



W A : I T

WA:IT press book

PRESS

- Vanity Fair Agenda (UK)
 - Inside Beauty (DE)
 - Harper's Bazaar (DE)
 - Beauty Streams (global)
 - Voilà Magazine (IT)
 - Konfekt (global)
 - Donna Magazin (DE)
 - FOGS Magazin (DE)
 - L'OFFICIEL (IT)
 - ELLE (IT)
-



PRESS

- We love green (attached to ELLE DE)
- ELLE (DE)
- AD (IT)
- KRONENDACH (DE)
- ELUXE MAGAZINE



ONLINE

- The Frank Magazine (UK)
- Extrait (IT)
- Monocle (global)
- Eluxe Magazine (global)
- Lampoon Magazine (IT)



Vanity Fair Agenda (UK)



Yellow Lobster luxury bag by Sonia Petroff

FASHION Mellow Yellow

Drawing from the vast archives of the late couture designer Sonia Petroff, this eponymous new costume jewellery and accessories brand has the sort of irreverent, sunny outlook that feels so needed right now. This Italian leather evening bag in egg-yolk yellow is emblazoned with the brand's lucky lobster motif, wrought in gold-toned metal with crystal details—just the thing for spring. soniapetroff.com

TRAVEL On the Case

Not all Bond-inspired products make sense (we're looking at you, Martini-flavoured popcorn), but a luxury suitcase? How very 007. Globe-Trotter's *No Time To Die* collection celebrates the 25th Bond film with two suitcases in deep, dark green vulcanised fibreboard with hand-crafted, black leather trim, and luggage tags embossed with the unmistakably cinematic *No Time To Die* logo.

Available in both carry-on and check-in sizes. globe-trotter.com

WaitforIt

Combine the Japanese love of fleeting beauty with the Italian notion of *la dolce vita*, and you have WA:IT, a new beauty and fragrance brand launching this season. Their first fragrance, HITO, combines Italian and Japanese citrus notes with fig and peony—and all ingredients are from certified supply chains. The glass bottles and wooden caps are fully recyclable, as are the boxes, and the perfume labels are made with algae from the Venice lagoon—the use of which lessens the algae's negative impact on the lagoon's eco-system. This is a truly sustainable, heavenly scent. waitbotanicamente.com



HITO eau de parfum by WA:IT



Mother Earth pendant by Eugenie Niarchos

JEWELLERY Drop in the Ocean

Ocean-hued Azurite is the mineral of choice for Eugenie Niarchos' range of gorgeous pendants, entitled "Mother Earth" and inspired by Gaia, the



Inside Beauty (DE)

ECO-DESIGN Mehr als nur recyclingfähig

Schön verpackt, und das umweltfreundlich: Eco-Design ist auch bei Kosmetik ein heiß diskutiertes Thema. Ziel ist es, die Umweltbelastung durch das Produkt und das Packaging zu reduzieren – über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg. Recyclingfähigkeit ist dabei nur ein Aspekt.



Clothes Clothes

When Cartier last year, a immediate would lend. The mash-makes up a into brace more, with embellish vivid blue limited edi own), a bra cartier.co.i

Nicht nur in der Gesetzgebung, auch beim Konsumenten wird der Ruf nach ökologischen Verpackungen immer lauter. Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung, Müllvermeidung und weniger Plastik sind dabei die Schlagwörter, die den Ton vorgeben. Eco-Design ist jedoch mehr als die umweltbewusste Gestaltung eines Produktes – es bringt Ökologie und Ökonomie in Einklang. Dabei steht nicht nur die Begrenzung des Ressourcenverbrauchs bei der Herstellung im Vordergrund, sondern auch die Verwendung und Entsorgung eines

Produktes. Hochaktuell ist Eco-Design in der gesamten Beauty-Industrie. Vieles Unternehmen tun sich jedoch schwer, die Hürde des Eco-Designs zu nehmen, weiß Carolina E. Schweig: „Häufig fehlt noch die Kenntnis, was Eco-Design ist und welchen Nutzen es bringt“, so die Diplom-Ingenieurin VF Papier- und Kunststoffverarbeitung und Inhaberin des Unternehmens C.E.Schweig Verpackung - Material - Engineering. „Dann geht es um Investitionen in IT, in Datenbanken, in Entscheidungs-tools. Und letztlich muss der Eco-Design-Prozess,

herkömmlichen Kunststoffen auf Recyclate macht noch kein Eco-Design aus. Vier Kernpunkte bilden dabei das Herz des Eco-Designs.

