

LA RIVISTA DI HOME CARE PER I BUYER DI GD/DO, DRUGSTORE E GROSSISTI
E PER TUTTI GLI OPERATORI DELL'INDUSTRIA E DELLA SUPPLY CHAIN

hC

HomeCare

Supplemento a b2B BeautyToBusiness

Anno 4 - N.4-5 / 2023

Direttore responsabile: Angelo Frigerio



cover story

ITALSILVA: UNA STORIA DI SUCCESSI

Marco Sala, presidente della società brianzola, racconta l'intreccio fra la sua crescita professionale e quella aziendale. Con il recente riposizionamento di Spuma di Sciampagna, che ha portato notevoli risultati per cura casa e persona.

MARCO SALA

GUIDA BUYER

SPECIALE BUCATO
E LAVATRICE

ATTUALITÀ

UE: PROROGA
PER L'ECOLABEL

NEWS

NOTIZIE E PRODOTTI
DAL COMPARTO

COVER STORY
ITALSILVA:
UNA STORIA
DI SUCCESSI



VI-VII

ATTUALITÀ
UE:
PROROGA
PER L'ECOLABEL



XIV

NEWS
LE PRINCIPALI
NOVITÀ DEL
COMPARTO
IV

GUIDA BUYER
SPECIALE
BUCATO
E LAVATRICE

VIII-XIII



Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

Redazione: Corso della Resistenza, 23 20821 Meda (MB) - info@tespi.net - Stampa: Alphaprint - Busto Arsizio (VA) - Una copia 1,00 euro

Anno 04 - N.4/5 2023 Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 181 del 20 Marzo 2007 - Periodico mensile

Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005 - Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro + spese postali - Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.

Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo

Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, Grocery & Consumi, Beverage & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, Made in Italy For Asia, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com, www.technopia.it, www.beauty2business.com, www.hchomecare.it

Chiuso in redazione il 12 maggio 2023



www.beauty2business.com - www.hchomecare.it



www.tespi.net



*La scelta di sostenibilità per l'ambiente,
la persona e la casa, premiata dai consumatori.*



* Ricerca su 12.000 consumatori svolta da **Circana**, su selezione di prodotti venduti in Italia. prodottodellanno.it cat. **Detergenza Casa Green**.

Scopri la gamma completa e le buste ecoricarica su detersivigreenemotion.it

La proposta unica e distintiva che **innova** lo scaffale della detergenza **GREEN**



Green Emotion detersivi è certificato **Ecolabel**
Certificazione ecologica europea di prodotto a ridotto impatto ambientale



È **senza microplastiche** intenzionalmente aggiunte



Non porta pittogrammi di **rischio** e **pericolo**



ASSOCASA: A MILANO, IL 30 MAGGIO, LA PRESENTAZIONE DEL NUOVO OSSERVATORIO SULLA DETERGENZA

Torna l'appuntamento con l'Osservatorio di Assocasa, associazione nazionale di riferimento per l'home care. Un incontro per fare il punto sugli ultimi aggiornamenti del mercato della detergenza insieme agli operatori del settore. Il meeting si terrà il prossimo martedì 30 maggio alle ore 14.30 e si svolgerà in modalità ibrida, con la possibilità di partecipare in presenza presso gli uffici di Federchimica, a Milano. Il programma, dopo i saluti del presidente dell'Associazione, Roberto Ferro, prevede diversi interventi con focus 'Green Deal e sostenibilità: un'opportunità?'. L'incontro sarà moderato da Andrea Ferrarini, membro del consiglio direttivo Assocasa. Juliette Vitaloni, responsabile centro studi e internazionalizzazione Federchimica, terrà l'intervento 'Scenario economico e dei consumi'. Silvia Innocenti, senior analyst NielsenIq, lo speech intitolato 'Evoluzione del largo consumo e market monitor'. Stefano Giunchedi, senior consultant NielsenIq, un focus su 'Sostenibilità: il pensiero dei consumatori tra Green Deal e responsabilità'. Carlo Alberto Buttarrelli, presidente Federdistribuzione, parlerà di 'New Green Deal europeo e sostenibilità: il ruolo della Distribuzione Moderna e le sfide future'. Visti i posti limitati, per partecipare è necessario iscriversi inviando un'email a D.Tarenzi@federchimica.it, specificando la modalità di partecipazione desiderata.

UNILEVER POZZILLI: FIRMA DELL'ACCORDO VICINA

A più di un mese dall'interrogazione al ministro delle Imprese e Made in Italy, Adolfo Urso, da parte del senatore Pd, Daniele Manca, è arrivata la risposta del sottosegretario al ministero, Fausta Bergamotto. Si legge nel documento: "All'esito positivo delle verifiche conseguirà, da parte di Invitalia (Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa), la trasmissione al ministero delle Imprese e del Made in Italy delle valutazioni in merito alla coerenza della proposta con i requisiti previsti dalla normativa applicabile ai contratti di sviluppo, al fine di attivare la procedura negoziata di cui all'articolo 9-bis del decreto 9 dicembre 2014. In conclusione, compatibilmente con i suddetti riscontri e salvo la necessità di acquisire ulteriori informazioni, la sottoscrizione dell'accordo potrebbe intervenire già nelle prossime settimane".

NUNCAS: UNA CAMPAGNA PER 'RINFRESCA GIACCHE E TESSUTI'

Una campagna per il nuovo 'Rinfresca Giacche e Tessuti' di Nuncas. Che rimuove gli odori sgradevoli dagli abiti senza macchiarli. Firmata dall'agenzia creativa Neon 2020, prevede una pianificazione media (affidata a CDiNnovation) per tutto il mese di aprile. Su canali online, social, search, display programmatic e Amazon, oltre alle testate trade. Tre le creatività, che rappresentano altrettante situazioni in cui potrebbe esserci il bisogno di dare una rinfrescata ai capi. "Il Rinfresca giacche e tessuti è un vero alleato nelle situazioni d'emergenza", spiega Carlotta Manzoni, direttrice marketing e comunicazione di Nuncas. "Per questo avevamo bisogno di una comunicazione che fosse quanto più confidenziale possibile, con un tone of voice particolarmente informale e amichevole unito però alla giusta dose di delicatezza nel far passare il messaggio. E questa campagna di comunicazione va proprio in questa direzione".

