

La parola al Responsabile dei Rapporti con il mondo medico

Speso quando si parla di calvizie si dimentica che l'alopecia, nelle diverse forme in cui si manifesta, è innanzitutto una patologia,

che colpisce oggi nel nostro paese e nel mondo un numero sempre maggiore di uomini e di donne.

Per questo si sono moltiplicate nel tempo le figure professionali che si impegnano nella lotta a questo problema, che non va sottovalutato né sotto il punto di vista clinico né sotto quello psicologico. Sono impegnati in questa battaglia gli esponenti dei diversi rami del mondo medico, le istituzioni e le associazioni delle persone sensibili al tema della calvizie, che cercano, attraverso studi e ricerche scientifiche, di trovare le cure migliori per le diverse problematiche legate alla calvizie, e, allo stesso tempo, di sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti di un problema che non è sempre visto come tale.

Da sempre la Cesare Ragazzi Company cerca di stabilire con questo variegato mondo un sistema di relazioni. Il nostro interlocutore privilegiato è innanzitutto la classe medica: farmacisti, medici di base, dermatologi, chirurghi plastici, psicologi sono infatti tutti esponenti di quella parte del mondo medico che è attento agli stessi problemi che la Cesare Ragazzi Company affronta da 37 anni, e con i quali l'azienda cerca da tempo di creare relazioni e strategie comuni. Lo scopo dell'azienda è quello di essere riconosciuta, oltre che come un interlocutore diretto con il cliente, anche come un fornitore del proprio sistema alla classe medica che, nella sua autonomia professionale, secondo scienza e coscienza,

può valutare quando suggerire ai propri pazienti l'utilizzo del nostro sistema di infoltimento per far fronte ad una alopecia indipendentemente dalla causa che l'ha generata. Esperienza che la Cesare Ragazzi Company ha già vissuto con le forniture al Centro INAIL di Vigorso di Budrio (Bologna), con il quale, nel 2003 abbiamo attivato una partnership: coloro che hanno subito danni permanenti al cuoio capelluto in seguito ad infortuni sul lavoro, pensiamo per esempio ai casi di ustioni, possono infatti avvalersi del metodo CNC® - Capelli Naturali a Contatto, per ripristinare la propria fisionomia e ritrovare con essa la propria serenità. Un'esperienza che oggi puntiamo a ripetere proponendoci come una delle soluzioni possibili anche per i trattamenti delle alopecie derivanti dalle cure chemioterapiche, tema, come quello delle ustioni e in generale delle alopecie post-traumatiche, a cui Cesare Ragazzi tiene in modo particolare.

Con questi propositi la Cesare Ragazzi Company ha rafforzato la sua partecipazione ai congressi e ai convegni delle società mediche più autorevoli. In questi contesti la presentazione di casi reali permette di far conoscere il sistema CNC®, evidenziando soprattutto la funzionalità oltre che l'estetica dell'epitesi del capillizio.

Anche quest'anno la Cesare Ragazzi Company sarà per questo impegnata al XIV Congresso Nazionale dell'AI-DA - Associazione Italiana Dermatologi Ambulatoriali - che si terrà a Catania dal 6 a 10 settembre 2005, e al 54° Congresso Nazionale della SICPRE - Società Italiana di Chirurgia plastica, Ricostruttiva ed Estetica, che si terrà invece dal 21 al 24 ottobre 2005 a Genova.

Stefano Ospitali

LA CESARE RAGAZZI COMPANY

presenta la prima polizza assicurativa contro il diradamento e la calvizie

LA CESARE RAGAZZI COMPANY, IN COLLABORAZIONE CON CATTOLICA ASSICURAZIONI, HA PRESENTATO LA PRIMA POLIZZA ASSICURATIVA IN ITALIA CONTRO IL DIRADAMENTO E LA CALVIZIE.

Un nuovo prodotto, dedicato a tutti gli uomini e le donne di età compresa tra i 18 e i 70 anni, che permette a chi soffre di calvizie di poter pensare con maggiore serenità ad una soluzione per il proprio problema. Cesare Ragazzi, presidente della Cesare Ragazzi Company, ci spiega meglio in che cosa consiste la polizza.

Segue a pag. II

L'azienda fondata da Cesare Ragazzi compie 37 anni

Mi auguro un futuro ricco di capelli!!

