

# Il mercato cosmetico in farmacia



Maggio 2011



---

# Il mercato cosmetico in farmacia

Maggio 2011

Seppur in periodo di crisi economica e in tempi di domanda debole per il tangibile rallentamento dei consumi, il mercato cosmetico continua a crescere in Italia, sfiorando la ragguardevole cifra di 9,3 miliardi di euro (+1% rispetto all'anno precedente). Ma quel che più ci interessa sottolineare è che proprio la cosmesi in farmacia risulta essere trainante, registrando rispetto agli altri più importanti canali di vendita concorrenti il miglior incremento (+3,3%) rispetto al 2009 e consentendo così al comparto di raggiungere un fatturato di 1.478,8 milioni di euro, pari a una quota di mercato del 16%. Sono dati che, ancora una volta, confermano sia l'importanza della dermocosmesi in farmacia, sia l'impegno delle imprese dermocosmetiche e del farmacista nel favorirne lo sviluppo.

Proprio per dare testimonianza di questi continui successi, il GCF di Unipro, in collaborazione con "Panorama Cosmetico" e avvalendosi di Ims Health per l'elaborazione dei dati, realizza questa pubblicazione che offre la possibilità di conoscere quali siano i segmenti che registrano i trend più favorevoli, e quali siano i prodotti che crescono, dove e come. Così, in occasione di Cosmofarma



---

Exhibition, l'evento fieristico più importante per la farmacia italiana, il Gruppo Cosmetici in Farmacia offre al farmacista, che ne visita lo stand, la possibilità di conoscere nel dettaglio i dati di mercato, consentendogli così di confrontare l'andamento della propria farmacia con i dati generali e di trarne utili indicazioni.

Facile da sfogliare e d'immediato utilizzo, questa raccolta di dati relativi al fatturato cosmetico in farmacia nel 2010 consente pertanto di conoscere non solamente l'andamento in generale, ma anche il focus sui trend relativi ai più importanti settori, quali i prodotti per i capelli e il cuoio capelluto, oppure l'igiene e il trucco del viso, delle mani, piuttosto che l'igiene del corpo, della bocca o i prodotti per l'uomo. Interessante, infine, anche cogliere le conseguenze, sia in termini problematici sia di opportunità, legate alla sfida dei principali competitor del canale, quali le parafarmacie e i corner farmaceutici della Gdo.

Non è la prima volta che il Gruppo Cosmetici in Farmacia offre ai visitatori di Cosmofarma Exhibition utili strumenti di lavoro (ricordiamo il floppy disk con l'"Inventario europeo degli ingredienti cosmetici" e i libretti sul "Category management", sui "Conservanti nei prodotti cosmetici", sui "Filtri solari", sui "Fattori di protezione", oltre alla "Rubrica del Farmacista", alla "Guida pratica al consiglio dermocosmetico 1 e 2", alle "Tecniche e psicologia di vendita", alla "Guida per comunicare attraverso il punto vendita" e, infine, alla "Guida pratica alle funzionalità del cosmetico"). Strumenti di servizio che testimoniano l'impegno del GCF di Unipro nel promuovere e valorizzare il cosmetico in farmacia, sia con la vendita dedicata al canale, sia con iniziative di carattere scientifico per l'aggiornamento del farmacista.

E' un impegno che ci accomuna alla farmacia italiana, perché comune è l'obiettivo che entrambi -produttori e distributori- perseguiamo: valorizzare il reparto dermocosmetico, cercando soprattutto di soddisfare al meglio le aspettative del consumatore che sceglie il "canale Farmacia", consapevole di trovarvi sia prodotti di qualità, sia un servizio sicuro, competente e professionale.

**Franco Brambilla**

*Presidente Gruppo Cosmetici in Farmacia - Unipro*

# Nota metodologica

Il quadro di riferimento del mercato cosmetico preso in esame in questa edizione speciale nella parte analitica si riferisce solo ed esclusivamente alla definizione dei *prodotti cosmetici* così come stabilito dalla Legge 713/1986 e successivi emendamenti. L'articolo 1 della Legge 713, che fornisce la definizione di "prodotto cosmetico", recita: *"Per prodotti cosmetici s'intendono le sostanze e le preparazioni, diverse dai medicinali, destinate ad essere applicate sulle superfici esterne del corpo umano (epidermide, sistema pilifero e capelli, unghie, labbra, organi genitali esterni) oppure sui denti e sulle mucose della bocca allo scopo, esclusivo o prevalente, di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, correggere gli odori corporei, proteggerli o mantenerli in buono stato. I prodotti cosmetici non hanno finalità terapeutica e non possono vantare attività terapeutiche"*.

I dati presi in esame sono stati estratti dalle banche dati Ims Health; in questa edizione speciale la classificazione Ims Health è stata riorganizzata secondo la "market vision" di Unipro, l'Associazione italiana delle imprese cosmetiche, e per l'elaborazione dei dati sono stati considerati solo i prodotti che rispondono ai requisiti stabiliti dalla legge di cui sopra. Ne consegue

---

che, tra il mercato cosmetico in farmacia rilevato e pubblicato da Ims Health attraverso i suoi servizi continuativi e il mercato preso in esame in questa edizione speciale, vi è una differenza sostanziale, sia per quanto riguarda i principali indicatori (dimensioni, quote e trend), sia per quanto concerne le classi di prodotto. Per il dato di vendite a valore tale differenza è stimata in circa 460 milioni di euro in prezzi al pubblico nell'anno 2010.

Nei commenti operati sui vari settori sono presenti alcune figure che illustrano, nell'ambito del mercato cosmetico in farmacia a totale Italia, le prime tre posizioni ricoperte dai prodotti e dai produttori in una serie di classi merceologiche. Le graduatorie che illustrano le prime tre posizioni si richiamano solo ed esclusivamente alla "market vision" di Unipro e non ai principi della Classificazione N.E.C. di Ims Health.

I dati a valore esprimono, in prezzi al pubblico, le vendite delle farmacie ai consumatori e i dati a volume si riferiscono alle confezioni indivisibili, così come vendute in farmacia. La fonte dei dati relativi alle parafarmacie è Ims Health, mentre quella dei dati sui corner della grande distribuzione organizzata è Iri Infoscan.

---

# Il mercato cosmetico in Italia

Nell'anno 2010 sono stati spesi quasi 9,3 miliardi di euro per acquistare prodotti di igiene e bellezza, secondo i dati raccolti da Unipro, l'Associazione italiana delle imprese cosmetiche. In termini assoluti, il canale distributivo che ha venduto di più è rappresentato dalle profumerie con quasi 2,3 miliardi, seguito dagli iper e supermercati con 2,2 miliardi e dagli altri canali retail diversi dalle farmacie con quasi 1,9 miliardi (Fig. 1).

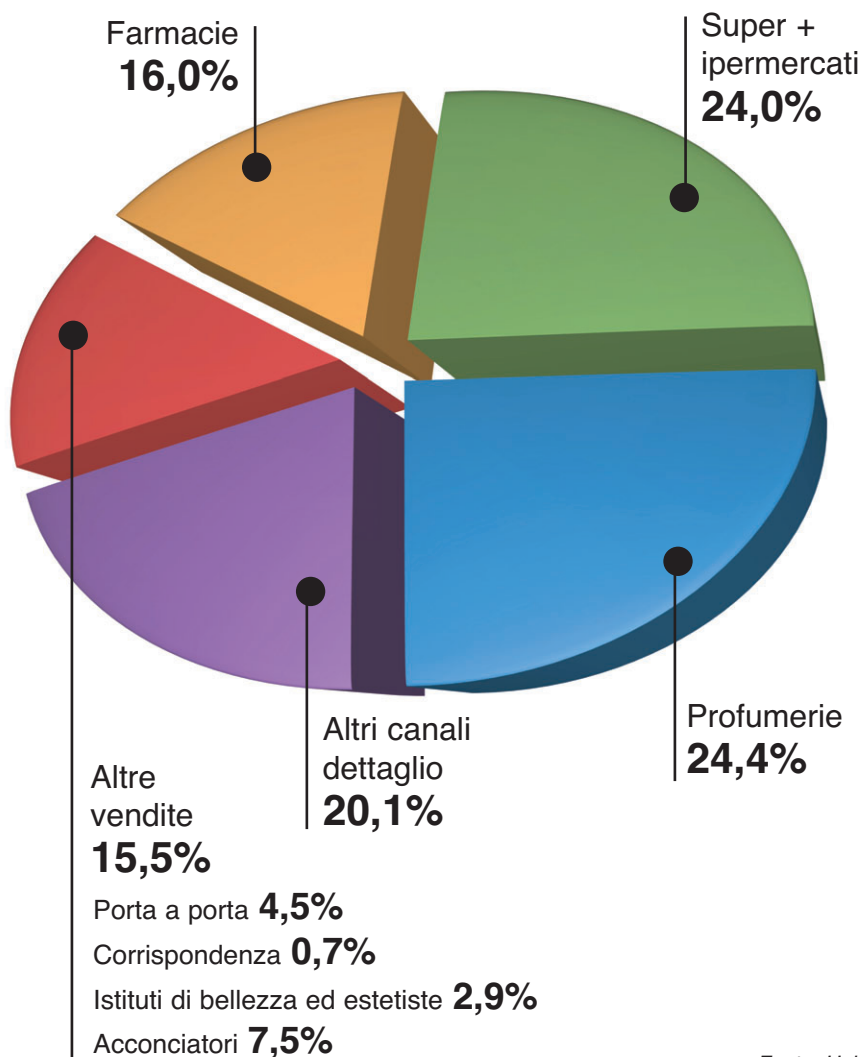
La farmacia chiude questa ideale graduatoria dei canali distributivi al dettaglio con poco meno di 1,5 miliardi di euro, ma si pone al vertice quando si osservano i tassi di crescita (Fig. 2): a fronte di un incremento complessivo dell'1% (risultato migliore di quello ottenuto l'anno precedente), la farmacia presenta una crescita del 3,3%, la profumeria si ferma al +0,7%, mentre gli altri canali retail (intesi come aggregato di super, iper e altri canali dettaglio) perdono lo 0,3%, essenzialmente motivato dalla flessione dell'1,9% che hanno subito gli iper e i supermercati.

Per completare il quadro, alla composizione del giro d'affari d'insieme partecipano, infine, i negozi di acconciatura con quasi 700 milioni di euro (+0,5%), le vendite porta a porta con poco più di 400 milioni (+5,5%), gli istituti di bellezza e le estetiste con circa 266 milioni (+1,8%) e le vendite per cor-

Figura 1

## Come è diviso il mercato

Totale valori anno 2010: 9.261,8 milioni di euro

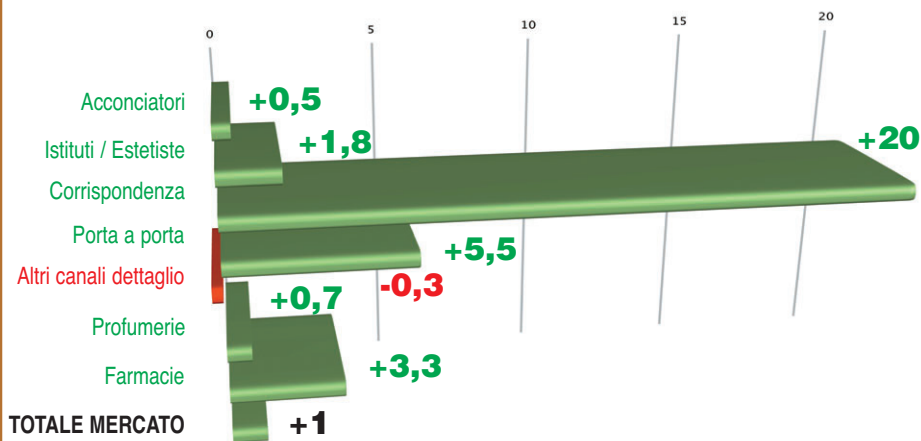


Fonte: Unipro

Figura 2

## La crescita dei canali distributivi

### Variazione % a valore - Confronto 2010-2009



Fonte: Unipro

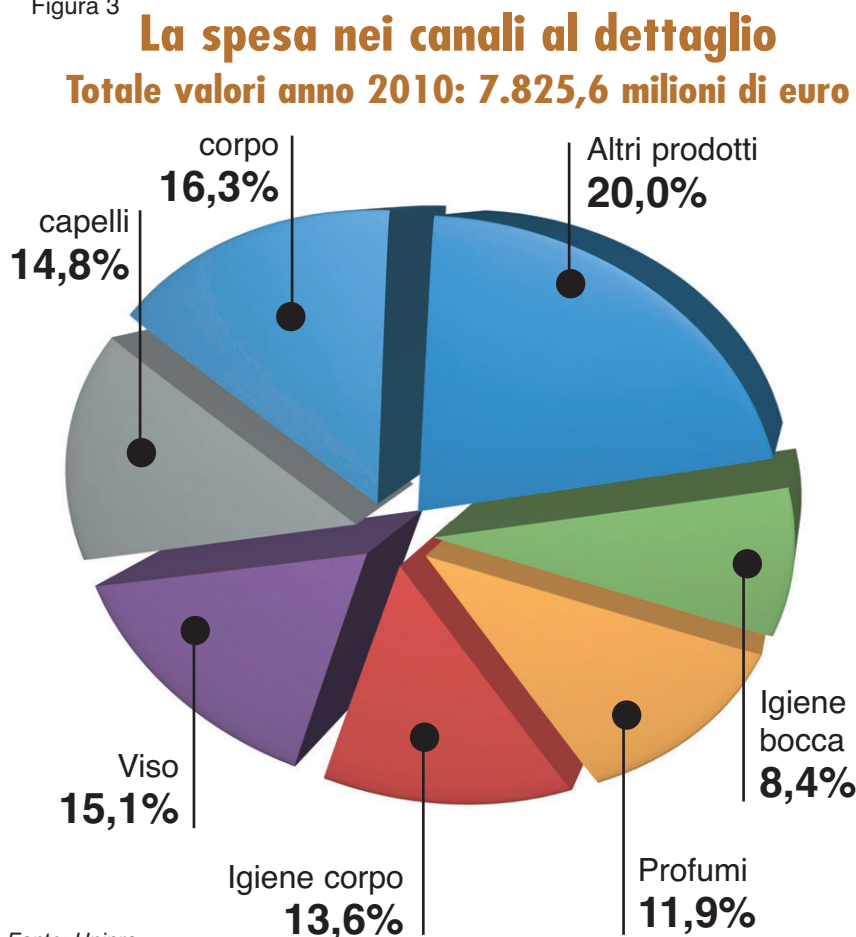
rispondenza con oltre 60 milioni di euro (+20%). La farmacia, dunque, continua a essere il più dinamico in senso assoluto tra i canali di vendita tradizionali, e questa tendenza si osserva ormai da diversi anni a questa parte.

I dati sopra riportati rappresentano, ovviamente, indicatori di tipo esclusivamente macroeconomico, poiché è ben noto che gli assortimenti sono fortemente differenziati tra canale e canale (ma forti somiglianze si vanno manifestando tra farmacia, corner della grande distribuzione organizzata e para-farmacia, come vedremo oltre), così come vi è sostanziale diversità, di volta in volta, nella propensione, nell'atteggiamento, nel comportamento e nella motivazione al consumo di prodotti di igiene e bellezza da parte della popolazione e, quindi, nella scelta del canale distributivo.

Nei soli canali di vendita al dettaglio tradizionali, la spesa per l'acquisto di cosmetici è cresciuta dello 0,6% e si è attestata sopra i 7,8 miliardi di euro (Fig. 3), dei quali quasi 1,3 sono riferiti ai prodotti per il corpo che rappresentano la categoria più importante e nella quale netto è il predominio dei negozi diversi da farmacia e profumeria. A seguire i prodotti per il viso con quasi

1,18 miliardi, dove è la profumeria a prevalere seppur di poco sulla farmacia, quelli per i capelli e il cuoio capelluto che realizzano 1,15 miliardi, i prodotti per l'igiene del corpo (1,07 miliardi), la profumeria alcolica che vale in totale 934 milioni (e l'84% è conseguito dalle profumerie) e, infine, i prodotti per l'igiene della bocca, che raggiungono un valore di 654 milioni di euro. I restanti 1,57 miliardi sono distribuiti sulle rimanenti otto classi di prodotto.

Figura 3



# Il mercato in farmacia

Secondo i dati elaborati da Ims Health, nell'anno 2010 il giro d'affari sviluppato dalle farmacie è stato pari a 1.473,3 milioni di euro e l'incremento rispetto all'anno precedente è stato del 3,3%. Questo risultato è stato conseguito attra-

## Il fatturato per categorie (in milioni di euro)

Figura 4A	2009	Q.M.%	2010	Q.M.%	Var.%
<b>Totale mercato</b>	<b>1.430,9</b>	<b>100</b>	<b>1.473,3</b>	<b>100</b>	<b>3,3</b>
Capelli, cuoio capelluto	142,5	10,0	144,8	9,8	1,6
Viso	394,5	27,6	414,8	28,2	5,1
Trucco del viso	43,2	3,0	45,7	3,1	5,8
Cofanetti per trucco	0,2	0,0	0,1	0,0	-65,7
Trucco degli occhi	12,5	0,9	14,5	1,0	16,5
Labbra	42,3	3,0	41,1	2,8	-3,0
Mani	30,4	2,1	33,0	2,2	8,7
Corpo	348,5	24,4	352,9	24,0	1,3
Igiene del corpo	212,5	14,9	221,0	15,0	4,0
Igiene della bocca	110,6	7,7	109,5	7,4	-1,0
Uomo	10,7	0,7	10,8	0,7	0,5
Profumeria alcolica	3,3	0,2	3,7	0,3	11,7
Dermoigienici bambini	79,7	5,6	81,4	5,5	2,2

Fonte: Ims Health



verso la vendita al consumatore finale di 127,6 milioni di confezioni, con un aumento dei pezzi venduti dell'1,1%. In termini assoluti, i consumatori hanno acquistato 1,4 milioni di confezioni in più e la spesa incrementale relativa è stata 42,4 milioni di euro. Quindi, pur durante una crisi economica che ha rallentato in misura tangibile i consumi, si può affermare che il mercato dei cosmetici in farmacia continua a ottenere un corso abbastanza soddisfacente, specie se raffrontato ai trend di crescita del mercato complessivo nel canale, che sono stati dell'1,6% a valori e dell'1,2% a quantità.

Il mercato (Figg. 4A e 4B) è caratterizzato dalla presenza di cinque classi di prodotto che superano i 100 milioni di fatturato e che, sommate insieme, coprono l'84,7% del giro d'affari. A queste fanno da corollario altre sette categorie che conseguono il rimanente 16% circa, mentre nell'analisi a volumi, dove i rapporti di forza cambiano in modo sostanziale, la quota cumulata delle cinque classi principali scende al 77,9%: logicamente ne consegue che il successo del cosmetico in farmacia è strettamente dipendente dall'affermazione o meno che le cita-

## Tutte le confezioni vendute (pezzi in milioni)

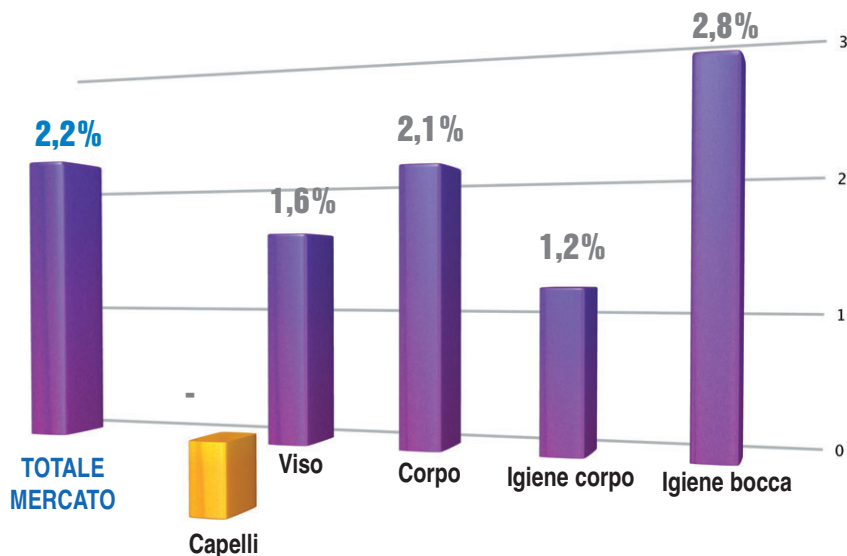
Figura 4B	2009	Q.M.%	2010	Q.M.%	Var.%
<b>Totale mercato</b>	<b>126,2</b>	<b>100</b>	<b>127,6</b>	<b>100</b>	<b>1,1</b>
Capelli, cuoio capelluto	9,8	7,8	10,1	7,9	3,2
Viso	20,2	16,0	20,9	16,4	3,2
Trucco del viso	2,5	2,0	2,5	2,0	3,0
Cofanetti per trucco	0,0	0,0	0,0	0,0	-67,1
Trucco degli occhi	1,1	0,9	1,2	0,9	9,9
Labbra	6,5	5,2	6,3	4,9	-4,0
Mani	4,2	3,3	4,6	3,6	10,6
Corpo	22,8	18,1	22,9	17,9	0,6
Igiene del corpo	23,0	18,2	23,5	18,4	2,5
Igiene della bocca	22,5	17,8	21,7	17,0	-3,4
Uomo	0,9	0,7	0,9	0,7	-2,1
Profumeria alcolica	0,2	0,2	0,2	0,2	9,9
Dermaigienici bambini	12,5	9,9	12,8	10,0	2,7

Fonte: Ims Health

Figura 5

## La dinamica dei prezzi

### Variazione % - Confronto 2010-2009



Fonte: Ims Health

te categorie hanno ottenuto nel corso dell'anno. Per grandezza di fatturato le classi principali sono nell'ordine:

- I prodotti per il viso, il cui valore ammonta a circa 415 milioni di euro, in incremento del 5,1% rispetto al 2009
- I prodotti per il corpo (Valore: 352,9 milioni – Trend: +1,3%)
- I prodotti per l'igiene del corpo (Valore: 221 milioni – Trend: +4%)
- I prodotti per capelli e cuoio capelluto (Valore: 144,8 milioni – Trend: +1,6%)
- I prodotti per l'igiene della bocca (Valore: 109,5 milioni – Trend: -1%).

Nelle classi minori si può notare la flessione dei prodotti per le labbra (-3%) e dei cofanetti trucco, mentre le restanti categorie sono in crescita con tassi di svi-

---

luppo interessanti specie nei prodotti per il trucco del viso (+5,8%) e degli occhi (+16,5%), e nei prodotti per le mani (+8,7%). Da segnalare, inoltre, la profumeria alcolica, la categoria più piccola del mercato, che presenta, tuttavia, incrementi di tutto rispetto (+11,7% a valori e +9,9% a quantità).

L'esame a volumi mette in evidenza i progressi registrati da tutte le principali classi, a esclusione dei prodotti per l'igiene della bocca, che arretrano del 3,4%. In negativo anche i prodotti per labbra, la linea maschile e i cofanetti per il trucco. Tra le classi minori si segnalano le positive evoluzioni del make-up per viso e occhi, e la forte crescita delle vendite dei prodotti per le mani (+10,6%).

Rispetto all'andamento generale registrato in farmacia (+0,5%), i prezzi dei prodotti cosmetici sono cresciuti in misura più consistente, essendo aumentati mediamente del 2,2% (Fig. 5). Limitando l'analisi di questo indicatore economico alle cinque principali categorie, si deve sottolineare il fatto che l'incremento più consistente è stato quello subito dai prodotti per l'igiene della bocca, ed è ragionevole supporre che il maggior prezzo del +2,8% sia stato una concausa della negativa performance di questa classe, arretrata sia a volumi sia a valori. Decisamente più contenute le crescite dei prezzi nelle altre categorie: i prodotti per il corpo sono mediamente aumentati del 2,1%, quelli per il viso dell'1,6% e quelli per l'igiene del corpo dell'1,2%. Al contrario, il prezzo medio dei prodotti per capelli è diventato più competitivo, in quanto nel 2010 questi prodotti sono costati al consumatore lo 0,6% in meno dell'anno precedente.

Terminata l'analisi dei dati e degli indicatori generali, scendiamo ora nel dettaglio dell'analisi a valori di ogni singola classe, per esaminarne la segmentazione e verificare il comportamento delle pertinenti famiglie di prodotti.

## I prodotti per capelli e cuoio capelluto

E' questa una categoria molto composita, in quanto comprende ben sette famiglie (Fig. 6), delle quali la più importante è rappresentata dagli shampoo (79,5 milioni di euro), seguita dai prodotti di trattamento (51,9 milioni), dai coloranti, spume e maschere (12 milioni) e dai doposhampoo

e balsami (7,6 milioni); decisamente minoritarie lacche, brillantine e fissatori.

