

## beauty case | a cura della redazione



### LPG

Anche quest'anno, in occasione della 28esima campagna di sensibilizzazione nei confronti del tumore al seno, **LPG** si impegna per consentire alle donne colpite dalla malattia di ritrovare la serenità e una vita attiva dopo il difficile percorso terapeutico. Due prodotti della gamma cosmetica LPG vestono una speciale grafica "Ottobre Rosa" in edizione limitata: si tratta del **Booster de Vitalité**, nutricosmetico energizzante che aiuta a combattere la fatica e del **Sérum Lissant Hydratation Intense**, trattamento viso idratante e levigante. Per ogni prodotto venduto verrà devoluto 1 Euro e favore dell'associazione "Les Bonnes Fées". [endermologie.com](http://endermologie.com)



### ESTHELOGUE

La cura di sé ha sempre più importanza e l'esigenza degli istituti di bellezza e dei loro clienti è quella di soluzioni di alta qualità, per mantenere a lungo i benefici dei trattamenti viso e corpo ottenuti in cabina. **Esthelogue**, da sempre attenta alle evoluzioni del settore, ha colto questa esigenza ideando una linea di prodotti che amplifica i risultati dei trattamenti. **Esthelogue Beauty Routine** è il kit di 4 prodotti, dal packaging elegante, dedicato al benessere di viso e corpo. Ciascuno riflette la gestualità giornaliera dedicata a sé stessi per la cura della propria bellezza. [esthelogue.com](http://esthelogue.com)

### BIOLINE JATÒ

Bioline Jatò svela il segreto di una nuova giovinezza e propone la **Maschera Notte Effetto Memory**, fiore all'occhiello della linea



**Age Beauty Secret** che interviene sui segni dell'invecchiamento. Trattamento domiciliare rigenerante notturno per viso, collo e décolleté, nutre i tessuti stimolandone i naturali bioritmi. A base di Olio di Canapa, cellule staminali di Olivo Selvatico e Vitamina C, questa preziosa maschera dai riflessi

dorati si adatta alle forme del viso grazie all'effetto memory creando uno strato uniforme e compatto che promuove il rilascio graduale e il massimo assorbimento delle sostanze funzionali.

[bioline-jato.com](http://bioline-jato.com)

### EBRAND ITALIA

Fanno parte della linea **Ebrand Cosmetics**, i **patch occhi e labbra My Cutie Patch**, trattamenti specifici in cellulosa, mirati alla cura di due zone estremamente fragili. Basterà scegliere tra il trattamento più indicato e applicarlo sul contorno-occhi o sulle labbra per 10-15 minuti. Formulati con principi attivi naturali e performanti. Dato il successo dei patch, Ebrand ha da poco lanciato le nuove **maschere viso monouso imbibite My Cutie Patch**: quattro maschere imbibite in tnt per ogni tipologia di pelle, con effetto lift anti-age, anti-age idratante lenitivo, esfoliante purificante e illuminante schiarante.

[ebranditalia.com](http://ebranditalia.com)



## beauty case



### ATAR 22

**Hygderm Hyaluronic+** è un disinfettante mani con Acido Jaluronico che garantisce igiene e protezione in tutte le situazioni, anche in assenza di acqua o a completamento della detergenza delle mani con i normali saponi. Dermatologicamente testato sulle pelli sensibili e stressate, è arricchito con cellule emollienti per una pelle sempre liscia e vellutata. Hygderm Hyaluronic+ è un Presidio Medico Chirurgico con l'80% di alcol in p/p e ha superato i test contro i virus Covid 19. La sua azione è efficace contro i microrganismi patogeni, per la massima tutela e freschezza in ogni situazione. [atar22.com](http://atar22.com)



### B-SELFIE

**B-Selfie Miracle Luxury face cream** è l'innovativa crema viso 24 ore, un trattamento antiage quotidiano da dedicarsi mattina e sera, che agisce sulle cause dell'invecchiamento e potenzia le funzionalità cutanee per una pelle rigenerata, tonica, luminosa e rivitalizzata. Le microcelle ultra-filler del bio-polimero vegetale di Konjac, potente anti-rughe, donano un effetto *replumping* e tensore che distende le linee di espressione. I fitosomi di Acido ialuronico svolgono un'azione ridensificante e gli zuccheri vegetali rafforzano l'effetto barriera per difendere la pelle dalle aggressioni ambientali. Ideale anche come base per il make-up. [bselfie.it](http://bselfie.it)



### BEAUTECH

Fa parte della nuova linea **Al-Femmine, Diade Polvere di Riso**, speciale polvere a duplice azione ideata con componenti naturali che assorbono il sudore in eccesso, aiutano a lenire la pelle arrossata, rispettandone il naturale

equilibrio cutaneo. Grazie a ingredienti come amido di Riso, Aloe vera, oleolita di Malva, Altea e Calendula e olio di Mandorle dolci, dona alla pelle una piacevole sensazione di freschezza e la rende morbida e setosa. In particolare l'amido di Riso, grazie alle sue proprietà lenitive e rinfrescanti, è ideale per la cura della pelle di adulti e neonati, soprattutto in presenza di arrossamento da pannolino. Grazie alla sua delicatezza può essere usato da chi ha la pelle molto sensibile e dona una piacevole sensazione di morbidezza e freschezza. [beautech.it](http://beautech.it)