Eh sì, siamo arrivati all'età della maturità. Quelle età interessanti, del pieno vigore psicofisico. Ci sentiamo bene, siamo in forma, stiamo andando veloci verso nuovi traguardi. Per tenersi in forma mai prendere l'ascensore, ma sempre le scale. Questo è un mio principio. Godersi gradino dopo gradino, conquistarsi ogni passo con impegno. E se per caso si cade, bisogna rialzarsi in fretta e non perdersi d'animo. Un principio che vale per sé stessi e anche per le imprese. Io lo applico da sempre. E' questo l'unico modo per raggiungere i propri traguardi, che saranno ben meritati.



Che cosa faremo nel nostro trentottesimo anno? Ci impegneremo ancora sull'innovazione e sulla ricerca, che sono i nostri due punti fermi e poi lavoreremo sulla nostra presenza all'estero. Vogliamo mettere i capelli al mondo!

Auguri di buona estate (ma attenti a proteggere i capelli!) da Cesare Ragazzi

Si espande ulteriormente in Italia la rete dei centri Cesare Ragazzi Company

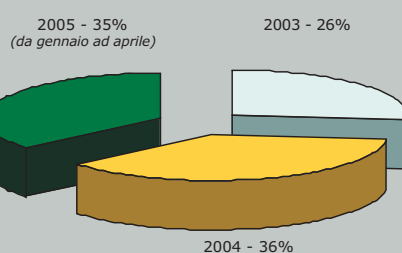
Dopo l'apertura in questi primi mesi del 2005 di tre nuovi centri, la presenza della Cesare Ragazzi Company in Italia cresce ancora. E' prevista infatti entro l'estate l'inaugurazione della nuova sede di **Brindisi**, mentre sono state da poco inaugurate le sedi di **Terni** e **Mestre**.



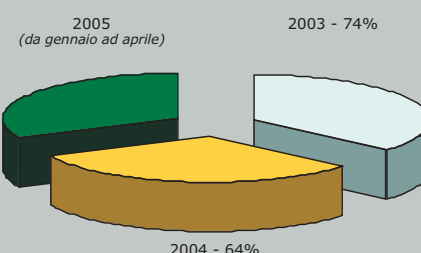
Cesare Ragazzi Company

Quelli che seguono sono i grafici sulle valutazioni delle chiamate al numero verde della Cesare Ragazzi Company, e si riferiscono in particolare alla percentuale di uomini e di donne che dal 2003 al primo quadrimestre del 2005 si è rivolta all'800-150150. E' interessante notare come nel periodo di tempo considerato vi sia stato un incremento del 10% delle chiamate da parte delle donne.

Chiamate femminili dal 2003 al 2005



Chiamate maschili dal 2003 al 2005



LA CESARE RAGAZZI COMPANY

presenta la prima polizza assicurativa contro il diradamento e la calvizie

Segue da pag. 1

> Innanzitutto, com'è nata l'idea di un'assicurazione contro la calvizie?

L'idea di una polizza assicurativa contro la calvizie nasce da quarant'anni di esperienza a contatto con persone che hanno problemi di questo tipo. Mi rendo perfettamente conto che per chi non soffre di questo disagio l'idea di un'assicurazione sulla calvizie può sembrare frivola, ma la calvizie è una malattia ed è percepita come tale da chi ne viene colpito. **Riteniamo che sia un'opportunità importante per tutti coloro che si "preoccupano" della salute dei propri capelli la possibilità di usufruire, a fronte del pagamento di un premio annuale, del sistema di infoltimento di capelli.**

Non dimentichiamo, infatti, che circa il 70% della popolazione soffre

di calvizie, e che in questa percentuale rientrano anche molti giovani che stentano ad accettarsi e che guardano con preoccupazione al loro futuro. Proprio per questo motivo possono assicurarsi sia gli uomini che le donne a partire dai 18 anni di età.

E' da questi dati che Cattolica Assicurazioni è partita per lanciare questa iniziativa; la partnership è stata possibile anche perché il nostro metodo di infoltimento è l'unico in grado di restituire alla persona la sua immagine iniziale.

> Come ci si può assicurare?

