

19/01/2021

B-Selfie: Altea Italia distribuirà gli integratori “Sweeties Therapy” nell'estetica professionale

<https://it.fashionnetwork.com/news/B-selfie-altea-italia-distribuirà-gli-integratori-sweeties-therapy-nell-estetica-professionale,1273264.html>

HOME PAGE

The screenshot shows the homepage of Fashion Network. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, 'MENÙ', 'ITALIA', and a search icon. The main header features the 'FASHION NETWORK' logo. Below the header is a horizontal menu with categories: BUSINESS, DISTRIBUZIONE, SFILATE, CREAZIONE, COMUNICAZIONE, INDUSTRY, INNOVAZIONE, COLLEZIONE, PEOPLE, EVENTI, and NOMINE. The main content area is divided into three columns: HEADLINES, ULTIME NEWS, and FEATURES. The HEADLINES section features a large image of a man in a colorful shirt. The ULTIME NEWS section contains three articles: 'Nel post-covid l'uomo non sarà come prima' (9 minuti fa), 'Maxfactory porta avanti l'espansione retail, al via cantiere per un megastore in Brianza' (12 minuti fa), and 'B-Selfie: Altea Italia distribuirà gli integratori "Sweeties Therapy" nell'estetica professionale' (18 minuti fa). The FEATURES section lists several items: 'Byblos affida al gruppo Catapano la licenza kids', 'Kiton, viaggio nel tempo del capospalla sartoriale', 'La moda uomo guarda ai mercati asiatici dopo il calo nell'anno del Covid', 'Serravalle Designer Outlet compie vent'anni e moltiplica i progetti', and 'OVS è in pole per Stefanel e non esclude nuovi deal nel 2021'. Each article and feature has a category tag below it.

MENÙ ITALIA

FASHION NETWORK

CONNESSIONE ISCRIZIONE

BUSINESS DISTRIBUZIONE SFILATE CREAZIONE COMUNICAZIONE INDUSTRY INNOVAZIONE COLLEZIONE PEOPLE EVENTI NOMINE

HEADLINES

ULTIME NEWS

FEATURES

Nel post-covid l'uomo non sarà come prima
9 minuti fa
LUSSO COLLEZIONE

Maxfactory porta avanti l'espansione retail, al via cantiere per un megastore in Brianza
12 minuti fa
MODA DISTRIBUZIONE

B-Selfie: Altea Italia distribuirà gli integratori "Sweeties Therapy" nell'estetica professionale
18 minuti fa
BELLEZZA DISTRIBUZIONE

Byblos affida al gruppo Catapano la licenza kids
MODA

Kiton, viaggio nel tempo del capospalla sartoriale
LUSSO

La moda uomo guarda ai mercati asiatici dopo il calo nell'anno del Covid
MODA

Serravalle Designer Outlet compie vent'anni e moltiplica i progetti
MODA

OVS è in pole per Stefanel e non esclude nuovi deal nel 2021
MODA

La Fashion Week maschile di Parigi debutta martedì con 70 marchi presenti
La stagione parigina delle sfilate di moda maschile debutta martedì per durare sei giorni, mostrando un eccezionale cartellone con quasi 70 marchi partecipanti. Niente sfilate però, causa lockdown.

DA



Gianluca Bolelli

PUBBLICATO IL

19 gen 2021

TEMPO DI LETTURA

2 minuti

B-Selfie: Altea Italia distribuirà gli integratori “Sweeties Therapy” nell'estetica professionale

Il marchio bergamasco di skincare B-Selfie, noto in particolare per aver creato il primo filler fai da te ai microaghi di acido ialuronico che si applica come un cerotto, ha siglato un accordo distributivo con Altea Italia S.r.l., filiale italiana del gruppo francese Sothys International. Dal 2021, Altea (diretta dall'AD Franco Oneglio) diventa il nuovo distributore in esclusiva per l'Italia, nel canale dell'estetica professionale, della nuova linea di integratori di beauty e benessere “Sweeties Therapy” del brand, caratterizzati da formulazioni ricche di principi attivi naturali.



La linea di integratori “Sweeties Therapy” di B-Selfie è composta da quattro prodotti: “Beauty Love” per la bellezza di unghie e capelli, “Candy Moon” per il benessere e la qualità del sonno, “Fluid Charm” per depurare l’organismo e “Skin Shot”, drink che, grazie a un brevetto internazionale, per la prima volta unisce i peptidi idrolizzati di collagene all’acido ialuronico e ad altri principi attivi antiossidanti e vitaminici per un trattamento anti-age della pelle e delle articolazioni.

“La gravità della pandemia ha generato un calo del fatturato 2020”, ha dichiarato a FashionNetwork.com Marco Di Iulio, CEO di PhaseTech, l’azienda proprietaria del brand, che ha sede a Bergamo, “i punti vendita tradizionali hanno sofferto molto, mentre i clienti attivi sul digital hanno difeso le posizioni e incrementato i numeri in alcuni casi. Attualmente i prodotti B-Selfie sono disponibili presso centri estetici, profumerie, farmacie e saloni di bellezza. Per il 2021 lo sviluppo del brand è indubbiamente orientato ad una forte digitalizzazione, all’incremento del numero dei punti vendita fiduciari per rafforzare la rete distributiva sul territorio nazionale e all’apertura in nuovi punti vendita all’estero, dove il brand è già presente in diversi Paesi europei”.



Di Iulio si è detto “orgoglioso” della partnership commerciale con la filiale italiana di Sothys International, la quale “rafforzerà la presenza di B-Selfie in Italia con la nuova linea di integratori nell’estetica professionale, supportando tutto il canale con la propria leadership ed esperienza”. Per lui, “B-Selfie è nato con un’anima digital, l’approccio on-line e il presidio dei social hanno sempre rappresentato per noi fin dall’inizio un’opportunità fondamentale per comunicare e informare i clienti. Nei prossimi mesi”, rivela il CEO, “il brand lancerà un importante progetto digitale e l’implementazione del canale e-commerce”.

Nato nel 2016 con il self beauty filler che si applica come un cerotto, B-Selfie ha ottenuto importanti riconoscimenti per l'innovazione estetica dei propri prodotti, tra cui l'Estheti-Award 2017 e l'inserimento nei CosmoTrends 2019. Oggi il brand è presente in Italia e all'estero in alcune migliaia di doors, tra centri estetici, saloni di bellezza, profumerie e farmacie, con la propria linea ispirata alla medicina estetica "Skincare Filler System", che comprende anche il primo biorivitalizzante fai da te, oltre a sieri, creme e maschere.

Copyright © 2021 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.