

RASSEGNA STAMPA

Gennaio-Giugno

2026

La cura dell'ospite
è nella nostra natura.

DETERGENTI PROFESSIONALI E COSMETICI
PER IL BENESSERE QUOTIDIANO.

Allegrini, azienda italiana con oltre 80 anni di esperienza nel settore chimico, produce detergenti professionali e cosmetici destinati al mondo dell'hotellerie e alla cura della persona. Soluzioni che uniscono sostenibilità, innovazione, personalizzazione e Made in Italy. Per accogliere l'ospite, naturalmente. www.allegrini.com

allegrini
ITALIAN SOLUTIONS

allegrini
ITALIAN SOLUTIONS

GENNAIO

D. LA REPUBBLICA**Come nascono le amenities degli hotel.****Come nascono le amenities degli hotel**

Dentro ai flaconcini beauty degli alberghi, per scoprire i falsi miti

Da anni aleggia un sospetto silenzioso nei corridoi degli alberghi e nelle recensioni dei viaggiatori. I **flaconcini di shampoo, balsamo e crema corpo** che si trovano nelle stanze degli **hotel** non sono semplici dettagli, ma piccoli simboli di ospitalità su cui si giocano reputazione e aspettative. Per alcuni sono prodotti di scarsa qualità, pensati solo per fare scena. Per altri, addirittura scarti industriali, residui mescolati alla rinfusa. Molti, semplicemente, scelgono di non usarli, preferendo portare da casa le proprie abitudini cosmetiche. Ma quanto c'è di vero in queste convinzioni?

**Dentro il cuore produttivo delle amenities**

Per rispondere alla domanda siamo andati nel cuore del bergamasco, in un'azienda che da decenni rappresenta uno dei poli più importanti al mondo nella produzione di amenities: Allegrini. Fondata nel 1945, la società ha compiuto ottant'anni di storia, ma è dal 1989 che ha deciso di dedicarsi con metodo scientifico e industriale al settore cosmetico destinato all'hotellerie e alle crociere. Non si tratta di un laboratorio improvvisato, qui si formulano, si producono e si confezionano shampoo, balsami, bagnodoccia, creme e saponette che finiscono ogni giorno nelle stanze di migliaia di hotel internazionali. L'azienda non si limita a realizzare linee a marchio proprio. Sempre più spesso crea prodotti esclusivi su misura, personalizzati con il logo della catena alberghiera o di un brand rinomato, studiati nei formati e nel packaging in base alle richieste dei committenti. Un servizio completo, che va dalla ricerca delle materie prime al design del flacone, fino alla logistica e alla distribuzione. Ma la domanda resta: cosa c'è davvero dentro a quei flaconcini?

Qualità reale e limiti inevitabili

Camminando tra i reparti di formulazione e produzione si percepisce un rigore quasi farmaceutico. Ogni passaggio è tracciato, ogni lotto controllato. Niente a che vedere con l'idea di "raschiare il fondo dei barili". Le formulazioni nascono da processi certificati e rispettano standard di sicurezza elevati, con una lunga lista di attestazioni internazionali che l'azienda può esibire. Naturalmente c'è un limite strutturale. I prodotti per hotel devono adattarsi a un pubblico universale, eterogeneo per età, provenienza geografica, tipologia di pelle. Difficile, quindi, aspettarsi la crema specifica per pelli secche o lo shampoo formulato solo per capelli crespi. L'obiettivo è la tollerabilità e il comfort. Formule gradevoli, sicure, piacevoli da usare per la maggior parte delle persone. Questa scelta non significa sacrificare la qualità. Piuttosto, orienta le formulazioni verso l'equilibrio. In un certo senso è un compromesso virtuoso: garantire un'esperienza piacevole e affidabile, senza rischi di reazioni indesiderate. Così, il mito dei prodotti scadenti negli hotel si sgonfia. Non sono "piccoli cosmetici di lusso", certo, ma non sono nemmeno scarti. Sono prodotti progettati con attenzione, sviluppati da aziende che operano con la stessa serietà dei marchi di consumo. E che, spesso, contribuiscono a trasformare un soggiorno in una piccola esperienza di cura, prima ancora che di ospitalità.

FEBBRAIO
HOTELS
 Acqua di Colonia.



5 ALLEGRINI

Allegrini's **Acqua di Colonia** is an amenities line offering guests a complete wellness experience. Its citrus fragrance delivers freshness and charm, while a modern, dynamic design enhances its identity. Bottles and dispensers are made entirely from recycled and recyclable materials, reflecting a strong commitment to environmental responsibility. www.allegrinicosmetics.com



6 NEXARO

The **Nexaro Trolley Set** is an all-in-one solution for modern hotel cleaning. It includes four powerful Nexaro NR 1700 robot vacuum cleaners and centralized control via the Nexaro HUB. Developed for large professional environments, the Nexaro NR 1700 robots work powerfully, precisely and quietly. The robust, mobile trolley allows simultaneous transport and automatic charging of the four robots. Ideal for Drop & Go use, the set enables fast and autonomous cleaning of guest rooms. This smart solution reduces the workload for housekeeping teams, improves workflows and supports consistently high cleaning quality while operating quietly and efficiently. www.nexaro.com

7 WANZL

Wanzl presents the **Mundus** housekeeping trolley with an ergonomic drive system. An electronic drive system mounted on the trolley makes the work of the cleaning staff noticeably easier, while increasing safety and making work processes more efficient and faster. Additionally, there is steering assistance that reduces the turning circle and makes maneuvering seamless even in tight curves. While the electric powerhouse is discreetly mounted on the underside of the Mundus, the cockpit is conveniently attached to the upper railing. Thanks to intuitive operation, no time-consuming training of employees is necessary. To ensure the drive does not falter during work, powerful batteries are used, which can also be recharged during operation. www.wanzl.com



FEBBRAIO

SETTIMANALE NUOVO

Romantico San Valentino. Dal cofanetto trucco al kit barba: guida ai doni top.

SETTIMANALE
NUOVO

ANTISTRESS
Trattamento unisex con olio essenziale di verbena antistress. Aromatherapy, World of Beauty, € 69.

LUSSUOSO
Massaggiatore a led che rinforza i capelli e stimola la crescita. Foreo, € 379.

RASATURA AL TOP
Kit con gel trasparente, non schiumogeno, e balsamo nutriente. Duo rasatura, Hemp care, € 40.

CREANO ATMOSFERA
Candela, mini bastoncini e profumo per la casa cannella e patchouli. Precious amber gift set, Rituals, € 65,90.

EVERGREEN Set che contiene un gel doccia e uno shampoo al profumo di cedro. Gift box cedar, Alchimia Soap, € 27.

MAGNETICO
Profumo unisex, con note di ginger, tequila, lime, ambr. Amore Blu, Extrait-Ordinario, 50 ml, € 150.

ARROGANCE BLUE PROFUMATI
Detergente corpo e capelli e deodorante aromatico-speziato. Arrogance Blue cofanetto uomo, Arrogance, € 15.

NUOVO 67

FEBBRAIO

STYLE MAGAZINE

Regali di San Valentino: le più belle idee per lui.

STYLE MAGAZINE

CORRIERE DELLA SERA ©

Regali di San Valentino: le più belle idee beauty per lui

Profumi afrodisiaci, oli da massaggio ed elisir di eterna giovinezza sono il dono perfetto per gli uomini virili ma anche romantici

di Ivan Pestillo
9 febbraio 2026



1/16

Fragranze che accendono il desiderio ma non solo. Anche elisir di eterna giovinezza e sensuali oli da massaggio. Sono questi i **regali beauty di San Valentino** perfetti per lui. Spesso da condividere, esaltano la virilità e rendono l'atmosfera più romantica e indimenticabile. Di seguito, alcune delle più belle idee che celebrano l'amore.

Foto: Getty Images



11/16

Hemp Care - Cbd Supreme Uplifting Face Cream

Formula rassodante e tonificante per una pelle del viso idratata e compatta. Migliora l'elasticità con olio di canapa italiana bio, peptidi, [acido ialuronico](#) e ceramidi.

50 ml euro 80

FEBBRAIO

NSS G-CLUB

Regali beauty last minute
da fare a San Valentino.

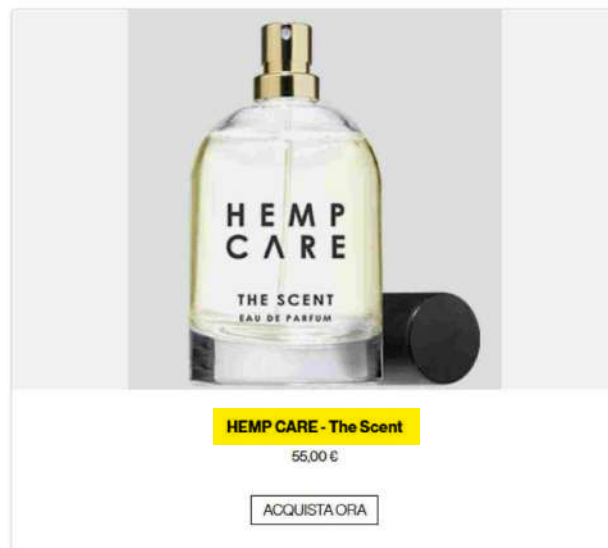
NSS G-CLUB

Regali beauty last minute da fare a San Valentino

Dal trucco alla skincare: le idee salvaserata per ritardatari cronici



The Scent di Hemp Care



HEMP CARE - The Scent

55,00 €

ACQUISTA ORA

The Scent è il profumo unisex della nuova linea CBD Supreme di Hemp Care, un vero viaggio nella natura. Una fragranza fresca e avvolgente allo stesso tempo, unisce le note verdi delle **foglie di canapa** alle note fiorite di **rosa bianca e gelsomino**, con il cuore più profondo e caldo con **vetiver e legni pregiati**. In poche parole: un profumo versatile, capace di accompagnarti dall'ufficio a una cena elegante, perfetto per ogni occasione.

FEBBRAIO

DONNA MODERNA

Cambio taglio.

**Donna
moderna**



small

TRA BOB E PIXIE Sui tagli corti 2026 soffia il vento degli anni '90, non a caso tornano gli styling amati dalle super top di quel periodo. L'icona di riferimento? Linda Evangelista con il suo taglio alla garçon. **I trend** Sono morbidi e dai volumi intelligenti. «Continua a imperversare il pixie, ma in versione più femminile, con ciuffi lunghi che incorniciano il volto» afferma Salvo Filetti, hair designer e founder del gruppo Compagnia della Bellezza. Un taglio super versatile: «Può essere interpretato in maniera messy, asciugato al naturale, oppure più ordinato, con un effetto sofisticato e chic. E poi il bixie (tra bob e pixie): contemporaneo, leggero, facile da personalizzare, ideale per chi vuole un corto non estremo» aggiunge Filetti. **A chi stanno bene** Sono tagli perfetti per chi ha lineamenti delicati in quanto evidenziano zigomi e profilo e per chi desidera un look pratico e audace. Da non sottovalutare l'effetto freschezza: un taglio così ringiovanisce all'istante, specialmente dopo i 50 anni. **Come gestirli** Necessitano di regolare manutenzione, sia in salone, per sistemare il taglio (ogni 4-5 settimane), sia a casa. «Punta sulla brillantezza. Se l'anno scorso la tendenza è stata il *wet look* (effetto bagnato), ora si segue la via della luce. A partire dallo shampoo e conditioner a tutto gloss. Per lo styling gioca con spray che aggiungono volume e sostegno alla radice, mousse per creare movimento e cere lucidanti» suggerisce Michele Rubino, hairstylist Evos Parrucchieri.

1. Style Gel Vegetale Fissante di **Renè Furterer** con estratto di jojoba, definisce la piega, senza indurire le ciocche (18,90 euro). 2. Lo Shampoo Nutriente con **Olio di Canapa Bio di Hemp Care** dona lucentezza e morbidezza, prevenendo il crespo (21 euro). 3. Per lo styling dei capelli corti, c'è la piastra Mini di **Ghd** (229 euro) con le lamelle più strette.

LAURENCE HESCHONER

FEBBRAIO

LAMPOON MAGAZINE

Hemp Care porta la canapa nella cosmesi attraverso una filiera corta integrata.

LAMPOON

Hemp Care porta la canapa nella cosmesi attraverso una filiera corta integrata

L'OLIO DI CANAPA PROVENIENTE DA COLTIVAZIONI ITALIANE È LAVORATO IN UN UNICO CICLO PRODUTTIVO: FORMULAZIONE, TEST E CONFEZIONAMENTO AVVENGONO NEGLI STESSI REPARTI, SENZA FASI ESTERNE

HEMP CARE E LA CANAPA COME MATERIA PRIMA IDENTITARIA

Nello stabilimento di Grassobbio, alle porte di Bergamo, Allegrini S.p.A. lavora la canapa come un ingrediente da laboratorio prima ancora che come una materia cosmetica. I semi arrivano da coltivazioni biologiche italiane e vengono trasformati in olio: «*garantiamo la tracciabilità dell'olio di canapa biologico*».

Da questo punto la filiera non esce più dallo stabilimento: ricerca, test, sviluppo e confezionamento scorrono nella stessa linea, definendo l'identità di Hemp Care. La tracciabilità riguarda l'intero ciclo agricolo, dalle tecniche di semina al controllo delle rese, includendo gli effetti delle variazioni climatiche sugli appezzamenti. Negli ultimi anni, alcune coltivazioni originariamente coltivate in provincia di Bergamo sono state trasferite in Piemonte, una scelta motivata da condizioni agronomiche ritenute più idonee.

L'olio viene ottenuto tramite spremitura a freddo, mantenendo l'equilibrio tra acidi grassi polinsaturi, vitamine e minerali. L'azienda evidenzia la somiglianza tra la composizione dell'olio e la fisiologia cutanea: «*La composizione di acidi grassi, vitamine e minerali è simile a quella dei lipidi naturali della pelle*». L'utilizzo nella skincare segue un andamento progressivo, con un effetto che si stabilizza nel tempo: «*Le proprietà emollienti ed elasticizzanti si potenziano con l'utilizzo, stagione dopo stagione*». La centralizzazione delle fasi produttive nello stabilimento di Grassobbio consente un controllo diretto di ogni lotto, includendo prove di stabilità, verifiche di viscosità e compatibilità con i materiali di confezionamento.



IL COMPORTAMENTO AGRONOMICO DELLA CANAPA E LA CONTINUITÀ DELLA FILIERA

La canapa cresce rapidamente, migliora la qualità del terreno e necessita di interventi ridotti, caratteristiche che l'azienda considera coerenti con l'impostazione della propria filiera. La scelta di mantenere coltivazioni biologiche deriva dalla volontà di non introdurre input che possano alterare la resa o la stabilità della materia prima. La selezione di appezzamenti più adatti, come quelli piemontesi, risponde invece alla necessità di ridurre l'impatto delle variazioni climatiche negli ultimi anni.

Sul piano cosmetico, l'azienda distingue l'olio ottenuto dai semi da estratti provenienti da altre parti della pianta, oggetto di revisione normativa in sede europea. L'olio di canapa, privo di cannabinoidi psicotropi, ha una storia di utilizzo consolidata nel settore: il CBD, invece, è impiegabile solo dopo l'aggiornamento Cosing del 2021. L'azienda utilizza questa distinzione per collocare l'olio nella propria identità formulativa, mentre il CBD rimane parte di una linea separata.

MATERIE PRIME NATURALI E FORMULAZIONI CHE LAVORANO IN SINERGIA

L'olio di canapa rappresenta una delle materie prime naturali che costituiscono l'impianto delle formulazioni della linea: «*Nella collezione Hemp Care l'olio di canapa è utilizzato insieme a ingredienti naturali come burro di karité, olio biologico di oliva, olio biologico di mandorle dolci ed estratto biologico di avena*». A questi si aggiungono estratti botanici come camomilla, calendula, aloe vera e bacche di Goji, selezionati per le rispettive proprietà lenitive o antiossidanti. Tutte le formulazioni sono prive di PEG, parabeni, petrolati, SLS, SLES e coloranti.

La linea viso comprende creme idratanti, maschere nutrienti, sieri e un latte detergente che combina olio di mandorle bio e glicerina vegetale. Il siero occhi utilizza aloe vera, estratti di camomilla e calendula, mentre la maschera riunisce burro di cacao, burro di karité bio e cera d'api. La linea corpo include oli secchi, scrub ottenuti da esfolianti di jojoba e tamanu — una polvere biodegradabile — e creme idratanti che associano olio di canapa ed estratto di avena.

Nei prodotti per capelli, shampoo e balsamo impiegano olio di canapa, olio di jojoba, cheratina e olio di oliva. La crema districante contiene estratti di lino. La linea barba mantiene la medesima impostazione: un gel da rasatura trasparente con estratto di bambù, oli emollienti derivati da canapa, mandorle dolci, jojoba e babassu e un detergente senza risciacquo arricchito con aloe vera e calendula.

Le formulazioni condividono una struttura olfattiva definita da agrumi, foglie di canapa e note floreali, utilizzata anche nei prodotti per la casa.

SOSTENIBILITÀ E GESTIONE CENTRALIZZATA DEI PROCESSI

La sostenibilità è presentata come risultato di scelte tecniche e logistiche. Lo stabilimento di Grassobbio riunisce ricerca, sviluppo, produzione, test e confezionamento, evitando la dispersione delle attività su più siti: «*Così si riducono le emissioni di CO₂ legate ai trasporti*». La riqualificazione dell'edificio con sistemi di ventilazione a basso consumo limita dispersioni termiche e abbassa l'impatto energetico.

