

SPECIALE

Cosmoprof



SABATO 19 MARZO 2011 | A CURA DI PUBLIEDI

Cosmoproject

Cosmoproject in Cosmoprof

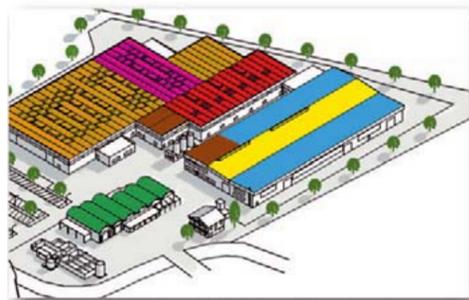
Sembra un gioco di parole ma in realtà Cosmoproject è l'azienda Parmense più presente alla Fiera di Bologna con i suoi prodotti che spaziano dall'alta profumeria alla grande distribuzione, dal settore dell'Estetica e Benessere al settore farmaceutico.

La capacità di questa azienda di offrire un servizio completo a 360° a una varietà di clienti nei diversi canali distributivi è la sua grande forza che rende costante il processo della sua espansione ed il suo posizionamento sui mercati nazionali ed internazionali.

Entrare in Cosmoproject è un viaggio nel mondo della bellezza, la sua sala espositiva è un tripudio di colori e marchi internazionali visibili nelle migliori profumerie del mondo; oltre trenta brand compongono il suo catalogo di linee e la meraviglia è la sensazione più comune per i privilegiati che possono accedere a questa sala.

Dietro a questo mondo di immagine apparentemente effimero c'è una struttura molto complessa e meticolosamente organizzata:

- 140 unità operative di cui una ventina con lauree varie costituiscono il parco delle risorse umane
- 16.000 metri quadrati coperti su un'area di 56.000 metri quadrati
- una proiezione di 25 milioni di pezzi prodotti per l'anno in corso
- l'obiettivo dei 20 milioni di euro in vista



sono tutti numeri che suggeriscono una sommaria idea della potenza di questa azienda oramai nota e corteggiata a livello internazionale per la sua produzione di alta qualità. Una realtà importante e solida che compete con successo in un mondo globalizzato e sempre più concorrenziale, un punto di riferimento che conferma, nonostante tutte le difficoltà del momento, la creatività e la dedizione dell'impre-

ditoria italiana e del suo Made in Italy.

Cosmoproject è presente allo stand B43-C38 del padiglione n.20 presso il Gruppo Produzione Contoterzi dell'Associazione di categoria Unipro nei giorni 18-19 e 21 marzo

Cosmoproject S.r.l. - Via Mazzabue 5, 43044 Casale di Mezzani, Parma, Tel. 0521.817181 - fax 0521.316020 - cosmo@cosmoproject.it

Basi Achille

A piedi nudi sul prato...

Una boccata d'aria pura. I piedi sull'erba, circondati legno naturale i visitatori trovano, nello stand «Basi Achille» (Padiglione 14, stand D16), un'oasi di pace, quasi una «magia» nel ritmo serrato dei rendez-vous alla grande rassegna Cosmoprof 2011. Un'altra idea vincente di Catina Basi, la giovane titolare che ha fatto «della forza della tradizione e del coraggio dell'innovazione» una sua regola di vita. Alta professionalità e sapiente ricerca sperimentale nel settore tessile, hanno reso la «Basi Achille» punto di riferimento di un mercato estremamente competitivo e in continua evoluzione. Fondata nel 1939 da Basi Severo, che in seguito passò il testimone al figlio Achille, rispettivamente nonno e padre di Catina, l'azienda ha oggi raggiunto prestigiosi traguardi imprenditoriali in diversi settori, particolarmente in quelli delle forniture in spugna termali, sportive, alberghiere e per la casa... ma non solo. «Traguardi prestigiosi ma che ci costano anche grande impegno...» afferma Catina Basi - Partecipiamo alle più importanti rassegne internazionali del settore, a ritmo serrato ma premiati da successi lusinghieri. Negli ultimi tempi, buona parte dei consensi li abbiamo registrati grazie al nostro brevetto, il «Teloio»: un telo/spugna che diventa un comodo e originale accappatoio grazie a due fori-maniche che lo rendono indossabile. Posso affermare con orgoglio che abbiamo saputo sempre precorrere i tempi, innovando e personaliz-



zando il nostro prodotto secondo le esigenze di ciascun cliente, spesso con tecniche e sperimentazioni - anche stilistiche - d'avanguardia... Qual è il segreto del successo?

