



40 E NON SENTIRLI
A destra, il temporary Museo Collistar nel giardino di Villa Necchi Campiglio, a Milano, per festeggiare i quarant'anni del marchio. Sopra, alcuni pannelli.

SEGUITO a una visione etica della cosmesi basata sulla salvaguardia della natura. E ancora oggi L'Erbolario tiene fede a questo impegno. Così, in occasione del 45esimo anniversario, l'azienda ha rieditato cinque profumi "indimenticabili", identificati attraverso un sondaggio che ha raccolto circa 18mila preferenze tra le consumatrici assidue del marchio. Ritornano in un'elegante edizione limitata "Orangerie" (1997), "Mandorla" (2004), "Petali & Fiori" (2006), "Neroli Neroli" (2008) e "Dolcelisir" (2010), custoditi in un sacchetto di raso dai toni pastello. E non poteva certo mancare una grafica speciale, segno distintivo del brand, che raccoglie in un intreccio i fiori e i frutti protagonisti delle tante linee. Questa raffinata decorazione accompagnerà i festeggiamenti per tutto il 2023 attraverso una serie di iniziative, che si possono trovare sul sito aziendale (*erbolario.it*). Tra queste, una serie di giornate "Porte Aperte a L'Erbolario" durante le quali la sede lodigiana verrà aperta ai visitatori. «Il mio auspicio

per il futuro è che L'Erbolario, insieme a ciascuno dei nostri clienti, continui a farsi portatore del cambiamento per costruire una società più attenta al pianeta e ai suoi abitanti, a partire dai nostri piccoli gesti di bellezza quotidiani» sottolinea il fondatore dell'azienda Franco Bergamaschi.

Eccellenza Made in Italy

Mettere sempre al primo posto le esigenze dei consumatori. Questo è stato da subito il fil rouge di Collistar, azienda italiana nata nel 1983 che festeggia i 40 proprio quest'anno. E per ricordare la storia del brand che ha accompagnato (e continua a farlo) ogni giorno migliaia di donne nella propria routine di bellezza, una mostra, a Milano, ne ha ripercorso le tappe più importanti. Prodotti innovativi che hanno lasciato il segno e che continuano a essere riformulati perché sempre richiesti, come la Terra abbronzante compatta, le Gocce magiche autoabbronzanti, il famoso Thalasso Scrub.

DIECI CANDELINE
No Hair Supreme Lotion di Skin's (Atar 22) è tra i prodotti più amati dalle consumatrici del marchio dedicato all'epilazione brasiliana.



Senza dimenticare le tante partnership e iniziative per far conoscere le eccellenze italiane. Tra queste la speciale acqua delle Terme Reali di Valdieri in Piemonte, preziosa per la sua purezza e ricchezza di oligoelementi, tra cui zolfo e magnesio, scelta per la Crema Termale Anticellulite.

Trasmettere bellezza

C'è chi pensa che il mondo accademico sia molto distante da quello dell'estetica professionale. E invece l'azienda italiana Atar22, presente sul mercato con il brand dedicato all'epilazione brasiliana Skin's e lo skincare Cellula+, per festeggiare il suo decimo compleanno ha deciso di far dialogare questi due universi a Milano, attraverso il festival "La bellezza consapevole". Progetto culturale ideato per promuovere valori, professionalità e qualità che ruotano intorno alla filiera cosmetica e a chi vi lavora. Sono intervenuti docenti di Filosofia politica e professori di Diritto pubblico comparato di note università, avvocati e il medico Gabriele Savioli, dirigente di Irccs Policlinico San Matteo.

Salute, forma fisica, diritto alla bellezza, canonizzazione estetica, corporeità e piacere sono stati gli argomenti dibattuti per dare alle professioniste dell'estetica tutti gli strumenti utili a trasmettere alle proprie clienti il valore culturale delle scienze cosmetiche. Perché «per poter lavorare nel settore cosmetico è necessario prima di tutto avere piena consapevolezza del concetto stesso di bellezza ed essere in grado di trasmetterlo» ha affermato il presidente di Atar22 Andrea Corda. **io**

© RIPRODUZIONE RISERVATA