



Fiere: tendenze e tecnologie su cura persona, da 8 febbraio 'Roma International Estetica 2025'



Cerchi qualcosa in particolare?

Pubblichiamo tantissimi articoli ogni giorno e orientarsi potrebbe risultare complicato.

Usa la barra di ricerca qui sotto per trovare rapidamente ciò che ti interessa. È facile e veloce!



adnkronos

Percorso completo alla scoperta delle ultime tendenze, tecnologie e trattamenti dedicati alla cura della persona



Un percorso completo alla scoperta delle ultime tendenze, tecnologie e trattamenti dedicati alla cura della persona. E' l'obiettivo che si propone, dall'8 al 10 febbraio, 'Roma International Estetica 2025', che trasforma Fiera Roma (Padd 1-2) in un centro nevralgico di innovazione, bellezza e moda. Con un ricco programma fatto di esposizione, formazione, talk culturali, ECM, show, workshop e momenti di moda.

"Roma International Estetica -spiega ad Adnkronos/Labitalia l'amministratore unico di Fiera Roma Fabio Casasoli- si conferma un appuntamento strategico per il settore dell'estetica professionale, una realtà che in Italia rappresenta non solo un pilastro economico, ma anche un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale. Con una produzione che nel 2023 ha raggiunto i 15,1 miliardi di euro e un export in crescita del 20,2%, il comparto cosmetico è simbolo di innovazione, qualità e competitività globale".

"Manifestazioni fieristiche come la nostra -continua- svolgono un ruolo chiave nel



valorizzare il Made in Italy e nell'aprire nuove opportunità di business, favorendo l'incontro tra imprese, professionisti e buyer internazionali. Fiera Roma crede fortemente nella centralità delle fiere come motore di sviluppo per le filiere produttive e per i territori: in un settore che vale oltre 38 miliardi di euro e incide per l'1,37% sul PIL nazionale, creare momenti di confronto e crescita è fondamentale per sostenere la competitività delle aziende italiane".

E per Pablo Gil Cagnè, make-up artist internazionale e direttore artistico della XVII edizione della manifestazione "Roma International Estetica non è solo una fiera, ma un viaggio alla scoperta delle connessioni tra scienza, bellezza e benessere. Offriamo una tre giorni di masterclass per ispirare e arricchire i partecipanti attraverso contenuti di qualità e momenti di formazione avanzata".

Al centro di questa edizione, un programma multidisciplinare che intreccia teoria e pratica per rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Novità assoluta dell'appuntamento 2025 sono i workshop interattivi di RIE Academy e RIE Olos, che offrono esperienze formative su misura e proseguiranno anche al termine della manifestazione, con un'agenda di appuntamenti pensata per condurre da un'edizione all'altra. Dai corsi di anatomia e sicurezza per onicotecniche e per lash maker, ai corsi di perfezionamento in estetopatognosia e di tatuaggio paramedicale ricostruttivo.

Dalle masterclass 'Armocromia e full color make up' e 'Trucco tendenze sposa 2025/2026' condotte da Pablo Gil Cagnè alle tecniche di massaggio addominale e riflessologia plantare, fino alla formazione Reiki e alle pratiche di riequilibrio energetico, ogni attività mira a migliorare le competenze professionali e promuovere un approccio responsabile.

"Le estetiste - spiega Paolo Mezzana, coordinatore scientifico di Rie 2025 e responsabile di Rie Academy - devono instaurare una sinergia terapeutica con i medici per garantire il massimo benessere ai clienti, all'insegna della sicurezza. Per esempio il corso di estetopatognosia, -continua Mezzana -insegna come riconoscere nella pratica condizioni cliniche, come patologie cutanee, delle unghie, dei capelli e dei vasi sanguigni, che controindicano alcuni trattamenti estetici e vanno sottoposte a un medico".