### REPÊCHAGE

**Fusion Chocolate Espresso** è uno scrub a base di zucchero, polvere di Cacao e polvere di Caffè Robusta. La fragranza percepita è quella del caffè, ad azione tonificante, addolcita dall'aroma del cacao che, ricco di flavonoidi, apporta massima idratazione alla pelle. Allo zucchero, o meglio saccarosio, infine, la funzione di esfoliare meccanicamente apportando contestualmente ingredienti umettanti. L'aroma predominante è quello del caffè i cui benefici sono molteplici: riduce lo stress, migliora le capacità cognitive, aumenta la capacità di attenzione. [repechage.it](http://repechage.it)



## BRAND NEWS

## B-SELFIE



## L'innovazione nel punto vendita

VI PRESENTIAMO IL NUOVO PUNTO VENDITA PHYGITAL FIRMATO B-SELFIE, CON CORNER MULTIMEDIALE DOTATO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE E ALLESTITO GRATUITAMENTE NEI 100 HUB SELEZIONATI TRA I MIGLIORI CENTRI ESTETICI E SALONI DI BELLEZZA PARTNER DEL NUOVO SELF BEAUTY NETWORK ITALIAN STYLE, CHE IL BRAND STA REALIZZANDO CON LA NUOVA CAMPAGNA DI EQUITY CROWDFUNDING.

L'innovazione fa parte da sempre del DNA di **B-Selfie** ed è alla base del progetto del nuovo **Self Beauty Network Italian Style** che il brand innovativo sta realizzando attraverso la recente campagna di equity crowdfunding che unisce il mondo professionale e consumer a quello fisico e digitale. Tutto questo attraverso una piattaforma hi-tech con e-commerce dotata di intelligenza artificiale, che sarà il motore del network e offrirà anche consulenze di beauty specialist e servizi digitali evoluti, **100 Hub territoriali** selezionati tra i migliori cen-

tri estetici e saloni di bellezza e **5 Flagship store** nelle principali città italiane, in cui poter acquistare prodotti e servizi guidati dall'esperienza di personale qualificato e partecipare a iniziative ed eventi glamour.

La continua spinta sull'innovazione è manifestazione della strategia omnicanale del nuovo progetto del network della bellezza ideato dal beauty brand, che rende phygital il punto vendita e lo evolve in Hub, unendo fisico e digitale, per creare un rapporto stretto, di fiducia e personalizzato

con i clienti, attraverso l'offerta di prodotti innovativi, servizi e assistenza nel punto vendita e la tecnologia dei corner multimediali, tutti dotati di intelligenza artificiale e beauty consultant virtuali.

Il nuovo corner multimediale è installato gratuitamente e allestito con prodotti in conto vendita in ogni Hub partner di B-Selfie ed è caratterizzato da un'elevata personalità, riconoscibilità, design, funzionalità e innovazione, per offrire, in-store, una nuova esperienza di consulenza e di acquisto al consumatore. Questo corner sarà collegato anche alla piattaforma hi-tech, che consentirà la promozione dei prodotti, il controllo della giacenza fisica da remoto, il riassortimento automatico, la gestione delle campagne promozionali e degli sconti e, infine, anche la gestione delle fidelity card virtuali attivabili da smartphone.

Il corner è, inoltre, dotato di intelligenza artificiale per un'esperienza di acquisto tailor-made e una consulenza personalizzata, grazie all'assistente avatar B-Selfie. Quando un cliente si avvicina, il corner - che ruota su sé stesso - si ferma e l'assistente avatar di B-Selfie invita ad avvicinarsi alla



sfera in cui prende corpo l'avatar. L'assistente avatar chiede al cliente se vuole fare domande o se vuole effettuare una valutazione estetica del viso, avvicinandosi alla telecamera incorporata nella sfera. Questo esame, guidato dall'assistente avatar di B-Selfie, sarà seguito da consigli sui prodotti da acquistare e sul loro uso, offrendo un'esperienza unica di un acquisto personalizzato.

Negli **Hub B-Selfie** sarà possibile anche effettuare trattamenti di bellezza B-Selfie, ritirare i prodotti ordinati on-line e fare acquisti nel punto vendita. Il ritiro dei prodotti presso gli Hub assicurerà all'estetista un margine del 30% netto IVA, oltre all'indirizzamento di nuovi clienti. Gli Hub saranno soci e partner strategici di B-Selfie e condivideranno i benefici dell'attività pubblicitaria e del consolidamento del network, in termini di ritorno dell'investimento, che prevede il raggiungimento di un valore molte volte superiore allo stesso.

Agli Hub saranno, inoltre, riservate esclusive agevolazioni commerciali come l'invio di promoter almeno 1 o 2 volte al mese, il riassortimento prodotti automatico 1 o 2 volte alla settimana, gli aggiornamenti in diretta, grazie all'interazione costante della piattaforma hi-tech con il punto vendita, la certezza di prezzi di vendita unificati su tutto il territorio italiano per i prodotti B-Selfie e la partecipazione alle campagne-sconto e alle promozioni nazionali.

Gli Hub B-Selfie saranno dunque punti vendita evoluti in chiave phygital, in cui il brand implementa la visita fisica in negozio con la multimedia e l'intelligenza artificiale, che consente di offrire consulenze beauty personalizzate e di leggere il coinvolgimento emotivo personale di ogni cliente, per intensificare la customer satisfaction e creare nuove esperienze in-store di shopping e servizi.

www.bselfie.it  
info@bselfie.it

