

LA RIVISTA RIVOLTA ALLA DISTRIBUZIONE MODERNA PER LA CURA E LA PULIZIA DELLA PERSONA E DELLA CASA

GUIDA AGLI ACQUISTI

GDO

# IGIENE BELLEZZA

*la Tradizione Erboristica*  
**FORSAN®**

**E**fficace, **N**aturalmente.



800-300595

Tutti i prodotti Forsan sono green planet. Scopri di più su [www.forsan.it](http://www.forsan.it)



# La marca **ecobio** più amata\*

## OMIA LABORATOIRES

**Le Creme Mani  
naturali più vendute\*\*  
un focus sui profitti  
del tuo scaffale.**



**\*\*Con un sell out di circa 850.000 Euro, in crescita del 18%, OMIA scala il mercato delle creme mani:  
3% quota di mercato assoluta, 6,5% di quota riferita ai trattanti. Il mercato decresce del -4,8%.**

Fonte dati Symphony IRI Totale Italia, Anno Terminante 31/12/2016.



INDICATO PER  
VEGETARIANI  
E VEGANI

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

continua su:



**RICERCA DI NATURALE BELLEZZA**

Scopri gli altri trattamenti su: [www.omialab.it](http://www.omialab.it)

servizio clienti

NUMERO VERDE  
800.900.360

**\*Elaborazioni OMIA su dati di vendita IRI a valore su tutte le categorie interessate dalla marca con prodotti certificati ecobio.  
Totale Italia Iper, Super, Casa Tollette, anno terminante 31/12/2016.**





**Settembre - Novembre 2017**  
Anno XXII - n. 3

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 40,00  
Estero Euro 80,00  
più spese postali  
• Contrassegno  
• C/C postale n. 21104203

**ABBONAMENTI  
NUMERO VERDE**

**800 102166**

**Direttore Responsabile**  
Giuseppe Tirabasso

**Direttore Editoriale**  
Claudia Stagno

**Collaboratori**  
Annalisa Aita,  
Guido Dinardo,  
Francesco Schianchi

**Marketing e Coordinamento**  
Editoriale Roberto Ripa

**Redazione** Alessandra Mecca  
redazione.igieneebellezza@mteedizioni.it

**Con la partecipazione di**  
NIELSEN HOLDINGS PLC

**Pubblicità & PR**  
Raffaella Chiolo  
r.chiolo@mteedizioni.it

**Grafica** Roberto Cimarosa

**Internet** Mauro Smerini

**Stampa** Formagrafica s.r.l.  
Carpi (MO)

- 4 Congiunturale 2017 e GDO
- 6 *Speciale:* Il Mercato Dentifrici, Dati Nielsen Holdings PLC
- 8 *Speciale:* Il Mercato Collutori, Dati Nielsen Holdings PLC
- 10 Igiene orale, benessere e sorrisi
- 14 L'igiene orale, una questione quotidiana
- 16 L'inesorabile evoluzione del mondo del retail
- 18 Il valore scientifico del cosmetico
- 20 Con Forhans, l'igiene orale ha l'oro in bocca
- 22 *Eventi:* Sana 2017 - Marca 2018
- 24 Con Matt, scegli il tuo elisir

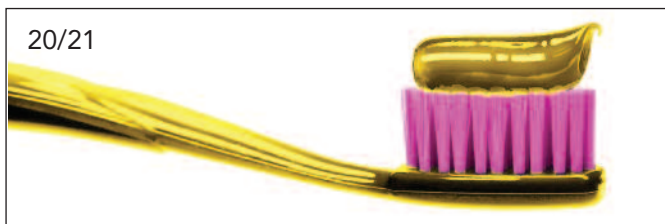
14/15



4/5



10/13



20/21



16/17

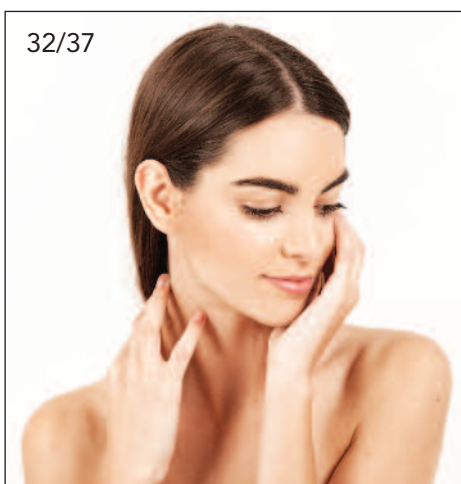


18



24

- 26 Clendy e la beauty routine 3.0
- 28 Per Natale, i cofanetti eco-bio Omia
- 30 Mil Mil e l'avanguardia della bellezza
- 32 Autunno, è tempo di rigenerarsi
- 38 Vettrine Persona
- 40 Detergenza, segnali di stabilizzazione
- 42 Bucato e stoviglie in primo piano
- 45 Homi, una casa ricca di tendenze
- 46 Vettrine casa
- 48 Si parla di



iPhone iPad  
SmartPhone  
Tablet



[www.igiene-bellezza.com](http://www.igiene-bellezza.com)

## ELENCO INSERZIONISTI

Forsan/A&D Gruppo Alimentare e Dietetico	I Copertina	<a href="http://www.forsan.it">www.forsan.it</a>
Omia Laboratoires/MGA Cosmetici	II Copertina	<a href="http://www.omialab.it">www.omialab.it</a>
Cip4	III Copertina	<a href="http://www.cip4.com">www.cip4.com</a>
Denthoral/Uragme	IV Copertina	<a href="http://www.uragme.it">www.uragme.it</a>
Beautiful for you	25	<a href="http://www.beautifulforyou.it">www.beautifulforyou.it</a>
Clendy	27	<a href="http://www.clendy.it">www.clendy.it</a>
Cosmoprof/BolognaFiere	3	<a href="http://www.cosmoprof.com">www.cosmoprof.com</a>
Pil'Aten/Forma Italiana	23	<a href="http://www.formaitaliana.it">www.formaitaliana.it</a>
UT Europe	15	<a href="http://www.uteurope.it">www.uteurope.it</a>
Vivaness/Nürnberg Messe	19	<a href="http://www.vivaness.com">www.vivaness.com</a>



# COSMOPROF

## WORLDWIDE BOLOGNA

**MARZO 2018**  
**15-18**

COSMOPACK  
COSMO PERFUMERY & COSMETICS

**16-19**  
COSMO HAIR & NAIL & BEAUTY SALON

**BOLOGNA**

QUARTIERE FIERISTICO  
[www.cosmoprof.com](http://www.cosmoprof.com)

A NEW WORLD FOR BEAUTY  
BOLOGNA LAS VEGAS HONG KONG MUMBAI

Organizzato da  
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a. - Milano  
tel. +39.02.796.420 - fax +39.02.795.036 -  
[info@cosmoprof.it](mailto:info@cosmoprof.it)

company of



in collaborazione con



OLIVIEROTOSCANISTUDIO

con la partecipazione di



Ministero delle Attività Economiche



ITALIAN TRADE AGENCY





Fabio Rossello, Presidente  
di Cosmetica Italia

## CONGIUNTURALE 2017 E GDO

**Il canale mass market, dopo aver evidenziato segnali di ripresa nel 2016, registra nel primo semestre 2017, un lieve aumento**

Il fatturato globale del settore cosmetico è in crescita. È questo ciò che confermano i risultati della più recente **Indagine Congiunturale di Cosmetica Italia relativi alle stime per il 2017**.

Subito, alcuni numeri di grande importanza: i dati di chiusura del 2016 registravano un valore di 10,5 miliardi e per il 2017 si prevedono cifre che si avvicinano agli 11 miliardi di euro. Positivo, ancora, anche l'impatto dell'export, per il quale si stima una crescita del 9,5% di qui a fine anno.

«In un panorama macroeconomico ancora incerto per l'economia italiana – racconta il presidente di Cosmetica Italia, **Fabio Rossello** – l'industria cosmetica nazionale ribadisce la propria competitività, confermando gli investimenti in innovazione, ricerca e allargamento della capacità produttiva, per conservare il proprio primato a livello internazionale». Di seguito, riportiamo un abstract dell'Indagine, con particolare riferimento al mondo della GDO.

### INDUSTRIA

Nelle previsioni per la fine del 2017 gli operatori intervistati evidenziano e confermano la tradizionale propensione agli investimenti in ricerca e innovazione, elementi di tenuta e competitività su mercati nuovi e tradizionali. Anche gli altri indicatori industriali, come l'ampliamento e la qualificazione della capacità competitiva, segnano andamenti costantemente in crescita. Le proiezioni dei dati industriali per la fine dell'anno, indicano una crescita dei fatturati delle imprese del 4,6%, con un valore che tocca gli 11.000 milioni di euro. In un panorama della domanda interna ancora piatto, i valori della produzione ricevono segnali importanti dalla ripresa dei canali professionali, in crescita da alcuni mesi, a conferma che anche i consumi indiretti non risentono più di tanto della recente crisi. È comunque ancora la componente estera della domanda che sostiene la crescita dei valori di produzione anche per il 2017: le esportazioni, infatti, sono previste in crescita del 9,5%, per un valore prossimo ai 4.700 milioni di euro. La performance impatta in misura evidente sulla bilancia dei pagamenti che, in presenza di importazioni in crescita, si avvicina ai 2.400 milioni di euro, record assoluto per il comparto. Si confermano i profondi cambiamenti della domanda, sia per quanto concerne le nuove realtà di distribuzione, sia per la capacità dei consumatori di cercare nuove soluzioni con nuovi prodotti. A queste sfide la filiera industriale cosmetica italiana sa rispondere con qualità e efficacia.

### EVOLUZIONE INDUSTRIA COSMETICA

**Evoluzione  
Industria Cosmetica**  
(valori in milioni di euro)

	CONSUNTIVO 2015	VARIAZIONE % 2015/14	CONSUNTIVO 2016	VARIAZIONE % 2016/15	PROIEZIONE % 2017/16
<b>Fatturato Mercato Italia</b>	<b>6.164</b>	<b>1,5</b>	<b>6.209</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>
Canali tradizionali	5.504	2,0	5.540	0,7	1,2
Canali professionali	661	-2,4	669	1,3	1,9
<b>Esportazione</b>	<b>3.807</b>	<b>14,3</b>	<b>4.293</b>	<b>12,7</b>	<b>9,5</b>
<b>Fatturato globale settore cosmetico</b>	<b>9.971</b>	<b>6,0</b>	<b>10.502</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>



## CANALI DI DISTRIBUZIONE

	PRECONSUNTIVI I SEMESTRE 2017	PREVISIONI II SEMESTRE 2017	PREVISIONI TOTALI 2017/16
Acconciatura	1,5	2,0	1,8
Erboristeria	0,8	0,9	0,9
Estetica	2,2	2,3	2,3
Farmacia	0,5	0,5	0,5
Grande distribuzione	0,5	0,5	0,7
Profumeria	-0,5	0,5	0,0
Vendite dirette*	7,5	8,5	8,5
Terzismo	5,0	5,5	5,3

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

### I COSMETICI A CONNOTAZIONE NATURALE

Il Centro Studi ha avviato nel 2017 una rilevazione sui cosmetici "green", con l'obiettivo di definire, oltre alle numeriche per settore, un valore della produzione e studiare la canalizzazione e la distribuzione per famiglie di prodotto.

Inoltre, si è cercato di trovare un denominatore comune sulle differenti definizioni e caratteristiche del prodotto a connotazione naturale.

### CONSUMI

è poco superiore ai 10.000 milioni di euro il valore della domanda di cosmetici in Italia, stimata alla fine del 2017, con una crescita ancora rallentata, superiore al punto percentuale. Scontato che la domanda cosmetica in Italia non impatta più negativamente sui fatturati dell'industria nazionale e che la crisi non ha lasciato strascichi negativi, occorre sottolineare le importanti dinamiche in corso. La distribuzione sembra sempre meno definita nei canali tradizionali dove le nuove forme di vendita, come la grande distribuzione organizzata, i monomarca, i corner specializzati e l'e-commerce attraggono sempre più i consensi dei consumatori. Pesano nelle considerazioni delle imprese i cali generalizzati delle quantità nei canali tradizionali, profumeria in primis, mentre si assiste all'inversione di trend nei consumi dei canali professionali.

La rilevazione mette in evidenza come il green abbia registrato un valore di 950 milioni di euro di fatturato, che copre circa il 9% del fatturato totale del settore cosmetico.

### GRANDE DISTRIBUZIONE

Il canale mass market, dopo aver evidenziato segnali di ripresa nel 2016, registra nel primo semestre 2017 un lieve aumento, +0,5%, così come anche nelle proiezioni per il secondo semestre. Le vendite del canale, nel suo concetto specifico, toccano i 4.080 milioni di euro, oltre il 40% della distribuzione di cosmetici in Italia.

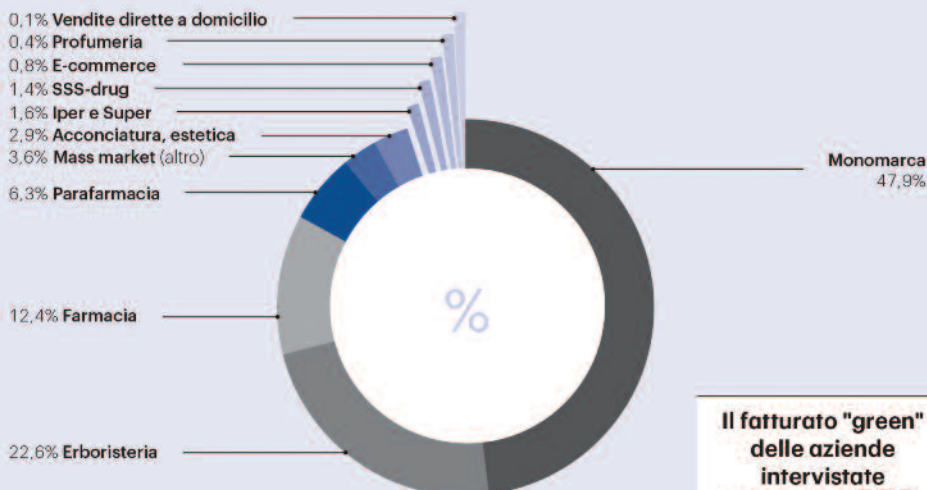
Va sottolineato al riguardo che sui numeri del canale incide in misura rilevante il fenomeno della distribuzione monomarca.

è altrettanto importante richiamare la differente velocità di sviluppo all'interno dell'aggregato dove si dilata sempre più l'importante forbice tra le vendite di cosmetici negli iper e supermercati tradizionali, e in generale nelle grandi superfici, diminuite di oltre quattro punti percentuali, e quelle negli spazi specializzati, definiti anche "casa-toilette" (o "canale moderno") che hanno registrato incrementi superiori a sei punti percentuali, anche grazie alle recenti nuove aperture sul territorio.

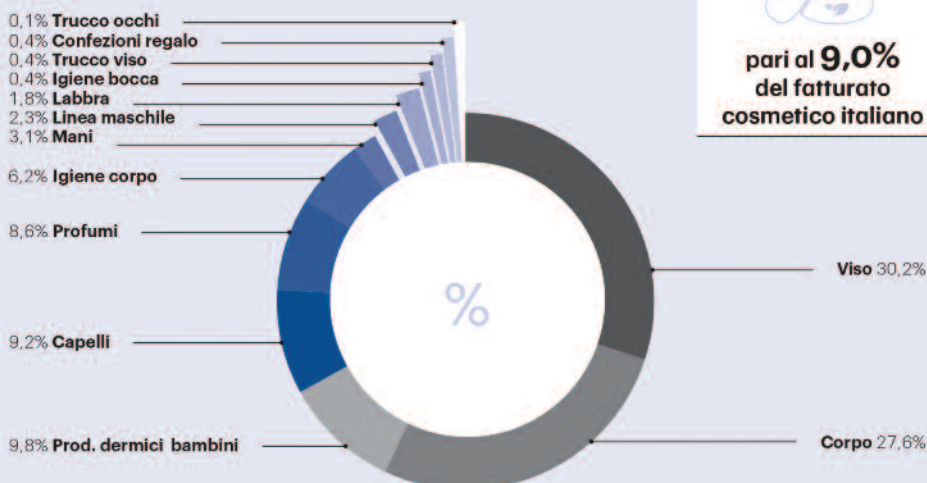
Nelle rilevazioni il mass market, pur risentendo della "concorrenza" delle forme alternative di distribuzione, espressione del nuovo concetto di multicanalità, dimostra quanto sia importante la definizione allargata del mix di distribuzione che, per esempio, è il limite del canale profumeria, che in questi anni sta evidenziando preoccupanti involuzioni.

### I COSMETICI A CONNOTAZIONE NATURALE

#### Ripartizione % per canale di vendita



#### Ripartizione % per categoria di prodotto



**Il fatturato "green" delle aziende intervistate è stimato a 950 milioni di euro,**



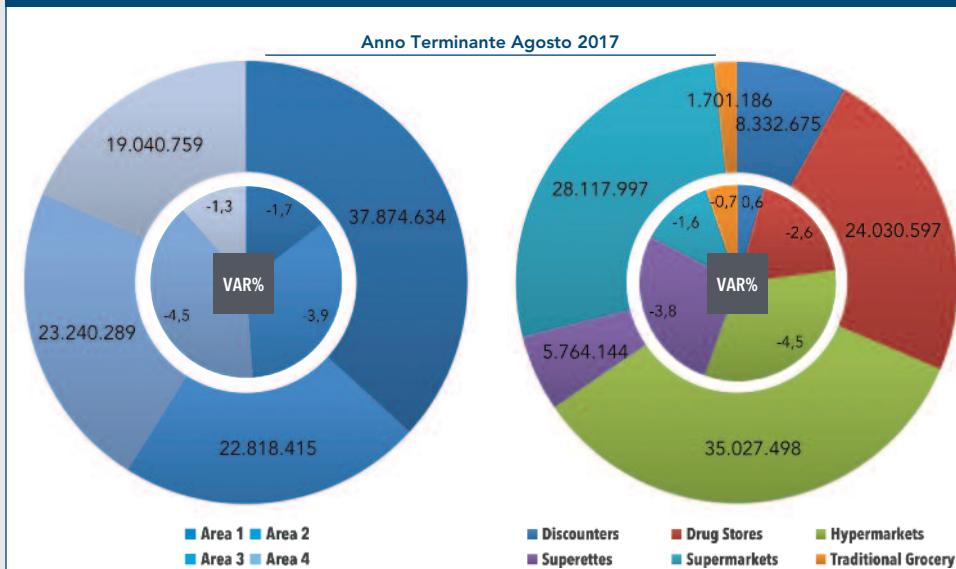
**pari al 9,0% del fatturato cosmetico italiano**



# SPECIALE NIELSEN, IL MERCATO COLLUTORI

di Laura Salibba

COLLUTORI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



**nielsen**

NIELSEN HOLDINGS PLC (NYSE: NLSN)

è un'azienda globale di performance management che fornisce una visione totale dell'esposizione ai media dei consumatori e dei loro acquisti.

Il segmento Watch di Nielsen fornisce ai clienti media e advertising i servizi di misurazione della Total Audience attraverso tutti i dispositivi in cui il contenuto - video, audio e testo - viene fruito.

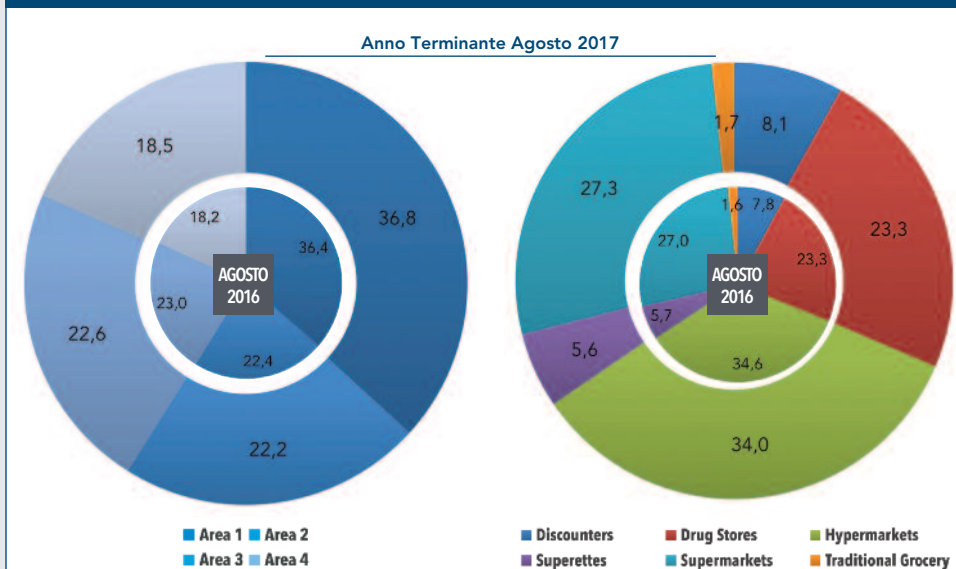
Il segmento Buy offre ai produttori di beni di largo consumo e ai distributori la visione globale delle misurazioni delle performance di vendita al dettaglio.

