



Block Notes

L'unione fa la forza: la Campagna Nastro Rosa

Anche quest'anno ottobre è stato animato dalla Campagna Nastro Rosa, il programma di responsabilità sociale di Estée Lauder Companies, ideato negli Stati Uniti da Evelyn Lauder e promosso in oltre 70 Paesi, per sensibilizzare sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce del tumore al seno. Quest'anno, con il tema "Siamo più forti insieme", sono state organizzate molte iniziative portate avanti con



Lit, la Lega italiana per la lotta ai tumori, e altri sponsor (le visite senologiche gratuite, la raccolta fondi, l'illuminazione rosa dei monumenti). Inoltre, in collaborazione con BikeMi, Estée Lauder ha organizzato una bicicletтата a Milano per i propri dipendenti, con partenza dai giardini di via Palestro, per le vie illuminate di rosa del

Quadrilatero della Moda, fino ad arrivare a Palazzo Marino, all'inaugurazione dell'unità mobile. Anche quest'anno, inoltre, Darphin, come tutti i marchi Estée Lauder, ha devoluto il 10 per cento delle vendite del mese di ottobre di un prodotto -il Latte idratante corpo- alla Campagna Nastro Rosa. ●

Non solo trucco per Evoc

Evoc entra anche nel mondo dello skincare con una linea di trattamenti per il viso che coniuga qualità e sicurezza. Limpha è la gamma compatta in 5 prodotti, con molecole innovative presenti in formulazioni studiate per pelli sensibili e ottenute in collaborazione con docenti di tecnologie cosmetiche all'università di Ferrara. Nei prodotti sono utilizzati principi attivi naturali e di sintesi, in texture che danno gradevolezza e nutrimento alla pelle.

Non contengono profumo, parabeni e glutine, sono testate al nichel e su soggetti con pelle sensibile, e sono confezionati in un packaging curato. La comunicazione della linea richiama i concetti di delicatezza e leggerezza, con cartelli vetrina,

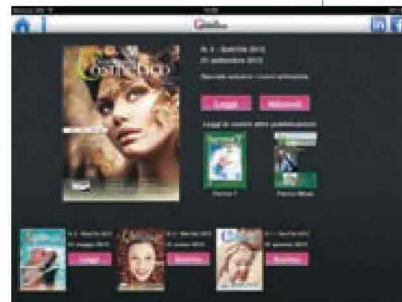


depliant e bustine omaggio caratterizzate della piuma. La linea comprende la Crema viso antietà, con staminali vegetali, acido ialuronico e vitamine, il Siero antietà, che associa ai principi attivi della crema anche acido lipoico e ceramidi, la Crema idratante antiossidante, con acido ialuronico a basso peso molecolare e il resveratrolo, e la Crema contorno occhi dall'azione antitorse, antirughe e antiocchiaie. Infine, la Lozione micellare struccante con calendula e hamamelis, pantenolo e bisabolo. Per sostenere il lancio della nuova gamma c'è un'attività promozionale sul punto vendita: all'acquisto di una crema, in omaggio un mascara Evoc. ●



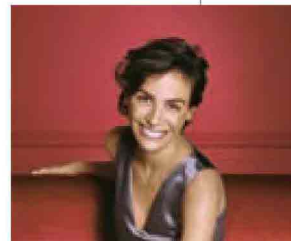
Abbonamenti su tablet

Panorama Cosmetico oggi può essere letto anche sui tablet Apple: è disponibile, infatti, esclusivamente per gli operatori del settore, l'abbonamento gratuito alla nostra rivista. On line sono scaricabili anche i numeri arretrati del 2013. Sempre su iTunes e alle stesse condizioni potete trovare anche l'app di Farma Mese e quella di Farma7. ●



Meravigliosamente donna

Simbolo di una bellezza luminosa, elegante e dalla femminilità naturale, Inés Sastre incarna alla perfezione la donna Magnificence, che si affaccia ai quarant'anni più splendente che mai. L'attrice spagnola,



infatti, presterà il volto alla nuova linea firmata Lierac, la gamma di trattamenti antietà che si rivolge alle donne che desiderano restare più belle più a lungo. ●