Per aderire alla polizza occorre recarsi presso un Centro Cesare Ragazzi, o un punto convenzionato, dove il cliente possa sottoporsi ad



un check-up tricologico con il quale viene evidenziato il livello di calvizie attuale sulla base di una scala di valori internazionale; una volta effettuato il check-up viene rila-

sciata la Carta di Identità del Capello personalizzata, un documento contenente tutte le informazioni sul proprio sistema cute-capello, che costituirà poi lo strumento per attivare la polizza.

La polizza, il cui costo base è di **330€**, viene consegnata al cliente unitamente ad un kit di prodotti tricologici specifici e alla possibilità di sottoporsi, entro i 12 mesi di copertura della polizza, a tre ulteriori consulenze tricologiche.

> Ma quand'è che scatta l'indennizzo? E in che cosa consiste?

Se nel corso dei successivi check-up verrà riscontrato un grado di calvizie superiore a quello riportato sulla Carta di Identità del Capello sarà possibile usufruire dell'indennizzo, il cui **massimale è pari a 8.000€**, per l'acquisto del **metodo d'infoltimento CNC®**, **Capelli Naturali a Contatto**.

> Quali sono i vostri obiettivi?

Abbiamo accettato questa sfida per dimostrare ancora una volta l'efficacia dei nostri prodotti e la serietà delle metodologie che utilizziamo; il nostro obiettivo è quello di migliorare la qualità della vita delle persone affette da calvizie, dando a tutti la possibilità di intervenire per risolvere un problema spesso vissuto con grande difficoltà e sofferenza.

> Che prospettive può avere questo tipo di mercato?

Questo progetto è ancora alle prime fasi, occorrerà sperimentarlo per qualche tempo. In ogni caso ci siamo posti l'obiettivo di raggiungere le 100.000 polizze nel giro di tre anni.

LA CESARE RAGAZZI COMPANY AL COSMOPROF 2005

STEFANO BENASSI, DIRETTORE DELLA CESARE RAGAZZI COMPANY, COMMENTA LA PRESENZA DELL'AZIENDA ALLA 38ª EDIZIONE DEL COSMOPROF E ANTICIPA I PROGETTI FUTURI LEGATI ALL'ESPANSIONE NEL SETTORE DEL BENESSERE CON I CLUB PIACERSI®

Si è svolta dall'1 al 4 aprile la 38ª edizione del Cosmoprof, il salone leader mondiale nel settore della Bellezza, che ospita ogni anno diverse categorie "merceologiche": Bellezza, Profumeria, Cosmetica e Accessori, Acconciatura, Estetica e Packaging.

Anche quest'anno la Cesare Ragazzi Company era presente con un proprio stand su una superficie di 64 metri quadrati, diviso in tre ambiti distinti: un'area istituzionale, un'area tricologica rivolta ai parrucchieri con i prodotti della linea HTPlus® ed un'area Piacersi®, dedicata al nuovo progetto nel campo del wellness.

Un appuntamento, quello con il Cosmoprof, che l'azienda non perde da diverse edizioni e che rappresenta un'occasione importante di incontro con il proprio mondo di riferimento.

Al Cosmoprof ha proposto il progetto Hair Partner, l'iniziativa che permette ai parrucchieri di disporre, nel proprio salone, dell'esperienza della Cesare Ragazzi Company per il trattamento delle anomalie dei capelli e del cuoio capelluto. **Insieme al progetto Hair Partner, anche i prodotti tricologici a marchio HTPlus® e le soluzioni brevettate, già molto note, come il CNC® hanno registrato una crescita d'interesse, che si è manifestata in un aumento delle richieste di informazioni da parte dei professionisti del capello rispetto all'edizione del 2004.**

Stefano Benassi, direttore generale della Cesare Ragazzi Company, traccia un bilancio dell'edizione 2005 mettendo in luce le strategie future legate alla presenza dell'azienda alla manifestazione più importante del mondo nel settore della bellezza:



"Posso dire senza ombra di dubbio che anche l'edizione 2005 è stata un successo per l'azienda che è vista sempre più come un partner di servizio per i parrucchieri ed un partner tecnologico per la cura del capello.