Integrando le informazioni tra i segmenti Watch e Buy e altre fonti di dati, Nielsen fornisce ai propri clienti misurazioni globali e analisi che aiutano a migliorare le performance.

Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90 per cento della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni  
[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

COLLUTORI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.

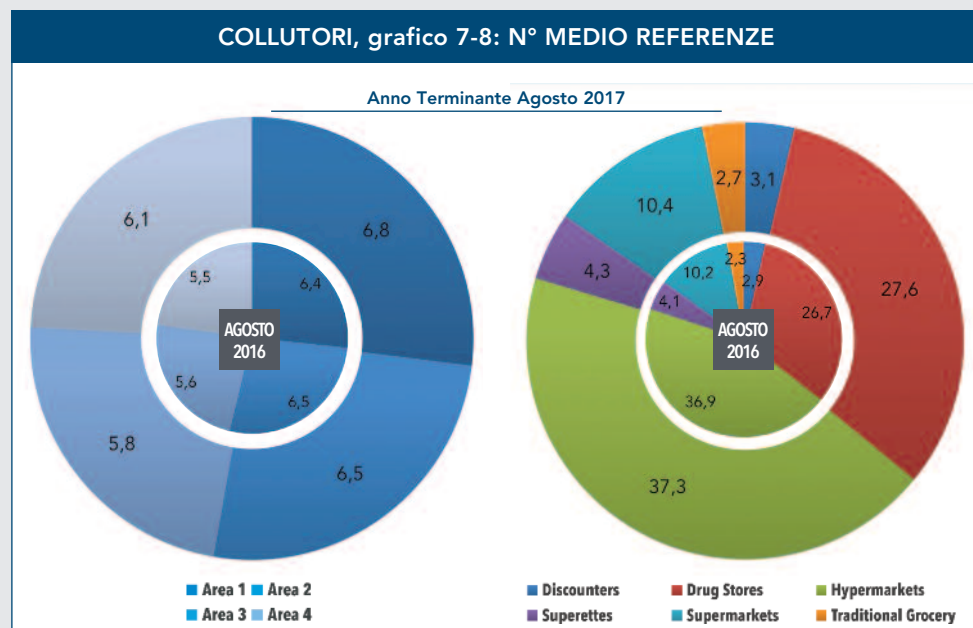
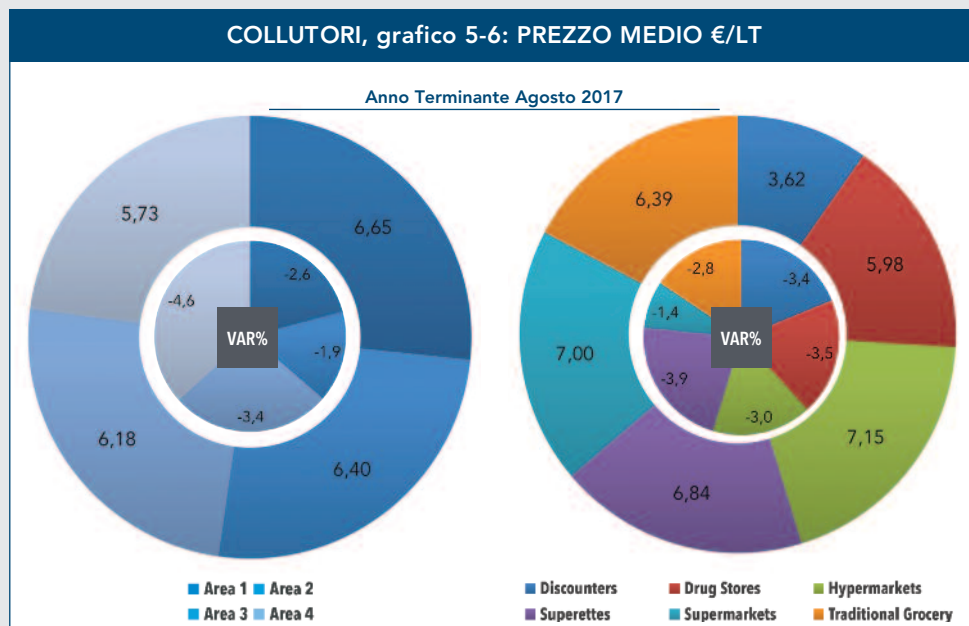




Pressochè stabili le performance per la categoria dei colluttori rispetto all'anno precedente, in lieve aumento a volume (+0,3%) e in calo a valore (-2,8%), con prezzo medio al litro in diminuzione (-3,1%).

A trainare la crescita a volume del Totale Italia sono soprattutto l'area 1 e l'area 4 con trend rispettivamente di +1% e +3,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

L'area 4 è anche quella in cui si riscontra la riduzione di prezzo medio più alta (-4,6% vs -3,1% media a totale Italia).



L'area 3, invece, risulta essere comunque negativa in termini di performance (-1,2% a volume e -4,5% a valore) nonostante anche qui si registri un calo del prezzo sopra media (-3,4% vs -3,1%).

A livello di canali, per i colluttori si osserva un trend a volume positivo generalizzato, fatta

eccezione per iper e super (rispettivamente -1,6% e -0,2%).

Al contrario a valore risulta in crescita solo il Discount (+0,6%), che si conferma il canale con il posizionamento più basso di oltre il 40% rispetto alla media in cui si consolida la presenza delle private labels.





# SPECIALE NIELSEN, IL MERCATO DENTIFRICI

di Laura Salibba

La categoria dei dentrifici registra una performance in lieve calo rispetto ai 12 mesi precedenti, con volumi e valori in leggera diminuzione di rispettivamente -0.3 % e -0.6 % e prezzi medi al litro in leggero calo (-0.3%).

Si evidenzia una crescita in volume in Area 4, quella con posizionamento di prezzo più basso e in ulteriore riduzione di -3,2%.

**nielsen**

NIELSEN HOLDINGS PLC (NYSE: NLSN)

è un'azienda globale di performance management che fornisce una visione totale dell'esposizione ai media dei consumatori e dei loro acquisti.

Il segmento Watch di Nielsen fornisce ai clienti media e advertising i servizi di misurazione della Total Audience attraverso tutti i dispositivi in cui il contenuto - video, audio e testo - viene fruito.

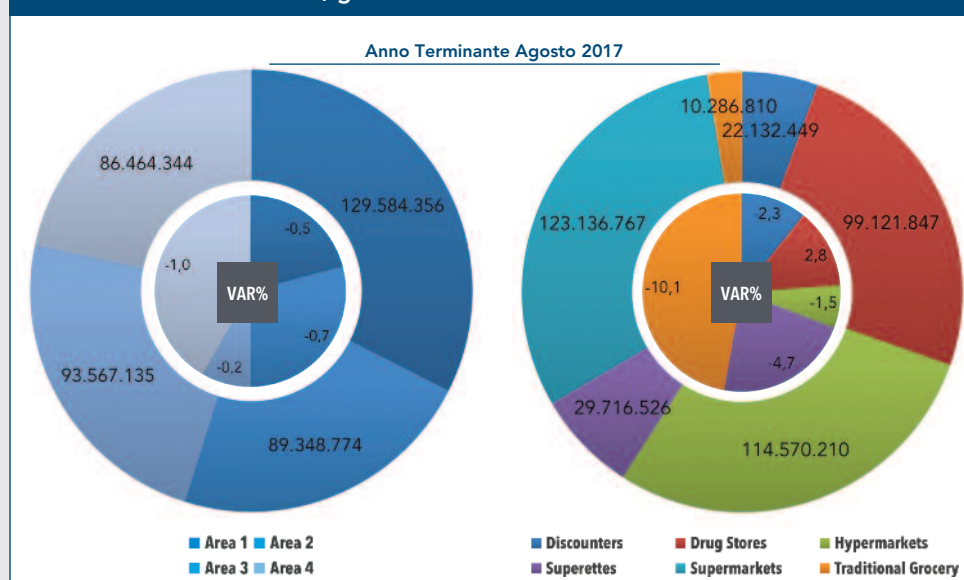
Il segmento Buy offre ai produttori di beni di largo consumo e ai distributori la visione globale delle misurazioni delle performance di vendita al dettaglio.

Integrando le informazioni tra i segmenti Watch e Buy e altre fonti di dati, Nielsen fornisce ai propri clienti misurazioni globali e analisi che aiutano a migliorare le performance.

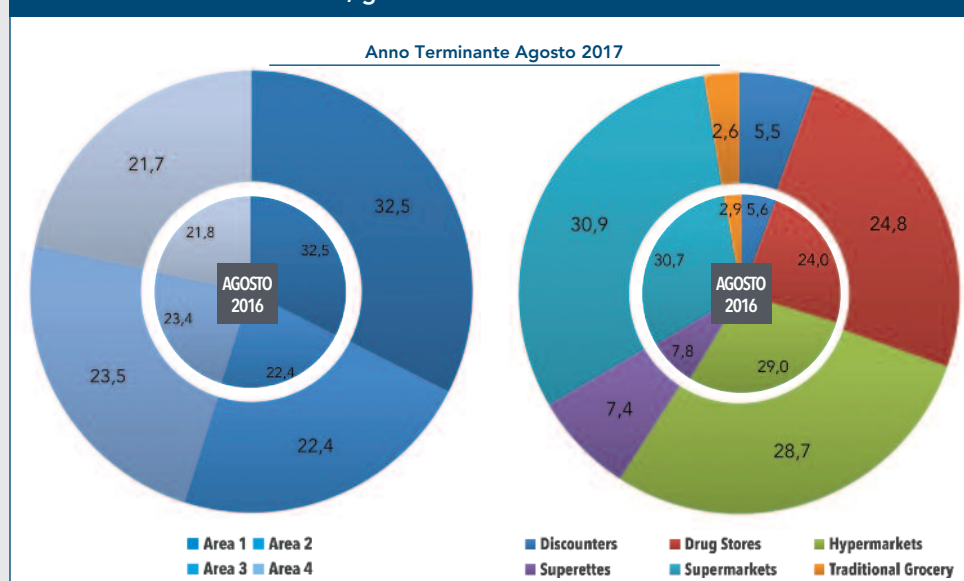
Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90 per cento della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni  
[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

DENTIFRICI, grafico 1-2: VENDITE VALORE IN EURO



DENTIFRICI, grafico 3-4: SALES LOCATION VAL.

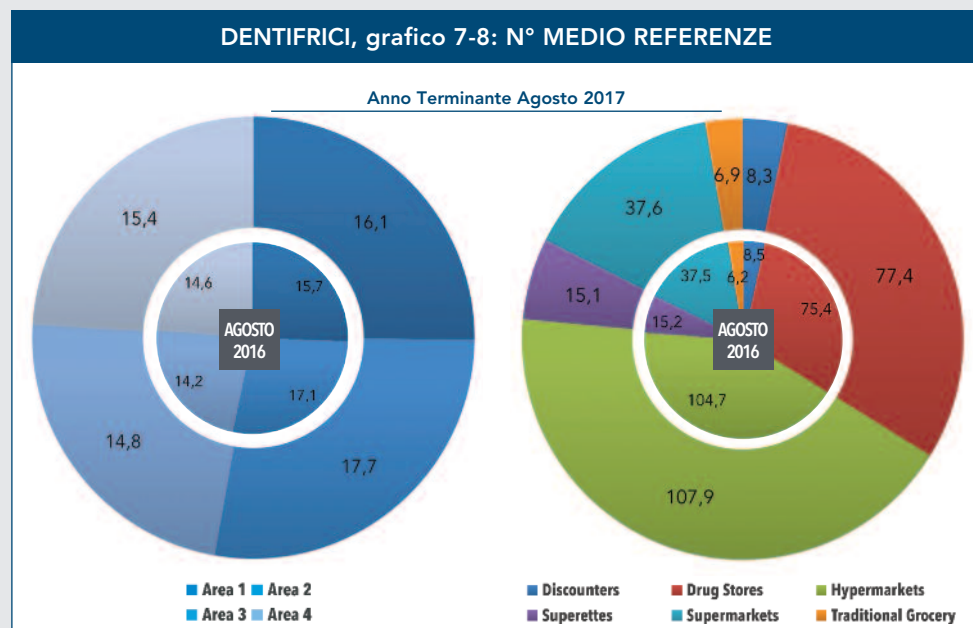
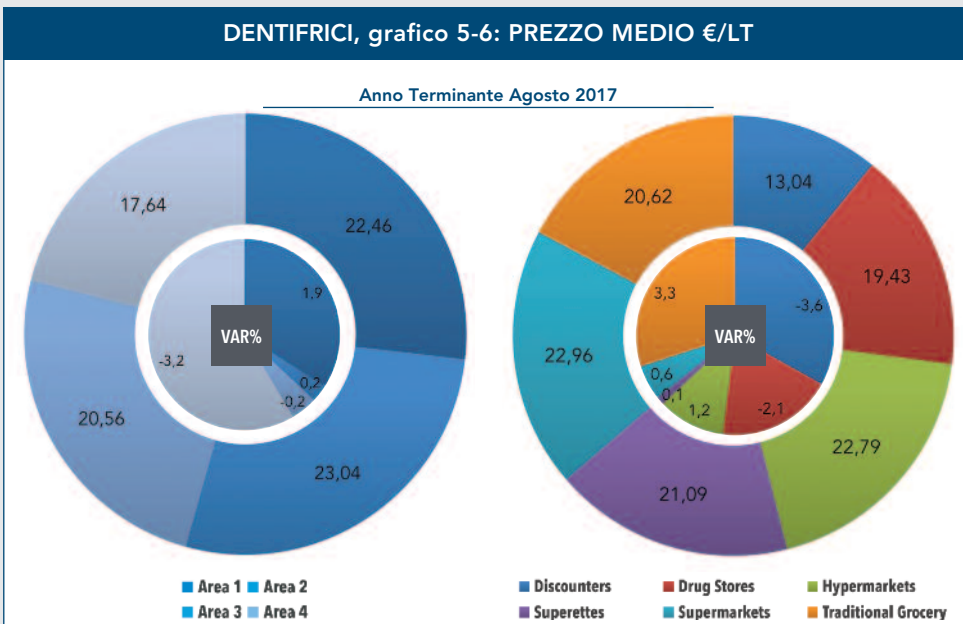




L'Area 1 risulta essere la più negativa in termini di performance, mentre le restanti due mostrano performance in lieve contrazione, anche se la situazione è pressoché stabile.

I Drug Stores sono l'unico canale a sostenere, sia a valore che a volume, la categoria dei dentifrici (+4.9% a volume e +2.8% a valore), registrando sia un aumento della pressione promozionale che del numero di referenze vendute per punto vendita.

Nel canale sono le principali marche leader a contribuire maggiormente alla crescita a volume intensificando la pressione promozionale, e parallelamente posizionandosi anche ad un livello di prezzo più basso in no promo.



I canali che soffrono in misura superiore sono quelli con una superficie più ridotta (liberi servizi e i negozi tradizionali), nei quali le variazioni di numero di referenze e pressione promozionale sono trascurabili.

L' aumento della pressione promozionale e la riduzione generale di prezzo, che ne consegue, risulta essere la leva strategica che porta alla crescita dei Drug Store.

Nella parte alta della distribuzione (Iper e Super) si riscontra una dinamica opposta, che vede le marche leader rivedere il proprio posizionamento di prezzo verso l'alto, la quale porta ad una situazione di stagnazione della categoria.





# IGIENE ORALE, BENESSERE E SORRISI

*Il benessere della bocca, passa anche per una corretta igiene orale.*

*Denti sani e, di conseguenza, un bel sorriso sono motivo di orgoglio e spesso anche garanzia di buona salute.*

*Spazzolino, dentifricio, filo interdentale, scovolino, idropulsore e collutorio sono i preziosi alleati di una corretta igiene orale e consentono di contrastare l'insorgenza della carie e dei disturbi gengivali.*

*Data la loro importanza, questi prodotti vanno scelti in maniera oculata.*

*In rassegna, su queste pagine, alcune tra le proposte più interessanti presenti sul mercato.*



**Durban's - marchio di Conter** - offre una gamma completa di prodotti per l'igiene orale in grado di rispondere a ogni bisogno legato alla salute della bocca e dei denti. Tra questi, c'è il **Dentifricio Alito Fresco (foto 1)**. Assicura un'accurata igiene dei denti e della bocca garantendo una piacevole sensazione di extra-freschezza che dura a lungo. L'esclusiva formulazione gel - gusto Menta Polare - contenente microcristalli, pulisce delicatamente i denti e combatte i batteri causa di placca, carie e alito cattivo.

**Galeno** propone invece **Smileit Natural Dentifricio Cosmetico (foto 2)**.

Il limone è una fonte di Vitamina C naturale con importante azione antiradicali liberi e antiossidante, ideale per prevenire irritazioni delle gengive causate dalla placca. Il dentifricio cosmetico Smileit Natural sfrutta l'azione dell'estratto di Limone naturale (Citrus Aurantifolia Peel Oil) e della Menta Piperita per la prevenzione della placca e l'irritazione delle gengive.

L'uso regolare per l'igiene quotidiana dei denti assicura una uno stato ottimale dei denti e previene la formazione della placca.

1



2



3



**GS Converting** pensa all'igiene orale di tutta la famiglia inclusi bambini e tutti quei soggetti che non possono utilizzare prodotti fluorurati, con **Dentamentin Eco-Bio Dentifricio con formula naturale (foto 3)**.



La formula è certificata Icea Eco-Bio Cosmesi, priva di SLES e SLS (tensioattivi), di PEG (emulsionanti) e di Parabeni e non contiene coloranti né Sodio Fluoruro. Disponibile in 2 varianti: una con estratto di Bacche di Goji, l'altra con Liquirizia e Mentolo. Formato: 75ml e da viaggio 25ml.

4



Una special edition, invece, è quella che ci offre **Marvis - Lodovico Martelli** - con **The wonders of the world (foto 4)**, un nuovo set di dentifrici dai gusti inediti e ricercatissimi (Royal, Karakum e Rambas), di cui i Brand Strategist di RobilantAssociati hanno studiato, d'intesa con l'impresa, nome, concept, immaginario e per finire - ad opera dei maestri "profumieri" di Marvis - note e composizione del gusto. Un viaggio alla scoperta del vecchio e del nuovo continente, dove culture millenarie si confrontano con luoghi esotici e fantastici.



5

Il packaging segue il viaggio attraverso i sensi e l'immaginazione che ciascuno dei tre gusti propone, grazie a un linguaggio illustrativo fantastico e sognante. Soluzioni specifiche sono quelle offerte da **Farmaceutici Dott. Ciccarelli** con la sua linea **Pasta del Capitano (foto 5)**. La gamma di dentifrici è costituita da 2 referenze di base, ideali per l'igiene orale quotidiana (Placca e Carie, Antitartaro) e da 5 referenze specialistiche (Ox-Active® Sbiancante, Protezione Totale, Denti Sensibili, Protezione Gengive, Alito Fresco), risposte mirate a determinati bisogni. Le formulazioni sono arricchite da un prezioso ingrediente naturale, una menta biologica certificata, e contengono tutte Sulfetale ZN®, un'innovativa molecola a base di Zinco che ha permesso di eliminare il Sodio Lauril Solfato, il triclosan, i parabeni e i conservanti donatori di formaldeide.



6

In Italia grazie a **Finalga Distribuzioni, Jack'N Jill - The Natural Family Co.** - presenta i dentifrici Natural Toothpaste nelle varianti Sensitive, Whitening e Original (**foto 6**). Si tratta di una linea di dentifrici naturali con ingredienti organici al 70%, adatti a tutta la famiglia. La sua formulazione in gel contiene l'originale menta australiana, ricca di Xilitolo ed è priva di fluoro, SLS, parabeni e prodotti chimici duri. Questo particolare tipo di menta (Mentha Australis) ha origine nelle selvagge foreste pluviali e nei corsi d'acqua dell'est dell'Australia ed è nota per il suo sapore aromatico fresco, oltre a essere usata dagli indigeni del posto per scopi medicinali. Contiene il 25% di Xilitolo, tra i più alti in commercio. Indicati anche per i vegani, i prodotti sono No GMO, Senza Fluoro, Senza Parabeni, Senza Glutine, Senza Zucchero, No SLS, Senza aromi o coloranti artificiali, Senza Soia.



Anche il dentifricio in gel **Emoform Bio di Polifarma Benessere (foto 7)** non contiene ingredienti di origine animale ed è quindi indicato anche per chi segue uno stile di vita vegano.

