

# IMAGINE

RIVISTA DELLA PROFUMERIA FONDAMENTALE

MENSILE - ANNO 43 - N.12 2017 - € 4,50



**PUPA**  
M I L A N O

**PRIMO PIANO LLUÍS PLÀ LA COSMETICA NEL 2027 FOCUS SUI PROFUMI ESCLUSIVI**



# Mettiamo la CO<sup>2</sup> in fattura

Quanto costa in termini ambientali un trasporto? L'indicazione in fattura delle emissioni potrebbe fornire un nuovo parametro di scelta negli acquisti.

**Il consumatore sceglie** sempre più consapevolmente i propri acquisti. Lo dimostra la crescente spesa per i prodotti bio, così come l'orientamento vegano in ambito alimentare che sta diventando un vero e proprio boom.

**È sempre più informato**, tanto da sapere, per esempio, quanta acqua serve per produrre un chilo di carne e che scegliendo il treno rispetto all'aereo e alla macchina diminuisce il proprio impatto ambientale. Inoltre, un ridotto impatto ambientale può incidere in acquisti importanti, come quello di una vettura, e ancora più a ragione in acquisti quotidiani. Perché quindi non dovrebbe prossimamente esserci un'attenzione per le emissioni dei trasporti merci?

**Il Freight Leaders Council**, associazione di aziende della logistica, ha pubblicato nel 2016 un quaderno sulla sostenibilità nei trasporti e nella logistica e ha indicato alcune azioni per indirizzare e accelerare il cammino verso una maggiore sostenibilità. Uno dei punti raccomandati è l'obbligo di indicare in fattura la CO<sub>2</sub> prodotta in relazione al servizio fornito.

**“Si otterrebbe un risultato di grande importanza** anche per la contrattazione, portandola su parametri più qualitativi - ha indicato Antonio Malvestio, presidente di Freight Leaders Council, su [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info). - La conoscenza della CO<sub>2</sub> prodotta, la possibilità reale di ridurla,

aggiungerebbe una nuova dimensione di concorrenza tra chi esegue il trasporto.

**Le aziende più moderne e meglio gestite** hanno già iniziato a investire sui mezzi (aggiornando il proprio parco mezzi alla categoria Euro 6), sui carburanti (passando magari al GNL), sull'aerodinamica (lavorando accuratamente sui dispositivi già utilizzabili per migliorarla), sugli stili di guida, sui navigatori cosiddetti predittivi (che sono in grado di prevedere le condizioni del traffico), sugli pneumatici, hanno iniziato a gestire i titoli che certificano i risparmi energetici partecipando a progetti anche complessi per la riduzione di emissioni”.

**Secondo il Freight Leaders Council**, la quantità di emissioni prodotte dichiarata in fattura sarebbe una buona pratica, in grado di accelerare l'attenzione in merito e di favorire un confronto tra i vari operatori fornendo ai clienti uno strumento innovativo. Il tutto a vantaggio di un'impronta ambientale ridotta, ma anche di eventuali risparmi economici e, perché no, di una maggiore sicurezza del trasporto e del lavoro. E, chissà, questa buona pratica potrebbe coinvolgere altri comparti, magari anche quelli produttivi e non solo quelli dei servizi.

**Chi acquista bio in Italia?** Il reddito è sicuramente uno degli elementi che discrimina l'acquirente di biologico: come indicato nel corso dell'ultima edizione di Sana, salone internazionale del biologico e del naturale, la quota di frequent user nelle famiglie con reddito mensile medio-alto arriva al 58% contro il 35% delle famiglie meno abbienti. Ma anche la composizione del nucleo familiare incide pesantemente. Dove ci sono bambini con meno di 12 anni, la percentuale di user abituali cresce fino al 56%. Infine, influenzano il consumo frequente di prodotti bio le abitudini alimentari: nelle famiglie in cui ci sono vegetariani o vegani il tasso di frequent user bio sale al 67%.

# IMAGINE

ORGANO UFFICIALE FENAPRO  
Rivista specializzata fondata nel 1975

DIRETTORE EDITORIALE  
**Michelangelo Liuni**

DIRETTORE RESPONSABILE  
**Maria Cristina Milanese**  
cristina.milanese@rcs.it

CAPOREDATTORE CENTRALE  
**Rosy Butera**  
rosy.butera@sfera.rcs.it

REDAZIONE  
**Marta Pacillo**  
marta.pacillo@sfera.rcs.it

PROGETTO GRAFICO  
**Eugenio Schinelli**

CAPOREDATTORE GRAFICO (ad personam)  
**Lorenza Martini**  
lorenza.martini@rcs.it

REALIZZAZIONE GRAFICA  
E IMPAGINAZIONE  
**Giorgia Gullotta**  
giorgia.gullotta@rcs.it

SEGRETARIA DI REDAZIONE  
**Jessica Albarracín**  
jessica.albarracin@rcs.it

HANNO COLLABORATO  
Raimonda Boriani, Monica Catì,  
Giovanna Maffina, Ivan Pestillo, Giuliana Valcavi

STAMPA  
**ErreStampa S.r.l.**  
Orio al Serio (BG)

Registrazione del Tribunale di Milano N°139 in data  
24/3/1986 Iscritta al Registro Nazionale della Stampa il  
10/4/85 al n.1529