Rie hello, il cuore scientifico dell'evento, ospita esperti di calibro internazionale come José Luis Simarro e Sandro Michelini, leader nella diagnosi e nella cura del lipedema, Umberto Borellini, cosmetologo di riferimento, e Pier Antonio Bacci, direttore dell'Accademia di Flebologia e Patologie Estetiche. Dai convegni sulle neuroscienze applicate alla bellezza, alla nutraceutica e alla dieta sensoriale, il programma esplora l'estetica come equilibrio tra corpo e mente. Appuntamenti rivolti ai professionisti medici sono i convegni ECM. Attraverso sessioni teoriche e pratiche, verranno approfonditi approcci innovativi alla valutazione e al trattamento del lipedema, fornendo ai partecipanti strumenti utili per affrontare questa patologia cronica multifattoriale.

In anteprima nazionale a Rie 2025 verrà presentato Skin Ton, un innovativo macchinario che tramite l'intelligenza artificiale rileva perfettamente il colore della pelle di chi desideri sottoporsi a tatuaggio medicale, per ricreare un'armonia cromatica del tutto naturale. E, ancora, saranno esposte tecnologie avanzate e laser Led di ultima generazione per trattamenti estetici, prodotti dermocosmetici all'avanguardia, cosmetici (anche fitoterapici) che rispondono alla filosofia di autenticità e naturalità, abbigliamento professionale Made in Italy e soluzioni per il settore Beauty & Spa che incarnano il perfetto connubio tra design italiano e tecnologia avanzata: l'area espositiva della manifestazione offre un panorama di eccellenze del settore.

Per decenni considerata un semplice inestetismo, il lipedema è una patologia genetica complessa e multifattoriale che colpisce il tessuto connettivo, causando edema, dolore e una deformazione morfologica di alcuni distretti corporei. A Rie 2025 sarà possibile



conoscere gli ultimi approcci della ricerca su diagnosi e cura dalla viva voce di importanti esperti mondiali di questa patologia. E per tutte le persone che soffrono di lipedema, i loro familiari e chiunque voglia conoscere da vicino questa patologia, Valeria Giordano, fondatrice e responsabile eventi scientifici dell'Associazione Lio Lipedema Italia, insieme alla presidente Marilù Soro, apre in fiera le porte di "Casa LIO", un luogo di incontro, confronto e condivisione dove gli esperti si mettono a disposizione dei pazienti.

Rie 2025 riserva grande attenzione all'estetica oncologica, con approfondimenti teorici e workshop pratici dedicati a tecniche di cosmesi e trattamenti nutrizionali che possono supportare le persone che affrontano terapie oncologiche. Oltre a tenere il corso di introduzione al tatuaggio paramedicale ricostruttivo, la dermopigmentatrice e campionessa mondiale di trucco permanente Veronica Gezzi sarà a disposizione di tutte le pazienti oncologiche per consulenze gratuite.

Domenica 9 febbraio, l'evento 'Inclusive Beauty and Sustainable Fashion' svelerà al pubblico le curiosità che precedono l'evento moda. I segreti del backstage moda prima della presentazione sul palco di Roma International Estetica un tableau vivant con sfilata a cura di Maria Cristina Rigano. Con oltre 130 partecipanti da tutta Europa, ma anche Corea, Argentina e altri Paesi del mondo, la International Nail Cup torna a RIE 2025 con tre giorni di sfide artistiche e tecniche, che prevedono competizioni hands on in diretta nei box in fiera e competizioni submitted con veri e propri elaborati artistici preparati precedentemente. Le gare, giudicate da professionisti internazionali dell'INJA(International Nail Judge Association), spaziano dalla nail art 3D alle tecniche di allungamento e semipermanente, offrendo ai vincitori visibilità internazionale. Roma International Estetica 2025 non è solo una fiera, ma un'esperienza che connette scienza, estetica e benessere, offrendo una visione inclusiva e sostenibile del futuro della bellezza, un vademecum imprescindibile per professionisti di valore.

Un team di giornalisti altamente specializzati che eleva il nostro quotidiano a nuovi livelli di eccellenza, fornendo analisi penetranti e notizie d'urgenza da ogni angolo del globo. Con una vasta gamma di competenze che spaziano dalla politica internazionale all'innovazione tecnologica, il loro contributo è fondamentale per mantenere i nostri lettori informati, impegnati e sempre un passo avanti.



