

B-Selfie arriva in Annex Rinascente e supera del 15% il sell-out previsto per il 1° trimestre

Di Gianluca Bolelli - 16 Maggio 2019

B-Selfie, l'azienda bergamasca di cosmetici che ha realizzato primo filler fai-da-te che si applica come un cerotto, debutta in Annex Rinascente a Milano: l'inaugurazione dello spazio dedicato a B-Selfie nello storico grande magazzino di Via Santa Radegonda 10 (nell'area beauty al primo piano) avverrà il 25 maggio alle 16 alla presenza della brand ambassador Valeria Marini.



La showgirl Valeria Marini è la Brand Ambassador di B-Selfie

Già venduto in 4.000 punti vendita di Italia ed Europa (tra centri estetici, saloni di bellezza, parrucchieri, profumerie e farmacie), il brand della PhaseTech Srl del CEO Marco Di Iulio ha ottenuto ottimi risultati di vendita nella prima parte dell'esercizio 2019. "I risultati del primo trimestre dell'anno sono positivi e in linea con il fatturato previsto", ha infatti dichiarato Marco Di Iulio a FashionNetwork.com. "Si tratta di dati più che confortanti essendo in crescita di oltre il 15% rispetto al forecast previsionale".

Nello spazio dedicato a B-Selfie saranno vendute anche le 13 referenze della linea di prodotti per la cura della pelle "Skincare Filler System" che ha debuttato all'ultimo Cosmoprof, e che è composta da sieri a effetto ultra-filler, crema viso anti-age, acqua micellare e maschere di bellezza per coadiuvare gli effetti antirughe e volumizzanti dei self beauty filler con microaghi di acido ialuronico e fattore di crescita (EGF), dall'effetto booster e rimpolpante. I prezzi della linea variano dai 26 euro dei patch ai 149 euro dei trattamenti "Glam Set".





B-Selfie

Nato due anni fa, il brand B-Selfie ha ottenuto l'Estheti-Award con il prodotto "B-Selfie Eye" per l'innovazione nell'estetica professionale, mentre il lip filler "B-Selfie Volume" è stato recentemente inserito nei CosmoTrends 2019 tra le tendenze della cosmesi e dell'estetica di domani.

Il CEO aveva indicato durante il Cosmoprof Bologna dello scorso marzo di puntare a far diventare 10.000 in due anni i punti vendita multibrand che commercializzeranno B-Selfie. La previsione di Marco Di Iulio è di chiudere il 2019 con un fatturato di 5 milioni di euro. Nel 2019 B-Selfie è entrato in Australia e l'azienda completerà la sua diffusione in tutta Europa, dove il marchio è venduto soprattutto in Francia, Inghilterra e Spagna.

Di Gianluca Bolelli

Copyright © 2019 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.