A.N.E.S.  
AGENZIA NAZIONALE  
MULTIMEDIALE PER RIVISTE E PUBBLICITÀ

FIGE

CONFINDUSTRIA

RCS MediaGroup S.p.A.  
Via Angelo Rizzoli 8, 20132 Milano

PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO  
**Urbano Cairo**

CONSIGLIERI  
**Marilu Capparelli, Carlo Cimbrì, Alessandra Dalmonde, Diego Della Valle, Veronica Gava, Gaetano Micciché, Stefania Petruccioli, Marco Pompignoli, Stefano Simontacchi, Marco Tronchetti Provera**

DIRETTORE GENERALE NEWS  
**Alessandro Bompieri**

REDAZIONE  
**Via Angelo Rizzoli 8, 20132 Milano**  
Telefono 02 2584 6671 Fax 02 2584 6675

ABBONAMENTI  
**Per informazioni: 02 25846785**  
ORARIO CONTINUATO 9.00-18.00

CONCESSIONARIA  
**RCS MediaGroup S.p.A.**  
- Pubblicità Sfera  
via Angelo Rizzoli 8 - 20132 Milano (MI) Italy  
tel +39 02 2584.6733. +39 02 2584.1 (centralino)

TRAFFICO PUBBLICITARIO  
**Claudia Fieni**  
claudia.fieni@sfera.rcs.it

COORDINAMENTO TECNICO  
**Allen Michi**  
allen.michi@sfera.rcs.it

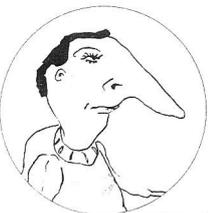
GARANZIA DI RISERVATEZZA  
Informiamo gli abbonati che i dati utilizzati per inviare questa rivista da parte di RCS MediaGroup S.p.A. titolare del trattamento, sono custoditi nella banca dati di RCS MediaGroup S.p.A. sui supporti informatici e sono trattati anche associandoli ed integrandoli con altri Data Base legittimamente utilizzabili, sempre nel pieno rispetto delle misure di sicurezza a tutela della Sua riservatezza. Diritti dell'Interessato (art. 7 del D.Lgs. 196/2003). In qualsiasi momento potrà esercitare i Suoi diritti scrivendo al Responsabile del trattamento c/o RCS MediaGroup, - Via Angelo Rizzoli 8 - 20132 Milano (dm.privacy.sfera@rcs.it) e potrà ottenere gratuitamente l'aggiornamento, la rettifica, la cancellazione o la trasformazione in forma anonima dei Suoi dati.

## Diamanti anti-stress



Che i diamanti siano i migliori amici di una donna lo conferma, dopo la mitica Marilyn, il trattamento esclusivo dell'Hotel Casa Velas di Puerto Vallarta, in Messico. Nella SPA di questo hotel è possibile godersi il Diamante Sublime, un trattamento anti-stress a base di polvere di diamanti, una coccola per purificare corpo e mente, un aiuto per eliminare gli effetti negativi dello stress quotidiano grazie anche a un massaggio che combina le proprietà benefiche del quarzo con quelle rilassanti dello shiatsu.

## LUNGA VITA AL NASO



La rinoplastica è al quinto posto tra gli interventi più richiesti in Italia (dati AICPE), ma oggi si sta diffondendo una tecnica non chirurgica per i difetti minori dovuti anche all'invecchiamento. Si tratta del 'rino-filler', che permette una correzione meramente estetica facendo ricorso agli stessi filler usati per riempire le rughe. "Ci sono piccoli difetti del naso - spiega Carlo Macro, dirigente della divisione di chirurgia maxillo facciale dell'Ospedale San Camillo di Roma - che portano disagio ma non giustificano il ricorso a un vero e proprio intervento chirurgico".

## Luna di miele in SPA



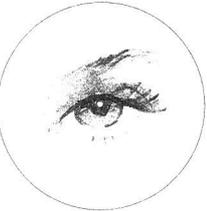
Il turismo wellness cresce a ritmi più sostenuti rispetto al turismo globale e vale ormai oltre 500 miliardi di euro secondo l'ultimo rapporto Global Wellness Economy Monitor. La crescente attenzione alla salute e al benessere psicofisico porta sempre più turisti a includere nella vacanza elementi come SPA, hammam, trattamenti di bellezza, yoga. E le coppie in luna di miele non fanno eccezione. "Quale che sia la destinazione - spiega Catia Ballotta di CartOrange - gran parte delle coppie inserisce almeno un'esperienza ad hoc per coccolarsi e rilassarsi".

## LA DIETA DEL SORRISO



Esistono cibi in grado di mantenere un sorriso sano. Tra questi, grazie all'elevato contenuto di calcio, latte e derivati, ma non solo. Lo specialista di MioDottore.it suggerisce anche biette, spinaci e insalata, che stimolano la salivazione e aiutano a pulire la bocca. Molto utile la frutta croccante e ricca di fibre come la mela e i frutti di bosco, che contengono sostanze antibatteriche capaci di ridurre la placca dell'80%, così come sedano e carote sono ideali per idratare e rapanelli, pomodori, crescione e ciliegie per lo smalto.

## Occhio alle sopracciglia



In grado di valorizzare lo sguardo, le sopracciglia sono le protagoniste assolute di un atelier, The Brow Bar, dove le beauty expert studiano e realizzano la forma più adatta per ciascuna tipologia di viso. Qui vengono valutate le condizioni di salute delle sopracciglia e le eventuali necessarie cure stimolanti e trattanti da fare anche a casa per agevolarne la ricrescita. Quindi, dopo un accurato studio e analisi del sopracciglio e della sua forma, si passa alla correzione ed eventualmente alla colorazione.