DECO INDUSTRIE: IL DETERGENTE LAVATRICE LIQUIDO ECOLABEL ELETTO PRODOTTO DELL'ANNO

Il detergente Lavatrice Liquido Lavanda Green Emotion è stato eletto Prodotto dell'Anno, nella categoria Detergenza Casa Green. Un riconoscimento assegnato a seguito di una ricerca svolta da Circana su 12mila consumatori, su selezione di prodotti venduti in Italia. Il prodotto, dal gradevole profumo di Lavanda, è formulato con materie prime di origine vegetale biodegradabili, provenienti da fonti rinnovabili. Ipoallergenico e testato contro i metalli pesanti, è inoltre certificato Ecolabel, non presenta pittogrammi di rischio e pericolo ed è senza microplastiche. Inoltre, il flacone (nel formato da 1.500 ml) è realizzato con plastica riciclata post consumo. Il brand Green Emotion appartiene a Deco Industrie, azienda manifatturiera diversificata su detergenza casa e persona, ma anche alimentare, che opera nel territorio emiliano romagnolo nel rispetto dei principi di sostenibilità ed etica, tutelando il lavoro e il benessere dei dipendenti

INCHIPLA RILANCIAMO LO STORICO MARCHIO KOP CON UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA AD HOC

Lo storico marchio Kop torna sugli scaffali e nelle case degli italiani. Mantenendo la sua forte identità storica: la qualità e l'impegno che hanno reso questo brand grande nei tempi passati. Nato alla fine degli anni '40, nel 1985 era leader assoluto nei detergenti in polvere per le stoviglie. Per l'occasione, Inchipla, azienda che ha recentemente acquistato Kop, ha predisposto una nuova campagna pubblicitaria. Focalizzata sul concetto della qualità, da sempre elemento imprescindibile, è on air dal 16 aprile sia su canali offline (con giornali a copertura nazionale e testate di settore), sia su quello televisivo (con spot sui principali canali generalisti, satellitari e tematici). Oltre a telepromozioni che hanno quali testimonial Paolo Bonolis e Luca Laurenti nei panni di 'Miss Kop'. I nuovi detergenti piatti Kop sono stati studiati per essere in linea con le attuali esigenze di mercato. La polvere detergente in voga negli anni '40-80 si è trasformata in un comodo gel concentrato, che permette di lavare le stoviglie con facilità. Le referenze, declinate in 12 varianti, avranno formati da 500 e 900 ml con formula super concentrata, pack vintage e accattivante, da 750 ml con comodo dispenser, da 1,7 lt formato risparmio Eco ricarica. Il tutto all'insegna della sostenibilità ambientale, con plastica 100% riciclata e una gamma eco ricarica completa. La produzione è totalmente italiana.

ERRATA CORRIGE

Riportiamo il testo per l'azienda Arcasa, in sostituzione di quello pubblicato nel reportage da Marca Bologna sul precedente numero.

ARCASA

CRISTIAN SARTOR, PRESIDENTE

"Il 2022 ha segnato per Arcasa una crescita rispetto al 2021. Non solo per i nostri prodotti ma anche per la Marca del distributore. Siamo quindi soddisfatti dei traguardi raggiunti e per quest'anno punteremo certamente sulle referenze made in Italy e soprattutto eco sostenibili. Tra gli ultimi lanci, segnaliamo Mop3".



SPONTEX MICROFIBRE MAXI FRESH X3

La microfibra Maxi Fresh non è una microfibra come le altre. Grazie al suo trattamento antibatterico con ioni d'argento agisce come uno scudo protettivo, uccidendo il 99% dei batteri* presenti nel panno e impedisce lo sviluppo di cattivi odori. Può essere usata sia bagnata che asciutta e ed è efficace anche solo con l'acqua; quindi, rimuove il 99% di batteri e virus** dalle superfici anche senza il bisogno di alcun detergente. Grazie alle dimensioni XL del panno, si può adattare a tutte le attività della casa garantendo risultati brillanti e un'igiene ottimale!

CARATTERISTICHE E PLUS MARKETING

- **Stop odori** > Il trattamento agli ioni d'argento della microfibra, conferisce un'efficacia anti-odore dirompente. Infatti, agisce come uno scudo protettivo uccidendo il 99%* dei batteri intrappolati nei panni, responsabili dello sviluppo di cattivi odori.
- **Efficace** > Rimuove fino al 99%** dei batteri e virus dalle superfici anche solo con acqua.
- **Dimensioni XL** > per una pulizia di tutte le superfici più rapida ed efficace.
- **Multiuso** > Perfetta da asciutta per catturare la polvere e da bagnata per rimuovere sporco e grasso.

MODALITÀ D'USO

Per migliori risultati, utilizzare il panno in microfibra umido, per rimuovere le macchie di grasso e asciutto per rimuovere le tracce di acqua o lucidare. Adatto a tutte le superfici. Lavabile in lavatrice fino a 40 °C, non utilizzare ammorbidenti e non mettere in asciugatrice.

FORMATO E CONFEZIONAMENTO

Formato 3 microfibre con packaging in carta realizzato con cartone riciclato, senza l'utilizzo di plastica.

NEWS

CERTIFICAZIONI

* Il panno è trattato con un prodotto biocida: nitrato d'argento che uccide il 99% dei batteri E. Coli catturati nel panno. Basato su test interni effettuati nel settembre 2021.

MATERIE PRIME PRINCIPALI/ COMPOSIZIONE CHIMICA:

100% microfibre



** Rimuove il 99% dei batteri E. Coli dalle superfici in vetro e il coronavirus umano dalle piastrelle solo con acqua. Testato da un laboratorio indipendente.



MAPA SPONTEX ITALIA

Spontex è leader mondiale nella produzione e distribuzione di strumenti per la pulizia della casa, per la protezione delle mani e per l'igiene della persona. Da 90 anni offre soluzioni innovative e prodotti adatti ad ogni necessità.

ITALSILVA: UNA STORIA DI SUCCESSI



DI IRENE GALIMBERTI

Se c'è un elemento che caratterizza molti grandi imprenditori, questo è sicuramente l'entusiasmo. Immenso, inesauribile, contagioso. E non è un caso se la parola 'entusiasmante' ricorre per ben due volte nella storia che Marco Sala, presidente di Italsilva Commerciale, ci ha raccontato ricordando il suo percorso professionale e l'evoluzione aziendale. Che di recente ha visto un'ulteriore scelta vincente: il riposizionamento del brand Spuma di Sciampagna. Una strategia che ha portato la 'marca ombrello' a sovraperformare rispetto al mercato.

Siamo curiosi: ci racconta la sua storia professionale?