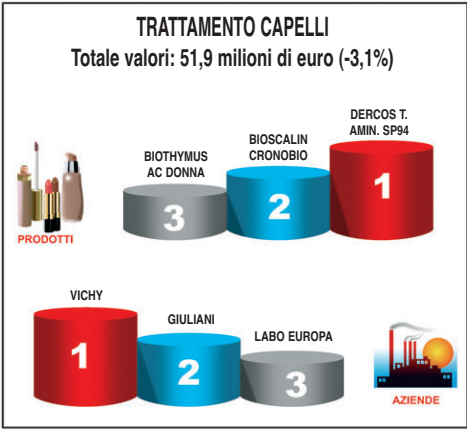
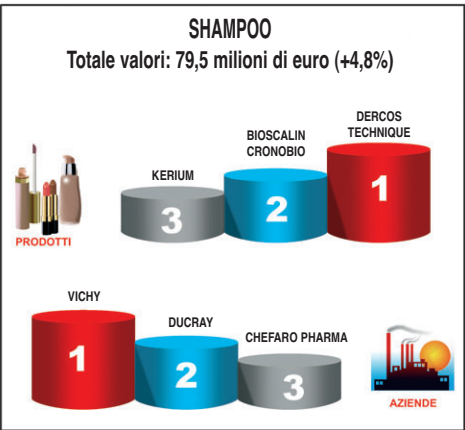
Buono l'andamento degli shampoo (+4,8%), di cui brillante quello degli anticaduta (+25,5%), mentre appare riflessiva la fase dei doposhampoo e balsami (-6,2%). Per contro, più che discreta la crescita di coloranti, schiume e maschere, tra cui si distinguono le tinture permanenti (+6,2%).

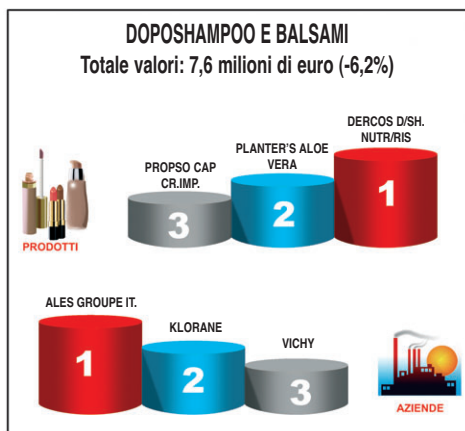
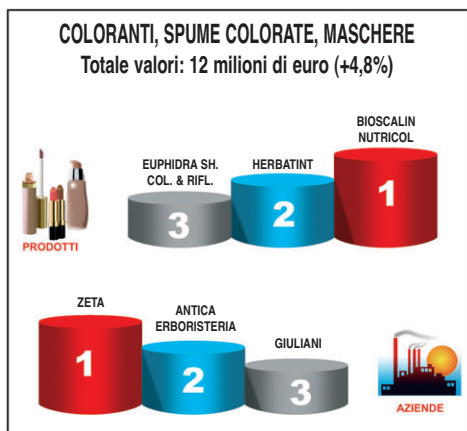
Figura 6

Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Fissatori e Mousse	12,8	12,8	166,3	165,5
Gommine, Brillantine, Gel	59,0	50,3	414,5	356,9
Lacche	40,4	40,9	380,1	388,2
Doposhampoo, Balsami	683,8	643,5	8.065,3	7.564,9
Coloranti, Spume colorate, Maschere	1.070,2	1.102,5	11.414,6	11.962,3
Trattamento capelli	1.350,4	1.327,0	53.645,4	51.917,4
Shampoo	7.142,4	7.457,2	75.875,5	79.530,9

Fonte: Ims Health





## I prodotti per il viso

La categoria regina del mercato cosmetico (Fig. 7) ottiene dei buoni risultati grazie soprattutto alle vendite delle creme antirughe e antietà (158,3 milioni di euro), aumentate del 7,6% rispetto al 2009, ma molte

Figura 7

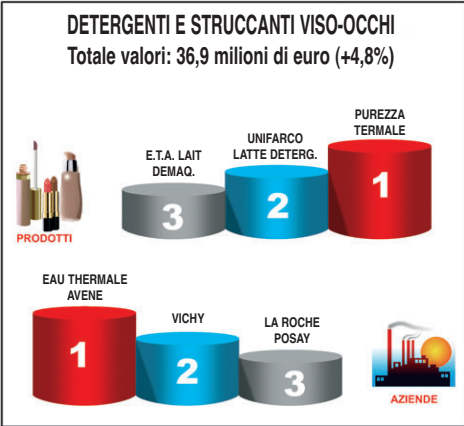
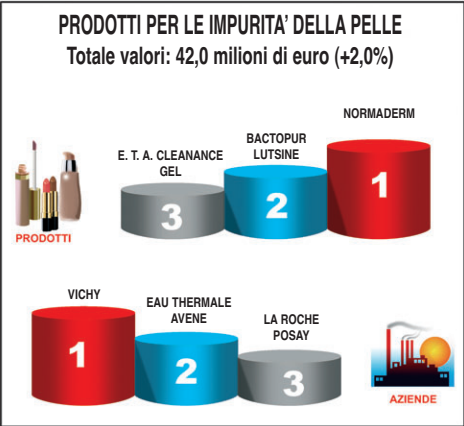
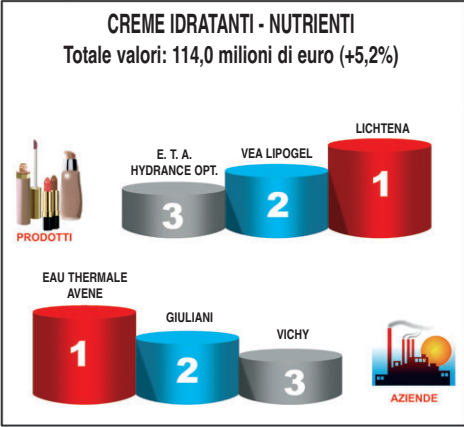
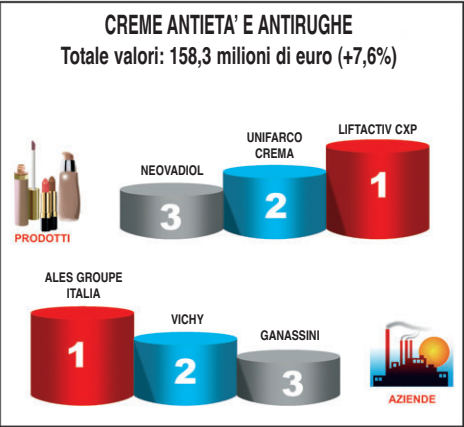
Fonte: Ims Health

### Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Salviettine viso	375,3	407,1	1.855,0	1.860,5
Lozioni tonificanti	413,6	437,2	5.017,4	5.447,9
Maschere ed Esfolianti	931,3	878,5	9.280,9	9.342,2
Depigmentanti	429,1	448,4	11.762,4	12.594,7
Occhi e zone specifiche	1.699,0	1.644,4	34.776,9	34.364,3
Detergenti e Struccanti viso - occhi	2.722,6	2.966,2	35.180,2	36.853,8
Prodotti impurità cutanee	2.978,0	2.922,6	41.215,7	42.039,4
Creme idratanti - nutrienti	6.032,2	6.279,0	108.329,1	113.998,5
Creme antietà e antirughe	4.665,8	4.906,5	147.115,5	158.328,5

altre classi presentano dati molto positivi: le creme idratanti e nutrienti (114 milioni) incrementano del 5,2% complessivamente (c'è, però, una flessione dei protettivi e delle creme da notte), i detergenti e struccanti per viso e occhi (36,9 milioni) del 4,8%, i depigmentanti del 7,1% e le lozioni dell'8,6%.

Accettabile lo sviluppo dei prodotti per il trattamento della pelle seborroica (42 milioni; +2%), mentre perdono terreno i prodotti per il contorno occhi (-1,2%) e i peeling per il viso (-3,2%). Stabile il segmento delle salviette.



# I prodotti per il trucco del viso

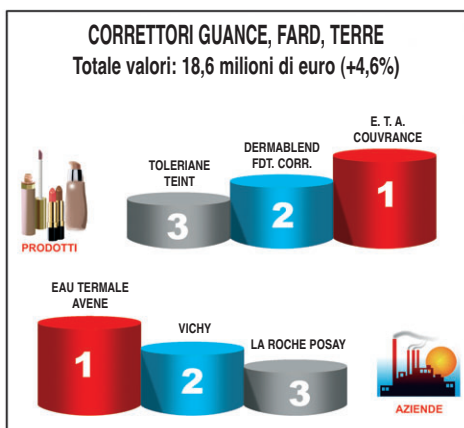
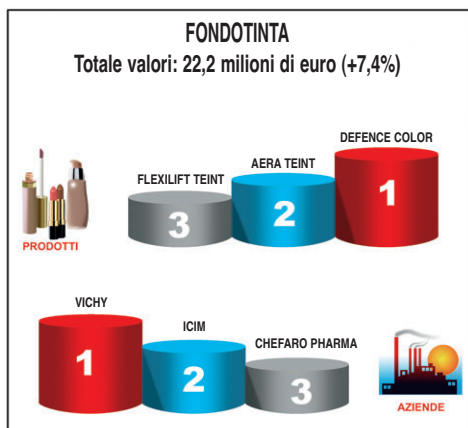
Come già ricordato, i prodotti per il make-up hanno mostrato progressi interessanti nel 2010 e le tre famiglie che compongono questo segmento (Fig. 8) hanno tutte un trend positivo: +7,4 per i fondotinta che superano così i 22,2 milioni di euro di vendite, +4,6% per i correttori (18,6 milioni) e +3.4% per le ciprie, delle quali, tuttavia, solo le compatte sono in incremento, stante la flessione dell'8,3% di quelle in polvere.

Figura 8

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Cipria	279,0	281,5	4.694,4	4.854,6
Correttori guance, Fard, Terre	1.102,5	1.129,5	17.751,6	18.572,0
Fondotinta	1.079,6	1.123,9	20.712,2	22.239,2

Fonte: Ims Health



# I prodotti per il trucco degli occhi

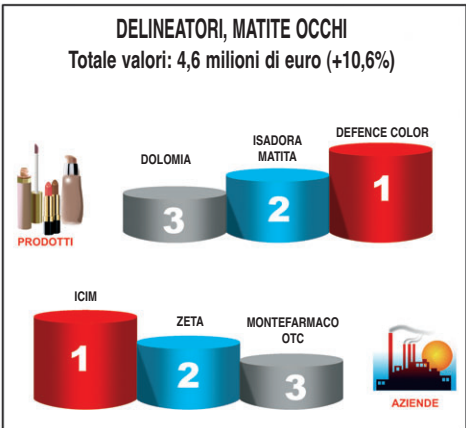
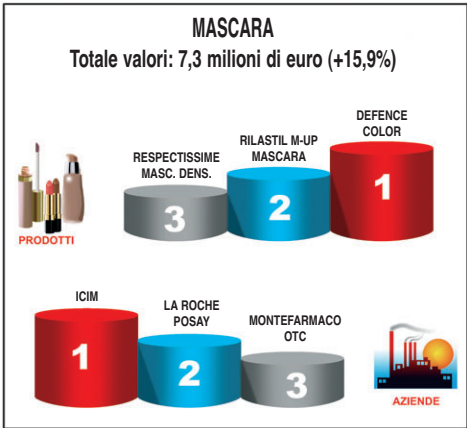
Ancora migliore il risultato dei prodotti di maquillage per occhi (Fig. 9): lo sviluppo è stato del 16,5% e anche in questo caso le tre famiglie che compongono questa categoria presentano trend molto positivi, a cominciare dai mascara (7,3 milioni di euro), che incrementano le vendite del 15,9%, per passare ai delineatori e alle matite (4,6 milioni), che chiudono l'anno con il +10,6%, per finire con gli ombretti che sono il segmento più modesto in senso assoluto (2,7 milioni), ma sicuramente il più dinamico, vista la loro crescita che ha sfiorato il 30% rispetto all'anno precedente.

Figura 9

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Ombretti	167,4	201,4	2.063,6	2.681,4
Delineatori, Matite	447,7	466,0	4.126,6	4.563,7
Mascara	447,1	499,7	6.282,0	7.283,8

Fonte: Ims Health





# I prodotti per le labbra

Questa categoria rappresenta una delle note dolenti del mercato, in quanto le vendite sono diminuite del 3% nel complesso, portando i valori di mercato a poco più di 41 milioni di euro (Fig. 10): l'effetto negativo è tutto da ricercarsi nell'arretramento dei protettivi (-4,2%), nella sostanziale stagnazione di rossetti e lucidalabbra, mentre l'unico segmento in crescita è quello dei delineatori e delle matite (+2,7%), ma il loro peso irrisorio non ha prodotto effetto alcuno all'interno del comparto.

Figura 10

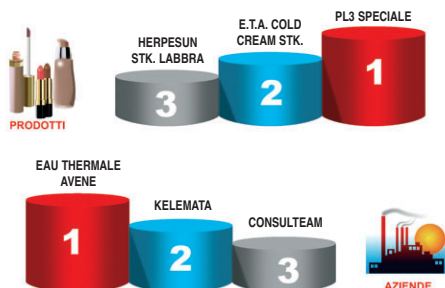
## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
<b>Delineatori, Matite</b>	109,6	108,7	881,9	905,5
<b>Rossetti, Lucidalabbra</b>	897,9	863,6	9.976,2	10.004,7
<b>Protettivi, Basi incolori, Stick solari</b>	5.541,5	5.315,0	31.465,4	30.147,9

Fonte: Ims Health

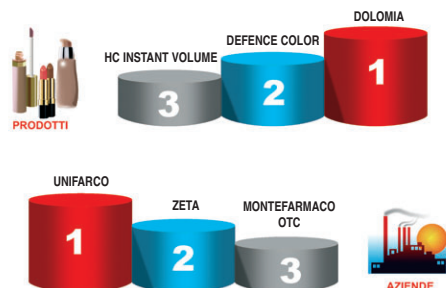
### PROTETTIVI, BASI INCOLORI, STICK SOLARI

Totale valori: 30,1 milioni di euro (-4,2%)



### ROSSETTI, LUCIDALABBRA

Totale valori: 10,0 milioni di euro (+0,3%)



# I prodotti per le mani

Questa categoria sfiora i 33 milioni di euro e ha avuto una crescita dell'8,7% (Fig. 11). La parte maggiore del giro d'affari è apportata dai prodotti di trattamento (26,7 milioni di euro), che hanno aumentato le vendite del 4,8%. In questo segmento si sono messi in evidenza particolare i rafforzanti per le unghie (+24,1%), mentre le creme idratanti e nutrienti si sono accontentate di un più modesto +2,6%. Ottimo, infine, l'andamento dei prodotti di make-up: gli smalti (5,5 milioni) crescono in ragione del 31,4% e la piccola classe dei solventi progredisce del 14,6%.

Figura 11

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
<b>Solventi e altri prodotti</b>	211,6	226,4	681,9	781,5
<b>Smalti</b>	670,8	928,6	4.187,5	5.503,8
<b>Creme, Gel, Lozioni unghie</b>	3.298,3	3.468,9	25.494,7	26.708,4

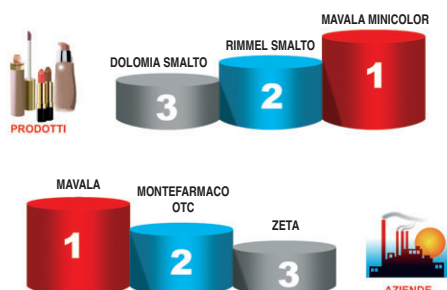
Fonte: Ims Health

Fonte: Ims Health

### CREME, GEL, LOZIONI UNGHIE Totale valori: 26,7 milioni di euro (+4,8%)



### SMALTI Totale valori: 5,5 milioni di euro (+31,4%)



## I prodotti per il corpo

In termini assoluti questa categoria si pone al secondo posto nel contributo al giro d'affari complessivo, appena alle spalle dei cosmetici per il viso. E' una categoria molto composita, costituita da ben 12 classi di prodotto che insieme hanno generato vendite per circa 353 milioni di euro e registrato una crescita sul 2009 pari all'1,3% (Fig. 12). All'interno di questo comparto vi sono molti trend contrastanti: l'importante classe dei solari (112,2 milioni) ha perso lo 0,5% a causa del negativo andamento dei doposole (-10,9%) e degli autoabbronzanti (-12,8%), mentre le vendite dei protettivi hanno tenuto abbastanza bene.

Più che sufficiente (+4,6%) il progresso degli idratanti ed emollienti per il corpo e dei prodotti per il seno (+3,7%), cui si è contrapposta la caduta degli esfolianti (-24,4%). Crescite si registrano per gli anticelluli-

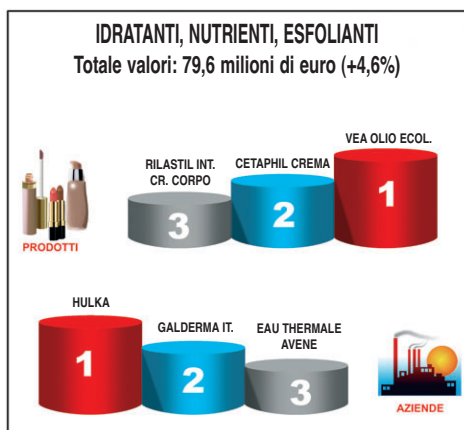
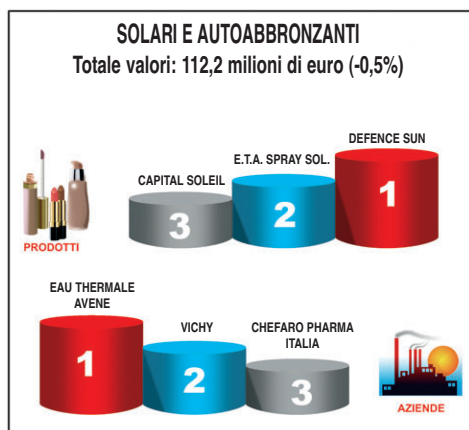
Figura 12

Fonte: Ims Health

### Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Gel polivalente	100,5	98,5	1.105,1	1.092,6
Altre forme polivalenti	240,1	257,2	2.545,9	2.749,0
Depilatori / Epilatori	346,4	333,0	2.832,7	2.780,0
Latti, Lozioni, Emulsioni polivalenti	227,3	209,6	3.825,8	3.529,5
Prodotti per il seno	297,9	321,5	5.307,3	5.501,8
Acque e Oli	815,6	894,3	11.156,6	12.309,6
Creme polivalenti	1.576,7	1.594,3	19.111,4	19.722,0
Rassodanti, Antismagliature	820,0	837,8	24.170,6	23.779,8
Deodoranti	4.874,3	4.844,8	44.416,9	44.096,6
Anticellulite	1.778,1	1.853,9	60.949,3	67.679,3
Idratanti - Nutrienti	4.710,1	4.914,9	76.075,5	79.567,9
Solari	7.381,1	7.239,8	112.784,3	112.186,3

te (+11%), le creme polivalenti (+3,2%), le acque e oli (+10,3%), mentre denunciano flessioni nelle vendite i deodoranti (-0,7% in totale, con la sola famiglia dei roll-on in aumento), i rassodanti e antismagliature (-1,6%) e i depilatori/epilatori (-1,9%).



## I prodotti per l'igiene del corpo

La terza categoria in ordine d'importanza ha chiuso il 2010 con vendite a valore che hanno raggiunto i 221 milioni di euro e una crescita complessiva del 4% netto (Fig. 13). In questo settore dominano i prodotti per l'igiene intima (115,8 milioni) che presentano una crescita del 5,1% sull'anno precedente: lieve la crescita dei detergenti intimi (+2,3%), più vigorosa quella dei lubrificanti (+13%), delle salviettine imbevute e dei deodoranti.

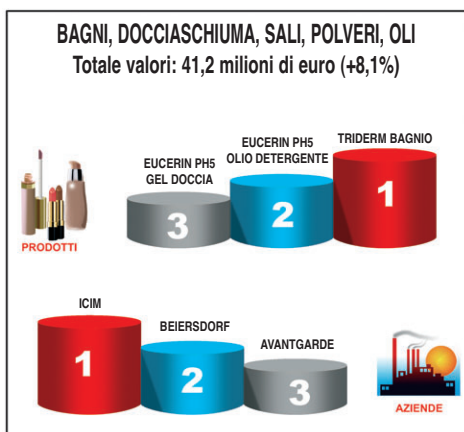
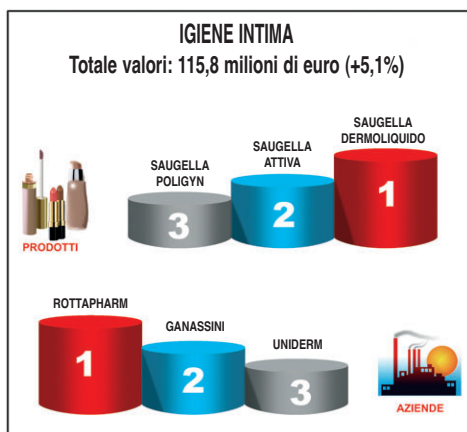
Tra i prodotti per il bagno (41,2 milioni; +8,1%) meritano una citazione i prodotti per doccia, mentre gli oli e le creme da diluire conseguono un modesto +0,3%. Incoraggiante la crescita del 6,9% conseguita dai prodotti per i piedi (18,9 milioni), dove spiccano le performance delle creme e delle lozioni più dei deodoranti, delle polveri igieniche e dei pediluvii, che, invece, hanno perso vendite. Negativo, infine, l'andamento dei saponi e dei syndet (-5,2%), nonché dei talchi e delle polveri aspersorie (-3,8%).

Figura 13

Fonte: Ims Health

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Talchi e Polveri aspersorie	417,6	393,0	3.226,7	3.104,7
Saponi liquidi	992,8	999,1	10.460,7	10.794,6
Igiene piedi	2.016,9	2.059,4	17.703,0	18.917,0
Saponi e Syndet	3.797,1	3.440,6	34.512,2	32.714,7
Bagni e Docciaschiuma, Sali, Polveri, Oli	4.218,0	4.625,1	38.132,4	41.212,2
Igiene intima	11.701,9	12.175,9	110.160,1	115.781,5



## I prodotti per l'igiene della bocca

Questa importante classe (109,5 milioni) di toilettries ha stentato moltissimo a mantenere le posizioni, chiudendo l'anno con un decremento dell'1% (Fig. 14). Praticamente fermo (-0,2%) il comparto che comprende i colluttori, i deodoranti e gli sbiancanti: qui si devono sottolineare le

Figura 14

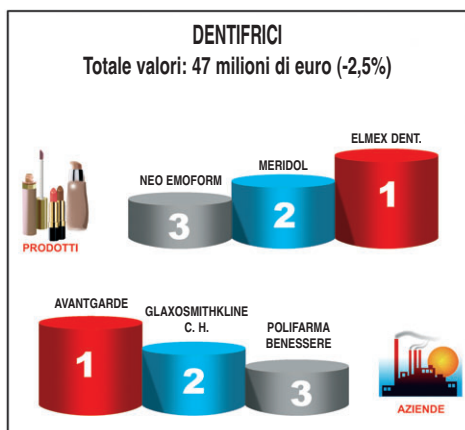
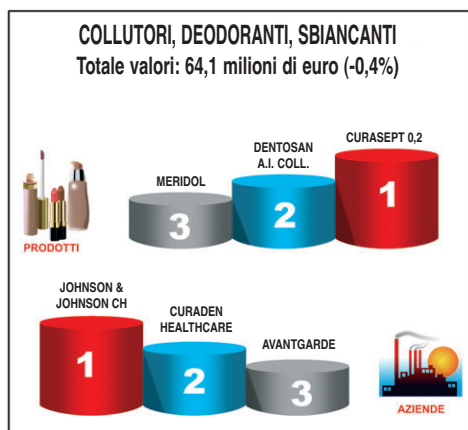
## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Dentifrici	11.757,6	11.295,0	48.222,4	47.044,2
Collutori, Deodoranti, Sbiancanti	11.120,3	10.741,0	64.379,0	64.141,0

Fonte: Ims Health

ottime crescite dei collutori anticarie (+25%) e dei deodoranti per l'alito (+10,6%) alle quali si contrappone, purtroppo, la brusca frenata dei collutori generici (-4,6%), che apporta però la quota maggiore di fatturato.

Nel segmento dei dentifrici predominano i segni negativi: scendono le vendite dei segmenti "semplici per adulti" (-4,3%), "denti sensibili" (-1,2%), che è anche il più rilevante con 13,8 milioni di euro, e "speciali" (-1,8%), mentre sono in crescita gli "sbiancanti" (+0,5%) e, specialmente, i dentifrici per problemi alle gengive (+3,2%).



# I prodotti per l'uomo

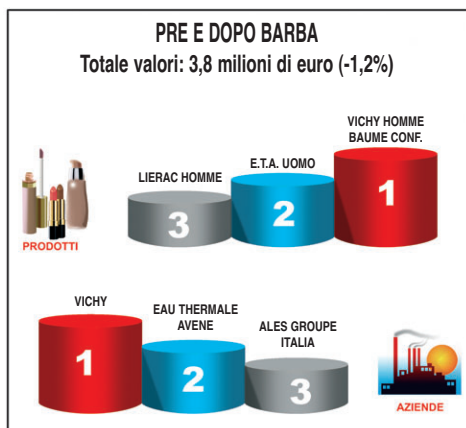
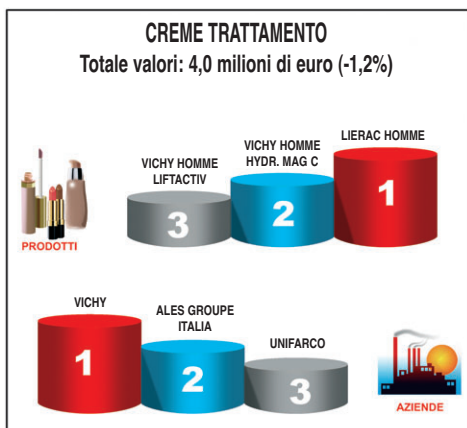
Nel 2010 il valore di mercato dell'androcsmesi sfiora gli 11 milioni di euro e ha chiuso l'anno con un progresso dello 0,5% (Fig. 15). In questo settore l'unica classe che presenta segno positivo è quella dei saponi, delle schiume e dei gel per la barba (+5,1%), mentre gli altri prodotti per la rasatura (pre e dopobarba) presentano una flessione dell'1,2%, esattamente lo stesso risultato ottenuto dalle creme di trattamento, la famiglia più importante del settore, nella quale si distinguono solamente gli antirughe, gli antieta e le maschere per il viso.