Vier zentrale Punkte Zum einen gilt es, alles zu vermeiden, was nicht notwendig ist. Carolina E. Schweig: „Das betrifft nicht nur den Schuber um den Tiegel oder die Faltschachtel um die Tube, das betrifft auch die Veredelung.“ Punkt zwei ist die Reduzierung – von überdimensioniertem Packaging, Flaschen oder Verschlüssen. Der nächste Aspekt ist das Mehrwegsystem: „Wir müssen darauf achten, in Systeme zu investieren, die mehrfach gebraucht werden können und bei denen der Effekt auf die Umwelt, der von der Herstellung ausgeht, durch möglichst viele Anwendungszyklen geringer wird“, erklärt die Expertin. Und der vierte Punkt? Recycling. Hier ist nicht das Downcycling das Ziel, sondern der Ersatz von frischen Rohstoffen – übrigens auch bei Papieren, also Faserstoffen.

„Organic Concepts“-Sieger

Bei der Körperpflegelinie Body Care sind sowohl die Inhaltsstoffe als auch die Verpackungen ganz auf das Prinzip der Nachhaltigkeit für Mensch und Umwelt ausgerichtet. Klimaneutral hergestellt und getrennt recyclebar. Die Linie wurde mit dem Spa-Award 2020 ausgezeichnet.



Nachhaltig und clean

WA:IT ist eine Symbiose zweier Kulturen – der japanischen und der italienischen. Inhaltsstoffe, Formulierungen und Verpackungen sind 100 Prozent nachhaltig. Glasflaschen und Holzkappen können vollständig recycelt und wiederverwendet werden.



Kunststoffe nachhaltig ersetzen Einige Kosmetikunternehmen verwenden für ihre Produktpalette bereits Recyclate. Neben dem Einsatz dieser Recyclingkunststoffe stehen beim nachhaltigen Verpackungsdesign aber auch weitere Materialien im Fokus, wie beispielsweise Aluminium, Holz oder Kork. Materialien, die in den Naturkreislauf zurückgeführt werden können, sollen zur Reduzierung des Müllaufkommens beitragen und werden als nachhaltiger



Inspiriert von ihren Reisen in den Fernen Osten gründete die italienische Aromatherapeutin Raffaella Grisa WA:IT und verarbeitet dabei die Symbiose von Japan und Italien in exklusiven Duftkompositionen. „Die WA:IT-Philosophie repräsentiert, was ich liebe und was ich bin: das Studium der traditionellen japanischen Medizin und Aromatherapie, die Achtsamkeit, die in jeder Hinsicht abnehmende Nachhaltigkeit, die Suche nach einem ganzheitlichen Ansatz für Schönheit von innen nach außen“, beschreibt Grisa ihr Label. Neu in ihrer Linie: „Hito“, ein Eau de Parfum aus harmonisch komponierten Noten von sizilianischer Orange, Yuzu, Elemi, Feige, Pfingstrose, Rose, Pomelia, Schwarzerem Izumi Tee, Kirsche, Zedernholz und White Musk.



POWER OF STILLNESS



WA:IT



WA:IT

BEAUTYSTREAMS

With global lockdowns, individuals have been forced to wait for what is to come. WA:IT, a new clean, botanical fragrance and skin-care brand, was founded upon the poetry of stillness, interweaving mindfulness and well-being. Combining Italian and Japanese cultures (*WA* means peace and harmony Japanese, and *IT* refers to Italy), *WA:IT* supports rituals that "balance the inner and the outer being." Drawing from Japanese tradition, founder Raffaella Grisa says products combine "medicine, food, and beauty," in plant-based, multifunctional formulations. The brand's unisex fragrance, *HITO*, "heals the soul," and "promotes a meditative state," with Sicilian citruses, yuzu (known to relieve stress), elemi, and fig, among others. A new body-care line "strengthens the spirit" by caring for skin in a 4-phase ritual that balances skin pH, soothes, nourishes, rejuvenates, purifies, and protects skin. Key therapeutic, sustainable, and "sacred" ingredients to Japanese culture are used throughout all products, including perilla seed oil, yuzu, tsubaki seed oil, or *Camellia japonica*, and rice bran oil. The 4-phase body-care includes: Preparation (called *ANTE*), Purification (*OFURO*), Hydration (*B-SOFFICE*), and The Glow (called *OMNI*, a multi-use oil). "When the mind is calm, the soul is soothed, and the body nurtured; we glow," says the brand about the oil, suitable for face, body, and hair. Step zero is The Breath, with *HITO* perfume. Packaging is sustainable, with handmade glass bottles and wooden caps.