Inizio la mia attività lavorativa in azienda nella seconda metà degli anni '70, impegnandomi da subito nella vendita. Allora l'attività era molto diversa dall'attuale: l'organizzazione era basata su concessionari che operavano spesso in tentata vendita ed erano distribuiti sul territorio nazionale dal Friuli alla Sicilia, di frequente in località che incontravo per la prima volta. È stato un periodo molto entusiasmante, dove la relazione personale e la capacità di cogliere occasioni che si aprivano a volte inaspettatamente giocavano un ruolo fondamentale. L'azienda cresceva e seguendo gli sviluppi della distribuzione mi sono dedicato alla sua organizzazione commerciale, che si modernizzava con l'inserimento di una rete di agenti plurimandatari. Nel frattempo, mi laureo in Economia Aziendale all'università Bocconi di Milano continuando a seguire le vendite e il mercato. È il periodo in cui nascono le nuove associazioni tra i distributori e arrivano in Italia le catene straniere, in particolare francesi. Sono anni interessanti dove anche la cultura del marketing e del trade iniziano ad 'aiutare' la crescita aziendale. Col passare del tempo, la mia attività introduce una gestione più centralizzata mantenendo sempre vivo il focus sulla vendita e concentrando l'impegno sui marchi entrati a far parte della nostra scuderia, in particolare Spuma di Sciampagna e Sauber. Con gli anni 2000 mi affiancano la direzione vendite, National account manager e Regional diretti che sostituiscono in parte

gli agenti. Avere dei marchi importanti, che devono continuamente rimanere al passo con i cambiamenti sociali e i bisogni dei consumatori per dare risposte utili, coinvolge sempre più la mia attività. Ora, all'alba dei 70 anni, sto assistendo alla conferma che il mio percorso professionale è stato entusiasmante e utile per il successo dei nostri brand.

Si parla di successo, quindi anche di risultati positivi...

Nell'ultimo anno, nei mercati in cui compete, Italsilva è cresciuta del +14,6% a valore (cito dati Circana) con un sell out globale di circa 64 milioni di euro. Una crescita portata sia dalle categorie del cura casa che del cura persona. Anche il 2023 è partito con ottimi risultati in termini di sell out, con un trend di crescita globale (progressivo a valore al 2 aprile) del +32,7%, trainato dalle categorie home care, che stanno crescendo del +51,6%, e personal care (+9%). Tra le famiglie più performanti si confermano gli ammorbidenti concentrati (+71%), i detersivi lavatrice liquidi (+21%) e i bagnoschiuma (+16%).

Quali sono stati i best seller dello scorso anno per il cura casa e per il cura persona?

Per Spuma di Sciampagna nel cura casa le categorie più performanti sono state quelle dei detersivi lavatrice liquidi, che hanno registrato un +10% (contro il 3,6% di crescita registrato dal mercato) e degli ammorbidenti concentrati (+38,6% vs un mercato in crescita del +9,3%). Quest'ultima è la categoria su cui stiamo investendo molto anche in ottica di allargamento dell'offerta. Per quanto riguarda il cura persona, Spuma di Sciampagna ha registrato ottime performance nella categoria bagnodoccia, con una crescita a valore del +21% (vs +7,3% totale mercato) e in quella dei saponi liquidi (+3,9% vs un mercato in perdita del -4,8%, trainati dal formato ecoricarica), categoria in cui Spuma di Sciampagna si posiziona

come secondo brand del mercato per vendite a volume.

Quanto ha influito su questi trend la strategia di riposizionamento del marchio?

Il grosso lavoro fatto sul brand Spuma di Sciampagna, a livello di prodotto e di comunicazione, ci ha permesso di veicolare un'immagine di marca solida e forte, che sta portando ottimi risultati sia in termini di awareness che di vendite. La scelta di rafforzare l'immagine di marca ombrello, presente nel personal care come nel cura casa, con una comunicazione trasversale, ci ha anche aiutato a migliorare la penetrazione sulle famiglie italiane (oggi si attesta sopra il 30%) e ad aumentare la sovrapposizione tra gli user dei due comparti (+13%, secondo dati Gfk, a settembre 2022).

Come avete articolato questo lavoro di rebranding?

Siamo partiti dal ridefinire ed esplicitare il posizionamento di marca, un brand ombrello, appunto, che opera in due segmenti diversi, il cura casa e il cura persona. Abbiamo quindi individuato i valori distintivi, condivisi dai due comparti, consolidati e riconosciuti, che non sono cambiati, ma si sono arricchiti di nuove promesse, perché Spuma di Sciampagna vuole



Marco Sala, presidente della società brianzola, racconta l'intreccio fra la sua crescita professionale e quella aziendale. Con il recente riposizionamento di Spuma di Sciampagna, che ha portato notevoli risultati per cura casa e persona.



relazionarsi con i suoi consumatori in una dimensione più attuale, responsabile ed etica. Valori di marca che corrispondono ai valori della vita delle persone: cura, rispetto, delicatezza, purezza, attenzione, sostenibilità; che si esprimono in prodotti di qualità, garantiti dall'esperienza consolidata di Spuma di Sciampagna. A cascata il lavoro ha poi coinvolto la parte di immagine: restyling del logo, completo rinnovamento del pack design, per poi arrivare alla strategia di comunicazione che si è concretizzata con la produzione di un nuovo spot, declinato per il mondo bucato e personal care.

Quali sono stati i lanci più recenti per il cura casa?

Nell'ultimo periodo abbiamo lavorato per evolvere e rafforzare l'offerta di Spuma di Sciampagna nel segmento 'profumatori'. Il profumo è infatti una delle caratteristiche connotanti del brand, tratto distintivo ampiamente riconosciuto da parte dei consumatori. Gli ultimi lanci hanno riguardato prodotti quali foglietti asciugatrice e Profuma Bucato in formato liquido: entrambe le linee sono state sviluppate come estensioni della categoria ammorbidenti concentrati e propongono le stesse note olfattive al fine di offrire un boost di profumo, sia nella fase di lavaggio che di asciugatura del capo. L'offerta spa-

zia dalle note più tradizionalmente legate alla sensazione di pulito, come Fresca Rugiada, alle profumazioni più calde e avvolgenti delle varianti Soffio d'Oriente e Prezioso Ibisco.

E per il cura persona?

