



UNIPRO DIVENTA COSMETICA ITALIA

Lo scorso 19 giugno l'Assemblea annuale di Unipro ha deliberato il passaggio del nome dell'Associazione da UNIPRO a COSMETICA ITALIA.

Questa revisione era prevista dal programma triennale della Presidenza per migliorare la percezione del livello di reputazione del settore cosmetico e della sua associazione nazionale di rappresentanza. Nei prossimi mesi si assisterà alla metamorfosi che porterà, anche graficamente, all'identificazione della rappresentanza delle imprese cosmetiche in Cosmetica Italia – associazione nazionale imprese cosmetiche.

E con il nuovo nome l'associazione ha presentato la consueta indagine congiunturale proposta dal suo Centro Studi, che analizza l'andamento dei canali nel primo semestre 2013 e le previsioni per il secondo semestre 2013. La domanda interna genera una previsione negativa sui volumi di produzione per il 2013 e fa segnare un -2,4% per un valore di sell-in (produzione per il mercato interno) che sarà prossimo ai 6.000 milioni di euro. Il valore totale del mercato cosmetico (sell-out) toccherà a fine anno i 9.400 milioni di euro.

La profumeria, con un calo nel primo semestre del 5,1%, che verrà confermato anche nella seconda parte dell'anno, riporta la più importante contrazione tra i canali tradizionali degli ultimi anni, per un valore totale che si aggirerà attorno ai 2.100 milioni di euro.

Negativo anche l'andamento dei canali professionali, estetica e acconciatura, penalizzati dalla minore frequentazione della clientela, condizionata dalla crisi attuale: a fine anno il valore del mercato previsto nei due canali scenderà mediamente di otto punti percentuali toccando il valore di 840 milioni di euro.

In antitesi ai canali in sofferenza, l'erboristeria, anche grazie al fenomeno dei negozi monomarca e del crescente orientamento green dei consumatori, erode sempre maggiori quote di mercato e porta i dati preconsuntivi a +3,5%, con un valore di mercato che a fine 2013 oltrepasserà i 410 milioni di euro. Il rallentamento del ritmo di crescita della farmacia, che dopo anni di trend superiori alla media del comparto ha registrato deboli segnali di difficoltà, sembra esaurirsi per ritornare alla stabilità nel medio periodo. L'andamento del primo semestre 2013 segna un calo dell'1,1%, con previsioni di chiusura del secondo semestre agli stessi livelli: il valore del canale a fine 2013 sarà poco inferiore ai 1.800 milioni di euro.

Nella grande distribuzione si conferma una situazione disomogenea: pur confermandosi il più importante canale di vendita per il cosmetico, il valore del mercato toccherà i 3.800 milioni di euro, condizionato da un primo semestre in calo di 1,5 punti percentuali e da una seconda parte dell'anno con un tasso in negativo di un punto percentuale.

“Il consumatore in Italia - afferma Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia - non rinuncia al cosmetico sicuramente, ma si sposta all'interno dei canali e nelle differenti fasce di prezzo generando quel fenomeno di mercato, noto come effetto clessidra, che evidenzia l'orientamento degli acquisti ai poli opposti dell'offerta. Le imprese italiane assecondano le nuove opzioni di acquisto, che non riducono i numeri di pezzi acquistati, ma sicuramente si razionalizzano nei valori: le alleanze all'interno delle filiere di distribuzione consentono di proporre nuove modalità di shopping experience. Sui mercati internazionali, molto più dinamici del nostro, la competitività del Made in Italy si rafforza proprio grazie alla capacità di ascoltare i segnali di mercato”.

Website: www.unipro.org

F.E.I., RINNOVATE LE CARICHE NAZIONALI

Il 15 luglio scorso si sono svolte le elezioni per il rinnovo delle cariche nazionali del Consiglio Direttivo della Federazione Erboristi Italiani per il quadriennio 2013 - 2017.

L'Assemblea all'unanimità ha confermato quale Presidente F.E.I. & Settore FEI Produzione Angelo Di Muzio (RM).

