



BELLI DENTRO E FUORI

SONO TANTE LE NOVITÀ DI B-SELFIE PER LA BELLEZZA DEL CORPO E DELLA PELLE, DAI NUOVI TRATTAMENTI BOTOX-LIKE AGLI INTEGRATORI ALIMENTARI. TUTTI HIGH TECH E RIVOLTI ALL'INNOVAZIONE.

Diventare un beauty brand con una proposta completa ma anche snella, professionale, intuitiva e accattivante. È questo l'obiettivo di B-Selfie, marchio della bergamasca PhaseTech, che nel 2016 debuttò sul mercato con il primo e rivoluzionario patch a effetto filler con micro aghi di acido ialuronico incorporati: un vero e proprio cerotto rimpolpante, disponibile per labbra, contorno occhi, contorno labbra e linee naso labiali. Inevitabile, in seguito, il lancio di una linea skincare con formule all'avanguardia dalla deterzione alle maschere passando per i sieri anti-età. Oggi, invece, arrivano il primo biorivitalizzante intraepidermico fai-date per viso e collo, un potente siero antiossidante, il primo

prodotto corpo del brand, una linea di quattro integratori alimentari naturali e una rinnovata squadra di lavoro.

L'EFFETTO BOTOX È SERVITO!

Basta osservarlo per esserne attratti. Uno strumento professionale ed efficace, basato su una rivoluzionaria tecnologia iniettiva che, grazie a una siringa predosata e dotata di microaghi da 0,5 millimetri, permette, attraverso un trattamento completamente indolore e senza sanguinamento, di veicolare un siero botox-like e filler-like negli strati più profondi dell'epidermide. È il nuovo B-Selfie Deep con la sua altissima concentrazione di principi attivi vitaminici, antiossidanti, protettivi e rigeneranti, che conferiscono un'idratazione duratura e un risultato replumping immediato. In più, è facile da utilizzare perché consente di scegliere tra i microaghi, per la veicolazione intraepidermica, o l'applicatore, per l'uso topico: in questo secondo caso la penetrazione degli attivi è agevolata da due acidi ialuronici, che, grazie alla tecnologia dei nanosomi, veicolano la biorivitalizzazione in profondità. Poi c'è B-Selfie Youth, un siero, sempre a effetto botox-like e filler-like, che dona al viso una sferzata di energia, per una pelle idratata, compatta e luminosa. Questo potente cocktail vitaminico, antiossidante ed energizzante si applica con due pratiche siringhe per uso topico. E, anche in questo caso, la penetrazione nell'epidermide è agevolata da due acidi ialuronici.

MICROAGHI & CO.

LA SIRINGA DI B-SELFIE DEEP SFRUTTA UN SISTEMA DI MICRO AGHI DA 0,5 MM COMPLETAMENTE INDOLORE E SENZA SANGUINAMENTO. ALL'INTERNO DELLA SUA CONFEZIONE ANCHE UN APPLICATORE PER USO TOPICO. IN QUESTO CASO LA DOSE VA DIVISA IN CINQUE MOMENTI.



ALL'INTERNO DELLA CONFEZIONE DI B-SELFIE YOUth C'È INVECE UN DERMAROLLER CON MICROAGHI, ANCHE QUESTO INDOLORE, CHE PERMETTE AL SIERO EFFETTO BOTOX DI PENETRARE PIÙ IN PROFONDITÀ.

STRATEGIA TOTAL BODY

Ma le novità non finiscono qui! Il brand, infatti, debutta anche nel segmento del corpo con B-Selfie Shape. Si tratta, nello specifico, di un integratore alimentare frutto di un innovativo brevetto internazionale, in grado di "attivare" la cellulosa micro cristallina (o ionizzata), che ha la capacità di legarsi indissolubilmente con le molecole di grassi e di zuccheri, riducendone l'assorbimento e consentendo un efficace controllo del peso corporeo per una reale remise en forme. Grazie ai legami stabili con zuccheri e grassi, questo integratore è in grado di inglobare ogni residuo e radicale infiammatorio, evitandone il contatto con le pareti intestinali e impedendo ogni effetto collaterale indesiderato come meteorismo e flatulenza. La formula, inoltre, si completa di efficacissimi principi attivi di origine naturale, privi di controindicazioni.

