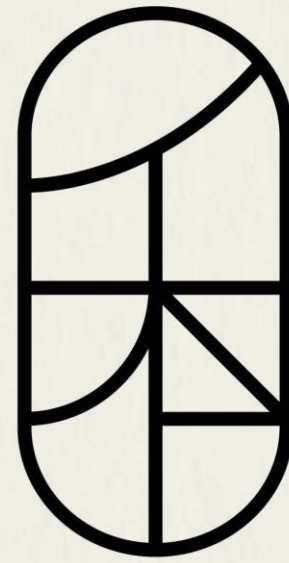


PRESS BOOK



2025

W A : I T

“EVERYTHING STARTS WITH YOU”

NATURE-INSPIRED | AROMATHERAPY RITUALS | BOTANICAL ALCHEMY | NON-TOXIC | CRUELTY FREE | VEGAN | ITALIAN CRAFTSMANSHIP

Content

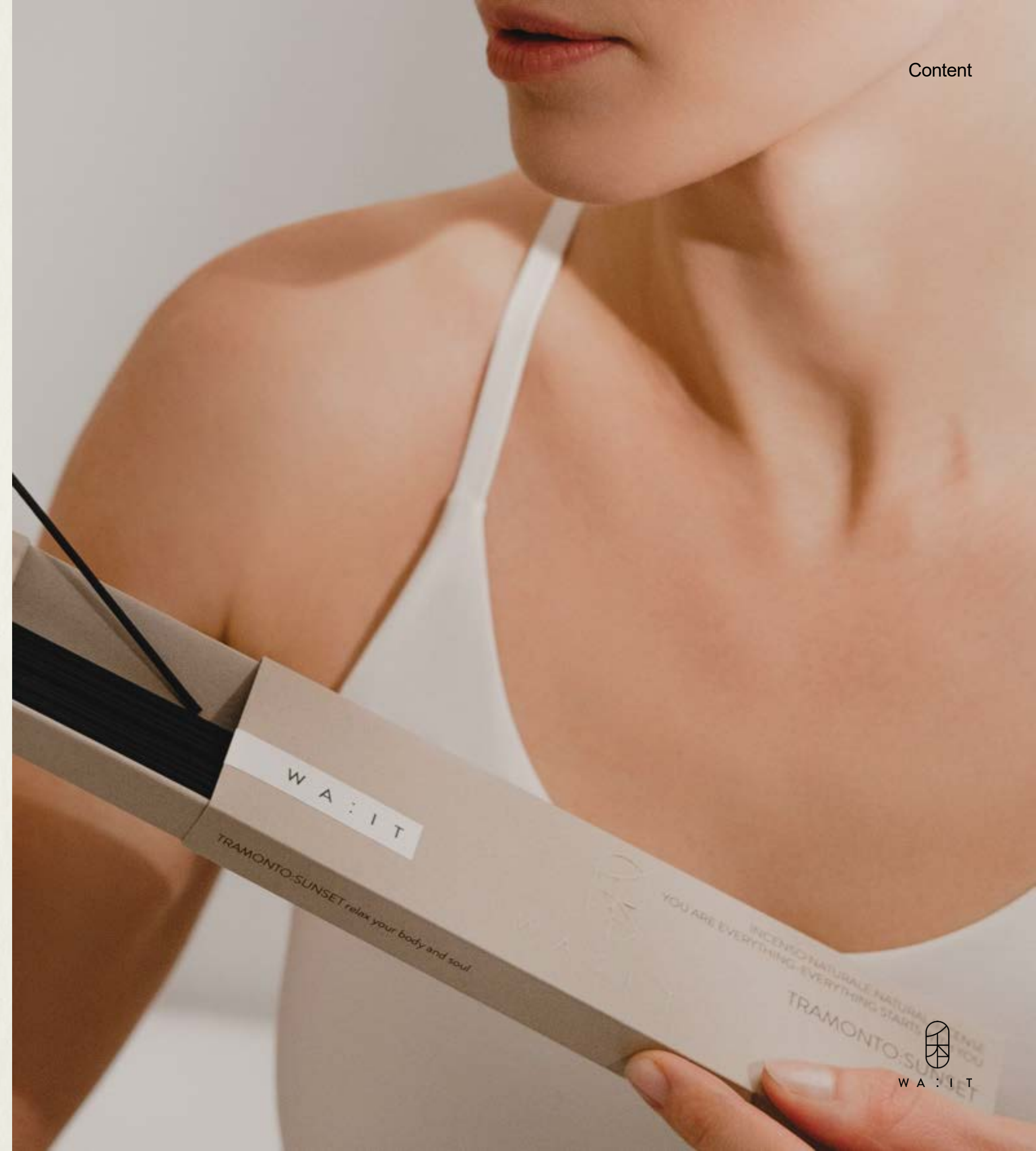
Through curated imagery and stories in renowned publications, we invite you to immerse yourself in the essence of WA:IT—a celebration of beauty as a reflection of inner harmony and deep respect for the natural world.

- HARPER'S BAZAAR (DE)
- BEAUTY STREAMS (GLOBAL)
- AUSTRALIA FINANCIAL REVIEW (AU)
- D-LA REPUBBLICA (IT)
- KONFEKT (GLOBAL)
- DONNA MAGAZIN (DE)
- FOGS (DE)



Content

- L'OFFICIEL (IT)
- ELLE (IT)
- WE LOVE GREEN (ELLE DE)
- GALA MAGAZIN (DE)
- ELLE (DE)
- AD (IT)
- KRONENDACH (DE)
- ELUXE MAGAZINE
- IO DONNA (IT)
- MONOCLE podcast (GLOBAL)
- TOKION (JAPAN)



Content

- LAMPOON MAGAZINE
- MARIE CLAIRE (TW)
- VOGUE (TW)
- ELLE (IT)
- THE GOOD LIFE (IT)
- COVETEUR (US)
- WWD (GLOBAL)
- AD (IT)
- L'OFFICIEL (IT)
- VOGUE (IT)
- MARIE CLAIRE (IT)



Content

- HARPERS BAZAAR (IT)
- STIRPAD (US)
- WWD (GLOBAL)
- FORBES (GLOBAL)
- STYLE MAGAZINE (IT)
- ELLE (IT)
- VOGUE (POLSKA)
- ELLE (POLSKA)
- IN STYLE (IT)
- AMICA (IT)
- ELLE (IT)
- MILANO FINANZA (IT)



≡ BAZAAR



≡ BAZAAR

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, Schwarzem Izumi Tee, Kirsche, Zedernholz und White Musk.