Figura 15

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

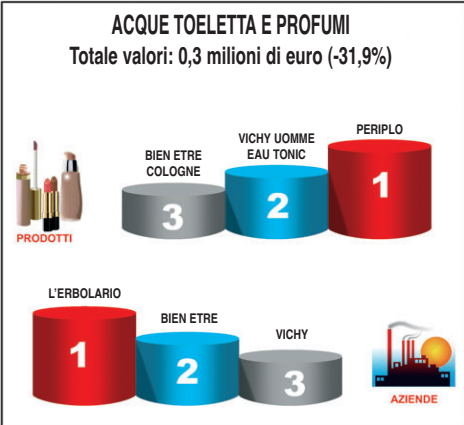
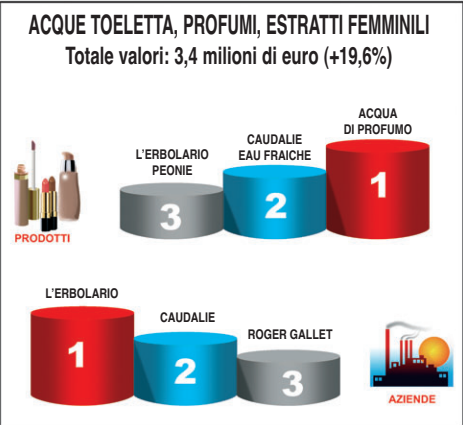
	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
<b>Saponi, Schiume, Gel barba</b>	366,5	362,7	2.837,4	2.983,3
<b>Pre e Dopobarba</b>	312,2	293,1	3.809,0	3.762,6
<b>Creme trattamento</b>	204,8	208,8	4.095,9	4.048,8

Fonte: Ims Health



# La profumeria alcolica

Questa tipologia di prodotti viene trattata da poche farmacie e quindi il valore di mercato è sicuramente modesto (3,7 milioni di euro). Cionondimeno il risultato del 2010 è stato brillante (+11,7%) ed è quasi interamente da imputarsi alle vendite di fragranze femminili (Fig. 16).





# I prodotti dermoigienici per bambini

Questo segmento di mercato riveste una certa importanza per la farmacia, anche se non vanta più le dimensioni di anni fa, a causa della concorrenza di molti altri canali distributivi. I risultati del 2010 sono stati, comunque sia, complessivamente abbastanza soddisfacenti: il giro d'affari, infatti, è stato pari a 81,4 milioni di euro e la crescita rispetto al 2009 è del 2,2% (Fig. 17).

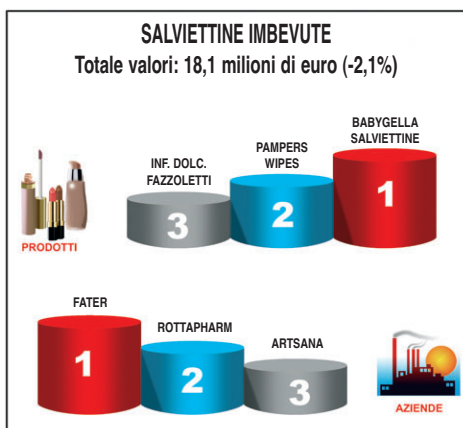
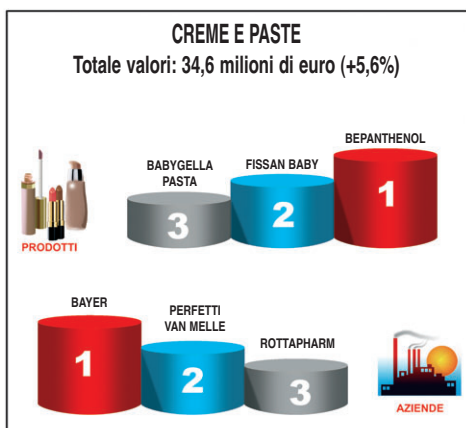
Questo successo è stato merito dei prodotti contro il rash cutaneo da pannolino (+4,9%) e delle creme e paste per il corpo (+8,8%), mentre sono scese le vendite di salviettine imbevute, polveri aspersorie, saponi, syndet e latti per la pulizia.

Figura 17

## Vendite in migliaia - Valori in prezzi al pubblico

	Volumi 2009	Volumi 2010	Valori 2009	Valori 2010
Dermoigienici per bambini	12.508,3	12.840,4	79.679,7	81.402,4

Fonte: Ims Health



---

# La sfida competitiva

Nell'analisi introduttiva si è già avuto modo di sottolineare le palesi differenze che corrono tra i canali di vendita al dettaglio in merito all'offerta di prodotti cosmetici, offerta che risponde alle differenti esigenze dei consumatori allorché viene scelto il punto di vendita al quale rivolgersi. In linea di massima questa selezione avviene in quanto il bisogno può essere dettato dalla ricerca di "sicurezza e specializzazione" (e in questo caso si sceglierà la farmacia), oppure dalla cosiddetta "attrazione selettiva" (e allora sarà la profumeria a essere prescelta), piuttosto che dalla necessità di effettuare acquisti tenendo d'occhio il portafoglio (nel qual caso ci si indirizzerà verso i banchi di vendita della distribuzione moderna).

Tuttavia il decreto Bersani sulle liberalizzazioni ha introdotto nuovi attori nello scenario competitivo, cioè i corner della grande distribuzione organizzata e le parafarmacie. Questi sono, in effetti, punti di vendita che molto più delle profumerie e dei banchi del mass-market sono in concorrenza diretta con le farmacie, in quanto gli assortimenti sono in tutto e per

tutto simili nelle marche, nei prodotti e nelle referenze. I dati di questi punti di vendita vengono raccolti in via continuativa da Ims Health (farmacie e parafarmacie) e da Iri Infoscan (corner), per cui è ora possibile mettere a confronto le tre realtà. Qui ci occuperemo di tracciare un profilo quantitativo basato sui dati macroeconomici dei tre canali distributivi, allo scopo di cogliere le similitudini e le differenze che tra essi intercorrono, nonché cercare di identificare gli eventuali punti di forza.

Per il confronto sono stati utilizzati i dati di mercato che derivano dalla classificazione Ims Health e che includono anche tipologie di prodotti non compresi nelle analisi effettuate da Unipro; sono comunque esclusi tutti gli accessori (per esempio: spazzolini per denti manuali ed elettrici, spugne, pettini, rasoi, lamette, forbici, lime, ecc.). Innanzitutto è bene definire le dimensioni degli universi di riferimento e il giro d'affari che è stato sviluppato nel 2010 dai tre canali (Fig.18). Alla fine del 2010 si contavano 17.473 farmacie, che hanno realizzato vendite di cosmetici per poco più di 1.715 milioni di euro, i corner della Gdo erano 284 con un giro d'affari di 123,9 milioni e le parafarmacie ammontavano a 2.790, con un incasso di 172,6 milioni.

La prima ovvia operazione che viene spontaneo fare è il calcolo delle vendite medie per punto di vendita su base annua: e qui abbiamo la

Figura 18

### La farmacia e i suoi concorrenti

Arena competitiva intercanale (Anno 2010)	Farmacie	Corner Gdo	Parafarmacie
<b>UNIVERSO</b> (Numero dei punti di vendita)	17.473	284	2.790
<b>GIRO D'AFFARI</b> (Milioni di euro - prezzi al pubblico)	1.715,0	123,9	172,6
<b>VENDITE ANNUE PER P.D.V.</b> (Migliaia di euro)	98,2	436,4	61,9

Fonte: Ims Health - IRI Infoscan

---

prima sorpresa, in quanto è il corner della Gdo a vantare le vendite medie più alte (436mila euro), seguito a grande distanza dalla farmacia (98mila euro) e dalla parafarmacia (62mila euro). Stupisce, e non poco, il fatto che il corner della Gdo, che aveva fatto delle specialità d'autocura il suo punto di forza nella concorrenza alla farmacia, si trovi oggi, a poco più di quattro anni dalla nascita, a dover maggiormente puntare sul cosmetico che non sul farmaco, che vale in questo canale solo 61 milioni di euro.

Come detto, una farmacia vende in media prodotti cosmetici per 98,2 migliaia di euro l'anno e distanzia notevolmente la parafarmacia che si ferma a 62mila euro circa. Se poi si osservano anche i pesi delle altre merceologie che vengono vendute dalla parafarmacia (farmaci Otc, integratori, parafarmaci e dietetici) appare chiaro come questo tipo di punto di vendita voglia assomigliare sempre più alla farmacia, aspetto che trova una logica spiegazione nel fatto che la parafarmacia è la concorrente più diretta della farmacia nel territorio, che con questa sovente condivide. Al contrario di quanto accade per i corner, che nella stragrande maggioranza dei casi sono ubicati all'interno degli ipermercati e, quindi, essenzialmente localizzati nelle cinture periferiche/extraurbane delle città.

Un'altra testimonianza della somiglianza che accomuna farmacia e parafarmacia è data dai prezzi medi che vengono praticati dai due punti di vendita: nel caso dei cosmetici (ma la regola si può tranquillamente applicare anche agli altri gruppi merceologici), le similitudini si ripetono e diventano particolarmente significative quando si scompone il mercato nelle tre macrocategorie dei prodotti per bambini, dei prodotti di bellezza e dei prodotti igienici (Fig. 19). Avviene così che se un prodotto di paidocosmesi costa 6,83 euro in farmacia, la parafarmacia risponde con 6,66 euro e le stesse proporzioni si notano anche per i prodotti di bellezza e per gli igienici. Ne consegue che il prezzo, la leva più utilizzata nel corner, non è assolutamente uno strumento usato dalla parafarmacia per far concorrenza alla farmacia.

Per quanto questi dati macroeconomici ci dicono, a ben vedere, dunque, farmacia e parafarmacia si contendono la clientela su basi di forti omogeneità nell'offerta: a favore della farmacia c'è un rapporto fiduciario

Figura 19

**2010 - Prezzi al pubblico a confronto (in euro)**

Macrocategorie	Farmacie	Corner Gdo	Parafarmacie
<b>BAMBINI</b>	6,83	4,26	6,66
<b>BELLEZZA</b>	15,78	6,49	15,83
<b>IGIENE</b>	9,33	3,59	9,48

Fonte: Ims Health - IRI Infoscan

e consolidato da lunghi anni con il cittadino, supportato da un ampio assortimento in grado di soddisfare le esigenze più disparate, mentre la parafarmacia può mettere in campo la curiosità che suscita il nuovo, un assortimento magari non altrettanto valido, ma comunque anch'esso in grado di rispondere in modo più che sufficiente alla domanda. E infine, aspetto da non sottovalutare, la possibilità di dedicare maggior tempo (la gestione del farmaco con ricetta è decisamente "time consuming") all'ascolto e al servizio del cliente.

Le molte equivalenze non si ripetono quando si osservano i dati tendenziali dei due canali (Fig. 20): alle crescite dei tre settori esaminati che possiamo definire normali in farmacia, un canale maturo e perfettamente distribuito in modo capillare sul territorio italiano, la parafarmacia oppone tassi di sviluppo sensibilmente più alti, poiché questo canale è in costante divenire. Le aperture di nuovi punti di vendita continueranno a crescere anche in futuro, anche se tenderanno con il passar del tempo a farsi sempre meno numerose di anno in anno, in quanto il potenziale di mercato (che per definizione non è infinito) verrà suddiviso in un numero sempre maggiore di attori, e comunque fino a quando l'apertura di un nuovo punto di vendita sarà in grado di soddisfare i basilari criteri di sostenibilità.

Questo fattore sembra aver già interessato i corner della Gdo. In questo canale distributivo, dopo l'iniziale naturale proliferazione, le aperture

Figura 20

## I tassi di crescita 2010 - 2009

Macrocategorie	Farmacie	Corner Gdo	Parafarmacie
<b>BAMBINI</b>	1,8%	2,5%	16,3%
<b>BELLEZZA</b>	4,2%	3,5%	9,7%
<b>IGIENE</b>	0,5%	3,2%	9,1%

Fonte: Ims Health - IRI Infoscan

hanno cominciato a essere più rare, poiché gli iper e supermercati senza corner sono sempre meno numerosi e l'effetto novità non è più trainante come all'inizio. A ciò si aggiunga anche il fatto che le catene operano con margini operativi molto ridotti (il loro vero punto di forza è la liquidità di cassa, che produce giornalmente notevoli flussi finanziari), per cui ogni nuova apertura deve passare il vaglio di una serie di studi di fattibilità, all'interno dei quali l'aspetto del rapido ritorno sull'investimento è uno degli elementi maggiormente vincolanti al nulla osta.

Negli anni a venire la farmacia sarà sempre più impegnata in un'arena competitiva, dove dovrà fronteggiare i corner e le parafarmacie: i primi utilizzeranno come arma essenzialmente la leva prezzo e la comodità per il consumatore dello "one-stop-shop", mentre le seconde avranno la necessità strategica di occupare sempre maggiori spazi nel territorio. A queste minacce la farmacia non potrà che rispondere utilizzando il meglio dei suoi mezzi e della sua esperienza, offrendo al cittadino il suo assortimento completo, la sua capacità di accoglienza e di ascolto, il suo consiglio professionale, potenziando al contempo tutti i servizi alla clientela che rappresenteranno, in ultima analisi, la vera diversificazione distintiva di questo canale.







# PANORAMICA DELLE AZIENDE



# “MISSION”

---

## DEL GRUPPO COSMETICI IN FARMACIA

I criteri fondamentali della “mission” del Gruppo Cosmetici in Farmacia (GCF) si possono riassumere nei seguenti punti:

### **Vendita dedicata alla farmacia**

Possono far parte del GCF unicamente le aziende che operano in farmacia e negli esercizi commerciali in cui è prevista la presenza di un farmacista attraverso la vendita dedicata a tale canale dell'intero listino e/o di linee o singoli prodotti. È una precisa scelta di collaborazione sistematica che tutela la farmacia ed evita la sovrapposizione di prodotti in canali diversi.

### **Garanzia di prodotti ad alta valenza scientifica**

I cosmetici proposti dalle Aziende del GCF seguono le norme di buona fabbricazione che prevedono materie prime selezionate, standard produttivi d'avanguardia, controlli rigorosi e, naturalmente, una piena adesione ai più severi principi dettati dalla legge sui cosmetici.

### **Rapporto di correttezza commerciale**

Le Aziende del GCF si impegnano a intrattenere con le farmacie un rapporto commerciale chiaro, definito e improntato a correttezza.

### **Valorizzazione della farmacia e comunicazione corretta**

Le Aziende del GCF, consapevoli del “valore aggiunto” che caratterizza l'offerta in farmacia, si impegnano a rafforzare la loro immagine con la proposta di prodotti sempre innovativi, con il contributo di informazioni scientifiche e di supporti professionali.

### **Informazione seria e responsabile rivolta agli operatori sanitari e al consumatore**

Le Aziende del GCF si impegnano a evitare la pubblicità ingannevole, a promuovere una comunicazione seria, veritiera e informativa, in modo da elevare, con la collaborazione del farmacista e del medico, il grado di informazione del consumatore.



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Albakos s.r.l.

---

Via dei Ceramisti, 31 r  
17012 Albissola Marina (SV)

Tel. 019.4002154  
Fax 019.4003868

**e-mail:** *albakos@libero.it*



## L'Azienda

---

Inizio attività: 1999

La Società ha per oggetto: la formulazione, la produzione, il commercio all'ingrosso e al minuto di prodotti cosmetici; in particolare emulsioni consistenti, emulsioni fluide, oleoliti, geli, lozioni analcooliche, paste, unguenti, maschere e detergenti per uso umano.

Nella formulazione e produzione vengono utilizzate materie prime principalmente di origine vegetale quale oli, cere e fitoestratti.

E' un vanto dell'azienda l'uso, in particolare, di materie prime di origine locale come ad esempio l'olio di oliva puro e non chimicamente trattato.

La società, inoltre, fornisce consulenza su formulazione e produzione di prodotti cosmetici.

La produzione avviene presso la sede di Albissola Marina Via dei Ceramisti 31r. La distribuzione è curata direttamente o per alcuni prodotti tramite grossisti farmaceutici.

## Tipologie produttive e Marchi

---

L'azienda produce linee dermocosmetiche a base di olio di oliva con i seguenti marchi: DERM-OLEA, DERM-OLEA BABY, linee dermocosmetiche IDRATTIVA e MULTIATTIVA.

L'azienda inoltre produce linee cosmetiche viso-corpo personalizzabili.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

ALBAKOS: Dott.sa Scotti



# L'INNOVAZIONE LIERAC CAMBIA IL MODO DI PROPORRE COSMESI

Lierac introduce, nelle farmacie fiduciarie, uno strumento con basi scientifiche che personalizza al massimo le prescrizioni dei trattamenti. È un sistema ideato per esprimere al meglio l'eccellenza della marca e di chi la consiglia.

## ASCOLTARE, CAPIRE, RISPONDERE: IL CONSIGLIO DIVENTA METODO

Tutto inizia con l'Analisi d'Identità per Viso e Corpo, un'anamnesi gratuita in Farmacia che porta a prescrizioni certificate dal Centro Diagnosi Dermocosmetica Lierac, composto da un board scientifico di Dermatologi, Nutrizionisti e Farmacisti. La prescrizione sarà erogata incrociando le esigenze delle clienti con i principi attivi e le funzionalità dei prodotti, per dare la soluzione più personalizzata. Una risposta che garantisce il miglior risultato ottenibile.



## LIERAC. QUANDO TECNOLOGIA E FITOCOSMESI RISPONDONO INSIEME

Lierac è tecnologia al servizio della bellezza e della dermatologia. Per le sue formulazioni sa fondere gli estratti naturali più preziosi con attivi d'avanguardia nati dalla ricerca. I Laboratoires Lierac hanno l'obiettivo di contrastare ogni problema legato all'invecchiamento cutaneo, e quindi la componente anti-età è primaria in tutti i trattamenti Viso, Corpo e Solari.

# LIERAC

P A R I S

# Alès Groupe Italia S.p.A.

---

Largo Donegani 2  
20121 MILANO

Tel. 02.2906671  
Fax 02.290667400

**e-mail:** [phytolierac@alesgroupe.it](mailto:phytolierac@alesgroupe.it)

**sito web:** [www.lierac.it](http://www.lierac.it)  
[www.phyto.it](http://www.phyto.it)



## L'Azienda

---

Alès Groupe Italia è la filiale italiana di Alès Groupe, gruppo multinazionale francese creato nel 1969 e presente oggi in più di 60 paesi. Le principali marche del gruppo sono Lierac e Phyto.

## **Lierac** *Quando tecnologia e fitocosmesi rispondono insieme*

---

Lierac è tecnologia al servizio della bellezza e della dermatologia. Per le sue formulazioni sa fondere gli estratti vegetali più preziosi con attivi d'avanguardia nati dalla ricerca.

Una linea innovativa di trattamenti viso e corpo: un'alchimia di scientificità, efficacia, sensorialità e femminilità.

## **Phyto** *Tutto ciò che serve ai capelli è già dentro la natura*

---

Patrick Alès, fondatore di Phyto, ha creato la Phytothérathrie: il trattamento dei capelli con le piante, utilizzando le biotecnologie della fitocosmesi più avanzata.

Phyto è l'unica marca che risponde in modo efficace, specifico e sicuro a tutte le esigenze dei capelli e del cuoio capelluto.

Phyto ama e rispetta la natura, utilizza pack con materiali a basso impatto ambientale e aderisce a Impatto Zero®

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Alpha Dermo Line s.r.l.

---

Via Tagliamento,6  
64014 Martinsicuro (TE)

Tel. +39.0861.761294 - +39.0861.767399

Fax. +39.0861.761677

**e-mail:** [info@alphadermoline.com](mailto:info@alphadermoline.com)

**sito web:** [www.alphadermoline.com](http://www.alphadermoline.com)



---

## L'Azienda

Alpha Dermo Line dal 1993 è attiva nel settore dermo- cosmetico, sulla base di una consolidata esperienza e di un approfondito know-how nella Ricerca & Sviluppo e nel Controllo Qualità di prodotti e trattamenti cosmetici.

Alpha Dermo Line, oggi è in grado di assistere il proprio cliente a 360°, mettendo a completa disposizione la propria esperienza che parte dalla progettazione fino al prodotto finito.

Alpha Dermo Line, conferma la sua professionalità e serietà, attraverso la certificazione di qualità ISO 9001-2000 e l'affiliazione con Unipro-Federchimica-Confindustria.

---

## Tipo di attività e Marchi

Alpha Dermo Line con la sua equipe medico-scientifica, ha messo a punto in quest'ultimo periodo alcuni programmi con diversi prodotti che stravolgeranno il mercato della cosmesi, infatti attraverso la continua ricerca, oggi Alpha Dermo Line può dare una risposta concreta alla soluzione di diversi inestetismi della pelle come: Pefis e Adipe Localizzata • Acne • Discromie Cutanee • Photoaging • Rallentamento Metabolismo e Proliferazione Cellulare del Pelo. Alpha Dermo Line è in grado di formulare e produrre ogni tipo di cosmetico, per trattamento e detersione, in qualsiasi forma ( Emulsioni, Gel, ecc.).

Una caratteristica importante che caratterizza Alpha Dermo Line è sicuramente la flessibilità e versatilità, infatti partiamo da piccoli lotti di produzione fino a 10.000 pezzi giornalieri, per qualsiasi canale.

Alpha Dermo Line è molto attenta alle esigenze di ogni cliente, quindi è in grado di offrire un full service con i seguenti servizi:

Formulazione di nuovi cosmetici • Test Dermatologici • Test dell'Efficacia Cosmetica • Assistenza Tecnico-Legislativo • Stesura del Dossier e Predisposizione dell'Etichettatura • Consulenza Tecnica e Scientifica • Studio e progettazione grafica del packaging per prodotti personalizzati con relativi contenitori (Flaconi, Vasi, Tubi, ecc.)

---

*pure* TOUCH  
*pure* LOVE  
*pure* HAPPINESS  
*pure* BIO



Nasce pure.bio. La linea certificata biologica Chicco per coccolare naturalmente il tuo bambino.

Il bagnetto e il massaggio sono momenti di straordinaria intimità tra mamma e bambino. Con pure.bio, la linea certificata biologica Chicco, puoi coccolare il tuo bambino con la purezza di prodotti che contengono solo ingredienti naturali accuratamente selezionati e provenienti da coltivazioni biologiche, combinati con delicate profumazioni.

Prova la freschezza dell'aloë, la dolcezza dell'olio di mandorla, la ricchezza del karitè e la delicatezza della camomilla, per donare al tuo piccolo un benessere puro e tutto naturale.

[www.chiccopurebio.com](http://www.chiccopurebio.com)



La felicità è un viaggio  
 che inizia da piccoli.



dove c'è un bambino

# Artsana

---

*Divisione Cosmesi - Sede Sociale e Amministrativa*

Via Saldarini Catelli,1

22070 Grandate (CO)

Tel: 031.382111 - Fax: 031.382400

*Sede Operativa – Unità Produttiva 14*

Via Marconi, 2 – 22060 Gessate (MI)

Tel: 02.95781247 - Fax: 02.95382341



## L'Azienda

---

Artsana nasce nel 1946 con la produzione e la commercializzazione di articoli paramedicali destinati ad ospedali e farmacie. A questo polo, denominato "Health Care", si sono aggiunti negli anni i poli "Baby Products", relativo ai prodotti di puericultura (Chicco) e "Cosmetics and Beauty Products" specializzato in prodotti cosmetici. Il Gruppo Artsana è attivo con 4 unità produttive per i Medical Devices e con 10 unità produttive per la puericultura.

Il polo cosmetico ha il suo cuore nello stabilimento di Gessate, l'unità produttiva interamente dedicata alla produzione cosmetica per i marchi del Gruppo: nel 1979 nasce il marchio Lycia, che presenta oggi una vasta selezione di prodotti per l'igiene e la cura della persona, mentre nel 1990 nasce la paidocosmesi di Chicco.

## Tipi di attività

---

L'impianto produttivo di Gessate si sviluppa su un'area complessiva di 36.000 mq. Lo spazio produttivo è diviso, secondo un criterio farmaceutico, in zona bianca per le operazioni di riempimento e in zona grigia per le operazioni di confezionamento. Laboratorio Ricerca & Sviluppo e Laboratorio Controllo Chimico e Microbiologico completano le strutture. Il sistema qualità e lo stabilimento sono certificati secondo la ISO 9001.