Lavoro
Published
31 minuti ago

on
30 Gennaio 2025



Il Parco divertimenti del cinema e della TV di Roma punta a selezionarle per la prossima stagione. Da sabato 15 febbraio Villaggio di Carnevale





Dalla ristorazione all'intrattenimento, dalla manutenzione all'accoglienza. Sono alcuni dei settori nei quali Cinecittà World, il Parco divertimenti del cinema e della TV di Roma, ricerca oltre 200 nuovi profili professionali per la prossima stagione, come spiega ad Adnkronos/Labitalia, Stefano Cigarini, ad del Parco.

"Cinecittà World -sottolinea Cigarini- durante l'arco dell'anno offre lavoro a circa 400 persone. Durante i periodi di alta stagione e per eventi particolari tocchiamo picchi anche del doppio. Abbiamo programmato un 'Job Talent Day' a Cinecittà World sabato 22 febbraio, con l'obiettivo di selezionare oltre 200 nuove risorse per la prossima stagione. Le posizioni ricercate includono una vasta gamma di profili: ristorazione, attrazioni, steward, manutenzioni, telemarketing e rappresentano un'opportunità soprattutto per i giovani alla prima esperienza che qui possono apprendere competenze fondamentali come il lavoro di squadra, la gestione operativa e l'attenzione al cliente", sottolinea.

Le selezioni quindi riguardano una vasta gamma di ruoli: dalla ristorazione (cuochi, aiuto cuochi, banchisti/cassieri, baristi, addetti allo street food, lavapiatti, camerieri), agli operatori attrazioni. Dal cast artistico (attori, attrici, cantanti, ballerini, animatori Horror House) ai bagnini per il parco acquatico Aqua World, passando per addetti alle pulizie, alle vendite, agli steward, alle hostess, ai tutori dei percorsi didattici, alla biglietteria, ai tecnici AVL, alle guide botaniche per Roma World, il parco a tema antica Roma. E ancora, addetti al telemarketing e alla manutenzione.

Ma quali sono gli obiettivi per il 2025 del Parco? "Quest'anno Cinecittà World -spiega Cigarini- celebra un traguardo importante: i suoi primi dieci anni di attività. In questo decennio ha registrato una crescita senza paragoni nel mercato dei parchi tematici, aumentando le attrazioni (oggi 40), aprendo Roma World, dedicato all'antica Roma, e Aqua World, il parco acquatico e, soprattutto, diventando il primo parco divertimenti del Centro Italia e il quarto a livello nazionale, con oltre 550mila visitatori. Il viaggio è appena iniziato!".

L'evento di recruiting rappresenta un'importante occasione per entrare a far parte della squadra di Cinecittà World per la nuova stagione 2025 che prenderà il via ufficialmente venerdì 14 marzo in occasione del decimo anniversario del Parco divertimenti del Cinema e della TV di Roma. Cinecittà World non è soltanto il luogo di svago per oltre 550.000 visitatori l'anno, ma anche una realtà lavorativa capace di valorizzare le competenze e il talento di ogni collaboratore. Entrare a far parte del team significa contribuire a rendere speciale ogni giornata per gli ospiti del Parco e, soprattutto per i più



giovani, acquisire esperienze utili per affrontare le sfide professionali del futuro.

Le qualità richieste per lavorare nel Parco? Entusiasmo, spirito di squadra e disponibilità a lavorare nei periodi di maggiore affluenza, come i weekend e le festività. Per partecipare al Job Talent Day, gli interessati devono candidarsi sul sito ufficiale del Parco (www.cinecittaworld.it) entro il 16 febbraio. I candidati selezionati riceveranno una mail di conferma dall'ufficio risorse umane e, accedendo gratuitamente al parco, potranno sostenere un colloquio conoscitivo il giorno dell'evento, a partire dalle ore 11. Con oltre 40 attrazioni, 6 spettacoli al giorno e un ricco calendario di eventi, Cinecittà World si conferma il primo parco divertimenti del Centro-Sud Italia e il quarto a livello nazionale, e un polo turistico e occupazionale di rilievo per il Lazio e la Capitale.