WA:IT



WA:IT

POWER OF STILLNESS

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.



WA:IT



WA:IT

BEAUTYSTREAMS

TRADE SHOWS Sept-Nov 2020 | Pitti Fragranze, Virtual



Hito is a unisex, planet-friendly fragrance.

Ute Junker

Jun 3, 2021 - 9.26am  

A spritz of WA:IT's Hito [perfume](#) does more than make you smell good. Every bottle of Europe's first carbon-neutral fragrance – a clean blend of citrus notes, figs,

The cap, made of untreated wood, comes from a small company based in the mountains of northern Italy. The paper tag is made using the algae that threatens to overwhelm Venetian waters. "We're taking something that is a waste product and [transforming it into something useful](#)," says WA:IT founder Raffaella Grisa.

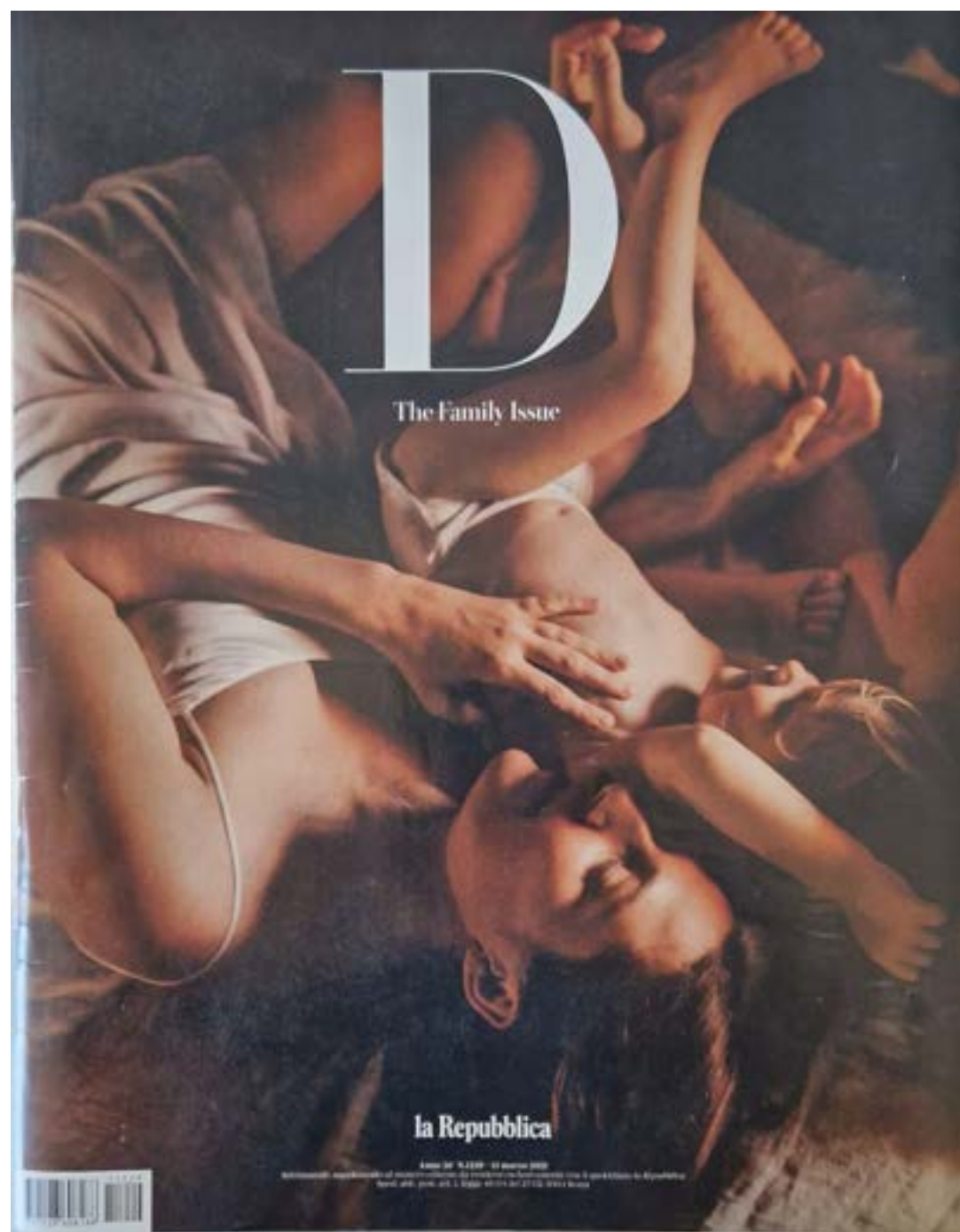
Grisa, who spent many years working in Asia, says: "My inside is Japanese, my outside is Italian." That duality is reflected in the company's name. "WA", meaning harmony, is often used to indicate Japanese-ness, while IT is an abbreviation for Italy.



Grisa's unisex fragrance not only blends Italian ingredients such as Sicilian orange and lemon with Japanese ingredients like yuzu and Izumi black tea, but also combines perfumery with aromatherapy, using only natural oils and essences with a therapeutic effect.

"I describe Hito as a perfume that heals the soul," says Grisa, who launched her brand during the pandemic. "I have noticed that when people smell the perfume, they first register the components they need in that particular moment, whether it's the calming action of yuzu or the frangipani that works on emotions."

