del bagnetto. La sua formula ultradolce deterge i capelli e la pelle delicata dei bambini rispettando la naturale idratazione. Il Detergente Mani Corpo e Capelli TOPO GIGIO è delicato su cute e cuoio capelluto per la sicurezza delle mamme e in più è divertente per i bambini che possono lavarsi fra tanta schiuma profumata. La sua formula dermatologicamente testata è arricchita con glicerina ed estratto naturale di Camomilla dalle proprietà protettive e lenitive per detergere delicatamente, donare morbidezza alla pelle e lasciare i capelli soffici. Grazie al pratico tappo dosatore le mamme potranno utilizzarlo con una sola mano mentre il divertente pack 3D di TOPO GIGIO - Detergente Mani Corpo e Capelli farà divertire i bambini trasformando in gioco il momento del bagnetto.



BEAUTY "BENESSERE DI FRUTTA" by I Provenzali

I Summer Beauty Benessere di Frutta de I Provenzali, sono proposti in quattro differenti colori e racchiudono al loro interno 3 preziosi cosmetici della Linea Frutta de I Provenzali, prodotti naturali, profumatissimi e ricchi di principi attivi vegetali: Olio Corpo vegetale alla frutta, Sapone Extra Dolce alla frutta e Stick Labbra extra dolce alla frutta. *Quale sarà il frutto che profumerà la tua pelle durante l'estate 2014, l'estate delle #vacanzevegane?*

Per te I Provenzali ha pensato a Cocco, Uva & Mora, Pesca e Ribes Rosso. I prodotti contenuti negli speciali Summer Beauty de I Provenzali, come quasi tutto il catalogo, sono: COSMETICI NON TESTATI SUGLI ANIMALI e certificati dalla LAV (Lega Anti Vivisezione) oltretutto che essere COSMETICI VEGAN OK, formulati quindi con sole materie prime 100% VEGETALI.



LE NUOVE SALVIETTE STRUCCANTI SENSURÉ by Converting

Sensuré salviette struccanti ad azione lenitiva, sono delicatamente profumate e adatte per le pelli più sensibili. La formula è arricchita con Vitamina B5, e Bisabololo, principi attivi conosciuti per le loro proprietà lenitive e anti-irritanti. Ideali per togliere il trucco da viso, occhi e labbra in modo rapido ed efficace. Dermatologicamente testate.



Sensuré salviette struccanti ad azione purificante, sono adatte a tutti i tipi di pelle. La formula è arricchita con estratti di Achillea e di Echinacea, conosciuti per le loro proprietà purificanti e rigeneranti. Ideali per togliere il trucco da viso, occhi e labbra in modo rapido ed efficace. Dermatologicamente testate.



DEPILATISSIMA by Biofashion

Biofashion lancia la soluzione al femminile per depilare tutto il corpo con la lametta. Depilatissima è ricca di estratti naturali, piante officinali e Aloe Barbadensis, facilmente erogabile e utilizzabile in qualunque occasione, senza risciacquo. Dermatologicamente testata, permette una perfetta scorrevolezza della lametta sulla pelle lasciandola morbida e incredibilmente liscia. Testata al nickel, senza parabeni, senza coloranti, senza alcol e con profumo senza allergeni, Depilatissima è adatta ad ogni tipo di pelle ed è una vera novità cosmetica che risponde a un'esigenza di bellezza tutta femminile.

GAMBE E PIEDI by Podovis

Podovis, marchio leader nella cura e benessere di piedi e gambe, presenta il KIT ANTICALLOSITÀ, un trattamento pedicure completo specifico per risolvere efficacemente il problema delle callosità più difficili lasciando la pelle dei piedi liscia e morbida. Si compone di due prodotti:

- Fase 1, una speciale doppia lima ergonomica per rimuovere la pelle ispessita
- Fase 2, una crema anticallosità di speciale formulazione contenente urea e speciali microsfele anti-sfregamento.



Un'altra esclusiva novità sono le SOLETTE BODY BENEFIT che, grazie agli speciali supporti, migliorano la postura e favoriscono una maggiore sensazione di comfort. Sono unisex e disponibili in due misure, small (dal 36 al 40) e large (dal 41 al 45).



Per una vera e propria cura rigenerativa di capelli stressati, fragilizzati e spenti, il Fizio Shampoo OMIA all'Olio di Argan dona ai capelli morbidezza e idratazione, ristabilendo l'idroequilibrio del cuoio capelluto. La formulazione senza Sodium Laureth Solfato, SLES free e senza sale, rende il prodotto delicato sul cuoio capelluto, permettendo un utilizzo frequente ed assicurando idratazione quotidiana.

Il prodotto contiene 0% di parabeni (paraben free), 0% glicole propilenico, 0% PEG, 0% coloranti sintetici, 0% siliconi. L'Olio di Argan idrata le fibre dei capelli senza ungerli, veicolando i principi attivi per il risanamento delle chiome impoverite dai danni degli agenti atmosferici (sole, pioggia, vento, umidità), dalla messa in piega e da trattamenti chimici aggressivi.

Il prodotto è certificato eco-bio cosmesi da ICEA (Istituto di Certificazione Etica ed Ambientale) Nutriente e liscicante, il Fizio Shampoo all'olio di Argan è ideale per capelli secchi, spenti e fragili.