7

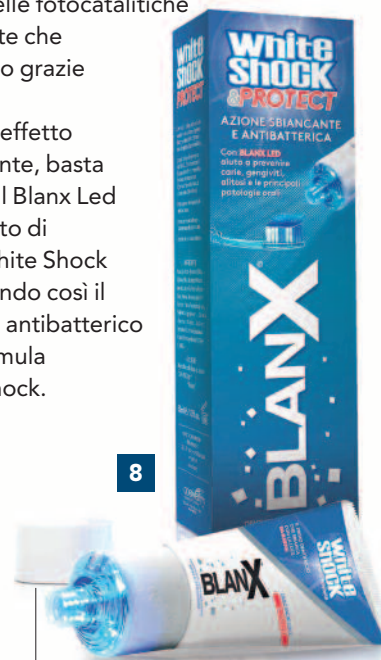


Il dentifricio contiene estratti vegetali di Echinacea, per aiutare a rinforzare il sistema di difesa naturale di denti e gengive; Aloe vera, per contrastare la formazione della placca grazie alle sue proprietà antinfiammatorie e antibatteriche; Camomilla, per un effetto lenitivo sulle gengive arrossate. Lo xilitolo con la sua azione aiuta a prevenire la carie. La sua formulazione è priva di: SLS e SLES, saccarina e Peg. Non contiene fluoro. L'assenza di mentolo rende Emoform Bio omeocompatibile. Certificato ICEA.

#### LA GARANZIA DI UN'AZIONE SBIANCANTE

**BlanX White Shock & Protect - Coswell - (foto 8)** è il dentifricio ad azione sbiancante a effetto immediato con incluso nella confezione il BlanX® Led, che aiuta a prevenire le principali patologie orali, potenziando la forza antibatterica. Con BlanX White Shock Blue formula si possono ottenere due risultati in un colpo solo: denti visibilmente più bianchi e protetti da subito. BlanX White Shock Blue formula è l'unico dentifricio a base di ActiluX®, le particelle fotocatalitiche brevettate che sbiancano grazie alla luce. E per un effetto igienizzante, basta avvitare il BlanX Led sul tubetto di BlanX White Shock potenziando così il principio antibatterico della formula White Shock.

8







9

Si calza su un dito e non necessita di acqua e dentifricio. È l'innovativo spazzolino **IKO** - anche in versione **White** (foto 9) creato dall'azienda **Melo**. Il prodotto mantiene il PH del cavo orale nel range di protezione in modo da evitare la proliferazione dei batteri. **IKO** garantisce fino a 100 utilizzi, non ha lattice, silicone, PVC o proteine. Non contiene, inoltre, fluoruri, coloranti o sostanze chimiche ossidanti, bensì caolino, un'argilla bianca che aiuta a remineralizzare e non ha effetti abrasivi. L'effetto sbiancante è visibile sin dal primo utilizzo. Contiene anche estratti naturali di salvia e limone. Il polimero è un compound medicale studiato e personalizzato per essere completamente biocompatibile.

10



Unilever, con il marchio

**Mentadent**, offre sul mercato **Mentadent White Now Touch** (foto 10), penna slim ad azione sbiancante. Basta rimuovere il tappo, fare click più volte e applicare un sottile strato di prodotto sui denti, per poi lasciarlo asciugare. La speciale formula riflette la luce e in pochi secondi regala un velo di luminosa radiosità. L'effetto di sbiancamento immediato è ottico e temporaneo.



11

**PerlaX Dentifricio - MilMil, Gruppo Mirato** - (foto 11), grazie all'uso di un dolcificante naturale come la Stevia e a una formula priva di sostanze chimiche magari indesiderate, permette di mantenere la corretta igiene orale. Tra i gusti disponibili, c'è **Fresh Ice Gel**, formula in gel che contiene estratti vegetali di piante officinali che, grazie alla loro azione lenitiva e rinfrescante, aiutano a donare un sollievo immediato e duraturo a denti e gengive. L'offerta comprende anche **PerlaX Omeo senza Menta**, pasta dentifricia con sostanze di origine naturale che svolge un'azione sbiancante non abrasiva. Tutti i dentifrici **PerlaX** sono formulati con il 99% di materie prime di origine naturale e sono privi di fluoro, SLS, SLES, PEG, Saccarina, Paraben. Nella linea, anche il **Collutorio Naturale sbiancante 500 ml** formulato con il 97% di materie prime di origine naturale e il nuovo **Collutorio Omeo Senza Menta**. Dall'esperienza **Forhans** - marchio distribuito da **Uragme** - è nata **Black4White** (foto 12), la nuova linea naturale al carbone attivo, per l'igiene orale, che comprende il **Dentifricio Gel**, lo **Spazzolino Antiplacca** e il **Filo Interdentale Cerato Black**.



12

Il **Dentifricio Gel** deve la sua efficacia alle particelle di **Carbone Attivo**. Questa sostanza, che conferisce al prodotto il colore nero, ha un elevato potere detergente e agisce, in modo naturale, come un magnete. Neutralizzando le tossine nella bocca, aiuta a rimuovere le macchie dai denti, favorendone lo sbiancamento. Inoltre, grazie a questo particolare ingrediente, è possibile bilanciare il pH del cavo orale. Ad arricchire la formula del **Dentifricio Gel Black 4 White**, la **Silice Idrata**, che contribuisce a mantenere i denti brillanti, senza aggredire lo smalto. Grande efficacia anche per lo **Spazzolino Antiplacca**; con setole di colore nero, anch'esse alle particelle di carbone attivo favorisce un'azione antimacchia, sbiancante e purificante, ma non abrasiva.



13

**Panasonic**, invece, presenta lo **Spazzolino Elettrico Multi Funzione EW-DL82** (foto 13), caratterizzato da un motore lineare a vibrazione Sonica - 31.000 vibrazioni/min ad alta velocità -. La testina con setole a tripla azione si prende cura efficacemente della rimozione di macchie e placche. Per una completa igiene orale non occorrono diverse testine, ma una sola in grado di dare il massimo risultato. Setole a tripla azione per una maggior pulizia degli spazi interdentali; setole ioniche a forma di diamante per macchie e placca; setole ultra sottili per una massima protezione e cura delle gengive. Il prodotto ha due modalità di spazzolatura: azione sbiancante o delicato.

**IDROPULSORI, SCOVOLINI & CO.**

**Oral Jet**, l'idropulsore dentale portatile **Beper** (foto 14), grazie al suo potente getto d'acqua rimuove i residui di cibo tra i denti, che solitamente con gli spazzolini tradizionali non vengono raggiunti, migliora l'igiene orale, fornendo una piacevole sensazione di

pulizia e freschezza. L'idropulsore dentale è impermeabile e ha un serbatoio dalla capacità di 180ml.

Non c'è bisogno del cavo elettrico e può essere



14

utilizzato in qualsiasi momento. In dotazione 3 testine intercambiabili: 2 ugelli in due diversi colori e una spazzolina.

**Waterpik** - distribuito in Italia da **Flaem Nuova** - offre sul mercato **WP462 Black Cordless Plus Water Flosser** (foto 15), la soluzione ideale per chi vuole la

comodità di un idropulsore senza fili. Ricaricabile e portatile, è perfetto per l'utilizzo anche nei bagni più piccoli o per il viaggio. Ha un doppio controllo della pressione che permette di personalizzarne l'intensità, un design ergonomico che include una batteria ricaricabile e un serbatoio estraibile e facile da riempire. Il prodotto è clinicamente testato per essere più efficace del tradizionale filo interdentale nella riduzione di placca, gengiviti e malattie gengivali.



15

Inoltre, è perfetto per chiunque abbia apparecchi ortodontici o impianti, corone, ponti e rivestimenti dentali.



16

**GUM - SunStar Italiana** - presenta lo strumento per la pulizia completa, in un semplice gesto: lo **Scovolino GUM Soft-Picks Advanced (foto 16)**, che rimuove efficacemente placca e residui di cibo in tutte le aree della bocca, grazie al design curvo ed ergonomico del manico e all'impugnatura più larga, in gomma e plastica. Le setole in gomma resistenti, flessibili permettono una pulizia completa anche fra gli spazi più piccoli. Sicuro e delicato anche sulle gengive sensibili: niente legno, metalli o lattice. Lo scovolino ha dimostrato essere tra gli strumenti più facili ed efficaci per avere un'igiene orale completa. Gli **scovolini TePe (foto 17)**, dai nuovi colori ravvivati, sono disponibili in nove diverse misure. Sviluppati in collaborazione con esperti dentali per una vita quotidiana più sana. Le quattro misure più piccole hanno un collo flessibile brevettato, unico nel suo genere, che permette una maggior durabilità dello scovolino e un accesso ottimale a tutti gli spazi interdentali.



17

## COLLUTORI, PER COMPLETARE L'IGIENE ORALE

**Fairness**, azienda Italiana che produce articoli per la cura e l'igiene della persona è presente sul mercato da oltre 30 anni con una vasta gamma di prodotti a marchio **Genera**, tra i quali i **Collutori**, per completare e migliorare l'igiene orale. Formulazioni attive ed efficaci, arricchite con agenti antibatterici, oli essenziali, estratti naturali e aromi ricercati per rinfrescare l'alito e mantenere in salute lingua denti e gengive. Tra le proposte, il **Collutorio Azione Completa**, al gusto Menta Delicata, il **Collutorio con Azione Antibatterica**, al gusto Menta Fredda e il **Collutorio Lunga Durata**, al gusto Menta Dolce (foto 18).



18

L'offerta comprende anche **Biorepair** **Collutorio Antibatterico (foto 19)**, il collutorio contenente microRepair® e Zinco PCA dalle proprietà antibatteriche, che sin dal primo utilizzo, aiuta a contrastare la formazione della placca e si prende cura quotidianamente di denti e gengive. **Cominparfum** presenta **Medicaldent**, una linea di prodotti per l'igiene orale dalla qualità italiana. Fiore all'occhiello è la gamma di collutori a base di estratti naturali ed oli essenziali, che igienizzano in profondità denti e gengive, rinfrescando l'alito a lungo. Disponibili in tre versioni: **Collutorio Total Action**, Formula Classica, è il prodotto ideale per una completa igiene orale, con olio essenziale di menta; **Collutorio Sensitive**, Formula Delicata, è indicato per l'igiene profonda di denti e gengive sensibili. Contiene estratti naturali di salvia e cannella; **Collutorio con Antibatterico**, Formula Attiva, è un ottimo coadiuvante nell'impedimento della crescita dei batteri. Grazie all'olio essenziale di eucalipto rinfresca l'alito a lungo assicurando una prolungata e gradevole sensazione di freschezza e benessere (foto 20).



19

**Biorepair - Coswell** - è un marchio noto anche perché sfrutta l'efficace azione dei microRepair®, micro particelle che svolgono un'azione ripara-smalto in grado di remineralizzarlo attraverso la deposizione di nuovo materiale biomimetico che protegge lo smalto naturale senza intaccarne la struttura contrastando l'invecchiamento naturale dei denti.



20





# L'IGIENE ORALE, UNA QUESTIONE QUOTIDIANA

*Il segreto di una buona igiene orale è custodito  
nel nome del brand Daily Touch by UT Europe*

**Daily Touch by UT Europe** ha studiato negli anni una linea di prodotti per l'igiene orale in grado di soddisfare le esigenze di tutta la famiglia. La gamma **Oral Care** si compone di due spazzolini singoli, il Pro-E (economy) e il Pro-S (special) con serpentina in gomma per il massaggio gengivale e cappuccio protettivo. Accanto ai prodotti singoli si propone anche la versione Pro-F (family) nel formato famiglia con quattro spazzolini colorati con le setole dalla punta arrotondata. Non per ultimo, per un'igiene orale completa è nato anche il filo interdentale cerato al gusto menta.



## CAMBIA LA VESTE, MA NON LA QUALITÀ

Fra il 2016 e il 2017 l'intera linea Daily Touch Oral Care ha rinnovato la sua veste grafica, seguendo le tendenze di design del momento. In armonia con l'intera linea cosmetica, anche gli spazzolini e il filo interdentale Daily Touch hanno indossato "l'abito scuro" con dettagli in argento a caldo che lo valorizzano. Rimane invariata la qualità degli spazzolini, tutti con manico ergonomico e con il pratico pulisci lingua che rimuove la placca in maniera efficace e massaggia delicatamente le gengive rimuovendo i batteri che causano i cattivi odori. Le setole degli spazzolini Daily Touch sono studiate per pulire delicatamente i denti, senza irritare le gengive.



**UT EUROPE s.r.l.**  
Via Angelo Scarsellini 119  
16147 - Genova  
T. +39-010-64.67.352  
info@uteurope.it  
www.uteurope.it

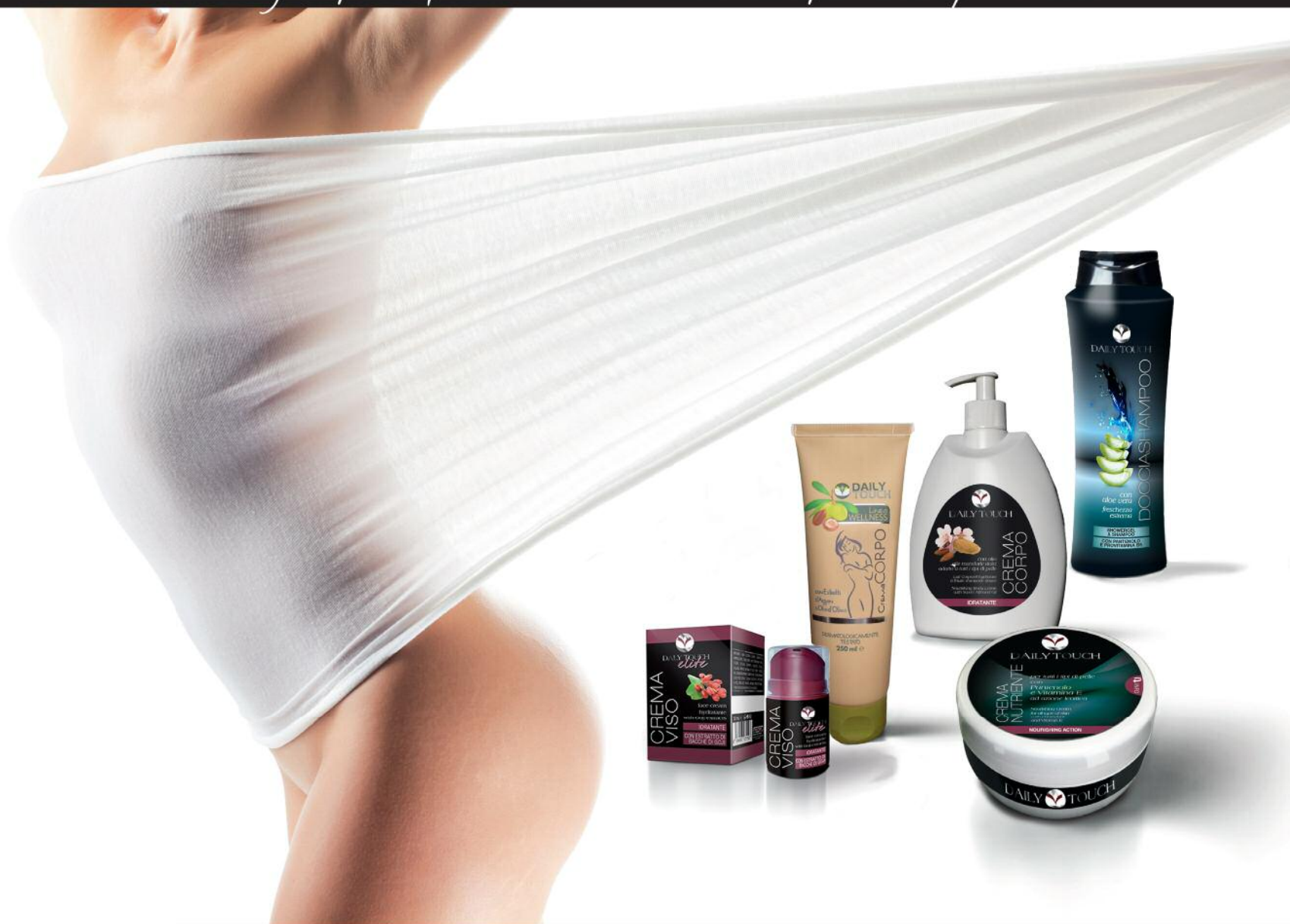
Come ricordano i dentisti e gli igienisti dentali, si consiglia di cambiare lo spazzolino ogni 90 giorni per essere sempre sicuri che le setole puliscano con il massimo dell'efficacia e rimuovano con cura placca e batteri che si annidano nella cavità orale, soprattutto dopo i pasti.



# DAILY TOUCH

*Our passion, your beauty.*

*Per ogni pelle, la sua crema corpo Daily Touch*



*Crema Bio · Crema Argan & Olive · Crema Mandorle & Crema Aloe · Crema Nutriente*



Daily Touch Italia



UT Europe Srl

[www.uteurope.it](http://www.uteurope.it)

Per maggiori informazioni

+39 010 6467352 [info@uteurope.it](mailto:info@uteurope.it)







# L'INESORABILE EVOLUZIONE DEL MONDO DEL RETAIL

*Intervista con Antoine Bonnel, Co-Fondatore di Wabel*

**Da quando, cinque anni fa avete iniziato l'attività di Wabel, con una piattaforma specifica per il personal care e l'home care, chi avrebbe immaginato che il mondo del retail sarebbe cambiato così drasticamente?**

Certo, pensiamo che già solo nel 2016 il sito cinese di e-commerce Alibaba ha comprato Walmart, il più grande retailer al mondo. Questo vuol dire che un brand, pur senza avere fisicamente dei negozi, può realizzare il più gigantesco volume di vendite al mondo. Amazon ha annunciato l'apertura di un nuovo negozio che non avrà nemmeno una cassa. L'e-tailer negli Stati Uniti raggiunge il 40% delle quote di mercato.

**Quale sarà la risposta di Carrefour che con le sue vendite online rappresenta solo 100 milioni di Euro?**

**E che dire di Tesco?**

Walmart ha acquistato Jet.com, tuttavia ci si chiede quale sarà il prossimo passo dopo l'acquisto di WholeFoods da parte di Amazon. Dovendo far fronte a un panorama sempre più competitivo, è più che mai vitale per i dettaglianti tenersi aggiornati con le tecnologie più evolute, prestando attenzione all'atteggiamento del consumatore.

**Quanto il digitale continuerà a influenzare i comportamenti d'acquisto nel consumatore?**

Lo sviluppo delle vendite online è particolarmente sorprendente nel settore della bellezza.

In Cina ad esempio, sempre nel beauty, le vendite online stanno superando quelle attraverso i negozi! Dobbiamo constatare che in tanti Paesi le vendite online stanno crescendo più velocemente di quelle al dettaglio.

**Quali sono i principali trend nel 2017?**

Possiamo riassumerli in 5 punti.

1) Lo smartphone è diventato lo strumento preferito di shopping. Usato fino a poco tempo fa come uno strumento di pre-acquisto, per attività di ricerca di prodotti e prezzi, ora viene sempre più utilizzato per effettuare l'acquisto stesso.







2) Il retail multicanale continuerà a essere la strategia dominante.

In questi giorni, è il cliente a decidere come interagire col dettagliante, se in-store, al telefono, al cellulare, col tablet o col desktop.

La sfida per i dettaglianti consiste nel saper affinare la propria capacità nell'aggiornare i propri sistemi e processi per assicurare una customer experience unica nel suo genere.

3) Il negozio fisico evolverà fino a diventare complementare all'avvento del digitale.

A causa dei cambiamenti nelle abitudini d'acquisto e con l'incedere dell'e-commerce, i dettaglianti si vedono costretti a ripensare seriamente su come organizzare gli spazi fisici del punto vendita.

Negozi tradizionali potrebbero rimpicciolirsi e spazi esistenti trasformarsi in showroom o centri di gestione di ordine via web.

O semplicemente alcuni negozi potrebbero trasformarsi in uno spazio esperienziale per la clientela.

4) Il consumatore chiederà sempre maggiormente un servizio legato a un'esperienza personalizzata.

I dettaglianti, che tendono a diventare globali, non dovranno dimenticare che stanno vendendo a diverse tipologie di persone, che cercano esperienze contestuali, locali e personalizzate.

L'aumento delle aspettative intorno all'esperienza nel punto vendita fisico, sarà simile a quello che sarà richiesto online.

5) Il customer service automatizzato e le 'chatbots' diventeranno la norma. Questo migliorerà sempre di più, grazie ai progressi dell'intelligenza artificiale in grado di inserirsi nel contesto globale meglio che in passato. Un esempio è fornito da Starbucks, con il suo sistema di 'ordine conversazionale', che consente di ordinare un caffè via chatbot, oppure dalla catena H&M che sempre via chatbox offre consulenze sartoriali.

