

ONBEAUTY: VOCI DALLA SUPPLY CHAIN

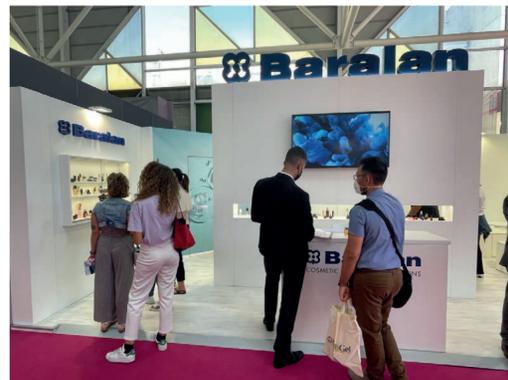
Il made in Italy, si sa, va forte anche nella filiera cosmetica. Riconosciuta in tutto il mondo per la qualità e l'alto livello d'innovazione. Non è infatti un caso che, nonostante le difficoltà del periodo pandemico, nel 2020, secondo Cosmetica Italia, l'industria della bellezza abbia continuato a investire in media il 6% del fatturato in ricerca e sviluppo. Un dato che è addirittura il doppio del manifatturiero italiano, fermo al 3%. E l'innovazione è anche il punto di forza di tutti i componenti della supply chain, a cui OnBeauty, primo evento in presenza a Bologna (9-13 settembre) dopo la pandemia, ha riservato ampio spazio. Tutti i player presenti si sono dimostrati felici di tornare in fiera. Chi dopo un periodo di adattamento che ha però permesso di mantenere buone le performance. E chi reduce da un anno difficile, legato al blocco delle attività causa Covid. Tutti però speranzosi che il settore, nel 2021, torni di nuovo a splendere.

A CURA DI IRENE GALIMBERTI ED ELEONORA CAZZANIGA



ARCA ETICHETTE
MARTINA STEA

"Il 2020 è stato complesso causa Covid e lockdown, che hanno rallentato l'industria cosmetica per tre mesi. Il valore della nostra produzione è stato di circa 26 milioni di euro. I dati di fine agosto vedono il 2021 crescere rispetto allo stesso periodo del 2019 (miglior anno della storia di Arca Etichette), di circa il 9% (+16% sul 2020). I nostri clienti sono interessati all'approccio aziendale sempre più green. Al quale destiniamo notevoli investimenti, a tutti i livelli aziendali. Dalla modifica dello statuto societario a Società Benefit; fino all'ottenimento, previsto nei primi mesi 2022, della certificazione B Corp. A OnBeauty l'interesse è focalizzato sulle soluzioni autoadesive multistrato (da 2 a 6 strati) e multipagina (booklet e piegate a fisarmonica), sulle No Label Look, 'etichette' quasi invisibili che lasciano al prodotto il ruolo del protagonista e le nostre peel-off con stampa in rilievo dei caratteri Braille. Per ognuna di queste, la sostenibilità è il requisito fondamentale: materie prime riciclate, a base biologica, biodegradabili e compostabili, carte certificate Fsc o derivanti da fibre naturali e vegetali; materiali con spessori ridotti per diminuire l'impatto dei materiali, dare maggiore efficienza produttiva e sprecare meno risorse".



BARALAN
CAROLINE BARANES

"Il 2020 è stato sfidante ma, per cosmetica e packaging, è stato tutto sommato positivo se paragonato a quanto vissuto da altri settori. Un anno particolare, che ha costretto tutti a mettersi alla prova, ma ne usciamo più consapevoli e più coscienti, con nuove prospettive. Ora bisogna guardare avanti e per questo, come sempre, siamo ottimisti e carichi riguardo al 2021. Sarà un anno stimolante per la ripresa, perché si tratta di un processo graduale, con il consolidamento del cosiddetto 'new normal'. In fiera presentiamo ai clienti la linea Dea, la prima gamma di contenitori airless in vetro, che per noi rappresenta un'innovazione unica, nata grazie a due anni di sviluppo. Questa è per noi la prima occasione di rivedere di persona i clienti dopo la fiera di Parigi. Per citare alcune delle 16 fiere a cui parteciperemo: a fine settembre saremo a Montecarlo per il Luxe Pack, dopodiché avremo Make Up in Paris, saremo a Dubai, Monaco, e a Luxe Pack New York".



