

NUOVA ORGANIZZAZIONE IN MAKE UP FOR EVER E ACQUA DI PARMA

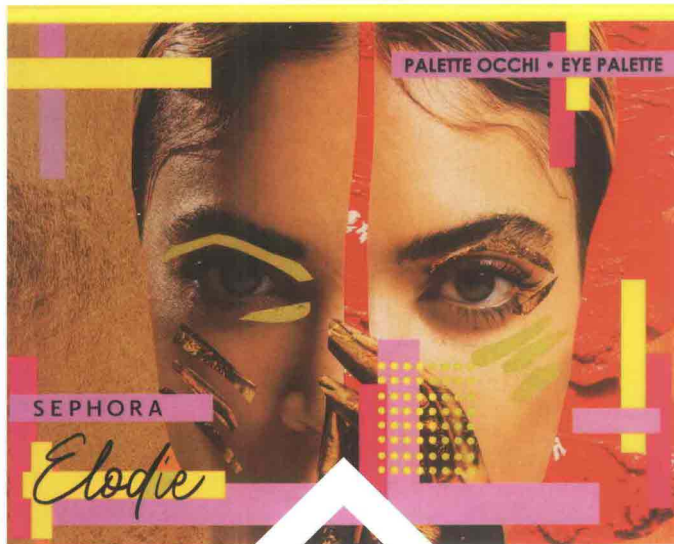
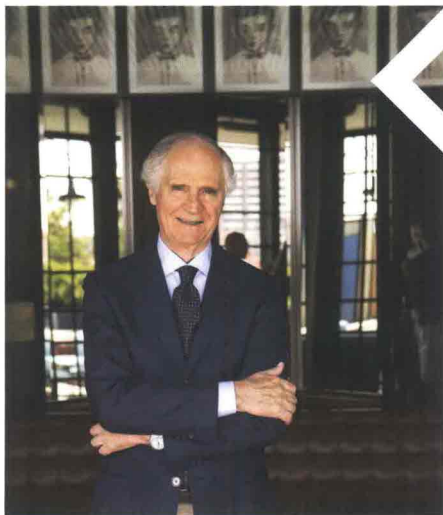
Dal 20 gennaio 2021 Nicoletta Zironi, pr director di Lvmh P&C, e Simona Spalassi, pr coordinator di Lvmh P&C, hanno l'incarico di gestire le pubbliche relazioni e l'ufficio stampa del brand Make Up For Ever, lavorando in stretto contatto per strategie locali e i piani di comunicazione con Vesna Kostadinova, brand manager di Make Up For Ever. Inoltre Camilla Piersanti, già global pr&events coordinator per l'area Asia Pacific e Francia, ha aggiunto alle sue responsabilità anche le pubbliche relazioni Italia per la Maison Acqua di Parma affiancata da Simona Spalassi pr coordinator Lvmh P&C per i contatti con la stampa e le digital pr. Nel suo ruolo, Camilla continuerà a riportare a Valentina Colombo, marketing & communications director e Simona a Nicoletta Zironi, pr director Lvmh P&C.

NOVITÀ PER BEAUTY AND LUXURY

Mentre si confermano gli accordi di successo con Elizabeth Arden, Montblanc, Coach e, più di recente, con Philipp Plein, il 2021 di Beauty and Luxury si apre all'insegna di nuove collaborazioni. La società ha siglato, infatti, partnership distributive con Elie Saab, Iceberg, Kate Spade, che saranno operative già dai prossimi mesi.

ERRATA CORRIGE

In riferimento all'ultima edizione della Mappa del selettivo 2020, sono stati pubblicati dei numeri errati di Rossi Profumi. La catena conta, infatti, nove punti vendita a Reggio Emilia, uno a Coreggio (Re), sette a Torino, due a Parma, due a Modena, uno a Carpi (Mo), uno a Soliera (Mo), sei a Bologna, uno a Faenza (Ra), uno a Forlì, uno a Cesena, uno a Rimini per un totale di 33 negozi, di cui 26 in Emilia Romagna e 7 in Piemonte. Ci scusiamo con i lettori e con gli interessati.