Block Notes

Il consulente d'immagine in farmacia

BioNike regala ai propri consumatori una seduta con un consulente d'immagine, per valorizzare il proprio look, ma anche per avere consigli sulla salute della pelle, sulla bellezza e sullo stile che meglio si adatta alla personalità. Per usufruire del servizio è semplice: basta collegarsi al sito www.bionike.it, cercare la farmacia più vicina e prenotare un appuntamento con l'esperto. Un modo per regalarsi preziosi suggerimenti per mantenere o migliorare la salute e la bellezza della pelle, imparare e mettere in pratica tante piccole tecniche per scegliere i colori che meglio valorizzano pelle e occhi, e scoprire semplici segreti per nascondere i punti critici del fisico ed esaltare i punti di forza. ●



Spa. «La boutique ha esclusivamente un obiettivo di immagine» spiega Stéphane Bianchin, amministratore delegato di Caudalie Italia. «Per noi e per i nostri partner farmacisti rappresenta un importante veicolo di notorietà del marchio e non un canale di distribuzione parallelo. Non si tratta di fare concorrenza alle farmacie, ma di un vero e proprio investimento d'immagine che punta a fare conoscere sempre meglio il marchio e tutelare l'unico canale di distribuzione ufficiale di Caudalie: la farmacia». ●

Arte e scienza cosmetica unite insieme

Dieci artiste del fumetto sono state selezionate per raccontare attraverso la loro arte il trattamento C E F Ferulic di Skinceuticals, il siero antiossidante anti-età. È il progetto Forms of art comics, che quest'anno vede il fumetto come forma d'arte protagonista, dopo le scorse edizioni dedicate alla fotografia e al cinema. Le dieci opere sono esposte sul sito www.skinceuticals.it dal 15 ottobre. ●



Gli esperti BioNike

Ma un dubbio sulla salute della tua pelle?

Gli esperti BioNike sono a tua completa disposizione per rispondere a tutte le tue domande! Seleziona l'esperto con cui vuoi parlare e poni la tua domanda, la risposta ti verrà inviata tramite email.

DERMATOLOGO



Studia e specializza in dermatologia medica, malattie e disturbi cutanei, tutto ciò che ti affligge sulla tua pelle.

DIREZIONE SCIENTIFICA



Studia e specializza in dermatologia medica, malattie cutanee e tutto ciò che ti affligge sulla tua pelle.

ESPERTO D'IMMAGINE



Studia e specializza in dermatologia medica, malattie cutanee e tutto ciò che ti affligge sulla tua pelle.

I vitigni Caudalie a Milano

Nel cuore di Brera, lo storico quartiere milanese degli artisti, ha aperto la prima boutique Caudalie in Italia. In 65 metri quadrati è possibile immergersi nelle atmosfere delle Vinothérapie Spa, con l'universo sensoriale del marchio, i profumi, le texture, i paesaggi con i vitigni di Château Smith Haut Lafitte. Qui c'è il vinoterapeuta a disposizione su appuntamento, e si può provare il Bar Beauté Barrique, con le sue tisane bio, si possono vivere i trattamenti Instant beauty per il viso e per le mani, si può farsi coccolare dalla Urban



Delarom va a sciare

Il marchio cosmetico Delarom ha chiuso una partnership con la stazione sciistica di Alagna-Monterosa Ski per la stagione 2013/ 2014. Come sponsor, comparirà sugli impianti di risalita, telecabine e nelle principali gare sciistiche. Il comprensorio Monterosa Ski, che si snoda per 180 km di piste e attraversa le valli d'Ayas, Gressoney e Valsesia, rappresenta uno dei comprensori più suggestivi nonché la meta ideale per chi predilige itinerari unici e discese fuori dagli schemi. ●