Sul fronte agricolo, la coltivazione biologica della canapa segue un modello che privilegia fonti energetiche green: «*Basiamo il lavoro sull'impiego di risorse rinnovabili, con lo scopo di mantenere e migliorare la fertilità del suolo*».

Le candele profumate sono composte da una miscela vegetale — novanta per cento di cera di soia e dieci per cento di olio di cocco — che assicura una combustione più lenta e una ridotta emissione di particolato. L'allineamento tra le diverse referenze risponde alla volontà di mantenere riconoscibile la linea, senza introdurre variazioni sensoriali o materiali incoerenti.

ECONOMIE CIRCOLARI E TRASFORMAZIONE DEGLI SCARTI IN RISORSA

Il CBD impiegato nella linea Supreme deriva da un processo che utilizza D-Limonene ricavato dalle bucce d'arancia, una scelta che ricalca il principio delle economie circolari abbracciato dall'azienda: «*Abbiamo creato una line extension utilizzando CBD sintetizzato da D-Limonene ottenuto dalle bucce d'arancia*». Le bucce sono un residuo della filiera dei succhi; trasformarle in un attivo per la skincare permette di ridurre gli sprechi e integrare materiali già presenti in altri settori produttivi: «*Grazie all'upcycling valorizziamo gli scarti della lavorazione degli agrumi, trasformandoli in un ingrediente inedito*».

Con l'introduzione del CBD, l'azienda distingue due percorsi: quello della canapa come materia prima agricola e quello del cannabidiolo come derivato di un processo di trasformazione. L'olio di canapa rimane legato al territorio e alla filiera agricola italiana, mentre il CBD viene ottenuto senza impiegare pianta o fiori, ma a partire da un composto naturale già disponibile.

L'azienda chiarisce la distinzione tra i due ingredienti anche rispetto alla normativa: l'olio di canapa, derivato dai semi, è storicamente ammesso in cosmetica; il CBD, invece, è stato soggetto a una revisione regolatoria che ne ha definito i criteri di utilizzo nel 2021. Oggi entrambe le forme — sintetica e naturale — possono essere impiegate, ma Hemp Care utilizza esclusivamente un CBD sintetizzato da fonte agrumaria, in forma pura e non contaminata da altri estratti della pianta di cannabis.

Nella linea Supreme il CBD viene trattato come un ingrediente complementare, impiegato per proprietà lenitive e riequilibranti già riconosciute in letteratura cosmetologica.

FILIERA ITALIANA: STRUTTURA OPERATIVA E CONTINUITÀ DEI PROCESSI

La filiera italiana di Allegrini prende forma attorno alle possibilità di seguire ogni fase produttiva in modo ravvicinato. Nei laboratori interni vengono definite le formule, testate le compatibilità tra ingredienti e avviate le prove di stabilità, mentre i reparti produttivi lavorano su scale progressive, dai piccoli lotti sperimentali alle produzioni destinate alla distribuzione. La vicinanza tra queste aree permette di registrare variazioni nei parametri fisici delle formule — densità, colore, comportamento in emulsione — e di intervenire senza interrompere il ciclo operativo.

Il controllo dei processi include anche la verifica della qualità delle materie prime in ingresso. Ogni partita viene analizzata per confermare che rientri nei valori definiti in fase di sviluppo: trattandosi di ingredienti naturali, alcune variazioni stagionali sono fisiologiche ed è il confronto fra laboratorio e produzione a definire quando un lotto può essere utilizzato. Questa modalità di lavoro permette all'azienda di mantenere uniformità tra produzioni successive senza dover ricorrere a stabilizzazioni aggiuntive o modifiche sostanziali delle ricette.

Le procedure interne prevedono, inoltre, controlli sui materiali di confezionamento: flaconi, tappi, pompe e etichette vengono testati per verificare la compatibilità con le formule, l'assenza di migrazioni e la tenuta nel tempo. Le analisi vengono condotte per categorie di prodotto, seguendo protocolli diversi per emulsioni, gel, oli o soluzioni acquose.

HEMP CARE

Hemp Care è una linea cosmetica di Allegrini S.p.A. che utilizza olio di canapa biologico ricavato dai semi, ottenuto tramite spremitura a freddo. La materia prima proviene da coltivazioni italiane tracciabili e viene verificata internamente per composizione e stabilità. L'olio è impiegato come base di molte formulazioni grazie al contenuto di acidi grassi, vitamine e minerali simili ai lipidi cutanei. Le diverse categorie di prodotto — skincare, haircare e beard care — impiegano la stessa materia prima senza variazioni del processo. L'intero ciclo, dalla ricezione dell'olio al confezionamento, è gestito nello stabilimento di Grassobbio.

RELATED POSTS

MARZO

STYLE MAGAZINE

Spazzola da barba: guida alla scelta del materiale e delle setole.

STYLE MAGAZINE
CORRIERE DELLA SERA ©

Spazzole da barba: guida alla scelta dei materiali e delle setole

Ce n'è una per ciascuno: tutto dipende dalla tipologia e dalla lunghezza del pelo. L'importante è mantenere sempre la massima igiene



La scelta della migliore spazzola da barba dipende dalla lunghezza del pelo (foto: Getty Images)

[Guarda il video Depilazione o epilazione? Guida alla scelta](#)

NEGLI ULTIMI ANNI la **barba** è diventata molto più di una semplice scelta estetica. Si tratta di un vero e proprio rituale quotidiano. E, per questo, cresce l'attenzione verso prodotti e strumenti dedicati alla sua cura. Prima tra tutti la **spazzola da barba** che, spesso considerata come un accessorio secondario, in realtà rappresenta uno strumento fondamentale per mantenere il pelo disciplinato, pulito e sano.

Meglio la depilazione o l'epilazione? Le differenze

Chi ha sempre la barba in ordine già lo sa: **senza una corretta manutenzione il rischio è quello di mostrare un aspetto trasandato**, con peli crespi o annodati. Ed è proprio qui che entra in gioco la spazzola: perché aiuta definire la forma della barba e a mantenerla curata giorno dopo giorno.

A cosa serve la spazzola da barba

Non si tratta semplicemente di pettinare i peli, ma di svolgere una serie di azioni che migliorano la salute della barba e della pelle sottostante. Come spiega **Giuseppe Vincitorio**, barber di **Barberino**: «La spazzola è uno strumento fondamentale per mantenere la barba pulita, sana e ordinata. Essa è importante per rimuovere tutte le impurità, per districare i peli e per distribuire al meglio, e in modo uniforme, oli o altri prodotti specifici».

Guida alla scelta

La scelta della migliore spazzola da barba **dipende fundamentalmente dal pelo**. «Le variabili che entrano in gioco sono dettate da diversi fattori. Il principale, però, è la lunghezza della barba. Questo elemento determina, infatti, la scelta del materiale della spazzola e delle sue dimensioni, oltre che della durezza o morbidezza delle setole e la sua forma» racconta l'esperto.

C'è, dunque, una spazzola per ognuno. Una barba corta, per esempio, **richiede generalmente una spazzola compatta e con setole abbastanza rigide**, in grado di lavorare bene vicino alla pelle. Al contrario, chi porta barbe più lunghe e folte potrebbe preferire una spazzola leggermente più ampia, capace di disciplinare meglio il pelo su tutta la sua lunghezza.

Anche il materiale del manico gioca un ruolo importante. Le spazzole di qualità sono **spesso realizzate in legno naturale**, resistente e piacevole al tatto, pensato per durare nel tempo e per garantire una presa stabile durante l'utilizzo.

Miglior spazzola da barba in cinghiale: la preferita dai barber

Tra le varie tipologie disponibili, la più apprezzata dai professionisti resta senza dubbio la spazzola da barba setole di cinghiale. Questa è, infatti, considerata la più efficace per disciplinare il pelo senza danneggiarlo. Il motivo sta nella struttura naturale delle setole, molto simile a quella dei peli umani. Questa caratteristica **permette di districare la barba con delicatezza**, distribuire in modo uniforme eventuali cosmetici e ridurre l'effetto crespo.

Non è un caso che questo tipo di spazzola venga utilizzato da molti barber professionisti nei

loro saloni, soprattutto per barbe medie o lunghe, che richiedono maggiore controllo e cura. La Beard Brush di **Hemp Care**, per esempio, è realizzata in Italia con pregiato legno di frassino e con setole in cinghiale rinforzato. Così promette di districare anche le barbe più difficili da pettinare.



Beard Brush di Hemp Care (foto: Courtesy Press Office)

MARZO

PAMBIANCO NEWS

Byblos, con Allegrini estensione strategica tra beauty e hotellerie.

PAMBIANCO*news*



BY Byblos: La nuova linea di fragranza BY Byblos Elements

Byblos, con Allegrini estensione strategica tra beauty e hotellerie

by Paola Cassola — 25 Marzo 2026

Tecnologia, innovazione e dialogo diretto con il pubblico guidano il rilancio di **Byblos**, che torna sul mercato con due nuove linee di fragranze, **Byblos** e **By Byblos**, sviluppate in partnership con **Allegrini**, responsabile della produzione e distribuzione a livello globale. L'accordo rappresenta "un'estensione strategica della visione del brand a 360°, che attraverso il beauty mira a raggiungere nuovi consumatori e costruire un rapporto autentico e continuativo con il pubblico", dichiara il CEO di **Byblos**, **Manuel Facchini**.

La collaborazione si fonda su valori condivisi come qualità delle materie prime e innovazione tecnologica ed estetica, e si estende anche al settore delle amenities per l'hotellerie, ambito in cui **Allegrini** è leader internazionale, con sedi negli Usa e in Russia, oltretché in Italia. Questo progetto si inserisce nella più ampia visione lifestyle di **Byblos**, già espressa anche attraverso il **Byblos Art Hotel**.

PAMBIANCO NEWS

"Stiamo creando un ecosistema di comunicazione vera e diretta con il pubblico", afferma Facchini spiegando come ogni prodotto del brand avrà un 'digital product passport', ovvero un QR Code realizzato in partnership con Certilogo, espressione non solo dell'anti-contraffazione e autenticità del prodotto stesso, ma soprattutto della volontà di instaurare un rapporto diretto con il consumatore finale. "Con il QR Code si possono conoscere, con la massima trasparenza, tutte le informazioni relative alla filiera del prodotto e tutti i creator, influencer e ambassador che lo hanno già utilizzato e sperimentato". Un approccio che crea un link diretto tra maison e pubblico, "un rapporto autentico molto sentito, soprattutto da parte della Gen Z", chiosa Facchini.

Il primo lancio delle nuove fragranze riguarda By Byblos Elements, linea già disponibile composta da nove proposte democratiche, caratterizzate da packaging curati e decorazioni 3D. Pensata per un pubblico dinamico e "mentalmente giovane", la collezione propone "una traduzione immediata, istintiva e libera del nostro immaginario in cui ogni fragranza intercetta un'atmosfera, un impulso, un modo di stare nel mondo - descrive Facchini -. È una proposta che coniuga qualità intrinseca a verità e freschezza".

A settembre debutterà, invece, la prima linea Byblos, con cinque fragranze dal taglio più autoriale e sofisticato, che corrispondono ad altrettante "espressioni di collisioni creative", ovvero rappresentano la tensione tra elementi apparentemente inconciliabili, come freddezza/sensualità, materia/luce, tecnologia/pelle e artificio/memoria. "Un linguaggio rivoluzionario - commenta Facchini - basato su esperienze di concetti narrativi che vengono tradotti attraverso fragranze disruptive".

Sul fronte dei mercati, le fragranze della prima linea sono pensate per una distribuzione globale, per cui l'azienda ha già reclutato ambassador internazionali al fine, in questa prima fase, di dare ampio risalto e favorire l'ingresso delle nuove proposte in Paesi come Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa. Per quanto riguarda By Byblos, l'obiettivo per ora è soprattutto l'Italia, ma nei piani c'è la successiva espansione internazionale.

Parallelamente, l'azienda sta evolvendo verso un modello sempre più orientato al direct-to-consumer e al retail diretto. Con un fatturato attuale di circa 20 milioni di euro, Byblos prevede una crescita progressiva: +30% nel 2026, +25% nel 2027 e +20% nel 2028. "Il nostro focus è la qualità, privilegiamo una crescita ragionata e coerente - conclude Facchini - questa è la forza di un brand del futuro".



Byblosofficial.com

MARZO

CIAO DONNA

Scudo anti-freddo: i gesti beauty che proteggono i capelli in inverno.



BEAUTY

- 1 ANTOS**
trattamento intensivo capelli con 13 elementi funzionali €9,00
- 2 HEMP CARE**
crema districante per capelli senza risciacquo, formula leggera e ultra-nutriente €24,00
- 3 ETHEREA COSMESI NATURALE**
risciacquo acido formulato con attivi dalla spiccata azione lucidante, ristrutturante e antistatica €17,90
- 4 LA SAPONARIA**
shampoo bio rinforzante girasole e arancio €8,00
- 5 COCUNAT**
integratori gommosi €32,00
- 6 JSKIN BY WORLD OF BEAUTY**
balsamo naturale senza risciacquo per tutti i tipi di capelli €32,00
- 7 WET BRUSH**
spazzola in ceramica ventilata che accelera l'asciugatura €16,99
- 8 K18**
maschera riparatrice che ricostruisce i legami cheratinici danneggiati, donando forza ed elasticità ai capelli
- 9 PARLUX**
per chi desidera ottenere ricci perfetti e capelli voluminosi €236,00

di Samuela Nisi

Scudo anti-freddo: i gesti beauty che proteggono i capelli in inverno

BIOAPTA
APTACREAM PLUS - Crema idratante viso da giorno per pelli normali o tendenzialmente secche €21,00
APTALINE COLLO-SENO - Emulsione rassodante collo-seno che dona elasticità e plasticità, prevenendo il rilassamento e la formazione di rughe €27,50
APTALIP-STICK - stick labbra emolliente che previene le irritazioni delle labbra e i danni provocati dalle radiazioni solari €4,60

LORIANA NELLI COSMETICS
CALUS CREAM CREMA IDRATANTE ANTIAGE Azione altamente idemolliente e rimpolpante con elastina, collagene, olio di rosa moscata e cheratina - XURU SERUM SIERO ANTIAGE acido ialuronico al 3%, peptidi, acido mandelico e glicolico ad azione ristrutturante e rigenerante - AISNA EYES CONTORNO OCCHI ANTIAGE Levigante e sgonfiante con acido ialuronico, prebiotici e ceramidi



57

MARZO

GSA

**Allegrini porta l'innovazione
made in Italy a Interclean.**



**Allegrini porta
l'innovazione
Made In Italy a Interclean**

Da oltre ottant'anni al servizio della pulizia professionale, Allegrini rappresenta oggi una delle principali realtà italiane nel settore della detergenza per il cleaning professionale e dei cosmetici per l'hotellerie e la cura della persona. Dal 14 al 17 aprile presenterà la sua offerta a Interclean Amsterdam: soluzioni che uniscono innovazione, sostenibilità e Made in Italy e un'innovativa tecnologia in collaborazione con Oversonic.

Allegrini offre un vasto assortimento di prodotti per la detergenza professionale, sviluppati per rispondere alle esigenze di diversi settori: dall'Ho.Re.Ca. all'industria alimentare, dal carwash agli ambienti sanitari, fino alle imprese di servizi e facility management.

Tutti i prodotti nascono da un solido know-how e dalla continua ricerca effettuata all'interno dei laboratori di Ricerca & Sviluppo dell'azienda, che permette un aggiornamento costante

delle formulazioni, la definizione di soluzioni su misura e lo sviluppo di nuovi prodotti, come la gamma completa di detergenti a marchio Ecolabel. In fiera verrà presentato anche un progetto ad alta tecnologia sviluppato in collaborazione con Oversonic: un robot umanoidale cognitivo in grado di affiancare l'uomo in ambienti di lavoro. Istruito secondo il Metodo Allegrini, il robot potrà supportare il personale di pulizia nelle attività di igiene e sanificazione di superfici orizzontali e verticali, anche in ambienti difficili e ad alta frequentazione.

www.allegrinipclean.com

**Robot Nilfisk per la
cura dei pavimenti:
più risultati, meno risorse**

In un mercato in cui la manodopera è sempre più difficile da reperire, i costi aumentano e gli standard qualitativi si alzano, i robot per la pulizia dei pavimenti rappresentano una scelta strategica. Disponibili 24/7, precisi e affidabili fin dal primo giorno, garantiscono continuità

operativa, riduzione dei costi indiretti e risultati costanti, liberando il personale per attività a maggior valore aggiunto. Protagonisti della gamma Nilfisk sono SC25 e VP25, una coppia progettata per lavorare in perfetta sinergia o in modo indipendente, offrendo massima flessibilità operativa. La SC25, lavasciuga compatta e maneggevole, è ideale per spazi aperti di piccole e medie dimensioni (500-2000 m²). Il raggio di sterzata a zero gradi consente una pulizia precisa lungo i bordi, mentre il sistema di navigazione intelligente assicura movimenti sicuri ed efficienti anche in ambienti complessi. Il VP25, aspiratore robotico versatile per superfici dure e tessili (500-2400 m²), completa l'intervento garantendo silenziosità, efficienza e prestazioni costanti, anche in contesti dinamici. Operando in sinergia, SC25 e VP25 creano



un sistema integrato che migliora l'efficienza operativa, riduce i costi di gestione e garantisce standard qualitativi elevati, permettendo alle imprese di pulizia di massimizzare le performance con un impiego ottimizzato delle risorse.

www.nifisk.com

1976 - 2026
CELEBRIAMO 50 ANNI DI ECCELLENZA NELLA PRODUZIONE DI GUANTI PER TUTTE LE VOSTRE ATTIVITÀ
GRAZIE A TUTTI QUELLI CHE HANNO CONDIVISO QUESTO PERCORSO CON NOI E CHE CI SOSTERRANNO IN UNA NUOVA FASE DI CRESCITA, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ.