Beauty Streams



WA:IT



WA:IT

TRADE SHOWS Sept-Nov 2020 | Pitti Fragranze, Virtual

REVENGE SHOPPING

1. Vero gioiello dentro e fuori, l'extract de parfum Mica d'Oro di Storie Veneziane di **Valmont** è una fragranza opulenta e di grande ricercatezza, per veri intenditori - da 290 euro in profumerie selezionate

2. Un profumo creato apposta per noi è uno degli oggetti del desiderio. **Claudia Scattolini** è la prima e unica Fragrance Designer italiana e organizza incontri nel suo

399 euro nei saloni ghd e online su ghdhair.com

4. Lusso, ma anche relax e benessere: **Bodyfriend**, marchio coreano dell'healthcare deluxe, è approdato anche in Italia con le sue massage chair dal design accattivante e raffinato, delle quali una sta progettata in partnership con Automobili Lamborghini e una con Marvel - a partire da 2.400 euro informazioni su bodyfriend.it

VOILÀ
DIGITAL EDITION
Speciale NATALE
A CASA DEGLI CHEF
I COCKTAIL DELLE FESTE
LET'S PARTY IN BELLEZZA
DECORAZIONI CONTRONDENZA
COME RITROVARE LA CAPACITÀ DI MERAVIGLIARSI

Non Voglio smettere di Cambiare
Parola di *Rachel Brosnahan*, la star de *La fantastica signora Maisel*

1. Perfetto per scoprire il mondo di **MiiN Cosmetics**, il calendario dell'avvento con tantissimi prodotti di skincare coreana (89 euro online su mii-n-cosmetics.it e nello store di Milano).

2. La linea corpo **Wat**: Botanicamente è un rituale sensoriale riequilibrante, in quattro fasi e strutturato per prendersi cura del tempio dell'anima. Totalmente made in Italy, genderless e vegan (da 42 euro per il profumo roll-on, su waitbotanicamente.com).

3. Labbra subito più lucide, enfatizzate e idratate con **Well Lip Plumper** di **WeMakeup**, il gloss vegano e made in Italy con vitamina E e attivi antiage - 14,40 euro su wemakeup.it

4. Il Siero Viso Levigante **Resibo** è un concentrato di attivi naturali ad azione antiage e tonificante, ma anche rigenerante e levigante sulle cicatrici da acne - 40,90 euro su resibo.it.

5. Il Siero Multifunzione Antiage di **Joli Cosmetica** contiene cellule staminali di mela, acido ialuronico a doppio peso molecolare, frutta d'uva rossa e olivo, coenzima Q10 e tè verde (euro 62 su jolicosmetica.it).

6. Tiene lontani i batteri cattivi (e il malocchio) la nuova linea igienizzante **Sciò Sciò di Tutto-Tondo**, ha anche un pack ironico disegnato da **Gioi Pastori** - da 6,50 euro su tutto-tondo.com e in profumerie selezionate

EVERYDAY BEAUTY Japanese skincare

Brescia native Raffaella Grisa was never a fan of perfume until work brought her to Japan. Grisa, a former operations engineer, became enamoured with the country's culture and traditions related to wellness. "Unlike

western medicine, which is separate from the rest of our daily life, in Japan you see the same ingredient utilised for wellness, beauty and cooking." Intrigued, she left her job and decided to launch Wait, a line of beauty products

and fragrances that brings together Nippon and Italian influences. Hito, her debut scent, is derived from natural ingredients, with notes of Sicilian citrus and wild Ligurian fig blended together with the aromas of Yuzu fruit and Izumi black tea from Japan. For the body, Grisa has concocted balms and a scrub sourced from nature, including

perilla, a Japanese mint plant whose seeds yield an oil with beneficial antibacterial and anti-inflammatory properties. Her sustainable approach extends to the packaging by using recyclable and biodegradable materials such as wooden caps and perfume labels with algae from the Venetian lagoon. — IC
waitbotanicamente.com

MIT DEUTSCHEN TEXT
ISSUE 1 — WINTER 20/21
CH 15 | DE 15 | UK 15

KONFEKT
The Magazine for Sharp Dressing, Drinking, Dining, Travel & Design.

