

Block Notes

IL PROGETTO OFFICINALI BIOS LINE RACCOGLIE I SUOI FRUTTI.

Creare sul proprio territorio un polo di eccellenza nella coltivazione biologica delle piante officinali: questo l'obiettivo con cui, nel 2016, il marchio **Bios Line** ha dato vita al progetto **OFFICINALI BIOS LINE**, che prevede la coltivazione a regime di 15 ettari di terreno che circondano la sede dell'azienda, in provincia di Padova. Tutta l'area, che prima era ad agricoltura tradizionale, da novembre 2016 è stata, infatti, convertita in coltivazione biologica, una gestione colturale che mira alla produzione di piante officinali di qualità, salvaguardando l'ecosistema agricolo e la biodiversità. Il progetto - che si affianca a un altro intrapreso nel 2015 con una grande società agricola italiana a Jolanda di Savoia (FE) e a Santa Caterina (Cortona) per la coltivazione a regime di 500 ettari di piante officinali - prevede, per il momento, un'ampia area dedicata alla coltivazione biologica di oltre 160.000 piante di echinacea purpurea e pallida, calendula e psillio, da cui si ricavano fitoestratti impiegati, poi, in prodotti per rafforzare le difese immunitarie, favorire l'attività intestinale o svolgere un'azione lenitiva. E i primi risultati non hanno tardato ad arrivare: la scorsa estate la fioritura delle piante ha, infatti, richiamato i bombi, gli insetti impollinatori per eccellenza, e gli apicoltori della zona hanno anche chiesto di poter collocare le loro arnie all'interno delle coltivazioni, così da produrre miele biologico.



8

ZOÉ COSMETICS, NOVITÀ IN FARMACIA

In greco Zoè significa vita e proprio vitalità e virtù della natura sono le basi di partenza per una nuova realtà, che si affaccia oggi nel mercato farmacia. Parliamo di Zoé Cosmetics, nata dalla determinazione di una farmacista cosmetologa, Chiara Catalani, con l'obiettivo di proporre una linea di trattamenti antiaging made in Italy in grado di esaltare la bellezza femminile senza

scendere a compromessi. La gamma è una sintesi di naturalità, sicurezza, efficacia e gradevolezza: 15 referenze tra detergenti e trattamenti viso e corpo, con ingredienti selezionati, naturali e spesso biologici. Inoltre, Zoé Cosmetics persegue serie politiche di fair trade e di sviluppo sostenibile: i suoi fornitori promuovono e sostengono lo sviluppo ambientale, sociale ed economico del territorio in cui operano, incentivando l'occupazione della popolazione locale e preservando le loro tradizionali tecniche lavorative. Il rispetto per l'ambiente si rispecchia anche nei pack dei prodotti: tutti privi di cellophane e di foglietti illustrativi. Zoé Cosmetics aderisce, infine, allo standard internazionale "Non testato su animali" e si impegna in uno scrupoloso e costante calcolo delle emissioni di CO2, con l'intento di ridurle il più possibile. Per informazioni 0733.608046.

I 25 ANNI DEL NASTRO ROSA

Nasceva nell'ottobre del 1992 la prima campagna globale contro il tumore al seno, insieme con il suo simbolo, diventato nel corso degli anni ben noto al pubblico. Parliamo della **BREAST CANCER CAMPAIGN (BCC)** e del suo Nastro Rosa, iniziativa promossa nel nostro Paese da The Estée Lauder Companies Italia, che ha riconfermato come partner l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro. A dare il via alla campagna in Italia - che ha visto madrina Alessandra Mastronardi, volto noto della televisione italiana per serie come "I Cesaroni" e "Romanzo Criminale" - è stata l'illuminazione in rosa del Duomo Di Milano, insieme a molti altri monumenti del mondo.

In occasione del suo 25esimo compleanno, l'obiettivo è rendere il tumore al seno curabile al 100%. Per riuscirci servono conoscenze sempre più approfondite, maggior consapevolezza da parte di tutti in merito a questa patologia e, naturalmente, fondi da investire nella ricerca, vero motore delle cure di domani. Per questo, per tutto il mese di ottobre The Estée Lauder Companies Italia devolve 5 euro per molti dei suoi prodotti venduti, tra i quali Intral Redness

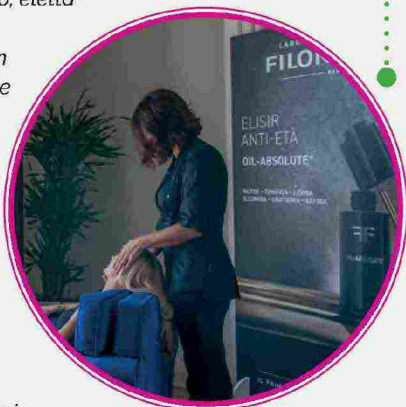


Block Notes

Relief Soothing Serum di Darphin, distribuito in farmacia.