DPL
Handling you with care.

MARZO

GSA

**ADV - Da Bergamo ad Amsterdam.
Alla velocità del pulito.**



**Da Bergamo ad Amsterdam.
Alla velocità del pulito.**

Allegrini, azienda italiana con oltre 80 anni di esperienza, produce **detergenti professionali e cosmetici** per il mondo dell'hotellerie e la cura della persona. **Dal 14 al 17 aprile**, scoprite il mondo Allegrini a **Interclean**, l'appuntamento per professionisti della pulizia e dell'igiene. Soluzioni che uniscono **innovazione, sostenibilità e Made in Italy**, insieme a una tecnologia d'avanguardia in collaborazione con **Oversonic**.

Padiglione 7 - Stand 07.202 www.allegrini.com



APRILE

HOME CARE

Allegrini presente a Interclean Amsterdam 2026 con soluzioni integrate e robotica per il cleaning professionale.



Allegrini presente a Interclean Amsterdam 2026 con soluzioni integrate e robotica per il cleaning professionale

10 Aprile 2026 | [Attualità](#), [Fiere](#), [Home Care](#), [in evidenza](#), [Pulizia](#), [Retail](#), [Tech](#)

Grassobbio (Bg) – **Allegrini**, tra le principali realtà italiane nel settore della detergenza professionale e della cosmetica per hotellerie e conto terzi, parteciperà a **Interclean Amsterdam 2026** (14-17 aprile, Amsterdam RAI Exhibition and Convention Centre) presentando la propria gamma di soluzioni integrate per la **pulizia professionale** e un'innovativa tecnologia robotica sviluppata in collaborazione con **Oversonic Robotics**.

Allegrini sarà presente con i team delle due Business Line, Detergenza e Cosmetica, offrendo un'ampia gamma di prodotti e sistemi per l'igiene di ambienti e persona, tra cui detergenti certificati Ecolabel, soluzioni concentrate per ridurre consumi e sprechi e sistemi di dosaggio e diluizione ottimizzati.

Accanto all'offerta tradizionale, il focus dell'edizione sarà la **robotica avanzata applicata al cleaning**. Presso lo stand dell'azienda sarà infatti presentato **RoBee, robot umanoide cognitivo** già utilizzato in ambito industriale e sanitario e ora applicato anche al settore della **pulizia professionale**. Progettato per collaborare con l'uomo, è dotato di 40 articolazioni e di un sistema avanzato di sensori che gli consente di interagire con l'ambiente, riconoscere oggetti ed eseguire movimenti complessi. Il robot è stato addestrato per supportare le attività di **pulizia e sanificazione di superfici orizzontali e verticali**. In fiera sarà mostrato in un ambiente bagno completo, dove dimostrerà le proprie capacità operative in contesti ad alta intensità d'uso come strutture ricettive, stazioni di servizio e ambienti sanitari. L'obiettivo non è sostituire il lavoro umano, ma affiancarlo, riducendo il carico operativo e migliorando efficienza e standard igienici.

APRILE

L'ECO DI BERGAMO

Robot "Cenerentola", alleanza tra Allegrini e la startup Oversonic.

L'ECO DI BERGAMO

LA CURIOSITÀ

Robot «Cenerentola» Alleanza tra Allegrini e la startup Oversonic

ASTRID SERUGHETTI

Allegrini sceglie il palcoscenico di Interclean Amsterdam 2026, fiera internazionale del settore della pulizia professionale, per presentare la sua inedita collaborazione con Oversonic Robotics e il suo robot umanoide Robee.

A chi, dal 14 al 17 aprile, visiterà lo stand dell'azienda con sede a Grassobbio, capiterà quindi di vedere un robot umanoide che pulisce bagni, superfici e pavimenti, il tutto ovviamente con i prodotti della realtà bergamasca, spe-



Robee, il robot umanoide

cializzata nella detergenza professionale. «In fiera sarà presente una prima versione di Robee, ma le aziende che scelgono i nostri prodotti per la detergenza potranno testarlo come ausiliario nel servizio di pulizia e volendo implementarlo con delle personalizzazioni», spiegano dall'azienda della famiglia Allegrini - da ottobre 2020 la maggioranza è passata al fondo Metrika - confermando che quello che si vedrà in fiera è solo l'inizio di una collaborazione più strutturata con la startup di Besana Brianza sostenuta dal fondo bergamasco Cysero.

L'obiettivo, spiegano da Oversonic, «non è sostituire il lavoro umano, ma supportarlo, ridurre il carico operativo, ottimizzare tempi e risorse e contribuire al mantenimento di elevati standard di pulizia e igiene». Fino ad oggi l'umanoide Robee è attivo principalmente nella manifattura industriale e in modo sperimentale in campo medicale, mentre questa è la prima colla-

borazione nell'ambito del cleaning professionale, un settore dove macchinari innovativi sono all'ordine del giorno e dove la robotica avanzata può migliorare efficienza e sostenibilità.

Grazie alle competenze sviluppate dall'azienda bergamasca nelle metodologie e nei processi di igiene, il robot è stato istruito dal personale di Allegrini per supportare gli operatori nella pulizia e sanificazione di superfici orizzontali e verticali.

Attualmente Robee è in grado di interagire con l'ambiente, riconoscere oggetti ed eseguire movimenti complessi grazie a una struttura ispirata al corpo umano, dotata di 40 articolazioni e di un avanzato sistema di sensori per la visione e la navigazione nello spazio. Oltre al cleaning, Allegrini sarà presente in fiera anche con la linea cosmetica, recentemente potenziata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

APRILE

STYLE MAGAZINE

Questi sono i migliori oli da barba idratanti e disciplinanti da provare.

STYLE MAGAZINE
CORRIERE DELLA SERA ©

Questi sono i migliori oli da barba idratanti e disciplinanti da provare

Con le loro formule naturali, i nuovi *beard oil* nutrono, lucidano e disciplinano. Quelli di ultima generazione sono perfetti anche per viso e capelli

di Ivan Pestillo
21 aprile 2026



1/11

L'olio da barba è il segreto grooming che sta conquistando sempre più uomini attenti alla cura di sé. Si tratta di un prodotto a base di oli naturali, studiato per nutrire, ammorbidire e disciplinare la barba. La sua texture leggera lo rende ideale anche per le barbe più corte, senza appesantire o ungere. Applicarlo è semplice: bastano poche gocce da scaldare tra le mani prima di distribuirle uniformemente. Si parte dalla pelle sotto la barba, massaggiando delicatamente per idratare e prevenire irritazioni; poi si passa alle lunghezze, per rendere il pelo più morbido e visibilmente più curato. Il momento migliore? Dopo la doccia, quando i pori sono dilatati e la barba più ricettiva. Con un uso costante, l'olio da barba aiuta, inoltre, a ridurre prurito e desquamazioni, migliorando il comfort quotidiano. Un gesto semplice, ma decisivo, per una barba sempre lucida, idratata e in ordine. Di seguito, le migliori formule da provare.

Foto di Introspectivedsgn/Pexels



Hemp Care - Beard Oil

Il suo ingrediente star è l'olio di canapa italiano bio dalle proprietà emollienti e rivitalizzanti. Qui potenziato con olio di babassu che, ricco di acidi grassi, nutre barba e capelli.

39,50 euro

APRILE

CLEANING

Allegrini porta nuove soluzioni per il cleaning a Interclean e presenta Robee il robot umanoide.

Cleaning

Allegrini porta nuove soluzioni per il cleaning a Interclean e presenta Robee il robot umanoide

Allegrini ha presentato a Interclean la propria gamma di soluzioni dedicate al cleaning professionale e alla cosmetica, insieme a una nuova tecnologia sviluppata in collaborazione con Oversonic Robotics: il robot Robee. L'azienda, attiva nel settore della detergenza professionale, ha illustrato durante la manifestazione diverse soluzioni orientate all'ottimizzazione dei processi di pulizia e alla riduzione degli sprechi.



Le soluzioni per il cleaning professionale

L'offerta presentata da **Allegrini** comprende **detergenti certificati Ecolabel**, prodotti concentrati e sistemi di dosaggio e diluizione progettati per contenere consumi e sprechi.

Tra gli obiettivi delle soluzioni proposte vi è l'**ottimizzazione dei processi di sanificazione** attraverso un utilizzo più controllato dei prodotti detergenti, tema sempre più centrale nel settore del cleaning professionale.

A Interclean debutta il robot umanoide RoBee



Nel corso della fiera è stato presentato anche **RoBee**, robot umanoide cognitivo sviluppato da **Oversonic Robotics** e addestrato attraverso il know-how di **Allegrini** nelle metodologie e nei processi di igiene professionale.

Secondo quanto comunicato dalle aziende, il robot è stato progettato per **affiancare gli operatori nelle attività di pulizia e sanificazione delle superfici**.

Le caratteristiche del robot



RoBee è stato sviluppato per **interagire** con l'ambiente circostante, **riconoscere oggetti ed eseguire movimenti complessi**. Il sistema è dotato di **40 articolazioni** e di **sensori** dedicati alla visione e alla navigazione nello spazio.

L'obiettivo dichiarato del progetto è supportare le attività operative attraverso tecnologie robotiche applicate al settore della pulizia professionale e dell'igiene.

APRILE

MILANO FINANZA

Allegrini (Metrika Sgr) conta di chiudere il 2026 con ricavi in rialzo a 45 milioni.



🔗 CORPORATE ITALIA

Leggi dopo

Allegrini (Metrika Sgr) conta di chiudere il 2026 con ricavi in rialzo a 45 milioni

di Elena Dal Maso [Segui](#)



24 aprile 2026, 15:50 Ultimo aggiornamento: 15:51

La storica azienda bergamasca che produce detergenti professionali e cosmetici per l'hotellerie distribuiti in oltre 65 Paesi si aspetta di migliorare ricavi ed ebitda nonostante la guerra in Iran. Parla l'ad Gianluigi Fornoni

Allegrini, storica azienda italiana di Grassobbio (Bergamo), specializzata nella produzione di detergenti professionali e cosmetici per l'hotellerie, conta di chiudere il 2026 con ricavi in crescita nonostante il periodo volatile a causa della guerra in Iran e della chiusura dello Stretto di Hormuz. Il gruppo sviluppa anche soluzioni sostenibili per settori quali Horeca, automotive, zootecnia e sanitario, distribuendo in oltre 65 Paesi.

Ricavi 2026 attesi a oltre 45 milioni

La spa, fondata nel 1945 e guidata dall'ad **Gianluigi Fornoni**, si aspetta di arrivare a dicembre con ricavi per **45,42 milioni** (da 38,25 milioni del 2025) e un **ebitda di 6,22 milioni** (da 4,81 milioni dello scorso anno).

Il 2026 si è aperto con segnali «complessivamente positivi per il nostro settore», spiega l'ad ceo **Gianluigi Fornoni**, «sostenuti da una domanda che si mantiene stabile nei comparti della detergenza professionale e dell'hotellerie. La nostra nuova divisione retail sta dando segnali molto incoraggianti e conferma la validità del percorso di diversificazione che abbiamo avviato».

Tuttavia, il contesto macroeconomico è diventato «rapidamente più incerto», riprende il manager. Le tensioni geopolitiche legate alle «varie guerre ed in particolare l'ultima verso l'Iran stanno già generando **volatilità sui mercati energetici e sui costi industriali**, elementi che si stanno già riflettendo lungo tutta la filiera produttiva».

Per realtà manifatturiere come Allegrini spa, presenti in molti mercati internazionali, «la priorità resta **mantenere efficienza operativa e flessibilità**, continuando a investire in innovazione e sostenibilità per affrontare uno scenario globale più complesso».

Metrika Sgr

Dal 2020 Allegrini è controllata al 60% da **Metrika Sgr**, mentre **Maurizio e Ottaviano Allegrini** restano nella gestione operativa. Metrika è una piattaforma di investimento indipendente italiana specializzata in private equity, focalizzata sulla trasformazione industriale e tecnologica delle piccole e medie imprese. Fondata nel 2019 da **Marco Giuseppini**, investe in aziende italiane con un fatturato fra 20 e 100 milioni di euro, sostenendo crescita e passaggi generazionali. (riproduzione riservata)

APRILE

TECHNORETAIL

**Allegrini presenta il robot umanoide
per il futuro del cleaning.**

Technoretail



RoBee è in grado di interagire con l'ambiente, riconoscere oggetti ed eseguire movimenti complessi

NEWS

Allegrini presenta il robot umanoide per il futuro del cleaning

🔗 - Allegrini robot umanoide - Allegrini RoBee - Allegrini pulizia professionale

Allegrini, tra le principali realtà italiane nel settore della detergenza professionale e della cosmetica per l'hotellerie, in occasione di **Interclean Amsterdam 2026** presenterà la sua **gamma di soluzioni complete per la pulizia professionale** e un **innovativa tecnologia robotica** sviluppata in collaborazione con **Oversonic Robotics**.

Oltre all'offerta per il cleaning professionale che comprende **detergenti certificati Ecolabel**, formulati secondo i più rigorosi standard ambientali europei, **prodotti concentrati** per ridurre consumi e sprechi, e **sistemi di dosaggio e diluizione intuitivi** per ottimizzare i processi di pulizia, l'azienda presenterà **RoBee**, il **primo robot umanoide certificato** per operare sia in ambienti industriali sia in ambito medicale. Progettato per lavorare al fianco dell'uomo, è in grado di interagire con l'ambiente, riconoscere oggetti ed eseguire movimenti complessi grazie a una struttura ispirata al corpo umano, dotata di **40 articolazioni** e di un **avanzato sistema di sensori** per la visione e la navigazione nello spazio.

Già impiegato in contesti industriali e sanitari, RoBee viene presentato a InterClean come applicazione avanzata della **robotica umanoide cognitiva** a supporto dell'innovazione anche nel settore della **pulizia professionale**. Grazie al know-how Allegrini nelle metodologie e nei processi di igiene, il robot è stato istruito per **supportare gli operatori nella pulizia e sanificazione di superfici orizzontali e verticali**. Presso lo stand Allegrini, i visitatori potranno osservare RoBee in azione all'interno di un ambiente bagno, completo di lavandino, specchio e WC. Durante la fiera, il robot dimostrerà concretamente come la robotica umanoide possa affiancare le operazioni di igiene in contesti ad alta intensità d'uso, come stazioni di servizio, strutture ricettive e ambienti sanitari.

L'obiettivo non è sostituire il lavoro umano, ma supportarlo: **ridurre il carico operativo, ottimizzare tempi e risorse e contribuire al mantenimento di elevati standard di pulizia e igiene**. La collaborazione tra Allegrini e Oversonic Robotics rappresenta così una nuova prospettiva per il futuro del cleaning professionale, dove robotica avanzata, prodotti innovativi e competenze umane convergono per migliorare efficienza e sostenibilità.

APRILE

DIMENSIONE PULITO

Dai prodotti al metodo.



vetrina
aziende

Dai prodotti al metodo

I prodotti Allegrini nascono dal know-how aziendale e dalla ricerca dei laboratori R&S, dove vengono costantemente aggiornate le formulazioni, sviluppate soluzioni su misura e nuove linee, come la gamma di detergenti Ecolabel. In collaborazione con Oversonic, a InterClean Amsterdam sarà presentato anche un robot umanoide cognitivo, istruito secondo il Metodo Allegrini per supportare il personale nelle attività di pulizia e igiene.

FROM PRODUCTS TO METHOD

Allegrini products stem from the company's know-how and the research carried out in its R&D laboratories, where formulations are constantly updated and tailor-made solutions and new product lines are developed, such as the Ecolabel detergent range. In collaboration with Oversonic, the company will also present at InterClean Amsterdam, a cognitive humanoid robot trained according to the Allegrini Method to support staff in cleaning and hygiene activities.



Disinfezione al profumo di limone

Christeyns presenta Lufra San Multi Lemon, un detergente disinfettante concentrato al profumo di limone, ideale per la pulizia quotidiana di tutte le superfici dure. Grazie al pH neutro, garantisce un'azione efficace e delicata, assicurando elevati standard di igiene senza danneggiare i materiali.

LEMON-SCENTED DISINFECTION

Christeyns presents Lufra San Multi Lemon, a concentrated disinfectant detergent with a lemon scent, ideal for the daily cleaning of all hard surfaces. Thanks to its neutral pH, it provides effective yet gentle action, ensuring high hygiene standards without damaging materials. Tested according to European regulations, it is active against bacteria, yeasts, and enveloped viruses. The PMC certification (Registered Medical-Surgical Device No. 21422) offers an additional guarantee of safety, quality, and efficacy, making it suitable for a wide range of professional environments.

Testato secondo normative europee, è attivo contro batteri, lieviti e virus avvolti. La certificazione PMC n. 21422, rappresenta un'ulteriore garanzia di sicurezza, qualità ed efficacia, rendendolo idoneo anche per molteplici ambienti professionali.