## Tipologie Produttive

---

Adulto: Prodotti per la deodorazione • Prodotti per la depilazione • Prodotti per l'igiene intima • Salviettine struccanti • Prodotti per l'igiene • Creme idratanti e per il trattamento

Bambino: Creme idratanti • Paste per il cambio • Oli • Prodotti per l'igiene • Salviettine per il cambio • Acqua di colonia • Prodotti per l'igiene orale • Prodotti solari e doposole • Presidi Medico Chirurgici • Prodotti anti-zanzare • Salviettine per il naso e l'allattamento

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Numero Verde 800/188898 - Sezione "contacts" [www.artsana.com](http://www.artsana.com)

---

BIODERMA  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

M

MATRICIUM®

BREVETTO DERMATOLOGICO MONDIALE

ENTRATE IN UNA NUOVA ERA



CE 0373

14 Anni di Ricerca • 74 Studi Clinici

LA BIOLOGIA AL SERVIZIO DELLA DERMATOLOGIA

Matricium è un dispositivo medico sterile CE 0373, crea un ambiente che favorisce la rigenerazione dei tessuti. Leggere attentamente le avvertenze.

# Bioderma Italia s.r.l.

---

Via Giulio Tarra, 1

20125 Milano

Tel. 02.67070139

Fax 02.66981697

e-mail: [info@bioderma.it](mailto:info@bioderma.it)

sito web: [www.bioderma.it](http://www.bioderma.it)



**BIODERMA**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

## L'Azienda

---

La **BIO**logia al servizio della **DERMA**tologia: l'origine del nome rappresenta la sintesi delle **caratteristiche distintive** e della **missione** BIODERMA: insegnare alla pelle a prendersi cura di sé, aiutandola a ristabilire il proprio equilibrio naturale.

**BIODERMA** è nata nel 1985 a Lione in Francia, con lo scopo di fornire al mercato della farmacia prodotti di elevatissima qualità a prezzo concorrenziale in grado di rispondere alle esigenze primarie del dermatologo. L'Azienda sta vivendo uno sviluppo internazionale particolarmente importante: negli ultimi 5 anni ha realizzato in media una **crescita annuale superiore al 30% annuo** ed è oggi presente in circa 80 Paesi nel mondo. Pochi sanno che prodotti di grandissimo successo, in grado di "creare" un mercato quali ad esempio lo struccante ad acqua micellare (nello specifico **Sensibio H2O**) sono stati originariamente sviluppati da Bioderma.

## Marchi

---

Sul mercato italiano l'Azienda è presente con 8 linee studiate per rispondere al meglio ad ogni problematica dermatologica:

**SENSIBIO** per la Pelle Sensibile - **SÉBIUM** per la Pelle Grassa e Impura - **ATODERM** per la Pelle Secca e a tendenza Atopica - **HYDRABIO** per la Pelle Normale e Secca - **PHOTODERM** per la Protezione Solare - **NODÉ** per il Cuoio Capelluto - **CICABIO** Programma Cicatrizzante - **WHITE OBJECTIVE** Programma Depigmentante.

A breve verrà proposta in farmacia l'ultima novità Bioderma: **MATRICIUM**.

Frutto di 14 anni di ricerca e 74 studi clinici, esso rappresenta una novità assoluta sul mercato. Coperto da 2 brevetti mondiali, **MATRICIUM** è un dispositivo medico CE0373 di classe IIa che crea un ambiente favorevole alla rigenerazione dei tessuti.

Da quest'innovazione è stata concepita una linea dermocosmetica contro l'invecchiamento cutaneo: Matriciane.

Matricium e Matriciane verranno presentati allo stand Bioderma.

*Matricium è un dispositivo medico, leggere attentamente le avvertenze.*

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Contatto commerciale: D.ssa Aurore Zompicchiatti

Contatto stampa / marketing: D.ssa Delphine Walter

Tel: 02 67070139 – e-mail: [info@bioderma.it](mailto:info@bioderma.it)

---



PHARCOS

TAN<sup>®</sup>  
50  
HELIO SKIN



Acceleratore di abbronzatura  
con SPF 50

**Un aspetto salutare  
anche con una limitata  
esposizione solare**

100 ml

# Biodue S.p.A. - Pharcos

---

Via A. Lorenzetti, 3/A  
50028 Loc. Sambuca Val di Pesa  
Tavarnelle Val di Pesa (FI)

Tel. 055.8071140 - 8071198 - 8071126 - 8071072  
Fax uffici commerciale/amministrativo: 055.8091294  
Fax uffici produzione: 055 8071141

**e-mail:** *info@biodue.com*  
*info@pharcos.com*  
*info@biodueoftalmica.it*  
**siti web:** *www.biodue.com*  
*www.pharcos.com*  
*www.biodueoftalmica.it*



## L'Azienda

---

Il nome PHARCOS deriva dall'unione di due termini, "farma" e "cosmesi", come per anticipare quello che oggi è comunemente indicato con il concetto di "cosmeceutico". Storicamente, Pharcos è il marchio di proprietà di BIODUE S.p.A., fondata nel 1986 da Sion Fulvio Benedetti, attuale Presidente Onorario della società. Biodue oggi è una industria avanzata dal punto di vista tecnologico nella produzione di cosmetici, integratori alimentari e dispositivi medici. Negli anni l'azienda ha curato, attraverso una équipe di informazione scientifica di alto livello composta da 40 agenti mono-mandatari, la diffusione capillare della linea Pharcos nel campo della prescrizione dermatologica: per prima in Italia ha valorizzato nella pratica dermocosmetica l'applicazione di molecole oggi largamente utilizzate quali acidi grassi essenziali omega-6, acido glicolico, beta-sitosterina, acido cogico, e melatonina. L'acquisizione di un'approfondita conoscenza del settore dermatologico nazionale, insieme alla notevole capacità innovativa delle proprie formulazioni ed al raggiungimento di standard qualitativi sempre più elevati nella tipologia produttiva, hanno consentito l'affermazione a livello nazionale e la diffusione in America Latina dei propri marchi.

## Tipo di attività

---

Ha stabilimenti produttivi di proprietà per la fabbricazione di integratori, cosmetici e dispositivi medici; l'azienda offre anche un servizio completo per conto terzi, dalla formulazione alla grafica, dalla depliantistica alla serigrafia diretta sulle confezioni; effettua direttamente anche la distribuzione Italia dei propri marchi.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Integratori alimentari • Creme, emulsioni, lozioni, gel e oli per la pelle (mani, viso, etc.) • Preparazioni per bagni e docce (schiume, oli) • Prodotti per il trattamento e pulizia dei capelli • Prodotti per il fissaggio • Prodotti per l'igiene intima esterna • Prodotti solari • Prodotti per schiarire la pelle • Prodotti antirughe • Dispositivi medici di prima classe (lavande, ovuli e gel vaginali, spray nasali e prodotti topici)

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Sig.ra Barbara Rufo **e-mail:** *barbara.rufo@biodue.com*

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Caudalie s.r.l.

---

Via Filippo Nicolai 91

00136 ROMA

Tel 06.45490300

Fax 06.45490303

Servizio consumatori: N° VERDE 00 800 44 29 2424

**e-mail:** *roma@caudalie.com*

**CAUDALIE**  
PARIS

## L'Azienda

---

Tutto ha inizio nel 1993, in un giorno di vendemmia sulle terre del Château Smith Haut La fitte, quando Mathilde e Bertrand Thomas incontrano il prof Vercauteren della facoltà di Farmacia di Bordeaux, massimo esponente e ricercatore in ambito polifenoli, che rivela alla giovane coppia lo straordinario potere antiossidante dei polifenoli della vite e dell'uva.

## Tipo di attività e tipologie Produttive

---

Caudalie Vinotherapie propone trattamenti anti-età formulati con principi attivi distillati dalla generosa vite. Ingredienti esclusivi e brevettati Caudalie, di comprovata efficacia. Una linea completa di prodotti dalle texture glamour per il viso e per il corpo.

Le gamme viso:

DETERGERE E TONIFICARE • PROGRAMMA PRIME RUGHE • PROGRAMMA NUTRIENTE • PROGRAMMA PURIFICANTE • PROGRAMMA ILLUMINANTE ANTI-MACCHIE • PROGRAMMA RASSODANTE/ANTI-RUGHE • SOLARI

Per il corpo:

PROGRAMMA SNELLENTI • PROGRAMMA RASSODANTE • BAGNI E TRATTAMENTI PER IL CORPO

Nel 1999 Caudalie crea la prima Spa Vinotherapie® al mondo, sui terreni del Château Smith Haut Lafitte, per offrire momenti e gesti esclusivi che utilizzano tutti i benefici della vite e dell'uva.

Un successo immediato che a breve porta Mathilde e Bertrand Thomas, fondatori di Caudalie, a inaugurare nel mondo nuove Spa Vinotherapie® di proprietà: Marques de Riscal in Spagna nella regione della Rioja, Plaza a New York e l'ultimissima Etangs de Corot a Versailles, Francia.

---

# SANTANGELICA

SERICIN COMPLEX

*"Da oggi la pelle  
del mio viso è come seta"*

*Martina Colombari*

## L'innovazione cosmetica con pura sericina estratta dal filo di seta

SANTANGELICA SERICIN COMPLEX è la nuova linea cosmetica a base di SERICINA, la proteina naturale che, grazie alla sua struttura biomolecolare avvolge, protegge e rigenera il filo di seta. I ricercatori SANTANGELICA hanno selezionato una sericina unica perché italiana, pura e integra al 100%, per garantire così massima efficacia sulla pelle. Partendo da questa molecola è stato creato SERICIN COMPLEX, un complesso multifunzionale di straordinaria efficacia. Come la sericina protegge e rigenera il filo di seta, così Sericin Complex ha una triplice azione protettiva, antirughe e setificante, per una pelle unica al tatto, come la seta.

azione PROTETTIVA +84,6%<sup>1</sup>

azione ANTIRUGHE -46%<sup>1</sup>

azione SETIFICANTE +100%<sup>2</sup>

SICUREZZA testata



SANTANGELICA Efficacia per natura  
SERICIN COMPLEX

<sup>1</sup> Test in vivo miglior risultato con SC max. conc.

<sup>2</sup> Pelle più liscia Test di autovalutazione a 56 gg

# Chefaro Pharma Italia S.r.l.

---

Chefaro Pharma Italia S.r.l.  
Viale Castello della Magliana, 18  
00148 Roma - Italy

Tel. +39 06 90250.1  
Fax +39 06 90250.350  
Numero verde: 800.432.722

e-mail: [info@chefaro.it](mailto:info@chefaro.it)  
sito web: [www.chefaro.it](http://www.chefaro.it)



## L'Azienda

---

Chefaro Pharma Italia nasce come parte integrante di **Omega Pharma Holding**, nata in Belgio nel 1987, oggi presente in oltre 17 Paesi europei con un fatturato consolidato di più di 1 miliardo di Euro fine 2007.

A sua volta, **Chefaro Pharma Italia** ha raggiunto grandi obiettivi di crescita nel mondo della salute, risultati che l'hanno portata a ricoprire un ruolo di protagonista nei settori "**Bellezza e Benessere**" e "**Self Medication**" in soli tre anni di attività.

Chefaro Pharma Italia si impegna ad offrire ai consumatori italiani prodotti sicuri, innovativi ed efficaci nel mercato farmaceutico.

"Il valore dell'efficacia" dei propri prodotti nasce da approfonditi studi e dalla continua ricerca dell'innovazione, col fine di coniugare in maniera sempre più concreta la bellezza e la funzionalità. I prodotti Chefaro sono formulati e realizzati nel rispetto dei più alti standard qualitativi e sono tutti studiati per minimizzare i rischi di allergie. Inoltre, non vengono assolutamente testati su animali.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Il portafoglio prodotti si presenta estremamente vario e include marchi prestigiosi quali **Angstrom**, **Restivoil**, **Cellulase**, **XL-S**, **Ymea**, **Germozero**, **Sant'Angelica Make-Up**, **Sant'Angelica Sericin Complex**, **Talika**, **Zaic**, **Bergamon**, e marchi internazionali come **Silence**, **Paranix** e **Wartner** per posizionarsi nei settori più importanti del panorama farmaceutico:

### • BELLEZZA E BENESSERE

Comprende una gamma di prodotti che coprono i più importanti segmenti del mercato, come la cura dei capelli, la cura del viso, il make-up, la protezione solare e l'igiene intima, con l'obiettivo di portare la più avanzata ricerca tecnologica al servizio del consumatore.

### • SELF MEDICATION

Raccoglie una serie di prodotti e dispositivi che rappresentano un importante riferimento nell'ambito dell'automedicazione, per il trattamento delle verruche, della pediculosi e del russamento.

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# CO.DER. s.r.l.

---

CO.DER. s.r.l.

Sede legale:

via IV Novembre, 18 - 17043 Pallare (SV)

Sede operativa:

via Macallé, 7 - 12045 Fossano (CN)

Tel. 0172.634136

Fax 0172.637122

e-mail: [direzione@coder1990.it](mailto:direzione@coder1990.it)

sito web: [www.farmacosmesi.it](http://www.farmacosmesi.it)



## L'Azienda

---

La ditta Co.Der., costituita negli anni '90, ha alle spalle una consolidata conoscenza in fatto di formulazione e di ricerca. Nella sua evoluzione essa ha saputo creare una struttura produttiva industriale molto innovativa, ma continua ad operare con l'amore artigianale degli inizi. Ha ottenuto il "Riconoscimento di affidabilità" da parte di Unipro, la Certificazione ISO 2001 e fa parte del Gruppo Cosmetici in Farmacia

## Punti di forza

---

I prodotti subiscono controlli accurati in ogni stadio di lavorazione: tutto il processo produttivo viene costantemente monitorato tramite procedure codificate.

Nello stabilimento di produzione l'aria viene continuamente filtrata, termoregolata ed umidificata. Materiali speciali per pareti complanari e pavimenti, facilmente sanizzabili. Impianti di produzione di grado farmaceutico, realizzati in acciaio speciale che lavorano sottovuoto per evitare contatti del prodotto con l'ambiente esterno.

## Mission Aziendale

---

Formulare e produrre cosmetici di trattamento di altissima qualità, tecnologicamente avanzati a livello industriale ma con cura artigianale, ricercando sempre la massima soddisfazione del cliente.

## Tipologie produttive e marchi

---

Storicamente presente nel canale Farmacia, Co.Der. propone **tramite l'azienda consociata FARMACOSMESI s.a.s.** una completa linea cosmetica di alta qualità per il trattamento di viso e corpo, per i diversi tipi di pelle, con l'etichetta personalizzabile con il nome o il logo della Farmacia cliente.

---





# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Combe Italia s.r.l.

---

Via GC. Procaccini 41 – 20154 Milano

Tel. 02.33601190

Fax 02.33600551

**e-mail:** [info@combeitalia.com](mailto:info@combeitalia.com)

**sito web:** [www.combeitalia.com](http://www.combeitalia.com)



## L'Azienda

---

Combe Inc. è una Multinazionale americana presente in ben 64 paesi al mondo, da sempre impegnata nella ricerca di prodotti innovativi e di alta qualità e che soddisfino bisogni reali.

Da 30 anni, Combe opera anche in Italia e grazie al lancio di prodotti esclusivi, crescenti investimenti in comunicazione e la qualità del personale hanno permesso di raggiungere dimensioni e solidità che definiscono Combe Italia come un'Azienda di successo, seria ed affidabile.

## Tipo di attività

---

I siti produttivi Combe sono negli USA - UK e Italia.

L'organizzazione commerciale opera su tutto il territorio nazionale attraverso una rete Vendita capillare composta da 40 Agenti.

Combe dedica la massima attenzione al servizio post-vendita attraverso il Customer Service ed al monitoraggio continuo della soddisfazione dei propri consumatori con un servizio dedicato di CRM.

## Marchi

---

Combe Italia è presente con i suoi marchi, nelle seguenti categorie merceologiche:

Igiene Intima: **Vagisil Cosmetic** - Detergenti, Salviettine e Polvere

**Vagisil Intima** - Idratante e Lubrificante vaginale - **Vagisil** - Crema antiprurito

Igiene Orale: **Algasiv** - Cuscinetti adesivi per dentiera

Colorazione maschile: **Just For Men** - Shampoo colorante 5 minuti - **Grecian** lozione anti-grigio graduale - **Touch of Gray** - Trattamento colorante graduale

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Responsabile della Comunicazione: D.ssa Daniela Parazzini

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Cosmoderma

---

Via dell'Artigiano, 2  
40048 San Benedetto Val di Sambro (BO)

Tel. 0534.800068

Fax 0534.800078

**e-mail:** *info@cosmoderma.it*

**sito web:** *www.cosmoderma.it*



---

## L'Azienda

Cosmoderma nasce nel 1979 come ditta individuale su impulso del Dott. Vincenzo Speghini, di professione farmacista.

L'obiettivo, già da allora dichiarato, era quello di diventare "Azienda dei Farmacisti" per mettere a disposizione della categoria prodotti nati dalle reali esigenze del consumatore.

Attualmente l'Azienda esporta gran parte della propria produzione in Europa, nel nord America e ad Hong Kong, questo le consente di avere una visione globale dei mercati, compreso quello delle materie prime e della componentistica.

---

## Tipo di attività

Cosmoderma produce e commercializza prodotti cosmetici innovativi.

---

## Tipologie produttive e Marchi

Saluskin, Ricettario Verde, Oasi d'Argento, Peau Vive

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Deborah Group s.p.A. - Div. HC HighTech Cosmetics

---

Via Comelico, 3  
20135 – MILANO

Tel +39 02 55021 486 - 482

Fax +39 02 55021 443

**e-mail:** [info@hightechcosmetics.com](mailto:info@hightechcosmetics.com)

**sito web:** [www.hightechcosmetics.com](http://www.hightechcosmetics.com)



## L'Azienda

---

La Missione di HC HighTech Cosmetics:  
il segreto della bellezza senza chirurgia estetica.

Frutto della ricerca cosmetica più avanzata, HC HighTech Cosmetics offre una reale alternativa alla Chirurgia Estetica con prodotti che agiscono sulla pelle con una precisione mirata, come se "osservassero" il problema con una lente d'ingrandimento. Pensati e creati per garantire risultati immediati e visibili, permettono, infatti, di affrontare "problematiche" estetiche molto diffuse e di risolverle con successo.

### TECNOLOGIA DERMOCOSMETICA D'AVANGUARDIA

Il marchio HC è sinonimo di piccoli "capolavori" della più moderna ricerca dermo-cosmetica. Sintesi perfetta di principi funzionali di eccellente qualità e formulazioni innovative, i Trattamenti HC HighTech Cosmetics, permettono a ogni donna di essere il "chirurgo estetico di sè stessa", rendendola protagonista della propria bellezza.

### RISULTATI CLINICAMENTE DIMOSTRATI

HC HighTech Cosmetics studia tutti i prodotti della linea per performance elevate immediate (in soli 15 minuti) e risultati a lungo termine (dopo 30 giorni), dimostrate da rigorosi studi clinico-strumentali e certificate da prestigiosi Istituti esterni e indipendenti di Ricerche Cliniche.

### PACKAGING DI ULTIMA GENERAZIONE

I Trattamenti HC HighTech Cosmetics sono caratterizzati da packaging funzionali tecnologicamente avanzati, "scrigni" ideali per preservare e custodire le preziose texture. Frutto di un'attenzione meticolosa al dettaglio e perfetto equilibrio tra praticità ed eleganza, rendono l'applicazione facile, semplice e mirata.

## Tipologie produttive e Marchi

---

HC HighTech Cosmetics offre una gamma completa di trattamenti mirati per labbra, viso e occhi.

Marchio: HC HighTech Cosmetics

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Delarom Italia

---

C.so Magenta, 27  
20123 – MILANO

Tel. +39 02 72080683  
Fax +39 02 72022344

**e-mail:** [info@delarom.it](mailto:info@delarom.it)  
**sito web:** [www.delarom.it](http://www.delarom.it)



## L'Azienda

---

Delarom Italia nasce nel 2008 come filiale di Delarom Paris con l'obiettivo di portare nel nostro Paese i segreti di bellezza del marchio parigino.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Delarom, nata esclusivamente per il mercato della farmacia, unisce alla delicatezza di un prodotto naturale l'efficacia di un preparato frutto di molti anni di ricerca e di laboratorio.

Sintesi perfetta di fitoterapia, aromaterapia e aromacologia, Delarom è una linea efficace e di piacevole utilizzo, snella, che attinge alle preziose risorse offerte dalla macchia mediterranea per offrire formulazioni efficaci e rigorose a base di oli essenziali e principi attivi di origine vegetale. Agrumi, lavanda, pesca, rosa, albicocca e miele, sono alcuni degli attivi che entrano nelle formulazioni Delarom e che, particolarmente affini alla cute, sono capaci di regalarle nuova freschezza.

Nati per combattere i segni del tempo con un approccio nuovo, che parte dal grado di sensibilità della pelle e non dalla sua età anagrafica, i prodotti Delarom sfruttano le molte virtù cosmetiche di aromi e profumi naturali (aromacologia) per donare benessere al corpo e alla mente. Dal benessere del corpo a quello della pelle il passo è breve tanto che, sin dalle prime applicazioni, la pelle risulta più luminosa, tonica e compatta.

Tutte le formulazioni Delarom sono sicure e ad elevata tollerabilità, prive di parabeni, fenossietanolo, siliconi o ingredienti di origine minerale o animale.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dott.ssa Lisa Dansi - [lisa.dansi@delarom.it](mailto:lisa.dansi@delarom.it)

---



**Negli ultimi anni il mercato dermocosmetico e dermatologico ha registrato uno sviluppo notevole:**

il Cliente in farmacia esige risposte rapide ed in tempi brevi, limitando il più possibile i costi. **Tu farmacista** sei l'indiscusso protagonista di questa evoluzione, **il punto di riferimento locale per risolvere in prima battuta i problemi legati alla pelle.** In quest'ottica nasce DERMAPROJECT: un progetto di ampio respiro che vede protagonisti per la prima volta in Italia **il leader del settore dermatologico e dermocosmetico Difa Cooper e una rete di farmacie selezionate in esclusiva.** DERMAPROJECT vuole offrire al farmacista attento e proattivo un'opportunità veramente unica



per raccogliere la sfida del futuro: trasformare la farmacia in un vero punto di riferimento dermatologico e dermocosmetico. Il progetto si articola in quattro servizi tutti accessibili direttamente dal sito dedicato **[www.comunicazioneinfarmacia.it](http://www.comunicazioneinfarmacia.it)** che offrono esempi pratici di situazioni e problemi dermatologici che possono verificarsi in farmacia, domande e situazioni tipiche del rapporto con il cliente o con il medico, corsi di comunicazione e psicodinamica, consigli per la pelle con le patologie ed i problemi dermatologici dal punto di vista del farmacista. **DERMAPROJECT è il tuo partner ideale, con qualità, marginalità e selettività nella distribuzione.**

**Se vuoi aderire a DERMAPROJECT o saperne di più, invia una mail a questo indirizzo: [farmacia@difacooper.com](mailto:farmacia@difacooper.com), sarai contattato da un nostro agente.**



Difa Cooper S.p.A. • Via Milano, 160 • 21042 - Caronno Pertusella (VA)

[www.difacooper.com](http://www.difacooper.com)



PER TE FARMACISTA

# Difa Cooper S.p.A.

---

Via Milano, 160  
21042 Caronno P.Ia (VA)

Tel. 02.9659031  
Fax 02.9650382

e-mail: [info@difacooper.com](mailto:info@difacooper.com)  
sito web: [www.difacooper.com](http://www.difacooper.com)  
[www.cosmeticimagistrali.com](http://www.cosmeticimagistrali.com)



## L'Azienda

---

Difa Cooper è un'azienda farmaceutica specializzata in **dermatologia**, che opera sul mercato italiano da oltre 50 anni. Nel 2003 l'azienda è entrata a far parte del gruppo IFC, una multinazionale spagnola presente in oltre **55 paesi**; la successiva **acquisizione di Sirtan Medicaire** testimonia ulteriormente lo spirito di innovazione e la vocazione al successo dell'impresa. In Difa Cooper, ricerca e sviluppo tendono alla realizzazione di prodotti efficaci e sicuri, adatti alle diverse esigenze di trattamento e cura, supportate da ricerca medica realizzata in collaborazione con i principali centri universitari (es. Harvard Medical School) della dermatologia mondiale e pubblicati sulle più autorevoli riviste scientifiche internazionali di settore. La **mission** di Difa Cooper esprime il suo impegno nel mondo della cura della pelle: *"Dimostrare la nostra scelta di essere **dedicati a tutti i settori della dermatologia**, creando valore aggiunto attraverso l'offerta di **servizi, prodotti e informazioni agli specialisti della pelle**. La nostra scelta è di costruire una dedicated leadership verso gli specialisti della pelle."*

## Tipo di attività

---

Difa Cooper distribuisce i suoi prodotti esclusivamente tramite il **canale farmaceutico** (Medico e Farmacia) grazie alla più numerosa rete di informazione medico-scientifica nel mondo della dermatologia. I suoi informatori assicurano una presenza costante e capillare sul territorio, con oltre 60.000 visite ogni anno a dermatologi, chirurghi plastici, medici estetici e farmacisti. In farmacia è presente con **DERMAPROJECT**, la dermatologia in farmacia.

## Tipologie Produttive

---

Una gamma completa che copre tutte le principali patologie della pelle: **Acne, Dermatiti, Psoriasi, Patologie ungueali, micotiche e tricologiche, Fotoprotezione, Lesioni.**

*Specialità Medicinali:* Isotretinoina Difa Cooper, Zindaclin, Trans Ver Sal, Carexidil, Esarondil; *Prodotti Dermatologici:* BiRetix, Linea Clarifex, Linea Endocare, Linea Heliocare, Linea P.O.L., Linea IPSO, Linea Avalon, Linea Eutrosis, Linea Ecocel, Linea Vicutix, Linea Emutopic, C20 System; *Linea Cosmetica:* Cosmetici Magistrali; Integratori Alimentari: Iraltone, Heliocare capsule, Integratori Magistrali, AMPcare; *Apparecchi medicali:* Drionic; *Dermatologia Specialistica:* Acuderm

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# DuePi International Services s.r.l.