Nel corso degli anni il Cosmoprof è stata per noi una vetrina importante e continuerà ad esserlo anche se oggi notiamo che l'attenzione del grande pubblico si sta focalizzando verso il settore Beauty ed Estetica. Per questo nel 2006 intendiamo parteciparvi puntando di più sui nostri centri benessere Piacersi®: l'idea è quella di estendere al mondo Piacersi® il modello che abbiamo applicato in tutti questi anni ai saloni di parrucchieri e creare una rete fitta e molto forte di partner professionisti interessati ad una nuova cultura della cura e del benessere fisico."

a cura di ANTEA

a cura di ANTEA

SI RINNOVA L'IMPEGNO DELLA CESARE RAGAZZI COMPANY A FAVORE DELLA PREVENZIONE

Mese della prevenzione tricologica

I Centri Cesare Ragazzi Company hanno rinnovato a maggio l'appuntamento con il Mese della Prevenzione Tricologica, un'iniziativa unica in Italia per affrontare per tempo e risolvere più facilmente i problemi dei capelli.

La cultura della prevenzione si è fatta spazio da tempo anche in Italia. Abbiamo imparato a controllare con una certa frequenza i denti, la vista, la nostra forma fisica e il peso, al fine di prevenire problemi più o meno gravi per la nostra salute. C'è da chiedersi, allora, perché queste buone abitudini non siano state replicate anche nei confronti dei capelli, tenuto conto del fatto che secondo una ricerca dell'Università di Bologna, presentata nel febbraio 2005, la calvizie, o alopecia androgenetica è sperimentata nel corso della vita dal 50% delle donne e dall'80% degli uomini. (fonte ANSA).

Di fronte a queste percentuali e alla mancanza di una radicata cultura della prevenzione in campo tricologico, Cesare Ragazzi ha lanciato nell'ottobre del 2004 il Mese della Prevenzione Tricologica, un'iniziativa, unica in Italia, che ha deciso di replicare anche con l'arrivo della primavera e della stagione estiva, periodo dell'anno in cui gli agenti esterni (vento, salsedine e raggi sola-

ri) aggrediscono in modo più intenso i nostri capelli. Attraverso il **Mese della Prevenzione Tricologica** Cesare Ragazzi intende trasmettere un messaggio molto semplice: fare prevenzione è importante non solo per denti, occhi, udito o forma fisica, ma anche per la salute del cuoio capelluto, perché è fondamentale per affrontare per tempo e risolvere più facilmente i problemi dei capelli.



Così fino al 31 maggio scorso nei Centri Cesare Ragazzi, su tutto il territorio nazionale, è stato possibile usufruire di un'offerta speciale: effettuare il Tricotest®, ricevere il prodotto più appropriato in base alle risultanze del test e la Carta di Identità dei Capelli a soli 45€. Il Tricotest® è un'indagine tricologica completa e approfondita, che consente di effettuare una valutazione precisa e personalizzata delle anomalie del cuoio capelluto e del capello e di stabilire con certezza le cause di queste problematiche. Coloro che si sono sottoposti al test hanno ricevuto la

Carta di Identità dei Capelli - un documento personale aggiornabile periodicamente con tutte le informazioni sul proprio sistema cute-capelli - e, in base ai risultati del test, indicazioni sul trattamento più appropriato al proprio caso.

Il rilancio del Mese della Prevenzione Tricologica nel maggio scorso è stato presentato attraverso una nuova campagna pubblicitaria, ideata dalla Cesare Ragazzi Company e curata dall'agenzia Nouvelle, declinata in 5 soggetti diversi, sia uomini che donne.

Tra i testimonial della campagna, Thomas Biagi, pilota della Maserati MC12 del team Vitaphone, già campione mondiale FIA GT su Ferrari-Maranello, Roberta Mancino, modella, campionessa di paracadutismo freestyle e attrice (si è fatta conoscere al fianco di Carlo Verdone in "C'era un cinese in coma") e Paolo Manila, presentatore e attore televisivo.