#### **Come si posiziona Wabel attraverso questi nuovi panorami?**

Con nuove soluzioni online & offline, Wabel interviene offrendo una soluzione di sourcing globale che accelera l'intero processo di sourcing di un dettagliante.

Noi mettiamo in contatto gruppi di acquisto con un sistema di matching con i fabbricanti, durante tutto l'anno. La nostra filosofia è che non ci sono fornitori buoni o meno buoni, così come non ci sono buyer validi o meno validi, ma soltanto grandi incontri e questo è il nostro know-how, che andiamo perfezionando di anno in anno.

Tra i nostri servizi di sourcing e di soluzioni accelerate per i buyer, c'è il Wabel Button, un dispositivo che mette in contatto le due parti in tempo reale.

Quest'anno lanciamo la Wabel Innovation Box per i dettaglianti europei e mondiali. Altra grande novità è stata quella di aggiungere all'interno della piattaforma, da quest'anno, anche i Brand, oltre al Private label, all'interno della piattaforma. Inoltre abbiamo aperto i nostri Summit anche a dettaglianti extraeuropei, provenienti da Cina, USA, Australia, U.A.E., Nord Africa, ecc.ecc.

Nel 2018 organizzeremo la seconda edizione di Wabel China Summit, dal 19 al 21 giugno a Shanghai, in collaborazione con la CCFA, China Chain Store and Franchise Association.





# IL VALORE SCIENTIFICO DEL COSMETICO

*Promosso da Cosmetica Italia, un importante progetto svela il forte legame che esiste tra scienza e bellezza*

Dietro a ogni prodotto cosmetico si nasconde il lavoro di numerosi scienziati, che si dedicano quotidianamente alla ricerca e all'innovazione del settore. È questo l'importante messaggio che è stato veicolato durante l'incontro dal titolo 'La scienza dietro la bellezza', progetto del Network dei Master in Cosmetologia promosso da **Cosmetica Italia**, che si è svolto di recente a Milano.

L'iniziativa, anche nei prossimi mesi, è destinata a promuovere, valorizzare e meglio comunicare agli stakeholder e, soprattutto, ai consumatori, il valore scientifico del cosmetico.



## LA CENTRALITÀ DELLA RICERCA

La scienza e la ricerca sono, infatti, elementi fondamentali per la crescita e l'evoluzione dell'industria cosmetica. La ricerca scientifica è ciò che garantisce la continua innovazione dei prodotti cosmetici e dei loro ingredienti, per rispondere alle nuove e crescenti aspettative dei consumatori verso prodotti sempre più efficaci e sicuri. L'industria cosmetica è un settore "guidato" dalla scienza e altamente innovativo, che investe risorse cospicue in ricerca e sviluppo. La maggior parte delle aziende di questo settore, a livello europeo, spende tra l'1,5% e il 4,5% del fatturato annuo in ricerca e innovazione, in Italia gli investimenti salgono al 6%. Un valore ben al di sopra anche della media degli altri settori manifatturieri italiani, che investono circa il 4%. «Nonostante questi dati oggettivi – ha dichiarato Carlo Baiesi, Consigliere di Cosmetica Italia con l'incarico al Progetto Università –

il settore cosmetico non viene ancora considerato un comparto ad alto valore scientifico e, tanto i consumatori, quanto l'opinione pubblica, non hanno la percezione di tutto il lavoro di ricerca e innovazione che si cela dietro a ogni prodotto. Per questi motivi abbiamo voluto dare il via a un progetto volto a valorizzare questo aspetto e a modificare la percezione comune». Alla tavola rotonda, moderata dal giornalista scientifico Federico Mereta, hanno preso parte, insieme a Carlo Baiesi, alcuni docenti universitari e direttori dei Master in Cosmetologia: Rita Patrizia Aquino (Università degli Studi di Salerno), Marina Carini (Università degli Studi di Milano), Piera Di Martino (Università degli Studi di Camerino) e Stefano Manfredini (Università degli Studi di Ferrara). L'incontro è stato introdotto da Luca Nava, direttore generale di Cosmetica Italia, e si inserisce nel contesto delle attività legate al Progetto Università.



Norimberga, Germania  
14 - 17.2.2018

Accesso riservato  
solo a visitatori professionali

# VIVANESS2018

into natural beauty

Salone Internazionale della Cosmesi Naturale

## ISPIRAZIONI NELLA LORO FORMA PIÙ BELLA.

Non mancate al VIVANESS e vivete la cosmesi naturale con tutti i sensi: più di 250 espositori internazionali vi appassioneranno con le loro creazioni innovative. Grazie ai severi criteri di ammissione il VIVANESS si è ormai affermato come polo d'incontro per eccellenza trasformandosi nell'highlight internazionale del settore. Scoprite i prodotti, le idee e le opportunità più attuali nel campo della pregiata cosmesi naturale.

Informatevi già da adesso:

**VIVANESS.COM**

INSERITE  
L'APPUNTAMENTO  
DIRETTAMENTE NELLA  
VOSTRA AGENDA.



### ENTE ORGANIZZATORE

NürnbergMesse  
T +49 9 11 86 06 - 49 11  
F +49 9 11 86 06 - 49 10  
visitorservice@  
nuernbergmesse.de

### PER INFORMAZIONI

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

Enti promotori  
COSMOS

We are COSMOS

NATRUE







**Passion4Oralcare**

# CON FORHANS, L'IGIENE ORALE HA L'ORO IN BOCCA

*Uragme, con Forhans, porta l'innovazione all'interno del segmento dell'oral care. Ultima novità lanciata sul mercato dal brand, è la linea a base di particelle di Oro e Mica*

Presente da oltre 60 anni sul mercato italiano, detenendo al suo interno un ruolo di rilievo, la società **Uragme** si distingue per caratteristiche quali servizio, dinamicità, flessibilità e intuizione per i trend emergenti. L'azienda - per la precisione - nasce 65 anni fa e la sua prima attività è rivolta al canale Farmacia, con la produzione e la commercializzazione di prodotti parafarmaceutici per l'igiene e la cura della persona. Tra questi, spicca l'offerta di **Forhans**, la linea completa per l'igiene orale. L'evoluzione continua del segmento di riferimento e la richiesta del mercato di nuove proposte e nuove soluzioni per l'igiene orale, ha portato il marchio Forhans a un costante aggiornamento della propria offerta. Il catalogo del brand, infatti, è composto da prodotti storici e colonne portanti ma anche da referenze innovative, nate da volontà ed entusiasmo per il rinnovo.

**SORRIDI CON Forhans®**  
A CENA E AL CINEMA

**Per te in regalo**  
3 mesi di cene e cinema illimitati  
in formula 2x1  
acquistando 10€ di prodotti Forhans.

Passion4Oralcare

Operazione a premi valida per acquisti dal 01/10/17 al 30/11/17. Regolamento completo su [www.forhans.it/sorridiconforhans](http://www.forhans.it/sorridiconforhans)

Le novità, riguardano anche le iniziative: ultima in ordine di tempo e in atto proprio in queste settimane, è "Sorridi con Forhans", un premio sicuro che Forhans vuole dedicare ai consumatori che acquistano i suoi prodotti. Partecipare è facile e veloce, il premio sicuro di natura esperienziale ha un valore e gradimento elevati. La campagna promozionale ha l'obiettivo ultimo di incrementare il sell-in di canale (farmacie, grande distribuzione specializzata) e il sell-out dei prodotti Forhans, attraverso una meccanica premiante che crei un forte engagement con i consumatori, regalando loro esperienze divertenti e di svago.

**Forhans®**  
Gold 4 White

**URAGME s.r.l.**  
Via della Bufalotta 374/376  
00139 Roma  
T. 06 87201580  
[info@uragme.it](mailto:info@uragme.it)  
[www.uragme.it](http://www.uragme.it)  
[www.forhans.it](http://www.forhans.it)

Il **concept**, regala a ogni cliente che dal 01/10 al 31/11 acquisterà i prodotti Forhans - scegliendo tra un'ampia gamma quali dentifrici, collutori, kit per l'igiene orale da viaggio, spazzolini e fili interdentali - per una spesa minima di 10 euro, un premio certo consistente in tre mesi di ingressi al cinema e cene in formula 2x1 nelle strutture convenzionate.

Si può usufruire del premio, registrandosi sul sito dedicato, entro il 31 dicembre 2017.



## LA NUOVA LINEA FORHANS GOLD4 WHITE

In questi ultimi anni interessanti lanci Forhans hanno visto la luce. Spaziando dai colluttori Gengi Aloe e Alitosi Stop, agli spazzolini elettrici per Bambini e ai deodoranti dell'originale e unico formato da viaggio da 20 ml, sino ad arrivare all'offerta che ha un tocco glamour: la linea Black4 White, che deve la sua efficacia alle particelle di Carbone attivo e **Gold4White**. Quest'ultima, è la nuova linea a base di particelle di Oro e Mica. L'Oro, già largamente conosciuto per le sue proprietà antibatteriche, svolge anche una funzione anti-infiammatoria che, nel cavo orale, rappresenta un valore aggiunto di rilievo. Il **Dentifricio Gel Forhans Gold4 White** - disponibile nel formato 75 ml e 12 ml - contiene, all'interno della sua speciale formulazione, micro particelle di vero Oro e di Mica, che donano al podotto, il particolare colore dorato.



Queste particelle, unite a quelle della Silice Idrata, aiutano a rimuovere le impurità che si depositano sulla superficie dei denti giorno dopo giorno con la normale assunzione di cibi e di bevande quali vino rosso, tè, caffè e con l'uso delle sigarette. La rimozione sistematica della Placca Dentale, con l'ausilio del Dentifricio Gel Forhans Gold4 White, contribuisce a ridurre la carica batterica del cavo orale, aiutando quindi a prevenire possibili infiammazioni gengivali e problemi di alitosi.

Il Sodio Fluoruro aiuta, invece, a rafforzare lo smalto dei denti, rendendolo meno vulnerabile all'azione dei batteri e dei cibi acidi. L'utilizzo giornaliero del Dentifricio Gel Forhans Gold4White contribuisce a mantenere la brillantezza dei denti, senza aggredire lo smalto. La sua formula combina la delicatezza del Gel con l'azione meccanica delle particelle di Mica, che aiutano a eliminare le impurità dalle superfici dentali.



## UN'AZIONE SINERGICA DALLA GRANDE EFFICACIA

Arricchisce la linea, lo **Spazzolino Antiplacca Forhans Gold4White**, realizzato utilizzando veri Ioni di Oro all'interno delle speciali setole, caratterizzate anch'esse dal colore dorato. Gli Ioni di Oro all'interno di questa speciale testina, hanno la particolare funzione di inibire la proliferazione dei batteri e contribuiscono a un'azione sbiancante e purificante. A caratterizzare lo Spazzolino, vi sono anche le Setole Dupont 610 con tecnologia HDF (High-Density-Filaments): questo significa che la testina possiede una densità di setole superiore alla media dei comuni spazzolini, per un'azione pulente più efficace. Le Setole sono di durezza media e hanno punte affusolate, per un'azione efficace ma gentile. Lo Spazzolino, inoltre, è dotato di pulisci lingua, manico dritto in materiale bicomponente e copri testina in omaggio.





## SANA, UN NUOVO SUCCESSO

*Aspettando il trentennale, nel 2018, Sana si afferma ancora un a volta come punto di riferimento nel mondo del biologico*

In vista dell'importante anniversario del prossimo anno, 30 anni dalla prima edizione, **SANA** registra un nuovo risultato positivo confermandosi punto di riferimento nel mondo del biologico per aziende, operatori, enti, associazioni, buyer e un pubblico di consumatori, informato e motivato, che cresce di anno in anno. I sei padiglioni di SANA 2017, con i tre



settori merceologici – Alimentazione biologica, Cura del corpo naturale e bio e Green lifestyle – hanno proposto il meglio della produzione biologica e naturale nazionale e internazionale, ai migliaia di visitatori presenti. Soddisfazione e riscontri positivi arrivano dagli operatori, fittissimi gli incontri b2b – oltre 2.500 nell'ambito del programma di appuntamenti realizzato grazie all'International Buyer Program, il programma di incoming organizzato in collaborazione con ICE e FederBio – alla International Buyer Lounge che ha ospitato buyer internazionali giunti da 30 Paesi (+11%).



### UN RUOLO STRATEGICO

SANA 2017 ha consolidato ulteriormente il proprio ruolo di vetrina e di piattaforma di confronto e approfondimento con i protagonisti del comparto del biologico e del naturale, istituzionali e privati, dal Governo alle Regioni, dagli organismi europei alle associazioni e federazioni di categoria e rappresentanza, alle imprese e aziende di produzione e distribuzione ed enti di certificazione. Rafforzata anche la presenza della GDO, che dedica sempre più spazio alle diverse linee di prodotto biologiche e naturali.



SANA è organizzato da **BolognaFiere**, in collaborazione con FederBio e con i patrocini di Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare e del MIPAAF – Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, il supporto di IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements, di Cosmetica Italia e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese.



## A GENNAIO, MARCA 2018 SI PRESENTA CON GRANDI NOVITÀ

*Un layout più grande e tre nuove insegne per la prossima edizione del Salone*

**Marca by BolognaFiere** dà appuntamento a Bologna il 17 e 18 gennaio 2018, segnando una crescita degli espositori e delle Insegne. Così, per fare spazio ai nuovi ingressi si rinnova e si amplia il layout della manifestazione: il prossimo anno il

Salone internazionale sui prodotti MDD a Marca del Distributore - secondo in Europa - organizzato da BolognaFiere in collaborazione con ADM (Associazione Distribuzione Moderna), segnerà il ritorno ai padiglioni 25, 26, 36, 21 e 22, due in più dell'edizione precedente. E sono tre i nuovi ingressi - REWE Group, Consorzio C3 e Leader Price Italia - nel Comitato Tecnico Scientifico, costituito dalle più importanti Insegne della GDO e della DO. Marca è il Salone italiano di riferimento per le Insegne, i produttori e i distributori italiani, l'unico interamente dedicato alla marca commerciale che, nei due giorni di apertura, offre workshop e convegni specialistici sui temi di maggiore attualità nel settore.







# PIL'ATEN<sup>®</sup> **BLACK MASK**



**PIL'ATEN<sup>®</sup>**  
SKIN CARE

 pilatenskincare

 pilatenmask

[pilaten-mask.com](http://pilaten-mask.com)

DISTRIBUITO DA: FORMA ITALIANA S.P.A - TEL: 02.900.77.11



# CON MATT, SCEGLI IL TUO ELISIR

Senza Profumo, Senza Coloranti, Senza Parabeni, Dermatologicamente Testati e indicati per tutti i tipi di pelle, gli Elisir Supremi AgeActiv® di Matt® divisione cosmetica di A&D Gruppo Alimentare e Dietetico, sono estremamente efficaci già se utilizzati da soli e possono essere applicati prima delle creme viso AgeActiv®, per un effetto sinergico potenziato.



## **Acido ialuronico Puro 3P** **elisir supremo | lifting totale**

L'innovativo Acido ialuronico Puro 3P, grazie alla sua formulazione a 3 pesi molecolari e alla sua texture ricca, aiuta a riattivare la rigenerazione cellulare ed accelera la produzione di collagene, per una pelle elastica, rassodata e luminosa.

La sua formula a 3 pesi molecolari permette di idratare la pelle su 3 diversi livelli epidermici:

1° Livello di idratazione: regala una sensazione di idratazione immediata, attraverso l'azione di un efficace film che agisce in superficie (Acido ialuronico con peso molecolare = 1,5 milioni di Dalton).

2° Livello di idratazione: penetra nei primissimi strati dell'epidermide, svolgendo la sua azione idratante nel medio termine (Acido ialuronico con peso molecolare = 750.000 Dalton)

3° Livello di idratazione: penetra più in profondità, grazie alla dimensione micro delle sue molecole, per un'azione a lungo termine (Acido ialuronico con peso molecolare = 50.000 Dalton).

## **Siero di Vipera 3-alpha plus** **elisir supremo | effetto tensore**

Il Siero di Vipera 3-alpha plus, grazie alla sua formulazione a base di tre aminoacidi dal peso molecolare ridotto ed alla sua texture morbida e setosa, rallenta la formazione delle rughe di espressione e dona un effetto tensore immediato, per una pelle rigenerata e idratata.

Il principio attivo del Siero di Vipera impedisce la contrazione dei muscoli del viso andando così a distendere piccole rughe e segni di espressione, donando un effetto lifting immediato.

Il Siero di Vipera 3-alpha plus è una combinazione di 3 aminoacidi dal ridotto peso molecolare in grado di riprodurre un effetto simile al siero della vipera presente in natura contrastando la tensione muscolare del viso per una pelle più distesa e rilassata.

## **Bava di Lumaca H.A. plus** **elisir supremo | levigante**

La Bava di Lumaca H.A. plus, grazie alla sua formulazione esclusiva, rigenera la pelle contribuendo a stimolare la formazione di collagene ed elastina ed aiuta a rallentare il processo di invecchiamento per una pelle più elastica e tonica. Un innovativo e potente elisir di bellezza in grado di nutrire ed idratare la pelle grazie alla sua texture più ricca di un siero e più leggera di una crema. La Bava di Lumaca H.A. plus è ottenuta naturalmente da lumache della specie Helix Aspersa accuratamente selezionate attraverso un processo non invasivo nel rispetto dell'animale. È successivamente filtrata e trattata per eliminarne le impurità. La sua secrezione è naturalmente ricca di sostanze nutritive e rigeneranti che aiutano la pelle ad essere idratata e compatta.

## **Collagene Elastina complex<sup>VGX</sup>** **elisir supremo | ricompattante**

Il Collagene Elastina complex<sup>VGX</sup>, grazie alla sua formulazione ed alla sua texture ricca, aiuta a combattere la perdita di tono e di elasticità dei tessuti ed a prevenire la formazione di rughe, per una pelle compatta e rassodata.

Il Collagene Elastina complex<sup>VGX</sup> è un esclusivo mix di principi attivi:

- **Collagene Vegetale:** estratto dalla pianta dell'acacia del Senegal, è il sostituto ottimale al collagene di origine animale, sostegno naturale della pelle e responsabile della compattezza cutanea.
- **Elastina:** è un componente fondamentale della pelle che garantisce elasticità e tonicità ai tessuti.

## **Cellule Staminali vegetali** **elisir supremo | rigenerante**

Le Cellule Staminali vegetali, grazie alla sua formulazione esclusiva e alla sua texture ricca, contribuiscono alla rigenerazione cellulare e al rinnovamento della pelle, donando fin dalle prime applicazioni un viso tonico e luminoso. Le Cellule Staminali hanno un ruolo fondamentale nella rigenerazione dei tessuti e nel riattivare i processi biologici rallentati. Le Cellule Staminali vegetali presentano alcuni elementi simili alle cellule staminali umane e conferiscono nutrimento e vitalità alle cellule stesse quando vengono a contatto con la pelle.





# BEAUTIFUL FOR YOU

LEGGETE TUTTO CIÒ  
CHE È BELLO  
SU QUESTO PORTALE

BEAUTIFUL FOR YOU, il portale della bellezza realizza un'informazione tematica giornaliera sui migliori prodotti dedicati ai consumatori (dai cosmetici ai profumi, dai gioielli agli accessori)



**Milioni di lettori  
riceveranno  
il vostro messaggio**

e-beautiful srl via Giacomo Favretto, 7 - 20146 Milano (Italy)  
tel. 0248958058 - info@beautifulforyou.it



# CLENDY E LA BEAUTY ROUTINE 3.0



*Per la detersione rapida, delicata ed efficace di viso e occhi, Clendy presenta le nuove salviette struccanti in formato pocket*

Truccarsi per ogni donna è un gesto quotidiano fondamentale per valorizzare il proprio aspetto, ma altrettanto importante è il momento della rimozione del make-up. A fine giornata è necessario struccare perfettamente viso e occhi per eliminare in profondità non solo il trucco, ma le impurità che si depositano sulla pelle, come smog e agenti atmosferici. Sempre più richieste dalle consumatrici, le salviette struccanti sono una buona e pratica alternativa alla pulizia tradizionale del viso, quando si ha poco tempo a disposizione o semplicemente si è troppo stanche. La linea **Care** di **Clendy** oggi si arricchisce con le **nuove salviette struccanti**, un prodotto funzionale e ricco di principi attivi in grado di svolgere tre diverse azioni in un solo gesto: struccare, riequilibrare e idratare.