EUROITALIA REALIZZA IL SUO PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Con l'obiettivo di offrire una rendicontazione della performance in materia di responsabilità tecnico-economica, sociale e ambientale, a partire dal 2020 EuroItalia ha avviato un percorso strutturato di formalizzazione e strutturazione delle prassi aziendali già in essere, avviando un processo di formale integrazione della Sostenibilità a 360 gradi, al fine di ampliare e migliorare il proprio impatto in ambito di sviluppo sostenibile. Nasce così il primo Bilancio di Sostenibilità di EuroItalia, che avrà l'ulteriore vantaggio di garantire un monitoraggio costante delle prestazioni aziendali di sostenibilità e aumentare la trasparenza, rafforzando il dialogo con i propri stakeholder.

SEPHORA LANCIA ELODIE XSEPHORA

Sephora sviluppa la sua prima capsule collection tutta italiana e per farlo punta sulla cantante Elodie. Dall'incontro tra il brand francese e l'artista romana nasce, infatti, la capsule ElodiexSephora che è disponibile su sephora. it dall'8 gennaio e negli store Sephora dall'11 gennaio. La collezione comprende due palette, una occhi e una viso, un set di pennelli e una tinta labbra Lipstain tutti volti a esprimere varie sfumature della personalità Elodie, che ha partecipato in prima persona alla scelta di nuance e texture. "Semplice da usare, adatta a vari momenti della giornata e varie occasioni la collezione è frutto di un lavoro durato oltre un anno e iniziato quando Elodie lo scorso gennaio è volata a Parigi per essere

accolta nell'headquarter europeo di Sephora dove ha lavorato insieme al team di sviluppo prodotto Sephora Collection alternando brief ben precisi di shade e modalità di applicazione a racconti di vita personale che il brand ha tradotto in una collezione dai colori bronze e pop" riporta la nota stampa. Tra gli aspetti più interessanti del progetto vi sono sicuramente il naming delle varie nuance - ciascuna prende il nome da una delle persone importanti della vita, privata e non, della cantante, nomi soprattutto di donne che l'hanno accompagnata nel percorso di crescita ed empowerment - e il packaging disegnato ispirandosi ad un collage realizzato ad hoc dalla madre di Elodie, Claudia Marthe Mitai, per esprimere tutte le sfumature dell'anima della figlia. Sul retro è presente anche la firma della cantante.

14

NEWS

PROFUMERIA GRETA DIVENTA NAÏMA BEAUTY BUSINESS PARTNER

Il 2021 di Naïma si apre con un nuovo Naïma Beauty Business Partner: Maurizio Annunziata, e la sua famiglia, con le profumerie Greta, brand che e conta 3 punti vendita tra le province di Caserta e Napoli. Greta è stato creato da Maurizio Annunziata, con la moglie Sarah e i figli, Alessia e Michele e si definisce "beauty factory" per la capacità di integrare i migliori brand del mercato, le tendenze beauty e una forte attenzione all'ascolto delle esigenze dei consumatori. "Maurizio ha da sempre, nel suo Dna, lo spirito imprenditoriale e per questo siamo fieri di accoglierlo insieme alla sua famiglia nel gruppo Naïma. Chiudiamo, o meglio apriamo l'anno con un nuovo importante ingresso, sempre più consapevoli che per crescere si devono avere solide basi e una vision imprenditoriale che punta al futuro" ha commentato Fabio Lo Prato, managing director di Naïma. "Naïma è valori, progetti e concretezza. Questo mi ha conquistato e spinto, insieme a mia moglie e ai miei figli, ad aderire al progetto. Portare a un nuovo livello, grazie all'upskilling e alla strategia omnicanale, la consulenza con un'attenzione alle esigenze del singolo consumatore e non solo al prodotto" ha dichiarato Maurizio Annunziata, amministratore delegato di Greta.



GRIFFE LANCIA GRIFFE COSMETICS

Griffe lancia la sua private label make up. Si chiama Griffe Cosmetics ed è una linea di make up fresca e giovanile, caratterizzata da texture particolari, finish opachi, scintillanti e profumazioni coinvolgenti. "È una vera conquista ma soprattutto fonte di grande orgoglio riuscire ad offrire alle clienti la nostra personale visione del mondo make up, pensato e curato da noi con grande attenzione e cura del dettaglio. Un insieme di prodotti che rispecchia la visione Griffe del mondo beauty e che porta con sé tutti i nostri tratti iconici, dal colore al packaging" ha commentato Francesco Casella, amministratore di Griffe la beautica. La linea si caratterizza per un ottimo rapporto tra qualità e prezzo ed è al momento disponibile su www.profumeriegriffe.com. Inoltre è possibile ordinare i prodotti del brand online e ritirare gli acquisti comodamente presso il proprio store Griffe la beautica di fiducia. Tra i must have nella gamma Griffe Cosmetics gli Illuminanti Viso e i Lip Lacquer Matt Effect, tinte labbra che si asciugano all'istante, pensati per essere utilizzati anche se si indossa la mascherina.



