



Gruppo Davines accelera crescita globale, Comfort Zone rilancia su longevità e skin tech

Descrizione

(Adnkronos) Si chiude un anno di crescita per il Davines Group, che consolida la propria presenza globale e rafforza un modello basato sull'equilibrio tra risultati economici e sostenibilità. Il gruppo si avvia verso i 306 milioni di euro di fatturato a cambi costanti nel 2025, confermando un trend positivo sostenuto dall'internazionalizzazione e dal mercato professionale. Alla base di questo percorso, una visione precisa. L'incrocio tra sostenibilità e performance è la ragione del gruppo Davines di esistere, spiega il presidente Davide Bollati. Un approccio che va oltre il prodotto e si inserisce in un contesto più ampio: La cosmetica italiana riesce a entrare nel profondo degli stili di vita delle persone, rappresentando una modalità unica del sistema Italia.

All'interno di questo ecosistema si colloca Comfort Zone, divisione skin-care del Gruppo, che celebra 30 anni di attività puntando su innovazione scientifica e longevità della pelle. Un anniversario che segna un'evoluzione del brand, oggi sempre più orientato verso soluzioni rigenerative e tecnologie avanzate. Il filo conduttore è il collagene, al centro di nuove formulazioni e dispositivi per viso e corpo. Tra le innovazioni, il sistema Thermo Sculpt per la ridefinizione tridimensionale, che utilizza infrarossi e massaggio vibrazionale, e Longevilift, dispositivo multi-tech che integra diverse tecnologie per trattamenti personalizzati.

Oggi il tema della longevità la fa da padrone: è importante invecchiare bene, lavorando non solo sul viso ma anche sul corpo, sottolinea Davide Manzoni general manager Italia e Spagna Comfort Zone. Per farlo, oltre ai prodotti dedicati al collagene, è necessario utilizzare anche nuove tecnologie come gli infrarossi, che ripristinano il microcircolo e migliorano la qualità della pelle. Accanto alle tecnologie, anche nuove soluzioni skincare, come la Body Strategist Collagen Cream con collagene biotecnologico e peptidi, e il Longevity Collagen+ Serum, pensato per stimolare la produzione di collagene e contrastare l'invecchiamento cutaneo. Ma a fare la differenza è un insieme di fattori. Non è solo il prodotto che distingue, ma la ricerca, le materie prime, il nostro Davines Group Village di Parma e soprattutto le persone, aggiunge Manzoni. Siamo una realtà che, dopo 30 anni, ha ancora molte delle persone con cui è partita. Un modello che unisce innovazione, identità e visione internazionale, e che conferma il ruolo di Davines e Comfort Zone tra i protagonisti di un settore in continua evoluzione.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 30, 2026

Autore

redazione

default watermark