L'assortimento si è arricchito della nuova linea Cremoso composta da bagnodoccia, sapone liquido e saponetta. Una variante dalla profumazione unisex, fresca e delicata, ideale per tutta la famiglia. Come il resto della linea, tutti i prodotti sono dermatologicamente testati, formulati per rispettare il pH naturale della pelle e arricchiti con ingredienti di origine naturale. Questa nuova linea si inserisce in una offerta di profumazioni ricca e articolata: dalle note più fiorite delle varianti Rosa e Vaniglia, Ametista e Orchidea, alle note più calde e gourmand delle varianti Olio di Argan e Patchouli, Latte di Mandorla e Burro di Karité, fino ad arrivare alle note più fresche a base di acqua micellare o al tipico profumo del Sapone di Marsiglia.

Sempre più importante per il vostro marchio sta diventando il rispetto dell'ambiente a 360 gradi. Quali iniziative avete intrapreso in tema di sostenibilità?

L'attenzione nei confronti dell'ambiente è un tema per noi molto importante. Per questo, Spuma di Sciampagna, come tutto il Gruppo di cui fa parte, si impegna costantemente a produrre impiegando materie prime a ridotto impatto ambientale; applicare i migliori standard ecologici in vigore e processi produttivi sempre più sostenibili; ridurre i consumi superflui di energia; abbattere la produzione di rifiuti; garantire la completa riciclabilità degli imballi; introdurre nel soffiaggio dei flaconi in plastica una percentuale di materiale riciclato; sviluppare formule sempre più concentrate, così da impiegare meno acqua, garantendo la stessa efficacia usando un minor quantitativo di prodotto; studiare il design delle confezioni per ridurre la quantità di plastica impiegata; incentivare l'utilizzo del formato 'ecoricarica' (pratiche con-

fezioni realizzate con il 70% di plastica in meno rispetto ai flaconi tradizionali). Tutti i nostri siti produttivi sono, inoltre, privi di amianto e i magazzini di stoccaggio delle merci coperti da pannelli fotovoltaici che permettono la re-immissione di una grande quantità di energia sul mercato.

Avete intrapreso attività anche a livello di Csr?

Da oltre un decennio Spuma di Sciampagna e Italsilva si impegnano a sostenere le popolazioni disagiate e bisognose dell'Africa, attraverso la collaborazione con la Onlus Movimento Shalom: un'organizzazione di volontariato, laica e indipendente, che realizza progetti di solidarietà a livello internazionale. Questo progetto ha portato, nel 2012, alla costruzione di una Casa Famiglia in Burkina Faso, per l'accoglienza di 40 minori, orfani e abbandonati. All'interno del centro è presente una scuola e alcuni piccoli laboratori, dove i ragazzi sono seguiti sia sul piano educativo sia professionale, con l'obiettivo di introdurli nel mondo del lavoro, con l'ausilio di valenti artigiani nei settori della produzione del sapone, della manifattura calzaturiera, della sartoria, ecc. Ogni anno il progetto viene arricchito di nuove iniziative e integrato con attività a sostegno dello sviluppo socio economico e culturale della popolazione.

Come sarà il 2023 di Spuma di Sciampagna?

Anche il 2023 sarà un anno ricco di novità per il marchio. Stiamo infatti lavorando sul nostro assortimento per essere sempre al passo con le esigenze dei consumatori, in particolare in tema di benessere, cura di sé e della propria casa, sostenibilità e attenzione nei confronti dell'ambiente. Senza dimenticare il tema 'prezzo': anche in questo momento storico caratterizzato da un costante aumento dei costi, Spuma di Sciampagna vuole confermare il suo posizionamento con prodotti di qualità al giusto prezzo.





SPECIALE BUCATO E LAVATRICE

DI IRENE GALIMBERTI

In attesa di scoprire l'andamento dei comparti del cura casa negli ultimi mesi - con il tradizionale Osservatorio che Assocasa presenterà a fine maggio in collaborazione con NielsenIq (vedi news a pagina IV) - ci concentriamo su altri dati. Quelli che incoronano i detersivi per il bucato e la lavatrice tra i segmenti merceologici più virtuosi in tema di sostenibilità.

A decretarlo è l'ultimo Osservatorio Immagino Gs1 Italy, rilasciato a metà gennaio 2023. Questa 12esima edizione incrocia le informazioni riportate sulle etichette di quasi 130mila prodotti del largo consumo digitalizzati nell'anno terminante a giugno 2022 dal servizio Immagino di Gs1 Italy (ingredienti, tabelle nutrizionali, loghi e certificazioni, claim e indicazioni di consumo) con le rilevazioni NielsenIq su vendita (retail measurement service) e consumo (consumer panel). Referenze che hanno sviluppato oltre 41 miliardi di euro di sell out, pari all'82,3% di quanto venduto da ipermercati e supermercati nel mercato totale del largo consumo in Italia.

Ma, tornando ai detersivi, quelli per il bucato in lavatrice, insieme agli ammorbidenti, risultano essere tra i prodotti che più hanno aumentato la presenza del claim 'riciclabi-

le' riferito alle confezioni; così come quella del claim 'con materiale riciclato'. Quest'ultimo registra un'offerta in crescita del +26,6%, grazie soprattutto, secondo l'Osservatorio Immagino, all'aumento di referenze per il bucato, ammorbidenti, bagnoschiuma e docciaschiuma, accessori per la pulizia.

Più in generale, tra i comparti merceologici in cui viene comunicata la riciclabilità dei prodotti, il cura casa, i prodotti per la cosmetica e i detersivi per stoviglie hanno il 100% delle referenze con confezioni totalmente o largamente riciclabili. Altri comparti del cura casa (come i detersivi per bucato, gli insetticidi, i deodoranti per ambienti) sono vicini al 99% delle referenze.

Un segmento sempre più green, dunque. Come dimostrano anche le proposte presentate, nelle pagine a seguire, dalle aziende. Che sempre più ricorrono all'innovazione per attirare l'attenzione di un pubblico molto più attento non solo alle performance, ma anche al servizio, alla praticità e, non da ultimo, all'impatto sull'ambiente. Legato non solo alle confezioni, ma anche alle formulazioni. Che diventano concentrate, sempre più naturali, in alcuni casi completamente biodegradabili.