ANCOROTTI COSMETICS
ENRICA ANCOROTTI

"Nel 2020 il mercato cosmetico ha subito una contrazione significativa causa Covid, soprattutto il make up. Ancorotti Cosmetics, però, è riconosciuta a livello internazionale come specialista occhi, categoria che ha rilevato una maggiore tenuta dei consumi. Siamo quindi riusciti a contenere gli effetti negativi dell'emergenza e prevediamo di tornare presto a superare quota 100 milioni, traguardo raggiunto pre-covid. Il fatturato aziendale del primo semestre 2021 ha registrato infatti una crescita in doppia cifra a confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente. In fiera abbiamo presentato diverse novità. I prodotti ibridi, multifunzione, in grado di coniugare cosmesi decorativa e benefici dermatologici, arricchiti con vitamine, acido ialuronico e attivi antiage, Spf e filtri antipollution. Innovazione skincare, categoria su cui abbiamo investito significativamente potenziando il team R&D. Le formulazioni con alte percentuali di naturalità e packaging sostenibile. Le texture futuristiche dal tocco inedito, che con la loro sensorialità permettono di esplorare la dimensione esperienziale del make up".



GALA COSMETICI
SILVIA FONTANA

"Nonostante la pandemia, il 2020 ha mantenuto un andamento positivo. Il fatturato di 5,7 milioni di euro ha segnato +7,8% sul 2019. Risultato reso possibile dalla lettura veloce dei nuovi bisogni di consumatori e clienti e dall'adeguamento della proposta, con un assortimento mirato all'igiene della persona. Nel periodo gennaio-giugno 2021 il fatturato ha registrato un +20% complessivo sul semestre dell'anno prima. I consumatori sono sempre più attenti al benessere della pelle ma anche del Pianeta e cercano cosmetici naturali, con ingredienti coltivati senza l'uso di pesticidi o sostanze nocive per l'ambiente. Non a caso anche le insegne della Gdo inseriscono linee di cosmetici a Mdd naturali e biologici certificati. Tra le novità, dunque, portiamo una serie di soluzioni per la riduzione dell'impatto ambientale. La cosmesi solida, water and plastic free, con prodotti di cura e detergenza viso, corpo, capelli e igiene orale, è stata una grande scommessa. E il lavoro di ricerca e innovazione ha riscosso grande interesse da parte dei visitatori in fiera".



CO.PACK
MATTIA GANDINI

"Lo scorso anno è stato duro per tanti. Nonostante ciò, Co.Pack ha continuato a offrire i servizi legati al settore. Come abbiamo sempre fatto nei nostri 25 anni di attività, abbiamo garantito il supporto ai nostri clienti, offrendo ricambi, assistenza sui macchinari e cambi formato. Inoltre, essendo un'azienda manifatturiera, per seguire le nuove tendenze di mercato abbiamo investito molto nel rinnovo della gamma delle nostre macchine, oltre ad aver progettato nuovi macchinari e dispositivi a corredo, il tutto seguendo i feedback ricevuti dalla nostra clientela. In un momento caratterizzato da un clima di incertezza, siamo stati chiamati a ricercare nuovi clienti in altri settori, conseguendo successi di vendita. Gli ottimi segnali della seconda metà del 2021, ci danno la possibilità di chiudere l'anno con un sensibile miglioramento rispetto ai dati pronosticati".



CHROMAVIS
CECILIA SCHENA

"Il 2021 è stato caratterizzato da molta incertezza e sarà un anno difficile. Pur con qualche slittamento e previsioni di lancio più conservative che in passato, la progettualità da parte dei clienti non si è mai fermata e questo è un indicatore positivo della volontà del comparto di restare dinamico e non rinunciare all'innovazione e con un preciso valore: sostenibilità e ricerca di una cosmetica più naturale, clean e performante. Proprio il focus su cui si concentrano le nostre novità: le ultime collezioni clean e naturali, che completano il nostro già ricco catalogo proponendo nuove frontiere di naturalità, sostenibilità e straordinaria performance su tutti i segmenti incluso il nail. La fiera è stata anche occasione per presentare due innovazioni proprietarie: una nel campo degli effetti visivi sui rossetti e una legata alla sostenibilità globale del prodotto (packaging + formula). Inoltre, siamo felici di poter finalmente ospitare clienti italiani e internazionali nella nostra splendida nuova sede, all'avanguardia, sostenibile e perfetta per stimolare la creatività. Hanno tutti voglia di provare 'l'esperienza Chromavis'".