"La prima esperienza con il Mese della Prevenzione Tricologica, nell'ottobre scorso, è stata molto positiva, - afferma Stefano Benassi direttore generale della Cesare Ragazzi Company- il pubblico si è dimostrato sempre più sensibile al tema della prevenzione, proprio per questo pensiamo di riproporre l'iniziativa anche il prossimo autunno."

a cura di ANTEA

"Salve sono Cesare Ragazzi. Sì, proprio io. Quello che agli inizi degli anni 80, televisivamente parlando, si era messo in testa un'idea meravigliosa". In altre parole l'angelo riparatore che, nell'immaginario collettivo, rappresenta una specie di nemico numero uno della calvizie. Un imprenditore a capo, anche se lui minimizza, di un non poi tanto piccolo impero di settore che, all'insegna della riservatezza, "ha rifatto la testa" a chissà quanti italiani. E che ancora oggi non manca, sulla scia di un vecchio slogan pubblicitario, di consigliare ai potenziali clienti di bussare alla porta della concorrenza per vedere come stanno le cose prima di passare da uno dei suoi centri specializzati. Che stanno peraltro fiorendo come funghi in Italia e all'estero.

Perché con le malattie "non bisogna scherzare. E la calvizie è una malattia. Che oltre tutto ho vissuto sulla mia pelle e che posso dire, per averla studiata a fondo, di conoscere dalla A alla zeta. Non è forse vero che la conoscenza del nemico è l'arma migliore per sconfiggerlo?". Ed eccolo qui questo geniale protagonista di "una company volta a realizzare un servizio sociale, quello cioè di restituire la felicità alle persone", pronto a giurare che è possibile battere il problema delle teste pelate attraverso "soluzioni tese a risolvere non tanto il problema fisiologico quanto il disagio psicologico, in abbinata ai limiti estetici per i quali la medicina non ha ancora risposte ottimali".

Chioma folta. Di certo un protagonista della parola, e non solo, il portabandiera della Cesare Ragazzi Company Spa. Con quella sua chioma così folta da far invidia e che rappresenta una specie di biglietto da visita per il potenziale cliente. Con quel suo senso della comunicazione che l'aveva portato in prima persona a bucare il video, visto che non riusciva a trovare un testimonial convincente. Una decisione presa subito dopo che un amico gli aveva posto una domanda che già implicava la risposta: "Cesare, chi meglio di te può rappresentare il tuo prodotto?". Così sarebbe finito - con lo spot in cui cade in mare, incontra una sirena e i capelli li, nemmeno spostati di una virgola - su alcune emittenti locali per poi approdare su Italia 1 nel mitico Drive in. Nemmeno a dirlo il successo di immagine e di prodotto, "dalle dimensioni veramente inaspettate, arrivò a cascata".

Un successo che, trainato da investimenti pubblicitari quantificabili nel 10% del fatturato, si sarebbe tradotto in una rete in franchising composta da 63 centri in Italia (sette dei quali di proprietà), tre in Svizzera, uno a Palma di Maiorca e uno in Danimarca, cui vanno aggiunti i sei punti di assistenza attivi a Messina, Malta e negli Stati Uniti (Kansas City, Los Angeles, Miami e New York in joint con Ron Cardillo, oriundo siciliano). Senza dimenticare le 57 farmacie e i 100 saloni di parrucchieri convenzionati ("Numero che dovrebbe quadruplicare entro l'anno"), nonché il laboratorio di produzione interno, cui se ne affiancano

STORIE DI IMPRENDITORI BUSINESS DA 46 MLN

FAR RICRESCERE I CAPELLI È UN GIOCO DA RAGAZZI

"Lavoro da carbonari". Ma vediamo di ripercorrere questa storia di provincia che si è nutrita di un "lavoro da carbonari" ("Guai fare il nome dei tanti personaggi dello star system trattati, ci ammazzerebbero") a fronte di una tecnica firmata dallo stesso Ragazzi e che consiste "nella riproduzione di un cuoio capelluto in pelle artificiale che viene poi saldato alla pelata con un gel chirurgico. La durata dell'applicazione va dai 10 giorni ai 4 mesi, in quanto condizionata dalla secrezione sebacea, mentre l'infoltimento può avvenire in maniera graduale, onde evitare spiacevoli contraccolpi di immagine".

Cesare nasce il 22 agosto 1941 in un piccolo borgo - sei famiglie in tutto - in quel di Bazzano, a una manciata di chilometri da Bologna. "Mio padre Elio e mia madre Paolina lavoravano come braccianti. Ma la vita era dura e i soldi pochi. Come si diceva in zona "As vdiva uscir i pondig dalla spartura cou al gaz ai ucc" ("Si vedevano uscire i topi dalla dispensa con le lacrime agli occhi"). Finite le medie Ragazzi si sarebbe accasato in un'officina del paese con le mansioni di fresatore, lavorando "otto ore filate fra le sei del mattino e le 14", per poi andare ad aiutare la madre che si era messa a gestire il Cral del circolo locale e con la quale "avrebbe in seguito lavorato a tempo pieno".