03 / 2026

77

APRILE

DIMENSIONE PULITO

I leader del settore.



i nostri partner

I LEADER DEL SETTORE

Aziende protagoniste, visioni all'avanguardia. In questa sezione presentiamo i brand che ridefiniscono il cleaning professionale: realtà capaci di coniugare qualità, innovazione e specializzazione per rispondere alle sfide di un mercato in rapida evoluzione. Sicurezza, tecnologia e sostenibilità li rendono globalmente competitivi

THE CLEANING LEADERS

Leading companies, forward-thinking visions. In this section, the brands redefining professional cleaning: businesses combining quality, innovation and specialisation to meet the demands of an increasingly competitive, fast-changing market. Safety, technology and sustainability make them stand out on a global scale

allegriini.
 ALLEGRIINI SPA
 Viale Salvo d'Acquisto 2
 24150 Grassano (BG)
 Tel. +39 035 4242111
 allegriinipulito.com

Nata nel 1945, Allegrini, presente in oltre 65 paesi nel mondo, è oggi un'azienda chimica leader in Italia nella produzione di detergenti professionali. Grazie al suo know-how, propone formule innovative per soddisfare al meglio le esigenze di igiene e pulizia per numerosi settori di applicazione.

Founded in 1945, Allegrini is now present in over 65 countries worldwide and is Italy's leading chemical company in the production of professional detergents. Thanks to its know-how, it offers innovative formulas to best meet the hygiene and cleaning needs of numerous sectors of application.

ECOLABCL VETRI
 Plus: Detergente liquido senza risciacquo con tensioattivi naturali per una pulizia efficace e senza aloni di finestre e specchi.

PULITO

12

APRILE

DIMENSIONE PULITO

ADV - Italian innovation
for Professional Cleaning.



Italian Innovation for Professional Cleaning.

Allegrini, an Italian company with over 80 years of experience, produces professional detergents and cosmetics for the hospitality sector. **From 14 to 17 April**, discover the world of Allegrini at **Interclean**: not only a comprehensive range of **cleaning products**, but also a **cognitive humanoid robot**, developed in collaboration with **Oversonic** and trained according to the **Allegrini Method** to support staff in cleaning and hygiene activities.

Hall 7 - Stand 07.202 www.allegrini.com



APRILE

GSA

Non solo automazione: il ruolo strategico della pulizia manuale in sanità.



NON SOLO AUTOMAZIONE: IL RUOLO STRATEGICO DELLA PULIZIA MANUALE IN SANITÀ

Si parla spesso di automazione, meccanizzazione e robotica applicata anche alla pulizia professionale. L'evoluzione tecnologica ha infatti introdotto macchine sempre più sofisticate: lavasciuga automatiche, sistemi di dosaggio intelligente, robot autonomi per la pulizia dei pavimenti, piattaforme digitali di monitoraggio delle attività e via discorrendo. Non tutto, però, è automatizzabile: in un settore che si sta spingendo sempre più verso soluzioni evolute, ci sono ancora molti ambienti in cui il lavaggio manuale risulta imprescindibile.

Non tutte le pulizie sono automatizzabili

La ragione è semplice: tali contesti spesso presentano caratteristiche operative, strutturali o organizzative che rendono difficile

o inefficiente l'utilizzo esclusivo di macchine automatiche. Corridoi stretti, spazi ingombri da arredi, superfici frammentate ma soprattutto la necessità di interventi mirati su aree con determinate caratteristiche richiedono ancora l'intervento diretto dell'operatore. In questi casi il lavaggio manuale, se eseguito con strumenti adeguati e secondo protocolli strutturati, rappresenta una soluzione estremamente efficace e controllabile.

In sanità, ad esempio...

Prendiamo la sanità, ad esempio: il settore ospedaliero, inteso *lato sensu*, è uno degli esempi più evidenti di questa realtà. Ospedali, cliniche e strutture assistenziali sono ambienti complessi, caratterizzati da un'elevata frequentazione e dalla presenza costante di microrganismi potenzialmente patogeni che

Ci sono contesti, come quello sanitario, in cui la pulizia manuale gioca ancora un ruolo essenziale nel mantenimento di quell'igiene profonda essenziale per la sicurezza di tutti. E anche se non si parla di automazione, robotica o IA, la ricerca tecnologica ha moltissimo da dire. Addentriamoci dunque nel mondo di sistemi di lavaggio, carrelli e prodotti per una corretta gestione della pulizia manuale in ambito ospedaliero.

di Simone Finotti

GSA

FOCUS

ALLEGRIANI



Specifico per la pulizia di pavimenti e particolarmente indicato per superfici in gres porcellanato con l'ausilio di macchine lavapavimenti, **Gres Whitener** di Allegriani è un detergente a schiuma controllata pensato per la pulizia di pavimentazioni molto trafficate. Ad elevato potere sgrassante, rimuove in profondità ogni tipo di sporco, anche quello più ostinato e resistente. Il notevole potere sbiancante permette inoltre di ripristinare l'aspetto originale delle piastrelle ingrigite dal tempo. Ideale sia per la pulizia ordinaria sia per quella straordinaria.

www.allegrianiopclean.com

BETTARI



IPER 4 Germicida Balsamico è un disinfettante detergente cationico ad alta efficacia germicida e battericida, registrato al Ministero della Salute con il n.2485. Grazie alla sua profumazione balsamica, svolge anche un'azione deodorante negli ambienti. Indicato per la disinfezione di superfici in ambito civile e professionale, come abitazioni, luoghi di ritrovo e industrie alimentari. In soluzione al 10% assicura un'igiene profonda senza danneggiare i materiali. Non macchia e rispetta gomma e plastica. Ideale per applicazioni manuali o a spruzzo, con asciugatura spontanea.

www.bettaridetergenti.it

CAL ITALIA



Sistema di lavaggio RFC di Rekola: un metodo di pulizia "Residue Free Cleaning" che permette di igienizzare superfici anche senza l'uso di detergenti, riducendo tempi e residui. Il sistema è composto dal tergilavamento Power Squeegee e dai panni in ultra microfibra MopCloth H. È certificato con risultati di rimozione fino al 99,95% dei batteri e del 93,8% dello sporco con un solo passaggio del panno e per la ridotta dispersione di microplastiche durante i lavaggi in lavatrice (classe A). Il sistema garantisce quindi elevati standard igienici e sostenibilità, unendo efficacia di pulizia, ridotto impatto ambientale e ottimizzazione dei consumi.

www.calitalia.com

COPMA



Nei contesti sanitari, il lavaggio manuale dei pavimenti resta uno strumento essenziale per il controllo delle contaminazioni ambientali. In questo scenario si inserisce il sistema PCHSE (Probiotic Cleaning Hygiene System), che utilizza detergenti probiotici capaci di agire per biocompetizione contro i microrganismi patogeni. A differenza dei detergenti chimici tradizionali, l'effetto igienizzante è stabile e prolungato fino a 24 ore, rafforzandosi progressivamente nel tempo. Studi scientifici indipendenti ne confermano sicurezza per la salute e minore impatto rispetto alla chimica convenzionale.

www.pchse.it

DIANOS



Dianos propone una linea di detergenti a base cloro specifici per l'igiene in ambito sanitario: Igiendoro Hospital.

Il sodio ipoclorito ha un ampio spettro d'azione e un elevato potere battericida ed è stato approvato come principio attivo biocida.

Diactive Hospital. Detergente igienizzante alcalino clorativo non schiumogeno, indicato per la pulizia di pavimenti, pareti e superfici. Specificatamente consigliato per il settore ospedaliero e le case di cura. Indicato per il lavaggio meccanico di pavimenti e superfici, oltre che per uso manuale.

In ottemperanza al regolamento 528/2012 (Biocidal Product Regulation) Dianos ha presentato, entro i termini previsti, il dossier per i prodotti biocidi a base di sodio ipoclorito.

www.dianos.net

FALPI



Con Kubi Kid la sicurezza dei carrelli incontra la fantasia dei bambini. Kubi Kid di Falpi nasce infatti per portare la praticità del carrello Kubi negli spazi dedicati ai bambini, come ospedali pediatrici, scuole dell'infanzia e centri educativi. Conserva la compattezza, l'ergonomia e la versatilità della linea originale, ma aggiunge una componente ludica e un tono più accogliente grazie a stickers personalizzabili con temi diversi. La struttura chiusa aiuta a proteggere contenuti e attrezzature, limitando l'accesso dei più piccoli e contribuendo a mantenere ordine e sicurezza.

www.falpi.com

APRILE

PAMBIANCO BEAUTY**Byblos, con Allegrini estensione strategica tra beauty e hotellerie.****overview****BYBLOS, CON ALLEGRIANI ESTENSIONE STRATEGICA TRA BEAUTY E HOTELLERIE**

Tecnologia, innovazione e dialogo diretto con il pubblico guidano l'evoluzione di Byblos, che sviluppa insieme ad Allegrini un progetto strategico a 360 gradi nel beauty e nell'hotellerie. Non una semplice estensione di categoria, ma la costruzione di un ecosistema coerente con l'identità del marchio, in cui fragranze, autenticità digitale ed experience dialogano in modo organico. Il progetto parte dalle fragranze, ma si estende anche al mondo delle amenities per l'hotellerie, ambito in cui Allegrini vanta una consolidata expertise internazionale. In questo senso, la collaborazione si inserisce nella più ampia idea lifestyle di Byblos. "Per noi il beauty non è una semplice estensione commerciale del brand, ma un vero territorio espressivo", spiega Manuel Facchini, CEO e direttore creativo di Byblos. "Con Allegrini stiamo costruendo un progetto che ha profondità industriale, ma anche una forte coerenza identitaria. Ci interessava un partner capace non solo di produrre, ma di condividere una visione". Uno dei pilastri di questa evoluzione è il Digital Product Passport, sviluppato in partnership con Certilogo, che accompagnerà i prodotti Byblos e By Byblos, attraverso cui sarà possibile verificare l'autenticità del prodotto, conoscere informazioni relative alla filiera e accedere a contenuti che rafforzano il dialogo tra brand e pubblico. Il primo lancio riguarda By Byblos Elements, la linea già disponibile composta da nove fragranze. Se Byblos rappresenta la dimensione più autoriale, sofisticata e concettuale del progetto, By Byblos ne esprime invece la componente più immediata, giovane, libera e democratica. A settembre è invece previsto il debutto della prima linea Byblos, con cinque fragranze dal taglio più autoriale e immersivo. Sul fronte dello sviluppo internazionale, la prima linea Byblos è pensata in ottica globale, con particolare attenzione a mercati come Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa, mentre By Byblos si concentra inizialmente sull'Italia, con l'obiettivo di una successiva espansione.

Henkel acquisisce il marchio di haircare Not Your Mother's

Henkel ha acquisito il marchio americano di cura e styling dei capelli Not Your Mother's. L'operazione rafforza la posizione di Henkel nel settore dell'haircare, come annunciato dalla società quotata al Dax. L'azienda è attualmente di proprietà dell'investitore di private equity Main Post Partners. Il gruppo non ha fornito dettagli finanziari. Nell'esercizio 2025, il marchio ha generato un fatturato di circa 190 milioni di euro.

Muji punta sullo skincare a prezzi accessibili

Muji punta sulla sua linea di prodotti per la cura della pelle a prezzi accessibili per sostenere la crescita in Giappone e all'estero, mentre come riporta Bloomberg News, aumenta la domanda di prodotti di bellezza convenienti. I prodotti, solitamente venduti a meno di 3.000 yen (circa 16,5 euro) in Giappone, utilizzano formulazioni semplici, etichettatura trasparente e ingredienti di origine naturale.

APRILE

PAMBIANCO BEAUTY

ADV - BY Byblos. Your next obsession.



YOUR NEXT OBSESSION



by-byblosofficial.com

MAGGIO

BEAUTY BIZ**Byblos stringe una partnership con Allegrini.****BEAUTYbiz****BYBLOS stringe una partnership con Allegrini**

L'accordo si articola su tre pilastri complementari: la prima linea BYBLOS, entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; BY BYBLOS, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e una collezione hotellerie d'autore, ispirata al BYBLOS ART HOTEL

Chiara Grianti - 14 Maggio 2026



BYBLOS, marchio storico del Made in Italy nato nel 1973, annuncia la partnership strategica con **Allegrini**. L'accordo si articola su tre pilastri complementari: la prima linea BYBLOS, entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; BY BYBLOS, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e una collezione hotellerie d'autore, ispirata al BYBLOS ART HOTEL, pensata per ridefinire il codice sensoriale dell'ospitalità di alta gamma sui principali mercati internazionali. Non un'estensione di brand, non un esercizio di stile: una piattaforma autoriale. BYBLOS non costruisce fragranze da note. Le costruisce da collisioni – due materie incompatibili che, scontrandosi, generano una terza verità inevitabile. Cinque ingressi in un universo che tiene insieme memoria e futuro, natura e artificio, corpo e concetto. I nomi e le identità dei singoli profumi saranno svelati progressivamente. Parallelamente, la seconda linea **BY BYBLOS** rappresenta l'energia più democratica del brand: una collezione di Eau de Toilette arricchita da un mix di prodotti ancillari dal tono giovane, fresco, ironico, divertente. Nessuna sovrapposizione con la prima linea – due piattaforme, due pubblici, due ritmi, un unico DNA BYBLOS. La collezione spazia da interpretazioni più fresche e luminose a signature olfattive più intense e urbane, con composizioni che uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziate. Fragranze come Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste e Aquamarine raccontano un universo fresco, vibrante e sensoriale: dalle note agrumate e solari di Sole, ai sentori acquatici e mediterranei di Mare, passando per le sfaccettature più cristalline e contemporanee di Ghiaccio e per gli accenti floreali e sofisticati di Cielo. Completano la collezione Amethyste e Aquamarine, dalle tonalità più glamour, luminose e femminili. Le tre proposte maschili Leather, Carbon e Metal esprimono invece un'anima più intensa e metropolitana, attraverso accordi legnosi, speziati e aromatici che interpretano il lato più urban e contemporaneo del brand. Tra le fragranze best seller della collezione spiccano Cielo, Ghiaccio e Mare, diventate iconiche per la loro capacità di interpretare gli elementi naturali attraverso composizioni fresche, versatili e immediatamente riconoscibili. Il packaging della collezione interpreta pienamente il DNA creativo di BY BYBLOS: un'estetica pop, vibrante e contemporanea dove colore, design ed emozione diventano elementi distintivi del brand. Ogni fragranza vive attraverso un flacone con un proprio codice colore, creando un legame diretto tra esperienza olfattiva, personalità e immaginario fashion. La partnership BYBLOS x Allegrini si apre a una terza dimensione strategica: una linea hotellerie ispirata al BYBLOS ART HOTEL, icona italiana del lifestyle internazionale – fatto di arte, design d'autore e presenza materica. Forte della leadership consolidata di Allegrini nel settore, con filiali dirette negli Stati Uniti e in Russia, la collezione raggiungerà i principali operatori internazionali dell'hospitality di lusso. Non amenities di servizio ma oggetti pensati come parte costitutiva dell'esperienza, costruiti su qualità tattile, firma sensoriale riconoscibile e un'idea di sostenibilità progettata, non dichiarata.

BEAUTY BIZ

Sull'intera piattaforma, la rete di Allegrini garantisce presenza diretta su quattro aree strategiche: Russia, Stati Uniti, Medio Oriente, Europa. Alla base della partnership non c'è solo un accordo commerciale: c'è una matrice culturale comune. Due aziende italiane storiche, ognuna leader nel proprio segmento, accomunate dalla stessa intolleranza per la profumeria di mantenimento e dalla stessa idea che il prodotto contemporaneo nasca dall'incrocio tra cultura creativa radicale e cultura industriale d'eccellenza. "C'è un momento in cui un brand smette di celebrarsi e ricomincia ad accadere. Per BYBLOS è adesso. Stiamo tornando sulla scena internazionale con un'energia creativa che non chiede permesso e non accetta filtri: le fragranze sono solo il primo segnale. Dietro c'è un linguaggio fondato su collisioni, sensualità non addomesticata, ribellione lucida – pensato per spostare l'asse, non per occupare uno spazio. Intorno a questa visione stiamo facendo crescere una community autentica, profondamente allineata al brand: una generazione che non separa più moda, arte, musica, cultura visiva, design, ma vive tutto come un unico atto espressivo. È in quel territorio – dove la moda incontra l'arte in ogni sua forma, dalla musica al visivo, dalla performance al pensiero – che BYBLOS torna a fare ciò che ha sempre saputo fare: non inseguire il presente, accenderlo" ha dichiarato Manuel Facchini, Direttore Creativo, BYBLOS. "Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirla. Tradurre collisioni così ambiziose in formulazioni stabili, identitarie e riproducibili a scala internazionale è esattamente il terreno su cui Allegrini ha costruito la propria reputazione tecnica. Investiamo da anni in ricerca sulle materie prime, in processi a basso impatto: per noi la sostenibilità non è una dichiarazione, è un metodo di lavoro. Con BYBLOS portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l'idea stessa di profumeria italiana – e che grazie alla nostra rete diretta su Russia, Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa, e alla nostra leadership nell'hospitality di alta gamma, può imporsi come riferimento nel segmento luxury internazionale" ha affermato **Gianluigi Fornoni**, Amministratore Delegato, Allegrini.