FISIO SHAMPOO ALL'OLIO DI ARGAN 250ML by Omia

OLIO CAPELLI ALL'OLIO DI ARGAN 100ML by Omia

L'Olio Capelli OMIA all'Olio di Argan, grazie al suo elevato contenuto in vitamine e antiossidanti, ha straordinarie virtù restitutive e riparatrici che lo rendono ideale per nutrire i capelli spenti e fragilizzati, donando alla chioma un aspetto liscio e setoso e migliorandone la luminosità. L'utilizzo accompagna il capello in più fasi: dagli impacchi prima dello shampoo per ottimizzare l'effetto rigenerativo alle applicazioni prima dell'asciugatura per proteggere i capelli dai danni indotti dal calore di phon e piastre e finissage dopo l'asciugatura per illuminare la chioma e rendere i capelli morbidi e naturalmente disciplinati. L'olio per capelli OMIA protegge la naturale vivacità del capello durante e dopo l'esposizione al sole, dalla salsedine del mare e dal cloro della piscina. Il prodotto contiene 0% di parabeni (paraben free), 0% SLES e PEG, 0% coloranti sintetici, 0% glicole propilenico. Il prodotto è certificato eco-bio cosmesi da ICEA.



Pasta del Capitano Baby e Junior, è la linea dedicata ai più piccoli per educare il bambino a una corretta igiene orale fin dai primi anni di età: si compone di 3 dentifrici, 2 spazzolini e 1 collutorio. I dentifrici e il collutorio sono a base di Sulfetol ZN, una innovativa molecola che coniuga l'attività antibatterica dello Zinco con l'attività pulente del tensioattivo ricavato dall'Olio di Cocco.

Pasta del Capitano, coniugando tradizione e innovazione, si conferma un marchio forte e rassicurante per i consumatori, diventando nel corso degli anni un punto di riferimento non solo nelle abitudini di acquisto, ma anche nell'immaginario collettivo degli italiani.

PASTA DEL CAPITANO - BABY E JUNIOR by Farmaceutici Ciccarelli



BABY CLEAN SALVIETTE UMIDIFICATE by Converting

I prodotti Baby Clean sono arricchiti con estratti naturali per detergere e prendersi cura della pelle dei più piccoli. Permettono una pulizia delicata del sederino, del viso, in particolare degli occhi e del naso, mantenendo inalterato il pH naturale della pelle grazie anche alle formulazioni senza alcool, laurilsolfati, Peg e Parabeni. Baby Clean salviette umidificate per il cambio dei pannolini aiutano a preservare l'elasticità della pelle, grazie alla provitamina B5 e mantengono la pelle idratata grazie all'Aloe vera. Baby Clean salviette Pulisci Nasino sono arricchite con Sale marino dalle proprietà anti-infiammatorie e anti-irritanti. Baby Clean salviette umidificate Pulisci Occhi sono arricchite con estratto titolato di Avena dalle proprietà lenitive e calmanti. Inoltre, la linea è completata con le salviette baby Clean Pulisci ciuccio ad azione igienizzante e con Baby Clean Coppette Assorbilatte per assicurare la massima protezione alle neomamme e per gestire al meglio il momento dell'allattamento del neonato.



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. Il mentolo presente nel VAPO PIEDI e nella POLVERE PIEDI, assicura una sensazione di freschezza oltre alla sicurezza di avere piedi profumati e asciutti. 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. Ora disponibile nell'economica confezione da 5 trattamenti.

NATURA AMICA CURA PIEDI by Zeca



*We love
the future*

DEODORANTI NATURALI: L'UNICO FUTURO POSSIBILE

Cosa significa oggi progresso? Invertire la rotta, cambiare abitudini e pensare al futuro è un dovere di tutti, a partire dalle aziende. NATURA AMICA, propone qualità, made in Italy e sostenibilità.

Dal 2011, l'azienda piacentina Zeca s.r.l ha sviluppato il marchio NATURA AMICA, una linea di deodoranti a base di Allume di Rocca.

La domanda di partenza è stata:

è possibile produrre un deodorante italiano, naturale al 100% e di alta qualità, nel rispetto della salute delle persone e dell'ambiente?

La risposta positiva è arrivata dopo una lunga ricerca sulle proprietà dei vari elementi presenti in natura, sulla loro reperibilità e sostenibilità produttiva. Da questo studio è nata l'idea di sviluppare una linea di deodoranti naturali che fosse in grado di essere competitiva sui mercati e fare concorrenza alle grandi aziende della cura del corpo. Questo sogno utopico sta diventando realtà con il marchio NATURA AMICA, sviluppato da Zeca s.r.l. grazie ad una task force creata ad hoc, formata selezionando un team giovane ed eclettico. La linea di deodoranti proposta si pone come primo obiettivo quello di non utilizzare alcun additivo o conservante chimico, garantendo comunque un'alta qualità deodorante, anti-traspirante e anti-batterica.