For all its individuality, there is one thing about WA:IT that is very on-trend: the way it slots neatly into the booming market for [planet-friendly perfumes](#). On perfume counters around the world, brands that rely on elaborate packaging are being edged out



E

SISTE UNA VITA familiare post-lockdown? La convivenza forzata, con il passare dei mesi, è servita a conoscerci, ma anche a creare nuove dinamiche all'interno dei microcosmi familiari. «Ho 50 anni e una figlia di 15, durante i mesi scorsi ci siamo scambiate consigli e prodotti per la cura di viso e corpo come non avevamo mai fatto prima. Credo nei cosmetici per tutti, non legati all'età o al genere: prodotti semplici ma performanti e sostenibili», racconta l'ingegnere Raffaella Grisa, fondatrice di Wa:it, marchio di cosmesi biologica premiato dalla prestigiosa Cornell University di New York per essere completamente *carbon negative*, a zero impatto ambientale (waitbotanicamente.com). «Negli ultimi tempi, mentre la vita rallentava, ci siamo resi conto un po' tutti che c'è un mondo solo e va difeso». Nulla, nei prodotti corpo Wa:it, è lasciato al caso, dalla ricerca dei fornitori al packaging, in cartone riciclato ricavato dalle alghe infestanti della laguna di Venezia, scarto nocivo che viene trasformato in qualcosa di utile.



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

KONFEKT — ISSUE 01 — 179







☰ MENU

L'OFFICIEL

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.







WE LOVE GREEN

In Blüte

Natürlich, wertvoll und umweltfreundlich: Auch Parfums werden jetzt klimaneutral

1 LABEL „Green Cedar“, über [amaadings.com](#), 100 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 FRAGLINE 8 „J“, über [organichistory.de](#), 50 ml, um 149 €.

5 WAIT „Halo“, über [organichistory.de](#), 100 ml, um 148 €.

GUT DUFTEN ist nicht mehr genug. Nach Organic Skincare und Green Makeup rückt Nachhaltigkeit jetzt auch bei Parfums in den Fokus. Das neue Creed Weg von synthetischen Aromastoffen, hin zu pflanzlichen, fair hergestellten Ingredienzien. Einige Nischenlabels haben diesen Weg schon eingeschlagen und verwenden für ihre Kompositionen 100 Prozent natürliche Zutaten. Allerdings fehlen diese Stoffe dazu, nicht so lange zu halten und schneller zu kippen. 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 wiederaufgeforstet, und der Flakon ist nachfüllbar.

ALLERGIE-CHECK Für 26 Duftstoffe, die erwiesenermaßen ein erhöhtes Allergiepotezial aufweisen, gilt laut EU-Kosmetikverordnung eine Kennzeichnungspflicht. Das bedeutet, die Substanzen müssen, falls sie eine festgelegte Konzentration überschreiten, explizit auf der Produktpackung genannt werden. Die Liste ist unter [bvf.bund.de](#) zu finden.

BY HARPER'S BAZAAR

SELF CARE

LIEGEN UND LOSLASSEN



Bereits wenige Minuten auf der Spezialmatte für den die Durchblutung. Alles wird ganz warm.

Akupressur wird seit Jahrtausenden erfolgreich praktiziert. Das Prinzip: Durch Druck auf bestimmte Körperregionen hilft diese Wellens-Methode, Blockaden sowie Kopf- und Nackenschmerzen oder Verspannungen zu lösen. Spezielle Akupressurmatten mit unzähligen Plastikknöpfchen kann man auch zu Hause ausrollen. Sobald man darauf liegt, erzeugen die kleinen Spitzen einen wohltuenden Entspannungs- und Massageeffekt. Und so geht's: Die Matte in einem ruhigen Raum oder aufs Bett legen, sich auf den unteren Rand setzen, langsam den Rücken abrollen. 20 Minuten im Liegen relaxen. Bei akuten Problemen die Me-Time am besten täglich wiederholen. ●

„Bon Eco Set: Mat + Pillow“ von Bed of Nails, ca. 180 Euro, niche-beauty.com

STYLE Health



we love

Meine 3 Glücksmacher



Sich seinen Heilungen auf Süßen „Sugar Dream“ von The New Co., 30 Kapseln, ca. 30 Euro



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



Bremst die Zellverwitterung in der Haut. „Carnosine Anti-AGE Cream“ von Dr. Susanne von Schwanberg, 50 ml, ca. 80 Euro



Maria Holentich, Head of Beauty, verzichtet vermehrt auf Zucker

RÄUCHERKUNST

So geht Aromatherapie schon am Morgen. Die „Alba: Dawn Morning Incense“ Räucherstäbchen helfen mit **ätherischen Ölen aus Kaffee** sofort die Stimmung. (Wait, 60 Stück, ca. 45 Euro, blanda-beauty.com)

GREEN STAR



Vereint mit der Natur

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



ELLE Beauty

Gut für Haut und Umwelt. Diese Beauty®

Labels achten auf ihre Klimabelohnung

STAY POSITIVE

NACH NEUTRAL KOMMT POSITIV!

Klimaneutral. Labels kompensieren so viel Kohlendioxid, wie sie bei der Herstellung ihrer Produkte ausstoßen. So wird Faktor auf Kunden und die Förderung eines Wirtschaftspartners auf den Philippinen CO2-positive Marken gleichermaßen wichtig sein, als sie voranzutreiben. So unterstützt EcoVadis zusammen mit der Organisation Earthly ein Projekt zum Erhalt des Regenwalds. Auch Anamaria-Nord ist stolz Klimapositivität – dank vieler Bäume im Schwarzwald und Apulischer Buchen in Narnita. 1. „Essential Care Sensitive Cream“ von BARRÉ, um 28 € 2. „oil „140“ von WAIT, 100 ml um 146 € 3. „Japanisch Lipstick Love Berry“ von SUD SÄTTEL, um 41 € 4. „Deep Hydration Soothing Cooling Mask“ von FREPEL, um 24 € 5. „Dude Shampoo Bar“ von BARRÉ, um 21 € 6. „200 Eye and Lip Cream“ von FREPEL, um 37 € 7. „Kollagen-Cheesecake“ „Energy Protein“ von ANAMARIA-BERLIN, um 20 € 8. „Long Hair Protective Volumizing Shampoo“ von LA BIOTÉTIQUE, um 25 € 9. „Illuminating Brighten Your Day Color“ von ERRA LEWISAN, um 75 €

NEWS WUNDERKID 01

18 ELLE 1 April 2022



AD

ABBONAMENTI

LIFESTYLE

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



AD

ABBONAMENTI



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.



STYLE

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, mischt sie mit ihren pflanzengestützten Produkten Achtsamkeit und Wohlbefinden in den Alltag. Zum Sortiment gehört u.a. das Unisex-Parfum „Mito“, das sizilianische Zitrusfrüchte mit Elementen der japanischen Kacha 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.