NATURA AMICA

ECODETERSIVO CAPI COLORATI



L'Ecodetergente in polvere Capi Colorati di Natura Amica è formulato con soli ingredienti biodegradabili provenienti da fonti rinnovabili e sicuri per il lavaggio dei capi colorati, senza rischio di scolorimento. Aiuta a mantenere i colori brillanti nel tempo. La formula vegana ed ecologica (acido citrico, sapone marsiglia, maltodestrine), priva di sostanze chimiche dannose, è efficace sia a mano che in lavatrice, già alle basse temperature, mentre, la presenza di un'elevata quantità di enzimi naturali ne garantisce l'efficacia anche a basse temperature. La composizione è arricchita con allume di rocca che fissa i colori e li rende luminosi e lucenti, evitando la pericolosa trasmutazione del colore. Gli speciali tensioattivi, una volta individuata la macchia, la circondano e ne permettono la dispersione nell'acqua, pulendo il capo e conservando intatto il colore. In Doypack da 250 grammi.

Certificazioni: Aiab, Vegan.

ECODETERSIVO CAPI SCURI



L'Ecodetergente in polvere Capi Scuri e Jeans di Natura Amica è formulato con soli ingredienti biodegradabili provenienti da fonti rinnovabili e sicuri per il lavaggio dei capi scuri e dei jeans senza rischiare di scolorirli. La formula vegana ed ecologica (allume di rocca, bicarbonato di sodio, sapone marsiglia, maltodestrine), priva di sostanze chimiche dannose, è efficace sia a mano che in lavatrice, già alle basse temperature. Grazie a una miscela di enzimi attivi e di inibitori del colore, tutti di origine naturale, impedisce al colore stesso di passare da tessuto a tessuto, evitando spiacevoli incidenti. La sua azione è potenziata da speciali tensioattivi capaci di individuare la macchia, circondarla e disperderla nell'acqua. Il risultato: capi puliti e colori intatti. In doypack da 250 grammi.

Certificazioni: Aiab, Vegan.

www.naturaamica.care

LISCIVA FORTE SPECIFICA ANIMALI



La Lisciva Forte Biologica di Natura Amica, grazie alla sua formula vegana e ai suoi ingredienti naturali e biodegradabili ricavati da fonti rinnovabili, è una soluzione efficace e sicura per lavare a mano o in lavatrice, igienizzando e deodorando, tessuti e indumenti che sono a contatto con gli animali domestici. La formula (percarbonato di sodio, acido citrico, sapone marsiglia, maltodestrine), altamente solubile in acqua e facile da risciacquare, non lascia residui sui tessuti e nelle fibre: la biancheria è più morbida, senza bisogno di aggiungere ammorbidente spesso causa di reazioni allergiche per via della presenza di profumi persistenti. In doypack da 120 grammi.

Certificazioni: Aiab, Vegan.

ITALSILVA COMMERCIALE - SPUMA DI SCIAMPAGNA

AMMORBIDENTI CONCENTRATI



Ammorbidenti concentrati che profumano di più e più a lungo, grazie a una tecnologia studiata per il rilascio graduale del profumo. In lavatrice o a mano, si ottiene un bucato extra morbido. Tutti gli ammorbidenti concentrati sono 100% italiani, dermatologicamente testati e utilizzano flaconi prodotti con plastica riciclata e completamente riciclabile. La gamma è declinata nelle varianti: Fresca Rugiada, Abbraccio Delicato, Soffio d'Oriente, Carezza d'Argan e Prezioso Ibisco. In flacone da 600 ml (30 lavaggi).

www.spumadisciampagna.it

NUOVA LINEA PROFUMA BUCATO



La linea multifunzione Profuma Bucato, arricchita con oli essenziali di origine vegetale, è composta da tre fragranze nel flacone da 230 ml. Fresca Rugiada, con olio essenziale di eucalipto, dalle note purificanti e rinfrescanti. Soffio d'Oriente, con olio essenziale di arancio amaro, dalle note calmanti per combattere lo stress. Prezioso Ibisco, con olio essenziale di arancia dolce dalle note calmanti, ideali contro l'insonnia o gli stati di ansia. La formula concentrata garantisce profumo per 12 settimane. Il tappo dosatore salvagocchia ne facilita l'utilizzo. Questi profumatori possono essere usati in diversi modi. In lavatrice bastano 8 ml per un bucato profumato, con la possibilità di abbinare il prodotto all'ammorbidente. In asciugatrice, mettendo 8 ml di Profuma Bucato su un panno di cotone da inserire all'interno. Sui pavimenti e le superfici dure di casa, per ambienti profumati, dosando 30 ml di prodotto in 5 lt di acqua.

IN.CHI.PLA.

LUXURY LINEA AMMORBIDENTE CONCENTRATO ECORICARICA



La linea Luxury Ammorbidente Profumo d'Autore è stata studiata per regalare le note dei profumi più amati sui capi, incredibile morbidezza e freschezza che durano a lungo. Nel formato ecoricarica da 1l (80 lavaggi), per un maggior risparmio e più rispetto per l'ambiente.

Certificazioni: Iso 9001:2015; Aise.

www.inchipla.com

HENKEL ITALIA

DIXAN PULITO PROFONDO



Il nuovo Dixan non solo dona ai capi il pulito profondo tipico del brand, ma assicura anche freschezza igienica per la lavatrice. Efficace già a basse temperature, la formula rimuove le macchie più ostinate e i cattivi odori dalle fibre, proteggendole dall'ingiallimento e garantendo ai capi una freschezza di lunga durata. In più, agisce anche sulla lavatrice, combattendo i residui visibili e invisibili che nel tempo producono depositi causa di cattivi odori. Dixan Discs 23 lavaggi: Box composta dal 50% di plastica riciclata. Plastica ed etichetta in carta riciclabili. Dixan Liquido 24 lavaggi: Flacone riciclabile e composto da 25% di plastica riciclata.

Certificazioni: Charter Aise for 'Sustainable Cleaning'.

www.dixan.it

FATER

ACE GENTILE



Ace Gentile è la candeggina delicata, a base di ossigeno attivo, studiata appositamente per i capi colorati. È un'alleata sicura per il lavaggio di tutti i tessuti, anche quelli sintetici o più delicati come lana e seta. Con la sua nuova formula potenziata, Oxy Color, Ace Gentile, rispetto alla precedente versione, è ancora più efficace nella rimozione delle macchie grasse e, aggiunta a ogni lavaggio, igienizza il bucato rimuovendo germi e batteri. Da oggi cambia look, attraverso una nuova bottiglia, dal design moderno ed ergonomico, caratterizzata da un nuovo colore verde salvia. Prodotta in Italia, nell'impianto Fater situato in Molise, è disponibile in due varianti: Fresco Profumo e Lavanda e Muschio Bianco, nei formati 0,95 lt; 2,3 lt; 3,1 lt.

www.ace.it

ALLEGRO NATURA

BIOERMI BUCATO



Bucato in polvere con olio essenziale di lavanda. A base di tensioattivi vegetali, proveniente dall'olio di cocco e olio essenziale di lavanda. Certificato da agricoltura biologica controllata. Sacchetto di carta da 500 grammi.

www.allegronatura.it

PIERPAOLI

PIERPAOLI EKOS
CASA

Pierpaoli Ekos propone una selezione di quattro prodotti specifici per tessuti e bucato. Eco Bucato per bucato a mano e in lavatrice (2 lt); Eco Smacchiatore Pretrattante (500 ml); Eco Ammorbidente (1 lt) ed Eco Capi Delicati (1 lt). Tutti formulati con olio essenziale di lavanda, dermatologicamente testati alle condizioni d'uso e con flaconi in 100% plastica riciclata.