---

Viale Boccaccio, 2  
20089 Rozzano (MI)

Tel. 02.57506545  
Fax 02.57516088

e-mail: [info@duepiinternational.com](mailto:info@duepiinternational.com)  
sito web: [www.duepiinternational.com](http://www.duepiinternational.com)



*Les Provençales* **ISADORA** **FARMACOSMETICA**

## L'Azienda

---

DuePi è un'azienda commerciale fondata nel 1997, in costante sviluppo, dinamica e dotata di un proprio ufficio ricerca e di un moderno magazzino. DuePi è sempre pronta a cogliere le nuove esigenze di mercato, traducendole in prodotti di qualità e alla moda, che distribuisce grazie alla rete di 29 agenti professionisti - costantemente formati - che vantano anni di esperienza nel canale farmacia.

## Tipo di attività

---

Attraverso la creazione e la commercializzazione di prodotti specifici per tutte le esigenze, DuePi intende valorizzare il mercato cosmetico, focalizzandosi sul canale farmacia. DuePi riconosce infatti il farmacista come interlocutore privilegiato, in grado di comprendere le reali potenzialità del prodotto, e di fornire alla clientela un servizio ad alto valore aggiunto: la consulenza tecnico-scientifica, mirata a seconda del tipo di pelle e delle esigenze specifiche di ogni singolo cliente. DuePi garantisce una formazione diretta dei farmacisti e degli addetti alla cosmesi, aiutandoli a fornire alle consumatrici risposte efficaci alle problematiche legate alla bellezza.

## Tipologie produttive

---

DuePi identifica il suo core business nel settore della cosmesi.

La linea di make-up IsaDora, della quale DuePi è il distributore esclusivo per l'Italia, ha una collocazione veramente unica sul mercato poiché coniuga elevati standard di qualità con formule studiate per minimizzare i rischi di reazioni allergiche.

IsaDora è un brand presente in oltre 40 paesi al mondo ed è in grado di carpire in anticipo i dettami della moda e tradurli in realtà, proponendo ogni anno ben 4 collezioni stagionali.

Nell'ottica di completamento dell'offerta, DuePi, propone una propria linea skincare personalizzata, Farmacosmetica, con prodotti sviluppati in collaborazione con le migliori università italiane per garantire un'alta tollerabilità cutanea e dotati di un ottimo rapporto qualità/prezzo.

DuePi commercializza anche una linea di colonie, eau de toilette, Les Provençales, prodotte in Francia ispirata alle fragranze legate alla terra di Provenza.

---

# DARPHIN

PARIS

Più che un trattamento, un'Arte.

- Ad ogni pelle,  
un siero specifico



- Trattamento ad azione intensiva
- Concentrato di tecnologia
- Formula che stimola i sensi
- Efficacia su misura

# Darphin - A Division Of Estée Lauder

---

*Estée Lauder Srl*

Via Turati, 3

20121 Milano

Tel 02.63771

Fax: 02.6377269

# DARPHIN

---

---

P A R I S

## L'Azienda

---

**Darphin** nasce nel 1958 a Parigi da un'idea del dermatologo **Pierre Darphin** che, per il suo istituto di bellezza, desiderava un programma innovativo, fondato sui benefici di piante ed estratti naturali. Nel 1992 si afferma a livello internazionale come marchio di prestigio nelle migliori farmacie e nel 2003 viene acquisito da **Estée Lauder Companies**. Il marchio consolida la distribuzione in farmacie selettive, in Spa e Resort prestigiosi e nel luglio 2007 debutta in Italia come Divisione di Estée Lauder Companies.

## Tipo di attività

---

**Darphin** si contraddistingue per un approccio dinamico alla bellezza, attinge alle sorgenti della natura seguendo il vaglio rigoroso della scienza e individua la cura di bellezza "su misura" per offrire bellezza e benessere, rispondendo ai molteplici bisogni della pelle. **Darphin** crea il **trattamento polisensoriale**; comincia con il siero intensivo rigenerante e continua con la crema che aiuta a ristabilire l'idratazione e offre benefici mirati. Per ottenere risultati più evidenti Darphin ti consiglia un elisir di bellezza 100% naturale. **Darphin** offre inoltre trattamenti con le nostre Consulenti di Bellezza presso tutte le farmacie concessionarie.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Linee viso e corpo per tutte le pelli e tutte le esigenze.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Brand Manager Alessandro Orano - [aorano@it.darphin.com](mailto:aorano@it.darphin.com), [www.darphin.it](http://www.darphin.it)

---

# EVOC

MILANO

**il MAKE-UP**  
*in farmacia*  
**MADE IN ITALY**



**IPOALLERGENICO - NICKEL TESTED**  
**SENZA GLUTINE - SENZA PARABENI**  
**SENZA PROFUMO**

**EVOC**  
MILANO

EVOC srl - Via Piazzoni, 2 - 24128 Bergamo  
Tel. 035 2650409 - Fax 035 4552808  
[www.evocmilano.it](http://www.evocmilano.it) - email: [info@evocmilano.it](mailto:info@evocmilano.it)

# EVOC s.r.l.

---

Via Piazzoni, 2  
24128 Bergamo  
Tel. 035.2650409  
Fax 035.4552808

**e-mail:** [info@evocmilano.it](mailto:info@evocmilano.it)  
**sito:** [www.evocmilano.it](http://www.evocmilano.it)

**EVOC**  
— MILANO —

## L'Azienda

---

EVOC MILANO è una nuova linea di prodotti specializzata nel make-up. Nasce nel 2010 dall'esperienza ventennale del fondatore Angelo Prandi, che ha portato al successo più Brand nel settore cosmetico in farmacia. Tutti i prodotti si distinguono per la loro qualità e tollerabilità ad un prezzo accessibile, adatto quindi ad ogni tipo di consumatrice.

## Tipologie Produttive

---

Evoc lavora con un network di specialisti per garantire la massima qualità dei prodotti, sia in termini di performance che di sicurezza. I prodotti Evoc sono infatti indicati per pelli sensibili e reattive, celiachia e allergia al nichel. Vengono effettuati test su ogni lotto di produzione per garantire l'ipoallergenicità e il controllo del nichel, presso le principali Cliniche Universitarie Italiane. Tutti i prodotti sono senza glutine, senza parabeni e senza profumo.

Il 100% Made in Italy si contraddistingue sia nella fabbricazione che nel design; garantisce elevati standard di produzione e severe norme di controllo. Le materie prime vengono selezionate secondo le normative internazionali UE (Unione Europea) e FDA (Ente americano per il controllo degli alimenti, cosmetici e farmaci) e JPN (Legislazione Giapponese).

Evoc offre la perfetta fusione tra il mondo della farmacia e quello della profumeria: il mondo dell'eleganza si coniuga con la sicurezza dei prodotti. La linea Evoc Milano è distribuita esclusivamente nelle migliori farmacie e parafarmacie italiane.

Oltre alla gratificazione visiva di un packaging elegante, la linea offre una piacevolezza tattile unica, con prodotti scorrevoli, cremosi e di immediata scrivenza che non appesantiscono i tratti e coprono le piccole imperfezioni cutanee

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Farmaderbe

---

*Uffici e Magazzino:*

Via Cussignacco, 78/1  
Pradamano (UDINE)

Tel. 0039.0432.670951

Fax 0039.0432.671117

**sito web:** [www.farmaderbe.it](http://www.farmaderbe.it)



## L'Azienda

---

Farmaderbe si prefigge di divulgare la valenza della fitoterapia alla luce della ricerca scientifica più aggiornata, al fine di garantirne la massima funzionalità grazie ai processi di estrazione più raffinati; l'esperienza maturata in oltre vent'anni di attività e la passione per il nostro lavoro si traducono in prodotti d'avanguardia, distribuiti capillarmente con i marchi Farmaderbe, Nutra Line, Nutra Herbal, Nutra Junior, Piante & Salute e Nutralità.

## Tipo di attività

---

Farmaderbe è una realtà costituita da oltre 30 addetti tra i vari settori aziendali, amministrazione, ricerca, sviluppo e logistica; si avvale di una rete vendita qualificata e professionale, formata da 35 agenti, che copre tutto il territorio nazionale dove conta oltre 6000 clienti tra farmacie ed erboristerie ed esporta in diversi paesi europei ed extraeuropei. Le spedizioni vengono effettuate mediante corrieri espressi, garanzie di puntualità e professionalità, con una capacità quotidiana di evasione ordini sino ad oltre 100 spedizioni.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Farmaderbe sviluppa e produce prodotti erboristici tradizionali, cosmetici naturali ed integratori alimentari in collaborazione con i migliori laboratori e con la consulenza di prestigiosi istituti universitari investendo sulla massima qualità delle materie prime e sui processi di tracciabilità, con il massimo impegno al fine di garantire efficacia e sicurezza e meritare e ricambiare la fiducia dei consumatori offrendo i prodotti più adatti a conservare l'equilibrio fisiologico dell'organismo

---



# neà

Ritrova  
nuova  
vitalità  
per la tua  
bellezza

*Vitality's*





# Farmen ICD S.p.A.

---

Via Leinì, 150  
10036 Settimo Torinese (TO)  
tel. 011 802 34 11  
Fax. 011 802 34 75

**e-mail:** [e.tait@farmenspa.com](mailto:e.tait@farmenspa.com)

**sito web:** [www.nea.vitality.it](http://www.nea.vitality.it)

neà

**FARMEN**



International  
Cosmetics  
Distribution SpA

## L'Azienda

---

Farmen nasce nel 1964 come semplice laboratorio artigianale, oggi è una delle principali aziende italiane nella produzione e commercializzazione di prodotti cosmetici professionali: una vera industria della bellezza.

Lo sviluppo continuo basato sulla capacità di offrire sempre valore e innovazione ne fanno un punto di riferimento per il mercato e una fonte di certezze per tutti i clienti. Alla base di tutto il lavoro e di tutti prodotti Farmen ci sono tre cose:

ricerca, ricerca, ricerca.

E' la ricerca continua di nuove materie prime e nuove formulazioni che permette di creare prodotti ad alto contenuto di innovazione e di efficacia.

I prodotti Farmen per viso, corpo e capelli nascono in laboratorio, poi vengono testati nel centro tecnico dove acconciatori ed estetisti valutano dal vivo la loro capacità di essere strumenti di lavoro e di successo per i professionisti della bellezza e dello stile.

Le performance delle componenti tecniche incontrano l'efficacia dei principi attivi naturali nei prodotti professionali per capelli, viso e corpo.

In continuo aggiornamento per un approccio più efficace a ogni prodotto, Farmen propone una formazione d'eccellenza.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Quattro marchi, quattro linee specifiche di prodotti professionali, da utilizzare in salone e da proporre alle clienti per la rivendita.

**Vitality's** è il collega di lavoro, di stile, di trattamento e di creatività degli acconciatori: una gamma di prodotti squisitamente tecnici, ricchi di prestazioni e di unicità. Tutto quello che serve in salone.

**Neà-Spa** è la linea dedicata all'estetica: viso e corpo per cabina e rivendita, con formulazioni specifiche ricche di naturalezza e di efficacia.

**Neà** la linea per la farmacia sviluppata in collaborazione con il dermatologo per dare la risposta idonea alle diverse problematiche della pelle.

**FascinElle** è la linea pensata per dare alle consumatrici evolute un prodotto di alta qualità, da usare a casa con la sicurezza di risultati professionali.

---



**SYNCHROLINE**  
Scientifically Proven Skin Solutions

# AKNICARE sun

## LA **PROTEZIONE SOLARE ATTIVA** PER IL PAZIENTE ACNEICO

Dispositivo medico di classe IIa

**AKNICARE sun** 50 ml **SPF 30 - PPD 20**

Trietilcitratato, filtri chimici UVA e UVB.

Emulsione fine e leggera, con filtri solari in grado di diminuire l'incidenza delle radiazioni ultraviolette sia di tipo A che B. Protegge contrastando contemporaneamente la formazione di imperfezioni tipiche delle pelli acneiche e seborroiche.

**Applicare ad intervalli di 2 ore**



**NON FOTOTOSSICO  
SENZA ANTIBIOTICI  
SENZA RETINOIDI**

## Un'efficacia clinicamente **documentata**



(British Journal of Dermatology B. J. Derm. 2007; 157:569-574 \*)

## Un'efficacia istituzionalmente **riconosciuta**

Rimborsati dal SSN inglese

## L'**INNOVATIVA E COMPLETA** LINEA DI DISPOSITIVI MEDICI **AKNICARE** SI COMPLETA CON:

**TRATTAMENTO**  **AKNICARE cream** 50 ml  
 **AKNICARE lotion** 25 ml  
 **AKNICARE SR skin roller** 5 ml

**DETERGENZA**  **AKNICARE remover** 200 ml  
 **AKNICARE cleanser** 125 ml  
**MAKE UP**  **AKNICARE FP fluid powder** 10 g

 0373 Organismo notificato Istituto Superiore di Sanità

\* Studio clinico randomizzato, doppio cieco, controllato con placebo su 40 pazienti di 16-45 anni con **acne lieve-moderata** del viso- **preesistente da alcuni anni** - e già trattati con **terapia locale e orale**. Applicazione b.i.d.



EADY Main Sponsor

**General Topics S.r.l.** - Località Santigaro, 32 - 25010 San Felice del Benaco (BS) - ITALY - Tel. ++39 0365 522617-18  
Fax ++39 0365 522619 - e-mail: [aknicare@synchroline.com](mailto:aknicare@synchroline.com) • [www.synchroline.com](http://www.synchroline.com)

# General Topics S.r.l.

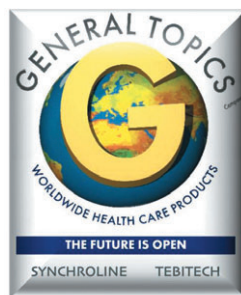
---

Località Santigarò, 32  
25010 S.Felice del Benaco (BS)

Tel. 0365.522617  
Fax 0365.522619

E-mail: [gdepaoli@general-topics.com](mailto:gdepaoli@general-topics.com)  
[marketing@general-topics.com](mailto:marketing@general-topics.com)

Sito web: [www.general-topics.com](http://www.general-topics.com)



## L'Azienda

---

**GENERAL TOPICS S.r.l** è una impresa a vocazione internazionale sita a San Felice del Benaco, sulle rive del Lago di Garda. L'azienda focalizza la sua attività nella continua ricerca di innovazioni di prodotto che prendono forma in "cosmoceutici". **The future is open®** simbolizza la ricerca dell'eccellenza attraverso il rigore scientifico, il pragmatismo tecnologico e il controllo sperimentale.

## Tipo di attività

---

General Topics si è evoluta e successivamente differenziata in tre dipartimenti: **Synchroline** scientifically proven skin solutions. I prodotti Synchroline, cosmetici e dispositivi medici a uso domiciliare, sono destinati ad affrontare la maggior parte delle problematiche rilevabili in ambito dermatologico e dermocosmetico. **Tebitech** Technologies and Biotechnologies for Dermatology and Plastic Surgery. Il dipartimento Tebitech si occupa dei dispositivi ad esclusivo uso medico Enerpeel, creati per l'esfoliazione chimica e dei dispositivi medici Tebiskin, prodotti domiciliari ideali nella fase pre-inter e post esfoliazione. **Fillast Technological Luxury**. Prodotti cosmetici hi-tech basati sull'innovativo approccio scientifico HAT (Hyaluronic acid Technosophy). Numerosi studi e pubblicazioni sulle più autorevoli riviste dermatologiche riconoscono ed attestano la capacità dei prodotti General Topics di fornire soluzioni mirate a diverse problematiche cutanee.

## Tipologie produttive e Marchi

---

HYDRATIME - Idratanti indicati per la pelle secca • NUTRITIME - Emollienti indicati per la pelle molto secca tendente alla desquamazione • LIPOACID - Antiossidante, uniformante del colorito cutaneo • TERPROLINE - Miglioramento delle proprietà biomeccaniche della pelle (elasticità e tonicità) • AKNICARE - Acne (Dispositivi Medici Classe III), pelle grassa a tendenza acneica • SYNCHROCELL - Contro gli inestetismi della cellulite • SYNCHROBASE - Creme base per uso galenico e dermatologico • SYNCHROVIT - Creme Antirughe a base di retinolo attivo • CLEANCARE - Detergenza delicata intima • THIOSPOT -Depigmentanti cutanei • SUNWARDS - Protezione solare • AFTERWARDS - Creme dopo sole •SENSICURE - Prodotti per la pelle (molto) sensibile • FILLAST - Rivitalizzanti cutanei •ENERPEEL: prodotti chemio esfolianti a esclusivo uso medico • TEBISKIN: prodotti domiciliari ideali come terapia complementare alla chemio esfoliazione effettuata con Enerpeel.

---

**Nuovo**

*Ci sono tanti motivi per non affrontare  
il problema dei denti sensibili.  
Il tempo non è più uno di questi.*



*Molte persone che soffrono di sensibilità dentinale non hanno voglia o tempo di affrontare il problema. Per questo Sensodyne ha studiato Rapid, un dentifricio ad azione veloce. Provatelo per scoprire la sua rapidità. Basta applicarlo con la punta del dito direttamente sul dente sensibile e massaggiare per 60 secondi. Poi assaggiate un gelato o una bibita molto fredda e sentirete immediatamente la differenza.*

*E per proteggere più a lungo i vostri denti dal dolore dei denti sensibili, continuate ad usare Sensodyne Rapid regolarmente, 2 volte al giorno, anche come un normale dentifricio.*

**Sensodyne Rapid. Agisce in 60 secondi\*.**

\*vedi le istruzioni d'uso

**SENSODYNE**

# GlaxoSmithKline Consumer Healthcare S.p.A.

---

Via Zambelletti  
20021 Baranzate (MI)

Tel. 800.834055  
Fax 02.38062758

**e-mail:** *Italia.customer-Ch@gsk.com*

**sito web:** *www.gsk.it*



**GlaxoSmithKline**  
**Consumer Healthcare**

## L'Azienda

---

GSK CH S.p.a. è la consociata italiana, per quanto riguarda il settore salute e benessere del consumatore, del gruppo farmaceutico multinazionale GlaxoSmithKline. L'azienda si è formata nel 2001 aggregando la divisione Consumer Healthcare della SmithKline Beecham e la società Stafford Miller. La GSK CH S.p.a. è oggi una delle principali società multinazionali operanti nei settori OTC e igiene orale del mercato italiano.

## Tipo di attività

---

La GSK CH S.p.a. svolge in Italia funzioni essenzialmente commerciali promuovendo marchi propri che vengono prodotti o da stabilimenti esteri del gruppo o da terzi sia italiani che esteri.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Benchè GSK CH Spa generi gran parte del suo fatturato nel canale farmacia con la vendita di farmaci di automedicazione e medical devices, la sua presenza nel settore cosmetico è rilevante.

I prodotti cosmetici che GSK CH Spa vende tramite le farmacie includono il dentifricio Sensodyne, la linea Iodosan per l'igiene orale, la linea di detergenti intimi Lactacyd, la linea Parodontax per l'igiene orale (dentifricio e collutorio), il collutorio Corsolight e il dentifricio Biotene.

---





# Hino®

## LA COSMESI DELLA NATURA

GENTLE CREAM  
CREMA VISO PELLI SENSIBILI

Hino®. Nel rispetto di pelle e natura.  
99% NATURALLY DERIVED COSMETIC

- ★ Arricchita con *gemmalife*★
- ★ Contiene l'estratto di Pino Marittimo, il Coenzima Q10 e l'olio di Enotera
- ★ Non contiene petrolchimici, parabeni e fragranze sintetiche
- ★ Testata dermatologicamente, al nichel e al glutine

Disponibile in Farmacia, Parafarmacia e Negozi di eccellenza specializzati in prodotti naturali



[www.hinoskincare.com](http://www.hinoskincare.com)

Via Tiziano Aspetti, 260  
35133 PADOVA – ITALIA

tel. + 39 049.614337 (r.a.)  
Fax +39 049.619279

e-mail: [info@hinoskincare.com](mailto:info@hinoskincare.com)  
sito internet: [www.hinoskincare.com](http://www.hinoskincare.com)



## L'Azienda

---

GLM srl, imprenditoria di avanguardia per la *skin care*, si dedica alla formulazione e distribuzione a livello nazionale di prodotti cosmetici di derivazione naturale.

## Tipologie Produttive e Marchi

La linea cosmetica Hino<sup>®</sup> è l'innovativa linea di dermocosmetici di derivazione naturale al 99% con ingredienti di origine biologica e l'esclusiva miscela Gemmalife<sup>®</sup> - miscela ottenuta a partire da estratti di gemme. Senza fragranze e coloranti sintetici, tensioattivi aggressivi, parabeni, siliconi e petrolchimici, ogni formulazione è profumata con gli ingredienti naturali che la compongono. L'intera linea è certificata Eco Bio da ICEA, è dermatologicamente testata con patch test e con test di irritazione cutanea acuta in vitro, testata al nichel e al glutine.

La linea comprende 14 formulazioni:

CREMA VISO PER PELLI SENSIBILI: Gentle Cream

CREMA VISO PER PELLI NORMALI: Hydro Nutra Cream

CREMA VISO PER PELLI MISTE: Silk Balancing Cream

CREMA NOTTE: Nightly Dream Complex

CREMA ANTI-ETÀ: Rejuvenation Cream

SIERO ANTI-AGE: Q-Supreme Serum

CREMA CONTORNO OCCHI: Essential Eye Cream

DETERGENTE PER PELLI SECCHIE E SENSIBILI: Gentle Nutra Milk

DETERGENTE PER PELLI NORMALI E MISTE: Combination Cleansing Lotion

TONICO: Tonic Balancing fluid

ESFOLIANTE: New Glow Scrub

MASCHERA VISO TUTTE PELLI: Radiance Face Mask

CREMA MANI: Velvet Touch Cream

CREMA CORPO: Renaissance Body Cream

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Amministratore Unico – Dott. Leopoldo Caudullo

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Gloria Med Pharma S.r.l.

---

Via Diaz, 7  
22017 Menaggio (CO)

Tel. 0344.30212  
Fax 0344.31713

**e-mail:** [info@gloria-med-pharma.com](mailto:info@gloria-med-pharma.com)

**sito web:** [www.gloria-med-group.com](http://www.gloria-med-group.com)



## L'Azienda

---

**Gloria Med Pharma S.r.l.** è un'azienda farmaceutica specializzata in ricerca, sviluppo, produzione, distribuzione e marketing di prodotti per la salute e la bellezza delle gambe nel campo della flebologia: farmaci per la terapia sclerosante, dermocosmetici e integratori alimentari a base di fitoestratti e Coenzima Q10, gel a base di acido tioglicolico per il trattamento delle pigmentazioni post-scleroterapia, laserterapia e chirurgia.

## Tipo di attività e Marchi

---

La Società fa parte del **Gloria Med Group**, leader in Italia nella produzione di calze e collant elastocompressivi medicali e preventivi, e con soluzioni complete particolarmente in flebologia: ausili per indossare più facilmente calze, bende elastiche, calzini per piede diabetico, ginocchiere e cavigliere elastiche, apparecchi di pressoterapia, oltre a prodotti di uso professionale per medici vascolari (strumenti chirurgici e diagnostici, visualizzatori per vene, prodotti per scleroterapia, stetoscopi e sfigmomanometri). I marchi di proprietà del Gruppo: GloriaMed, Ulcer Kit Pro, I.S.I. Gloria, Lady Gloria, Man'Support, Vegal, Gloria Fix, PostOp, HF-Hernia Free, GloriaSan, HappyVen, GloriaDren Q, GloriaVen Q, GloriaVis Q, Gloria Gyn, Siderlink. Tra i prodotti distribuiti: VeinoPlus (elettrostimolatori per sistema venoso), Bodyflow (elettrostimolatori per sistema linfatico), Erka (stetoscopi e sfigmomanometri), Circaid (tutori anelastici), Talley (apparecchi di pressoterapia).

---

# DEFENCE HAIR ANTICADUTA. FORMULA UNICA, RISULTATO UNICO.



-83%\*\*

DIMINUIZIONE DELLA CADUTA

+54%\*\*

CAPELLI IN FASE DI CRESCITA



L'INNOVATIVO TRATTAMENTO COSMETICO  
EFFICACE NEL CONTRASTARE  
LA CADUTA, PERCHÈ I TUOI CAPELLI  
SONO UNICI, COME TE.

Per maggiori informazioni visita il sito [www.bionike.it](http://www.bionike.it) - [www.salvalapelle.it](http://www.salvalapelle.it)  
In farmacia.

*BioNike*  
SALUTE E BELLESSERE

\*nickel tested  
senza conservanti  
senza glutine

# ICIM International

---

Via Peloritana, 28  
20024 GARBAGNATE MILANESE (MI)

Tel. 02.994.79.31  
Fax 02.994.793.40

**e-mail:** [bionike@bionike.it](mailto:bionike@bionike.it)  
**sito web:** [www.bionike.it](http://www.bionike.it)

*BioNike*  
SALUTE E BELLESSERE

## L'Azienda

---

La ICIM INTERNATIONAL s.r.l. è un'azienda di estrazione farmaceutica fondata nel 1930, che sotto il marchio BioNike ha voluto identificare tutte le sue linee dermocosmetiche, specificamente studiate e formulate per rispondere alle esigenze della pelle intollerante, allergica e reattiva.