Il brevetto. Ma il peggio doveva ancora arrivare, rappresentato dalla prima caduta di capelli. "Ne soffrivo. Così, pur non essendo ancora pelato a lampadina, pensai subito a un rimedio, con l'aiuto di un piccolo inventore di Zola Predosa. Ma non fu impresa facile." Sta di fatto che a ridosso dei 26 anni il primo campione di cuoio capelluto artificiale (antesegnano del brevetto Cnc, capelli naturali a contatto, un unicum in Italia e all'estero) fece la comparsa sulla sua testa. A questo punto l'idea di Ragazzi incominciò a prendere piede e portò all'acquisto rateale di un appartamento "ancora abitato" in via Risorgimento a Zola Predosa, periferia di Bologna, nella cui cantina avviò un piccolo laboratorio. Era il 1968 e i frutti della sua inventiva portarono l'anno successivo all'apertura di un negozio in via San Vincenzo a Genova in società con "un rappresentante, Marcello Arcangeli, con il quale, sempre nel capoluogo ligure, avrei dato vita nei tre anni successivi ad altri due centri". La battaglia contro la calvizie era iniziata.

tratto da: IL SOLE 24 ORE marzo 2005

CON CESARE RAGAZZI CAPELLI PROTETTI TUTTO L'ANNO

LA CESARE RAGAZZI COMPANY LANCIA KEEP IT UP SUN®, LA NUOVA LINEA DI SOLARI PER L'ESTATE.

La Cesare Ragazzi Company ha lanciato quest'anno **la linea di solari per l'estate Keep it up Sun®**, che comprende prodotti specifici per la cura e la protezione di corpo e capelli.

La linea solari è un'assoluta novità che nasce per venire incontro ad un'esigenza di tutti, che è quella di proteggere i capelli, la cute e il corpo in una stagione in cui gli agenti esterni li aggrediscono con maggiore intensità.

Anche i capelli, infatti, come la pelle, soffrono dell'esposizione al sole, alla salsedine, al vento o al cloro, agenti che, nel giro di una vacanza, li devitalizzano e li sfibrano aumentandone il rischio di caduta durante i mesi autunnali.

Cesare Ragazzi ha pensato ad una linea di solari in gran parte dedicata proprio alla protezione dei capelli.

I solari della Cesare Ragazzi Company si caratterizzano per le confezioni pratiche dai colori sgargianti ed anche per il fresco aroma di pompelmo rosa che contraddistingue tutta la linea. Inoltre lo shampoo doccia e la crema balsamo si differenziano per il pack innovativo e funzionale: originali piramidi che racchiudono 10 bustine richiudibili da portare comodamente con sé, in viaggio o per un weekend al mare.

I prodotti della linea Keep it up Sun si possono acquistare nei Centri Cesare Ragazzi Company, nei Saloni dei Parrucchieri convenzionati e sono acquistabili via Internet collegandosi al sito www.cesareragazzi.com

Shampoo doccia (in 10 bustine richiudibili)

Grazie all'azione dei tensioattivi deterge i capelli e la pelle attenuando gli effetti di eventuali arrossamenti dovuti all'esposizione al sole. La sua specifica formula mantiene l'abbronzatura e protegge i capelli riparandoli dai danni provocati dal sole e dalla salsedine, donando una piacevole sensazione di freschezza.

Crema balsamo (in 10 bustine richiudibili)

Usato quotidianamente lascia i capelli luminosi, morbidi e voluminosi, proteggendoli dalle aggressioni esterne. L'olio di Girasole e le proteine di Grano nutrono il capello dopo l'esposizione al sole, al vento, alla salsedine e al cloro.