Formulate per sostituire latte detergente e tonico, eliminano efficacemente ogni traccia di make-up da viso e occhi lasciando la pelle morbida, idratata e levigata. Contengono estratto d'aloe vera dalle proprietà lenitive, decongestionanti e anti-age e vitamina E, dalle proprietà antiossidanti e idratanti. Sono inoltre prive di parabeni e alcool, ideali per tutti i tipi di pelle, anche le più sensibili. Non aggrediscono l'epidermide ma la detergono delicatamente. Ogni salvietta è imbevuta in una fresca fragranza floreale Pink Flower, che contribuisce a trasformare la skincare quotidiana in un momento estremamente piacevole. Punto forte del prodotto - caratterizzato da un packaging fresco e raffinato - è il formato pocket da 15 pz. con la pratica linguetta apri e chiudi, un sistema che permette a ogni salvietta di essere sempre umida come alla prima apertura.



HOME &amp; CARE

**CLENDY S.p.A.**  
C.so Europa, 72  
80127 - Napoli  
[www.cлены.it](http://www.cлены.it)

## CLENDY A SOSTEGNO DELL'INFANZIA

La campagna pubblicitaria **"Pulire non basta"** lanciata quest'autunno da Clendy è incentrata su un tema sociale importante: la violenza sui minori e vuole lanciare un segnale forte all'opinione pubblica per aiutare concretamente i bambini vittime di abusi, di violenze e discriminazioni razziali. Protagoniste della campagna sono tre bambine col viso segnato da violenza, abuso e razzismo. Dai loro sguardi si percepisce la richiesta di aiuto: "Riconoscere i segni" e fare qualcosa per fermare tutto questo dolore. A completamento della campagna è stata creata una pagina web, nella quale sono presenti i contatti di alcune associazioni che hanno creduto nel progetto e che si occupano quotidianamente di aiutare bambini in difficoltà. Da questa landing page è possibile donare una somma alle associazioni o segnalare un caso di abuso.



# PULIRE NON BASTA

RICONOSCI I SEGNI

ABUSO



HOME & CARE



#NoAbusi

\*Inquadra con il tuo smartphone il QR CODE.  
AIUTA E DIFENDI I BAMBINI ADESSO.

...dai la tua mano\*, **ELIMINA GLI ABUSI**

Clendy s'impegna a dare il suo contributo alle associazioni che hanno aderito all'iniziativa, devolvendo, a fine 2018, una percentuale del ricavato dalla vendita della linea di panni in microfibra Classic.





# PER NATALE, I COFANETTI ECO-BIO OMIA

Per omaggiare la naturale bellezza di ogni donna, accanto ai best seller come gli Ovetti eco bio per la cura del corpo e le Flower Bag ai fiori biologici, tantissime le confezioni regalo per la cura di viso e capelli

Ancora una volta i nuovi lanci confermano la capacità di innovare del management di **OMIA – marchio MGA**.

Il sell out dei cofanetti regalo nel Natale 2016 è cresciuto del 7%, posizionando la marca OMIA come prima tra le marche di cosmetici naturali e biologici e seconda marca del totale mercato per fatturato.

Il sell out del Natale 2016 è stato complessivamente di € 1.903.681, un dato significativo se si pensa che sono stati realizzati con solo il 53% di distribuzione ponderata ed il 7% di distribuzione numerica.

In un mercato da circa 52 milioni di euro, OMIA rappresenta il 3,6% del mercato e la quota di mercato relativa ai punti vendita trattati raggiunge quasi il doppio con il 6,8%.

A Beneficio della marginalità del distributore, le confezioni regalo OMIA, hanno una pressione promozionale del solo 10% (intesa come la quota di unità vendute durante la promozione), contro una media di categoria di quasi il 13% e un'incidenza di oltre il 20% che si riscontra su molti altri attori del mercato.

(Dati IRI Infocan, Totale Italia, Luglio 2016 – Giugno 2017).

## TRATTAMENTI COMPLETI

OMIA ha introdotto due soluzioni pratiche ed efficaci per un trattamento combinato di capelli e corpo.

Disponibili nei due formati, da cinque o sette referenze, i Cestini OMIA rappresentano un regalo ideale per una coccola di benessere duratura. Entrambi i cestini sono disponibili nella versione Aloe Vera e Olio di Argan e hanno registrato vendite molto interessanti soprattutto se si considera che il pricing – 19,90 e 24,90 euro – è superiore di gran lunga ai 10,65 euro medi di categoria.

### Il cestino corpo-capelli beauty routine

è realizzato in fibra naturale e contiene cinque prodotti, tre per la cura del corpo e due per la cura dei capelli. In particolare la confezione contiene: Dermo Bagno o Bagno Seta da 400ml, Crema Corpo da 200ml, Crema mani da 75ml, Fio Shampoo da 250ml e Balsamo da 200ml.



Il cestino total beauty routine contiene inoltre il Non Sapone 300ml e l'Intimo Gel da 250ml, in aggiunta alle cinque referenze del formato più piccolo.



## PER LA CURA DEI CAPELLI

Scatola regalo EcoBioBeauty con beauty case e pettine districante

Realizzata in una scatola rettangolare con carta FSC Misto (proveniente da fonti gestite in maniera responsabile), la nuova confezione regalo EcoBioBeauty di OMIA contiene un flacone di Fio Shampoo da 250ml con formulazione senza Sodium Laureth Solfato, SLES free e senza sale e il Balsamo Capelli da 200ml accompagnati da un beauty case in cotone (dimensioni 20x18,5x7,5cm).

Disponibile nelle varianti a base di Aloe Vera per capelli secchi e cuoio capelluto delicato; Olio di Argan per capelli secchi e fragili, Olio di Macadamia per capelli spenti e stressati e Olio di Semi di Lino per capelli deboli e sfibrati. Ideale per donare ai capelli, morbidezza, luminosità e forza. Immane durante viaggi e trasferte, la scatola capelli comprende anche un comodo pettine a denti larghi per un effetto districante e condizionante delle lunghezze che, con il pratico manico a uncino, è ideale sotto la doccia.



Il Non Sapone è un detergente fisiologico per l'igiene e la cura del viso e delle mani, privo di saponi sintetici e a base di ingredienti da agricoltura biologica certificata. L'intimo Gel Aloe Vera pH 3,5 ad azione lenitiva è ideale per donne in età fertile e per uso quotidiano mentre l'Intimo Argan pH 5,5 - prodotto novità 2016/17 - è indicato per ridurre la secchezza delle parti intime ed è indicato anche per donne in menopausa.

**OMIA**  
LABORATOIRES

OMIA - LABORATOIRES  
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

## PER LA CURA DEL VISO

OMIA ha studiato le tre tipologie di pelle più comuni e ha formulato prodotti specifici per la detersione e il trattamento di ciascun tipo di cute. La linea OMIA EcoBioVisage è approvata a livello dermato-cosmetologico da AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia) ed è certificata eco bio cosmesi da ICEA (Istituto di Certificazione Etica ed Ambientale).



### OMIA EcoBioVisage Pochette

Le pochette OMIA essentials contengono una Crema Viso da 75ml, una confezione di Salviette Viso 25pz. XL con olio di argan e la praticissima beauty Pochette a sacchetto in cotone (dimensioni 11x18cm). La crema viso è disponibile nelle tre varianti Mandorla e Malva per pelli secche e sensibili; Aloe Vera per pelli miste con zone grasse e Argan per pelli normali e miste.



### OMIA EcoBioVisage beauty routine

Le confezioni regalo della linea EcoBioVisage di OMIA sono pensate per portare la beauty routine anche fuori casa, nei fine settimana di relax, in palestra o semplicemente da regalare. Disponibile nelle tre varianti Mandorla e Malva per pelli secche e sensibili; Aloe Vera per pelli miste con zone grasse e Argan per pelli normali e miste. Ogni scatola EcoBioVisage beauty routine, contiene al suo interno una crema viso 75ml, un detergente viso 200 ml, una morbida fascia capelli in ciniglia e un praticissimo beauty case porta trucco 27,5 x 5 x 14 cm.

## PER LA CURA DEL CORPO

### Scatola natural Beauty Body con guanto esfoliante in ramie

La scatola OMIA Beauty Body contiene bagno seta o dermo bagno 400ml e crema corpo 200ml. Disponibile nelle varianti Aloe Vera, Olio di Argan, Olio di Mandorla e Olio di Jojoba, la scatola è impreziosita dalla fascia esfoliante per il corpo in ramie. Il bagno seta con formulazione senza Sodium Laureth Solfato, SLES free assicura estrema dermo-compatibilità e idratazione quotidiana, donando alla pelle nuova elasticità, protezione e luminosità. La crema corpo contiene materie prime derivanti dalle alghe, in grado di conferire altissima assorbibilità e amplificare l'efficacia dell'olio di Argan in essa contenuto.



## Gli intramontabili...

Nel grande ventaglio di proposte natalizie OMIA restano le confezioni più amate: gli Ovetto e le Flower Bag.



### Flower Bag, il bouquet di fiori da regalare!

Le Flower Bag dalla forma originale ed innovativa che ricorda una borsa da donna, trasferiscono tutta la freschezza e la qualità dei prodotti OMIA, formulati con principio attivo da agricoltura biologica certificata. Le Flower Bag di OMIA con estratti BIO di Lavanda officinale, Iris Florentina e Rosa Damascena, contengono un Bagno Fiori da 400ml ed una crema fluida corpo da 250ml e sono un'idea regalo divertente e attenta all'ambiente. La scatola di questa confezione regalo è realizzata con carta certificata FSC Misto, ovvero proveniente da fonti gestite in maniera responsabile. Con la scelta dei prodotti certificati FSC, OMIA contribuisce alla promozione della gestione forestale responsabile.



### Confezione regalo a forma di ovetto OMIA: l'innovazione continua...

L'Aloe Eco-Bio Gift Pack è la nuova arrivata tra le confezioni a forma di ovetto di OMIA. Realizzata in una scatola dalla forma originale ed innovativa, la confezione contiene Dermo Bagno 400ml e Crema Corpo 200ml a base di gel di aloe barbadensis miller da agricoltura biologica certificata, per assicurare idratazione ed elasticità alla pelle. OMIA Dermo Bagno Eco biologico è un detergente specifico per il corpo, particolarmente indicato per persone con pelle secca e delicata. OMIA Crema Corpo Eco biologica è un trattamento idratante per il corpo con una formula emolliente a rapido assorbimento. I prodotti contengono 0% di parabeni (paraben free), glicole propilenico, PEG, coloranti sintetici, siliconi (senza siliconi).

Gli ovetto erboristici OMIA contengono un Bagno Seta da 400ml ed una Crema Corpo da 200ml. Disponibili nelle varianti Olio di Argan, Olio di Mandorla e Olio di Jojoba, sono un'idea regalo innovativa e attenta all'ambiente. La scatola è realizzata con carta certificata FSC Misto, ovvero proveniente da fonti gestite in maniera responsabile. Con la scelta dei prodotti certificati FSC OMIA contribuisce alla promozione della gestione forestale responsabile. Da regalare agli appassionati di prodotti erboristici e a tutti coloro cercano una naturale bellezza.





Roberto Nuvolone, Direttore Commerciale e Marketing del marchio

# MIL MIL E L'AVANGUARDIA DELLA BELLEZZA

*L'azienda anticipa il futuro della cosmesi proponendo imballi flessibili, linee naturali e biologiche certificate e una nuova gamma di referenze, che apre la via a una innovativa concezione di benessere*

Consolidare sempre più il rapporto con la Clientela, attenendosi al principio della qualità, è divenuto, negli anni, uno tra i fattori determinanti per il successo di una Società come **Mil Mil 76 – Gruppo Mirato** – presente sul mercato da oltre 4 decenni. L'offerta di un prodotto cosmetico dalle prestazioni eccellenti, però, non è sufficiente e questo, in Mil Mil, lo sanno molto bene. "Per conquistare la clientela – afferma **Roberto Nuvolone**, Direttore Commerciale e Marketing del marchio – è necessario essere lungimiranti e avere una produzione sempre più rispettosa dell'ambiente. Consapevole degli alti volumi dei suoi prodotti, Mil Mil ha introdotto sin dal 1999 la tecnologia della preforma in PET, che ha consentito di ridurre in modo sensibile le emissioni di CO2 rispetto ai comuni imballi tradizionali".



## LA RIVOLUZIONE DELL'IMBALLO FLESSIBILE

L'azienda però, non si è fermata qui: è del 2005, la scelta di realizzare molti prodotti commodity utilizzando la tecnologia delle buste, come quella del **Sapone Liquido Busta Ricarica da 2 litri**.

"L'imballo flessibile – prosegue Nuvolone – ottimizza i costi al consumatore e diminuisce drasticamente il numero e il volume delle confezioni in plastica o carta prodotte che devono essere smaltite. Il risultato corrisponde ai desiderata dei nostri clienti: prodotti di commodity, semplici, di qualità, in fascia convenienza e rispettosi dell'ambiente, nei quali potersi, in un certo senso 'identificare'".

L'imballo flessibile, inoltre, ha consentito all'azienda di offrire un prodotto adatto a tutta la famiglia, che può essere utilizzato direttamente e non come una 'semplice' ricarica di un flacone. Esempio ne è, la Linea **Mil Mil Bagno Schiuma Portati dal Vento, in Flaconbusta da 750 ml**, disponibili nelle profumazioni **Fiordaliso & Papavero**, **Camomilla & Avena** e **Rosa Canina & Calendula**.

L'imballo flessibile scelto per questa gamma è composto per più del 30% da materiale di origine vegetale (fonte rinnovabile). Sostenibilità significa anche privilegiare la cosmesi green. Per i suoi prodotti biologici Mil Mil ha scelto la certificazione NATRUE, standard internazionale restrittivo in termini di cosmesi naturale e biologica.



**mil mil 76<sup>spa</sup>**

Mil Mil 76 – Mirato Group  
Via Sciarei 8  
28064 Landiona (NO)  
T. +39-0321.827.676  
F. +39-0321.827.677  
info@milmil.it  
www.milmil.it

L'azienda ha inoltre deciso di autocertificare linee di prodotti Vegan ok, operando secondo quanto previsto dalla Normativa Europea UNI EN ISO 14021. I consumatori premiano le scelte di Mil Mil: oggi il brand, per esempio nella categoria sapone liquido a volume rappresenta il 18% del mercato al nord, con quote che raggiungono il 22/23%, al Sud.



## IDRAZIONE E PULIZIA ANCHE SENZ'ACQUA

“La linea Priority - prosegue Nuvolone -, oltre a garantire un ottimo livello di idratazione, assicura grande igiene anche a chi ha problemi di mobilità o, più in generale, in tutte quelle situazioni in cui non è possibile utilizzare l'acqua. In quest'ottica, si inseriscono due prodotti della linea, il Guanto Igienico Detergo e la Mousse Detergente. Il primo prodotto, senza risciacquo e senza asciugatura, è un guanto per pulizia con barriera interna monouso. Estremamente pratico e resistente, vanta ottime proprietà di assorbimento e morbidezza. La seconda referenza, invece, è mousse spray ideale anche per le pelli più delicate. Con Provitamina B5, è pensata per offrire igiene e protezione a chi ha problemi di incontinenza o di mobilità. Il prodotto deterge e nutre ogni tipo di pelle, prendendosene cura, giorno dopo giorno. Estremamente pratico, non necessita di risciacquo”.

## IGIENE VUOLE ANCHE DIRE BELLEZZA

Igiene, freschezza e pulizia sono sempre più spesso associati all'idea di bellezza, di una pelle giovane, anche e soprattutto del viso. Per rispondere prontamente a questa esigenza del target più maturo, la linea Priority annovera anche la Crema Vaso Urea 3%. Ideale per pelle secca e molto secca, può essere usata in ogni momento della giornata. È una crema dalla texture leggera, a rapido assorbimento, arricchita con il 3% di Urea, che dona grande idratazione all'epidermide, soddisfacendo le aspettative del consumatore finale. Quest'ultimo, ha un profilo ben preciso, che ben si delinea attraverso le parole del manager di Mil Mil: “L'utente finale è sempre più informato e attento alle formulazioni dei prodotti cosmetici presenti sul mercato, anche in GDO. Credo che Mil Mil, anche grazie alla nuova linea Priority, abbiamo centrato l'obiettivo: continueremo, anche in futuro, a sviluppare la gamma, portando avanti gli investimenti in Ricerca&Sviluppo, per assicurare sempre il meglio alla nostra clientela”.

## LINEA PRIORITY, PRODOTTI PER IL 'BELLESSERE'

Gli investimenti costanti in Ricerca&Sviluppo di Mil Mil, unitamente alle continue richieste del mercato di anticipare il tempo, hanno portato alla nascita della nuova linea cosmetica **Pro Dermo Mil Mil Priority**, che accelera e punta a semplificare la fruibilità, mettendo in primo piano una gamma di prodotti ancora più specifici e utili tutti i giorni, perché idratare e prendersi cura della propria pelle è un gesto quotidiano e necessario, che diventa fondamentale quando non si è più giovanissimi. Priority è veloce, pratica e igienica, perché la bellezza e il benessere – in una sola parola, benessere - passano prima dall'igiene e dall'idratazione.

La linea comprende 7 prodotti dermocosmetici, facili da usare ed efficaci per contrastare i fenomeni di secchezza e irritabilità dell'epidermide e sono ideali a 50/60 anni fino ai 90 e oltre: Guanto Igienico Detergo, Mousse detergente, Crema Barriera all'Ossido di Zinco 10%, Dermo Detergente Bagno Doccia Shampoo Urea 3%, Crema Cute Secca Urea 5%, Crema Vaso Urea 3% e Crema Cute Ispessita Urea 10%. Attivo protagonista della linea, è l'Urea – una sostanza prodotta naturalmente dalla nostra pelle – che ha come 'priorità' l'idratazione, fondamentale per la bellezza e la salute della cute. In ogni formula la percentuale di questo ingrediente è calibrata per dare il massimo dell'idratazione e lasciare la cute morbida.





# AUTUNNO, È TEMPO DI RIGENERARSI

*Disidratata, spenta e opaca: è così che generalmente appare la pelle all'inizio dell'autunno.*

*La causa, molto spesso, è da ricercarsi nell'effetto nocivo di sole, vento, sale e temperature roventi, che sono gli elementi caratterizzanti le vacanze estive.*

*Anche i capelli, dopo l'estate, hanno bisogno di nuove cure: l'esposizione ai raggi solari, la salsedine e i lavaggi molto frequenti ne possono compromettere la lucentezza e la morbidezza.*

*Per ripristinare l'equilibrio, è importante optare per prodotti cosmetici mirati, a elevata funzionalità.*

*In queste pagine, le proposte più interessanti per donare nuovo vigore e idratazione a corpo e capelli, preparandoli alla stagione più fredda*

Designed by Freepi

## TUTTE LE VIRTÙ DEGLI OLI

**L'Istituto Erboristico L'Angelica -**

**Coswell** - racchiude le proprietà dei più preziosi oli naturali nella nuova linea di **Bagnodoccia Olea Naturae (foto 1)**.

Tre Bagnodoccia a base di oli naturali: Olio di Macadamia, nutriente, Olio di Mandorle, setificante e Olio di Argan Bio, vellutante.



Grazie alla loro ricchezza di acidi grassi e principi antiossidanti, aiutano a mantenere l'ottimale livello di idratazione e a contrastare i processi di invecchiamento cellulare.

Gli oli selezionati sono stati ottenuti mediante spremitura a freddo, per mantenerne al meglio le proprietà organolettiche.

Il brand ha dato vita anche alla linea **L'Angelica Officinalis Shampoo**, di cui fa parte anche lo **Shampoo Nutriente con Pappa Reale e Olio di Oliva**.

Dalla ventennale esperienza **Dermolab - Laboratori Deborah Group** - nasce il nuovo elisir di bellezza **Olio Corpo Setificante (foto 2)**, uno speciale olio secco - dalla texture delicata, non appiccicosa e di rapido assorbimento -



che lascia la pelle delicatamente profumata e straordinariamente vellutata al tatto.

Risultati visibili sin dalle prime applicazioni, la pelle è più idratata e liscia al tatto. La formula, innovativa e altamente performante, regala un'esperienza sensoriale unica grazie a 3 preziosi agenti: Ultra Filling Spheres, un acido ialuronico per un'intensa idratazione; Lipex SheaLight, un emolliente derivato dal burro di karité per una pelle morbida e setosa; Complesso di Oli Vegetali, per una pelle nutrita, elastica e morbida.

3



Oli essenziali di Rosmarino, Pino e Eucalipto, insieme al fiore di Arnica e alla Canfora, caratterizzano l'**Unguento all'Arnica** - lenitivo, per massaggi - di **Enulv**.

Questo unguento apporta sollievo nelle zone cutanee su cui viene applicato attraverso un'azione lenitiva e rinfrescante. Allevia la sensazione di gambe pesanti e sostiene i processi rigenerativi della pelle. È ottimo per massaggiare i muscoli, i tendini e le articolazioni, favorendo la microcircolazione cutanea.

Molto adatto prima e dopo l'attività sportiva. Il marchio presenta anche

l'**Unguento alla Calendula e Malva** - emolliente, per pelli secche, anche dei bambini e l'**Unguento all'Iperico** - tonificante, per pelli arrossate.