## Tipo di attività

---

Le linee dermocosmetiche BioNike sono formulate nei laboratori della ICIM INTERNATIONAL s.r.l., prodotte e confezionate negli stabilimenti di proprietà, distribuite sul territorio attraverso la propria rete di consulenti commerciali. A garantire il successo dei prodotti BioNike, il supporto di un nutrito team di informatori scientifici e agenti di vendita, che ha permesso nel tempo di consolidare il rapporto di fiducia con medici specialisti (dermatologi, pediatri, allergologi) e farmacisti, i quali riconoscono in BioNike un autorevole punto di riferimento nella cura e nel trattamento delle pelli sensibili, allergiche e reattive.

## Tipologie Produttive

---

L'ampia gamma di prodotti per la detersione, il trattamento, la protezione ed il make-up permette a BioNike di offrire le soluzioni più indicate alle diverse tipologie di pelle, garantendo prodotti altamente efficaci, sicuri, ad elevata tollerabilità e gradevolezza cosmetica.

L'assenza di conservanti, glutine, profumo, oltre al monitoraggio di ogni lotto di produzione per escludere la presenza di tracce di nichel (inferiori allo 0,00001%), rende le formulazioni dermocosmetiche BioNike uniche per la loro affidabilità.

Con le linee Triderm, Defence e Proxera, ideali non solo per alleviare le problematiche di ipersensibilità cutanea, ma per prevenirne la comparsa, BioNike risponde alle esigenze di tutta la famiglia, proponendo prodotti per il viso, il corpo, i capelli, il make-up, la protezione solare, l'uomo ed il bambino.

---



# IDISOLE

Lasciati proteggere da chi  
di pelle se ne intende

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

# IDI Farmaceutici s.r.l.

---

Via dei Castelli Romani, 83/85  
00040 POMEZIA (ROMA)

Tel. +39-06910921 (r.a.)  
Fax +39-069106765

**e-mail:** [info@idifarmaceutici.it](mailto:info@idifarmaceutici.it)  
**sito web:** [www.idifarmaceutici.it](http://www.idifarmaceutici.it)



## L'Azienda

---

**IDI Farmaceutici s.r.l.** è una realtà aziendale profondamente italiana. La sua storia, che inizia a fine Ottocento grazie alle idee e alle opere di Padre Antonio Ludovico Sala, attraversa tutto il Novecento, caratterizzandosi per una continua crescita ed ampliamento dei settori di applicazione ed attività.

## Tipo di attività e Marchi

---

Oggi IDI Farmaceutici vanta un network unico. IRCCS, Ospedali, Centro Ricerche, Azienda Farmaceutica rappresentano sintesi di scienza, ricerca, sviluppo, produzione e cura. Tutto in un unicum strutturale guidato dalla continua ricerca della Qualità, come testimoniato dall'ultima novità: il test sui sei metalli (cadmio, arsenico, nichel, piombo, cobalto, cromo) responsabili delle principali manifestazioni allergiche.

## Tipologie Produttive

---

IDI Farmaceutici s.r.l. opera nel settore farmaceutico, cosmetico ed è anche presente sul mercato con linee di Dispositivi medici ed Integratori.

Tra i brands più rappresentativi: Idisole, Rivigen, Soagen e Decortil. Grazie alla tecnologia Reflex, Idisole permette di avere più protezione con meno filtri; Soagen è l'innovazione dell'antietà con crema giorno, notte, mani e contorno occhi. La soluzione IDI per la detersione quotidiana del cuoio capelluto è la linea Rivigen. Decortil è, invece, specifico per l'attività lenitiva ed idratante del bambino.

---





## RILASTIL HYDROTENSEUR

RUGHE A 40 ANNI?  
OGGI FANNO SORRIDERE.

Rilastil Hydrotenseur è la soluzione studiata per agire attivamente sulle rughe gravitazionali, tipiche dei 40 anni. Nata dall'esperienza dermatologica dei Laboratori Rilastil, la formula Hydrotenseur si prende cura della pelle con selezionati principi attivi, che svolgono un'azione antirughe, antiossidante, nutriente e riparatrice. Rilastil attiva la pelle e ti senti più bella.

Dermatologicamente e microbiologicamente testata.  
Testata per Nickel, Cobalto, Cromo, Palladio e Mercurio\*.

IN FARMACIA

[www.rilastil.com](http://www.rilastil.com)



**RILASTIL®**  
LABORATORI MILANO

Istituto Ganassini S.p.A. di Ricerche Biochimiche - via Boncompagni 63 - 20139 Milano

\*Ognuno inferiore ad una parte per milione. Piccole quantità possono essere responsabili di sensibilizzazione cutanea.

# Istituto Ganassini

---

via Boncompagni, 63  
20139 Milano - Italy

Tel. 02.5357041  
Fax 02.534106

e-mail: [info@ganassini.it](mailto:info@ganassini.it)  
sito web: [www.ganassini.it](http://www.ganassini.it)



**ISTITUTO GANASSINI**  
di Ricerche Biochimiche  
QUALITY HAS A NAME

## L'Azienda

---



**RILASTIL**  
LABORATORI MILANO

**Bioclin**  
La Fitodermatologia

**VITAMIN  
DERMINA**

Inquadrare il problema e trovare una soluzione di qualità è la filosofia che accompagna da più di 70 anni l'Istituto Ganassini nella ricerca e nello sviluppo di ogni nuovo prodotto. Fondato nel 1935 dal Professor Domenico Ganassini, l'Istituto si afferma inizialmente come azienda farmaceutica.

Attualmente, accanto al tradizionale settore farmaceutico, il listino prevede un'ampia gamma di prodotti cosmetici e dell'igiene personale. Una ricerca intensiva, l'apertura di nuovi mercati e prodotti originali, costituiscono le basi della crescita. Tutte le specialità dell'Istituto Ganassini sono nate per rispondere ai problemi incontrati da dermatologi, ginecologi, pediatri, otorini e farmacisti. Per mantenere tale assortimento moderno e concorrenziale, l'azienda investe annualmente una gran parte dei suoi utili nella Ricerca e Sviluppo. Il risultato sono i nuovi o migliorati prodotti della vincente commercializzazione dell'Istituto Ganassini.

La recente acquisizione del marchio Korff ha permesso all'Istituto Ganassini di estendere la propria gamma di prodotti anche in una fascia di consumatori estremamente esigenti e sensibili ad una immagine più marcatamente orientata al glamour.

## Tipo di attività

---

*Alkagin*

Ricerca, sviluppo, produzione, controllo qualità (tossicologico e microbiologico) e commercializzazione di specialità farmaceutiche, integratori alimentari, prodotti cosmetici e per l'igiene personale.

Con le sue consociate italiane ed estere, è un gruppo di aziende efficienti presente in 21 Paesi sparsi nei 5 continenti.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Il programma produttivo e commerciale abbraccia specialità farmaceutiche, integratori, prodotti per la cura del corpo e cosmetici, prodotti per l'igiene, la disinfezione e la protezione della pelle.

Marchi principali sono: Rilastil, Korff, Bioclin, Tonimer, Alkagin, Gravigil, Fitormil, Vitamindermina, Vidermina e Otomer

---

**KORFF**

# VICHY

LABORATOIRES

**OLTRE I LIMITI DELLA COSMETICA ANTI-ETÀ.**  
Vichy scopre il potere del Derma Sorgente.

La pelle risplende di giovinezza.



**NUOVO**  
In Farmacia

SENZA PARABENI

## LIFTACTIV

TECNOLOGIA

## DERM SOURCE

**Effetto lifting durevole**  
Efficacia anti-rughe e rassodante  
avanzata.

**+ Pelle visibilmente trasformata**  
Pelle più liscia, luminosa, ritesa.  
Test di auto-valutazione su 49 donne.

**PROGRESSO SCIENTIFICO AVANZATO - 10 ANNI DI RICERCA**  
Vichy scopre il potere del Derma Sorgente, lo strato del derma in grado di dare impulso alla rigenerazione di tutta la pelle.



TESTATO SU PELLE SENSIBILE

Maggiori informazioni su  
[www.vichyconsult.it](http://www.vichyconsult.it)

Servizio consulenza gratuito  
**800 - 916 481**  
dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 18

VICHY. LA SALUTE È BELLA



# L'Oréal Italia Divisione Cosmétique Active

---

Via Primaticcio, 155  
20147 – MILANO

Tel. 02.97066111  
Fax 02.97066489

sito web: [www.yourvichy.com](http://www.yourvichy.com)



**VICHY**  
LABORATOIRES

  
**LA ROCHE-POSAY**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

**innéov**

  
**SANOFLORE**  
LABORATOIRE BIO

 **SKINCEUTICALS**  
ADVANCED PROFESSIONAL SKINCARE

## L'Azienda

---

Cosmétique Active Italia è la Divisione de L'Oréal Italia che distribuisce i prodotti in farmacia dal 1961. Cosmétique Active, con le sue 6 marche, è la prima Azienda cosmetica della Farmacia. Negli ultimi anni, nonostante la crisi, ha sempre mantenuto un'evoluzione positiva.

## Tipologie produttive e Marchi

---

**VICHY Laboratoires** - Marca leader in Farmacia, Vichy offre una gamma completa di prodotti di trattamento per donna e uomo, per viso, corpo e capelli. La sua missione è il trattamento della pelle sana, attraverso prodotti studiati per mantenere efficienti o rilanciare i naturali meccanismi fisiologici. (Fatturato IMS 2010: 124 milioni di Euro)

**Laboratoires LA ROCHE-POSAY** - La Roche-Posay ha statuto di Laboratorio Dermatologico. I suoi prodotti sono concepiti per la prescrizione del dermatologo, come complementi alle terapie farmacologiche e come trattamento d'elezione della pelle sensibile. (Fatturato IMS 2010: 50 milioni di Euro)

**INNÉOV Nutricosmetics** - Innéov nasce dalla sinergia della Ricerca Nutrizionale Nestlé e della Ricerca Dermatologica L'Oréal. Linea di integratori nutrizionali a finalità cosmetica, Innéov è leader europeo nel mercato dei nutricosmetici. (Fatturato IMS 2010: 10 milioni di Euro)

**SANOFLORE Laboratoire Bio** - Marca rigorosamente bio, certificata Ecocert e CCPB, propone cosmetici al 100% naturali, con presenza di componenti bio dal 77 al 99%, tisane ed oli essenziali. Tutta la filiera è gestita da Sanoflore, dalla coltivazione al confezionamento. (Fatturato IMS 2010: 1 milione di Euro)

**SKINCEUTICALS Advanced Professional Skincare** - Questa marca, di origine statunitense, propone prodotti e protocolli professionali basati sulla prevenzione e correzione dell'invecchiamento cutaneo, attraverso alte dosi di antiossidanti ed estratti botanici da utilizzare per via topica. (Fatturato IMS 2010: 5,6 milioni di Euro)

**ROGER&GALLET** - Marchio di origine francese dalle radici antichissime (nasce nel 1693). Il marchio è noto per le sue acque di colonia e le saponette profumate avvolte nella pergamena plissettata, oltre che per i primi profumi dalle proprietà aromacologiche per il benessere e la cura del corpo. (1,9 milioni di Euro)

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Laboratoire Nuxe Italia s.r.l.

---

*Filiale Italiana del Gruppo LABORATOIRE NUXE Paris.*

Via Cuneo, 151 – 12012 Boves (CN)

Tel. +39 0171 390195 - Fax +39 0171 388014

**e-mail:** [info@nuxe.it](mailto:info@nuxe.it)

**sito web:** [www.nuxe.it](http://www.nuxe.it)



## L'Azienda

---

La storia ha inizio nel 1957 con la creazione di NUXE da parte di un farmacista parigino. Nel 1989 Aliza Jabès, figlia di un farmacista e ricercatore, rileva il marchio e lo rilancia dando vita ad un grande marchio di cosmesi d'avanguardia che coniuga natura, salute e bellezza.

**Aliza Jabès**, grazie all'eccezionale percorso innovativo ed ai risultati ottenuti negli ultimi 10 anni, è stata eletta **Imprenditrice dell'anno 2010 in Francia**.

**"Il DNA di Nuxe è l'unione tra un grande rigore ed un pizzico di Poesia".**

La passione instancabile di Aliza Jabès per le piante, associata ad un'innata capacità di anticipare le esigenze femminili, ha permesso a NUXE di imporsi a livello Internazionale come marchio unico nel suo genere.

Oggi, il marchio NUXE, leader in Francia, è distribuito in 58 nazioni nel Mondo.

Oltre la Casa Madre, a Parigi, NUXE ha 5 filiali, in Germania, Spagna, Belgio, negli Stati Uniti ed in Italia.

NUXE è oggi un Gruppo da 100 Milioni, composto da 4 Marchi : NUXE e BIO BEAUTE' per la Farmacia e Dr. RENAUD e COLLINS per gli Istituti di Bellezza e le SPA.

## Tipo di attività

---

Il Laboratoire NUXE Italia S.r.l., opera dal 2007 occupandosi della distribuzione dei marchi NUXE e BIO BEAUTE'. Al momento vanta oltre 1250 punti vendita e si avvale di una rete commerciale nazionale composta da 19 Agenti e 13 Consulenti/Formatrici.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

NUXE Paris • 3 Roses • Crème Fraîche • Nirvanesque • Merveillance • Aroma-Vaillance • Nuxuriance • Aroma Perfection • Prodigieux • Nuxe Body • Reve de Miel

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Servizio Commerciale Nuxe – 0171 / 39 01 95 – [commerciale@nuxe.it](mailto:commerciale@nuxe.it)

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Laboratori Riuniti delle Farmacie S.r.l.

---

Laboratori Riuniti delle Farmacie S.r.l.  
Zona Industriale Contrada Trinità  
64046 Montorio al Vomano (TE)

Tel. 0861.590446/59061  
Fax. 0861.590447/5906219

**e-mail:** *info@bioapta.it*  
**sito web:** *www.bioapta.it*



## L'Azienda

---

Nata nel 1990 ad opera di alcuni professionisti che hanno portato avanti un programma di ricerche innovative nel settore dermocosmetologico. Attualmente l'Azienda opera in uno stabilimento industriale di mq. 1200 coperti su un lotto recintato di mq. 4450.

## Tipo di attività

---

L'Azienda, anche per conto terzi, realizza una gamma ampia e affidabile di prodotti cosmetici, destinati a una utenza esigente e aggiornata.

## Tipologie produttive e Marchi

---

I Laboratori Riuniti delle Farmacie attualmente realizzano sei linee di produzione: Dermatologica, Corpo, Viso, Solari, Uomo, Piedi per un complesso di 50 prodotti, sottoposti a rigorosi controlli di qualità eseguiti durante l'intero *iter* di produzione. Le tipologie produttive sono: creme, liquidi detergenti e gel.

La linea BIOAPTA viene venduta esclusivamente in farmacia. Altri marchi sono ELLEREFTE, BALSAMO DEL PELLEGRINO, SOLEO, venduti tramite distributori accreditati.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dr. Alessandro Caccia, Sig. Gino Gagliardi.

---



La natura, con le sue luci e i suoi colori,  
è fonte d'ispirazione per una linea cosmetica innovativa, sicura e socialmente responsabile.  
Naarei è make-up certificato, naturale al 100% che utilizza materie prime vegetali prodotte  
da agricoltura biologica come garanzia di un prodotto sano e maggiormente performante.  
Adatto a tutti i tipi di pelle.

# NAAREI

bio make-up for natural beauty



NON CONTIENE: glutine - OGM - parabeni - conservanti chimici - ingredienti di origine animale - ingredienti derivati dal petrolio - coloranti chimici - siliconi - profumi sintetici - alcool  
nickel, cromo, cobalto tested - non testato su animali - dermatologicamente ed oftalmologicamente testato - adatto a portatori di L.A.C.

Laboratori Royal Srl - tel +39 0521 395611 - [www.naarei.it](http://www.naarei.it)

IN FARMACIA

# Laboratori Royal S.r.l.

---

Via E. Caselli, 5 · Ins. Ind. La Croce  
Loc. Bogolese - 43058 Sorbolo (PR)  
tel. 0521 395611  
fax. 0521 663276

**Email:** [info@naarei.it](mailto:info@naarei.it)

**Web:** [www.labroyal.it](http://www.labroyal.it) - [www.naarei.it](http://www.naarei.it)

NAAREI  
bio make-up for natural beauty

## L'Azienda

---

Da oltre 40 anni i Laboratori Royal producono e distribuiscono in oltre 25 paesi le proprie linee di make-up. Ricerca, creatività ed innovazione al servizio della bellezza e del benessere, fanno dei Laboratori Royal una delle aziende più competenti e qualificate del panorama italiano.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Il costante impegno dei Laboratori Royal nella ricerca e nello sviluppo di prodotti di make-up sempre più rispondenti, di volta in volta, alle mutate esigenze della consumatrice, ha portato a sviluppare un nuovo progetto, creato esclusivamente per il canale della Farmacia.

NAAREI è una linea di make-up naturale al 100%, biologica, certificata COSMOS, eco-sostenibile e solidale che non trascura però, nelle sue dinamiche evolutive, l'aspetto fashion tipico di un make-up che segue le tendenze della moda.

Priva di glutine, OGM, parabeni, coloranti e conservanti chimici, ingredienti di origine animale, derivati del petrolio, siliconi, profumi sintetici e alcol, NAAREI è testata Nickel, Cromo e Cobalto, è dermatologicamente ed oftalmologicamente testata e non è testata su animali. Indicata per tutti i tipi di pelle è ideale anche per chi usa abitualmente le lenti a contatto.

Attento all'ambiente è anche il packaging: i prodotti, infatti, sono stati sviluppati seguendo processi eco sostenibili, tra cui l'utilizzo di carta riciclata, plastica riciclabile e, soprattutto, del PLA, un materiale plastico di origine vegetale ottenuto da mais non OGM e 100% biodegradabile.

NAAREI sostiene, inoltre, IMAGINE Onlus (Improving Medicine And Growing International Networks of Equality) nei suoi interventi in Italia e nel mondo.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Product Manager - Alessandra Portioli - [alessandra.portioli@labroyal.it](mailto:alessandra.portioli@labroyal.it)

---





# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Lacote S.r.l.

---

Via S. Geminiano, 2  
41030 San Prospero s/S (MODENA)  
Tel. 059.908611  
Fax 059 908695  
**Email:** [lacote@guam.it](mailto:lacote@guam.it)  
**Web:** [www.guam.it](http://www.guam.it)



## L'Azienda

---

La società LACOTE SRL è stata fondata nel 1986 da Egidio Siena, il suo Presidente, in concomitanza con la scoperta ed il lancio sul mercato dei Fanghi d'alga GUAM, prodotto leader in Italia nel segmento "inestetismi della cellulite".

Successivamente, si è specializzata nell'ambito della "cosmetica naturale" a carattere funzionale promuovendo la produzione e la diffusione di linee di prodotti, sempre a base di alghe marine selezionate, formulati nel rispetto dell'ambiente e dedicati alla cura dei capelli, del viso e del corpo, prodotti da bagno e "talasso", integratori alimentari.

## Tipologie Produttive

---

LACOTE SRL ha i propri stabilimenti produttivi presso la propria sede e distribuisce selettivamente nei canali Farmacia ed Erboristeria che raggiunge ed assiste quotidianamente attraverso la propria capillare rete di rappresentanti e funzionari commerciali.

Da diversi anni LACOTE SRL ha intrapreso un importante processo di "internazionalizzazione" che l'ha portata in breve tempo a siglare accordi di partnership distributiva ed affermare la presenza dei propri prodotti anche nella maggior parte dei mercati europei, in Asia e Centro America.

## Marchi

---

I marchi principali diffusi da LACOTE SRL sono: Fanghi d'alga GUAM, GUAM, Alghe GUAM, Fangocrema GUAM, TALASSO GUAM, TALASSO SALUS, TALASSO PODOS, GUAM Microcellulaire, Britannia, GUAM Bioecologico, GUAM Inthenso.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Corrado Mantovani

---

# NUOVA ERA COSMETICA

ANTI AGING COMMUNITY



**MIM**  
SYSTEM  
Skin Rejuvenation Program

**SkinRenu**  
La Nuova Rinascita della Pelle

**officinapelle**



DETERSIONE



IDRATAZIONE



PREVENZIONE ANTI-AGING



CORRETTIVI & ANTIRUGHE



CONTORNI OCCHI E LABBRA



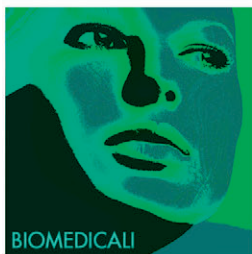
EXTRA CARE



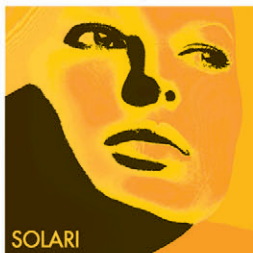
NUTRACEUTICI



TRATTAMENTI CORPO



BIOMEDICALI



SOLARI

**MyCli**<sup>®</sup>  
your age

# Mac Pharma S.r.l.

---

Via L. Scattolin, 26/1  
31055 – Quinto di Treviso (TV)

Tel. 0422.470414-375

Fax 0422.475572

sito web: [www.mycli.com](http://www.mycli.com)

e-mail: [info@mycli.com](mailto:info@mycli.com)



## L'Azienda

---

Mac Pharma è un'azienda dinamica e attiva nella produzione, distribuzione di prodotti farmaceutici, dermo-cosmetici e medical device.

Nasce nel 1999 come azienda farmaceutica con l'intento di distribuire a livello nazionale il farmaco sclerosante **Fibro-Vein**. Affiancato a tale listino, Mac Pharma immetterà un flebotonico, **Flavoven**, in forma orale e in forma topica. Successivamente, dall'esperienza nel settore Brevetti farmaceutici e flebotonici si avvicinerà allo sviluppo e distribuzione di prodotti finalizzati all'area dermatologica-estetica focalizzando i propri studi sul trattamento dell'*aging*, delle pelli sensibili e problematiche acquisendo dapprima il listino **Mene&Moy**, in un secondo momento **Skin Renu** per approdare infine ad un listino proprio, **OP Officina Pelle**, suddiviso in dermatologico e estetico.

Dall'esperienza Mac Pharma nasce oggi il nuovo brand **MyCli, la community dell'Antiaging**, per sviluppare soluzioni Dermo Sistemiche di alta qualità, con una tecnologia formulativa avanzata e per definire efficaci protocolli d'intervento contrastando l'invecchiamento a garanzia del benessere.

## Tipo di attività

---

La *Mission* di Mac Pharma, azienda che focalizza i propri sforzi al raggiungimento dell'eccellenza e all'affidabilità: essere il punto di riferimento per dermatologi, farmacisti, medici e consumatori grazie all'approccio multidisciplinare nella ricerca scientifica e nello sviluppo di valide tecnologie di formulazione nei trattamenti dermo-cosmetici con brand e l'inconfondibile stile italiano.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

I principali marchi distribuiti sono: Mene&Moy System, Skin Renu, Officina Pelle linea dermatologica e linea estetica e come Specialità medicinale: la linea vascolare.

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Magaldi Life s.r.l.

---

Via Case Rosse 19/A – 84131 Salerno

Numero verde: 800151161

Fax: 089/3856367

**Sito Web:** [www.o2life.it](http://www.o2life.it) - [www.magaldilife.it](http://www.magaldilife.it)

**e-mail:** [info@o2life.it](mailto:info@o2life.it)



## L'Azienda e tipo di attività

---

Magaldi Life nasce nel 1990 dall'esperienza storica della famiglia Magaldi nel settore dei gas tecnici, in particolare in quello dell'ossigenoterapia. Nel 1998 si sviluppano nuovi scenari e Magaldi Life entra a far parte del gruppo Siad, uno dei maggiori gruppi operanti al mondo nella produzione di ossigeno per uso medico e industriale. Nel 2008, per dar seguito ad una strategia di diversificazione del business nasce **O<sub>2</sub>life** una linea esclusiva di prodotti dermocosmetici.

**O<sub>2</sub>life**, raccoglie e amplifica i concetti di base identificativi della casa madre. L'innovazione, la ricerca, i test scientifici a supporto, gli investimenti, sono segni forti dell'impegno per la linea **O<sub>2</sub>life**. **O<sub>2</sub>life** si inserisce con i suoi prodotti nel gotha delle aziende cosmetiche che fanno dell'efficacia e della qualità il loro fiore all'occhiello. Punto di forza dei prodotti è una molecola esclusiva: l'**OXYGEN COMPLEX®**, brevettata e presente in tutti i prodotti della linea. I contenuti tecnologici hanno indirizzato naturalmente la linea verso i canali specializzati: la farmacia per la commercializzazione, i dermatologi e i medici estetici per il supporto tecnico ai prodotti **O<sub>2</sub>life**.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

**O<sub>2</sub>life**, grazie al ripristino di una fisiologica vitalità cellulare, risponde alle aspettative delle consumatrici più esigenti con trattamenti viso e corpo. Alle creme viso idratante e nutriente, gel e latte detergente, crema occhi antirughe e siero contorno occhi, si sono aggiunte le **novità**, già apprezzatissime, idratante **sebonormalizzante** e crema **antirughe spf15**.

Per il corpo: crema liporiducente, crema collo e décolleté, crema mani, **StriOx™** siero antismagliature e la nuovissima crema corpo tonificante.