Certificazioni: Icea Eco Detergenza e Vegan Society Uk.

www.pierpaoli.com

ALMACABIO

BUCATO DELICATO
BABY

Il detergente per il bucato dei bambini unisce alla pulizia una preziosa capacità igienizzante. Ideale per la pulizia dei pannolini lavabili, perché non lascia sui tessuti residui aggressivi che possono irritare la pelle. Non contiene enzimi, fosforo, fosfati, sbiancanti ottici, ingredienti di origine animale. In flacone da 1000 ml.

Certificazioni: Bio C.E.Q., VeganOk.

www.b2b.almacabio.com

OROSOAP

ORO BUCATO LAVATRICE
CLASSICO

Oro Bucato lavatrice è l'unico detergente con base di vero sapone molle di Marsiglia. Ideale per il lavaggio del bucato normale e delicato, sia a mano che in lavatrice. Unisce l'innovazione dei moderni prodotti con la tradizionale forza pulente del vero 'Sapone Molle vegetale'. Dona alla biancheria un antico profumo di pulito fresco e duraturo. In flacone da 2 lt.

www.orosoap.com

OFFICINA NATURAE

DETERSIVO IN POLVERE LAVATRICE ECOLOGICO CONCENTRATO SOLARA



Detersivo in polvere lavatrice ecologico con formula molto concentrata: consente di risparmiare, perché permette fino a 23 lavaggi col formato da 1 Kg e 34 col formato da 1,5 Kg. Contiene tensioattivi di origine vegetale italiana da Brassica carinata. È indicato per lavaggi a temperature superiori a 40° C. Grazie alla presenza del per-

carbonato smacchia e igienizza. Delicatamente profumato con olio essenziale di lavanda biologico. Grazie all'amido di riso e alla glicerina vegetale, conferisce morbidezza ai tessuti. Consigliato per il lavaggio dei pannolini lavabili e degli assorbenti lavabili resistenti. Non contiene: antiridessanti di origine petrolchimica, conservanti, fosfati, coloranti, sbiancanti ottici, zeoliti, Taed, antischiuma siliconici, policarbonati. Il prodotto è facilmente e rapidamente biodegradabile o fotodegradabile. Nei nuovi sacchetti richiudibili in Ldpe04 da 1 Kg e 1,5 Kg.

Certificazioni: Eco Detergenza Icea.

www.officinaturae.com

CHIMICLEAN

DEODUE MORBIDO AMMORBIDENTE



ChimiClean presenta l'ammorbidente microincapsulato concentrato Deo Due Morbido. Rinnova e protegge i tessuti, conferendo una morbidezza eccezionale e un profumo intenso di pulito che dura per settimane. La formula esclusiva a base di Nanocaps racchiude principi attivi, profumo e agenti ammorbidenti che penetrano a fondo nelle fibre dei tessuti. Il risultato è un capo straordinariamente morbido, igienizzato, facile da stirare e con un'intensa fragranza di pulito. Disponibile in flacone da 1 Lt (x6pz, o x20pz).

www.chimiclean.it

LA SAPONARIA

ECOMARSIGLIA



EcoMarsiglia è un sapone per il bucato, ideale per il lavaggio a mano e per il pretrattamento delle macchie difficili. Delicato con la pelle ed efficace sui tessuti, realizzato secondo il metodo tradizionale della saponificazione a freddo. EcoMarsiglia è un prodotto a base di olio di cocco biologico ed extravergine d'oliva da agricoltura biologica, arricchito con olio essenziale di tea tree e di citronella che donano un profumo fresco e aiutano a disinfettare i capi. Nel formato da 200 grammi.

Shelf life: 30 mesi. Pao: 6 mesi.

Certificazioni: Ccpb.

www.lasaponaria.it

COPYR

STIRA E AMMIRA



La nuova linea Stira e Ammira per la cura dei capi d'abbigliamento. Composta da Appretto (650 ml); Smacchiatore a Secco (210 ml); Cattura Colore Standard (20 Pz); Cattura Colore Igienizzante (20 Pz); Gel Enzimatico (500 ml); Trigger Smacchiatore Rtu (750 ml).

www.copyr.eu

COSWELL

DRAGO PULISAN IL CURA LAVATRICE ANTICALCARE IGIENIZZANTE



Il Curalavatrice Anticalcare Igienizzante rimuove efficacemente i depositi di calcare dalle parti nascoste della macchina, da filtri e tubature, evitando così di compromettere il funzionamento e le prestazioni di lavaggio della lavatrice. La speciale formula Drago Pulisan rimuove inoltre residui di sporco e batteri già a basse temperature eliminando i cattivi odori e donando una piacevole profumazione di pulito. È consigliato effettuare il trattamento una volta al mese. Flacone da 250 ml, contenuto all'interno di un astuccio.

www.coswell.biz

LA NORDICA - WHITE CASTLE

SAPONE DA BUCATO MARSIGLIA



Sapone da oli vegetali, con ingredienti naturali e sostanze emollienti, neutro, delicato sui tessuti e sulle mani. Indicato per lavaggio a mano, anche di capi delicati e consigliato per pre-trattare le macchie. Biodegradabile, nickel tested e dermatologicamente testato. Disponibile nelle versioni: 100% puro senza profumo o 100% igiene con aggiunta di olio essenziale di tea tree e citronella. Confezione da 250 grammi (astuccio in cartoncino Fsc).

www.whitecastle.it

FASS

SPAZZOLA BUCATO
SOFT TOUCH

Spazzola bucato ergonomica con impugnatura in gomma Soft Touch e logo personalizzabile. Design depositato esclusivo Fass. Ciascun pezzo ha etichetta personalizzabile e numero di pezzi per scatola variabile in base alle esigenze del cliente. Il Supporto è in PP (omopolimero) e fibra PP 100% riciclata.