In foto: Christian Venturelli e Lilia Archetti

GUERZÈ & CO. LILIA ARCHETTI

"Nel 2020 il nostro fatturato si è chiuso in crescita a 1 milione di euro. Un andamento positivo che manterremo anche nel 2021. La nostra specializzazione, infatti, riguarda le macchine di confezionamento del sapone, un comparto che ha registrato numeri importanti con la pandemia. Nel settore, oltretutto, il nostro fondatore ha progettato prima, negli anni '80, le plissettrici, poi, negli anni '90, la prima macchina avvolgitrice per saponette con film estensibile. In questi anni non ci siamo mai fermati e abbiamo sempre puntato all'innovazione e al miglioramento, mantenendo qualità e robustezza delle macchine. Per questo, in fiera, abbiamo presentato una semplice revisione di una macchina per confezionare saponette in carta plissettata che, seppur dell'anno 2004, ha dimostrato che le performances restano, a garanzia di un lavoro quasi artigianale applicato".



MKTG INDUSTRY STEFANO FOCOLARI

"Il 2020 è stato un anno record per noi: abbiamo registrato una crescita di fatturato pari al 37%. Non abbiamo risentito del fattore Covid, probabilmente perché avevamo già chiuso i contratti con le aziende. Il 2021 è stato un po' più faticoso, ma stiamo comunque viaggiando a budget, o comunque poco sopra. Noi lavoriamo molto con la Francia, dove le profumerie sono a lungo rimaste chiuse, mentre in Italia nel secondo lockdown hanno potuto lavorare. Ciò ha fatto sì che le grandi catene multimarca stiano ordinando ma con cautela. Attualmente tra i nostri prodotti di punta ci sono l'Eco Beauty Stick e l'Eco Beauty Jar: packaging 100% in carta e cartone con rivestimento in wax paper, utilizzati soprattutto per la cosmesi solida e già certificati Ecocert, realizzabili con diverse tipologie di carta (normale, kraft, Fsc o riciclata). Parlando di fiere, per noi è molto importante la partecipazione al Make Up in Paris e speriamo nel prossimo Cosmoprof".



MARCHESINI GROUP LORENZO GATTI

"La profonda esperienza di Marchesini nel pharma ha permesso al Gruppo, nel gennaio 2021, di attivare una divisione interamente dedicata al beauty. Questo ci ha permesso di strutturarci al meglio per ascoltare le esigenze dei clienti ed esaudire le richieste, assicurando - oltre che un buon livello di negoziazione e project management - anche un ottimo servizio post vendita sulle nostre macchine. Che affrontano diversi step: dalla produzione, passando per dosaggio, riempimento e confezionamento. Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti in questo primo anno di attività e ci siamo posti aspettative molto alte, con un piano d'azione già pronto per i prossimi 10 anni. Periodo in cui certamente temi come materiali, materie prime, tecnologie, versatilità e sostenibilità ambientale saranno fondamentali. Senza dimenticare il controllo qualità, per il quale abbiamo sviluppato una tecnologia di serializzazione light, con un codice univoco che traccia la storia del singolo prodotto".



In foto: il team

N & B DOMENICO SCORDARI

"Nel 2020 il Gruppo (N&B, Merino e Naturalis) ha registrato un fatturato pari a 10,9 milioni di euro. La pandemia ci ha messi alla prova ma non ci siamo mai fermati. E la filiera made in Salento è stata la nostra forza: ci ha consentito di rispettare tutte le consegne ai clienti nel mondo. Quest'anno faremo ancora meglio, forti dei diversi riconoscimenti ottenuti (tra cui il 'Best for the World 2021', che ci ha premiati come B Corp con il punteggio più alto al mondo nella sezione Environment). Possiamo dirlo anche visto il riscontro positivo che stanno registrando le nostre novità, pensate per ripristinare l'equilibrio e ripartire con una nuova energia. I Laboratori N&B hanno infatti sviluppato un nuovo concetto: 'A sensorial slow trip experience', soluzioni per rallentare, respirare e stare bene. Un nuovo 'Life rebirth quality concept' per stimolare emozioni di rinascita e libertà, dopo le catene della pandemia. I nuovi prodotti delle gamme The Pure, Dome e The Remedy sono vere e proprie esperienze sensoriali, che toccano l'anima per risolvere la self confidence. Esperienze tattili, ma anche olfattive, ispirate all'aromatoterapia. Tutte referenze prive di alcol e solventi, ottenute da macerazione in acqua".