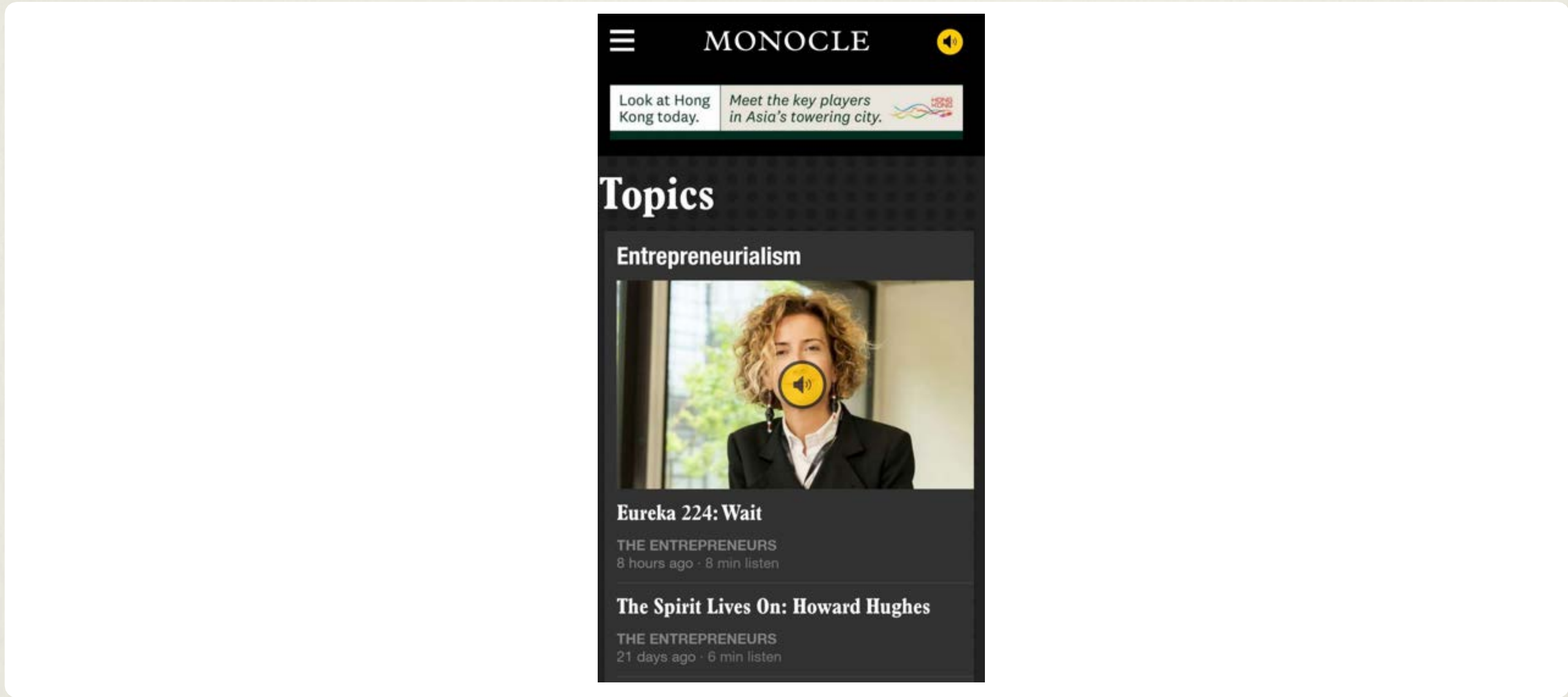
nach sinnvoll ist. Die Suche nach dem Sinn war für sie mehr als ein smarter Business-Move, sie war eine bewusste Umorientierung mit klarem Vision.

NEUBEWERTUNG DES LEBENS

Ob gibt es ja eine ganz konkrete Zeit, die zu einer solchen Neubewertung des eigenen Lebensweges führt. Auch Es-Engenieurin Raffaella Grisa hatte ihren Aha-Moment: mit Mitte 40 in einem japanischen Tempel. Dort beschloss sie, „die beiden Geschwindigkeiten, nach denen ich lebe, wieder in Einklang zu bringen“: den bewussten, nachhaltigen Lebensstil, den sie privat schon führt, und den Job-Alltag im Flugzug. „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 Wa:it) auch die Welt der Körperpflege zu vereinfachen. Geländerin Nikki Becatt musste nach einem plötzlichen Herzstillstand reaktiviert werden und löste sich nach ihrer Genesung aus Jahre lang. Die damalige Inhaberin einer Marketing-Agentur wollte zunächst sich selbst helfen, als sie zufällig

Foto: Annette Reimann/Reimann

43



第4回は、イタリアで日本美容ブランドのディストリビューターを務めるラファエラ・グリーサが手掛けるオリジナルブランド「ウェイト」。須山は「日本の美学に触発された、真正なクリーンビューティブランド」と紹介する。50歳の頃に大きなキャリアチェンジを決意し、「ウェイト」を通じて“和”の哲学を伝えるラファエラ。そのきっかけとなった明治神宮でのスピリチュアルな体験や、Jビューティの美学、世界中を旅した経験で磨いた彼女の審美眼を語ってもらった。





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



☰ **marie claire** 🔍 🌐

和 — 禾 — 禾 — 禾 — 禾

WA:IT的 LOGO 設計特別參考漢字「和」創作而成，圓潤外框與細緻線條反映出日系侘寂美學。



☰ **marie claire** 🔍 🌐

WA:IT 揉合日本和義大利文化 用等待醞釀出 美好慢生活

hearth選品店，引進全新品牌WA:IT，融合日本與義大利的文青品牌。一連開了台北誠品南西1F，高雄漢神巨蛋3F，即將在6/1插旗台中勤美誠品2F！一次體驗9大品牌。

by 花漾543



≡ VOGUE
TAIWAN

訂閱

初。身體磨砂膏 ANTE body scrub
200ml / NT.2,480

以甜菜根提煉而成的粗顆粒結晶糖為基底，搭配滿滿的活性成分：柚子籽油、山茶花籽油、紫蘇籽油，可溫和去除老廢角質，並為肌膚補充珍貴的有機油脂。



≡ VOGUE
TAIWAN

訂閱



WA:IT強調和諧與正念，秉持 CLEAN BEAUTY 純淨保養理念，產品100%取自植物來源，不使用可能對環境有害的成份(例如：基因改造作物、Paraben類防腐劑、石化產物、硫酸鹽、人工香精等等)，選擇公平貿易方式的原料供應商。產品包裝紙材僅使用經過FSC認證的材料，香水使用的玻璃瓶與木蓋，以及磨砂膏附上的木湯匙也都可以完