Ma in attesa della nuova stagione 2025, da sabato 15 febbraio, la Cinecittà Street si trasforma in un vivace Villaggio di Carnevale dove il divertimento incontra la fantasia, tra maschere, parate scenografiche, carri tradizionali, concorsi di costumi, show dal vivo, battaglie di coriandoli, baby dance per i più piccoli e dolci tipici del periodo. Fino al 9 marzo la Carnival Street è pronta a trasportare i visitatori in un'atmosfera di festa dal sapore cinematografico in un'esplosione di travestimenti e musica. Ogni ora, la suggestiva Parata dei Carri del Cinema incanta il pubblico con mezzi unici come big foot, chopper, limousine, auto della polizia, transformer, personaggi dei cartoni animati, principesse delle fiabe e supereroi del grande schermo.

Gli spettacoli live arricchiscono l'offerta quotidiana del Parco, a partire dalle 11 alle 18, accompagnando le attrazioni già disponibili per il periodo di Carnevale: Hotel Transilvania, una spassosa avventura insieme al Conte Dracula, ispirata all'omonimo film; la Guerra dei Mondi, esperienza di realtà virtuale ambientata sul set del celebre film di fantascienza; la Sala Giochi e il Truccabimbi di Carnevale per trasformare i piccoli nei loro personaggi preferiti e far esprimere la creatività degli adulti. Ogni giorno sono in palio abbonamenti al Parco per la miglior maschera. Il Parco sarà aperto anche il 4 marzo, dalle 15 alle 18, per celebrare insieme il martedì grasso.

Dalle 17 alle 20, il viaggio nel divertimento continua con Oriental World - Il Festival delle Luminarie Cinesi, un affascinante tuffo nei colori e nelle tradizioni dell'Oriente. Con oltre 220 opere luminose, realizzate a mano da artigiani cinesi, e alte fino a 8 metri, il Festival si snoda lungo un magico percorso di oltre 1 km, intrecciando miti e leggende tra le creature mitologiche del Palazzo del Dragone e Oriental Wonderland, popolato da piante marine e animali fantastici come la Fenice e un Dragone lungo 30 metri. A completare l'esperienza è Oriental Food, un autentico street food cinese. Sabato 1° marzo la Carnival Street sarà invasa dal Carnevale dei cani. L'evento, in collaborazione con Quattrozampeinfiera, vedrà gli amici a quattro zampe sfilare in maschera insieme ai propri conduttori, pronti a stupire una giuria d'eccezione. Originalità e dettagli saranno la chiave per vincere. Cinecittà World riaprirà in versione completa venerdì 14 marzo, dando ufficialmente il via alla sua 10° stagione con 40 attrazioni, 6 spettacoli dal vivo e tante novità.

Lavoro

Published

31 minuti ago

on

30 Gennaio 2025



Bag e contenitori brandizzati Turismo Verde-Cia per promuovere tra ospiti agriturismi opportunità di portare a casa cibo e vino rimasto in tavola. Campagna di sensibilizzazione su "cittadinanza alimentare" curata dalla Spesa in Campagna



Una bag e contenitori brandizzati Turismo Verde-Cia a disposizione degli agriturismi per promuovere tra gli ospiti l'opportunità di portare a casa cibo e vino rimasto in tavola. Una campagna di sensibilizzazione sulla "cittadinanza alimentare", curata dalla Spesa in Campagna-Cia, che diffonda una nuova cultura dal campo alla tavola, con i cittadini parte integrante della filiera. Queste le iniziative di punta per il 2025 delle due associazioni promosse dalla Confederazione, per fare squadra

contro lo spreco alimentare globale. Di questo si è parlato oggi, a Roma, nell'Assemblea congiunta 'I valori del cibo. Verso una rivoluzione alimentare che guarda al futuro'.