Consigliato per arrossamenti, anche per quelli dovuti a forti sbalzi di temperatura e alla prolungata esposizione al sole, e per attenuarne le irritazioni (**foto 3**).

Da **Forsan - A&D Gruppo Alimentare e Dietetico** -, arrivano 3 indispensabili alleati di bellezza: **Olio Monoï di Tahiti**, **Olio Cocco** e **Olio Ricino** (**foto 4**).



Ideale per corpo e capelli, l'Olio di Monoï di Tahiti, noto per le sue proprietà nutrienti, restituisce la naturale elasticità e idratazione. L'Olio Monoï di Tahiti Forsan è arricchito da Olio di Karité e Vitamina E che ne potenziano e rafforzano i benefici. L'Olio Cocco Forsan, invece, è un olio di origine vegetale ottenuto dalla spremitura a freddo della parte più interna del Cocus Nucifera. L'elevato contenuto di acidi grassi esercita sulla pelle un'azione dermoprotettiva, nutriente ed emolliente.

4

Sui capelli secchi e sfibrati esercita una potente azione ristrutturante senza ungerli. Infine, l'Olio Ricino Forsan, nutriente, si ottiene dalla spremitura a freddo dei semi della pianta di Ricinus Communis. Conferisce forza e resistenza ai capelli. Specifico anche per il rinforzo delle unghie fragili e per la cura e l'infoltimento delle ciglia.



5

## EFFICACIA E QUALITÀ

**Cominparfum** presenta la linea tricologica **Diva Professionale**, all'interno della quale spiccano le **Lozioni** specifiche per la cura ed il trattamento di cuoio capelluto e capelli (**foto 5**).

Realizzate in fiale singole e disponibili in due versioni. La Lozione Prevenzione Caduta Capelli è un coadiuvante nella prevenzione della caduta dei capelli arricchita con Estratti Vegetali, Cristalli di Menta ed Eucalipto. La sua speciale azione rinfrescante conferisce alla cute e allo stelo vitalità e benessere.

Indicata nei casi di caduta prematura stagionale.

La Lozione Nutri Royal è un coadiuvante nel nutrimento cutaneo.

Le sue importanti caratteristiche sono conferite dall'azione sinergica fra la Pappa Reale e il Polline dei Fiori ed è quindi particolarmente indicata per capelli deboli, secchi, sfibrati e con problema di eccessiva caduta.

**Biopoint** lancia, invece, il nuovo esclusivo programma **Extreme Repair** (**foto 6**), specifico per riparare i capelli danneggiati e molto danneggiati e sviluppato con una tecnologia avanzata che sfrutta molecole di differente peso molecolare che penetrano nei diversi livelli della fibra capillare.

Alla base dell'efficacia dei prodotti un attento studio degli ingredienti: Proteine del grano a basso peso molecolare che, grazie alle dimensioni ridotte, penetrano in profondità nella fibra capillare fortificandola dall'interno; Cheratina idrolizzata a peso molecolare medio, che agisce in superficie sulla cuticola con un'efficace azione sostantivante e ricostituente; completano l'azione di riparazione e rinforzo, attivi specifici per ogni prodotto. La linea si compone di 4 prodotti, il Fluido Super Ricostruttore, lo Shampoo Ricostruzione, la Maschera Ricostruzione e il Latte Ricostruzione senza risciacquo.



7

**Fairness**, con i nuovi prodotti della Linea **Genera Biò**, offre idratazione per corpo e capelli. Il brand pone attenzione alla salute, utilizzando il 97% delle materie prime di origine naturale, all'ambiente, con prodotti biodegradabili al 94% e alla sicurezza, avendo scelto ICEA come partner. Oltre alla Crema Corpo Genera Biò che nutre delicatamente e al Doccia Shampoo, Fairness propone la **Maschera Capelli Genera Biò** (**foto 7**). La nuova referenza nutre, idrata, ristruttura e dona morbidezza naturale a tutti i tipi di capelli stressati da agenti esterni.

6





## FORMULE INNOVATIVE PER CORPO E CAPELLI

Anche **MilMil 76 - Gruppo Mirato** - si prende cura di corpo e capelli e lo fa con



**Natura Crema Corpo Lenitiva & Rinfrescante con Olio di Argan e con la Crema Rigenerante Piante Officinali (foto 8).**



8

La prima è una crema fluida morbida e di rapido assorbimento che idrata e nutre la pelle di tutto il corpo. Arricchita con olio di Argan, dalle spiccate proprietà emollienti ed elasticizzanti e dal succo di aloe vera, dalle proprietà idratanti e nutritive, lascia la pelle morbida e delicatamente profumata. Fa parte della Linea **Mil Mil Bio Natura**, linea biologica certificata da NATRUE, standard internazionale restrittivo in termini di cosmesi naturale e biologica. La formula della Crema Rigenerante MilMil con Piante Officinali, invece, è un impacco di bellezza per i capelli. La sua composizione dalla consistenza cremosa con Olio di Germe di Grano, in sinergia con gli estratti Biologici di Avena e Ortica, agisce su tutta la lunghezza dei capelli svolgendo un'azione rivitalizzante, aiutando a proteggerli dallo stress causato dagli agenti inquinanti e dallo smog. Dai laboratori **Parisiene Italia** nasce una nuova linea di prodotti dedicati alla cura del corpo e dei capelli.

9



I prodotti sono senza parabeni, alcool, coloranti, allergeni da profumo e siliconi e arricchiti con l'estratto biologico di Aloe Vera. Oltre alla Crema mani nutriente Fiorile con estratto Biologico di Aloe Vera e al bagnoschiuma della stessa linea, l'azienda propone **Lin Exance (foto 9)**, una linea di prodotti pensata per i capelli secchi, sfibrati e spenti. Le formule, con olio di semi di lino, sono ideali per nutrire in profondità, eliminare l'effetto crespo e prevenire le doppie punte. La linea comprende: lo shampoo nutriente con estratto di semi di lino, che svolge un'azione emolliente e dona morbidezza e lucentezza; il balsamo nutriente con olio di semi di lino, che rende i capelli morbidi e facilmente pettinabili; l'Oil non Oil con estratto di semi di lino, che non unge ma che aiuta a mantenere le onde, i ricci e il liscio naturale. L'estratto di semi di lino rende i capelli morbidi e la Glicerina li idrata profondamente.

10



I semi di Lino sono protagonisti anche dell'omonima linea de **I Provenzali**, di cui fa parte lo **Shampoo Erboristico ai Semi di Lino (foto 10)**, particolarmente indicato per i capelli tinti e/o danneggiati. Con puro Olio di Semi di Lino, Burro di Karité, Pantenolo e Proteine del Grano, questo shampoo dona ai capelli sfibrati morbidezza, senza appesantirli. Ideale per l'uso quotidiano. Prodotto erboristico a Ph fisiologico, con materie prime di origine vegetale. Non addensato con sale, è senza SLS, SLES, PEG e Parabeni. Dermatologicamente testato.

Testato per i metalli pesanti:

Nichel, Cromo, Cobalto.

Fa parte invece della Linea Karité, lo Shampoo Erboristico al Karité che, grazie alla presenza delle Proteine del Grano e del Pantenolo, vitamina con qualità idratanti ed emollienti, dona ai capelli immediata morbidezza e li rende facili da pettinare.

11



## AZIONI MIRATE E SINERGICHE

**Soco**, con **Cielo Alto**, presenta la **Linea Filler (foto 11)**, per contrastare l'inevitabile invecchiamento dei capelli e garantire una chioma sempre giovane e compatta, grazie all'azione sinergica di Bacche di GOJI e Cheratina.

La gamma comprende: lo Shampoo Compattante Energizzante Filler, che deterge delicatamente i capelli e dona loro una sferzata di energia e idratazione; prepara i capelli al ricevimento del successivo trattamento; il Fluido Riempitivo Texturizzante Filler, trattamento ispessente immediato che rimpolpa la texture dei capelli, restituendo loro corpo e vitalità.

**Gliss - TESTANERA** - presenta **Magnificent Long (foto 12)**, una linea completa per capelli magnifici fino alle punte.

12



Il segreto è nella formula innovativa con infusione triproteica che nutre e fortifica i capelli. Ideata per chi ha capelli lunghi e inariditi, la nuova linea rinforza la fibra capillare donando alla chioma un nutrimento intenso e una maggiore resistenza. Comprende 4 prodotti. Gliss Magnificent Long Shampoo: la sua formula cremosa dona una rigenerazione intensa per capelli fino a 10 volte più forti; Gliss Magnificent Long Balsamo: da utilizzare dopo lo shampoo, garantisce una perfetta pettinabilità, morbidezza e corposità; Gliss Magnificent Long Maschera: nutre e rinforza il capello in profondità; Gliss Magnificent Long Siero: formula innovativa che si riscalda a contatto con l'acqua e istantaneamente rinforza la struttura capillare, per capelli 10 volte più forti e resistenti.



13

Da **Nivel**, arrivano prodotti indispensabili da usare nel periodo dopo le vacanze: per il corpo, **TIAMA Crema Corpo Pelli Normali e Secche**, la cui formula a rapido assorbimento dona un'idratazione e un piacevole comfort per tutta la giornata. L'estratto di Passiflora e l'olio di Argan contribuiscono a rendere la pelle idratata e tonica, ristabilendo la naturale elasticità e morbidezza. Per i capelli, **TIAMA Shampoo - Capelli Normali e Fragili** e **TIAMA Balsamo - Capelli Normali e Fragili** (foto 13). Lo shampoo ha una delicata formulazione che lascia il capello lucente, soffice e facile da pettinare. Gli estratti biologici di Lino e Riso, grazie alle loro proprietà idratanti e rinforzanti ti accompagnano nella quotidiana pulizia del capello. Il balsamo è il trattamento ideale per capelli sfibrati, opachi e fragili.

La sua formula delicatamente profumata, arricchita con estratti biologici di riso e lino, restituisce corpo e volume al capello spento, che riacquista la naturale lucentezza e morbidezza.



#### A TUTTA NATURA

La nuova linea **Vitamy® natural care - Tavola** - (foto 14), con vitamine e cellule di frutta e verdura, si prende cura in modo specifico di pelle e capelli stressati dall'azione nociva di salsedine, sole e altri agenti esterni. Lo Shampoo-Gel Rigenerante con Cellule di Fragole, ricche di vitamine del gruppo B, E, magnesio, calcio, deterge delicatamente il cuoio capelluto donando ai capelli forza, nutrimento e brillantezza. Il Gel-Doccia Prolunga Abbronzatura con Cellule di Mango, ricche di vitamine C, E, B6, Polifenoli, Magnesio e Ferro contrasta la desquamazione eccessiva dell'epidermide, aiutando a favorire il prolungamento dell'abbronzatura. Tutti i prodotti della linea tra cui Protezione Invisibile Capelli, Gel-Doccia Rinfrescante Pelli Delicate Kids e Preparatore Abbronzatura, sono senza parabeni, siliconi e petrolati. **Laboratoires Vitarmonyl**, invece, propone **Optima Capelli Vitarmonyl** e lo **Shampoo Biopha Nature** per capelli normali (foto 15).



15

Il primo prodotto - capsule - contiene Vitamina E, B2 e Zinco che contribuiscono alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo, Vitamina B8 per il mantenimento di capelli normali e Proteine del grano e del sesamo

contenenti Cistina e Metionina, aminoacidi solforati componenti della Keratina, responsabile dell'elasticità, della brillantezza e della forza dei capelli. I prodotti Biopha Nature sono formulati con ingredienti di origine vegetale, conformi alle linee guida dei prodotti naturali e biologici certificati da ECOCERT. Lo Shampoo, invece, deterge i capelli senza appesantirli. Grazie all'Aloe Vera Bio dalle proprietà idratanti e all'acqua di Orzo Bio, i capelli ritrovano il loro naturale splendore nel rispetto del cuoio capelluto, senza irritarlo né seccarlo. Tre linee complete - **Mandorla e Macadamia, Matcha e Avocado e Mora e Albicocca** (foto 16) - per donare nutrimento protezione e volume ai capelli, rappresentano la novità firmata **Delidea Bio**, di **Gala Cosmetici**.

La linea Macadamia e Mandorla ristruttura e idrata la cute e i capelli senza appesantirli donando forza e brillantezza. L'olio di Macadamia, ricco di acidi grassi insaturi e fitosteroli, protegge i capelli preservandone l'idratazione. L'olio di Mandorle agisce sulla desquamazione e migliora la secchezza di cute e fusto per capelli morbidi e setosi. I capelli secchi e danneggiati appaiono più forti, luminosi e setosi al tatto. La linea è composta dallo Shampoo Ristrutturante, dal Balsamo Leave In Protettivo, dal Leave In protezione Punta e dal Trattamento intensivo ristrutturante.

16



**Vitalcare Professional - SO.DI.CO** - presenta **Natural Bio**, dermatologicamente testata, priva di ingredienti nocivi e con materie prime da agricoltura biologica. A caratterizzare la linea, numerose referenze: lo Shampoo Fortificante e il Conditioner Estratti d'Avena e Camomilla BIO, i Cristalli Liquidi Spray Olio di Acai BIO e di Abyssinian e la **Maschera Protettiva Estratti d'Avena e Camomilla BIO** (foto 17). Quest'ultima, in particolare, svolge un'azione districante ed idratante, rendendo i capelli morbidi e luminosi.



17



18



La sua esclusiva formula, priva di PEG, Siliconi, Coloranti, Parabeni e Petrolati, è un vero trattamento di bellezza anche per capelli fragili o delicati.

### LEVIGARE, IDRATARE E TONIFICARE IL CORPO

Per proteggere e rendere ancora più bella la pelle al termine delle vacanze, **Calypso - Mapa Spontex Italia** - offre diverse soluzioni (foto 18).

Per un trattamento soft, **Sweet Gommage**, le cui micro-particelle esfolianti permettono di avere una pelle rinnovata e levigata. Per chi ama i massaggi rinfrescanti, invece, **Fleur de Bain** è la spugna ideale. Grazie alla sua particolare trama che moltiplica la schiuma, basterà aggiungere solo una goccia di gel doccia per ottenere un perfetto gommage.

**Energy Peeling** è il prodotto per un'azione davvero strong. Con granelli di guscio di nocciola, rigenera la cute con un massaggio esfoliante in grado di eliminare tutte le impurità.

**Soft Peeling**, invece, grazie alla sua innovativa trama a bolle in rilievo, che riproduce l'effetto del sale marino, agisce in modo efficace ma delicato sulla pelle. A doppia azione, moltiplica la schiuma grazie al lato più morbido mentre le sue innovative sfere donano luminosità e vigore con un'azione stimolante, detergente, antisettica e astringente.

Dal peeling, allo scrub: quello di **Organic Shop**, che offre formulazioni con elevate concentrazioni di ingredienti di origine naturale e ingredienti biologici, per un benessere che significa rispetto per la natura e niente sprechi. La linea Organic Shop, inoltre, è pensata in accostamento al mondo gourmet, per soddisfare anche il benessere sensoriale.



20



19



Fa parte della gamma, lo **scrub corpo** nelle due versioni **Belgian Chocolate**, con burro di cacao organico e zucchero grezzo e **Brazilian Coffee**, ricco di olio di caffè verde organico e zucchero grezzo (foto 19). Due fragranze diverse per ripristinare l'elasticità della pelle e renderla sorprendentemente morbida e liscia.

**Nesti Dante** nasce dalla secolare cultura cosmetica e botanica di Firenze. Culla del Rinascimento culturale, storico ed artistico, Firenze ha fatto tesoro delle note proprietà dei derivati vegetali.

**Luxury Gold Cream (foto 20)**, Crema Idratante Restitutiva 24H è preparata con ingredienti accuratamente selezionati secondo elevati standard di qualità, assicurando la lavorazione interamente italiana. Luxury Gold Cream unisce le proprietà idratanti e protettive delle ceramidi, le virtù anti-aging ed elasticizzanti dell'acido ialuronico e le proprietà drenanti e anti-infiammatorie del caffè verde per una pelle idratata, illuminata e vellutata.

21



Per un corpo tonico, **Lavera** propone **Basis Sensitiv Lozione per il Corpo Rassodante (foto 21)**. Con coenzima naturale Q10, Latte di Mandorla bio e Burro di Karité bio, il prodotto tonifica e dona elasticità alla pelle. Si tratta di un nuovo complesso 100% naturale che, alle proprietà anti-ageing e anti-ossidanti del coenzima Q10, unisce 5 attivi energizzanti vegetali: olio di oliva bio e certificato, nutriente, idratante, emolliente e ristrutturante; insaponificabili dell'olio d'oliva, antiossidanti; lecitina, olio di Abissinia e steroli vegetali. Tutti i prodotti sono certificati NATRUE e contengono ingredienti biologici di origine vegetale di produzione propria.

## DETERGERE IN MANIERA CORRETTA

Idratazione e luminosità della pelle hanno a che fare anche con la corretta detersione. Il nuovissimo **Bagnodoccia Cléo** di **Paglieri (foto 22)**, rivisitato nel pack e nella grafica, offre una formula innovativa ancor più idratante rispetto al passato: la fragranza Fiori di Loto con latte di cocco si posa sulla pelle come una delicata carezza. A base di ingredienti emollienti e idratanti e dalla texture soffice e cremosa, lascia la pelle morbida come un petalo.

22



23

Sempre in ambito di detersione, troviamo **ZUCCARI**, che aggiunge una nuova referenza alla linea **Olio del Re®**: il **Bagnodoccia**

**Rinfrangente Effetto Ice Shock (foto 23).**

La sua texture, arricchita con i preziosi oli essenziali puri della formula originale **Olio del Re®**, regala un'immediata sensazione di vitalità che risveglia la pelle e la mantiene fresca a lungo: Menta arvensis e Pino Silvestre donano una sferzata di energia a corpo e mente; Mirra, Cajepur e Incenso danno una sensazione rinvigorente. Senza OGM, glutine, petrolati e parabeni. Gli oli essenziali contenuti nei prodotti della Linea **Olio del Re®**, rappresentano un bouquet aromaterapico in grado di favorire il benessere. I singoli elementi sono stati selezionati accuratamente da **ZUCCARI** ed estratti dalle piante mediante una delicata corrente di vapore per mantenere inalterati i principi attivi.



24



L'ultima novità nel mondo della detersione di **Borotalco - Roberts** - è il **Bagnodoccia Fiori D'Arancio (foto 24)**, una fresca e dolce brezza di costiera per una carica di vitalità. Una fragranza in cui il dolce profumo dei Fiori d'Arancio viene impreziosito dall'aroma di Neroli richiamando l'energia dolce del Mediterraneo. Un profumo delicato per un'energizzante pausa di piacere e di evasione.

Dai laboratori di ricerca cosmetica **Matt - A&D Gruppo Alimentare e Dietetico** -, nascono, in limited edition, lo **Shampoo Setificante** con Acido ialuronico, Olio di Argan e Aloe e l'**Impacco Nutriente Capelli**, con Acido ialuronico, Olio di Argan, Olio di Cocco e Olio di Mandorle (**foto 25**). I capelli hanno una struttura particolare, diversa dalla pelle, che non si rigenera automaticamente e che, sottoposta a stress, tende a sfibrarsi e a sfaldarsi. L'Acido ialuronico ha un'azione riempitiva e rivitalizzante ed è particolarmente adatto per la cura dei capelli indeboliti e senza spessore che risultano, dopo poche applicazioni, più corposi e visivamente più idratati. Entrambi i prodotti hanno una formulazione senza parabeni e senza coloranti.



26

Anche quest'anno **Tesori d'Oriente**, cogliendo l'occasione del Natale, propone la sua ampia collezione di cofanetti in edizione limitata. Il **Cofanetto Flowers**, per esempio contiene il Doccia Crema e il Profumo Aromatico abbinati a un grazioso sacchetto in cotone profuma biancheria. Tra le varianti disponibili, troviamo anche **Ayurveda (foto 26)**. Una linea che si ispira alla filosofia dell'Ayurveda, basata sul ripristino dell'equilibrio interiore, attraverso il rituale di pulizia e nutrimento del corpo e dell'anima. Le note agrumate dell'Olio di Amla si fondono con le note calde e legnose del Patchouli per infondere una sensazione di armonia e serenità.



25





### OMIA, FRESCHEZZA E PRATICITÀ IN FORMATO ROLL ON DEO ROLL ON Olio di Argan di Omia Laboratoires - MGA

**Cosmetici** - è la soluzione ideale anche per le sportive o le viaggiatrici.

La confezione roll on da 50 ml, infatti, oltre a essere pratica e comoda da portare in borsa o in valigia, consente una facile applicazione, lascia la pelle morbida al tatto ed è sufficiente anche con una sola applicazione. Tutti i prodotti della linea sono dermo-compatibili e non lasciano aloni o residui sui tessuti dopo l'utilizzo. Hanno una profumazione gradevole e delicata e confezioni pensate per garantire praticità in base alle proprie esigenze. Certificato ICEA, non contiene Oli Minerali, petrolati e paraffine, siliconi, parabeni, glicole propilenico, Etanolamine, PEG, SLES, coloranti sintetici, Ftalati, sali di alluminio.