1. SOUTH TROL SUNNY STYLE
Kathleen wears Zara coat, scarf and hat, zara.com

2. SPRING FORWARD TO AUGUST
Along at the Monsoon Collective

IN WITH THE NEW
Start the press!
KONFEKT is a new magazine from the makers of MONOCLE devoted to refined living
— DEBUT EDITION —

3. WEEKEND. Off to the mid-winter dip
HOSTING. An Mexican chef invites us to join a Coptic Christmas celebration
MEALS. In a Zurich kitchen for a lesson in cosy cooking
LOOKS. Hefty knits, toasty coats and evening wear for the holidays
DISCUSSIONS. A Swiss roundtable on liberalism, plus liberal doses of wine and pudding

Hello Fresh!

Wirken schneller als ein Espresso:
die neuen Muntermacher gegen
einen müden Teint

FOTOS Tim Stemmer STYLING Alexandra Pasi & Karina Fink
TEXT Martina Fuhr

Belebt und festigt
die Haut: „Vital
Perfection Lift
Define Radiance
Serum“ von
Shiseido, 135 Euro



EINE FRAU, DIE KEIN
PARFUM TRÄGT, HAT
KEINE ZUKUNFT.

Oscar Chanel

LIEBHABERSTÜCK
Ein lebendiger Duft, der süß und salzig
gleicht. Mit saftiger Mandarine,
dem Pfirsich und pflanzlichem Moschus.
„Cyan Nori“, EdP von ABEL
ODOR VITA COLLECTION,
50 ml, um € 118,-, über amazingy.com



ZARTE VERSUCHUNG
Japan trifft auf Italien. Mit dabei:
Fruchtig-blumige Akzente aus
Yuzu, Elemi, sizilianischer Orange
sowie Peonie und Kirsche.
„Hito“ EdP von WA-IT,
100 ml um € 146,-



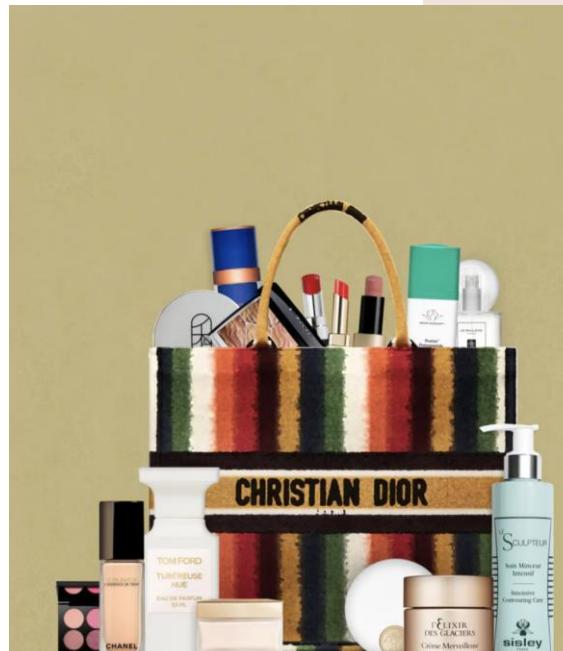
BE INSPIRED
Ein Tribut von Parfumeur
Barnabé Fillion an Designerin
Charlotte Perriand.
Japanische Rose, umschwirrt
von grünen Shiso-Noten,
Vetiver und Myrrhe.
„Rizzi“ EdP von AESOP,
50 ml um € 150,-

Text By Fabia di Drusco

Illustration Blairz

Artwork by Giulia Gilebbi

Spring awakening: un risveglio dei sensi per mettersi in sintonia con la stagione, con la luce, il tepore, l'euforia della primavera inoltrata. Anche attraverso rituali cosmetici voluttuosi, a partire da una detersione viso/corpo con l'additivo burro di **WA:IT**, marchio italiano ispirato alla cultura giapponese. Un balsamo ultra fondente da massaggiare sulla pelle per pulirla in profondità, a base di estratto di yuzu, e olii di camelia, crusca di riso, avocado e macadamia, dall'effetto illuminante, antibatterico e rigenerante.



LEI TANJA
BRAND,
ME PRENDE
DRO GARDEN
VIENNA CON
BOTANICHE
NZIALI PER
NON SOLO:
I SONO
ENERGIA
NO PER ALZARE
I FREQUENZE
ME.AT).