In natura, queste qualità sono contenute nell'Allume di Rocca (o di potassio) che, a differenza dei normali prodotti, non risolve il problema dei cattivi odori tappando i pori delle ghiandole sudoripare e provocano fastidiose irritazioni, ma agisce alla base più profonda del problema, eliminando direttamente i batteri che causano i cattivi odori, permettendo la normale sudorazione del corpo ed evitando dunque allergie e fastidiosi pruriti, con un'efficacia garantita per tutta la giornata.

Proprio dalle qualità intrinseche dell'Allume di potassio nascono i DEO VAPO NATURA AMICA, deodoranti vapo naturali (senza gas) a base di Allume di Rocca, disponibili in cinque diverse fragranze: neutro, talco, brezza marina, mirra & sandalo e muschio bianco. Il flacone contiene ben 100 ml di deodorante, con un costo accessibile a tutti, in grado di essere competitivo anche nella

grande distribuzione il marchio NATURA AMICA, una linea di deodoranti a base di Allume di Rocca. Questa è la vera rivoluzione portata da Zeca nel mondo dei deodoranti e della cura del corpo; rendere disponibili i deodoranti naturali a tutti, senza il bisogno di andarli a cercare in piccole botteghe eco-friendly collocate nell'ignoto dei centri urbani o di comprarli on-line dove il prezzo di spedizione supera il costo del prodotto.

La linea NATURA AMICA propone anche tre pratici DEO ROLL ON, sempre a base di Allume di Rocca, disponibili nella fragranze neutro, talco e brezza marina. Sia i DEO VAPO che i ROLL-ON proposti da NATURA AMICA, non lasciano alcun alone o macchia sui vestiti, grazie proprio alla loro completa naturalità e all'assenza di prodotti chimici.

Per i più pratici e i più pragmatici NATURA AMICA offre la soluzione più essenziale e naturale possibile; i DEO STICK in pura pietra di potassio, disponibili da 60 e 120 gr, pronti da applicare inumiditi direttamente sulla pelle, per una ulteriore e aumentata sensazione di purezza ed naturalità. Oltre alle sue conseguenti capacità deodoranti e antibatteriche, l'Allume di Rocca vanta anche una prodigiosa capacità emostatica.

Per questo motivo NATURA AMICA ha creato DEO STICK AFTER-SHAVE, pura pietra di Allume di Rocca contenuta in una pratica scatoletta richiudibile, in grado di fermare le piccole emorragie e/o irritazione dovute alle lamette del rasoio. ZECA srl è stata in grado di mantenere un bilancio positivo anche nel periodo di peggiore crisi dell'industria, grazie a proposte alternative e intelligenti, che guardano al futuro.

E grazie anche alle persone che incontrano questa proposta, perchè sono coscienti che è ora di cambiare, di tornare alla ricerca della qualità e non del miglior prezzo, di iniziare a pensare alla propria salute e alla salute del pianeta Terra. *Perchè non c'è più tempo per sbagliare.*



ZECA srl - Piacenza - Italy
T. +39-0523.956.763
F. +39-0523.953.190
info@zecagroup.com

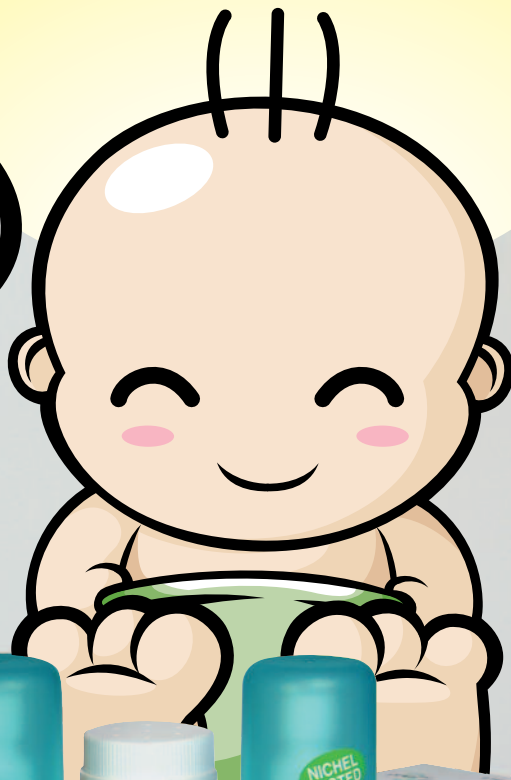
ISO 9001:2008

Quality management system certification

**NATURA
AMICA**

La natura per la cura
e la bellezza della Persona

Liberi di sudare!
... senza rischio di
allergie!



Il deodorante che regolarizza
la traspirazione epiteliale e permette
l'eliminazione delle tossine

- SENZA PARABENI
- SENZA ALCOOL
- SENZA ALLERGENI
- SENZA COLORANTI
- ANTIBATTERICO NATURALE
- ANTIDODORANTE 24/24 H

- NO SLS sodium laureth sulfate
- NO SLES sodium laureth sulfate
- TRASPIRANTE
- NON TESTATO SU ANIMALI
- VEGAN OK
- NICHEL TESTED

*Allume
di rocca*

NATURALE, EFFICACE E SICURO

CONSERVANTE 100 % NATURALE



NON TESTATO
SU ANIMALI

ZECA srl - Piacenza - Italy
tel 0523/956763 - info@zecagroup.com
www.zecashop.it
ISO 9001:2008
Quality management system certification