ELLE Abbonati NEWSLETTER

MODA BEAUTY ENTERTAINMENT

Beauty > Profumi

WA:IT, quando il profumo diventa una cura per l'anima

Un viaggio emozionale che dalla pelle arriva al cuore, grazie a fragranze e prodotti di skincare Made in Italy e ispirati alla ritualità giapponese

DI ANNA MARIA GIANO
PUBBLICATO: 21/06/2023



COURTESY WA:IT

Con la seconda fragranza, l'intensità è maggiore. È qui che la balena la guida, dopo la perdita di una persona cara: bracciata dopo bracciata, il mammifero marino la porta in una nicchia oceanica che custodisce neroli, cannella, pepe nero, cardamomo, bergamotto, gelsomino, arancia, patchouli, vetiver, ambra, fava tonka e vaniglia. È l'odore della rinascita. È Haru – “primavera”. Lanciato sul mercato a giugno, Haru ha il profumo più bello e doloroso della vita: quello della guarigione.

January 18, 2024 | [Read Online](#)
COVETEUR

With clean and sustainable beauty being all the hype the last few years, I want to take a moment and talk about slow beauty. Slow beauty refers to the philosophy and self-practice rooted in nature, health, and wellness, being mindful every step of the way. Ahead, we chat with Raffaella Cirio, beauty founder of the brand WA:IT, about how the brand pivoted to mindfulness and eventually started her slow beauty brand to share her practices with the world. — [Liamanthe](#)

THE CLANG UP
Building a Net Zero Beauty Brand

By [Liamanthe Wu](#)

Welcome to The Clang Up, where we indulge in conversations with tastemakers, entrepreneurs, designers, and others paving the way in their respective industries. Focusing on the people at the forefront of innovative companies, join us as we uncover their style ethos, guiding principles, challenges, and insights that have made them successful in the worlds of fashion, beauty, art, and beyond.

This week, I had the pleasure of speaking with sustainable beauty founder and engineer, Raffaella Cirio. Living deep into her engineer's background, Raffaella walks us through the attributes of her first paid engineering job that influenced her decision to start WA:IT beauty — Europe's first carbon neutral brand rooted in mindfulness and sustainability.





Wait Is the Latest Italian Clean Beauty Brand Landing in the U.S.

Meet Wait, the brainchild of engineer-turned-beauty-entrepreneur Raffaella Crisa, who blended Italian and Japanese cultures in a holistic ritual.

MEAN — Wait, the brainchild of engineer-turned-beauty-entrepreneur Raffaella Crisa, has landed in the U.S. The Italian clean beauty label with a Japanese ethos has expanded in the market both physically and online by establishing a warehouse and logistics hub, entering the lists of Saks Fifth Avenue in New York and design retailers such as H&M in Milan, as well as launching a dedicated e-commerce platform tailored to cater to American consumers.

The expansion was almost a year in the making, said the founder, who addressed requests for regional brand distribution and department stores over the past 12 months. "But it didn't feel the right way to approach the market for us; the brand needs to be understood first," Crisa said.

Launched in 2021, Wait blends Italian and Japanese cultures into a holistic and holistic ritual, encompassing natural skin care products, fragrances and wellness. In addition to high-performance, multifunctional and sustainable products for all ages and genders, Crisa aims to share a philosophy rooted in the importance of self care and appreciating the present moment, having experienced the need to embrace a "slower life" mindset.

For this reason, Crisa's strategy for the U.S. is to rely more on spas where customers can indulge in the ritual and beauty process she has named with an expert facilitator, as well as opting for a traditional distribution via wellness studios and concept stores.

"I want to bring forward the message of the brand to its integrity. It's not just about fragrance or skin care but a concept of complete well-being," said Crisa, citing clean beauty ingredients or locations in



Italy, the 10 holistic moisturizing balm, and the cream multipurpose of soothing cell regeneration. In addition to the film and Hara fragrance. Made in Arai Island with all Italian natural ingredients, Wait focuses target marketing on moments with social bonding on social media, respectively.



The image is a screenshot of a mobile application interface. At the top left, there is a hamburger menu icon followed by the letters 'AD' in a large, bold, serif font. To the right of 'AD' is a dark rectangular button with the white text 'ABBONAMENTI'. Below this, there is a back arrow icon and the text 'Annunci Google'. A blue button with the white text 'Invia commenti' is positioned above a white button with the grey text 'Perché questo annuncio?'. The main content area features a photograph of a small, round, light-colored ceramic candle holder with a blue brushstroke pattern around the rim. A small black square with a white Pinterest logo is overlaid on the bottom right of the image. Below the image, the text '3/9' is on the left and a share icon is on the right. The main headline reads 'TŌKA, le candele di WA:IT disegnate da Piero Lissoni'. The body text begins with 'La prima collezione di candele sostenibili nata dalla collaborazione di WA:IT, brand italiano di eco-cosmesi che si ispira all'armonia costitutiva della cultura giapponese e il designer Piero Lissoni che ha firmato i contenitori in terracotta, realizzati e smaltati a mano. La dimensione tattile leggermente ruvida si fonde con quella olfattiva caratterizzata da note di neroli e foglie di fico selvatico. La capsule di 500 candele sarà lanciata durante il Salone del Mobile 2024 nelle'.