Preparata con Fiori di Bach e ingredienti bio, ma anche esposta a frequenze di luce (Metodo White H.B.) e sonore a 432 Hz (che promuovono pace e guarigione); è Resource Cream S.O.S. di Guna, antistress per la pelle, lenitivo e protettivo.

00% LISTIC

LA RICERCA DELLA FELICITÀ

L'unico marchio cosmetico d'Europa "Carbon negative" è italiano e si chiama WA:IT. Non solo ha ridotto al minimo il suo impatto sull'ambiente ma compensa le poche emissioni investendo in progetti di agricoltura rigenerativa, piantando specie vegetali in grado di incapsulare CO₂ restituendolo al terreno come fertilizzante. Insomma, i cosmetici di WA:IT fanno bene al pianeta. In realtà, però, la storia di questo brand è cominciata con la ricerca della felicità della sua fondatrice, Raffaella Grisa (sotto), torinese, una carriera da ingegnere gestionale che le faceva vivere una vita non proprio sostenibile. Ma nei suoi numerosi viaggi in Asia ha trovato le risposte che cercava e in Giappone l'illuminazione. Nel 2018, in un sabato di libertà al Santuario di Meiji di Tokyo, è arrivata la comprensione e poi un piano liberatorio. Ed è iniziata la sua seconda vita con la nascita di WA:IT, linea corpo che si ispira ai rituali giapponesi e prevede quattro step: respiro (fase zero con il profumo naturale Hito), preparazione (scrub Ante), purificazione (burro detergente Ofuro), idratazione (burro Softice) e illuminazione (olio multiuso Omni). Tutti vegan, sostenibili e con un'aura speciale (it.waitbotanicamente.com).

RESOURCE CREAM
WA:IT - SOOTH OUR SKIN

GUNA



we love green

New Jeans Blue Denim aber besser

Naturtalent Kosmetik, die wirkt

Vegan & Tößlich Rezepte von Linda McCartney

Das Magazin für mehr Nachhaltigkeit
BY ELLE HARPER'S BAZAAR INSTYLE

In Blüte

Natürlich, wertvoll und umweltfreundlich: Auch Parfums werden jetzt klimaneutral

- 1 ABEL „Green Cedar“, über amazingy.com, 50 ml, um 58 €.
- 2 GIORGIO ARMANI „My Way“, 50 ml, um 93 €; Refill 150 ml, um 124 €.
- 3 LESS IS MORE „Green Magic Organic Cologne“, 100 ml, um 75 €.
- 4 PAULINE R „Hito“, über organicluxury.de, 50 ml, um 149 €.
- 5 WA:IT „Hito“, über organicluxury.de, 100 ml, um 146 €



ALLERGIE-CHECK Für 26 Duftstoffe, die erwiesenermaßen ein erhöhtes Allergiepotenzial aufweisen, gilt laut EU-Kosmetikverordnung eine Kennzeichnungspflicht. Das bedeutet, die Substanzen müssen, falls sie eine festgelegte Konzentration überschreiten, explizit auf der Produktverpackung genannt werden. Die Liste ist unter bvl.bund.de zu finden.

GUT DUFTEN ist nicht mehr genug. Nach Organic Skincare und Green Make-up rückt Nachhaltigkeit jetzt auch bei Parfums in den Fokus. Das neue Credo: Weg von synthetischen Aromastoffen, hin zu pflanzlichen, fair hergestellten Ingredienzen. Einige Nischenlabels haben diesen Weg schon eingeschlagen und verwenden für ihre Kompositionen 100 Prozent natürliche Zutaten. Allerdings tendieren diese Stoffe dazu, nicht so lange zu haften und schneller zukippen. Trotzdem stellen sich jetzt auch Luxusmarken der Herausforderung nach mehr Natürlichkeit. Der Mensch und der Umwelt zuliebe. Und dies mit Erfolg: Der Duft *My Way* von Giorgio Armani zum Beispiel darf sich CO₂-neutral deklarieren. Denn: Die Rohstoffe wie Tuberose, Orangenblüte und Vanille stammen aus ökologischem Anbau, und lokale Förderprogramme werden nach Fair-Trade-Prinzipien unterstützt. Zudem wurden bis jetzt 150 Hektar Mangrovenwald in Madagaskar wieder aufgeforsst, und der Flakon ist nachfüllbar.