NEUTRO ROBERTS LINEE BIO: ORA PIÙ CHE MAI NATURA

Nella vita di tutti i giorni, per prenderci cura del nostro corpo, ricerchiamo da un lato la garanzia di ingredienti naturali, ma dall'altro non vogliamo rinunciare al piacere di coccolarci con profumi avvolgenti e consistenze cremose

Per questo, Neutro Roberts – marchio storico che da sempre si prende cura della salute e della bellezza della pelle di tutta la famiglia – ha creato la gamma di prodotti per la detergenza BIO life e la nuovissima linea di deodoranti BIO fresh, entrambe caratterizzate dalla presenza di ingredienti provenienti da agricoltura biologica e di ingredienti al 100% di origine naturale. Detergenti e deodoranti con esclusive formule che coniugano naturalità e piacere sensoriale perché arricchiti con ingredienti puri come la natura.

DEODORANTI BIO fresh

BIO fresh è la nuovissima linea di deodoranti Neutro Roberts arricchiti con Monoï e Argan, pensati per tutte quelle donne che, nei prodotti per la deodorazione, ricercano oltre all'efficace azione deodorante e al rispetto per l'epidermide, anche una pelle morbida e liscia, una freschezza profumata tutta al femminile e una sensazione di benessere che dura a lungo.

BIO fresh è la prima linea di deodoranti di Neutro Roberts che coniuga efficacia, naturalità e piacere, a partire dal nome stesso "BIO-fresh" che vuole proprio rappresentare queste due anime:

- "BIO" perché la sua formula contiene Olio di Argan proveniente da agricoltura biologica - ingrediente noto per le sue proprietà idratanti, anti-age e protettive - ed Elisir di Monoï, un prezioso olio che si ricava dai profumatissimi fiori di Tiarè, tipici della Polinesia, noto per le sue proprietà idratanti e nutrienti;
- "Fresh" perché dona una fresca protezione coniugando la tradizionale "freschezza Neutro Roberts" e la sua expertise nel campo della deodorazione con una profumazione delicata, per una sensazione di freschezza al femminile inconfondibile perché fresca, fiorita e fruttata.



La linea di deodoranti BIO fresh è disponibile in tre diversi formati per rispondere a ogni esigenza e abitudine di consumo: Spray (da 150ml), la scelta ideale per chi desidera un'erogazione più ampia e una profumazione più intensa, Stick (da 40ml), il formato in grado di offrire un'applicazione uniforme e confortevole, e Vapo (da 75 ml), ideale per il consumatore che ricerca l'effetto asciutto no gas.



BAGNODOCCIA BIO life

La linea di Bagnodoccia BIO life è composta da quattro prodotti con profumi intensi, colori accattivanti e texture cremose ed avvolgenti per immergersi in un'esperienza multi-sensoriale che coniuga piacere e naturalezza:

- Monoï & Cocco, una crema rosa setificante e vellutante,
- Milk & Karité, un latte bianco delicato e cremoso,
- Aloe & Mandorla, una crema verde rigenerante e rinfrescante,
- Argan & Jojoba, una crema dorata emolliente e nutriente.

I colori avvolgenti di ogni variante donano a tutti i bagni della linea BIO life un look di forte impatto e naturalmente prezioso e il pratico formato da 500ml li rende pratici e maneggevoli.

Della gamma BIO life fanno parte:

Bagnodoccia BIO life Monoï & Cocco

Arricchito con prezioso Elisir di Monoï, dalle note proprietà setificanti, dona una piacevole sensazione vellutante sulla pelle, dal delicato profumo naturale. L'Olio di Cocco, proveniente da agricoltura biologica, inoltre, nutre la pelle rendendola morbida. La sua profumazione esotica e avvolgente, avvolge dolcemente e a lungo corpo e mente.



Bagnodoccia BIO life Aloe & Mandorla

Il Bagnodoccia BIO life Aloe & Mandorla con mandorla verde, dalle proprietà ammorbidenti e addolcenti, e Aloe vera, lenitiva e rinfrescante, dona alla pelle un piacere intenso e rigenerante.

L'Aloe Vera, proveniente da agricoltura biologica, ha inoltre un'azione lenitiva e, grazie alle sue proprietà benefiche, lascia la pelle pulita e naturalmente rinfrescata.

Bagnodoccia BIO life Argan & Jojoba

La speciale formula di BIO life Argan & Jojoba è arricchita con Olio di Argan - proveniente da agricoltura biologica - dalle proprietà emollienti ed anti-età, e Perle di Jojoba, liscianti e illuminanti.

La preziosa crema dorata regala una pelle profumata e naturalmente nutrita, per un piacere emolliente e setoso.

Bagnodoccia BIO life Milk & Karité

Il Burro di Karité, proveniente da agricoltura biologica e noto per le sue proprietà emollienti e riequilibranti, dona idratazione e lascia la pelle estremamente morbida.

La sua formula, inoltre, è arricchita con Latte idratante: un vero concentrato di nutrimento, per un piacere delicato e cremoso.

Neutro Roberts BIO life e BIO fresh: lasciati avvolgere dal piacere puro della natura!

NEUTRO ROBERTS MEN PER TUTTI GLI UOMINI EXTRA-ORDINARI!