Da sinistra: Daniela Nova e Chiara Stefanuto

ITALCOSMETICI DANIELA NOVA

"Il 2020, nonostante sia stato un anno di fortissima difficoltà a livello globale - in particolare nel settore della produzione di prodotti make up in cui siamo presenti da oltre 40 anni - ha rappresentato un periodo di svolta e tenuta del fatturato. Infatti, la società è stata in grado di reagire compensando con la produzione di igienizzanti e prodotti cura persona. L'anno in corso ci sta premiando con un incremento di fatturato importante, sia nel make up sia nello skin care e ibridi. I nostri prodotti, davvero all'avanguardia, suscitano interesse e hanno ricevuto vari riconoscimenti. Tra cui il premio come prodotto più innovativo ai Cosmoprof Trends per il nostro Dreamy Wish Eye Shadow, 100% naturale con performance di tenuta elevatissime. La collezione New Pop è protagonista in questa fiera: caratterizzata da performance elevatissime e percentuali di naturalità delle materie prime del 100%, miscchia colori e tendenze e rappresenta la voglia dei consumatori di tornare a vivere appieno la loro bellezza".



IMÈI RICCARDO SIGNORINI

"Imèi, con la sua specializzazione in private labelling e merchandising promozionale, nel 2020 ha fatturato 4 milioni di euro. Un andamento che nel 2021 si mantiene stabile e che ci porta a partecipare con entusiasmo a questa ripartenza di BolognaFiere, dove le nostre shopper stanno andando a ruba. Non solo, anche i nostri nuovi prodotti sostenibili, realizzati in materiali naturali e riciclati, stanno ricevendo una buona risposta. Così come il lancio della Collezione Accessori Capelli e Skincare".



INDUPLAST NADEGE KONYN

"Il 2020 è andato molto bene, perché avevamo il prodotto giusto al momento giusto. In particolare, delle oltre 3mila referenze in gamma, molte sono focalizzate su necessità sorte anche con il Covid, come ad esempio i contenitori per gel igienizzante. Fortunatamente, nel 2021 il trend non è cambiato: lo scorso anno ci ha permesso di 'reinventarci' per proporre non solo i flaconi idroalcolici, ma anche per concentrarci sul mondo del refillabile e del materiale riciclato. Abbiamo anche presentato le nostre nuove pilloliere e il Twist Open, un dispenser con roll massaggiante incorporato. Con questi prodotti, oltre alla nostra gamma standard, abbiamo cercato di entrare in categorie per noi nuove. Parlando delle prossime fiere, parteciperemo al Luxe Pack di Montecarlo, mentre a ottobre saremo presenti per la prima volta al Beauty World di Dubai. Inoltre, prenderemo parte al Tuttofood, con la nostra linea di packaging alimentare, così come al Pcd e al prossimo Cosmoprof".



MC&CO ELENA COLANGELO

"I risultati del 2020 sono stati positivi, grazie anche all'alta richiesta degli igienizzanti mani. Stimando una media dei risultati 2020 e 2021 possiamo ritenerci molto soddisfatti. Il nostro catalogo prodotti è in continua crescita e sviluppo, stiamo lavorando alla progettazione e produzione di nuove collezioni. Per quanto riguarda le prossime fiere siamo entusiasti di prendere parte alla prima edizione del Pcd Milano nel 2022. L'Italia è sempre stata una delle capitali del design e della moda e quindi grande centro di attrazione a livello internazionale, siamo perciò fiduciosi di poter creare stimolanti reti di contatto".

reportage



PINK FROGS
ELEONORA TAURIELLO

“Nonostante il periodo particolare, il nostro 2020 è stato positivo. I clienti hanno reagito bene alle difficoltà del mercato aumentando le vendite soprattutto nel canale online. L'incremento di fatturato ci ha permesso di ampliare la nostra struttura e presidiare maggiormente alcuni reparti assumendo nuovi dipendenti. Il 2021 si prospetta un altro anno in positivo: è ripartita la progettualità così come lo sviluppo di nuovi concept. La partecipazione a OnBeauty rappresenta la prima vetrina di rilancio e l'occasione per proporre 12 nuove formule suddivise in quattro generazioni - S, X, Y, Z (ognuna rappresentativa di una fascia d'età), sotto un diverso punto di vista, più emozionale, con l'obiettivo di far vivere un'esperienza unica al visitatore e dare uno spunto differente su come proporre un prodotto cosmetico. Nella stessa occasione, abbiamo lanciato un'ulteriore formula che potesse accomunare le quattro le generazioni: lo Smart Stick 8 in 1, una crema universale in un pratico formato stick, adatta a ogni tipo di pelle e di età. Il prossimo appuntamento per noi è a Make Up in Paris”.