SKINSHARE STATT SKINCARE

3 WA:IT | Body Balsam



3 WA:IT
Body Balsam,
um € 65.

Der vegane Körperbalsam zieht schnell ein und versorgt von Kälte und Heizungsluft geplagte Haut mit Feuchtigkeit. Wer noch mehr Pflege sucht: Mit seinem Vier-Schritte-Body-Ritual zelebriert die von Japan inspirierte Marke Achtsamkeit und Selbstliebe für unseren Körper. Neben dem Body Balsam gibt es daher noch Peeling, reinigenden Balsam, sowie ein reichhaltiges Öl.

LIEGEN UND LOSLASSEN



Bereits wenige Minuten auf der Spezialmatte für den tiefe Durchatmung. Alles wird ganz warm

„Bam Eco-Set Mat + Pilow“
von Bed of Nails, ca. 160 Euro,
reiche-beauty.com



STYLE health

50

Akupressur wird seit Jahrtausenden erfolgreich praktiziert. Das Prinzip: Durch Druck auf bestimmte Körperteile hilft diese spezielle Akupressurmatten mit unzähligen Plastikknöpfchen kann man auch zu Hause ausmiles Schädel man darauf liegt, erzeugen die kleinen Spitzen einen wohltuenden Entspannungs- und Massageneffekt. Und so geht's: Die Matte in einen ruhigen Raum oder aufs Bett legen, sich auf den unteren Rand setzen, langsam im Rücken abrollen. 20 Minuten im Liegen relaxen. Bei akuten Problemen die Mo-Tee am besten täglich wiederholen. ●

Maria Robertisch, Head of Beauty verzichtet vermaßt auf Zucker

we love



Meine 3 Glücklich-macher



Stell meinen
Heißhunger auf Süßen:
„Sugar Stress“ von
The Nut Co., 30 Kapseln,
ca. 30 Euro



Schmeckt auch ohne
industriellen Zucker:
Protein-Riegel von
Rawbite, ca. 2 Euro



Brennt die Zell-
verzuckerung in der
Haut: „L-Carnosine
Anti-A.G.E. Cream“
von Dr. Susanne von
Schmetzberg, 50 ml, ca. 80 Euro



Maria Robertisch, Head
of Beauty verzichtet
vermaßt auf Zucker

RÄUCHER-KUNST

So geht Aromatherapie
schon am Morgen. Die
„Alba: Dawn Morning
Incense“ Raucher-
stäbchen heilen mit
atherischen Ölen
aus Kaffee sofort die
Stimmung. Wa:it.
60 Stück, ca. 45 Euro.
blanda beauty.com]



Vereint mit der Natur

Das Einatmen der Duftstoffe
von Bäumen und Moosen,
auch „Waldbaden“ genannt,
wirkt **erholend** und **stress-**
fördernd. Wer nicht direkt am
Waldrand wohnt, kann einfach
einige Tropfen der „Shinn
Yoku Duftmischung“ aufs
Handgelenk auftragen und
dann schnuppern. (Charlotte
Bonorden, 5 ml, ca. 13 Euro)

Gut für Haut und Umwelt: Diese Beauty-Labels achten auf ihre Klimabalance.

NACH NEUTRAL KOMMT POSITIV!

Klimaneutrale Labels kompensieren so viel Kohlendioxid, wie sie bei der Herstellung ihrer Produkte ausscheiden. So setzt Babor auf Ökostrom und die Förderung eines Windkraft-parks auf den Philippinen. CO₂-positive Marken gleichen sogar mehr aus, als sie verursachen. So unterstützt Evolve zusammen mit der Organisation Earthly ein Projekt zum Erhalt des Regenwalds. Auch Annemarie Börlind erreicht bald Klimapositivität – dank vieler Bäume im Schwarzwald und Jojobasträuchern in Namibia. 1. „Essential Care Sensitive Cream“ von BABOR, um 28 €. 2. EdP „Hito“ von WA:IT, 100 ml um 146 €. 3. „Tagaret Lipstick Love Berry“ von UND GRETTEL, um 41 €. 4. „Deep Hydration Soothing Cooling Mask“ von TROPIC, um 24 €. 5. „Dede Shampoo Bar“ von DAVINES, um 21 €. 6. „360 Eye and Lip Contour“ von EVOLVE, um 32 €. 7. Kühlendes Gesichtsgel „Energy Nature“ von ANNEMARIE BÖRLIND, um 20 €. 8. „Long Hair Protective Volumising Shampoo“ von LA BIOSTHÉTIQUE, um 26 €. 9. „Illuminating Brighten Your Day Crème“ von EMMA LEWISHAM, um 76 €.