### NOVITÀ IN CASA CERA DI CUPRA

**Cera di Cupra**, il celebre marchio di **Farmaceutici Dott. Ciccarelli**, alleato della bellezza femminile, rinnova il suo look e lancia nuovi programmi dedicati alla protezione e al benessere della pelle.

La nuova Cera di Cupra comprende 3 differenti linee, efficaci e sicure, con risposte a specifiche esigenze delle donne di ogni età. Formulazioni innovative e mirate, garantite da un marchio noto e dalla lunga tradizione: Ricetta di Bellezza, trattamento nutriente ad azione anti-età; Idratante, idratazione 24h e protezione contro gli effetti dell'inquinamento; Anti-Age, trattamento ad azione antirughe.

### PULIZIA PROFONDA DEL VISO CON JOYCARE

Il set Pulizia Viso **Skin Plus** di **Joycare** è il prodotto ideale per la pulizia e la cura quotidiana del viso.

La pelle appare subito più liscia, curata e dal colorito più luminoso.

Utilizzabile con i normali detergenti viso, pulisce delicatamente e in profondità, rimuove residui di trucco e impurità; allo stesso tempo, grazie alla vibrazione sonora, stimola la circolazione e migliora il tono muscolare.

Il set assicura trattamenti profondi e diversificati grazie alle 5 diverse testine in dotazione. Con 2 velocità, ha una base di appoggio e una comoda e pratica beauty bag.



### AMIDINA PER LE PELLI PIÙ SENSIBILI

La linea **Amidina - La Dispensa** - è una gamma corpo appositamente ideata per le pelli più delicate e sensibili, che sfrutta l'efficacia di un attivo come l'Amido di Riso, con particolari proprietà lenitive e rinfrescanti.

Adatta a tutta la famiglia e indicata anche per i più piccoli, la linea comprende il Sapone Liquido, il Sapone Solido, il Doccia Shampoo, il Balsamo per Capelli, la Crema Corpo, la Crema Viso e la Crema Mani.

A garanzia di grande sicurezza, tutti i prodotti della linea sono certificati AIAB e testati al Nickel.

Dalle materie prime fino alle fasi finali della lavorazione, La Dispensa è un orgoglio tutto italiano.

Nei suoi laboratori si utilizzano infatti solo ed esclusivamente materie prime "made in Italy", ottenendo così un prodotto di qualità superiore, grazie a una migliore conservazione dei principi attivi originari.



### SPEEDY CARE, UNA DELICATA IDEA DI DETERGENZA

**O-Pac** offre al mercato **Speedy Care Struccante Detergente Olio Micellare**, soffici salviettine che rimuovono delicatamente ogni traccia di trucco da viso e décolletée, donando una nuova e piacevole esperienza sensoriale.

La delicata formulazione, ideale per tutti i tipi di pelle, non appesantisce, non unge e non necessita di risciacquo. La presenza di OLIFEEL®, attivo vegetale brevettato, di altri preziosi oli vegetali e attivi antiossidanti e nutrienti, facilita la rimozione del trucco, anche quello waterproof e long lasting, aiutando a mantenere l'equilibrio della barriera protettiva idrolipidica della pelle. Prodotto testato sotto controllo oftalmologico e dermatologico.



### BRAND ITALIA, PIDOCCHI ADDIO!

**Brand Italia/Idee Innovative** presenta la Fascia per capelli **PidocchiGO!** Dispositivo medico di classe 1, indossabile sia da maschi sia da femmine, protegge e previene il contagio creando una barriera di protezione. Naturale e senza pesticidi, con oli essenziali di Eucalipto, Lavanda, Geranio, Rosmarino e Chiodi di garofano. Il tessuto è anallergico, composto per il 95% da cotone e per il 5% da elastam (fibra sintetica elastica). Le microparticelle contenute all'interno della fascia rilasciano gradualmente gli oli essenziali. Dermatologicamente testata. Oggi il marchio arricchisce la gamma con l'Elastico per Capelli, con Eucalipto, Lavanda e Geranio. Entrambi i prodotti hanno un'azione che dura oltre 30 giorni.



## MANI MORBIDE E VELLUTATE GRAZIE A OMIA

Da **Omia Laboratoires - MGA Cosmetici** -, arriva la Crema

Mani Aloe Vera per pelli secche e delicate.

Nutriente e protettiva, dona una piacevole sensazione di idratazione e sollievo lasciando la pelle morbida e vellutata.

OMIA Crema Mani è un trattamento eco-bio

rigenerante e protettivo per le mani a base di gel di

aloe barbadensis miller da agricoltura biologica certificata.

La sua formulazione dalle spiccate proprietà idratanti è arricchita di Amido di Mais,

burro di Karité e olio di

mandorle di origine biologica, che

conferiscono al prodotto notevoli capacità protettive.

L'aloe vera utilizzata in questa

Crema Mani conferisce al preparato spiccate proprietà idratanti e restitutive.



## RESTYLING E NUOVO PRODOTTO PER LEOCREMA

**Leocrema** - marchio **Conter by Sodalis Group** - presenta il restyling delle sue creme fluide di bellezza, caratterizzate da texture cremose e ricche, ognuna dedicata a una specifica esigenza e gradevolissime fragranze per avvolgere il corpo in una nuvola di profumo. Ogni pack riporta l'ingrediente principale della formula, mettendone subito in risalto le proprietà e le particolarità, rendendo la scelta ancora più facile e diretta per assecondare ogni tipo di esigenza.

Tra le novità, anche l'arrivo di **Leocrema Fluida Addolcente** per pelli secche. La formulazione con Burro di Karité e Vaniglia nutre intensamente la pelle per una meravigliosa sensazione di setosità e morbidezza. Contiene inoltre agenti attivi idratanti che assicurano 24 ore di idratazione continua. La texture ricca e avvolgente si fonde sulla pelle senza ungere e si assorbe molto rapidamente.



## VIVALU TRIBE HEMP, CANDELA DI BELLEZZA

Da **Cereria Lumen**, arriva **VIVALU TRIBE HEMP**, Candela Cosmetica da massaggio all'olio di Canapa Bio. I Principi attivi dell'olio di canapa, con il massaggio, favoriscono la microcircolazione e restituiscono



idratazione. Dedicato a tutti i tipi di pelle e in particolare a quelle sensibili, è pensata per un'azione riparatrice viso e corpo. Svolge, inoltre, una intensa azione antiossidante.

L'efficacia dell'olio di Canapa Bio e quella del Karité sono amplificate dal calore della fiamma della candela che scioglie e trasforma il prezioso balsamo, permettendo la migliore stesura possibile sulla pelle, dilatandone i pori e predisponendola

a meglio ricevere i principi attivi. Ideale anche come doposole e dopobarba, è adatta anche al trattamento del cuoio capelluto con impacco/massaggio settimanale pre/post shampoo.

## PREP PER LA BELLEZZA DELLE DONNE

**PREP - Coswell** - presenta **Derm Oil**, olio viso e corpo specialista contro gli inestetismi delle donne, per esempio smagliature, cicatrici, invecchiamento cutaneo, macchie scure. Si tratta di un innovativo olio cosmetico per viso e corpo dermatologicamente testato, senza oli minerali, senza parabeni, senza paraffina liquida e senza alcol. La sua formulazione, ricca di vitamina E, oltre che di calendula, lavanda, rosmarino e camomilla, garantisce azione lenitiva, restitutiva, idratante e anti invecchiamento. Un esclusivo principio attivo, il Celisir Oil, permette un migliore assorbimento dell'olio da parte della pelle, potenziandone inoltre l'efficacia. Usato tutti i giorni, **PREP Derm Oil** protegge il naturale film idrolipidico della pelle, al fine di mantenere un livello ottimale di idratazione, combattendo secchezza cutanea e screpolature causate da agenti atmosferici e chimici. **PREP Derm Oil** può anche essere utilizzato anche come olio da bagno.



## DA ASTRA MAKE UP, BALSAMI INDISPENSABILI PER LA CURA E LA BELLEZZA DELLE LABBRA

**Astra Make Up** presenta **LIP COLOR BALM care & shine**, 8 diverse e delicate nuances di tendenza che donano alle labbra la luminosità di un gloss e la protezione di un balsamo;

**LIP BALM care & shine**, completamente trasparente ma dall'effetto lucido e brillante, per un look naturale e discreto ma senza rinunciare a un tocco di femminilità.

I nuovi lip balm, dalla formula leggera e cremosa, rendono le labbra morbide e idratate; hanno un'azione volumizzante grazie alla presenza di attivi a base di zenzero e radice di paprika.

Al tempo stesso, assicurano protezione sia dal sole sia dal freddo e cura, con SPF 15, burro di karité, olio di mandorle dolci e olio di jojoba.

Tra le novità di **Astra Make Up**, anche **LIP BALM care for men**, esclusivamente pensato per l'uomo. Il prodotto ha un finish naturale e opaco, è privo di colore e ha un delicato e fresco aroma di menta.



## UNA NUOVA E INNOVATIVA FORMULA PER YOPE

**Yope** - in Italia grazie a **Finalga Distribuzioni** - introduce sul mercato italiano una nuova linea di **saponi liquidi naturali arricchiti con formula TGA**.

Disponibile in tre fragranze, agli estratti di zenzero

& legno di sandalo, salvia & green caviar e tè

verde & menta, è arricchita dalla presenza, all'interno

della sua ricetta, della cosiddetta "formula TGA".

Quest'ultima è una innovativa miscela di tensioattivi

vegetali, ossia surfattanti 100% naturali, dalle

ottime proprietà detergenti e schiumogene.

A contatto con l'acqua, infatti, il prodotto si

trasforma in una schiuma densa e cremosa che lascia

le mani morbide e vellutate.

I saponi YOPE non solo sono sicuri per la salute

e adatti anche alle cuti più delicate e sensibili, ma

sono anche ecologici.

I saponi liquidi naturali per le mani con formula

TGA sono composti per il 92% da ingredienti

di origine naturale e non contengono

parabeni, PEG, siliconi, coloranti, SLES e SLS.





# DETERGENZA, SEGNALI DI STABILIZZAZIONE



Presidente di Assocasa, Giorgio Dal Prato

*Il 22esimo Osservatorio del mercato detergenti e prodotti per la casa scatta una fotografia di quello che è, oggi, il mercato dei detergenti e dei prodotti per la casa*

Appuntamento ormai tradizionale per il settore della detergenza italiana, si è svolto di recente il 22esimo Osservatorio del mercato detergenti e prodotti per la casa, presentato da **Federchimica Assocasa**, in collaborazione con **Nielsen**. Il Presidente di Assocasa, **Giorgio Dal Prato**, ha introdotto la presentazione dei dati dell'Osservatorio, che in questa edizione mostrano ancora un moderato calo a valore e una sostanziale stabilizzazione dei volumi. Il sud è l'area geografica che mostra gli spunti più promettenti.

## I NUMERI DEL MERCATO

Nell'anno terminante ad agosto 2017 le vendite del "cura casa" (detergenti e prodotti per la manutenzione), esclusi i "disposable", segnano a valore complessivamente -0,8%. A livello di comparti, nell'anno terminante ad agosto 2017, quello dei detergenti registra un -1,5%. Nel sottocomparto bucato, il detersivo liquido lavatrice è cresciuto dell'1,4%, nonostante abbiano segno negativo le polveri lavatrici e tabs (-7,4%) e gli indumenti fini (-5,1%). Il sottocomparto stoviglie, invece, vede i detergenti lavastoviglie a +2,9% e quelli per stoviglie a mano a -4,6%. Tra gli altri comparti, i coadiuvanti per lavaggio evidenziano una stabilizzazione con +0,2%, mentre invertono la tendenza con una buona crescita gli ammorbidenti (+2,8%) a fronte del calo lieve della candeggina (-0,2%) e più marcato degli ausiliari tessuti (-3,3%).





è fondamentale che ogni consumatore sia ben informato e consapevole nell'utilizzo dei prodotti della detergenza, dato il suo ruolo fondamentale nel risparmio, attraverso il giusto dosaggio e le corrette abitudini d'uso durante le operazioni di pulizia e manutenzione della casa.

"Questa edizione del nostro Osservatorio - sono le parole di Giorgio Dal Prato - ci restituisce un quadro più incoraggiante, anche se si nota chiaramente come la ripresa economica in atto fatichi ancora a tradursi nei consumi del cura casa. Il nostro settore continua nel suo impegno per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori, anche rispetto alla sostenibilità dei prodotti".  
 "Per questo è importante - prosegue il Presidente di Assocasa - che la nostra Associazione fornisca nuovi strumenti di dialogo e confronto tra le aziende e la filiera assieme ad azioni concrete di sensibilizzazione e informazione, rivolte direttamente ai consumatori".

I prodotti per la manutenzione segnano -3,6%. Si registra una forte espansione nei disinfestanti (+9,9%), anche grazie al prolungarsi di condizioni climatiche favorevoli. Molto bene i repellenti (+17%). A livello di store format crescono in modo vivace i Drug Specialist (+4,5%) e in maniera contenuta i Discount (+1,1%). Rimangono in flessione le superfici più piccole, gli Iper e i Super. La pressione promozionale si è stabilizzata con un calo in Iper e Super a fronte di un aumento nei Drug Specialist e Discount.



#### PRODOTTI PER SODDISFARE LE NUOVE ESIGENZE DEI CONSUMATORI

Nell'anno terminante ad agosto 2017 sono stati lanciati nel mondo del Cura Casa 2.441 nuove referenze che, a oggi, rappresentano il 13,5% del referenziamento totale, contribuendo al 5% del fatturato pari a 135 Mio €. In questo contesto l'industria della detergenza guarda sempre con molta attenzione alla soddisfazione dei bisogni delle famiglie in termini di igiene e pulizia della casa e continua la ricerca di innovazione del prodotto, per combattere sprechi e promuovere la sostenibilità, la convenienza e la praticità d'uso.



Designed by bearfotos / Freepik



# BUCATO E STOVIGLIE IN PRIMO PIANO



*Lavatrice e lavastoviglie: i due grandi elettrodomestici indispensabili in ogni casa, le due più grandi invenzioni che, dalla loro introduzione in ambito domestico, hanno diminuito il carico di lavoro e il peso di montagne di vestiti e piatti da lavare. Lavatrice e lavastoviglie - possiamo affermarlo con cognizione di causa - hanno contribuito in maniera forte e decisa a cambiare la vita delle casalinghe e delle numerose donne che quotidianamente devono destreggiarsi tra gli impegni di lavoro e le faccende di casa. Come tutto ciò che è prezioso, però, necessita attenzioni: dai prodotti per il bucato e per le stoviglie, fino a quelli pensati per la cura della lavatrice e della lavastoviglie, scopriamo insieme alcuni tra i più validi alleati di queste categorie di elettrodomestici.*



## BUCATO, CHE PASSIONE

Da **Paglieri**, con formula inedita e nuova grafica, arriva la nuova linea **Felce Azzurra Detersivi Liquidi Lavatrice** in 3 varianti, adatte sia per i capi bianchi sia per i colorati: **Classico**, **Cenere Vulcanica** e **Sapone di Aleppo** (**foto 1**). Nello specifico, il Detersivo Sapone di Aleppo, ha un'azione igienizzante, disinfettante, sgrassante e un'efficacia anche a freddo. Il Sapone di Aleppo è il sapone naturale per eccellenza, a base di olio d'oliva e una percentuale variabile di olio d'alloro; è un prodotto tipico della città di Aleppo, in Siria. La sua lavorazione artigianale segue una tradizione che risale all'antichità, perpetrata di generazione in generazione. La fragranza di questo prezioso detersivo, è caratterizzata da note floreali, legnose e aromatiche.

2



**USE Detersivi**, brand **Andrea Gallo di Luigi**, storica azienda italiana fondata nel 1892, è presente nel segmento di riferimento con **USE Saponaria a mano Delicati (foto 2)**. "Saponaria officinalis" è il nome della pianta che contiene le materie prime utilizzate in passato per la produzione di sapone per il lavaggio della lana. Nel tempo, andando incontro a esigenze di ipoallergenicità, la formulazione di USE

Saponaria a mano Delicati è stata modificata per renderla sempre più delicata e compatibile con la pelle. Il risultato è un detersivo liquido molto efficace ma nel contempo idoneo anche per il lavaggio di tessuti che andranno a contatto con le pelli più soggette di irritazioni, come quelle dei neonati. Un prodotto che cura le fibre di cashmere, seta, cotone sia bianche sia colorate, lasciando i capi e le mani morbide.



3

**BIOPHURA (foto 3)** è la nuova gamma di detersivi per la casa e il bucato firmata **Biochimica** e caratterizzata da una speciale formula priva di allergeni, 100% naturale, grazie all'utilizzo di formulati vegetali privi di sostanze allergizzanti. BIOPHURA è garantita dall'ente indipendente CCPB, tramite la certificazione per detersivi eco-biocompatibili Bio C.E.Q. Inoltre, la formula e gli ingredienti non sono testati sugli animali e i flaconi sono di plastica riciclabile. La gamma comprende anche la Linea Bucato: il detersivo liquido per bucato in lavatrice (Formato da 27 lavaggi) – una formula concentrata, facile da risciacquare anche in acqua fredda e che non lascia residui sugli indumenti dopo il lavaggio; il detersivo liquido per indumenti delicati (Formato da 25 lavaggi) e l'ammorbidente (Formato da 30 lavaggi).

4



**Bordoni Detergenti** presenta invece **Oil Remove (foto 4)**, un detergente liquido concentrato per il lavaggio a mano o in lavatrice di tute da lavoro e strofinacci. Elimina da qualsiasi tessuto, sporco e cattivi odori generati da macchie di grasso, oli minerali e combustibili. Il prodotto può essere usato a mano, con ammollo, oppure in lavatrice, senza prelavaggio.

### FRAGRANZE AVVOLGENTI E GRANDE EFFICACIA

Dall'esperienza di **Emulsio - Sutter** - e dall'attenzione nei confronti della salute dei consumatori e della natura che ci circonda nasce l'esclusiva linea **Emulsio Naturale L'Arte del Bucato (foto 5)**, la linea per prendersi cura dei propri capi in modo facile e sicuro. La linea si compone di 4 detersivi specifici (Lana e Capi delicati, Tessuti Moderni e Capi Sportivi, Bebè, Lavatrice), 3 Ammorbidenti con esclusive profumazioni lunga durata (Muschio e Magnolia, Neroli e Argan, Talco di Lillà) e due appretti, studiati per rispettare tutte le pelli, anche le più sensibili. Le esclusive formulazioni sono infatti dermatologicamente testate su pelli sensibili, ipoallergeniche, senza parabeni e senza nichel, cobalto e cromo (<0,01 ppm). Inoltre l'utilizzo di materie prime di origine vegetale e di derivazione cosmetica come l'avena, il mais, il riso aiutano a preservare le caratteristiche originali dei capi rendendo il bucato perfetto e profumato.

5



**GS Converting** presenta **Mister Clean Profumo Concentrato per Bucato (foto 6)**, l'essenza che dona ai capi un profumo pulito, unico e persistente. Con l'aggiunta di 1 o 2 tappi nella vaschetta dell'ammorbidente della lavatrice il profumo è garantito nel tempo non solo sui capi ma anche nei cassetti, nell'armadio e in tutta la casa. Il prodotto è disponibile anche nella fragranza Fiorita, Talco, Lavanda, Argan, Fior di Cotone, Muschio Bianco.

Formati: 100ml, 250ml, 500ml con tappo di sicurezza. Dalla lunga esperienza di Orphea Salvalana, nasce **Orphea**

**Ammorbidente Rigenerante (foto 7)** per capi delicati in lana, cachemire, cotone, lino e seta. La sua innovativa formula concentrata al profumo di fiori, arricchita con derivati delle proteine della lana e della seta, è specificamente studiata per garantire un sistema anti-aging in 3 fasi che preserva le fibre nel tempo: previene la formazione dei pallini; mantiene l'originale morbidezza; svolge un'azione riparatrice sulle fibre danneggiate. I vestiti saranno profumati dalla fresca e avvolgente fragranza naturale ai fiori e manterranno la loro originale elasticità e bellezza. Orphea è un marchio distribuito in Italia da **Tavola**.