Tutti i prodotti contengono **OXYGEN COMPLEX®** in abbinamento a preziosi e moderni attivi naturali che esaltano la specifica azione desiderata.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Davide Raito, Annamaria Caruccio

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Mastelli s.r.l.

---

Via Bussana Vecchia 32  
18038 SANREMO (IM)  
Tel 0184 510950  
Fax 0184 510501

**e-mail:** [info@mastelli.com](mailto:info@mastelli.com)

**sito web:** [www.mastelli.it](http://www.mastelli.it)



## L'Azienda

---

La Mastelli è un'azienda interamente italiana, in attività dal 1952, appartenente alla famiglia del fondatore, nella quale operano in posizioni di responsabilità ben cinque membri della famiglia.

## Tipo di attività

---

L'attività dell'azienda si svolge in diversi campi:

Produzione di Farmaci, Medical Device e Dermocosmetici nella propria Officina Farmaceutica moderna, costruita con materiali e dotazioni tecnologicamente all'avanguardia, conformemente alle linee guida delle GMP, ispezionata con cadenza biennale dall'AIFA e con cadenza annuale dall'Istituto Superiore di Sanità.

Informazione Scientifica relativa a propri prodotti e prodotti in concessione di vendita ai Medici per mezzo di una propria struttura interna di I.S.F. diretti da un Responsabile Vendite e da un Responsabile Marketing. Tale attività è certificata per la conformità alle linee-guida Farindustria.

Distribuzione per la Vendita dei propri prodotti alle Farmacie di tutto il territorio nazionale utilizzando la capillare rete della Distribuzione Intermedia.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Fiale, colliri, fiale-siringhe preriempite, creme, geli, lozioni, shampoo, emulsioni fluide.

Linea antiscolorita: Amelan, Aleucol Lozione, Rosaderm Crema

Linea antixerotica corpo: Balmandol Olio, Kerasal

Linea TURNOVER ai Nucleotidi per uso dermatologico: Turnover Crema Dermatologica, Turnover Detergente Total Body

Linea TURNOVER ai Nucleotidi per uso ginecologico: Turnover Ovuli Vaginali, Turnover Intimo

Linea TURNOVER ai Nucleotidi per uso proctologico: Turnover Recto

Linea Integratori: Genivis Capsule (genisteina), Turnover Confetti ai nucleotidi

Medical Devices per biorivitalizzazione: Plinest, Plinest Fast, Ialest, Newest

PEELING: Turnover Peel System - MASCHERE: Iomask Maschere Dermocosmetiche

Trattamento Intensivo Anti Aging: Plinest Care

Crema rigenerativa per il trattamento della cicatrice: Makeskin

---





# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Mavi Sud s.r.l.

---

Viale dell'Industria 1  
04011 Aprilia (LT)

tel. 06 92 86 261  
fax 06 92 81 523

**e-mail:** [info@mavicosmetics.it](mailto:info@mavicosmetics.it)  
**sito web:** [www.mavicosmetics.it](http://www.mavicosmetics.it)



## L'Azienda

---

La Mavi produce dermo-cosmetici: risultato della propria ricerca e degli studi clinici effettuati in collaborazione con chimici, fisiologi, tossicologi, e dermatologi di tutto il mondo. Opera sul mercato nazionale ed internazionale promuovendo i prodotti mediante la prescrizione medica e distribuendoli attraverso farmacie e centri medico-estetici. La qualità dei prodotti ha permesso alla società di ottenere sia l'ISO 9001:2000 e l'ISO14000:2004 che il Best Innovator 2005: riconoscimento internazionale per aver raggiunto l'eccellenza nell'innovazione, eccellenza riconosciuta anche da Confindustria nel 2007.

## Tipo di attività

---

I prodotti, formulati di recente con carrier ancora più innovativi basati sull'uso delle *nanofibrille di chitina*, un esclusivo brevetto internazionale Mavi, trovano applicazione nell'igiene quotidiana, nel mantenimento dell'omeostasi della cute sana o affetta da patologie, nel potenziamento del sistema naturale di difesa nei confronti delle aggressioni ambientali.

Una menzione va anche alla camera sterile, utilizzata per confezionare acido ialuronico, in siringhe ed in fiale.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Creme, emulsioni, lozioni, gel ed oli (per il trattamento del viso e del corpo) - Maschere di bellezza - Saponi da toilette - Preparazioni per bagni e docce - Antisudoriferi - Prodotti tricologici - Prodotti per l'igiene intima e ginecologici - Prodotti solari - Prodotti antiage - Prodotti per l'acne - Prodotti per l'atopia - Integratori alimentari - Dispositivi medici per la cicatrizzazione cutanea ed il riempimento delle rughe.

**Marchi:** Mavioil, Betaeffe, Mavisole, Mavisan, Mavilen, Alfa 4, Bioesse, Idroskin, Zeroac, Acromos, Elageno, Mavigen, Efagel, QM, Kera, Zincoral, Deoderm, Chromarom, Mavimed.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dr.ssa Maria Luisa Nunziata

---

# Kerodex®

**FORTE**

LA CREMA BARRIERA IDROREPELLENTE  
CHE ISOLA E PROTEGGE L'EPIDERMIDE

Particolarmente indicata per  
ridurre il rischio di reazione al contatto con il **nicel**



Prodotti Chimici  
e Farmaceutici S.p.A.  
Via Falzarego, 8  
20021 Baranzate - Milano  
Tel. 02.38301011  
Fax 02.38301020

**miba**

[www.mibaspa.com](http://www.mibaspa.com)

# Miba Prodotti Chimici e Farmaceutici S.p.A.

---

Via Falzarego, 8  
Baranzate (MI) - 20021  
Tel. 02.38301011, Fax. 02.38301020

e-mail: [info@mibaspa.com](mailto:info@mibaspa.com)  
sito web: [www.mibaspa.com](http://www.mibaspa.com)

Info: Daniela Riva



## L'Azienda e Tipo di attività

---

Miba Prodotti Chimici e Farmaceutici S.p.A., azienda operante nel settore farmaceutico, Dispositivi Medici e cosmetico dal 1984, è riconosciuta per professionalità e serietà. Nel settore farmaceutico, Miba produce specialità medicinali proprie e, quale terzista, liofilizza API sterili per importanti clienti internazionali.

Nel settore cosmetico e D.M., Miba produce tutta la **gamma delle creme barriera protettive Kerodex®, the invisible glove®,** e derivati, quali la **linea Keromicil® e Krama®.** Per la vendita in farmacia si avvale di agenti diretti e concessionari ed è presente su tutto il territorio.

## Marchi

---

In farmacia Miba è presente principalmente con la linea di **creme barriera KERODEX®** e derivati; queste **creme** formano una **barriera** che isola, come un *guanto invisibile®*, lasciando inalterata la sensibilità, e protegge la cute dalle aggressioni di agenti esterni di tipo sia chimico che meccanico prevenendo l'insorgenza di irritazioni, arrossamenti e screpolature che si possono verificare quotidianamente a causa dei lavori eseguiti in casa, in giardino o in ufficio.

**KERODEX®, Crema Barriera Idrorepellente:** indicata in tutte le situazioni in cui si viene a contatto con sostanze contenenti acqua, molto utile nella vita quotidiana, sia in casa che sul lavoro.

**KERODEX® 10, Crema Barriera Idrosolubile:** indicata in tutte le situazioni in cui si viene a contatto con oli, grassi, polveri, a contenuto non acquoso; viene rimossa a contatto con acqua portando via con sé le sostanze con le quali si è venuti a contatto.

**KERODEX® Forte, Crema Barriera Idrorepellente:** recentemente rinnovata e migliorata nella sua formulazione; è indicata nei casi in cui si richieda una protezione specifica per **ridurre il rischio di reazione al contatto con il nichel** e/o una protezione superiore rispetto a KERODEX® Crema Barriera Idrorepellente. Consigliata anche per i parucchieri.

**LINEA KEROMICIL®,** composta da: **KEROMICIL® crema barriera idrorepellente preventiva infezioni micotiche e batteriche** e da **KEROMICIL® detergente protettivo infezioni micotiche e batteriche**, particolarmente indicati per la protezione e la detersione della cute di chi frequenta ambienti a rischio quali piscine, palestre, ecc.

**KRAMA® Screpolature e Forti Irritazioni,** Crema Barriera Idrorepellente, previene e favorisce la fisiologica regressione di screpolature ed irritazioni di varia origine.

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Mila S.r.l.

---

Via Fantasia 17  
10040 Leini (To) - Italy  
Tel:+39 011.9980081  
Fax+39 011.9974144

**e-mail:** [contact@milacosmetic.com](mailto:contact@milacosmetic.com)

**sito web:** [www.milacosmetic.com](http://www.milacosmetic.com)  
[www.tecnomila.com](http://www.tecnomila.com)



## L'Azienda

---

Costituita negli anni '80 la Mila S.r.l. in virtù di un continuo, diretto contatto con la clientela di settore e nella sua attività di produzione per conto terzi, ha acquisito una notevole esperienza nella formulazione, sviluppo, produzione e confezionamento di una vastissima gamma di prodotti cosmetici. Mila è caratterizzata da un'eccezionale flessibilità produttiva ed è in grado di soddisfare, con standard qualitativi elevati, le esigenze di piccole, medie e grandi Aziende.

## Tipo di attività

---

Il laboratorio Mila S.r.l. si avvale di un'équipe di laureati e tecnici altamente specializzati nel **settore trico e dermo cosmetico** sviluppando e realizzando un'ampia gamma di prodotti per Aziende italiane ed estere che operano in tutti i canali distributivi della cosmetica.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

**Farmacia:** Su specifica richiesta di un gruppo di Farmacisti, MILA ha realizzato un progetto basato sulla linea dermocosmetica "**FARMAMILA**", in cui i prodotti sono personalizzati con il logo, il nome, l'indirizzo ed il numero telefonico della farmacia a cui sono destinati. È una linea che nasce con le stesse basi di quelle delle grandi marche (studi di mercato, analisi sulle tendenze degli ingredienti nelle formule, marketing e pubblicità), il tutto poi personalizzato sul punto vendita del farmacista.

**Fisioterapisti:** MILA insieme ad un gruppo di specialisti del settore ha realizzato "**TECNOMILA**", una linea Prodotti concepiti per un uso professionale, riservati alle tre fasi principali del trattamento capacitivo e resistivo:

- Preparazione del corpo del paziente
- Trattamento con l'apparecchiatura
- Massaggio drenante
- Detersione finale

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dr. Massimo Marzano

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Oyster Cosmetics S.p.A.

---

Via Barzizza, 37 / A  
Castiglione delle Stiviere (MN)  
46043 – Italy

Tel +39 0376 636290

Fax +39 0376 631911

**e-mail:** [events@oystercosmetics.it](mailto:events@oystercosmetics.it)

**sito web:** [www.oystercosmetics.it](http://www.oystercosmetics.it)



## L'Azienda

---

Oyster Cosmetics S.p.A produce cosmetici per la bellezza e la cura dei capelli e del corpo.

Nata nel 1983 con lo sviluppo di prodotti professionali per capelli, l'azienda ha individuato una specializzazione nella colorazione. Dopo una lunga esperienza nel professionale, ha veicolato il know-how maturato nella produzione in conto terzi, che ben presto è diventata il suo terreno d'elezione. Oyster Cosmetics ha sviluppato una forte capacità di comprendere le esigenze del Cliente e del suo mercato per creare un prodotto personalizzato. Nel settore farmaceutico, una profonda ed innovativa ricerca ha portato i Laboratori allo sviluppo di formule specifiche per questo canale, soprattutto nella colorazione per capelli. Una formula che le sinergie positive con i clienti hanno trasformato in una vera formula per il successo commerciale. In tempi più recenti, l'azienda è entrata da protagonista nel mass market grazie all'acquisizione di due marchi di grande notorietà come Piega Viva e Libera e Bella.

## Tipologia di attività

---

L'azienda opera come produttore nel grande stabilimento di Castiglione delle Stiviere (MN) • area di 65 mila m<sup>2</sup> • magazzino da 10 mila posti pallet • capacità produttiva da 200 milioni di pezzi l'anno • 15 linee di produzione e 13 di confezionamento • 4 laboratori interni (R&D, chimico, microbiologico e controllo qualità) • 3 aree produttive separate (prodotti bianchi, colorati ed alcoolici) • Academy Show room e sala tecnica.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

L'azienda produce in Private Label: • completamenti di gamma per produttori di cosmetici • linee Specifiche per il canale farmaceutico • linee professionali per distributori che vogliono posizionarsi con una linea a loro marchio • linee professionali per grandi catene di saloni • prodotti mass market per moderna distribuzione. E produce con marchio proprio una linea per il mercato professionale: **Oyster Professional** • due linee di prodotti per capelli rivolta al mass market: **Libera e Bella** e **Piega Viva** • 7 linee di prodotti di colorazione per profumerie e mass market con una linea specifica per le farmacie/erboristerie: **Fashion Colore Natura**

---





Pierre Fabre

50 anni di innovazione  
al servizio della Salute e della Bellezza

1961 - 2011

I Laboratoires Pierre Fabre dal 1961 rappresentano un modello di integrazione tra mondo farmaceutico e dermocosmetico, alla luce del **rispetto della natura**, dell'**etica professionale** e della **ricerca scientifica**.



Il fondatore, Monsieur Pierre Fabre, ha dedicato l'esistenza allo studio di prodotti **sicuri**, **performanti** e in grado di coniugare la **salute** con la **bellezza**.

**Gruppo Pierre Fabre**

**9.700 collaboratori**

**130 paesi**

**1,75 mld Euro**

- 48% dermocosmetico
- 32% farmaco
- 20% OTC



Pierre Fabre Dermocosmétique è leader in Francia e **2° gruppo in Europa** in farmacia. Fanno parte di Pierre Fabre Dermocosmétique i marchi: Eau Thermale Avène, Klorane, Galénic, Elancyl, Ducray, A-Derma, Pierre Fabre Dermatologie.

EAU THERMALE  
**Avène**

LABORATOIRES

**KLORANE**

**GALÉNIC**  
PARIS

**ELANCYL**  
PARIS

**DUCRAY**  
LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES

**A-DERMA**  
AVOINE RHEALBA®

Pierre Fabre  
**DERMATOLOGIE**



# Pierre Fabre Italia S.p.A.

---

Via G.G. Winckelmann 1  
20146 Milano

Tel: 02-477.941

Fax: 02-489.528.18

**sito web:** [www.pierre-fabre.com](http://www.pierre-fabre.com)  
(attualmente disponibile in inglese e francese)



## L'Azienda

---

PFI è la filiale italiana di Pierre Fabre Dermocosmétique, divisione cosmetica dei Laboratoires Pierre Fabre.

Fondati in Francia nel 1961, i Laboratoires iniziarono l'attività nel settore farmaceutico, estendendo poi conoscenze ed esperienza scientifica, produttiva e commerciale alla dermocosmesi, approcciando questo segmento con lo stesso rigore che deriva dalla filosofia del Gruppo. I prodotti cosmetici sono realizzati quindi con lo stesso standard di qualità di quelli farmaceutici, ed offrono al Prescrittore, al Farmacista e all'Utilizzatore efficacia, tollerabilità e piacevolezza d'utilizzo.

## Tipo di attività

---

Ricerca, sviluppo e produzione sono realizzate nei laboratori e stabilimenti situati in Francia.

In Italia, PFI supporta i suoi partners privilegiati, dermatologi e farmacisti, su tutto il territorio nazionale con capillari reti di informazione medica (dedicate ai prodotti dermatologici) e di vendita. Ad essi si affiancano i servizi di merchandising e di formazione.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

L'attività si orienta su due poli: il Polo Dermatologico, con i marchi Avène, Ducray, Aderma, PF Dermatologie e il Polo Dermo-Farmacia, con i marchi Klorane, Galénic e Elancyl. • EAU THERMALE AVENE: l'efficacia dell'acqua termale per pelli sensibili • DUCRAY: trattamento ed igiene di capelli, viso e corpo, ai confini tra dermatologia e cosmesi • A-DERMA: la delicata efficacia dell'Avena Rhealba per pelli sensibili ed irritate • PFD: trattamenti dermatologici da prescrizione • KLORANE: principi attivi vegetali per linee d'igiene e trattamento di capelli e corpo • GALENIC/ELANCYL: linee viso e corpo che uniscono performance a vero piacere d'utilizzo.

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Q-MED ICT S.r.l.

---

Via Mario Borsa, 11  
26845 CODOGNO (LO)

Tel. 0377.436091  
Fax 0377.436087

e-mail: [info.italy@q-med.com](mailto:info.italy@q-med.com)



---

## L'Azienda

La Q-MED ICT srl è la filiale italiana dell'azienda svedese Q-MED, fondata nel 1987 al fine di trovare applicazioni commerciali al lavoro dei suoi ricercatori: il risultato è un'esclusiva e brevettata forma di acido ialuronico stabilizzato: il NASHA (Non-Animal Stabilized Hyaluronic Acid). E' concessionaria esclusiva per l'Italia dei prodotti cosmetici delle aziende: NEOSTRATA, azienda americana leader mondiale nella ricerca sugli alfa e poliidrossiacidi; GENERAL TOPICS, azienda italiana all'avanguardia nella ricerca dermocosmetica.

---

## Tipo di attività

**Divisione:** Estetica

**Promozione** capillare su tutto il territorio nazionale con una propria rete di agenti

**Organizzazione** di workshop ed eventi per illustrare allo specialista le metodiche relative all'uso dei prodotti

**Distribuzione** a livello nazionale tramite grossisti. Possibilità per le farmacie di effettuare ordini diretti in sede.

---

## Tipologie produttive

*Linee per la farmacia*

- NeoStrata
- Terproline, Lipoacid, Fillast.

*Prodotti professionali per uso medico*

- Peeling all'Acido Glicolico (Neostrata)
- Linea Restylane, Macrolane, (Dispositivi medici Q-MED)

---

## Per informazioni rivolgersi a:

N° VERDE 800 216207

---

# SAUGELLA

dermoliquido

Prevenzione nella  
sfera più intima.

In regalo 150ml  
in edizione  
speciale.



# Rottapharm S.p.A.

---

Via Valosa di Sopra 9  
20900 MONZA (MB)

Tel. 039.73901

Fax 039.7390393

**e-mail:** [info@rottapharm.com](mailto:info@rottapharm.com)

**siti web:** [www.rottapharm.it](http://www.rottapharm.it) - [www.esseredonnaonline.it](http://www.esseredonnaonline.it)



## L'Azienda

---

Fondata nel 1961, Rottapharm|Madaus è oggi una delle principali realtà farmaceutiche italiane focalizzate sulla ricerca, lo sviluppo e la commercializzazione di farmaci, prodotti per il personal care e nutraceutici di derivazione naturale. Il gruppo, con sede a Monza, è presente in circa 85 paesi nel mondo con più di 2000 dipendenti.

Tra le principali aree in cui opera con successo: reumatologia, gastroenterologia, cardiologia, ginecologia, urologia, pediatria, dermatologia e integrazione naturale.

## Tipo di attività

---

Un approccio scientifico innovativo, forti investimenti in ricerca e sviluppo, grande attenzione ai principi attivi naturali, una presenza attiva e costante in farmacia: questi gli elementi alla base della filosofia di Rottapharm|Madaus, grazie ai quali l'azienda si colloca, da diversi anni, ai primi posti nell'indice di gradimento dei farmacisti (classifica *Mirror Cosmetico* di IMS).

## Tipologie Produttive

---

- igiene intima: detergenti liquidi, salviettine, gel, lavande (Saugella);
  - igiene e cura del bambino: creme e paste, shampoo, emulsioni, oli, salviettine (Babygella); Babygella NoAll, la linea pediatrica specifica per la cura e la detersione di pelli sensibili e allergiche
  - cura del corpo: shampoo (Biothymus, Aftir), deodoranti (Dermafresh), prodotti linea corpo (Dermoflan, NoAll Derma), solari (linea Dermalol, Carovit)
  - Integrazione alimentare: trattamento della sintomatologia della menopausa (Linea Estromineral), delle dislipidemie (Armolipid, Armolipid Plus, Armolipid Prev) e della flogosi (Fortilase)
-



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# S.I.L.C. s.p.A.

---

Strada Provinciale n. 35 km. 4  
26017 Trescore Cremasco (CR)

Tel. 0373.271.1  
Fax 0373.274.762

**e-mail:** [info@silcitalia.com](mailto:info@silcitalia.com)

**sito web:** [www.silc.it](http://www.silc.it)



## L'Azienda

---

Azienda fondata nel 1972, è stata per un lungo periodo un produttore puro per conto delle più importanti realtà internazionali. Dalla metà degli anni '90, l'Azienda si è data una nuova missione ed in particolare una propria organizzazione commerciale diretta a presidiare i canali distributivi di competenza: mass-market, farmacia, case di riposo ed enti pubblici.

Parallelamente prosegue un programma di internazionalizzazione che vede la nostra presenza storica in mercati tradizionali come Germania, Francia, Inghilterra e Grecia oltreché nuove opportunità di business che l'Azienda ha colto per esempio in area MENA ed in Russia.

L'Azienda ha, presso la sede sociale, un importante stabilimento produttivo che coinvolge oltre 300 addetti. Tale stabilimento opera in conformità ai più stringenti standard qualitativi (UNI EN ISO 9001, 14001, 27001, 13485, OHSAS 18001).

## Tipologie produttive e Marchi

---

Le classi merceologiche prodotte e distribuite da S.I.L.C. sono:

- SOFFISOF : linea di dispositivi assorbenti monouso per il trattamento dell'incontinenza e per l'igiene della persona anziana
- FRESH & CLEAN bimbi : linea di pannolini per bambini traspiranti dedicata esclusivamente alla farmacia
- TRUDI baby care : linea di prodotti paidocosmetici dedicata esclusivamente alla farmacia
- SALVEMED: linea di cerotti dedicata esclusivamente alla farmacia per la cura di piccole ferite, herpes labiali e piedi
- LAURELLA : linea di prodotti per l'igiene intima e, più in generale, per lo skin-care femminile (assorbenti igienici, proteggi-slip, salviettine umidificate, creme)

## Per informazioni rivolgersi a:

---

**e-mail:** [farmacia@silc.it](mailto:farmacia@silc.it)    **Tel.** 0373.271.234 - **fax** 0373.273.922

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# S.I.R.P.E.A. s.p.A.

---

Via Della Liberazione, 56  
20098 San Giuliano Milanese (MI)  
Tel. 02/98280925  
Fax 02/98280975

**e-mail:** [info@sirpea.com](mailto:info@sirpea.com)  
**sito web:** [www.sirpea.com](http://www.sirpea.com)

## Bioessence Bach Flower Essence

### L'Azienda

---

La S.I.R.P.E.A. realizza prodotti cosmetici di alto livello dal 1946, a San Giuliano Milanese (MI), con una fabbrica di 8000 m<sup>2</sup> su un terreno di 12.000 m<sup>2</sup> e si avvale dei migliori ricercatori internazionali per lo studio e realizzazione dei prodotti.

### Tipo di attività

---

La S.I.R.P.E.A., in oltre 60 anni, si è occupata della produzione e distribuzione in Italia e all'estero di numerosi marchi di cosmetica e profumeria internazionali. Attualmente opera sul mercato italiano con circa 60 agenti e 42 beauty consultants. A livello internazionale è presente in molti Paesi; dagli Stati Uniti, al Giappone, alla Russia, ai Mercati Orientali, etc. con diversi distributori.

### Tipologie Produttive e Marchi

---

In farmacia è presente con la linea CODIGEN, trattamenti cosmetici specifici nella prevenzione dell'invecchiamento cutaneo, e la nuova linea BIOESSENCE, profumi emozionali realizzati esclusivamente con alcool biologico in grado di influire sui nostri stati d'animo e ribilanciare il nostro umore, con una distribuzione altamente selettiva e qualitativa ed un qualificato servizio sul punto vendita, con risultati sempre più importanti.

### Per informazioni rivolgersi a:

---

Dr. Dario Belletti, e-mail: [dir.amministrativa@sirpea.com](mailto:dir.amministrativa@sirpea.com)

---



# Sangaus S.r.l. - MAGDALA di Laura Tonatto

---

Strada Pecetto 154  
10131 TORINO - ITALY

TEL: +39 011 8610807  
FAX: +39 011 8611019

**e-mail:** [iinfo@sangaus.com](mailto:iinfo@sangaus.com)

**sito web:** [www.lauratonatto.com](http://www.lauratonatto.com)  
[www.magdalaperfumes.com](http://www.magdalaperfumes.com)



LAURA TONATTO

## L'Azienda

---

Fondata da Laura Tonatto, "naso" professionista conosciuto in tutto il mondo, produce profumi per le maggiori case cosmetiche e mélange su misura. Laura Tonatto   l'unica esperta del settore che ha saputo esprimere il rapporto tra profumeria, arte, scienza e cultura. Dal 2006, Laura Tonatto diventa Docente a Contratto nel Master di II livello in Scienza e Tecnologia Cosmetiche per il corso: "Aromacologia" presso l'Universit  degli Studi di Ferrara, Facolt  di Farmacia.   ideatrice del laboratorio culturale "Naso e Parnaso" per lo studio dell'uso di essenze e aromi dall'antichit  ai giorni nostri. Ha curato mostre per diversi musei come il Museo di Stato Ermitage di San Pietroburgo ed il Museo Nazionale d'Arte Orientale di Roma. Laura Tonatto ha inoltre creato una collezione su misura per la Regina Elisabetta II d'Inghilterra. Le essenze di Laura Tonatto sono selezionate nei pi  prestigiosi laboratori del mondo, le lavorazioni alcoliche sono filtrate a mano, goccia a goccia, con lotti mai superiori a 50 litri per consentire un controllo capillare del processo produttivo.