☰ MENU **L'OFFICIEL** ITALY

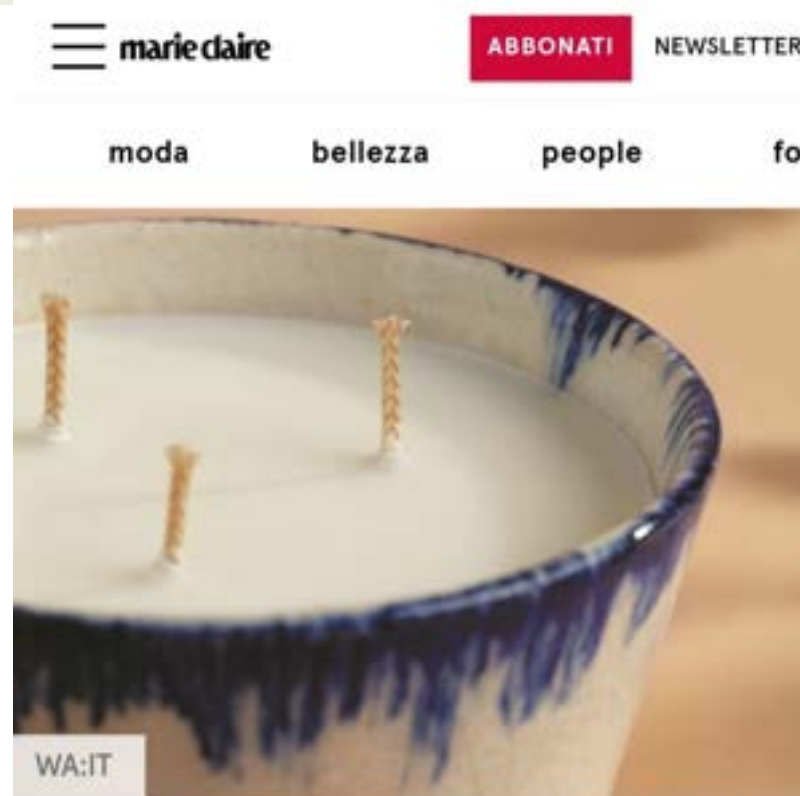
mondo delicato di **WA:IT** il brand italiano, pioniere di eco-cosmesi, presenta **TŌKA** in collaborazione con **Piero Lissoni**, con una serie di 500 candele in edizione limitata di cui ciascuna pezzo unico, una coccola per la casa al profumo di neroli e fico selvatico.



 **VOGUE**
ITALIA

ABBONAMENTI

2020 e pioniere nel mondo della eco-cosmesi e unico brand europeo totalmente carbon negative. Il brand di slow beauty è una perfetta unione tra Italia e Giappone. Il nome stesso è l'unione tra il WA, concetto di pace e armonia in Giapponese e l'IT, che rappresenta l'estetica italiana. Ora il brand lancia insieme al designer Piero Lissoni, **TOKA, la prima collezione di candele sostenibili**. Ogni candela viene creata come un **pezzo unico di design olfattivo**. I contenitori in terracotta, firmati da Piero Lissoni e realizzati a mano da Antonio Bonaldi, si uniscono alla fragranza WA:IT dove note di neroli e foglie di fico selvatico trasportano all'improvviso sulle coste mediterranee.



WA:IT, brand italiano pioniere nel mondo della eco-cosmesi e unico brand europeo totalmente *carbon negative*, lancia insieme al designer **Piero Lissoni**, **TŌKA** la prima capsule collection di 500 candele sostenibili da collezione. Ogni candela è un pezzo unico di design olfattivo. Dal contenitore in terracotta, firmato da Piero Lissoni e realizzato e smaltato a



Dalla collaborazione tra WA:IT e Piero Lissoni nasce la capsule collection di candele Toka



COURTESY OF PRESS OFFICE

Creating the Tōka was a step-by-step process with artisans using a late 19th century manual pottery wheel to individually handcraft each Tōka container. Then it was slow-cooked in a small kiln, and allowed to cool off so it can be painted and glazed, and then again cooked in the kiln. It took two months to make the 500 candles. The artisans worked under the guidance of master ceramist Antonio Bonaldi.

In addition to the candle, Lissoni designed the candle's box, using paper made from algae from the Venice lagoon. "Algae is a big issue for the ecosystem in Venue," Grisa noted. Algae grows naturally in the lagoon but due to pollution, the algae is increasing and suffocating the ecosystem.

The Tōka launched Wednesday in New York, appropriately at Hotel AKA which is in the NoMad neighborhood, and was first introduced during the Salone del Mobile 2024 in Milan. It sells for \$280.

Tōka is being sold online at waitbotanicamente.shop, and at the Gray Matters footwear store located at 409 Broome Street in SoHo, only through May 23, considering just 500 candles were made.



Raffaella Grisa | FEDERICA DAVOLI

STIRPAD (USA)



≡ STYLE MAGAZINE 👤 🔍

TRATTAMENTI



10 ESSENZIALI BEAUTY DA METTERE IN VALIGIA QUEST'ESTATE

Benessere sensoriale, essenzialità, funzionalità: i nuovi prodotti beauty costruiscono un rituale olistico semplice ma elegante, per rispecchiare lo stile di chi li sceglie. A cominciare dalla protezione solare naturalmente. Senza dimenticare un racconto olfattivo legnoso, aromatico, per accompagnare le serate al mare

Di Emanuela Giacca 20 giugno 2024



6/11

[WA:IT Botanicamente](#), Il Rituale in kit da viaggio, edizione limitata

Il brand sostenibile di slow beauty propone un kit con i tre step del rituale viso e corpo in un'edizione limitata formato viaggio: ANTE, scrub viso e corpo con preziosi oli organici, OFURO, balsamo detergente cremoso con estratti di Yuzu che purifica la pelle dai residui raccolti lungo il viaggio, e B-SOFFICE, burro idratante che leviga corpo e anima grazie alla sua naturale profumazione e a ingredienti pregiati come l'olio di Tsubaki.

 **Forbes****Subscribe**

Sign In



TOKA Limited Edition Candle - The collaboration between an esteemed Italian architect and a beauty care brand, **WA:IT**, enriched by the cultural influences of Japan and Italy has created a sumptuous limited edition candle. Crafted by the renowned Piero Lissoni, the terracotta container is both handmade and hand-glazed, ensuring each piece is unique. When lit, the candle envelops the surroundings in the delicate aroma of neroli—an essential oil derived from the blossoms of bitter orange trees—and the lush scent of wild figs. This exclusive candle is limited to a mere 500 pieces. \$280.