Questi i nomi degli eletti e i rispettivi incarichi al nuovo Consiglio Direttivo Nazionale F.E.I.:

Vice Presidente Vicario: Alberto Virgilio (UD).

Vice Presidenti Giuseppe Giordano (MI), Gabriella Cavallo (PR), Marco Tinghino (CT).

Consiglieri Nazionali: Pierfranco Bolandini (BS), Sonia Burrai (GE),

Liviano Cardone (TO), Catini Alessandro (VT), Antonio Cecere (FR), Bruno Frandi (VT), Rosario Galeano (CT), Nicolina Marcon (GO), Agnese Nardi (PT), Denis Nardin (UD), Francesco Novetti (MI), Attilio Virgilio (UD).

Agnese Nardi mantiene la carica di Coordinatore Nazionale Studenti/Laureati - CoNELS, mentre

Attilio Virgilio mantiene la carica di Coordinatore Nazionale Settore FEI Produzione.

Segretario Nazionale FEI confermato Wilmer Zanghirati Urbanaz (PU).

Website: www.feierboristi.org

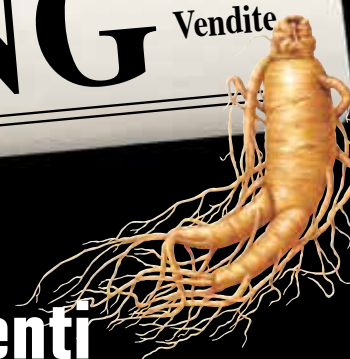
IL HWA SIGILLO ORO

Settembre 2013

news
news

IL GRANDE RITORNO DEL GINSENG

Ricerche
Articoli
Internet
Vendite



La RADICE MILLENARIA vive una stagione di RINNOVATO CONSENSO:

- Nuove RICERCHE scientifiche
- ARTICOLI sui media
- Ampio interesse su INTERNET
- RICHIESTA in aumento

Ai tuoi clienti OFFRI il MEGLIO del GINSENG

IL HWA SIGILLO ORO a differenza di altri Ginseng che possono comportare un senso di eccitazione, non ha controindicazioni perchè bilanciato, cioè completo di tutti i Ginsenosidi, ricavati da radice intera.

Per questo assicura un effetto adattogeno e riequilibrante.



GINSENG IL HWA
SIGILLO ORO
35 ANNI DI QUALITÀ
INDISCUSSA

IL HWA SIGILLO ORO
è un marchio NATURANDO.



DAL 1975 QUALITÀ, EFFICACIA, SICUREZZA.
www.naturando.it



CONVENTION FEDERSALUS E INDAGINE EUROMONITOR

In occasione della XIV Convention Nazionale di FederSalus, che si è svolta lo scorso giugno a Senago (MI), è stata presentata la ricerca sugli integratori alimentari Euromonitor International's Passport effettuata per l'Associazione. Secondo i dati emersi dalla ricerca nel 2012 gli integratori hanno sviluppato un valore pari a 7,5 miliardi di euro in Europa occidentale (Austria, Belgio, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, UK), con una crescita dell'1,5% rispetto al 2011. In questo contesto l'Italia risulta essere il primo paese nelle vendite di integratori e vitamine, con una quota a valore che supera 1,6 miliardi di euro. Il riferimento è alla categoria Vitamins and Dietary Supplements di Euromonitor International che aggrega Dietary Supplements, Vitamins, Paediatric Vitamins and Dietary Supplements e Tonic and Bottled Nutritive Drinks. Nello specifico, *Dietary supplements* è l'aggregazione degli integratori di: calcio, minerali, fish oil, aglio, ginseng, ginkgo biloba, olio di enotera, echinacea, omega 3-6-9, iperico, proteine, probiotici, integratori per la salute degli occhi, pappa reale, coenzima Q10, glucosamina, Sam-e e tutti gli altri integratori diversi dalle vitamine. *Vitamins* aggrega gli integratori multivitaminici e quelli a base di singole vitamine. *Paediatric Vitamins and Dietary Supplements* comprende gli integratori a base sia di vitamine sia di altri componenti non vitaminici studiati specificatamente per i bambini. La categoria maggiormente acquistata è quella delle vitamine, che ha fatto registrare vendite pari a 2 miliardi di euro, con una crescita dell'1% nel periodo 2007-2012: oltre 1,2 miliardi di euro derivano dalla vendita di multivitaminici. La Farmacia e la Parafarmacia (rientrano in questa classificazione i punti vendita identificati come Chemists and Pharmacies, Parapharmacies and Drugstores, Other Healthcare Specialist Retailers) si confermano i canali di acquisto privilegiati, con una quota a valore pari al 62%, mentre