L'intera produzione   realizzata in Italia, nei laboratori Sangaus S.r.l., specializzati nella produzione di profumeria altamente selettiva e certificati ISO 9001.

## Tipo di attivit 

---

Ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione di profumi per il corpo e per l'ambiente, prodotti cosmetici e per l'igiene personale, creazione di profumazioni su misura. Formazione professionale per il settore profumeria, arte e food.

## Marchi

---

Il programma produttivo e commerciale sviluppa prodotti di profumeria per il corpo e per la casa, prodotti per la cura del corpo e prodotti per l'igiene, candele profumate.

- LAURA TONATTO: una collezione molto ampia di fragranze, prodotti per il corpo e per la casa distribuita nel canale della profumeria artistica.
- MAGDALA la nuovissima linea di prodotti per il corpo e per l'ambiente che applica i principi dell'Aromacologia, la scienza che analizza la correlazione tra psicologia e tecnologia delle essenze, distribuita esclusivamente nelle migliori farmacie.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dottoressa Diletta Tonatto - Sangaus S.R.L.

Strada Pecetto 154 - 10131 Torino - TEL. 0118610807 - e-mail [info@sangaus.com](mailto:info@sangaus.com)

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Scharper S.p.A.

---

Via Milanese, 20  
20099 Sesto S. Giovanni (MI) Italy  
Tel. 39.02.2629161

**e-mail:** *gen@scharper.it*

**siti web:** *www.scharper.it*

*www.scharperderma.it*

*www.aginvulvare.com*



**SCHARPER**

## L'Azienda

---

Fin dalla sua nascita Scharper S.p.A è sempre stata apprezzata per le sue capacità innovative e per l'attenzione prestata alla cura delle persone. Scharper consta di un piccolo gruppo di società, principalmente operative in Italia attraverso Scharper S.p.A (prodotti farmaceutici) e Scharper Therapeutics Srl (prodotti nutraceutici, cosmeceutici e dispositivi medici).

Alla fine degli anni 1990 la società iniziò la propria espansione sul mercato grazie ad una strategia incentrata sullo sviluppo di nuovi prodotti, sulla collaborazione commerciale con altre società e su una rilevante presenza in aree terapeutiche selezionate.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

I nostri prodotti si dividono principalmente in:

### **Specialità farmaceutiche etiche:**

• Area Respiratoria e ORL • Area Medicina Interna • Area Uroginecologica • Area Pediatrica

### **Nutraceutici e Medical Devices:**

• NUTRACEUTICI: Area Medicina Interna • Area Pediatrica  
• MEDICAL DEVICES: Area Respiratoria e ORL • Area Uroginecologica • Area Pediatrica

### **Cosmeceutici:**

**Linea Abilast** (Idratante • Lenitiva • Protettiva e Stimolante il trofismo dermico)

**Linea UValt** (Foto invecchiamento/Foto protezione)

**Suivan Shampoo** (Trattamento della dermatite seborroica)

**Inoklar** (trattamento iperpigmentazioni cutanee)

---



**SCHIAPPARELLI 1824**  
DERMOCOSMESI



**SCHIAPPARELLI 1824**  
SALUTE



**SCHIAPPARELLI 1824**  
INTEGRATORI

**Schiapparelli 1824 presenta  
le sue nuove gamme di prodotti  
a Cosmofarma**

---

Padiglione 36, stand B17

---



**SCHIAPPARELLI 1824**

Esperienza italiana in Farmacia



# Schiapparelli S.p.A.

---

S.S. N. 10 per Genova Km 98  
15122 Alessandria – Italia  
Tel. 0131 213511 – Fax 0131 213584

**e-mail:** info@schiapparelli1824.com  
**sito web:** www.schiapparelli1824.com



## L'Azienda

---

**Schiapparelli nasce nel 1824** grazie al fondatore **Giovanni Battista Schiapparelli**, che nella storica farmacia a Torino avvia la produzione su larga scala di composti come il solfato di chinino e l'acido solforico, creando poi di fatto la prima fabbrica di prodotti chimico-farmaceutici in Italia. Nel 1907 per volontà del nipote Emilio Schiapparelli viene costruito lo stabilimento di Settimo Torinese.

Da allora e fino ad anni recenti l'azienda è sempre stata attiva nel settore farmaceutico consolidando il proprio ruolo di leader del settore grazie anche a un marchio che è ancora oggi fra i più conosciuti in Italia e che ha saputo mantenere elevata la sua immagine e la sua professionalità verso il consumatore da oltre un secolo.

Negli anni **Schiapparelli Farmaceutici** e le società collegate hanno distribuito prodotti etici, OTC e non, di grande successo e la cui notorietà è ancora oggi molto viva presso il pubblico.

Nel 2010 *Paglieri S.p.A.* acquisisce dal gruppo milanese Kinexia Spa lo storico marchio **Schiapparelli** riportandolo così in Piemonte.

## Tipo di attività

---

**Schiapparelli** ritorna oggi sul mercato con una gamma di prodotti nuovi e opererà nel settore dell'OTC, degli integratori e della dermocosmesi.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

Le linee Schiapparelli sono dedicate esclusivamente al canale farmacie e comprendono: una linea di integratori alimentari problem solving per adulti e bambini, sciroppi per la tosse, fermenti lattici e una linea completa di dermocosmesi.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dott.ssa Michela Marchese Patti  
Business Development Director

---





# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Shaula Farmacosmetici

---

Via dei Tigli  
06083 Bastia Umbra (PG)

Tel. +39.075.8038821

Fax +39.075.8099007

**e-mail:** [info@shaulafarmacosmetici.com](mailto:info@shaulafarmacosmetici.com)

**siti web:** [www.shaulafarmacosmetici.com](http://www.shaulafarmacosmetici.com)



## L'Azienda

---

Il Dr Franceschini, specializzato in dermatologia e Direttore di Villa Salus Medical Skin & Antiaging Center si è reso portatore di una filosofia: per dimostrare sempre l'età che ci si sente ed essere felici di guardarsi allo specchio, è necessario avere fin da giovani un corretto stile di vita, fatto di relax, alimentazione varia e sana, percorsi di prevenzione e prodotti giusti per la cura ed il mantenimento della propria persona.

Da qui proviene la 5 Senses System, una linea basata sulla molecola dell'Astaxantina, indicata nel trattamento di aging e fotoaging, nata dalla ricerca del Dr Giulio Franceschini e realizzata dalla Shaula Farmacosmetici, nel centro di ricerca di cosmeceutici e nutriceutici che fa capo a Villa Salus Medical Skin & Antiaging Center.

Nutriceutici e cosmeceutici 5Senses System sono la dimostrazione di come sia possibile trattare anche le pelli più difficili, con particolari patologie ed inestetismi.

## Tipo di attività

---

L'azienda, che distribuisce i suoi prodotti all'ingrosso, ha stabilimenti commerciali posti in Umbria in luoghi ideali per lo sviluppo e la sperimentazione della linea dermoceutica.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

I nutriceutici e cosmeceutici 5Senses System ideati e realizzati in Italia da Shaula Farmacosmetici appositamente studiati anche per pelli sensibili ed intolleranti, sono tutti dermatologicamente testati presso l'Università di Ferrara; sono infatti senza nickel aggiunto, ipoallergenici, non comedogenici e realizzati con l'utilizzo di fragranze naturali. 5 Senses System è composta da una linea di prodotti viso, corpo, idratanti e da un'innovativa linea solare. La Shaula Farmacosmetici attraverso il marchio Naturalceutical realizza anche il G360, l'unico integratore alimentare al mondo al germoglio di grano non OGM, studiato in collaborazione con il gruppo di ricerca dell'Università degli Studi di Perugia "NPP NUTRACEUTICAL & PHYTO-CHEMICAL PRODUCTS"

## Per informazioni rivolgersi a:

---

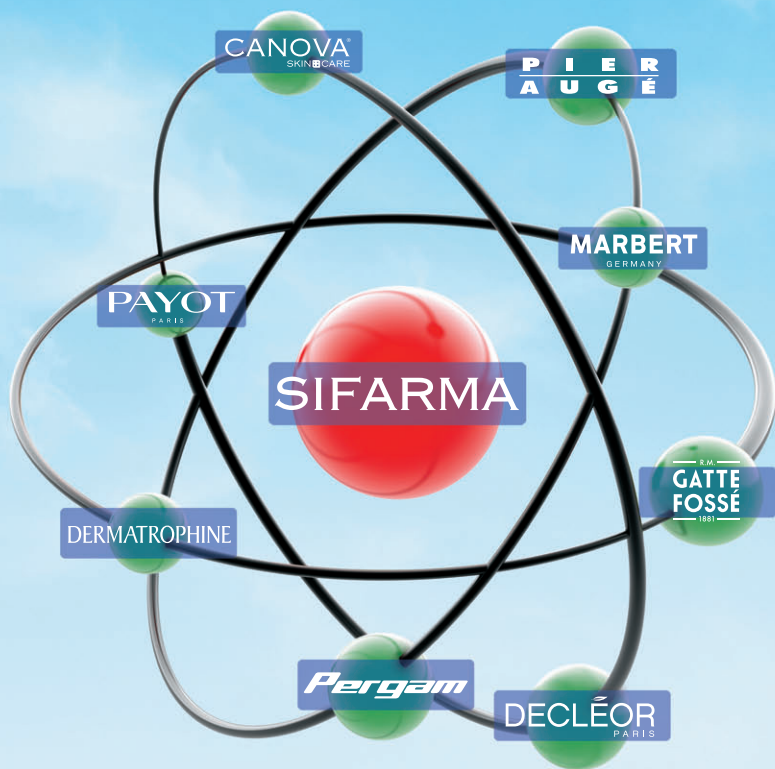
Tel. +39.075.8038821

**e-mail:** [info@shaulafarmacosmetici.com](mailto:info@shaulafarmacosmetici.com)

---

# SIFARMA.

## LABORATORIO DI BENESSERE AL SERVIZIO DEL FARMACISTA.



**CANOVA**  
SKINCARE

Scelta da sempre dai medici professionisti del settore. Ad alto contenuto di ricerca e innovazione, per ogni tipo di pelle.

**Pergam**

Prodotti di dermocosmesi funzionale, sicuri e scientificamente testati, specifici per la risoluzione dei diversi problemi della pelle.

**PAYOT**  
PARIS

Expertise, qualità del prodotto e piacere per un benessere polisensoriale da vivere soprattutto nelle Spa.

**DECLÉOR**  
PARIS

Un approccio olistico con la bellezza: expertise unica in tema di aromaterapia per prodotti 100% puri, naturali ed essenziali.

**PIER  
AUGÉ**

Da 46 anni nel campo della cosmesi. Ogni prodotto assicura la perfetta equazione tra la funzionalità della pelle e quella del prodotto più adatto.

**DERMATROPHINE**

40 anni di esperienza per un marchio che associa acqua termale ed estratti naturali, per un benessere completo.

**MARBERT**  
GERMANY

Efficacia, sicurezza ed elevata performance, le parole d'ordine di questo brand dalla solida tradizione cosmetica.

**R.M.  
GATTE  
FOSSÉ**  
1881

R.M. Gattefossé, ideatore dell'aromaterapia, dà il nome a una gamma di prodotti dalla formulazione 'TUTTA ATTIVA', in cui ogni ingrediente partecipa all'efficacia delle formule, al 99% di origine naturali.

**SIFARMA**  
La farmacia del benessere.

Sifarma è un'azienda che vanta un'expertise lunga quasi vent'anni nel mondo della cosmesi e della dermocosmesi. La scientificità e l'affidabilità sono le caratteristiche imprescindibili di tutti i nostri marchi.

Via F. Brunelleschi, 12 - 20146 Milano  
Tel. 02 4220151 - mail@sifarma.it

# Sifarma S.p.A.

---

Via F. Brunelleschi 12  
20146 Milano

Tel. 02.422015.1  
Fax 02.422015.210

**e-mail:** *mail@sifarma.it*  
**sito web:** *www.sifarma.it*



## L'Azienda

---

Sifarma nasce nel 1989 dall'iniziativa di Berchi Fabio e Beatrice, due giovani farmacisti appassionati di dermocosmesi. Sifarma si caratterizza per un approccio olistico alla bellezza, commercializzando prodotti che uniscono l'aspetto glamour del cosmetico con la scientificità tipica di un'azienda farmaceutica. Per Sifarma la Farmacia è il canale retail per eccellenza, ideale per promuovere il potenziale prescrittivo dei suoi prodotti. Servizi dedicati e innovativi finalizzati a rispondere alle esigenze dei clienti rendono Sifarma un partner perfetto per il farmacista.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

### **Decléor (gruppo Shiseido)**

E' il primo marchio a livello mondiale nel campo dell'aromaterapia cosmetica. La filosofia di benessere del marchio si fonda sulle virtù degli Oli Essenziali: al cuore dei trattamenti ci sono le AROMESSENCE™, sieri ultra-attivi, 100% puri, 100% naturali che applicati prima del trattamento ne potenziano efficacia e piacevolezza.

### **Dermatrophine Rigena**

E' la prima linea COSMEOTICA formulata per il canale farmacia che approccia la bellezza come un trattamento di salute per la pelle. La prescrizione di Dermatrophine Rigena fornisce un'azione IN&OUT, prevedendo l'assunzione dell'integratore nutrizionale in sinergia con i trattamenti cosmetici per viso e corpo.

### **Canova**

Marchio leader nella prescrizione dermatologica e nei trattamenti di medicina estetica. I prodotti godono di un'innovazione cosmetica permanente grazie ad un'equipe scientifica ad alto livello e sono rigorosamente testati in Cliniche Dermatologiche specializzate.

### **Pergam**

Pergam, al fianco del medico Dermatologo con prodotti di elevata qualità, propone una gamma, in continua evoluzione, di cosmetici funzionali, venduti in Farmacia e mirati a risolvere diverse problematiche di dermocosmesi.

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere

# Sinclair Pharma S.r.l.

---

Viale Restelli 29

20124 Milano

Tel. 02 304601

Fax 02 30353044

**e-mail:** [filodiretto@sinclairpharma.com](mailto:filodiretto@sinclairpharma.com)

**sito web:** [www.sinclairpharma.com](http://www.sinclairpharma.com)



## L'Azienda

---

Sinclair Pharma è un'azienda farmaceutica internazionale specializzata in dermatologia.

Da alcuni anni Sinclair Pharma è diventata operativa anche in Italia, dove propone i suoi prodotti attraverso una rete di Informatori Scientifici del Farmaco.

L'obiettivo di Sinclair Pharma consiste nell'offrire un valore aggiunto a pazienti, medici e farmacisti grazie alla sua competenza ed esperienza, mantenendo nel contempo standard etici elevati a beneficio di tutte le parti interessate e della comunità.

## Tipo di attività

---

L'attività di Sinclair Pharma è finalizzata a cogliere in modo attento e rapido le esigenze degli Specialisti Dermatologi e dei Farmacisti ai quali l'azienda si propone come partner reale in tema di aggiornamenti, novità e iniziative interessanti per la loro attività professionale quotidiana.

## Tipologie produttive e Marchi

---

Specialità medicinali a base di biotina e benzoin perossido.

Medical Device: ATOPICLAIR, CERASOFT, DERMOMYL CICA, KELO-COTE, SEBCLAIR.

Dermocosmetici: BIO-TACHES, DERMACHRONIC XL, DERMOMYL SPRAY, EFFADIANE DOSADERM, ESOFT, GEN-ONGLES, OXYPLASTINE DOSADERM, PAPOULEX, USOFT.

## Per informazioni rivolgersi a:

---

Dott. P. Prioglio, Country Operation Director

---



# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche



Bellezza  
e Benessere



# Società Italo Britannica L. Manetti - H. Roberts & C. per Azioni

Via G. B. Pirelli, 19  
20124 Milano

Tel. 02.67751  
Fax 02.6775246

sito web: [www.somatolinecosmetic.it](http://www.somatolinecosmetic.it)  
[www.somatoline.it](http://www.somatoline.it)



MANETTI & ROBERTS  
DIVISIONE FARMACIA

**Somatoline  
Cosmetic™**

## L'Azienda

La storia della Manetti & Roberts comincia nel 1843 per opera del chimico e farmacista inglese Henry Roberts che apre a Firenze il laboratorio farmaceutico H. Roberts & Co. Il 25 gennaio 1921 il cav. Alfred Houlston Morgan, successore di Henry Roberts, e Lorenzo Manetti, proprietario di un'altra affermata farmacia fiorentina, si uniscono per costituire la **Società Italo Britannica L. Manetti – H. Roberts & C. per Azioni**: si consolida così l'affermazione e l'espansione della società nel settore "toilettries", grazie anche ad una moderna politica di marca come garanzia di alta qualità, serietà, cura e competenza. L'azienda oggi, oltre allo stabilimento storico di Calenzano (FI), ha una sede direzionale a Milano in via Pirelli 19.

## Tipo di attività

La Divisione Farmacia Manetti & Roberts opera in esclusiva nel canale farmacia e parafarmacia. Una scelta dettata dalla consapevolezza di come questo canale è capace di fornire un servizio ad alto valore aggiunto: quello del consiglio, attraverso la serietà e la competenza dei suoi addetti, di soluzioni farmacologiche o cosmetiche affidabili, che diano risposte efficaci e sicure.

## Tipologie produttive e Marchi

Manetti & Roberts, attraverso la Divisione Farmacia, è presente in esclusiva nel canale farmacia e parafarmacia con i marchi Somatoline, Somatoline Cosmetic, Chilly Pharma, Citrosil, Hemovasal Crema, Saccarina Roberts, Sanogyl Bianco, Rationale e Botot.

**Somatoline Cosmetic:** leader in farmacia nell'ambito dello snellimento e della cura della bellezza del corpo, si pone l'obiettivo di offrire una linea di prodotti che soddisfino a 360° le esigenze del consumatore. La missione della marca è quella di raggiungere l'eccellenza nelle formule per garantire al consumatore efficacia e sicurezza. Una missione che trova solide basi nell'esperienza pluriennale nello studio dei problemi di adiposità localizzata, nella ricerca scientifica dei migliori ingredienti cosmetici presenti sul mercato, nell'innovazione continua, nella competenza e nella realizzazione di periodici test clinico-scientifici a garanzia della qualità dei prodotti.





# UNA NUOVA LINEA DI PRODOTTI DERMO-COSMETICI PERSONALIZZATI CON IL NOME DELLA FARMACIA

Altissimo standard qualitativo e di immagine



FA.DES.CO è distribuita da VALETUDO



# Valetudo s.r.l.

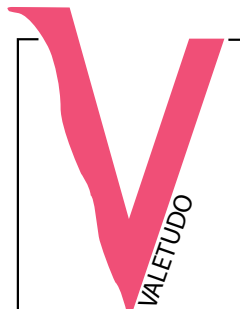
---

Via Ghiaie, 6  
24030 Presezzo (BG)

Tel. 035.461634  
Fax 035.461070

**e-mail:** [valetudo@valetudo-lab.it](mailto:valetudo@valetudo-lab.it)

**sito web:** [www.valetudo-lab.it](http://www.valetudo-lab.it)  
[www.fadesco.it](http://www.fadesco.it)



## L'Azienda

---

Valetudo è stata fondata nel 1982 dal dottor Vittorio Bortolin, cosmetologo di grande esperienza e creatività. L'azienda, certificata UNI EN ISO 9001/2000, ha sede a Presezzo, in provincia di Bergamo. Lo stabilimento principale ha una capacità produttiva giornaliera pari a 7.000 kg di semilavorati in bulk e intorno ai 30.000 pezzi giornalieri di prodotto finito, occupa una superficie di 6000 mq e vi lavorano circa 80 persone tra tecnici, impiegati e operai.

## Tipo di attività

---

Valetudo produce e commercializza Cosmetici, Dispositivi Medici e Presidi Medico-Chirurgici sia per marchi propri sia per marchi di clienti terzi. Nel settore della produzione per conto-terzi Valetudo annovera tra i propri clienti alcune tra le più importanti aziende nazionali e internazionali ed è in grado di soddisfare tutte le esigenze di settore, fornendo alla clientela un servizio a 360 gradi (sviluppo formulativo, prove di stabilità, test di efficacia e di tollerabilità, assistenza marketing, dossier prodotto, ecc.). L'azienda possiede un know-how di assoluta rilevanza, ha laboratori interni di ricerca e sviluppo e strumentazioni analitiche di avanguardia.

## Tipologie Produttive e Marchi

---

BIOGENA linea dermocosmetica promozionata con informatori scientifici presso i dermatologi.

OSMIN linea dermopediatrica promozionata con informatori scientifici presso i pediatri.

PLANTA PURA linea salutistica/erboristica commercializzata esclusivamente attraverso le Farmacie

Valetudo ha anche una propria divisione farmaceutica (PHARMA) con specialità medicinali ad uso topico (Scabiacid, Nemalin) e PMC (Zacutrin).

Valetudo inoltre commercializza in esclusiva per alcune Farmacie selezionate la linea FA.DE.S.CO, una linea di prodotti dermo-cosmetici di altissimo standard qualitativo, personalizzati con il marchio della singola Farmacia.

---



<b>PRESENTAZIONE</b>	<b>pag. 2</b>
<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>pag. 4</b>
<b>IL MERCATO COSMETICO IN ITALIA</b>	<b>pag. 6</b>
<b>IL MERCATO IN FARMACIA</b>	<b>pag. 10</b>
I prodotti per capelli e cuoio capelluto	pag. 13
I prodotti per il viso	pag. 15
I prodotti per il trucco del viso	pag. 17
I prodotti per il trucco degli occhi	pag. 18
I prodotti per le labbra	pag. 19
I prodotti per le mani	pag. 20
I prodotti per il corpo	pag. 21
I prodotti per l'igiene del corpo	pag. 22
I prodotti per l'igiene della bocca	pag. 23
I prodotti per l'uomo	pag. 25
La profumeria alcolica	pag. 26
I prodotti dermoigienici per bambini	pag. 27
<b>LA SFIDA COMPETITIVA</b>	<b>pag. 28</b>
<b>PANORAMICA DELLE AZIENDE</b>	<b>pag. 35</b>
Mission Gruppo Cosmetici Farmacia	pag. 37
Aziende	pag. 38

---



Pubblicazione destinata agli operatori del settore  
a cura di Unipro Servizi s.r.l. - via Accademia, 33 - 20131 Milano

Realizzazione: **Editoriale Giornalidea s.r.l.**

---

Stampa: **Grafiche Parole Nuove** - Brugherio - Maggio 2011

---









# UNIPRO

Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

## AZIENDE ADERENTI AL GRUPPO COSMETICI IN FARMACIA

- ACRAF - ANGELINI
- ALBAKOS
- ALES GROUPE ITALIA
- ALPHA DERMO LINE
- ARTSANA
- AVANTGARDE
- BEIERSDORF
- BIODERMA ITALIA
- BIODUE PHARCOS
- CAUDALIE ITALIA
- CHEFARO PHARMA ITALIA
- CIEFFE DERMA
- CO.DER.
- COMBE ITALIA
- COSMODERMA
- DEBORAH GROUP
- DELAROM ITALIA
- DIFA COOPER
- DUEPI INTERNATIONAL SERVICES
- ESTEE LAUDER
- EVOC
- FARMACIA DORIGO MARCO
- FARMADERBE
- FARMEN INTERNATIONAL COSMETICS DISTRIBUTION
- GABA VEBAS
- GENERAL TOPICS
- GEYMONAT
- GIULIANI
- GLM
- GLORIA MED PHARMA
- GSK CONSUMER HEALTHCARE
- ICIM INTERNATIONAL
- IDI FARMACEUTICI
- ISTITUTO GANASSINI
- ITALIANA LABORATORI BOUTY
- JOHNSON & JOHNSON
- L'OREAL ITALIA  
DIV. COSMETIQUE ACTIVE
- LA.C.M.A. ANTIPIOL

- LABORATOIRE NUXE ITALIA
- LABORATORI FITOCOSMESI & FARMACEUTICI
- LABORATORI RIUNITI DELLE FARMACIE
- LABORATORI ROYAL
- LAB LABORATORIO ALLA BORSA
- LABORATORIO FARMACOLOGICO MILANESE
- LACOTE
- MAC PHARMA
- MAGALDI LIFE
- MASTELLI
- MAVI SUD
- MEDESTEA RESEARCH & PRODUCTION
- MIBA
- MILA
- MORGAN
- O.F.I.
- OYSTER COSMETICS
- PIERRE FABRE ITALIA
- POLIFARMA BENESSERE
- Q-MED ICT
- QUINOA
- ROTTAPHARM | MADAUS
- S.I.L.C.
- S.I.R.P.E.A.
- SANGAUS
- SANOFI-AVENTIS
- SCHARPER DIV. DERMATOLOGICA
- SCHIAPPARELLI
- SHAULA FARMACOSMETICI
- SIFARMA
- SINCLAIR PHARMA
- SOCIETA' ITALO BRITANNICA  
L. MANETTI - H. ROBERTS
- UNIFARCO
- UNILEVER ITALIA
- VALETUDO
- ZETA FARMACEUTICI

**Presidente del Gruppo: Dr. Franco Brambilla**

Segreteria del Gruppo GCF:

Dr. Luca Nava  
tel. 02-28.17.73.21/ fax 02-28.17.73.93  
e-mail: gcf@unipro.org  
Unipro - Via Accademia, 33 - 20131 Milano