[Beauty](#) > [Profumi](#)

Le signore dei profumi

Il mondo delle fragranze è in trasformazione anche grazie a 9 imprenditrici che infondono al settore la forza creatrice della sensibilità femminile

DI ANNA MARIA GIANO
PUBBLICATO: 18/06/2024

Una genesi mistica dove il sogno e l'aroma aleggiano latenti ma al contempo così spessi e densi da costituire la materia di un piccolo universo. Per **Raffaella Grisa**, founder di **WA:IT**, le proprietà taumaturgiche della profumeria le hanno rivelato lo scopo di una vita, spingendola oltre il seminato del suo lavoro da ingegnere per portarla sulla via dell'imprenditoria.



Seguendo una filosofia di pulizia interiore e di purificazione dell'essere da ogni forma di tossicità, i profumi sostenibili e a produzione carbon neutral del marchio sono il classico balsamo animico, molto più di un'aromaterapia che stimola i sensi, ma più vicino a un ritiro spirituale che conversa con l'anima. "L'imprenditoria femminile può apparire un cammino in piena salita, ci sono maggiori difficoltà ad iniziare, pregiudizi e stereotipi da scardinare, ma in realtà ha un potenziale enorme", racconta Raffaella.







HITO ZNACZY CZŁOWIEK

Całkowicie naturalne perfumy (m.in. yuzu, figi, drzewo cedrowe) w opcji roll-on to idealny dodatek do jesiennej torebki. Nakładaj: na skronie, by złagodzić stres, za uszami, by się wyciszyć, jeśli jesteś w ciągłym ruchu i potrzebujesz zatrzymania, oraz na nadgarstki, by czuć piękny aromat przy każdym ruchu dłoni.

Woda perfumowana Hito **WA:IT** ok. 180 zł/10 ml
waitbotanicamente.com



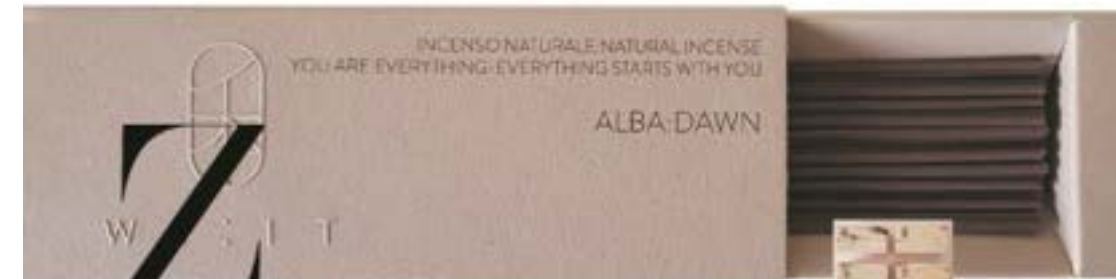
Ostatnio przenieśliśmy dowody, że marka jest nie tylko ambicją, ale ma też niewygodne wyznaczniki trendów. Wśród nowości znajdujemy nie tylko łagodne stymulujące kremy peeling do skóry głowy, ale także akwarelami do włosów, które chciałyby się siedzieć od zaraz. Wykonany z różnorodnej ciekawej przystosowanej szklanej grzebieli doskonale wpisuje się w trend otaczania się trwałymi i pięknymi przedmiotami w duchu vintage, które dzięki funkcjonalności i estetyce posłużą dłużej niż jeden sezon. Plus nie tylko za wygląd: szeroko rozstawione zęby i mokrąglone końcówki sprawiają, że włosy się nie łamią i nie elektryzują, a grzebiel można stosować także do rozczesywania czupryny krępotek – bardzo niedłubnych tego zabiegu.

Grzebiel
Na włosy Tanghe
BIZIHO, 29 zł



Woda
perfumowana
Himalayan Spirit
CUDYKIN
MODERNE
PARF.
100 ml

Opowieść o uniku rzeczanym przez najcięższą górę świata ma nieoczekiwaną powieść. Wertykalna budowa kompozycji zdaje się podążać za wzrokiem patrzącym: w podstawie uderza uosobiona i owocna, ale im bliżej szczytu, tym aura bardziej smaczna, dostojna. Całość wieńczy ciężkie zamszowe akcenty podkreślające monumentalność zapachu.



Opakowanie o ściśle starwiejącą na twój lepszą niż espresso. Naszka dynamika o podnoszących ustawach świeżo nabitą kawę jest jak śmiech, który zmienia ciało i wywołuje sena zniechęca do tego.

go, by z trwałością i otwartością przyjęł wszystko, co nieświeży dzień. Wykonane ręcznie na wyspie Awaji kadzidła japońsko-włoskiej marki są dobrane powstałym na styku obu kultur.

Kadzidła Alba-Dawn
WAIT/GALLIE.PL
311 zł



Wszystko słodkimi kadzidła Wait wyczołgał i rozpuszczone wyczołgał się z certyfikowanych i w pełni biodegradowalnych materiałów, dzięki czemu znik produkt po prostu spłonął śladem.

≡ STYLE MAGAZINE 👤 🔍

TRATTAMENTI



PROFUMI DI NICCHIA: TUTTE LE NOVITÀ DA ESXENCE 2025

Quello della profumeria artistica è un settore che affascina sempre più consumatori. Lo confermano i numeri della fiera milanese dedicata alle fragranze d'autore e le tante novità in uscita da provare



2/16

Wa:It - Aka

Una fragranza che mira a parlare ai sensi e all'anima con i suoi benefici legati all'aromaterapia. Per questo, regala una vera e propria sferzata di energia grazie a un'apertura vibrante con pompelmo, pepe rosa e zafferano, più bacche di ginepro e lavanda nel cuore. Il fondo è, invece, più sensuale con cipresso e legno di cedro. Nel pack sostenibile.

100 ml euro 150



[Beauty > Profumi](#)

Le novità profumi più interessanti lanciate a Esxence 2025

Le tendenze sono note fruttate e speziate

DI CARLOTTA TOSONI

Il marchio italiano ma di ispirazione giapponese WA:IT ha presentato due nuovi profumi. **Luce** è una creazione in edizione limitata e sarà disponibile da marzo 2025 ispirata alle architetture di Tadao Ando e che ha al centro la luce come elemento materico, mentre **Aka**, che in giapponese significa *rosso*, è un'ode alla ricerca di nuove energie e ispirazioni. Non è solo un profumo, ma una risposta aromaterapica al bisogno di nuovi stimoli, di ritrovare ottimismo e ispirazioni, per questo è luminoso ma anche intenso e sensuale, da percepire e indossare in maniera personale.