Una gamma completa di prodotti dedicati all'uomo per performance oltre le aspettative

Neutro Roberts, che conosce da sempre la pelle degli Italiani, presenta Neutro Roberts MEN: una gamma completa di prodotti pensati esclusivamente per prendersi cura della pelle e dei capelli dell'uomo. Deodoranti, Bagnodoccia, Doccia Shampoo e Gel styling capelli, progettati per chi desidera ed esige sempre il massimo dai prodotti per la cura del corpo. Tutti i prodotti della gamma Men di Neutro Roberts sono caratterizzati da formule extra efficaci e profumi esclusivi studiati per rispondere ai bisogni specifici degli uomini, ma senza dimenticare l'expertise nella cura della pelle di Neutro Roberts che da sempre offre prodotti con formulazioni delicate, contraddistinti da affidabilità,

rispetto della pelle ed innovazione. Neutro Roberts MEN è infatti l'unica linea di deodoranti e prodotti per la detergenza per il corpo con l'innovativo Anti-Odor System™, un complesso di molecole attive che contrasta i cattivi odori per garantire performance davvero straordinarie che funzionano oltre le aspettative. La gamma Neutro Roberts MEN, inoltre, si distingue per fragranze decise, estremamente moderne e riconoscibili, caratterizzate da note prettamente maschili. Altro elemento distintivo sono i pack, pratici e maneggevoli, ma con un design moderno ed accattivante, di forte impatto e dalle connotazioni hi-tech, dove predomina il colore acciaio. Della gamma Neutro Roberts MEN fanno parte:

DEODORANTI NEUTRO ROBERTS MEN

Nella linea MEN Neutro Roberts propone i deodoranti X-Pro, X-Ice e X-Invisible studiati per assicurare freschezza ed efficacia. Arricchiti con l'innovativo Anti-Odor System™, sono clinicamente testati e studiati per rispondere ai bisogni specifici degli uomini, come quello di un'efficacia straordinaria nella deodorazione.

Deodorante X-Pro

Disponibile nel pratico formato spray da 150 ml, grazie alla la speciale formula 0% alcool assicura un'efficacia di 48h, per una protezione deodorante attiva.

Il sistema anti sudore, poi, garantisce un'extra performance contro il sudore per un asciutto estremo. Caratterizzato da un profumo secco e intrigante, dona un'ondata di profumata energia.





Deodorante X-Ice

Nei formati spray 150 ml e stick 40 ml, assicura un'efficacia deodorante 48h ed un "effetto ghiaccio", per una sensazione di freschezza glaciale immediata e continua. La formula trasparente 0% macchie, poi, è studiata per non lasciare residui sulla pelle. Il suo profumo fresco e giovane, regala una travolgente sensazione di freschezza.



Deodorante X Invisible

In formato spray da 150ml, con la speciale formula anti-macchie studiata per ridurre le macchie gialle su camicie bianche e i residui bianchi su capi scuri, assicura una protezione deodorante attiva 48h. La sua formula con 0% di alcool, inoltre, lo rende delicato sulla pelle e ideale per un uso quotidiano. Una profumazione elegante e leggera per un'invisibile tocco di freschezza.



GEL STYLING NEUTRO ROBERTS MEN

Neutro Roberts si prende cura anche dei capelli dell'uomo con prodotti dedicati allo Styling che si contraddistinguono per performance di alto livello con un potere fissante a lunga tenuta. Tre formulazioni specifiche, per esigenze altrettanto specifiche: Styling Gel X-Wet, che dona un effetto bagnato, Gel X-Invisible, per chi preferisce un effetto naturale e un fissaggio invisibile, Gel X-Strong, per chi non può fare a meno di un effetto scolpito dal potere fissante ultra strong che dura a lungo.

BAGNO DOCCIA E DOCCIA SHAMPOO NEUTRO ROBERTS MEN

Si contraddistinguono per formulazioni progettate per detergere la pelle e allo stesso tempo proteggerla rispettandone il naturale equilibrio.

Bagnodoccia X-Pro

La sua formulazione, clinicamente testata e attenta al rispetto dell'equilibrio della pelle,



è arricchita con Glicerina Naturale, nota per le proprietà idratanti e con Anti-Odor System™, per una performance anti-odore extra ordinaria! Ogni giorno, grazie al suo profumo rivitalizzante ed avvolgente, dona al corpo l'energia per affrontare le sfide quotidiane.

Doccia Shampoo X - Ice

Grazie alla pratica formula 2 in 1, è la soluzione perfetta per regalarsi una fresca carica rigenerante che risveglia i sensi sia in casa che in palestra.

Arricchito con Anti-Odor System™, svolge un'azione anti-odore efficace. Il suo profumo inconfondibile ad "effetto ghiaccio", inoltre, regala una sensazione di freschezza "glaciale" su corpo e capelli. Il formato 2 in 1 è ideale per gli uomini che amano la praticità e la comodità di doccia e shampoo in un solo prodotto, senza rinunciare alla qualità.



Doccia Shampoo X - Pro

Arricchito con Menta Acquatica per una pelle tonica e fresca e con Aloe Vera per capelli forti e brillanti fin dalla radice, è il prodotto ideale per uomini che ricercano extra performance in un doccia-shampoo.