Manuel Facchini, Direttore Creativo ByBlos, e Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato Allegrini spa

MAGGIO

FASHION NETWORK

Byblos si rafforza nell'universo delle fragranze con Allegrini.

FASHION
NETWORK

Byblos si rafforza nell'universo delle fragranze con Allegrini

Byblos ha annunciato una nuova partnership strategica con Allegrini per la creazione di profumi a marchio Byblos, la linea entry to luxury; By Byblos, più accessibile e pop; e una collezione per l'hotellerie ispirata al Byblos Art Hotel.



“Stiamo tornando sulla scena internazionale con un'energia creativa che non chiede permesso e non accetta filtri: le fragranze sono solo il primo segnale. Dietro c'è un linguaggio fondato su collisioni, sensualità non addomesticata, ribellione lucida, pensato per spostare l'asse, non per occupare uno spazio”, ha commentato Manuel Facchini, Direttore Creativo di Byblos. “Intorno a questa visione stiamo facendo crescere una community autentica, profondamente allineata al brand”.

La prima linea Byblos proporrà cinque nuove fragranze, i cui nomi saranno svelati progressivamente, costruite a partire da “collisioni: due materie incompatibili che, scontrandosi, generano una terza verità inevitabile”, anticipa il marchio.

Per quanto riguarda By Byblos, la collezione spazia da interpretazioni più fresche e luminose a signature olfattive più intense e urbane, con composizioni che uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziati. All'interno della linea, i profumi Amethyste e Aquamarine si rivolgono a un pubblico femminile, mentre le tre proposte maschili Leather, Carbon e Metal si caratterizzano per accordi legnosi, speziati e aromatici. Il packaging delle nuove proposte interpreta il DNA di By Byblos attraverso un'estetica pop e contemporanea: i flaconi sono essenziali ma fortemente identitari e diventano oggetti lifestyle.

Accanto alle Eau de Toilette, By Byblos introduce anche una linea di prodotti coordinati che comprende bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e l'olio illuminante viso-corpo-capelli.

Infine, la nuova proposta per l'hotellerie potrà beneficiare dell'expertise consolidata di Allegrini nel settore, con filiali dirette negli Stati Uniti e in Russia, e raggiungerà i principali operatori internazionali dell'hospitality di lusso.

La partnership prevede per le nuove linee una distribuzione focalizzata su quattro aree strategiche: Russia, Stati Uniti, Medio Oriente, Europa.

“Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirla. Tradurre collisioni così ambiziose in formulazioni stabili, identitarie e riproducibili a scala internazionale è esattamente il terreno su cui Allegrini ha costruito la propria reputazione tecnica”, ha dichiarato Gianluigi Fornoni, AD di Allegrini. “Investiamo da anni in ricerca sulle materie prime, in processi a basso impatto: per noi la sostenibilità non è una dichiarazione, è un metodo di lavoro. Con Byblos portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l'idea stessa di profumeria italiana, che grazie alla nostra rete diretta su Russia, Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa e alla nostra leadership nell'hospitality di alta gamma può imporsi come riferimento nel segmento luxury internazionale”.

MAGGIO

PAMBIANCO NEWS BEAUTY

BY Byblos, nuove fragranze in partnership con Allegrini.

PAMBIANCO news
beauty



By Byblos Elements

By Byblos, nuove fragranze in partnership con Allegrini

by Redazione — 14 Maggio 2026

Byblos annuncia la partnership strategica con **Allegrini** che si articola su tre pilastri complementari: la prima linea **Byblos**, entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; **By Byblos**, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e una collezione hotellerie d'autore, ispirata al Byblos Art Hotel, pensata per ridefinire il codice sensoriale dell'ospitalità di alta gamma sui principali mercati internazionali.

La seconda linea **By Byblos** rappresenta l'energia più democratica del brand: una collezione di Eau de Toilette arricchita da un mix di prodotti ancillari dal tono giovane, fresco, ironico, divertente. Nessuna sovrapposizione con la prima linea — due piattaforme, due pubblici, due ritmi, un unico DNA BYBLOS.

La collezione spazia da interpretazioni più fresche e luminose a signature olfattive più intense e urbane, con composizioni che uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziate. Fragranze come **Sole**, **Cielo**, **Mare**, **Ghiaccio**, **Amethyste** e **Aquamarine** raccontano un universo fresco, vibrante e sensoriale: dalle note agrumate e solari di **Sole**, ai sentori acquatici e mediterranei di **Mare**, passando per le sfaccettature più cristalline e contemporanee di **Ghiaccio** e per gli accenti floreali e sofisticati di **Cielo**. Completano la collezione **Amethyste** e

Aquamarine, dalle tonalità più glamour, luminose e femminili.

Le tre proposte maschili **Leather**, **Carbon** e **Metal** esprimono invece un'anima più intensa e metropolitana, attraverso accordi legnosi, speziati e aromatici che interpretano il lato più urban e contemporaneo del brand.

Il packaging della collezione interpreta pienamente il DNA creativo di **BY BYBLOS**: un'estetica pop, vibrante e contemporanea dove colore, design ed emozione diventano elementi distintivi del brand. I flaconi, essenziali ma fortemente identitari, si trasformano in veri oggetti lifestyle grazie a una palette cromatica intensa e immediatamente riconoscibile, ispirata agli elementi naturali e all'universo visivo della Maison. Ogni fragranza vive attraverso un proprio codice colore, creando un legame diretto tra esperienza olfattiva, personalità e immaginario fashion.

Accanto alle Eau de Toilette, **BY BYBLOS** introduce anche una linea di prodotti ancillari coordinati che comprende bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e l'olio illuminante viso-corpo-capelli, trasformando la profumazione in un vero rituale quotidiano di selfcare e stile.



By Byblos - Sole, latte corpo vellutante

MAGGIO

5STARS ELITE MAGAZINE

BY Byblos: la nuova era di fragranze in partnership con Allegrini.



By Byblos: la nuova era di fragranze in partnership con Allegrini

15 Maggio 2026 | Parfumerie | Redazione



BYBLOS, svela la partnership strategica con Allegrini con delle novità tra le quali le fragranze dall'anima pop By Byblos

L'accordo si articola su tre pilastri complementari: la prima linea BYBLOS, entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; BY BYBLOS, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e una collezione hotellerie d'autore, ispirata al BYBLOS ART HOTEL, pensata per ridefinire il codice sensoriale dell'ospitalità di alta gamma sui principali mercati internazionali.

BY BYBLOS – l'anima pop

La line BY BYBLOS svela una collezione di Eau de Toilette arricchita da un mix di prodotti ancillari dal tono giovane, fresco, ironico, divertente. La collezione spazia da interpretazioni più fresche e luminose a signature olfattive più intense e urbane, con composizioni che uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziate.

Fragranze come Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste e Aquamarine raccontano un universo fresco, vibrante e sensoriale: dalle note agrumate e solari di Sole, ai sentori acquatici e mediterranei di Mare, passando per le sfaccettature più cristalline e contemporanee di Ghiaccio e per gli accenti floreali e sofisticati di Cielo. **Completano la collezione Amethyste e Aquamarine, dalle tonalità più glamour, luminose e femminili.**

Le tre proposte maschili Leather, Carbon e Metal esprimono invece un'anima più intensa e metropolitana, attraverso accordi legnosi, speziati e aromatici che interpretano il lato più urban e contemporaneo del brand.

Tra le fragranze best seller della collezione spiccano Cielo, Ghiaccio e Mare, diventate iconiche per la loro capacità di interpretare gli elementi naturali attraverso composizioni fresche, versatili e immediatamente riconoscibili.

Il packaging della collezione interpreta pienamente il DNA creativo di BY BYBLOS: un'estetica pop, vibrante e contemporanea dove colore, design ed emozione diventano elementi distintivi del brand.

I flaconi, essenziali ma fortemente identitari, si trasformano in veri oggetti lifestyle grazie a una palette cromatica intensa e immediatamente riconoscibile, ispirata agli elementi naturali e all'universo visivo della Maison. **Ogni fragranza vive attraverso un proprio codice colore, creando un legame diretto tra esperienza olfattiva, personalità e immaginario fashion.**

Il risultato è una collezione fresca, cool e altamente instagrammabile, pensata per una generazione che vive il profumo come espressione di stile, energia e individualità. Un linguaggio visivo contemporaneo che riflette perfettamente la visione BY BYBLOS: creativa, inclusiva, dinamica e in continua evoluzione.

Accanto alle Eau de Toilette, BY BYBLOS introduce anche una linea di prodotti ancillari coordinati che comprende bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e olio illuminante viso-corpo-capelli, trasformando la profumazione in un vero rituale quotidiano di selfcare e stile.

Credits: courtesy of Press Office Byblos/Allegrini

MAGGIO

STYLE MAGAZINE

Profumi uomo P/E 2026: le 20 migliori novità da conoscere e provare.

STYLE MAGAZINE

CORRIERE DELLA SERA ©

Profumi uomo P/E 2026: le 20 migliori novità da conoscere e provare

Che siano intense, legnose e fumé oppure fresche, agrumate e marine, le nuove fragranze maschili hanno sempre tanto carattere! Come colui a cui sono destinate



di Ivan Pestillo
15 maggio 2026



11/23



By Byblos - Leather

Dalla collezione *Elements*, rilanciata nella primavera 2026, un'eau de toilette senza tempo come un capo in pelle iconico. Audace ma anche raffinata, con agrumi, lavanda, felce, cuoio, patchouli e ambra.

120 ml euro 33,50

MAGGIO

BEAUTYTUDINE

Byblos e Allegrini: una nuova sintassi olfattiva.

beautytudine

Byblos e Allegrini: una nuova sintassi olfattiva

beautytudine - Maggio 06, 2026

Il brand del Made in Italy sigla un'intesa per tre linee di fragranze e hotellerie d'autore

Una partnership strategica declinata in tre atti: la prima linea Byblos fondata su accostamenti inediti, l'anima pop e democratica della collezione BY BYBLOS e un progetto d'eccellenza per l'hotellerie internazionale ispirato al Byblos Art Hotel



BY BYBLOS

L'essenza di una nuova era non si annuncia con clamore, si respira. In un contesto in cui il profumo rischia talvolta di ridursi a un mero esercizio di stile, Byblos – firma storica dell'eleganza italiana dal 1973 – sceglie di tracciare un percorso inaspettato. La Maison sigla una partnership strategica di respiro internazionale con Allegrini, punto di riferimento per la cura della persona, inaugurando una piattaforma autoriale divisa in tre atti. Una mossa pensata per riscrivere in profondità i paradigmi dell'esperienza sensoriale.

Il primo pilastro: l'estetica del contrasto

Il cuore concettuale del progetto risiede in una prima linea che rifiuta la costruzione rassicurante delle piramidi olfattive classiche. Le fragranze nascono, per ammissione della stessa Maison, da veri e propri incontri di carattere: materie apparentemente distanti che, unendosi, generano un'inedita terza via. Sono cinque porte d'accesso verso un universo che fonde magistralmente memoria e futuro, la cruda forza della natura e la perfezione dell'artificio. I nomi e le identità di questi elisir, avvolti da un'aura di attesa, verranno svelati progressivamente.

BY BYBLOS: la narrazione democratica

Se la prima linea è puro rigore, BY BYBLOS ne rappresenta l'alter ego pop, dinamico e contemporaneo. Pensata per una generazione che indossa il profumo come un'espressione immediata del sé, questa collezione esplora due emisferi complementari. Da un lato la freschezza luminosa e condivisa: Sole, animato da accenti agrumati; Mare, intriso di sentori mediterranei; la raffinatezza di Cielo e l'anima cristallina di Ghiaccio, fino ad arrivare ai riflessi magnetici di Amethyste e Aquamarine. Dall'altro, l'impulsività metropolitana di Leather, Carbon e Metal, dove legni e spezie tratteggiano un'identità più intensa e urbana.

A custodire queste creazioni, flaconi dalle geometrie essenziali ma dal forte impatto visivo, accessi da una palette cromatica che si traduce in puro lifestyle. Un rituale di cura di sé che si estende fluidamente in una linea di prodotti ancillari coordinati, pensati per trasformare il quotidiano in una narrazione di stile.

L'hotellerie d'autore e lo stile

L'alleanza si eleva attraverso un'ulteriore dimensione: l'ingresso nei luoghi più esclusivi dell'ospitalità internazionale d'eccellenza. Ispirata alle suggestioni del Byblos Art Hotel, questa linea trasforma i classici amenities in oggetti di design compiuto. Supportata dalla solidità distributiva di Allegrini – con una presenza radicata in Europa, Uniti, Russia e Medio Oriente – l'iniziativa fonda una firma olfattiva inconfondibile con un approccio alla sostenibilità reale, concretamente progettata fin dall'origine.

Cultura creativa e visione industriale

Alla radice di questo sodalizio vibra un'intolleranza condivisa per la profumeria di puro mantenimento. È l'incontro esatto tra avanguardia creativa e solidità produttiva.

«C'è un momento in cui un brand smette di celebrarsi e ricomincia ad accendere. Per noi, quel momento è adesso», riflette Manuel Facchini, Direttore Creativo di Byblos. «Stiamo formando con un'energia che non chiede permesso e non accetta filtri. Dietro a queste creazioni c'è un linguaggio fatto di sensualità autentica e ribellione lucida. Intorno a noi gronda una community che non divide più moda, arte e musica, ma le vive come un unico atto espressivo. Vogliamo smettere di inseguire il presente per tornare ad accenderlo».

Una visione tanto radicale necessitava di un partner capace di ancorarla alla realtà senza snarrirne la poesia del progetto. Come sottolinea Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato di Allegrini: «Tradurre queste ambizioni olfattive in formulazioni stabili a livello globale è il nostro terreno di gioco. Mettiamo la nostra ricerca sulle materie prime e la nostra cultura operativa al servizio di un'idea destinata a ridefinire il concetto stesso di profumeria italiana, imponendoci sui mercati internazionali più esclusivi».



Manuel Facchini, Direttore Creativo Byblos - Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato Allegrini SPA

Tre dimensioni, un'unica identità. Il nuovo corso di Byblos non accetta compromessi, ma si pone come una dichiarazione d'intenti chiara: un'essenza pensata non per occupare uno spazio, ma per trasformarlo.

La Redazione

by-blosofficial.it

MAGGIO

METROPOLITAN MAGAZINE

Novità nella profumeria:
Byblos lancia una partnership con Allegrini.



Nasce una nuova partnership strategica con Allegrini, nata per la creazione di profumi a marchio Byblos. Si tratta di una linea entry to luxury, più accessibile e pop, ed una collezione per l'hotellerie ispirata all'omonimo Art Hotel. La partnership prevede per le nuove linee una distribuzione focalizzata su quattro aree strategiche: Russia, Stati Uniti, Medio Oriente, Europa.

Byblos lancia una nuova partnership strategica con Allegrini



La prima linea proporrà cinque nuove fragranze, i cui nomi sono ancora da svelare. Come anticipa il brand, sono costruite a partire da "collisioni: due materie incompatibili che, scontrandosi, generano una terza verità inevitabile". Fragranze fresche e luminose, ma anche più intense e urbane, queste composizioni uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziate. In questa linea sono da segnalare i profumi Amethyste e Aquamarine dedicati al pubblico femminile. Sono tre, invece, le proposte maschili: Leather, Carbon e Metal, con accordi legnosi, speziati e aromatici. Importante anche il packaging delle nuove proposte, che ripropone un'estetica pop e contemporanea. Infatti, i flaconi sono essenziali ma fortemente identitari, diventando quasi oggetti da collezione.

Per quanto riguarda l'Eau de Toilette, la nuova linea introduce anche prodotti coordinati come un bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e infine un olio illuminante viso-corpo-capelli. Da non dimenticare, poi, la nuova proposta per l'hotellerie. Questa è frutto dell'esperienza consolidata di Allegrini nel settore, anche con filiali dirette negli Stati Uniti e in Russia. Raggiungerà i principali operatori internazionali della luxury hospitality.

MAGGIO

MILANO LUXURY LIFE

Byblos torna nel profumo con Allegrini: nasce una nuova grammatica olfattiva italiana.



BYBLOS torna nel profumo con Allegrini: nasce una nuova grammatica olfattiva italiana

written by Francesco Russo | 15 Maggio 2026



BYBLOS riaccende il proprio universo beauty con un'operazione che va oltre il lancio di nuove fragranze. Il marchio nato nel 1973 apre un nuovo ciclo olfattivo attraverso una partnership strategica con Allegrini, azienda italiana con una lunga esperienza nella produzione e distribuzione di cosmetici, soluzioni per la cura della persona e progetti destinati all'hotellerie.

L'accordo segna un passaggio importante per il brand: il profumo diventa un territorio identitario, capace di tenere insieme moda, design, cultura visuale e ospitalità. Al centro del progetto ci sono tre direttrici: una prima linea BYELOS, posizionata nell'area entry-to-luxury; la linea BY BYBLOS, più accessibile, pop e contemporanea; e una collezione dedicata all'hotellerie d'autore, ispirata al BYELOS ART HOTEL.



Il profumo come linguaggio di marca

Il nuovo corso olfattivo di BYBLOS nasce da un principio preciso: costruire fragranze non come semplice somma di note, ma come incontro tra materie, contrasti e tensioni sensoriali. La prima linea BYBLOS sarà articolata in cinque fragranze, i cui nomi e identità saranno rivelati progressivamente.