FILORGA ALLA MOSTRA DEL CINEMA DI VENEZIA

In occasione della 74esima Mostra internazionale d'arte cinematografica della Biennale di Venezia, il marchio Filorga è stato partner di **SOUNDTRACK STARS AWARD**, il premio collaterale che elegge la migliore colonna sonora tra i film in concorso al Lido. Ad aggiudicarsi il prestigioso riconoscimento "The shape of water" di Guillermo del Toro, eletta migliore colonna sonora tra i film in concorso. Durante i giorni della manifestazione, in una suite dedicata dell'Hotel Excelsior, Filorga ha anche offerto ai protagonisti delle kermesse -tra cui Paola Turci, giurata d'eccezione del premio musicale- un momento di relax: un trattamento viso esclusivo realizzato con la sua linea Medi-Cosmetique.



10

LA ROCHE-POSAY PER I BAMBINI CON #BLUEBALLON

Anche quest'anno La Roche-Posay ripropone l'iniziativa **#BLUEBALLON** in collaborazione con **MAKE-A-WISH ITALIA ONLUS** e invita tutti gli utenti, tramite un semplice gesto, a regalare un sogno ai bambini affetti da gravi malattie. Dal 6 novembre sarà sufficiente andare sulla pagina Facebook di La Roche-Posay (www.facebook.com/LaRochePosayItalia) e condividere il post **#BlueBalloon**. Per ogni condivisione del post realizzata, La Roche-Posay donerà 1 euro a Make-A-Wish Italia Onlus in favore del progetto **#BlueBalloon**, che consentirà ai bambini meno fortunati di vedere realizzati i propri sogni. Per sostenere ulteriormente il progetto, due edizioni limitate di Lipikar Latte e Lipikar Fluido saranno vendute in farmacia con uno special pack realizzato con i disegni di Giulia, una bimba che ha così espresso la gioia del suo desiderio esaudito dalla Onlus.

ALBASUN: NATURA E INNOVAZIONE

Albasun è un'azienda che da oltre 20 anni opera nel settore della cosmetica professionale naturale. Quattro sono le linee per la cura di viso, corpo e capelli che propone in farmacia e che rispondono a logiche vegan ed eco friendly: **ORGANIQUE**, che utilizza principi attivi selezionati e ingredienti puri, ispirati alla tradizione fitocosmetica; **O-HERBAL**, che risponde alle esigenze di ogni tipo di cuoio capelluto con ingredienti naturali; **MOMME**, la linea specifica per la cura e la detersione della delicata pelle del bambino e della mamma, e, infine, **NEODERM**, cosmetici ad alta concentrazione di principi attivi adatti anche alla pelle più sensibile e affetta da inestetismi dermatologici (quali acne, dermatite atopica, macchie e discromie, secchezza e disidratazione). L'azienda mette a disposizione un metodo consolidato che fornisce supporto al farmacista attraverso servizi integrati di marketing, formazione, promozione e sostegno commerciale. Per maggiori informazioni c'è il numero verde 800.168655.

PERRICONE MD DISTRIBUITO DA SIRPEA

Sirpea è il nuovo distributore esclusivo per l'Italia del marchio Perricone MD, brand di cosmeceutici per la cura e la bellezza della pelle. Lanciato nel 1998, deve il nome al suo fondatore, il dottor Nicholas Perricone, medico specializzato in dermatologia clinica e di ricerca e membro dell'American College of Nutrition. Il medico ha poi creato anche una linea di integratori, Perricone MD Nutraceuticals, che aiutano a potenziare gli effetti dei prodotti a uso topico.

Il gruppo dei brand Sirpea si amplia così ulteriormente. Ricordiamo che Sirpea distribuisce già numerosi marchi come, per esempio, Cbn, Vegan&Organic, Codigen, Starline, Stemcell, Myskin, Icare, IsaDora, Terme di Saturnia.