CAPELLI E SOLE:

I consigli per l'estate 2005

Se d'estate l'abbronzatura rende il nostro corpo più bello, di sicuro non si può dire lo stesso dei nostri capelli, che, se non sono curati con una certa attenzione, si sfibrano e indeboliscono. Per scongiurare il pericolo e avere la testa a posto anche in spiaggia bastano poche ma semplici regole:

1) Il primo consiglio è quello di indossare un cappellino chiaro o una bandana per proteggere la cute dai raggi del sole

- 2) Usate oli protettivi, creme o gel sia durante l'esposizione che in acqua
- 3) Una volta tornati a casa dopo la tintarella lavate i capelli con shampoo e balsamo doposole, che li ristrutturano e proteggono
- 4) Asciugate i capelli dolcemente tenendo il phon a debita distanza
- 5) Infine ricordatevi che una prevenzione attenta durante l'estate è il modo migliore per evitare problemi ben più fastidiosi durante i mesi autunnali.

Buona tintarella a tutti!

Protettivo bifasico (spray no gas)

Grazie ai filtri uva-uvb protegge i capelli dai danni causati dall'esposizione ai raggi solari, dal vento, dal cloro e dalla salsedine. E' particolarmente indicato per capelli sottili e delicati. L'olio di jojoba e di riso prevengono e ritardano l'invecchiamento del capello rendendolo sano e lucente.

Gel con filtri uva-uvb

I filtri solari in esso contenuti proteggono i capelli dal cloro, dalla salsedine, dal vento e dalle radiazioni uva-uvb, rendono inoltre sicura l'esposizione al sole e danno ai capelli un piacevole effetto bagnato rendendoli morbidi e lucenti

Olio ristrutturante (spray no gas)

Protegge e ristruttura i capelli aridi e sfibrati. Nutre lo stelo del capello conferendogli corpo e lucentezza e lo protegge dal cloro, dalla salsedine, dal vento e dai raggi solari.

Emulsione protettiva corpo (medium spf - spray no gas)

Rende sicura l'esposizione ai raggi solari grazie alla combinazione dei filtri uva-uvb. I principi attivi in esso contenuti favoriscono una reidratazione profonda unitamente ad un efficace effetto antiaging rendendo la pelle tonica e luminosa. E' ideale per le pelli sensibili.

Acqua abbronzante corpo (spray no gas)

La sua formula è appositamente studiata per accelerare e intensificare l'abbronzatura della pelle già abituata al sole grazie ai principi attivi che stimolano la produzione di melanina. Idrata e rinfresca il corpo durante l'esposizione al sole. Non contiene filtri solari.