La sua formula, inoltre, grazie all'Anti Odor System™ garantisce un'azione anti-odore efficace. Il formato 2 in 1 lo rende perfetto per una detersione quotidiana di corpo e capelli pratica e affidabile. Una formulazione dermatotestata che rispetta l'equilibrio della pelle ed un profumo intenso per una cascata di energia.



CON I DEODORANTI NEUTRO ROBERTS INVISIBLE SARAI IRRESISTIBILMENTE PERFETTA!

I Deodoranti Invisible sono perfetti per essere "a prova di bacio" perché, oltre a garantire tutta l'efficacia della deodorazione e del rispetto per la pelle che caratterizza i prodotti Neutro Roberts, presentano una speciale formula anti macchie, appositamente studiata per ridurre i residui bianchi sui capi scuri e le macchie gialle sui capi chiari. Inoltre, regalano una dolce carezza sulla pelle offrendo una profumazione delicata... per una piacevole sensazione di pulito e un'efficacia deodorante 24h.



Disponibili in quattro diversi formati, rispondono ad ogni esigenza: Spray (da 150 ml), ideale per chi desidera un'erogazione più ampia e una profumazione intensa; Stick (da 40 ml) per un'applicazione uniforme e confortevole, Roll On (da 50 ml) per il consumatore alla ricerca di delicatezza e precisione, e Vapo (da 75ml) per chi vuole un'erogazione ampia, ma NO GAS. Tutti i deodoranti Invisible sono dermatologicamente testati.

ma[®]ca

by **BolognaFiere**

PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION

BOLOGNA
14-15
GENNAIO
2015

*Marca è
certificata da*

ISF
CERT

057/2014
MRCX14E



L'UNICA MANIFESTAZIONE DEDICATA ALLA MARCA DEL DISTRIBUTORE

SPONSOR MARCA 2014

Auchan

BILLA

CB

CO.elist

CONSOBIO

CONAD

coop

CORALIS

CRAI

DESPAR

dico

Interdis

MARR

SELEX

Sigma

SIMPLY

SISA

Tuodi

Con il Patrocinio di

EXPO

MILANO 2015
FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE

Con il Patrocinio di:

ADM ASSOCIAZIONE
DISTRIBUZIONE MODERNA

HOME. 175 ANNI DI INNOVAZIONI INSIEME A P&G

É l'esposizione che Procter & Gamble ha promosso e realizzato in collaborazione con il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano



Bartlett Store

P&G spegne 175 candeline.

Un compleanno importante che lo storico marchio sceglie di festeggiare nel migliore dei modi, regalandosi e regalando, una mostra sull'evoluzione dei costumi e della società.

Divisa per isole tematiche, la mostra conduce il visitatore tra le stanze di un'abitazione "ideale" ricostruita per raccontare l'evoluzione della cura domestica e dell'igiene personale,

attraverso oggetti un tempo comuni, oggi spesso dimenticati o sconosciuti, eppure progenitori di molte delle comodità contemporanee.

Dai saponi di una volta ai moderni detersivi, dagli utensili per il belletto ai prodotti per viso e capelli di ultima generazione. Piccole, grandi scoperte scientifiche che hanno cambiato la vita di tutti noi e che vengono presentate al visitatore in ogni area da un personaggio icona, un innovatore che con la sua genialità ha fornito un contributo importante alla storia dei prodotti esposti.



Un modo, coinvolgente e inusuale, per svelare cosa si nasconde dietro a quei prodotti che hanno permesso a P&G di aggiudicarsi un posto d'onore nelle abitudini di tanti italiani e italiani. Per un viaggio nel tempo all'insegna dell'igiene e della bellezza a 360°.



IL CONCEPT:

Raccontare l'evoluzione nascosta dietro attività quotidiane, invisibili eppure rassicuranti compagne di intere generazioni. Procter&Gamble propone una mostra coinvolgente che mette in scena, con linguaggi diversi, passato, presente e futuro: un viaggio alla scoperta di oggetti e tecnologie che nel tempo hanno migliorato la qualità della vita quotidiana, cambiando i piccoli gesti che tutti compiamo nella cura della persona e dell'ambiente domestico.

Divisa per isole tematiche, la mostra racconta le conquiste dell'igiene, l'avvento del make-up moderno, il progresso nella rasatura, l'ingresso degli elettrodomestici, lo sviluppo dei detergenti sintetici, il moltiplicarsi delle tecnologie per la cura della casa e lo fa ricreando un'abitazione "ideale" che il visitatore sarà chiamato ad attraversare. Varcata la soglia d'ingresso, passerà per soggiorno, cucina, lavanderia, camera, bagno e spogliatoio. Negli ambienti convivono epoche diverse grazie all'inserimento di arredi moderni e antichi, rappresentati tramite grafica illustrata alle pareti. A ogni area corrisponde un personaggio icona, un innovatore che ha fornito un contributo importante alla storia dei prodotti esposti, mentre attraverso un'installazione video, un'attrice in costume d'epoca illustra un'antica ricetta per la realizzazione di rimedi casalinghi per la cura del corpo e della casa (la ricetta è disponibile anche in forma cartacea).