«Fantasia, passione, determinazione e soprattutto poter contare su una buona squadra con la quale condividere i progetti e gli obiettivi.

«E, tra gli ultimi successi, in cosa consiste il vostro test sulla «Cromoterapy»?

«E' un'altra delle nostre esclusive: un «gioco scientifico» che studia gli effetti del colore sulla psiche e ne sfrutta i benefici.

Semplici domande alle quali

rispondere per scoprire «che colore sei» ed acquistare quindi la biancheria che più si addice alla tua personalità...»

- E, per concludere: continua la vostra collaborazione con Diego Dalla Palma?

«Certamente: da ammirare la consolidata linea di accappatoi e teli in puro lino italiano a cui abbiamo affiancato la nuova collezione di prodotti in spugna a taglio vivo».

«BASI ACHILLE srl» - Parma - Via B.Franklin, 31 - tel. 39 0521 607822 www.basiachille.com - (Cosmoprof: Padiglione 14 - stand D 16)

COSMOPROF
WORLDWIDE
BOLOGNA 2011

2300 espositori, 194.000 metri quadrati di superficie, sono i numeri della più grande fiera mondiale dedicata al mondo dell'estetica. Bellezza in primo piano, al Cosmoprof Worldwide di Bologna 2011, con tutte le tecnologie, i segreti e le magie che la cosmesi moderna propone alla donna e all'uomo del nostro tempo per conquistare, riconquistare e mantenere (quasi) intatta nel tempo la perfezione del volto e le linee del corpo. Dal 18 al 21 marzo presso i padiglioni di Bologna Fiere la «nuova voglia di bellezza» sarà lo slogan della manifestazione che da 44 anni parla delle mille sfaccettature dell'estetica e della bellezza e che quest'anno svela e suggerisce un nuovo modo di interpretarle. Non solo bellezza esteriore ma anche di pensiero, di atteggiamento e il desiderio di porsi in positivo. Un traguardo certamente ambizioso ma non irraggiungibile... Un futuro in crescita e uno sguardo indiscutibilmente internazionale è ciò che caratterizza Cosmoprof Bologna 2011. Per uscire da un provincialismo fuori moda e per fare dell'innovazione e dell'internazionalità una garanzia di business e sviluppo delle aziende questa edizione di Cosmoprof vuole dare, e far conoscere, una nuova visione e interpretazione della manifestazione fieristica. Quattro giorni di incontri e scambi non solo commerciali ma anche di carattere etnico/culturale: una vetrina internazionale alla quale sono presenti aziende parmensi note in tutto il mondo per l'alta qualità dei loro prodotti.

Davines e [comfort zone]

Il mondo è sempre più vicino

Visione internazionale, sostenibilità e avanguardia tecnologica: queste le parole chiave dei progetti del Gruppo Davines con le sue divisioni Davines haircare e [comfort zone] skincare.

L'azienda di Parma, orgoglio della città, grazie all'impegno e allo spirito pionieristico del suo Presidente Davide Bollati, guidato dalla forte convinzione imprenditoriale che l'eccellenza dei prodotti e il coraggio di fare innovazione siano gli imprescindibili punti di forza per un'azienda moderna e internazionalmente vincente, propone nuove e efficaci alternative all'offerta delle multinazionali più affermate.

Una realtà imprenditoriale solida e vivace, forte di continui investimenti nella ricerca formulativa e salda nei suoi valori guida: la grande attenzione al pianeta e alle risorse della natura - l'intera produzione avviene con energia da fonti rinnovabili - il forte spirito eco e il benessere lavorativo di tutti i collaboratori, che superano quota 330. «Sono oltre 72 i paesi nei quali siamo presenti e il nostro team è composto da 22 nazionalità: un interessante puzzle di conoscenze e professionalità per affrontare paesi e mercati differenti e in costante evoluzione» - afferma il Presidente Bollati.