FOTO: SHUTTERSTOCK (1)



Design consapevole e sostenibile per la bellezza a emissioni zero

I marchi di clean beauty progettano packaging sempre più sofisticati, efficienti e rispettosi dell'ambiente.



di Olivia Fincato

9 maggio 2022



WA:IT botanicamente, marchio italiano di cosmesi biologica premiato dalla prestigiosa **Cornell University di New York** come primo brand cosmetico europeo **carbon negative** nel 2021, ovvero a zero impatto ambientale, adotta un approccio sostenibile declinato a 360°.

Dall'approvvigionamento delle materie prime in mercati solidali garantendo trasparenza in tutta la filiera, alle formulazioni che non contengano alcun componente nocivo per l'ambiente. Dalla scelta di materiali riutilizzabili, riciclabili e compostabili alla decisione di avvalersi del lavoro di realtà, anche artigianali, italiane per la realizzazione dei tappi di legno, degli espositori degli incensi, delle carte.

WA:IT Raffaella Grisa



Die ehemalige Wirtschaftsingenieurin Raffaella Grisa führt mit Wa:it traditionelle italienische Techniken und fernöstliche Aromatherapie zusammen. Inspiriert von ihren Reisen in den Fernen Osten, möchte sie mit ihren pflanzenbasierten Produkten Achtsamkeit und Wohlbefinden in den Alltag bringen. Zum Sortiment gehört u.a. das Unisex-Parfum „Hito“, das sizilianische Zitrusfrüchte mit Elementen der japanischen Küche kombiniert. Von der Beschaffung der Rohstoffe aus fairem Handel über Transparenz in der Lieferkette bis hin zu umweltverträglichen Inhaltsstoffen verfolgt das Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz.

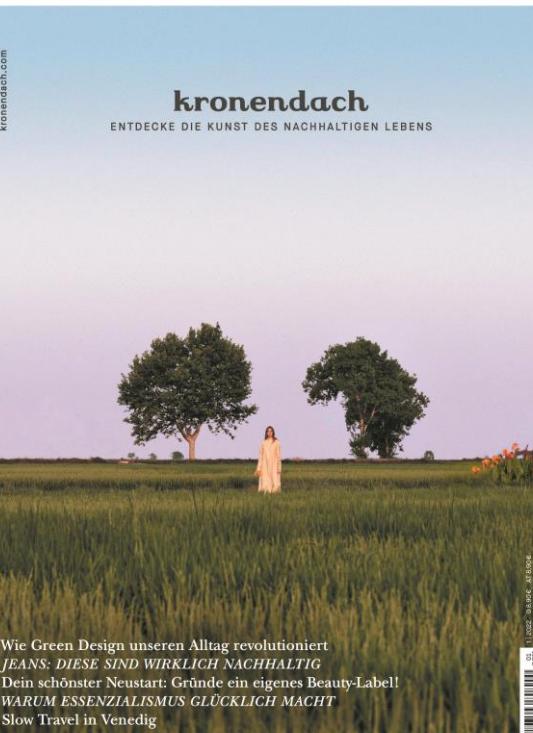
auch sinnvoll ist. Die Suche nach dem Sinn war für sie mehr als ein smarter Business-Move, sie war eine bewusste Umorientierung mit klarer Vision.

NEUBEWERTUNG DES LEBENS

Oft gibt es ja eine ganz konkrete Zäsur, die zu einer solchen Neubewertung des eigenen Lebensweges führt. Auch Ex-Ingenieurin Raffaella Grisa hatte ihren Aha-Moment: mit Mitte 40 in einem japanischen Tempel. Dort beschloss sie, „die beiden Geschwindigkeiten, nach denen ich lebte, wieder in Einklang zu bringen“: den bewussten, nachhaltigen Lebensstil, den sie privat schon führte, und den Job-Alltag im Flugzeug, „der immer schneller und schneller wurde“. Sie entschied sich für das Ende des alten und den Beginn „eines ruhigen Lebens“ – und dafür, (mit ihrem Label Wait) auch die Welt der Körperpflege zu vereinfachen. Gründerin Nikki Bennett musste nach einem plötzlichen Herzstillstand reanimiert werden und fühlte sich nach ihrer Genesung um Jahre gealtert. Die damalige Inhaberin einer Marketing-Agentur wollte zunächst sich selbst helfen, als sie zufällig



Fotos: Typeology, Federica Devoli



ELUXE MAGAZINE

BEAUTY, SKINCARE

WHY CARBON NEUTRAL BEAUTY BRANDS ARE A THING

JANUARY 3, 2023

We live in a fast-paced world, where waiting is something few of us can do. But the beauty brand teaching us that waiting is a labour of universal love towards the beauty of life is aptly named WA:IT.