È il segmento più autorale del progetto, pensato per riportare il marchio in una fascia di profumeria capace di dialogare con un pubblico internazionale, attento al prodotto ma anche alla sua dimensione estetica e culturale. In questa direzione, il profumo non viene trattato come accessorio della moda, ma come estensione della personalità del brand.

La componente creativa è affidata a Manuel Facchini, direttore creativo di BYBLOS, che interpreta questo ritorno come un segnale di energia per la maison. Facchini definisce le fragranze "solo il primo segnale" di una nuova fase del marchio, costruita intorno a moda, arte, musica, cultura visiva e performance.

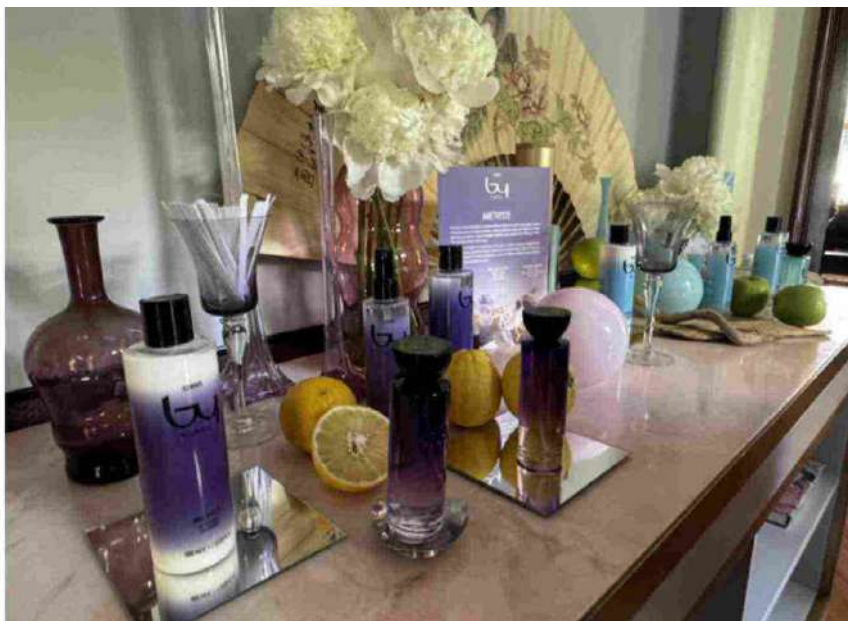


BY BYBLOS, l'anima pop della collezione

Accanto alla linea più alta, BY BYBLOS rappresenta il volto più immediato e quotidiano del progetto. La collezione comprende Eau de Toilette e prodotti ancillari coordinati, con un linguaggio fresco, giovane e fortemente visivo.

Le fragranze Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste e Aquamarine raccontano un repertorio luminoso e sensoriale, tra agrumi, note acquatiche, accenti floreali e sfumature mediterranee. Le proposte maschili Leather, Carbon e Metal introducono invece un registro più urbano, con accordi legnosi, speziati e aromatici.

MILANO LUXURY LIFE



Cielo, Ghiaccio e Mare emergono come best seller della linea, capaci di interpretare gli elementi naturali attraverso composizioni versatili e riconoscibili. Il packaging punta su colori netti, flaconi essenziali e una forte identità cromatica: ogni fragranza diventa un piccolo oggetto lifestyle, pensato per una generazione che vive il profumo come gesto di stile e affermazione personale.

La linea si completa con bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist corpo e capelli, deodorante multi-attivo e olio illuminante viso-corpo-capelli. Il profumo, così, entra nella routine quotidiana come rituale di selfcare, non come gesto isolato.
affermazione personale.

La linea si completa con bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist corpo e capelli, deodorante multi-attivo e olio illuminante viso-corpo-capelli. Il profumo, così, entra nella routine quotidiana come rituale di selfcare, non come gesto isolato.

Allegrini, l'industria italiana dietro il progetto

La partnership con Allegrini dà al progetto una struttura industriale solida. L'azienda, attiva dal 1945, è specializzata nella produzione di detergenti professionali e cosmetici per l'hotellerie, con un processo produttivo interno che comprende selezione delle materie prime, formulazione, miscelazione e riempimento.

Gianluigi Fornoni, amministratore delegato di Allegrini, sottolinea la necessità di una controparte industriale capace di trasformare un'idea creativa in formulazioni stabili e riproducibili su scala internazionale. Il punto più rilevante riguarda la sostenibilità, definita non come dichiarazione ma come metodo di lavoro.

La rete di Allegrini garantirà inoltre la distribuzione su aree strategiche come Europa, Stati Uniti, Russia e Medio Oriente, aprendo al progetto BYBLOS una dimensione internazionale.

L'hotellerie come nuovo territorio del profumo

Il capitolo più interessante per il pubblico luxury è la collezione dedicata all'hotellerie d'autore. Ispirata al BYBLOS ART HOTEL, la linea nasce per entrare nei luoghi dell'ospitalità di alta gamma non come semplice courtesy product, ma come elemento sensoriale dell'esperienza.

È una direzione molto attuale. Nei grandi hotel contemporanei, il profumo è diventato una firma invisibile: definisce memoria, atmosfera, riconoscibilità. BYBLOS e Allegrini intercettano proprio questa trasformazione, portando la fragranza nel cuore dell'hospitality internazionale.

La profumeria italiana torna a parlare il linguaggio della moda, del design e dell'accoglienza, con una struttura industriale capace di sostenerne l'ambizione. Per BYBLOS è un nuovo inizio. Per il beauty Made in Italy, un segnale da osservare con attenzione.

MAGGIO

MODA E STYLE

Byblos riscrive il proprio linguaggio olfattivo: fragranze pop, sensuali e contemporanee.

Moda e Style

PILLOLE DI MODA E DINTORNI

BYBLOS riscrive il proprio linguaggio olfattivo: fragranze pop, sensuali e contemporanee

Monica Renna 16 Maggio 2026 0



BYBLOS inaugura una nuova era olfattiva con linee fragranze pensate per una generazione che vive il profumo come espressione di stile e identità. Dal rebranding alle nuove composizioni firmate dal naso Massimo Novati, il lancio punta su sensualità, colore e selfcare.



C'è un momento in cui un brand smette di guardare al proprio archivio e decide di trasformarlo in esperienza. Per **BYBLOS** quel momento passa oggi attraverso il profumo: non come semplice licensing, ma come estensione sensoriale di un universo creativo che torna a parlare a una nuova community fatta di moda, estetica pop, cultura visiva e self expression.

La nuova partnership con Allegrini inaugura infatti un capitolo completamente nuovo per la maison italiana nata nel 1973: una piattaforma fragranze articolata su più livelli, capace di intercettare pubblici differenti senza perdere coerenza stilistica. Da una parte la linea più autoriale e concettuale **BYBLOS**, costruita sull'idea di "collisioni sensoriali"; dall'altra **BY BYBLOS**, il lato più democratico, immediato e pop del brand, pensato per trasformare il profumo in gesto quotidiano, accessibile e fortemente identitario.

Ed è proprio questa seconda anima a raccontare con maggiore immediatezza il nuovo corso del marchio.

Profumi come codici di personalità

BY BYBLOS non costruisce semplicemente fragranze: costruisce mood, colori, immagini mentali. Le Eau de Toilette diventano piccoli statement estetici, pensati per una generazione che vive il beauty come estensione del proprio stile personale.

I nomi evocano elementi naturali e sensazioni istantanee — Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste, Aquamarine — mentre il packaging amplifica il racconto attraverso colori saturi, flaconi grafici e una forte attitudine instagrammabile.

MODA E STYLE

Il risultato è una collezione fresca, vibrante, contemporanea, che alterna note agrumate, accenti acquatici, sfumature floreali e accordi legnosi più urbani, mantenendo sempre una leggerezza trasversale e inclusiva.

Dietro il progetto olfattivo c'è il lavoro di Massimo Novati, fragrance creator di CFF Creative Flavours & Fragrances, coinvolto sei mesi fa nel processo di rebranding e reinterpretazione delle fragranze storiche del marchio.

"Abbiamo mantenuto l'architettura originale delle fragranze, ma grazie alle nuove materie prime sintetiche e alle molecole contemporanee siamo riusciti a creare accordi più moderni, con nuance completamente nuove", racconta Novati. "Ogni referenza ha una propria identità materica e olfattiva molto precisa".

Da Mare ad Amethyste: le nuove sfumature del pop olfattivo

Tra le fragranze femminili, Novati individua in Cielo e Sole due delle composizioni più luminose e accattivanti della collezione, mentre Amethyste si distingue per una firma più sofisticata, giocata su un accordo "iris-violetta" dal carattere elegante ma immediato.

Particolarmente interessante anche il lavoro fatto su Mare, costruita prendendo le distanze dall'idea classica di profumo marino.

"Abbiamo volutamente ridotto la componente salina tradizionale", spiega Novati, "preferendo un approccio più fresco, verde e floreale. È una fragranza marina fuori dal contesto classico, più contemporanea".

Anche il maschile segue questa logica di fluidità e alleggerimento. Leather, ad esempio, rilegge il tema del cuoio in chiave più soft e trasversale: pepe rosa e cardamomo si intrecciano a note skin e leather leggere, mai aggressive, pensate per essere indossate senza rigidità di genere.

"Non volevamo un cuoio pesante o troppo dominante", continua Novati. "L'idea era creare qualcosa di moderno, piacevole e anche non prettamente maschile".

Il profumo come esperienza lifestyle

La forza della collezione sta proprio nella sua capacità di parlare un linguaggio immediato senza rinunciare alla ricerca olfattiva. BY BYBLOS intercetta il desiderio contemporaneo di profumi facili da vivere ma capaci di lasciare un'immagine riconoscibile, trasformando ogni referenza in un'estensione emotiva del proprio stile.

Accanto alle Eau de Toilette arrivano infatti anche body mist, latte corpo, shower gel, deodoranti e oli illuminanti: una ritualità completa che porta il brand dentro la quotidianità del consumatore.

Più che un semplice lancio beauty, quello di BYBLOS sembra quindi configurarsi come un nuovo dispositivo di attrazione per il marchio: un modo per costruire appartenenza attraverso il linguaggio sensoriale, coinvolgendo una community che non separa più moda, beauty, design e cultura pop, ma vive tutto come parte dello stesso immaginario espressivo.



MAGGIO

COSMOPOLO

Byblos e Allegrini insieme
per un nuovo progetto olfattivo.

COSMOPOLO

THE "POLO COSMESI" BEAUTY INDUSTRY MAGAZINE
PACKAGING MAKE-UP SKINCARE

Byblos e Allegrini insieme per un nuovo progetto olfattivo

By Redazione - 19 Maggio 2026



BYBLOS, marchio storico del Made in Italy nato nel 1973, annuncia la partnership strategica con Allegrini, azienda italiana di riferimento internazionale con un'esperienza nella produzione e distribuzione di cosmetici e soluzioni per la cura della persona.

L'accordo si articola su tre pilastri complementari: **la prima linea BYBLOS** entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; **BY BYBLOS**, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e **una collezione hotellerie d'autore, ispirata al BYBLOS ART HOTEL**, pensata per ridefinire il codice sensoriale dell'ospitalità di alta gamma sui principali mercati internazionali.

Alla base della partnership non c'è solo un accordo commerciale: c'è una matrice culturale comune. Due aziende italiane storiche, ognuna leader nel proprio segmento, accomunate dalla stessa idea che il prodotto contemporaneo nasca dall'incrocio tra cultura creativa radicale e cultura industriale d'eccellenza.

BYBLOS- la prima linea

Non un'estensione di brand, non un esercizio di stile: una piattaforma autoriale. BYBLOS non costruisce fragranze da note. Le costruisce da collisioni — due materie incompatibili che, scontrandosi, generano una terza verità inevitabile. Cinque ingressi in un universo che tiene insieme memoria e futuro, natura e artificio, corpo e concetto. I nomi e le identità dei singoli profumi saranno svelati progressivamente.

BY BYBLOS — l'anima pop.

Parallelamente, la seconda linea BY BYBLOS rappresenta l'energia più democratica del brand: una collezione di Eau de Toilette arricchita da un mix di prodotti ancillari dal tono giovane, fresco, ironico, divertente. Nessuna sovrapposizione con la prima linea — due piattaforme, due pubblici, due ritmi, un unico DNA BYBLOS.

La collezione spazia da interpretazioni più fresche e luminose a signature olfattive più intense e urbane, con composizioni che uniscono agrumi, note acquatiche, accenti floreali, legni e sfumature speziate. Fragranze come Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste e Aquamarine raccontano un universo fresco, vibrante e sensoriale: dalle note agrumate e solari di Sole, ai sentori acquatici e mediterranei di Mare, passando per le sfaccettature più cristalline e contemporanee di Ghiaccio e per gli accenti floreali e sofisticati di Cielo. Completano la collezione Amethyste e Aquamarine, dalle tonalità più glamour, luminose e femminili.

Le tre proposte maschili Leather, Carbon e Metal esprimono invece un'anima più intensa e metropolitana, attraverso accordi legnosi, speziati e aromatici che interpretano il lato più urban e contemporaneo del brand.

Tra le fragranze best seller della collezione spiccano Cielo, Ghiaccio e Mare, diventate iconiche per la loro capacità di interpretare gli elementi naturali attraverso composizioni fresche, versatili e immediatamente riconoscibili.

Il packaging della collezione interpreta pienamente il DNA creativo di BY BYBLOS: un'estetica pop, vibrante e contemporanea dove colore, design ed emozione diventano elementi distintivi del brand.

I flaconi, essenziali ma fortemente identitari, si trasformano in veri oggetti lifestyle grazie a una palette cromatica intensa e immediatamente riconoscibile, ispirata agli elementi naturali e all'universo visivo della Maison. Ogni fragranza vive attraverso un proprio codice colore, creando un legame diretto tra esperienza olfattiva, personalità e immaginario fashion.

Il risultato è una collezione fresca, cool e altamente instagrammabile, pensata per una generazione che vive il profumo come espressione di stile, energia e individualità. Un linguaggio visivo contemporaneo che riflette perfettamente la visione BY BYBLOS: creativa, inclusiva, dinamica e in continua evoluzione.

Accanto alle Eau de Toilette, BY BYBLOS introduce anche una linea di prodotti ancillari coordinati che comprende bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e l'olio illuminante viso-corpo-capelli, trasformando la profumazione in un vero rituale quotidiano di selfcare e stile.

Hotellerie d'autore — una visione che entra nei luoghi del lusso.

La partnership BYBLOS x Allegrini si apre a una terza dimensione strategica: una linea hotellerie ispirata al BYBLOS ART HOTEL, icona italiana del lifestyle internazionale — fatto di arte, design d'autore e presenza materica. Forte della leadership consolidata di Allegrini nel settore, con filiali dirette negli Stati Uniti e in Russia, la collezione raggiungerà i principali operatori internazionali dell'hospitality di lusso. Non amenities di servizio ma oggetti pensati come parte costitutiva dell'esperienza, costruiti su qualità tattile, firma sensoriale riconoscibile e un'idea di sostenibilità progettata, non dichiarata.

«C'è un momento in cui un brand smette di celebrarsi e ricomincia ad accadere. Per BYBLOS è adesso. Stiamo tornando sulla scena internazionale con un'energia creativa che non chiede permesso e non accetta filtri: le fragranze sono solo il primo segnale. Dietro c'è un linguaggio fondato su collisioni, sensualità non addomesticata, ribellione lucida — pensato per spostare l'asse, non per occupare uno spazio. Intorno a questa visione stiamo facendo crescere una community autentica, profondamente allineata al brand: una generazione che non separa più moda, arte, musica, cultura visiva, design, ma vive tutto come un unico atto espressivo. È in quel territorio — dove la moda incontra l'arte in ogni sua forma, dalla musica al visivo, dalla performance al pensiero — che BYBLOS torna a fare ciò che ha sempre saputo fare: non inseguire il presente, accenderlo» commenta **Manuel Facchini, Direttore Creativo di BYBLOS**

«Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirsi. Tradurre collisioni così ambiziose in formulazioni stabili, identitarie e riproducibili a scala internazionale è esattamente il terreno su cui Allegrini ha costruito la propria reputazione tecnica. Investiamo da anni in ricerca sulle materie prime, in processi a basso impatto: per noi la sostenibilità non è una dichiarazione, è un metodo di lavoro. Con BYBLOS portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l'idea stessa di profumeria italiana — e che grazie alla nostra rete diretta su Russia, Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa, e alla nostra leadership nell'hospitality di alta gamma, può imporsi come riferimento nel segmento luxury internazionale» ha dichiarato **Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato di Allegrini**.

MAGGIO

LE SHOPPING NEWS

Byblos fragranze: nuova partnership beauty e hotellerie di lusso.



BYBLOS fragranze: nuova partnership beauty e hotellerie di lusso

Maggio 2025 • Profumi • 4 Mins Read



BYBLOS lancia la partnership fragranze con Allegrini

BYBLOS fragranze apre un nuovo capitolo nel mondo beauty e lifestyle grazie alla partnership strategica con Allegrini, azienda italiana di riferimento internazionale nella produzione e distribuzione di cosmetici e soluzioni per la cura della persona. Il progetto segna un'importante evoluzione per BYBLOS, storico marchio Made in Italy nato nel 1973, che amplia il proprio universo creativo attraverso due nuove linee di profumi e una collezione esclusiva dedicata all'hotellerie di lusso.