www.fass.it

GERMO

DISINFETTANTI CURA BUCATO
(3 PRODOTTI)

I disinfettanti Germa studiati per la cura del bucato sono Presidi Medico Chirurgici, autorizzati dal ministero della Salute. Sicuri, biodegradabili, con testata efficacia contro funghi, germi, batteri e allergeni. Indicati per il bucato di tutta la famiglia, preservano l'integrità dei tessuti e dei colori, lasciando una profumazione gradevole. Ottimi per tutti i tessuti, compresi quelli sportivi: i componenti combattono le fermentazioni organiche responsabili dei cattivi odori eliminandoli anche durante il lavaggio a freddo. Tutte le formule sono indicate sia per il lavaggio a mano che in lavatrice. La gamma comprende Additivo Disinfettante Oxy, a base di ossigeno attivo (flacone da 900 ml, scatola da 12 flaconi); Disinfettante Bucato (flacone da 1.000 ml, scatola da 12 flaconi); Disinfettante Ammorbidente (flacone da 1.000 ml, scatola da 12 pz).

www.germo.it

SOL.BAT

BUCATO A MANO E LAVATRICE
CELITO LINDO

Derivato da un'antica formula, è adatto per il bucato a mano e in lavatrice. Grazie al sapone di derivazione naturale contenuto, è fortemente attivo contro ogni tipo di sporco, su tutti i tessuti. Per lo sporco più difficile (unto, grasso), applicare direttamente sulle macchie un po' di prodotto, strofinare leggermente e procedere al normale lavaggio. Formato 2 lt, scatola da 6 pz. Tappo dosatore da 35 ml.

www.solbat.it

A. SUTTER

GENERAL 5IN1



Il nuovo General è il detersivo che semplifica la vita. Ideale per tutti i tipi di bucato, la nuova formulazione è efficace con 5 azioni in 1 unico prodotto: sciogli-macchia, a basse temperature, bianchi brillanti, colori protetti e fresche profumazioni. Disponibile in numerosi formati e nelle seguenti varianti: Liquido Universale, Color, Freschezza+Igiene e Polvere Universale.

www.generaldetersivo.it

TAVOLA

SALVIETTE PROFUMA BIANCHERIA
PER ASCIUGATRICE ALLA LAVANDA

Le salviette profuma biancheria per asciugatrice Orphea sono impregnate di essenze concentrate al profumo di Lavanda Maillette, che rilasciano un profumo inebriante che dura a lungo sul bucato. Ideali per tutti i cicli di asciugatura. Pack contenente 20 salviette.

www.orphea.it

GREENPROJECT ITALIA

GREENNATURAL ECOLAVANDERIA
SMACCHIATORE PRETRATTANTE
CON OSSIGENO ATTIVO

Lo Smacchiatore Pretrattante Greenatural a base di ossigeno attivo è ideale per togliere le macchie più ostinate dai tessuti bianchi o colorati. Con 96% ingredienti di origine naturale, elimina macchie ostinate come tè, caffè, vino rosso e molte altre, agendo già alle basse temperature. Spruzzare sulla macchia e lasciare agire qualche minuto. La formula ecologica entra in profondità nelle macchie facilitandone la rimozione durante le fasi successive di lavaggio. No Ogm, come da disciplinare Icea. In formato da 500 ml, flacone in R-Hdpe (75% plastica riciclata) + erogatore spray. **Certificazioni:** Icea Eco Detergenza.

www.greenatural.it

I.C.E.FOR

L'ECOLOGICO FRESCO BUCATO



Detergente per lavatrice, dal gradevole profumo, ideale per tutti i tipi di tessuti. La formula è ricca di tensioattivi di origine vegetale, ricavati dai residui della lavorazione di barbabietola e grano, da coltivazioni non sottratte al consumo umano, facilmente, rapidamente e completamente biodegradabili. Senza coloranti, Edta e fosfati. Flacone in plastica 100% riciclata da raccolta differenziata (certificata Plastica Seconda Vita). Flacone da 1,5 litri. Confezioni da 6 flaconi.

Certificazioni: Ecolabel, Prodotto Consigliato da Legambiente, Plastica Seconda Vita, EcobioVegan, Aise Charter.

www.icefor.com

ITALCHIMICA

DUAL POWER
LAVATRICE RELAX

Dual Power Lavatrice Relax ha un profumo unico dalle note fresche. La sua formula, priva di microplastiche dannose per l'ambiente, è potenziata con enzimi attivi e ingredienti sgrassanti per rimuovere le macchie più difficili rispettando i tessuti e i colori. Flacone Blu intenso da 2 lt con un comodo manico per un utilizzo facile e sicuro.

www.italchimica.it

TEANATURA SOCIETÀ BENEFIT

RI-DETERSIVO BUCATO
A MANO E LAVATRICE

Uno dei fiori all'occhiello della detergenza ecologica Tea: il primo detersivo ottenuto da oli alimentari post-consumo recuperati. Rende il bucato morbido e pulito. Il Ri-Detersivo Tea è altamente concentrato ed economico, con un solo litro di prodotto si possono effettuare fino a 22 lavaggi in lavatrice. Più del 50% del tensioattivo è ottenuto da oli di recupero appositamente filtrati, deodorati, chiarificati e infine saponificati. Scegliere il Ri-Detersivo significa: per ogni Kg di oli post-consumo si ottengono 17 Kg di detersivo

pronto all'utilizzo, quindi un rifiuto fortemente impattante e inquinante come un olio esausto viene Ri-Utilizzato e Ri-impiegato rendendolo 100% biodegradabile. Abbattimento dei costi di recupero e di smaltimento degli oli esausti. Doppio utilizzo di una materia prima vegetale di origine agricola. Minore importazione di olio di cocco da paesi terzi. Abbattimento di Co2 immessa nell'atmosfera. Disponibile nei formati da 1 lt, 5 o 10 Kg.

www.teanatura.com



UE: PROROGA PER L'ECOLABEL

Gli attuali criteri per l'assegnazione dell'etichetta a detersivi e detergenti saranno validi almeno fino al dicembre 2026. Il testo della Commissione Europea.