IN QUATTRO PER RIEQUILIBRARE L'ORGANISMO

Sempre in tema di integratori alimentari, è disponibile da giugno anche la linea Sweeties Therapy per prendersi cura della propria pelle a partire dall'interno. Il perfetto complemento, insomma, della beauty routine targata B-Selfie. Gli integratori in questione sono quattro: B-Selfie Skin Shot che è una sorta di "collagene da bere" con peptidi idrolizzati di collagene, acido ialuronico ed altri principi attivi antiossidanti e vitaminici; B-Selfie Beauty Love con amminoacidi, vitamine e minerali, utili al ripristino dell'equilibrio fisiologico e fondamentali per il benessere di unghie e capelli; B-Selfie Candy Moon dal potere "tranquillante" e ricco di principi attivi di origine naturale che aiutano l'organismo a regolare il ritmo del sonno e della veglia; e B-Selfie Fluid Charm con 36 erbe e fitoelementi che svolgono un'intensa azione depurativa, antiossidante e drenante. Cosa molto importante: in occasione del lancio della nuova linea di integratori naturali, B-Selfie si fa carico di una notevole iniziativa in favore delle profumerie e, contestualmente all'inserimento della linea in negozio, la società aiuterà gratuitamente i concessionari a ottenere in pochi minuti il certificato di abilitazione alla vendita degli integratori attraverso corsi di formazione online disponibili sul sito bselfie.it.

GRANDI MANOVRE IN CASA B-SELFIE



MARCO DI IULIO

ROBERTO MARABESE

DAL FEBBRAIO DI QUEST'ANNO LA DIREZIONE COMMERCIALE È STATA AFFIDATA A ROBERTO MARABESE, CHE VANTA UNA VASTISSIMA CONOSCENZA DEL MERCATO BEAUTY E UNA GRANDE ESPERIENZA SULL'EVOLUZIONE DELLA PROFUMERIA NEGLI ULTIMI 30 ANNI, MATURATA ALLA GUIDA DEI PIÙ FAMOSI MARCHI BEAUTY.

«L'INSERIMENTO DI ROBERTO MARABESE NELLA NOSTRA SQUADRA È UN'ULTERIORE PROVA CHE PUNTIAMO AL COSTANTE RINNOVAMENTO DELL'AZIENDA E A UN INVESTIMENTO PODOERO NEL CANALE PROFUMERIA.

IL LABORATORIO B-SELFIE SEGUE L'EVOLUZIONE DELLE RICERCHE TECNOLOGICHE, IL MONITORAGGIO DELLE INTERAZIONI TRA LE DIVERSE TIPOLOGIE DELLA PELLE E LE VARIAZIONI DEL CLIMA ATMOSFERICO, PERMETTENDOCI DI PROPORRE PRODOTTI INNOVATIVI. GRAZIE ALLA CONTINUA FORMAZIONE DELLA NOSTRA SQUADRA, FORTE OGGI DI 12 RAPPRESENTANTI E DI 15 BEAUTY CONSULTANT COORDINATI DAL NUOVO DIRETTORE COMMERCIALE, SIAMO IN GRADO DI COPRIRE TUTTA L'ITALIA CON COSTANTE ASSISTENZA AI PUNTI VENDITA, TRA PROMOZIONE, FORMAZIONE E INFORMAZIONE. INOLTRE IL NOSTRO TEAM COMUNICAZIONE INTERAGISCE CON L'AREA MARKETING E VENDITA PER UNA COSTANTE INFORMAZIONE CROSSMEDIALE, CHE COINVOLGE PR, STAMPA, DIGITAL E SOCIAL, CON LA COLLABORAZIONE DEI BRAND AMBASSADOR» RACCONTA MARCO DI IULIO, CEO DI PHASETECH.