Laboratorio di ricerca Ivorydale 1886 e Campagna a colori Ivory 1896



Campagna Dash 1966



Confezione Dash 1968



Campagna Dash 1972



Gillette 1915



Cucina Zoppas 1955

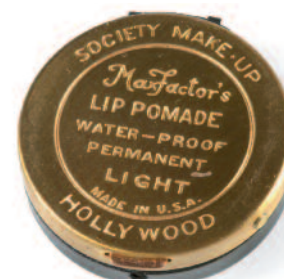
In alcune vetrine si presentano gli ingredienti che compongono alcuni prodotti, consentendo al visitatore di visualizzare in maniera immediata la complessità delle creazioni.

Il percorso termina con un'installazione interattiva, che rivolge al pubblico la domanda "E tu, come lo scegli?": un invito giocoso per riflettere sui criteri che, da consumatori, seguiamo nelle nostre scelte. Le risposte fornite alimentano un grafico che si aggiorna in tempo reale. L'installazione pone il visitatore di fronte a 6 prodotti: dentifricio, crema, rasoio, frullatore, lavatrice e detersivo. Per ognuno di questi si deve scegliere una descrizione che permette di definire il profilo del giocatore (svelato solamente alla fine): "Trendy", "Smart", "Green" o "Simple".

L'installazione simula un sondaggio di mercato per invitarci a riflettere in maniera critica sulle dinamiche che guidano i consumi. La lettura dei profili fornisce dei piccoli spaccati di realtà storica sul tema.



Campagna Max Factor Hollywood 1951



Max Factor, Lip pomade bottom 1930

Il logo sintetizza i temi della mostra, condensando figure del primo Novecento e forme geometriche più moderne. L'utilizzo del cerchio richiama le molecole chimiche e schiumose dei prodotti detergenti. Lo sfondo presenta disegni in negativo di strumenti e apparecchiature che ricordano l'importanza dell'evoluzione tecnologica nella cura di sé.

NIENTE FUMO CON BARBECUE ELETTRICO by Bimar



BIMAR presenta la soluzione ideale per chi ama organizzare grigliate con gli amici: l'ECOgrill, che permette di grigliare anche in casa senza provocare fumo. ECOgrill è dotato di interruttore di sicurezza e segnalatore di luminosità, consente di grigliare con cottura a tre livelli ed è dotato di griglia doppia. ECOgrill ha un coperchio in alluminio con funzione di paravento (se tenuto aperto), ha impugnature laterali e possiede un cassetto porta sale e aromi. Il supporto da pavimento è predisposto per appendere gli attrezzi (forchette, ecc.).



La fragranza Blu Mare Freschezza è da oggi disponibile anche nel nuovo Detersivo Felce Azzurra Mon Amour Blu Mare Freschezza.

Il nuovo detersivo per il bucato in lavatrice è proposto nel conveniente formato da 3 litri e garantisce efficacia anche a 30° regalando al bucato una fragranza di fresco pulito e di extra-profumo fino a 45 lavaggi.

Grazie a una formula esclusiva, garantisce una strabiliante luminosità a tutti i tipi di tessuto e utilizzato insieme all'ammorbidente, sempre della linea laundry Felce Azzurra, dona un effetto potenziato a tutto il bucato di freschissima sensazione di pulito.

“MON AMOUR” IL NUOVO DETERSIVO FELCE AZZURRA by Paglieri

PER UNA CASA PULITA by Vileda

Vileda, azienda leader nei prodotti per la pulizia della casa, propone un innovativo sistema di pulizia delle superfici domestiche ViledaMagical che, rendendo le superfici idrorepellenti, previene efficacemente lo sporco e il calcare. ViledaMagical si compone di una soluzione liquida idrorepellente e di un panno Magic in microfibra che rappresenta la soluzione ideale per mantenere pulite, più a lungo, tutte le superfici e in particolare box doccia, specchi, finestre, piastrelle e rubinetti. Con semplici mosse quali, spruzzare il liquido e passare il panno Magic, si otterrà un'efficace azione anticalcare, antimacchia, antivapore e antipioggia.

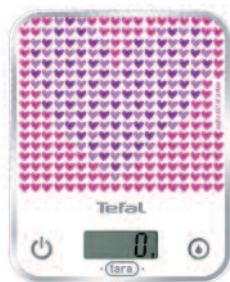


Casa Mia Srl lancia un nuovo prodotto: il 1° panno tessuto e lavorato in Italia in microfibra e cotone. Dopo un'attenta e scrupolosa ricerca di materiali di alta qualità e prove di tessitura, Casa Mia ha realizzato un prodotto unico nel suo genere e completamente lavorato in Italia. Efficace su qualsiasi pavimento, dalla ceramica al legno, usato bagnato lava e asciuga grazie alla microfibra; usato asciutto, ha un alto potere elettrostatico. I test di laboratorio dimostrano che il panno di Casa Mia ha potere pulente e sgrassante, anche come assorbi olio.