A CURA DI IRENE GALIMBERTI

L'Unione Europea ha modificato il periodo di validità dei criteri per l'assegnazione del marchio Ecolabel ai detersivi e dei relativi requisiti di valutazione e verifica. Si legge infatti nella Decisione (UE) 2022/693 del 27 marzo 2023 (pubblicata nella G.U.U.E. del 29 marzo 2023, n. L 91): "Al fine di concedere tempo sufficiente per portare a termine i processi di revisione e di garantire ai titolari delle licenze di poter continuare a commercializzare i prodotti tra la versione attuale e quella riveduta dei criteri, è opportuno prorogare fino al

31 dicembre 2026 il periodo di validità degli attuali criteri e dei relativi requisiti di valutazione e verifica".

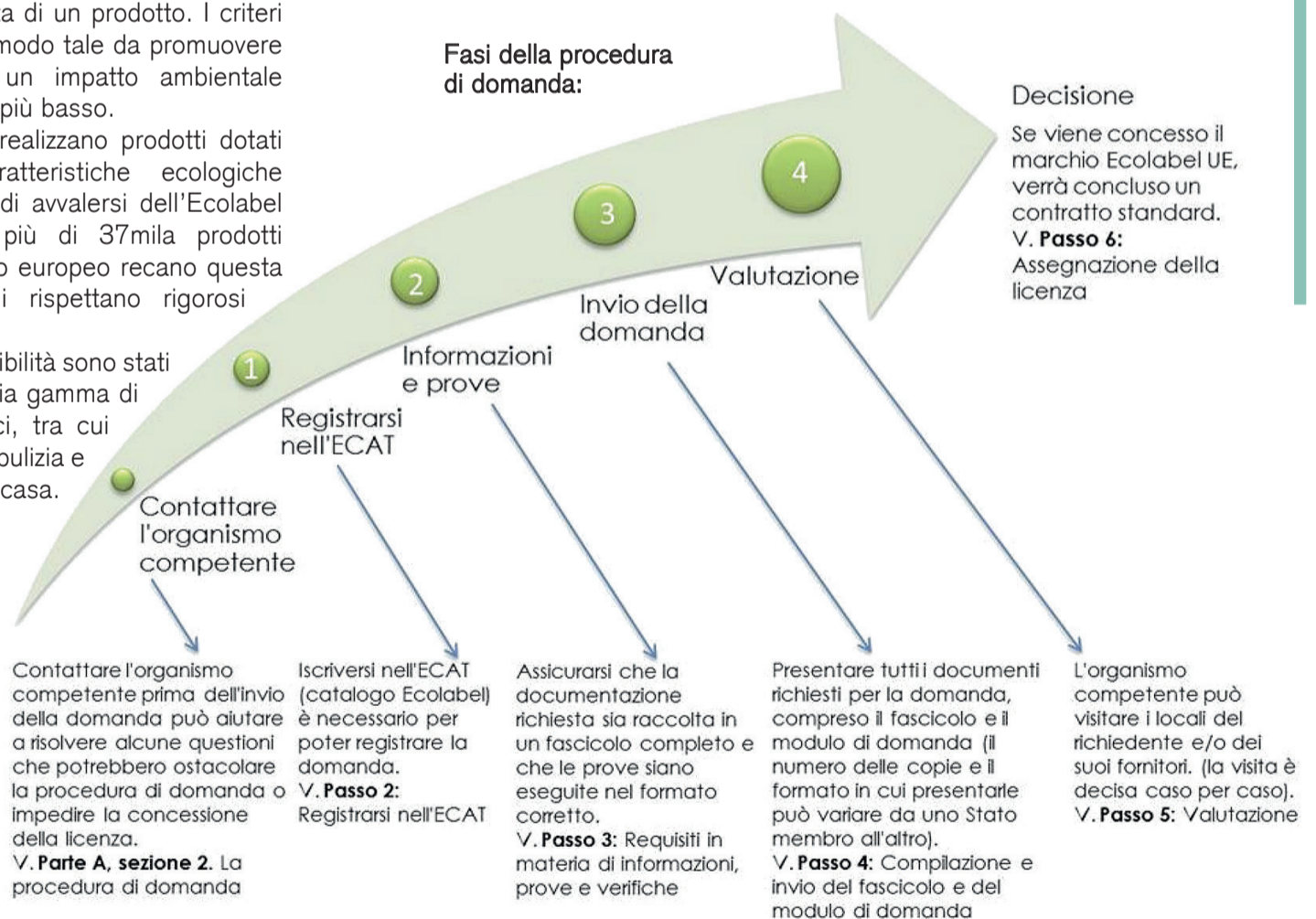
Questo vale, si legge, per i detersivi per piatti, i detersivi per lavastoviglie industriali o professionali, i detersivi per lavastoviglie, i prodotti per la pulizia di superfici dure, i detersivi per bucato e i detersivi per bucato per uso industriale o professionale. Per i servizi di pulizia di ambienti interni, invece, il periodo di validità dei criteri attuali e dei relativi requisiti di valutazione e verifica dovrebbe essere prorogato fino al 31 dicembre 2027.

MARCHIO ECOLABEL UE

Il marchio Ecolabel Ue intende ridurre al minimo i vari impatti ambientali in ogni fase del ciclo di vita di un prodotto. I criteri vengono fissati in modo tale da promuovere i prodotti aventi un impatto ambientale complessivamente più basso.

Le aziende che realizzano prodotti dotati di eccellenti caratteristiche ecologiche possono chiedere di avvalersi dell'Ecolabel Ue. Attualmente più di 37mila prodotti venduti sul mercato europeo recano questa etichetta e quindi rispettano rigorosi criteri ecologici.

I criteri di ammissibilità sono stati definiti per un'ampia gamma di gruppi merceologici, tra cui tutti prodotti per la pulizia e la detergenza della casa.



VANTAGGI

L'etichetta Ecolabel:

- Fa sapere ai clienti che il prodotto rispetta criteri ecologici rigorosi, spingendoli ad accordargli più facilmente la preferenza
- È verificato da terzi e riconosciuto in tutti i paesi dell'Ue
- Migliora la reputazione dell'azienda perché ne evidenzia la responsabilità sociale

COME FARE DOMANDA?

La procedura si suddivide in sette tappe. Il marchio viene rilasciato dall'organismo nazionale competente, previa verifica della domanda.

La domanda di assegnazione del marchio richiede il pagamento di un diritto, in euro, con una cifra modulata in base alla grandezza della società richiedente.



KOP

Il Brillapiatti

UNO STORICO ALLEATO CONTRO LO SPORCO OSTINATO,

KOP, FA BRILLARE LE TUE STOVIGLIE!!!