nella Gdo si effettua il 21% delle vendite. Inizia ad assumere un certo rilievo la vendita su canali non tradizionali come internet, che raggiunge quota 17% e mostra un trend in costante crescita. Nello specifico contesto nazionale, i dati positivi di mercato rilevati sono giustificati dalla costante attenzione verso la salute, che si sostanzia nella messa in pratica di strategie per mantenere e migliorare lo stato di benessere, tra cui l'adozione di comportamenti/stili di vita salutari e l'utilizzo di integratori. Lo rileva l'indagine "La ricerca di benessere e il ruolo della farmacia. Le prospettive per le aziende che operano nel mondo della salute", realizzata da GfK Eurisko per FederSalus. Ben 3 italiani su 4 affermano, infatti, di aver fatto ricorso nel corso dell'anno ad almeno un prodotto/integratore per il benessere personale e per gestire piccoli disturbi. Il medico e il farmacista si confermano i principali influenzatori nella scelta dell'integratore. In particolare, al momento dell'acquisto in farmacia, l'attenzione del consumatore non è soltanto focalizzata sul prodotto da comprare, ma sul processo e sull'esperienza di acquisto, che diviene un momento per prendersi cura di sé e per realizzare il proprio progetto di salute, innescando un confronto con il farmacista per acquisire nuove competenze sulla propria salute e sull'integratore selezionato. Sapere, essere consapevoli, saper scegliere e confrontare i prodotti, insomma sentirsi competenti, sono aspetti di un nuovo modello di consumo che già viene messo in atto al di fuori del mondo della salute, e si intreccia alla ricerca di notizie sul web: ben il 65% di chi naviga regolarmente su internet, infatti, si affida alla rete per reperire informazioni sulla salute. "Le ricerche Euromonitor International e GfK Eurisko confermano la dinamicità del settore degli integratori, sostenuto dalla fiducia del consumatore che riguarda l'intera Europa oltre che l'Italia" spiega Marco Fiorani, Presidente FederSalus. "Da qui l'opportunità di costruire un confronto sulle esperienze di altri Paesi, in un contesto mutato dalla crisi economica che interessa l'intero continente europeo".

Website: www.federsalus.it

È NATA L'ASSOCIAZIONE ITALIANA MEDICINA INTEGRATA E FITOTERAPIA

L'Associazione Italiana di Medicina Integrata e Fitoterapia (A.M.I. Fit.) nasce con lo scopo di creare un "network" scientifico e divulgativo centrato sulla ricerca di base e cultura delle piante officinali e alimentari "in toto", ponendo interesse, dunque, a tutto il ciclo produttivo (coltivazione, estrazione, commercializzazione) e alle loro varie applicazioni (farmaceutico, nutrizionale, cosmetico), nonché sulla recentemente validata opportunità di utilizzo sinergico della medicina "integrata" della Persona, che integra, appunto, medicine convenzionali e non, altre complementari e di supporto (medicine naturali e nutri-fitoterapiche, medicine biologico-chimico e fisico-energetico), per la diagnosi, cura, prevenzione o riabilitazione di varie patologie e condizioni, coinvolgendo tutte le figure professionali (medici e farmacisti, veterinari, erboristi, biologi, nutrizionisti, dietisti, agronomi, ecc.) che operano nel settore. Una prima motivazione a tutto ciò deriva dalla constatazione, oramai ineludibile, che viviamo un periodo in cui il ricorso al "prodotto naturale o apparecchio medicale innovativo complementare" è quasi diventato una moda. I fondatori hanno quindi ritenuto utile creare le basi per un confronto serio e scientifico tra professioni-