La collaborazione si sviluppa attorno a tre pilastri complementari: la prima linea **BYBLOS entry-to-luxury** costruita su sofisticate collisioni sensoriali, la linea **BY BYBLOS** dal carattere pop e contemporaneo e una collezione hotellerie ispirata al celebre Byblos Art Hotel Villa Amistà, pensata per ridefinire l'esperienza sensoriale dell'ospitalità di alta gamma nei principali mercati internazionali.

Le nuove fragranze BYBLOS tra lusso, design e sperimentazione olfattiva

La nuova piattaforma olfattiva firmata **BYBLOS** nasce da una visione creativa contemporanea e distintiva. Non semplici profumi costruiti attorno alle note tradizionali, ma vere collisioni sensoriali in cui elementi apparentemente opposti si incontrano per dare vita a nuove identità olfattive.

Le fragranze della prima linea **BYBLOS** interpretano il dialogo tra memoria e futuro, natura e artificio, corpo e concetto, trasformando il profumo in una forma di espressione estetica e culturale. I nomi delle nuove creazioni saranno svelati progressivamente, rafforzando il posizionamento esclusivo e autoriale del progetto beauty.

BY BYBLOS: la linea profumi pop e contemporanea

Accanto alla linea principale debutta **BY BYBLOS**, la collezione fragranze più accessibile, dinamica e giovane del brand.

Una proposta pensata per trasformare il profumo in un gesto quotidiano di stile, energia e personalità.

La collezione **Eau de Toilette** comprende **fragranze femminili e maschili** che spaziano da accordi agrumati e luminosi a composizioni acquatiche, floreali, legnose e speziate. Profumi come Sole, Cielo, Mare, Ghiaccio, Amethyste e Aquamarine raccontano un universo fresco, vibrante e sensoriale ispirato agli elementi naturali e all'estetica fashion della Maison.

Tra le **fragranze best seller** emergono Cielo, Ghiaccio e Mare, diventate iconiche grazie alla loro capacità di interpretare freschezza, versatilità e immediatezza attraverso accordi moderni e riconoscibili.

La linea maschile propone invece Leather, Carbon e Metal, tre profumi dal carattere urban e contemporaneo costruiti su note aromatiche, legnose e speziate che esprimono il lato più intenso e metropolitano del marchio.

Packaging glamour e rituali selfcare nella collezione BY BYBLOS

Il packaging rappresenta uno degli elementi distintivi della collezione **BY BYBLOS**. I flaconi, dal design essenziale

ma fortemente identitario, diventano veri oggetti lifestyle grazie a una palette cromatica intensa e riconoscibile ispirata agli elementi naturali e all'universo creativo del brand.

Ogni fragranza è associata a un preciso codice colore che crea una connessione immediata tra esperienza olfattiva,

emozione e personalità. Il risultato è una collezione beauty fresca, glamour e altamente instagrammabile, pensata

per una generazione che vive il profumo come espressione di individualità e stile contemporaneo.

LE SHOPPING NEWS

Accanto alle Eau de Toilette debutta anche una linea di prodotti ancillari coordinati che comprende bagno doccia delicato, latte corpo vellutante, mist rivitalizzante corpo e capelli, deodorante multi-attivo e olio illuminante viso-corpo-capelli. Una proposta completa che trasforma la profumazione in un autentico rituale quotidiano di selfcare e benessere.

BYBLOS entra nell'hotellerie di lusso internazionale

La partnership tra **BYBLOS e Allegrini** si espande anche nel settore hospitality attraverso una nuova linea hotellerie ispirata al lifestyle esclusivo del Byblos Art Hotel Villa Amistà.

La collezione nasce per portare nei principali hotel internazionali un'esperienza sensoriale sofisticata fatta di design, qualità tattile e identità olfattiva riconoscibile. Non semplici amenities, ma oggetti esperienziali pensati per diventare parte integrante del soggiorno luxury contemporaneo.

Grazie alla presenza internazionale di **Allegrini** e alle filiali dirette negli Stati Uniti e in Russia, la distribuzione coinvolgerà mercati strategici come Europa, Medio Oriente, Stati Uniti e Russia, rafforzando il posizionamento globale del progetto.

BYBLOS fragranze: una nuova visione internazionale del beauty Made in Italy

Alla base della partnership tra **BYBLOS e Allegrini** non c'è soltanto una strategia commerciale, ma una visione culturale condivisa. Due realtà italiane storiche accomunate dalla volontà di superare la profumeria tradizionale attraverso una nuova idea di prodotto contemporaneo, costruita sull'incontro tra creatività, innovazione industriale ed eccellenza Made in Italy.

«C'è un momento in cui un brand smette di celebrarsi e ricomincia ad accadere. Per BYBLOS è adesso. Stiamo tornando sulla scena internazionale con un'energia creativa che non chiede permesso

e non accetta filtri: le fragranze sono solo il primo segnale. Dietro c'è un linguaggio fondato su collisioni, sensualità non addomesticata, ribellione lucida —pensato per spostare l'asse, non per occupare uno spazio. Intorno a questa visione stiamo facendo crescere una community autentica, profondamente allineata al brand: una generazione che non separa più moda, arte, musica, cultura visiva, design, ma vive tutto come un unico atto espressivo.

È in quel territorio —dove la moda incontra l'arte in ogni sua forma, dalla musica al visivo, dalla performance al pensiero che BYBLOS torna a fare ciò che ha sempre saputo fare: non inseguire il presente, accenderlo.»

—Manuel Facchini, Direttore Creativo, BYBLOS

«Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirla.

Tradurre collisioni così ambiziose in formulazioni stabili, identitarie e riproducibili a scala internazionale è esattamente il terreno su cui Allegrini ha costruito la propria reputazione tecnica. Investiamo da anni in ricerca sulle materie prime, in processi a basso impatto: per noi la sostenibilità non è una dichiarazione, è un metodo di lavoro.

Con BYBLOS portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l'idea stessa di profumeria italiana —e che grazie alla nostra rete diretta su Russia, Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa, e alla nostra leadership nell'hospitality di alta gamma, può imporsi come riferimento nel segmento luxury internazionale.»— Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato, Allegrini

Con questo progetto, **BYBLOS** inaugura un nuovo percorso nel mondo fragrance attraverso tre universi distinti ma coerenti: la linea autoriale di alta gamma, la proposta pop e accessibile di **BY BYBLOS** e la collezione hotellerie destinata all'ospitalità internazionale di lusso.

A.R.

MAGGIO

BE BEEZ

L'azienda bergamasca della cosmetica retail e hotellerie amplia il portafoglio marchi grazie all'accordo con Byblos.



L'azienda bergamasca della cosmetica retail e hotellerie amplia il portafoglio marchi grazie all'accordo con Byblos. Previsto lo sviluppo di nuove linee fragrance e progetti lifestyle dedicati anche al settore alberghiero

 by **BeBeez Imprese** — 21 Maggio 2026 in Moda Lusso & Design



La bergamasca **Allegrini spa**, gruppo italiano attivo nella **cosmetica e nei prodotti per l'hotellerie**, ha siglato una **partnership strategica con il marchio fashion Byblos** per lo sviluppo e la distribuzione di nuove linee di fragranze e prodotti beauty a marchio Byblos e BY BYBLOS.

L'operazione, annunciata nei giorni scorsi, rappresenta un passo ulteriore nel rafforzamento della divisione retail e lifestyle della società lombarda, che punta a integrare il posizionamento fashion del brand con il know-how industriale e distributivo maturato nel beauty e nell'hospitality.

L'accordo prevede la creazione di nuove collezioni fragrance e personal care con distribuzione internazionale e possibili estensioni nel segmento hotellerie premium, comparto in cui Allegrini è già presente attraverso forniture dedicate alle strutture ricettive.

La collaborazione sarà articolata in più fasi e comprenderà anche attività di branding e sviluppo prodotto.

"Stiamo creando un ecosistema di comunicazione vera e diretta con il pubblico", ha spiegato **Manuel Facchini, ceo di Byblos**, mentre Allegrini ha definito la partnership "strategica" per consolidare la presenza nel segmento lifestyle e rafforzare il dialogo con il mondo fashion e design.

Fondata nel dopoguerra e con sede a Grassobbio, in provincia di Bergamo, Allegrini spa opera nella produzione di cosmetici, amenities e prodotti professionali per il settore hospitality.

Nel corso degli anni il gruppo ha ampliato la propria presenza internazionale sviluppando linee dedicate sia al canale alberghiero sia al retail beauty. Secondo i dati camerati più recenti, la società registra ricavi superiori a 34 milioni di euro con circa 138 dipendenti.

Per Byblos, storico marchio italiano della moda nato negli anni Settanta e noto per il proprio posizionamento creativo e contemporaneo, l'accordo rappresenta invece un'estensione strategica nel mondo beauty e fragranze, segmento che continua a registrare dinamiche di crescita superiori rispetto ad altri comparti del lusso accessibile.

MAGGIO

BEAUTY2BUSINESS

Byblos e Allegrini insieme per un progetto internazionale dedicato alle fragranze di lusso.



BYBLOS e Allegrini insieme per un progetto internazionale dedicato alle fragranze di lusso

21 Maggio 2026 | [Attualità](#), [Body](#), [in evidenza](#), [Personal care](#)

Milano – **BYBLOS** annuncia una nuova **partnership strategica con Allegrini**, azienda italiana attiva nella produzione e distribuzione di cosmetici e soluzioni per la cura della persona, dando vita a un **progetto internazionale** articolato su tre direttrici: una linea **fragranze premium ‘entry-to-luxury’**, la **collezione pop** e accessibile **BY BYBLOS** e una **linea hotellerie** ispirata al **BYBLOS ART HOTEL**.

La prima linea nasce da una ‘grammatica olfattiva’ costruita su collisioni sensoriali tra elementi opposti, con l’obiettivo di trasformare il profumo in un’esperienza autoriale e contemporanea. **BY BYBLOS** interpreta invece l’anima più giovane e democratica del brand attraverso **Eau de Toilette** fresche, urbane e colorate, accompagnate da prodotti bodycare coordinati. La partnership si estende anche al mondo dell’**hospitality** di lusso con una collezione dedicata agli hotel premium internazionali, pensata non come semplice linea di cortesia ma come esperienza sensoriale completa. Grazie alla rete distributiva di Allegrini, il progetto sarà sviluppato in **Europa, Stati Uniti, Medio Oriente e Russia**.

“Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirla [...] Con BYBLOS portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l’idea stessa di profumeria italiana”, spiega **Gianluigi Fornoni**, amministratore delegato di Allegrini.

GIUGNO

IO DONNA

Profumo di mare.

io
DONNA

Profumo di mare

Note acquatiche e sfumature minerali e mediterranee. Una scia di sale sulla pelle, tra vento, luce e memoria

Blu Donna, il fico protagonista è accompagnato da cisto, gelsomino, elicriso, ginepro marittimo ACQUA DELL'ELBA 65 euro.

Un jardin Sous La Mer, fiore di tiaré, noce di tamaru e note minerali che evocano la barriera corallina HERMÈS 105 euro.

By Byblos Mare, il fascino fresco e vitale del Mediterraneo con lillà, ninfea, vetiver e muschi di quercia BYBLOS 19,90 euro.

A'mmare, bergamotto, rosmarino, menta, legno di cedro per un incontro tra il blu del cielo e quello del mare CARTHUSIA 80 euro.



"Il mare aveva un odore fresco e selvatico", così scrive Jack London in *Martin Eden*. Ed è proprio questo che ci si aspetta da una fragranza ispirata al pianeta blu: una scia viva, mutevole, capace di evocare sulla pelle il vento, la salsedine e la luce. Accordi acquatici, molecole trasparenti e sfaccettature ozoniche ricreano la brezza marina, mentre accenti salini e minerali restituiscono la sensazione del sale che si deposita sulla pelle. A questi si intrecciano spesso richiami alla macchia mediterranea: erbe aromatiche, mirto, lentisco, elicriso e rosmarino, che riportano alla dimensione più terrestre e assoluta del paesaggio costiero. Poi, l'essenza di molte creazioni ispirate al mare sta nell'affermazione della maestra profumiera Christine Nagel, che ha realizzato *Un Jardin Sous La Mer* di Hermès: «Volevo qualcosa di minerale, leggermente salato». Non la rappresentazione letterale dell'oceano quindi, ma la sua vibrazione più intima, quella che si percepisce quando il mare non si guarda soltanto, ma si respira.

Wave of Freedom, cocco, ananas, cannella e fava tonka evocano le spiagge assolate e le onde da surfare della California anni '60 JUSBOX 190 euro.



GIUGNO

AMICA

Profumi donna estate 2026: tutte le novità da conoscere e provare.

AMICA

Profumi donna estate 2026: tutte le novità da conoscere e provare



Courtesy Press Office

21 / 25

Lampone, violetta e resina di benzoino sono le note star di **Amethyste**, fragranza della **collezione Elements By Byblos**, ispirata alla profondità magnetica dell'omonima pietra preziosa.

GIUGNO

DONNA MODERNA

Le mete più iconiche del Mediterraneo ispirano il beauty case di stagione e offrono nuovi prodotti per la tua beach radiance.

Donna
moderna

CARTOLINE
dall'estate

LE METE PIÙ ICONICHE DEL MEDITERRANEO ISPIRANO IL BEAUTY CASE DI STAGIONE. **E OFFRONO NUOVI PRODOTTI PER LA TUA BEACH RADIANCE**

di **Ilaria Perrotta** e **Alberta Pianon**
foto di **Berena Alvarez**

shopping



S **APORE DI MARE**, profumo di agrumi, salsedine e pelle scaldata dal sole. Tra terrazze affacciate sul golfo e scorci color pastello, a Positano il rituale beauty si ispira a una luce dorata e vibrante che accende e illumina l'incarnato. Le nuance richiamano la paletta del limonecello e delle maioliche. E le sfumature cristalline della Costiera Amalfitana. Mentre skincare e bodycare puntano su texture glow leggere e ultra sensoriali. Protagonista assoluto in queste zone è il limone: ricco di vitamina C e sostanze antiossidanti, viene utilizzato in cosmetica per donare luminosità e contrastare l'aspetto spento della pelle. Mentre il suo profumo regala una sferzata di energia.

1. Ha un pack effetto maiolica Shine Lipstick di **Positano Make-up** (27,90 euro), un rossetto dalla texture cremosa e idratante.
2. Nel flacone blu mediterraneo di design, la fragranza Fico di Amalfi di **Acqua di Parma** x **Laura Gonzalez** (165 euro, edizione limitata) e, della stessa collezione, il ventaglio (solo nella boutique).
3. Gli occhiali a forma di limone di **Sodini Bijoux** illuminano il viso (25 euro).
4. Con aloe vera e vitamina E, **Sole Latte Corpo Vellutante** di **By Bybliss** ha una texture vellutata e apur idratante, (17,90 euro).
5. Il Mascara 24ore Instant Maxi Volume «Electric Blue» di **Deborah Milano**, con ceramidi e fibre volumizzanti, aggiunge un tocco di colore alle ciglia (16,50 euro).
6. Deterge delicatamente la pelle, lasciando un piacevole profumo agrumato: è il sapone **La Vacanza Sorrento Zesty Lemon** di **Blu Costiera** (9 euro).
7. Nuance blu vibrante come il mare per lo smalto **Le Vernis di Chanel** dall'alta concentrazione di pigmenti (24 euro).
8. **Sun Secure Eau Solesse Glow SPF 50+** di **SVR** combina la protezione alta con un effetto glow perlato che sublima l'incarnato (26 euro).
9. In tessuto effetto paglia la borsa di **Le Pandorine** (89 euro) che fa subito vacanza.

GIUGNO

NSS G-CLUB

Cinque fragranze, cinque mete diverse:
quale scegli?

NSS G-CLUB

Cinque fragranze, cinque mete diverse: quale scegli?

Quando il profumo diventa destinazione



IN QUESTO ARTICOLO

- Quando il profumo diventa destinazione
- Pocha Bar di KST Scent - Seoul
- Silver Birch & Lavender di Jo Malone - Le Lavandou
- Sole di Byblos - Val di Noto
- Desert Dawn di Byredo - Almeria
- Tam Dao Eau di Diptyque - Tam Dao

Ci sono profumi che, con un semplice spruzzo, riescono a catapultarci tra le strade assolate di una città mediterranea, in un tempio buddhista immerso nella foresta o nel caos affascinante di un mercato dall'altra parte del mondo. Dopotutto, il bello dei profumi è proprio questo: **hanno il potere di trasportarci altrove senza dover fare la valigia**. Ecco alcune fragranze e le mete che ricordano.

Quando il profumo diventa destinazione

Sole di Byblos - Val di Noto



La Val di Noto è una delle zone più affascinanti della Sicilia. Modica, Scicli e Noto stessa sono città barocche, fatte di pietra calda, strade che profumano di gelsomino e agrumi e balconi scaldati dal sole. Ed è proprio **Sole di Byblos** che sembra catturare questa atmosfera continua e dorata tipica della Sicilia orientale. La fragranza si apre con un'esplosione agrumata e fruttata di mela, pompelmo, limone e mandarino. Nel cuore troviamo neroli, tuberose, zenzero e gelsomino. Nel fondo, invece, muschio, legno di cedro e sandalo.

GIUGNO

GRAZIA

Mora, lampone e ribes: i profumi ai frutti di bosco che conquistano nel 2026.