Sauro Moscardini,
Direttore commerciale prodotti



CENTRO	INDIRIZZO	TELEFONO	N° VERDE	CENTRO	INDIRIZZO	TELEFONO	N° VERDE
ALESSANDRIA	Corso Lamarmora, 6	0131-235638		PARMA	Viale Piacenza, 12/b	0521-940095	800 555388
ANCONA - OSIMO	Via Chiusa, 6	071-7108408	800 069750	PESARO	Via degli Abeti, 24	0721-21595	800 069750
AVELLINO	Vicolo Giardinetto, 14	0825-35909		PESCARA	Via Sulmona, 5	085-4219198	800 069750
AVEZZANO - AQ	Via Garibaldi, 71	0863-21282		PIACENZA	Via Emilia Parmense, 43	0523-590835	800 555388
BARI	Via Sparano, 149		800 889041	P.S.GIOVANNI - PG	Via N.Bixio, 71	075-5997866	800 889988
BERGAMO	Via Bellini, 43	035-264455		PORDENONE	Via Marconi, 13	0434-524027	
BOLOGNA	Via Zago, 1	051-254146	800 860366	POTENZA	Via Sauro, 23	0971-59077	800 889041
BOLZANO	Via Negrelli 13 Zona Ind.le	0471-532065		RAVENNA	V.le della Lirica, 21	0544-403014	
BRESCIA	Via F.lli Ugolini, 26	030-40524		REGGIO CALABRIA	Via Tommaso Campanella, 24		800 891084
BUSTO ARSIZIO - VA	Via Caprera, 28	0331-324132		REGGIO EMILIA	Via Lombardia, 7	0522-920529	800 050585
CAGLIARI	Via Roma, 59	070-651288		RIMINI	Via Cairoli, 107-Ang.v.Bonsi	0541-783978	
CASERTA	C.so Trieste, 123	0823-352050		ROMA	Via A.De Viti De Marco, 46/d	06-3291293	800 016164
CATANIA	Corso Italia, 298	095-375750	800 891084	SALERNO	C.so Garibaldi, 119	089-237266	
CIVITANOVA M. MC	Via Einaudi 114	0733-810297	848 800171	SASSARI	P.zza d'Italia, 5	079-233508	
COMO	Via Mentana, 2/b	031-261826		SIENA	Via della Resistenza, 67 - Loc. Badesse	0577-310092	
COSENZA	Via Caloprese, 123		800 889041	TARANTO	Via D'Aquino, 14	099-4538503	
CREMA - CR	Via Gramsci, 14/a	0373-82104		TERNI	Via della Bardesca, 15		800 - 889988
CROTONE	Via Roma, 51	0962 23002	840 000760	TORINO	C.so Svizzera, 185 bis-C.tro Com.le Pdella Francesca	011-7493066	
FERRARA	Via Zandonai, 4	0532-93709		TRENTO	Gall. Dei Legionari, 4	0461-234466	
FIRENZE	Via Brunetto Latini, 66	055-570642		TREVISO	Via Noalese, 74	0422-210507	
FOGGIA	Via Zuppetta, 25		800 889041	TRIESTE	P.zza Libertà, 6	040-4528019	
FORLI'	V.le della Libertà, 54	0543-36392		UDINE	Via del Cotonificio, 129	0432-44195	
FROSINONE	P.zza Caduti di Via Fani, 49	0775-836072	800 016164	VERONA	Via Ciro Ferrari, 9	045 8203238	
GENOVA	Via S.Vincenzo, 4/8	010-541000	800 627432	VIAREGGIO - LU	Via A. Sciesa, 14/a	0584-409319	
LAMEZIA TERME - CZ	Via Marconi, 127 - Nicastro	0968-401089	800 650266	VICENZA	Via E.T. Moneta, 216	0444-560237	
LATINA	Via Tuscolo, 1	0773-622564		VITERBO	C.so Italia, 100	0761-321242	800 016164
LECCE	Via Monte S. Michele, 49	0832-317881		VOGHERA - PV	Via Matteotti, 41	0383-363371	800 757330
LECCO	Via Ghislanzoni, 11	0341-282339					
LIVORNO	P.zza Attias, 13 int. 53	0586-884485					
LODI	c/o Medical Center - Circ. Sud Km 298,5	0371-432391		PUNTI DI ASSISTENZA IN ITALIA:			
MANTOVA	Via Argentina Altobelli, 10 - c/o Palestra Sport Village	0376-221551	800 015024	MESSINA	Via Ugo Bassi, 112		800 891084
MARSALA - TP	Via F. Turati, 16	0923 719711	800 030762	RETE FRANCHISING IN SVIZZERA:			
MESTRE - VE	Via Torino, 107			GINEVRA	Rue du Rhone, 40	0041-228184520	0800 004040
MILANO	Via Vitruvio, 1	02-2056911	800 801116	LUGANO	Via al Chioso, 8	0041-919715900	
MODENA	Via Fattori, 26/a	059-245230	800 015024	ZURIGO - HORGEN	Seestrasse, 163	0041-17701160	
MONTECATINI T. - PT	Via di Mezzomiglio, 22 - Pieve a Nievole	0572-950117		CONCESSIONARIO IN SPAGNA:			
MONTEVARCHI - AR	Via Leopardi 31/e	055-982367		PALMA de MALLORCA	C/ Josep Rover Motta 8 - bajos D	0034-971914930	
NAPOLI	V.le della Costituzione - Centro Direz.le - Isola E/7	081-5628285		PUNTI DI ASSISTENZA ALL'ESTERO:			
NOVARA	Via Paletta, 2	0321-640049		LOS ANGELES - CAL.	11257 National Blvd	001-3104783058	
OSTIA - RM.	Via delle Baleari, 298	06-56342122	800 016164	KANSAS CITY - MO.	700 N. Woodland Dr.	001-8164555669	
PADOVA	Via della Croce Rossa, 118	049-8079546		NEW YORK - N.Y.	851 Yonkers Avenue	001-9144236116	
PALERMO	Via Marchese Ugo, 60	091-348408	800 030762	MIAMI - FL.	2343 Coral Way	001-3052856280	
				MALTA - HAMRUN	Misrah 7 Ta'Gunju	00356-99453951	