"Il messaggio che lanciamo oggi -ha detto Cristiano Fini, presidente di Cia-Agricoltori italiani- è legato alla vendita diretta, con i nostri agriturismi che sono una vera e propria eccellenza a livello mondiale, che ci viene invidiata da tanti e tanti Paesi. Il messaggio deve essere di divulgazione, di incentivare ancora di più la vendita diretta, la filiera corta e lo stare a tavola in un contesto rurale. All'interno di tutto ciò però il tema dello spreco

alimentare assume una valenza molto importante, noi dobbiamo continuare nella battaglia per ridurlo. E' una battaglia etica, dove noi insieme ai nostri agriturismi possiamo cominciare un percorso culturale, perché di questo si tratta, affinché si continui in questa 'marcia' contro lo stop allo spreco alimentare", ha concluso.

Ogni anno nel mondo -ricordano Turismo Verde e la Spesa in Campagna di Cia- vengono sprecate quasi 1,3 miliardi di tonnellate di cibo, il 33% della produzione alimentare globale. Le famiglie italiane ne gettano via circa 5 milioni, per lo più frutta, verdura, pane e latticini (dati Osservatorio Waste Watcher 2024). Nel frattempo, si stima che nel 2050 la popolazione mondiale raggiungerà quota 9,7 miliardi di persone, con una richiesta del 60% in più di cibo, mentre soffrono la fame già più di 700 mila persone.

"Un quadro, purtroppo, che arriva da lontano e che abbiamo la responsabilità di contrastare, soprattutto noi agricoltori e insieme ai cittadini, quelli che incontriamo facendo vendita diretta e nei nostri agriturismi", hanno detto Beatrice Tortora e Mario Grillo, rispettivamente presidenti della Spesa in Campagna e Turismo Verde-Cia, lanciando le iniziative da intraprendere in parallelo.

E dunque, sotto lo slogan 'Così buono da portarlo a casa' arriva la prima doggy bag di Turismo Verde-Cia a disposizione degli agriturismi associati per invitare gli ospiti al riuso e riciclo del cibo lasciato nel piatto, ma senza appesantirli di costi aggiuntivi e oneri burocratici. "Come non sostenere le ragioni delle recenti proposte di legge sulla doggy bag -ha aggiunto Mario Grillo, rivolgendosi alla senatrice Mara Bizzotto, prima firmataria di uno dei due testi- fanno oltremodo piacere le sue assicurazioni sulla volontà di non renderla obbligatoria per le attività ricettive. Un'imposizione sarebbe controproducente, servono solo strumenti per incentivare gli operatori e, più che altro, sensibilizzare i cittadini".

"Oggi -spiega Grillo ad Adnkronos/Labitalia- parliamo del contrasto allo spreco alimentare e ricordiamo a tutti che la tradizione contadina non ha mai sprecato nulla, l'uso delle risorse e soprattutto il riuso dei beni alimentari e di quanto Madre Terra ci dà sono sempre state oggetto di grande attenzione. E oggi può esserci da esempio di buona pratica quella che i pastori chiamavano la 'giratella'. Si tratta di un piccolo contenitore di alluminio, in cui i pastori, insieme allo strofinaccio per il pane, andavano a conservare quanto non consumato nel corso della cena, per poi portarlo il giorno dopo sul pascolo e consumarlo mentre si accudivano gli animali", ricorda Grillo.

Per il presidente di Turismo Verde "quindi le tradizioni contadine aiutano a vivere nei tempi moderni, con un passo nel passato e due nel futuro, perché le tradizioni sane, antiche, hanno sempre qualcosa di buono da portare con sé e raccontare. E' quanto proponiamo nei nostri agriturismi: prima c'era la 'giratella' dei pastori che andavano a pascolare gli armenti, oggi per quanto resta del pranzo c'è la 'doggy bag', ma non per i nostri cari amici a 4 zampe ma per i nostri clienti, che apprezzano il cibo così buono da portarlo a casa, contrastando anche lo spreco alimentare", conclude Grillo.

Sulla stessa lunghezza d'onda la Spesa in Campagna-Cia che rafforza il suo impegno nel diffondere una nuova coscienza civica in relazione al cibo, iniziativa già avviata con le "Giornate nazionali della spesa consapevole" portate dall'associazione nei mercati di 10 piazze d'Italia lo scorso anno e pronta a replicare con nuove tappe nei prossimi mesi, con materiali informativi, supporto tecnico-scientifico, gadget e consigli utili per imparare a fare la spesa e scegliere consapevolmente.