Una crescita continua sia a livello nazionale che internazionale come testimonia la sorprendente chiusura del 2010 con un fatturato di oltre 49 milioni di euro (+15% rispetto all'anno precedente). Un'affermazione internazionale



testimoniata dagli oltre 10.000 saloni Davines nel mondo, tra cui spiccano location di prestigio nel cuore di Manhattan, Parigi e Londra, dove nel 2009 Davines ha aperto la sua prima accademia in collaborazione con il flagship salon&spa «Ena-Salon». Anche negli oltre 3000 clienti in tutto il mondo di [comfort zone], lungo è l'elenco di spa prestigiose servite insignite di premi internazionali: il Grand Velas Rivera Maya in Mexico come «best of the best spa hotel», The Well Spa miglior Resort Spa negli U.S.A. dalla prestigiosa Conde Nast Traveller, Hotel Adlon Kempinski Berlin come miglior Spa in Europa da Spa Finde. Altri due speciali riconoscimenti: [comfort zone] miglior brand

per spa in Korea e special no-minee nel Marie Claire Prix l'Excellence come prodotto etico per la linea biologica Sacred Nature.

Un'azienda in cui lo spirito cosmopolita contemporaneo si confronta con le culture antiche. Dal Tibet proviene la bacca del Goji, frutto ricercatissimo per le sue sorprendenti proprietà antiossidanti e ingrediente chiave nel nuovo sistema notte Renight proposto da [comfort zone].

Dalla cultura degli Indio il prezioso olio di Roucou, originario dell'Amazzonia, ingrediente base dell'inedito OI/OIL proposto da Davines, una posizione di bellezza dall'alto potere antiossidante, progettato in un'ottica di sostenibilità e pro-

veniente dal commercio equo-solidale, in perfetta sintonia con l'impegno del Gruppo a difesa dell'ambiente.

Attinge sempre al patrimonio culturale del Tibet lo straordinario Tibetan sound massage proposto da [comfort zone], ispirato al Ku Nye, antica pratica indigena appartenente alla Tradizione Medica Tibetana, una occasione unica di riequilibrio e bilanciamento in cui manualità benefiche e preziosi oli essenziali si uniscono al suono inconfondibile delle campane tibetane.

Non solo richiami al passato e alle sue straordinarie risorse ma anche continua ricerca scientifica e tecnologica: dai laboratori [comfort zone] Body Strategist + night attack



gel, un prodotto sorprendente ed esclusivo per sconfiggere la cellulite anche durante il riposo.

L'esperienza dei rituali e la straordinaria efficacia dei prodotti proposti da Davines e [comfort zone] viene presentata al Cosmoprof in due stand d'autore. Ispirato ai tempi Shintisti, strutture sacre e in stretta connessione con la natura, il nuovo booth Davines firmato dall'architetto giapponese Shigeru Ban, maestro della leggerezza e del riciclaggio ecologico; la fusione tra la sua visione progettuale e il valore di sostenibilità promos-

so da Davines rappresentano un binomio vincente, guidato dal costante rispetto per l'ambiente come testimonia lo spirito green del Gruppo e gli accordi con i progetti Lifegate Energy e IMPATTO ZERO® Lifegate.

Design degli architetti Brambilla e Calvi per lo stand [comfort zone] volto a valorizzare l'anima del brand attraverso la nuova «spa room» che si unisce al progetto di interni dell'area retail per dare al visitatore la sensazione di entrare in un reale centro benessere e per favorire un contatto sensoriale e informativo con tutti i pro-

dotti. Novità anche sul fronte high tech per «[comfort zone]: due postazioni a raccontare l'anima della marca, un Science Table sulle più moderne tendenze cosmetiche e un Brand Table per scoprire in maniera interattiva la storia e i servizi offerti dalla marca.

Un'esperienza multimediale globale quella del Gruppo Davines grazie anche alle inedite App (scaricabili gratuitamente da iTunes) che permettono con un semplice tocco di entrare nell'universo Davines e [comfort zone].

Un mondo quello di Davines e [comfort zone] in costante evoluzione e sempre alla ricerca dell'eccellenza. Il Cosmoprof 2011 sarà infatti l'occasione per presentare il nuovo International Sales Director [comfort zone], Arnaud Diaz, il cui impegno è rivolto a mantenere l'espansione internazionale a forte ritmo e sviluppare un sempre maggior posizionamento non solo sui mercati di Europa e America ma anche sul mercato asiatico in costante crescita.

Stella del Cosmoprof 2011, infine, il nuovo art director Davines Angelo Seminara, astro nascente dell'hair styling internazionale, vincitore del British Hair Dresser of the Year 2010, che sarà tra i principali protagonisti dell'On Hair Industry Show.

Appuntamento con lo show Angelo Seminara for Davines per domenica 20 Marzo alle ore 16.30.

Cosmoprof Bologna 18-21 Marzo 2011 Stand [comfort zone] Pad.15 (C12 D11) Stand Davines pad. 31 (A25 B26).