NUOVO PANNO IN MICROFIBRA by Casa Mia

PULIRE I PAVIMENTI? FACILE e VELOCE by Mapa-Spontex

Twist Mop e Microfibra Extra sono i nuovi sistemi lavapavimenti di Spontex. Twist Mop con fiocco in 100% microfibre è l'unico sistema lavapavimenti con il rivoluzionario meccanismo auto-strizzante integrato nel manico. Lava tutti i tipi di pavimento, anche quelli più delicati come marmo e parquet. Microfibra Extra, con panno 100% microfibre, è il sistema lavapavimenti con la superficie pulente più ampia del mercato. È efficace sia da asciutto per catturare la polvere, sia da bagnato per igienizzare le superfici di tutta la casa. Microfibra Extra e Twist Mop sono distribuiti nei migliori punti vendita e sono anche disponibili i rispettivi ricambi.



La collezione 2014 di bilance TEFAL si avvale della collaborazione della stilista spagnola Agatha Ruiz de la Prada, famosa per il suo estro e fantasia nei colori e nelle forme. Le due linee pesalimenti e pesapersona sono dei veri e propri oggetti da design ideali da esporre in casa. Le bilance pesapersona sono realizzate in vetro temperato e hanno una portata fino a Kg. 160, accensione e spegnimento automatico con ampio display LCD.

Le bilance pesalimenti, hanno una portata fino a Kg. 5, dotate di funzione solidi/liquidi, sono facili e comode da usare in cucina e donano un tocco di colore in casa.

DUE LINEE DI BILANCE - COLORE E ALLEGRIA IN CASA by Tefal



FODERINE UNIVERSALI PER ASSI DA STIRO by Gimi

Le foderine UNIVERSALI di GIMI costituiscono il segmento più importante del mercato in termini di volumi e Gimi lancia una nuova linea che si compone di 3 modelli:

- Doppio Strato, abbina la foderina in puro cotone ad uno strato di spesso mollettone
- Triplo Strato interpone tra i primi 2 uno strato in spugna per una morbidezza superiore
- Metal presenta una finitura in alluminio che riflettendo il calore velocizza la stiratura.

Le nuove foderine universali, grazie al bordo con elastico, vestono agevolmente la maggior parte delle assi da stiro in commercio. Le fantasie sono 10, tanta scelta per incontrare le preferenze di ogni consumatore ed una qualità adeguata.



Felce Azzurra Il Bianco rinnova la sua linea di Ammorbidenti Concentrati con il nuovo esclusivo formato da 1500 ml. L'ammorbidente Felce Azzurra Il Bianco utilizza l'innovativa tecnologia a Microcapsule Attive che garantiscono efficacia per 65 lavaggi distribuendo gemme di profumo sulle fibre con una profumazione più duratura. Gli ammorbidenti sono disponibili in 6 diverse fragranze:



- Ammorbidente classico profumante
- Ammorbidente pelli sensibili
- Ammorbidente lunga durata
- Ammorbidente fresca durata
- Ammorbidente intenso benessere
- Ammorbidente soffice purezza.

AMMORBIDENTI: NUOVO FORMATO CONCENTRATO By Paglieri

IL RED DOT DESIGN AWARD 2014 PREMIA LA SCOPA 3ACTION VILEDA

3Action Vileda, la Scopa dalla tecnologia innovativa e dal design ultramoderno, ottiene il prestigioso riconoscimento internazionale

FHP-Vileda, azienda leader mondiale nei prodotti per la pulizia della casa, si è aggiudicata il prestigioso riconoscimento internazionale Red Dot Design Award con la Scopa 3Action, una scopa innovativa dotata di una tecnologia esclusiva brevettata e di un design ultramoderno.

Il Red Dot Design Award, istituito nel 1955, è riservato ai prodotti che maggiormente si distinguono per soluzioni tecniche e design, in una competizione che ogni anno vede protagonisti grandi nomi internazionali. L'edizione 2014 dell'evento ha registrato la presenza di oltre 1800 aziende, provenienti da 53 nazioni del mondo, che hanno esposto complessivamente 4815 prodotti di largo consumo.

La Scopa 3Action si è contraddistinta per la tecnologia innovativa di cui è dotata, grazie alla quale è stato possibile, per la prima volta in una scopa, combinare 3 differenti tipi di fibre, migliorando enormemente le performance del prodotto. È perfetta per raccogliere efficacemente ogni tipo di sporco:

- le fibre grigie, di medio spessore, disposte in diagonale per convogliare lo sporco verso il centro della scopa sono l'ideale per raccogliere peli, capelli e briciole;
- le fibre rosse, più rigide ed inclinate lateralmente, sono l'ideale per raggiungere facilmente angoli, bordi e interstizi.



Leggera, maneggevole e facile da pulire, Scopa 3Action è efficace contro ogni tipo di sporco in una sola passata, non solleva la polvere e non lascia residui sul pavimento. Interamente prodotta in Italia, differisce dalle altre scope non solo per l'innovativa tecnologia di cui è dotata, ma anche per il design ultramoderno che la contraddistingue.

La Scopa 3Action verrà esposta nel Museo del Design di Essen dopo la cerimonia di premiazione che si terrà il prossimo 8 luglio.



reddot award 2014
winner



SENSURE®

Shampoo Nutriente
Red Tea
con formula di origine naturale



CONVERTING
A FAMILY COMPANY

Converting Wet Wipes Srl
info@gsconverting.com

www.gsconverting.com



PER UN SORRISO
BIANCO LATTE.



CONTRO LE MACCHIE DI TÈ 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