☰ AMICA ABBONATI

MODA - BELLEZZA - PARTY & PI

HOME > BELLEZZA > PRODOTTI E NEWS

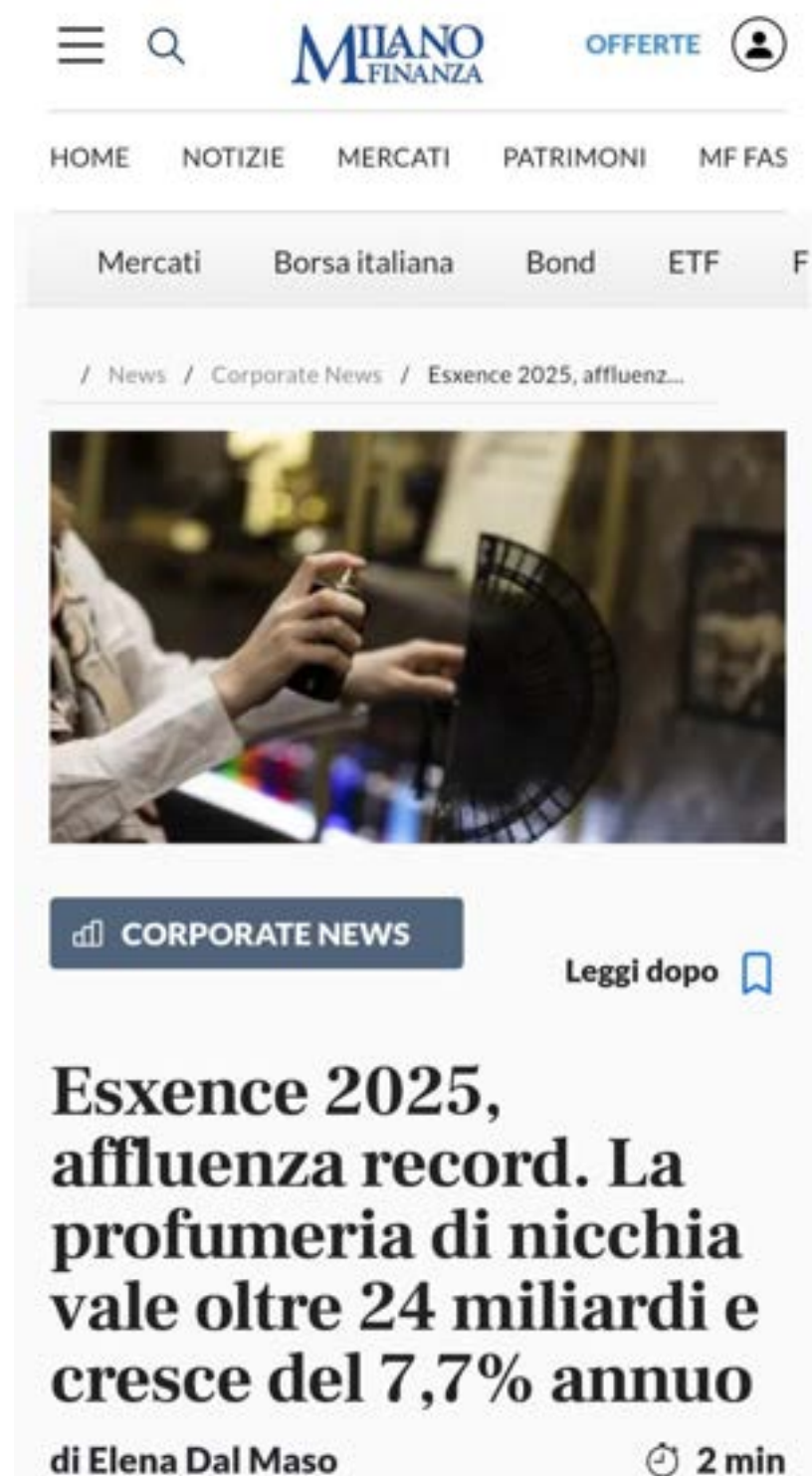
Novità profumi di nicchia 2025: i migliori da provare

di Ivan Pestillo | 23 Febbraio 2025



2 / 17

Aka di **Wa:it**, che in giapponese significa *rosso*, mira a infondere vitalità e desiderio di rinnovamento, ma anche passione, con le sue note di zafferano e cannella intrecciate a bacche di ginepro, lavanda e patchouli.



MILANO FINANZA OFFERTE

HOME NOTIZIE MERCATI PATRIMONI MF FAS

Mercati Borsa italiana Bond ETF F

/ News / Corporate News / Esxence 2025, affluenz...

CORPORATE NEWS Leggi dopo

Esxence 2025, affluenza record. La profumeria di nicchia vale oltre 24 miliardi e cresce del 7,7% annuo

di Elena Dal Maso 2 min

Italiano il primo marchio carbon negative

A Esxence anche **Raffaella Grisa**, fondatrice di *WA:IT Botanicamente*, un brand italiano *carbon negative* (sono le società che rimuovono più emissioni di anidride carbonica e di gas serra rispetto a quante ne vengono immesse nell'atmosfera), che ha partecipato nel 2023 al Nest Climate Campus della New York Climate Week, un foro sui temi della lotta ai cambiamenti climatici, evento che ha coinvolto l'Onu, il Consolato Generale a New York e l'Ice, in raccordo con l'Ambasciata d'Italia a Washington.

WA:IT è il primo marchio beauty in Europa ad ottenere nel 2021 lo status carbon negative usando il 100% degli ingredienti di origine vegetale. Le etichette del profumo Hito, per esempio, sono realizzate con alghe della laguna di Venezia, la cui proliferazione mette a rischio l'ecosistema lagunare. Un utilizzo di rifiuti organici per preservare l'ambiente. (riproduzione riservata)



WA:IT

Contact

The beauty of life is dual as a paradox of stillness and motion.
To feel it, you have to WA:IT and comprehend that eternal
beauty is in the moment.

OUR WEBSITE

www.waitbotanicamente.com

SALES INQUIRIES

sales@waitbotanicamente.com

PRESS INQUIRIES

press@waitbotanicamente.com

INSTAGRAM

[@wait.botanicamente](https://www.instagram.com/wait.botanicamente)