"A noi spetta la vera rivoluzione alimentare -ha spiegato Beatrice Tortora- affrontiamo gli effetti dei cambiamenti climatici nei campi, la carenza di infrastrutture adeguate a gestire la crisi idrica come di strutture idonee allo stoccaggio dei prodotti, ma anche la sfida, collegata e importante, nel riabilitare i frutti non conformi, sbilenchi e meno appariscenti, ma semplicemente buoni e sani, belli per questo. I nostri mercati contadini, le botteghe, i punti vendita in azienda sono luoghi dove l'agricoltore ha l'opportunità di raccontare ai



cittadini i valori del comparto e di condividere con loro una nuova narrazione legata al cibo; viene da pratiche sostenibili, cura della biodiversità, tutela del territorio e delle tradizioni contadine in cucina, vera anima del Made in Italy”.

“Il contributo delle nostre associazioni Turismo Verde e la Spesa in Campagna -ha concluso il presidente nazionale di Cia, Cristiano Fini- è fondamentale perché può esprimere concretamente la portata di tutte le nostre battaglie a tutela dell’agricoltura, contro lo spreco alimentare e il consumo di suolo. Le loro iniziative sono la nostra mano tesa ai cittadini, condividendo lo stesso obiettivo di mangiare bene e sano, rispettando anche il Pianeta”.

Turismo Verde-Cia rilancia anche quest’anno Agrichef Festival, l’evento regione per regione, che mette ai fornelli cuochi contadini e studenti degli istituti alberghieri d’Italia e che avrà come prova finale, del 25 e 26 marzo all’I.p.s.s.e.o.a. Amerigo Vespucci di Roma, la realizzazione di soli “piatti della circolarità”. Torna, poi, da venerdì 31 gennaio alle 8:30, “Agrichef e la cucina contadina” seconda stagione, in 6 puntate, del format su Food Network (canale 33 del digitale terrestre free, SKY canale 416) con protagoniste 18 aziende agrituristiche di Turismo Verde-Cia. Va avanti nel 2025 anche l’altro progetto de la Spesa in Campagna-Cia “Dai banchi del mercato ai banchi di scuola” per parlare ai più piccoli e diffondere buone pratiche da raccontare in famiglia. In assemblea importante la partecipazione di: Luciano Sbraga, direttore ufficio studi Fipe; Andrea Segrè, direttore scientifico dell’Osservatorio internazionale Waste Watcher International – Università di Bologna; Giulia Gallo, ricercatrice Università di Pisa e Fausto Jori, amministratore delegato EcorNaturasi.

Lavoro

Published

8 ore ago

on

30 Gennaio 2025



"Importanti ricadute nelle filiere produttive locali nel pieno rispetto di una gestione forestale sostenibile"





"Accogliamo con favore quanto approvato dalla Cabina sisma all'interno della Struttura del Commissario Straordinario Ricostruzione Sisma 2016, che ha introdotto una misura incentivante, pari al 10% del contributo, per la realizzazione di strutture portanti in legno nel caso di demolizione con ricostruzione di edifici con stato di danno L4". Lo dichiara in una nota FederlegnoArredo che, insieme alla Fondazione Symbola, ha lavorato al fianco della Struttura commissariale e che "la promuoverà nei prossimi mesi attraverso un'attività di formazione e diffusione rivolta alle Istituzioni locali e agli ordini professionali coinvolti nell'importante opera di ricostruzione di cui questi territori hanno urgente bisogno".

"Si tratta - prosegue la nota - della prima misura in Italia che riconosce e valorizza l'impiego del legno nelle costruzioni e che avrà un'importante ricaduta nelle filiere produttive locali, nel pieno rispetto di una gestione forestale sostenibile. L'impegno della Federazione per la valorizzazione del legno e delle aziende del settore si è dimostrata fondamentale per il raggiungimento di un traguardo strategico".