GRAZIA

Mora, lampone e ribes: i profumi ai frutti di bosco che conquistano nel 2026



SERENA D'ANGELO - 13 GIUGNO 2026



Da mora e lampone a mirtillo e ribes: i migliori profumi ai frutti di bosco del 2026 conquistano con accordi gourmand, floreali e deliziosamente sofisticati

Mora, lampone, mirtillo, ribes e fragola. I **profumi ai frutti di bosco** tornano alla ribalta grazie a composizioni sempre più ricercate che mescolano **note succose e gourmand** a sfumature floreali, legnose e muschiate. Il risultato? Fragranze moderne, sfaccettate e per nulla infantili, capaci di conquistare chi ama i **profumi dolci** ma desidera qualcosa di più **sofisticato**.



I migliori profumi ai frutti di bosco del momento

Da **grandi classici** a **novità** del 2026, abbiamo selezionato i **migliori profumi ai frutti di bosco** da provare adesso. Scorrete la lista e scegliete i vostri preferiti.

4. Byblos Elements Amethyste Eau de Toilette

Parte della rinnovata collezione Elements, questo profumo è ispirato all' ametista, simbolo di eleganza e chiarezza. Particolarmente arioso, unisce lampone, peonia e bergamotto a cuore floreale di gelsomino e viola. Mentre sul fondo muschio e ambra aggiungono morbidezza e sensualità. Facile da portare e **abbordabile**, è una nuova hit.



GIUGNO

AMICA

**Profumi marini 2026: tra classici e novità,
l'estate si sente sulla pelle.**

AMICA

Profumi marini 2026: tra classici e novità, l'estate si sente sulla pelle

di Antonella Rossi | 23 Giugno 2026



Getty Images

1 / 14

C'è chi li ama tutto l'anno, ma i profumi marini spopolano soprattutto con l'arrivo della bella stagione, quando la voglia di vacanze si fa irrefrenabile e il mare la asseconda come nessun'altra meta. Oggi ne esistono davvero per tutti i gusti, da quelli genderless ai più femminili, ma non è sempre stato così. La famiglia dei profumi marini, infatti, è relativamente giovane rispetto ad altre: è nata solo negli Anni 90. All'epoca si trattava soprattutto di profumi maschili, che con le loro note pungenti venivano considerati perfetti per "lui". Oggi si è andati oltre questa classificazione, e le note acquatiche hanno assunto tante connotazioni diverse grazie ad abbinamenti sempre nuovi, da quelli con gli accordi più strong ai floreali, fino ai gourmand, in interpretazioni insolite capaci di lasciare il segno.

Le note frizzanti e acquatiche di **Byblos Mare** fanno subito pensare all'estate, grazie all'apertura di ninfea, melone e note marine. Nel cuore, un bouquet di gardenia, gelsomino e violetta, mentre il fondo si fa persistente grazie a una scia di muschio bianco, ambra e legni dolci.



GIUGNO

THE WOM

Profumi gourmand estivi: le hair & body mist dolci da usare anche in spiaggia.



In questo viaggio olfattivo scopriamo perché le fragranze con note di pistacchio, caramello, vaniglia, cocco sono diventate un must irrinunciabile per sentirsi radiose in vacanza

Siete pronte a preparare la borsa mare perfetta per questa calda stagione? Quest'anno non si parla d'altro: i **profumi gourmand estivi** e le avvolgenti **body mist corpo e capelli da usare anche in spiaggia** rappresentano la vera beauty obsession del 2026.

La nuova era della profumeria trasforma gli accordi più golosi in nuvole leggere e impalpabili, pensate appositamente per fondersi con la pelle scaldata dal sole.

L'ASCEA DEI PROFUMI GOURMAND ESTIVI, MA IN LEGGEREZZA

Fino a qualche tempo fa, le **note dolci e zuccherine** venivano relegate esclusivamente ai mesi più freddi, considerate forse troppo opulente e corpose per affrontare le giornate torride. Oggi le regole del gioco sono completamente cambiate. I **profumi gourmand estivi** si reinventano in una veste che potremmo definire "solare", diventando i protagonisti assoluti della bella stagione.

I maestri profumieri hanno alleggerito le composizioni più golose, fondendole con accordi marini freschissimi, accenti di sale cristallino, legni chiari e tocchi esotici fruttati che risvegliano i sensi. Il risultato finale è un vero e proprio incanto: non parliamo più di dessert caldi e pesanti, ma di **cocktail rinfrescanti** a bordo piscina, **gelati artigianali** al pistacchio gustati al tramonto, **macaron alla frutta** e **creme solari** lussuose che sanno di vacanza.

BODY MIST IN SPIAGGIA: L'ALTERNATIVA AI PROFUMI CLASSICI

Quando le temperature salgono vertiginosamente e l'unica cosa che desideriamo ardentemente è tuffarci tra le onde rinfrescanti del mare, indossare un classico e persistente profumo alcolico può rivelarsi una mossa decisamente azzardata. L'esposizione diretta ai caldi raggi solari, infatti, combinata con un'alta concentrazione di alcol presente nelle tradizionali eau de parfum, rischia di causare fastidiose macchie cutanee o sgradevoli reazioni di fotosensibilità.

Ed è esattamente in questo scenario che entra in gioco l'alleata numero uno del nostro beauty case estivo: la **body mist da spiaggia**. Le acque profumate di nuova generazione sono meticolosamente formulate per essere delicate, fresche e leggere sulla pelle, vantando percentuali di alcol ridotte al minimo storico o risultando addirittura totalmente alcol-free.

Ma non è tutto, perché spesso queste brume profumate sono arricchite con ingredienti attivi idratanti, rinfrescanti e lenitivi, come l'aloë vera pura, l'acqua di cocco biologica o l'acido ialuronico, trasformando il semplice e rapido gesto di profumarsi in un vero e proprio trattamento di profondo benessere per la pelle accaldata e assetata.



IL FASCINO TROPICALE E AVVOLGENTE DELLE FRAGRANZE VANIGLIA-COCO

Se c'è un accordo olfattivo che urla a gran voce la parola "estate" fin dal primo spruzzo, è senza ombra di dubbio quello che unisce la morbidezza rassicurante della vaniglia all'esotismo vibrante del cocco. Le **fragranze vaniglia cocco** dominano incontrastate le classifiche di gradimento della Gen Z, avendo il potere magico di evocare istantaneamente immagini paradisiache di spiagge di sabbia bianca finissima, pelle dorata baciata dal sole e tramonti infuocati vissuti in riva al mare.

La vaniglia utilizzata in queste sapienti composizioni estive è una declinazione ariosa e trasparente, molto spesso fusa maestralmente con un tocco salino per ricreare un effetto "pelle salata" estremamente sexy e magnetico. Il latte di cocco, dal canto suo, interviene aggiungendo una cremosità rotonda, morbida e vellutata che si sposa con le note floreali tipiche dei paesaggi esotici, come il tiaré polinesiano, l'inebriante frangipani e il sensuale ylang-ylang.

OLTRE IL COCCO: PISTACCHIO, CAMELLO E FRUTTI SUCCOSI

Accanto all'intramontabile e rassicurante duo formato da cocco e vaniglia, l'estate 2026 vede esplodere con prepotenza un trend gourmand ancora più variegato. Il **pistacchio**, che sia declinato in una versione tostata e croccante o interpretato come una golosa crema gelato, è rapidamente diventato la nota di punta di moltissime body mist.

Anche il **caramello salato** si conferma e consolida il suo status di grande classico estivo immancabile, capace di scaldare delicatamente la composizione senza mai risultare invadente o stucchevole, creando piuttosto una sinergia calda e irresistibile con il naturale odore della nostra pelle abbronzata.

Non mancano poi le divertenti e colorate incursioni fruttate dalla texture estremamente succosa, come il **mango** candito, la polpa del dragonfruit, l'ananas maturo e la **pesca**, che conferiscono al jus una succulenza da acquolina in bocca, ideale per contrastare la grande calura estiva.

Non vi resta ora che scoprire tutte le imperdibili nuove **hair & body mist gourmand** per l'estate 2026.

BYBLOS MIST RIVITALIZZANTE CORPO E CAPELLI CIELO

Un soffio leggero che avvolge corpo e capelli in un bouquet luminoso di mandarino e gardenia che si scioglie nella dolcezza della vaniglia cremosa, in cui le note gourmand vengono esaltate da quelle fresche e ariose.

GIUGNO

GRAZIA

La nuova tendenza è sentirsi bene: i profumi che abbracciano i sensi.

GRAZIA

La nuova tendenza è sentirsi bene: i profumi che abbracciano i sensi

 SERENA D'ANGELO – 26 GIUGNO 2026



Tra vaniglia, note lattiginose e accordi che ricordano il talco, le nuove fragranze comfort trasformano l'olfatto in una macchina del tempo emotiva

Profumi effetto cocoon: le fragranze più interessanti del momento abbracciano i sensi. Pensate per regalare **benessere** e creare **esperienze olfattive intime** ed emozionanti, si affidano a note morbide di talco, vaniglia, mandorla, muschio e persino bubble gum. Il loro obiettivo? Evocare ricordi personali e sensazioni familiari, per un effetto avvolgente che non segue le mode ma la magia delle piccole cose.



I profumi effetto cocoon: dai ricordi d'infanzia ai momenti zen

Lasciatevi conquistare dalla nostra accurata selezione di fragranze confortanti. Un mix di profumi che abbracciano i sensi e fanno bene al cuore.

5. **Byblos by Byblos Elements Cielo**

La riedizione di un grande classico del passato, un profumo leggero che fa sentire immediatamente a proprio agio. Cielo mixa mandarino, gardenia e gelsomino a vaniglia e legni preziosi per un *feeling* elegantemente confortante.

GIUGNO

BEAUTY BUSINESS**Byblos stringe una partnership con Allegrini.****BYBLOS STRINGE UNA PARTNERSHIP CON ALLEGRI NI**

BYBLOS, marchio storico del Made in Italy nato nel 1973, ha siglato una partnership strategica con Allegrini. L'accordo si articola su tre pilastri: la prima linea BYBLOS, entry-to-luxury, costruita su collisioni sensoriali; BY BYBLOS, seconda linea più accessibile, pop, contemporanea e una collezione hotellerie d'autore, ispirata al BYBLOS ART HOTEL, pensata per ridefinire il codice sensoriale dell'ospitalità di alta gamma sui principali mercati internazionali. "C'è un momento in cui un brand smette di celebrarsi e ricomincia ad

accadere. Per BYBLOS è adesso. Stiamo tornando sulla scena internazionale con un'energia creativa che non chiede permesso e non accetta filtri: le fragranze sono solo il primo segnale. Dietro c'è un linguaggio fondato su collisioni, sensualità non addomesticata, ribellione lucida, pensato per spostare l'asse, non per occupare uno spazio. Intorno a questa visione stiamo facendo crescere una community autentica, profondamente allineata al brand: una generazione che non separa più moda, arte, musica, cultura visiva, design, ma vive tutto

come un unico atto espressivo", ha dichiarato Manuel Facchini (nella foto a sinistra), Direttore Creativo, BYBLOS. "Una visione creativa così radicale richiede una controparte industriale capace di reggerla senza diluirla. Tradurre collisioni così ambiziose in formulazioni stabili, identitarie e riproducibili a scala internazionale è esattamente il terreno su cui Allegrini ha costruito la propria reputazione tecnica. Investiamo da anni in ricerca sulle materie prime, in processi a basso impatto: per noi la sostenibilità non è una dichiarazione, è un metodo di lavoro. Con BYBLOS portiamo questa cultura industriale al servizio di un progetto che ridefinisce l'idea stessa di profumeria italiana, e che grazie alla nostra rete diretta su Russia, Stati Uniti, Medio Oriente ed Europa, e alla nostra leadership nell'hospitality di alta gamma, può imporsi come riferimento nel segmento luxury internazionale", ha affermato Gianluigi Fornoni, Amministratore Delegato Allegrini.

GIUGNO

SILHOUETTE DONNA

Collaborazioni profumate.

SILHOUETTE *Donna*



Bijou Brigitte

pronta a BRILLARE?

Parola d'ordine brillare. E non solo con una pelle luminosa e un sorriso splendente ma anche per i riflessi dorati di tanti gioielli d'effetto e originali da sfoggiare fin dal mattino. Dimenticato il minimalismo, le collane diventano tante, arricchite da charms, croci, pendenti in sintonia con gli orecchini. Gli anelli e i bracciali danno risalto a ogni gesto. Da abbinare a un outfit etno-chic, con top-foulard e jeans larghi (accanto tutto Bijou Brigitte).



DESIGN SENSORIALE

Essenziale e iconica la seduta Sari Imago di Paolo Castelli®. Un oggetto di arredo e design che gioca con il contrasto dell'acciaio, lucido e sobrio, e della pelle vibrante e morbida. Due materiali così diversi fra loro per sensorialità e texture ma nello stesso tempo così in armonia. Capsule 2026, qui nella versione giallo intenso.

Con la Notte dei Rifugi Biellesi appuntamenti per osservare il cielo e parlare di natura. A giugno e luglio www.fondazionebellezza.it

flash

UN MARE CHE CAMBIA

Un'installazione immersiva dell'artista Cristina Finucci, fra scienza e impegno civile, per "vedere" e capire meglio un fenomeno grave e sotto gli occhi di tutti: il cambiamento degli ecosistemi marini, minacciati dall'accumulo delle plastiche. Si può visitare fino all'8 novembre 2026 al Museo di Storia Naturale di Milano.



collaborazioni profumate

Dalla collaborazione tra Byblos e Allegrini nasce una collezione beauty dagli accordi signature. Ne fa parte la **Velvet Body Lotion Solo**. Ogni applicazione di questo latte corpo è una coccola che prolunga il piacere della fragranza, esplosione solare di agrumi e zenzero.



IDRATARSI È DI MODA

Idratarsi è il primo gesto di bellezza. Per questo la borraccia è un oggetto must have. Ancora meglio se decisamente cool. Succede con le nuove borracce Air Up O avvistate sulle passerelle di Parigi. Nuovo look, stesso sistema brevettato: grazie a capsule aromatizzate, si può percepire il sapore attraverso l'olfatto, senza zuccheri o additivi.

GIUGNO

HOTELS

Wellness products.



PRODUCTS

WELLNESS PRODUCTS | COFFEE & TEA

1 TECHNOGYM

The **Sand Stone** collection by **Technogym** offers a renewed aesthetic inspired by nature, combining careful design and advanced materials to elevate the most exclusive wellness spaces. The authenticity and warmth of typical Mediterranean sandstone give rise to a versatile and sophisticated color palette, capable of combining performance, sustainability and elegance in a wide variety of premium wellness contexts, blending seamlessly with wood, stone and other high-quality materials. www.technogym.com



2 ALLEGRIANI

Argan Source by **Allegrini** is an amenities line distinguished by its delicate formulations, made with organic argan oil—a natural antioxidant—ideal for face, body and hair care. Thanks to its warm and enveloping aesthetic, the collection offers an intense and relaxing wellness experience, designed to elevate the guest's stay. www.allegrinicosmetics.com



3 GROUPE GM

Groupe GM and **Gemology Cosmetics'** hotel line now features the patented **Ecofill** aluminum dispenser. The design enhances guest perception, while its sealed refill pouches preserve formula integrity, help prevent contamination and streamline housekeeping operations. Combining durability and reduced waste, **Ecofill** complements the **Gemology** hotel line's formulations, enriched with a complex of sapphire and diamond extracts, delivering a luxurious experience without compromising on sustainability or quality. www.groupegm.com



4 ADA

Inspired by the ocean's purity, **Hydro Touch** by **ADA Cosmetics** features a fresh aquatic fragrance and vegan, pH-neutral formulas enriched with sea minerals and algae extracts. Fully compatible with **ADA Cosmetics** 'Refillution' refill solution, it enables refill instead of replacement—simplifying housekeeping and lowering costs. It is also **Cradle to Cradle Certified® Silver** and supports hotels' sustainability goals. www.ada-cosmetics.com



5 LA BOTTEGA

La Bottega Collective and **Dr. Barbara Sturm** have introduced a new hotel essentials line focused on anti-inflammatory care. The **Hotel Essentials Collection** is fragrance-free and free from parabens, PEGs, silicones, gluten, triclosan and other aggressive ingredients. It is designed to calm, hydrate and support the skin barrier, without aggressive ingredients or sensory overload. The collection is presented in 100% recyclable 50ml aluminum tubes, plus 300ml and 500ml refillable resin dispensers with inner cartridges made from 100% recycled plastic, and includes hand wash, body wash, shampoo, conditioner and body lotion. www.labottegacollective.com



GIUGNO

TH RESORTS

ADV - La cura dell'ospite è nella nostra natura.



**La cura dell'ospite
è nella nostra natura.**

**DETERGENTI PROFESSIONALI E LINEE CORTESIA
PER UN'ESPERIENZA ESCLUSIVA.**

Allegriini, azienda italiana con oltre 80 anni di esperienza nel settore chimico, produce detergenti professionali e cosmetici destinati al mondo dell'hotellerie. Soluzioni che uniscono sostenibilità, innovazione, personalizzazione e Made in Italy. Per accogliere l'ospite, naturalmente. www.allegriini.com

allegriini
ITALIAN SOLUTIONS

ALLEGRINI S.P.A.
V.lo Salvo d'Acquisto, 2
24050 Grassobbio (BG) Italia
P.Iva 00216360164

T. +39 035 4242111
info@allegrini.com
www.allegrini.com

allegrini:
ITALIAN SOLUTIONS