7



8

### QUALITÀ E VERSATILITÀ

L'ampia linea **Winni's Naturel** di **Madel** comprende il prodotto **Piatti Concentrato Lime e Fiori di Mela**, disponibile nel formato 500 ml, anche nella profumazione **Aloe vera (foto 8)**. La formula ad alta concentrazione di attivo è fino a due volte più concentrata (espresso in termini di numero dosi per litro) rispetto a un normale liquido piatti. I tensioattivi di origine vegetale vengono dispersi nell'ambiente acquatico e si biodegradano rapidamente e completamente.

6





Il profumo al lime utilizzato è anch'esso biodegradabile. Per un uso più intelligente, si consiglia di riutilizzare il flacone vuoto ricaricandolo con Winni's Piatti Ecoricarica da 1000 ml. Il detersivo è certificato Vegan Ok e aderisce al disciplinare SkinEco per la sua Ecodermocompatibilità. È ipoallergenico e testato su nichel, cromo e cobalto (soglia rilevabile <0,01PPM).



**Mil Mil 76** presenta **Strabilia** (foto 9), linea completa di prodotti per la pulizia della casa apprezzati per le loro qualità: pulitori, deodoranti ambiente, insetticida e prodotti per tessuti, una vasta gamma di referenze per rendere più semplice e veloce la pulizia della casa. Dalle efficaci proprietà detergenti dell'aceto nascono due nuovi prodotti della linea, Aceto Detergente Universale 21 Usi e il nuovissimo Aceto Detergente Multisuperficie Spray Mousse, nel pratico flacone con dispenser. Due prodotti dai molteplici usi, per risparmiare tempo e denaro. Formulazioni uniche in cui sono state associate tutte le funzioni dell'aceto e dei detergenti moderni, per avere sempre pulito e igiene.



Da **La Piacentina**, invece, arriva il **Salvalingerie**, della linea **Perfetto Più** (foto 10). Si tratta di un bauletto a rete per proteggere reggiseni e lingerie delicata. Pratico, resistente, dotato di zip lungo il perimetro, può contenere uno o più capi di biancheria intima e preservarli da lavaggi e centrifughe.



#### LAVATRICE MA NON SOLO...

**Nivel** è un'azienda toscana che produce detergenti innovativi ed ecosostenibili da più di 30 anni. Con il marchio **BIOPURO**, offre al consumatore un'ampia gamma di prodotti per il lavaggio dei capi a mano e in lavatrice e per quello dello stoviglie. L'offerta, inoltre, comprende referenze per la cura dei due elettrodomestici. Tra i prodotti, troviamo **BIOPURO Lana & Cashmere** e **BIOPURO Acido Citrico Anidro** (foto 11). Il primo prodotto è un detergente concentrato, al profumo di Vaniglia, per la protezione e la cura dei capi in lana, seta, angora e cashmere. Contiene oli di melissa, basilico, cannella e chiodi di garofano che fungono da repellenti per tarme e parassiti che bucano il tessuto. L'Acido Citrico Anidro, invece, è efficace come anticalcare, ammorbidente naturale e sostituisce i brillantanti chimici convenzionali. Si può utilizzare anche per la pulizia periodica di lavatrice e lavastoviglie una volta al mese.



Anche **Greenproject Italia**, con il brand **Greenatural**, offre l'**Acido Citrico** (foto 12).

Prodotto naturale, versatile e ideale per la preparazione di diversi prodotti per la detergenza della casa, disciolto in acqua può essere utilizzato come ammorbidente per bucato, anticalcare disincrostante lavatrice e lavastoviglie, brillantante per lavastoviglie. 100% naturale, non contiene coloranti o sbiancanti ottici ed è Nickel tested.

**Mister Magic - Tavola** - è la linea di prodotti per la cura e la deodorazione della casa. Il marchio, per la cura della lavastoviglie, offre **Mister Magic Pesciolino** (foto 13).

È un Deodorante per lavastoviglie dalla forma innovativa che, grazie alla sua formula Bi-Attiva, deodora in modo efficace e neutralizza i cattivi odori. Dotato di un pratico gancio



“a bracciale” resta stabile durante il lavaggio, rilasciando un delicato profumo agli agrumi del Mediterraneo. La sua efficacia è garantita per 70 lavaggi.

# HOMI, UNA CASA RICCA DI TENDENZE



Manca ormai poco alla prossima edizione di **HOMI**, Il Salone degli Stili di Vita di **Fiera Milano**: la manifestazione, infatti, è in calendario dal 26-29 gennaio 2018, con pre-apertura dal 23, per Festivity, (PAD.9, Settore festività, decorazioni natalizie), l'ampio spazio dedicato una volta all'anno agli articoli per le occasioni speciali da celebrare, in mostra fino al 28 gennaio. In attesa di questa edizione, che si preannuncia ricca di appuntamenti e novità, giungono i numeri del Salone settembrino, che si è confermato un appuntamento ricco di proposte in linea con le attese degli operatori alla ricerca di prodotti caratterizzati da un alto tasso di sperimentazione e novità particolarmente originali e dai contenuti esperienziali: un progetto di



manifestazione riconosciuto, apprezzato e ormai consolidato, in grado di dare spazio anche a un nuovo e più evoluto concetto di italianità, senza dimenticare la tradizione dell'oggettistica nel nostro Paese.

## HOMI e i nuovi trend

Protagoniste della edizione numero 8 di HOMI sono state ancora una volta le aziende, 1.370 espositori di cui il 34% esteri, provenienti da 37 Paesi, tra cui Spagna, Francia, Germania, India sono maggiormente rappresentati. La manifestazione ha accolto 62.000 visitatori, con una percentuale di 18% esteri, provenienti da 34 Paesi: dall'Europa i Paesi più rappresentati sono stati Spagna, Francia, Germania, Grecia e Portogallo e dal resto del mondo sono giunti operatori da Russia, Cina, Giappone e Stati Uniti, questi ultimi ben rappresentati.

*A gennaio torna il Salone degli Stili di Vita di Fiera Milano, un appuntamento da non perdere per scoprire ultimi trend e prodotti caratterizzati da un alto tasso di sperimentazione e novità*

New entry tra i paesi di provenienza dei visitatori è stato il Centro America. HOMI rappresenta un punto di riferimento per scoprire i nuovi trend, a cui sono stati dedicati spazi a tema, come HOMI Trends, che ha raccolto le tendenze di stile individuate da WGSN, HOMI Smart, con prodotti e iniziative legati al tema del connubio tra tecnologia e design, Creazioni, sezione che HOMI dedica in ogni edizione ai giovani creativi, Da Uno a Cento, iniziativa dedicata a pezzi unici o a tiratura limitata, HOMI ASIA Design, che ha dato spazio ai designer che si ispirano a stili e tecniche del più grande continente.



## Creatività e innovazione

Forte interesse anche per HOMI Fashion&Jewels, il satellite di HOMI dedicato ai numerosi espositori di bijoux e accessori per la persona, sempre ricco di spunti, che ha costituito il principale punto di incontro per i convegni e i workshop che hanno animato la manifestazione. Infine, ampio spazio ai designer emergenti, sia attraverso l'area dedicata all'iniziativa Design Competition – Condivisione, sia attraverso la collaborazione con il POLIDesign e alla sua indagine sui nuovi materiali. Non sono poi mancate le aree Sperimenta e Sperimenta Design, oltre ai vincitori del concorso HOMI Design Award, che hanno ulteriormente ampliato la proposta di nuove forme di stile.





### CON IGENIO, IN CUCINA C'È PROFUMO DI RUGIADA

**Igenio Spray sgrassatore** fresca rugiada della linea **All Black by Opificio Toscano** è un prodotto ad azione profumante e rinfrescante, che sconfigge gli odori più ostinati. Ideale per la pulizia quotidiana di cucine, forni, cappe, lavelli, piani cottura e tutte le superfici che presentino residui di unto e sporco. Con il suo profumo intenso Igenio sgrassatore fresca rugiada profumerà la cucina eliminando tutti gli odori sgradevoli. Tutta la linea Igenio All Black è attenta alla sicurezza dei bambini e con etichette in braille per le persone ipo e non vedenti.



### GIMI, STENDERE IN MANIERA INTELLIGENTE

Gimi presenta 4 stendibiancheria intelligenti, tra i quali troviamo anche **Modular**, snodo speciale che permette di aprire le griglie totalmente oppure a metà, in funzione del bucato.

Lo sviluppo in verticale con 3 oppure 4 ripiani ripiegabili garantisce rispettivamente 30 o 40 metri di spazio di stenditura e permette a Modular di essere posizionato anche nel box doccia.

Una volta chiuso Modular occupa pochissimo spazio e da aperto, grazie alle pratiche 4 ruote piroettanti, può essere facilmente spostato anche carico.

È dotato inoltre di 2 appendi-grucce, ideali per i capi che asciugano meglio appesi.



### LA MACCHIA SE NE VA... CON VOILÀ

Deisa Ebanò presenta gli Smacchiatori istantanei per tessuti **Voilà**.

L'offerta comprende **Voilà Spray**, Smacchiatore a secco che agisce in meno di 5 minuti e **Voilà Salviette**,

Smacchiatore istantaneo per tessuti anche delicati da portare sempre con se' per rimediare a macchie impreviste.

I prodotti rappresentano pratici pronto intervento per eliminare macchie accidentali su capi di abbigliamento, sedili di auto e complementi tessili di arredo.



### SANATEX, PULIZIA E PROTEZIONE

**SanaTex**, marchio di **Eternal**, è una linea unica di panni per la pulizia della casa. Composta attualmente da 6 referenze, la gamma comprende prodotti auto-igienizzanti (test di laboratorio verificabili direttamente dal consumatore finale con codice QR sul retro confezione).

Il tessuto, 100% microfibra non tessuta prodotta in Italia, protegge da batteri, muffe cattivi odori.

Test rilasciati su licenza da Azienda leader nel settore microbiotico e aggiornati ogni anno.



### CON PULIRELLA RISPARMIO, SPAZZOLARE È UN GIOCO DA RAGAZZI

**pulirella® risparmio** è la spazzola ideata nel 1969 da **General Fix** ed è tra le più imitate al mondo. Viene prodotta con ben 10 metri di carta crespa adesiva, la migliore presente sul mercato.

Dotata di una impugnatura ergonomica e un fluido rullo che consente sempre un facile rotolamento.

La spazzola, al solo contatto, asporta capelli, forfora, piume, pelucchi; si rivela quindi un alleato indispensabile per la pulizia rapida e accurata di abiti, divani, tappeti, stoffe e velluti.

**BATGO!, LA SPAZZOLA CONTRO GLI ACARI, I BATTERI E LE TARME**  
Da **Brand Italia/Idee Innovative**, arriva **BATGO!**, la spazzola adesiva extra strong che vanta 10 metri di lunghezza e 60 applicazioni. Oltre a catturare le impurità, la spazzola elimina batteri, acari e tarme. L'attenta analisi dei bisogni dei consumatori e il desiderio di garantire una puntuale soddisfazione ai propri clienti, ha portato l'azienda allo studio di soluzioni sempre più nuove che mettano in relazione sinergica gli ambienti e l'individuo, sviluppando una linea di accessori alla persona di grande qualità.



**VILED A, COLORE E SICUREZZA IN CUCINA**  
FHP di R. Freudenberg presenta i **Guanti Vileda Colors 50**, gli innovativi guanti usa & getta multiuso in nitrile, anallergici, ambidestri e idonei per uso alimentare. I Guanti Colors

50 di Vileda sono realizzati in 100% nitrile, non contengono lattice né polveri e proprio grazie a queste caratteristiche sono perfetti anche per cucinare in totale sicurezza: a differenza dei guanti in lattice sono, infatti, ideali per la preparazione di tutti gli alimenti. Disponibili in due tonalità, verde Greenery e fucsia e in due taglie: S/M e M/L.

La pratica e compatta confezione da 50 pezzi è pensata per essere sempre a portata di mano.



**ESTERNI E GARDEN MAI COSÌ PULITI, TUTTO GRAZIE A FLORA**

La variegata offerta di **Gi-Erre** comprende anche **Flora**, scopa alta con paracolpi e doppia fibra, ideale per la pulizia delle superfici esterne e il giardinaggio.

Le fibre gialle scrostano ogni tipo di superficie grazie alla mancanza della piumatura; il materiale più rigido e spesso consente di rimuovere sedimenti, incrostazioni, terra e foglie. Le fibre rosse, più morbide e sottili, catturano ogni tipo di residuo, raccolgono efficacemente polvere, sassolini e piccoli detriti grazie all'elevata densità. Grazie alla combinazione di due tipologie di fibre, rimuove e raccoglie lo sporco in una sola passata senza sollevarlo né disperderlo nell'aria. Entrambe le fibre sono in PET 100% riciclato e sono facili da pulire dopo l'uso.

## ARIA DI CASA, ARIA PROFUMATA

**Aria di Casa** è la linea di diffusori a bastoncini di **Felce Azzurra - Paglieri**, disponibili in sette varianti: Talco Classico, Talco e Lavanda, Talco e Fiori di Ciliegio, Vaniglia Dorata, Talco e Muschio Bianco, Fiori Bianchi e Aloe e Bergamotto e Zenzero. I diffusori a bastoncini Aia di Casa rappresentano una soluzione istantanea per profumare la casa con fragranze avvolgenti ed emozionali, donando un tocco di forte personalità agli ambienti in cui si vive.



**IN CASA, CHE PROFUMINO!**

**PerfettoPiù - La Piacentina**

firma una grande novità: **Profumino**, una gamma di granuli profumati per aspirapolvere, cassetti e armadi, trolley e valigie, stanzette dei bambini, cesti della biancheria sporca, scarpieri, sottolavelli e ripostigli.

A ogni utilizzo, in tutta la casa si diffonderà un piacevole aroma e l'aria sarà fresca e rinnovata.

Profumino è disponibile in pratiche confezioni da due buste monouso e in 16 fragranze irresistibili.

**L'ORDINE? È UNA QUESTIONE DI ELEGANCE**

Indispensabili nei cassetti, negli armadi, in bagno, nelle camerette, nella zona giorno, i cestini **Elegance di Stefanplast** sono adatti per mettere ordine in ogni luogo. Nei loro differenti formati, sono utili per sistemare oggetti e accessori che vogliamo ritrovare il giorno dopo. Pratici e funzionali, offrono un tocco di stile ed eleganza in tutte le stanze in cui verranno collocati, diventando un vero e proprio oggetto d'arredo.





<b>A&amp;D/Forsan</b> www.forsan.it	33	<b>L. Martelli/Marvis</b> www.marvismint.com	11
<b>A&amp;D/Matt</b> www.matt.it	24-37	<b>La Dispensa/Amidina</b> www.ladispensabellusco.it	38
<b>Andra Gallo di Luigi/Use</b> www.use.it	3	<b>La Piacentina - Perfetto Più</b> www.piacentina.it	44-47
<b>Astra Make Up</b> www.astramakeup.com	39	<b>Laboratoires Vitarmony</b> www.vitarmony.it	35
<b>Beper</b> www.beper.com	12	<b>Lavera</b> www.lavera.de/it	36
<b>Biochimica/Biophura</b> www.biochimicaspa.it	43	<b>Madel/Winni's</b> www.winnis.it	43
<b>Biopoint</b> www.biopointonline.it	33	<b>Mapa Spontex Italia/Calypso</b> www.spontex.it	36
<b>BolognaFiere/Marca</b> www.marca.bolognafiere.it	22	<b>Melo</b> www.melolabs.com	12
<b>BolognaFiere/Sana</b> www.sana.it	22	<b>Mirato/Mil Mil/Perlax</b> www.perlax.it	12
<b>Bordoni Detergenti</b> www.bordonidetergenti.it	43	<b>Mirato/Mil Mil</b> www.milmil.it	30-34-44
<b>Cereria Lumen</b> www.lumen.it	39	<b>Nesti Dante</b> www.nestidante.com	36
<b>Clendy</b> www.clendy.it	26	<b>Nielsen Holding PLC</b> www.nielsen.com	6-8
<b>Cominparfum/Diva Professionale</b> www.cominparfum.it	33	<b>Nivel/Biopuro</b> www.nivel.it	44
<b>Cominparfum/Medicaldent</b> www.cominparfum.it	13	<b>Nivel/TIAMA</b> www.nivel.it	35
<b>Conter/Durban's</b> www.conter.com	10	<b>Omia Lab M.G.A. Cosmetici</b> www.omialab.it	28-38-39
<b>Cosmetica Italia</b> www.cosmeticaitalia.it	4-18	<b>O-Pac</b> www.opac.it	38
<b>Coswell/Biorepair</b> www.biorepair.it	13	<b>Opificio Toscano/Igenio</b> www.opificio-toscano.com	46
<b>Coswell/BlanX</b> www.blanx.it	11	<b>Organic Shop</b> www.simca.biz	36
<b>Coswell/Istituto Erboristico L'Angelica</b> www.angelica.it	32	<b>Pagliari/Cléo</b> www.cleo.it	37
<b>Coswell/Prep</b> www.prepweb.it	39	<b>Pagliari/Felce Azzurra</b> www.pagliari.com	42-47
<b>Deborah Group/Dermolab</b> www.dermolab.it	32	<b>Panasonic</b> www.panasonic.com	12
<b>Deisa Ebano/Voila</b> www.ebano.com	46	<b>Parisiene</b> www.parisieneitalia.it	34
<b>Dott. Ciccarelli/Cera di Cupra</b> www.ceradicupra.it	38	<b>Polifarma/Emoform</b> www.emoform.it	11
<b>Dott. Ciccarelli/Pasta del Capitano</b> www.pastadelcapitano.it	11	<b>Roberts/Borotalco</b> www.borotalco.it	37
<b>Enulv</b> www.enulv.it	33	<b>So.Di.Co/Vitalcare</b> www.vitalcare.it	35
<b>Eternal/Sanatex</b> www.eternalsrl.it	46	<b>Soco/Cielo Alto</b> www.cielualto.it	34
<b>Fairness/Genera</b> www.generacosmetici.it	13	<b>Sodalis Group/Leocrema</b> www.leocrema.net	39
<b>Fairness/Genera Biò</b> www.generacosmetici.it	33	<b>Stefanplast</b> www.stefanplast.it	47
<b>Federchimica/Assocasa</b> www.assocasa.federchimica.it	40	<b>SunStar Italiana/GUM</b> www.gumforgum.it	13
<b>FHP Freudenberg/Vileda</b> www.vileda.com	47	<b>Sutter/Emulsio</b> www.emulsio.it	43
<b>Fiera Milano/Homi</b> www.homimilano.com	45	<b>Tavola/Mister Magic</b> www.tavola.it	44
<b>Finalga Distribuzioni/Jack'N Jill</b> www.finalga.com	11	<b>Tavola/Orphea</b> www.tavola.it	43
<b>Finalga Distribuzioni/Yope</b> www.finalga.com	39	<b>Tavola/Vitamy</b> www.vitamy.it	35
<b>Flaem Nuova/Waterpik</b> www.fluemnuova.it	12	<b>TePe</b> www.tepe.com	13
<b>Gala/Delidea Bio</b> www.galacosmetici.com	3	<b>Tesori d'Oriente</b> www.tesoridoriente.net	37
<b>Galeno/Smile it</b> www.smileitsorrisoitaliano.it	10	<b>Testanera/Gliss</b> www.testanera.com	34
<b>General Fix</b> www.generalfix.it	46	<b>Unilever/Mentadent</b> www.mentadent.it	12
<b>GI-ERRE</b> www.gi-erre.com	47	<b>Uragme/Forhans</b> www.uragme.it	10-20
<b>Gimi</b> www.gimi.eu	46	<b>UT Europe</b> www.uteurope.it	14
<b>Greenproject Italia/Greenatural</b> www.gnatural.it	44	<b>Wabel</b> www.wabel.com	16
<b>Gs Converting/Dentamentin</b> www.gsconverting.com	11	<b>Zuccari</b> www.zuccari.com	37
<b>Gs Converting/Mister Clean</b> www.gsconverting.com	43		
<b>I Provenzali</b> www.iprovenzali.it	34		
<b>Idee Innovative/Italia-Brand</b> www.italia-brand.com	38-47		
<b>Joycare</b> www.joycarespa.com	38		



# CIP4 IL TOP DEI CONTRACTOR DAL PROGETTO ALLO SCAFFALE



Igiene casa



Igiene persona



Igiene bimbo

Innovazione e qualità garantiti da più di  
**40 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





PICCOLO  
PREZZO

GRANDE  
QUALITÀ

# Denthoral

**L'Igiene Orale non è mai stata così conveniente.**



I prodotti della Linea Denthoral sono il risultato dell'impegno più che trentennale della Uragme in ricerca ed innovazione, grazie alla sua storica esperienza nel mercato dell'Igiene Orale.

I prodotti della Linea Denthoral non solo esprimono un rapporto qualità/prezzo senza paragoni ma garantiscono un'ottima riconoscibilità a scaffale.

**Scegli Denthoral per i tuoi clienti.  
Scegli la tradizione, la qualità e la convenienza.**