LIUNI ELETTO DIRETTORE OPERATIVO DEL CONSORZIO CHICCA PROFUMERIE

Il consiglio di amministrazione del Consorzio Chicca Profumerie ha nominato Michelangelo Liuni, amministratore unico di Profumeria Pepe Srl e presidente di Fenapro, direttore operativo del consorzio. In questo ruolo Liuni coprirà "le funzioni di relazioni commerciali con tutta l'industria; e si occuperà della progettualità della insegna P (profumeria) per la differenziazione del canale e della formazione delle beauty coach certificate da Fenapro. Liuni avrà inoltre il compito di gestire gli aspetti operativi di rapporto con Fenapro e le sue controllate (MIP), nonché con Npd. La parte di rappresentanza e dei rapporti sociali continuerà a essere gestita dal presidente come è attualmente nel ruolo attribuito. Il Consiglio di Amministrazione fungerà da guida e indirizzo strategico nelle attività operative svolte dal Direttore Operativo, oltre ad avere tutte le competenze e i ruoli previsti dallo Statuto consortile. La nomina segue l'ingresso di Profumeria Pepe in Consorzio Chicca Profumerie.

NUOVE NOMINE IN COTY

Dal 1 dicembre 2020 Simone Dominici ha assunto il ruolo di Executive Vice President Emea (Europa, Medio Oriente e Africa) di Coty. Dominici riporta ad entrambi i CCO della divisione Luxury e divisione Consumer Beauty. Entrato in Coty nel 2018, Simone Dominici ha un'esperienza di oltre 20 anni in ruoli di vertice di grandi multinazionali nei settori FMCG, Fashion, Luxury e Beauty. In particolare nel corso dell'ultimo anno, Dominici ha brillantemente guidato i paesi appartenenti all'area Western Europe nonostante il momento di grande difficoltà. Nel suo nuovo incarico, il suo contributo sarà determinante per accelerare la crescita di Coty.



SLITTAMENTI PER LE FIERE DEL BEAUTY

Cosmoprof Worldwide Bologna ha deciso di posticipare la prossima edizione, inizialmente programmata a marzo. La fiera si svolgerà dal 27 al 31 maggio 2021 a Bologna. "In questi mesi Cosmoprof ha rafforzato il suo ruolo di partner di business fondamentale per l'industria, continuando a offrire soluzioni per fronteggiare lo scenario attuale. Il nostro obiettivo è garantire un'edizione performante e funzionale alle nostre aziende e agli operatori qualificati che visitano la nostra manifestazione (...). continueremo a tenere monitorato l'andamento dell'epidemia, nell'ottica di assicurare a espositori e addetti ai lavori un'esperienza di qualità, in totale serenità e sicurezza" ha commentato Enrico Zannini, direttore generale di BolognaFiere Cosmoprof. Anche il calendario della dodicesima edizione di Esence - The Art Perfumery Event è modificato: la manifestazione si terrà dall'11 al 13 giugno 2021 presso MiCo, Milano Convention Centre. "Stiamo lavorando a questa edizione per renderla ancora più sicura per i nostri espositori e visitatori e il più possibile speciale e innovativa; a tal proposito abbiamo deciso di riposizionare la manifestazione nel mese di giugno al fine di favorire la presenza del pubblico proveniente dai più importanti paesi esteri, nell'ottica di preservare il profilo internazionale dell'evento e lanciare una nuova fase di Esence, ricca di contenuti e approfondimenti" afferma Maurizio Cavezzali, ceo di Equipe Exhibit. Dall'11 al 13 giugno 2021, negli spazi di MiCo, si terrà anche la seconda edizione di Experience Lab - promosso dalla società Experience Me - l'appuntamento dedicato al beauty di nicchia e di eccellenza.