sti, un luogo di incontro dove potersi scambiare le proprie esperienze, proporre nuovi studi, entrare in contatto con piccole e grandi aziende italiane e internazionali che hanno come comune denominatore la qualità e la corretta produzione e certificazione di prodotti e apparecchiature, così come la ricerca scientifica di base ed applicata. La seconda motivazione discende dal recente fatto che il mese di febbraio 2013, su richiesta governativa, oltre a norme per l'intramoenia, la Conferenza Stato-Regioni ha certificato i criteri per la dovuta formazione sulle medicine complementari di medici, veterinari e farmacisti. Ciò definitivamente riconosce e regola le professionalità di operatori esperti nella ICAM (Integrated Complementary and Alternative Medicine) fra cui fitoterapia, omeopatia e omeotossicologia, agopuntura diagnostica e terapeutica, così come la MTC (medicina tradizionale cinese), l'Ayurveda e le altre (chiropratica, osteopatia, naturopatia) ufficialmente riconosciute dall'OMS-WHO e dalla nota dichiarazione di Terni degli Ordini dei Medici Nazionale e altre iniziative sparse, susseguenti e consimili di altri Ordini/Enti.

E-mail: associazioneamifit@gmail.com

Caffè Verde

Il benessere in forma si tinge di verde.



SENZA GLUTINE
GLUTEN FREE

Oggi il piacere di sentirsi bene non può prescindere dal desiderio di sentirsi anche in forma. Un equilibrio auspicato da molti, che mette in gioco a pieno titolo un ottimale funzionamento del metabolismo. Per sostenerlo e renderlo fisiologicamente efficiente i segreti sono molti, e soprattutto alla portata di tutti. Si può partire dalla scelta di una dieta equilibrata e varia, possibilmente accompagnata dai consigli di uno specialista, che comprende anche l'impegno di bere acqua in buona quantità. L'alimentazione va integrata con il movimento, meglio ancora se si tratta di buon esercizio fisico allenante, costante e senza sforzi fisici esagerati: può essere sufficiente anche camminare tutti i giorni almeno 40 minuti a passo veloce. No al fumo, e sì ad un buon vino, ma solo se con autentica moderazione. I risultati non tardano ad arrivare ed è bene conquistarli poco per volta.

Caffè Verde - Capsule vegetali.

A base di estratto secco di semi di Caffè verde (non tostato) che può favorire una fisiologica azione di sostegno metabolico. L'estratto di Caffè verde utiliz-

zato è ricco di acido clorogenico (45%) e contiene un tenore massimo di caffeina del 5%.

Caffè Verde - Tisana biologica.

Da Erbamea una piacevole tisana biologica formulata con chicchi di Caffè verde (non tostati) BIO, Tè verde BIO e foglie di Menta piperita BIO, e in più il gradevole aroma naturale di Arancio.

Caffè Verde Plus - Compresse.

Un'associazione interessante di estratti di Caffè verde e Açai con L-Carnitina e Cromo. Il Cromo contribuisce al mantenimento di livelli normali di glucosio nel sangue.

Caffè Verde Plus - Fluido concentrato.

Un fluido dal gusto gradevole, da diluire in acqua, a base di succo di Ananas, che contiene estratti di Caffè verde e Açai, L-Carnitina e Cromo, dolcificato con il glucoside della Stevia.

Gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta variata, equilibrata e di un sano stile vita.



ERBAMEA

BENESSERE IN ERBORISTERIA

Via degli Artigiani, 23 - 06016 Lama di San Giustino (PG) - Tel. 0758584031 - Fax 0758584007
Scopri il mondo di Erbamea all'indirizzo www.erbamea.com