This pioneering beauty brand unites two cultures – Italian and Japanese – through its holistic approach to perfume and skincare. In the pursuit of uniting and balancing an individual's inner well-being as well as their outer beauty, this clean beauty brand is highlighting how attentive the beauty industry can be to the environment we live in.

This year, WA:IT became the first European beauty brand to attain carbon-negative status. The brand strives to offset its carbon footprint via their support to restore ecosystems and agricultural communities.

THE FRANK (UK)

HITO Eau de Parfum £146
www.waitbotanicamente.com

This perfume lasts on your skin for ages, it smells divine and is one of my favourites as we come into Autumn. The glass, packaging and wooden lid are all 100% sustainable. Composed of natural essential oils extracted from plants through steam distillation and with a certified supply chain.



EXTRAIT (IT)

Ma la freschezza può invitare al relax: è il caso di **Hito di Wa:it Botanicamente**, fragranza che comunica tranquillità e purezza, che rasserenà la mente e favorisce il pensiero positivo. Oltre all'immancabile yuzu, protagonista indiscusso di quest'estate, in Hito percepiamo note agrumate e fruttate, ma anche verdi e floreali. Soltanto nel fondo e sulla pelle ci sono discreti accenti legnosi. Un profumo intimo, personale, da godersi in santa pace, da soli o in compagnia di persone che sappiano apprezzare la quiete.



*HITO evaporates and transcends
the common heart of pure human spirit experience.*

The perfume is the expression of the soul, it is a melody composed of aromatic notes, blended together harmoniously in order to elevate the spirit and free the mind it promotes a meditative state and raises the vital tone.



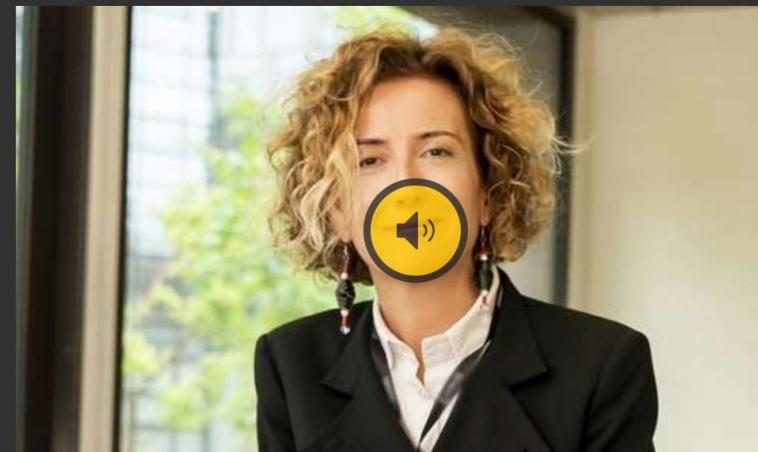
Look at Hong Kong today.

Meet the key players in Asia's towering city.



Topics

Entrepreneurialism



Eureka 224: Wait

THE ENTREPRENEURS

8 hours ago · 8 min listen

The Spirit Lives On: Howard Hughes

THE ENTREPRENEURS

21 days ago · 6 min listen



ELUXE
MAGAZINE

BEAUTY SKINCARE

CARBON NEUTRAL BEAUTY BRANDS ARE NOW A THING

What are carbon neutral beauty brands? And why are they ready

LISTE ART & DESIGN 20-25 September 2021
Liste Showtime Online, 15-30 September liste.ch
Liste Expedition Online, October onward

25 Years Main Partner
E. Gutzwiller & Cie, Banquiers, Basel



LAMPOON

PROTOTIPO STORE



1 LUGLIO 2021

Carbon neutral e carbon negative:
Giappone e Italia insieme

Materie prime naturali, carta riciclata ottenuta da bioscarti per le etichette, vetro riciclato per i flaconi: la cosmesi di WA:IT, in dialogo con la fondatrice Raffaella Grisa

Carbon neutral e carbon negative

Un'azienda carbon negative rimuove più anidride carbonica dall'atmosfera di quanta ne emette. Nel dicembre 2019, durante la conferenza ONU sui cambiamenti climatici, circa cinquecento aziende



W A : I T

press@waitbotanicamente.com