NUOVA GUSEO
GHERARDO MARCHINI

“Nuova Guseo è una pmi che opera nei settori chimico-farmaceutico, alimentare e cosmetico. Nel 2020, malgrado la situazione pandemica, abbiamo cercato di limitare i danni, registrando comunque una flessione di fatturato attorno al 7%. Il 2021 rappresenta però un'annata di decisa ripresa dei nostri mercati. Con un trend attuale che vede un aumento del turnover attorno al 60% rispetto allo scorso anno. La tecnologia di elezione nel nostro range di prodotti per il settore cosmetico è rappresentata dai micronizzatori, apparecchiature ampiamente utilizzate nel trattamento di basi e pigmenti per il make up. A OnBeauty presentiamo il Micronette 50, dispositivo appositamente progettato per attività di laboratorio e R&D, di sicura utilità negli studi preliminari sui componenti micronizzati per le formulazioni finali”.



RCM
MATTEO ASSOLARI

“Come per molti altri costruttori, il 2020 ha segnato una flessione iniziale con un relativo rientro e si è chiuso lievemente inferiore all'anno precedente. Il 2021 è invece caratterizzato dalla caccia alle materie prime e ai semilavorati. Me per la fine dell'anno ci aspettiamo una chiusura al rialzo e il ritorno alla moderata crescita annuale che ha contraddistinto in media ponderata gli ultimi anni pre-covid. Questa fiera è stata occasione per presentare una macchina che si distingue dalle altre per i molteplici sistemi di controllo automatico della qualità, finalizzati al raggiungimento degli 'zero difetti”.



PROSYSTEM
JESSICA BRIZZI

“Nel 2020 abbiamo registrato risultati nella media, mentre l'anno in corso si sta rivelando più positivo, con dati in risalita. Quest'anno partecipiamo alla fiera con la nostra gamma già consolidata di macchinari automatici adatti al confezionamento secondario dei prodotti e alla loro palettizzazione e avvolgimento; Compal l'innovazione del settore che sta avendo un grande riscontro sul mercato. Per noi OnBeauty 2021 ha rappresentato la prima occasione per reincontrarsi e interfacciarsi di persona con il pubblico e la clientela. Per quanto riguarda i futuri appuntamenti con le fiere, il prossimo anno 2022 saremo di nuovo presenti al Cosmopack (Bologna), Ipack-Ima (Milano) e successivamente nel 2023 Interpack (Düsseldorf-Germania) e Cibus Tech (Parma) in quanto i nostri macchinari sono integrati anche nelle linee di confezionamento dei prodotti alimentari”.

Da sinistra: Alessandro Locatelli e Andrea Weiss



SCANDOLARA
ANDREA WEISS

“Il 2020 per noi ha superato le aspettative, anche a seguito della forte richiesta di disinfettante mani, per il quale abbiamo prodotto il packaging. L'anno in corso si dimostra invece decisamente più complicato, dato che il segmento della cosmetica ha sofferto la lunga chiusura del retail e la forte riduzione dei viaggi internazionali. Ricontriamo nel frattempo una maggiore richiesta del materiale sostenibile e allargarne l'offerta è una missione che è iniziata da noi nel 2009 con l'introduzione del Pcr in Pe. Il progetto in corso riguarda ora l'estensione della gamma Pcr su alluminio. Per quanto riguarda i prossimi appuntamenti, stiamo finalizzando i preparativi per la fiera Cphi a Milano, la Pcd a Parigi e poi il Cosmoprof a Bologna. Gli eventi sono finalmente ripartiti e noi abbiamo il piacere di esporre le nostre soluzioni ai visitatori”.



VETRONAVIGLIO
GIACOMO MEZZERA

“Grazie alla capacità dell'azienda di adattare velocemente la produzione alla domanda, nel 2020 ci siamo concentrati maggiormente sulla realizzazione dei flaconi in plastica per i gel igienizzanti. Una mossa che ci ha consentito di evitare i grossi danni della crisi pandemica. Anche il 2021 procede in positivo, ma siamo in attesa di una ripresa più decisa. Vetronaviglio, oltre a sviluppare da zero progetti su misura per i clienti, propone periodicamente ampliamenti di gamma, con pack in plastica, vetro o materiali green, come la plastica Pcr (da riciclo post-consumo) o materiali Pir (prodotti industriali di scarto riutilizzati)”.

CARTOLINE DALLA FIERA



INCA COSMETICI
Il team di Inca Cosmetici



B. KOLOR



PENNELLI FARO



NASTRITEX
Da sinistra: Joselyne Sanabria ed
Elisabetta Albizzati



TECNOSAS
Eleonora Santagostini e Luca Santagostini



TANKLUX
AUDREY HEITZMANN

“Nel 2020 il nostro fatturato è raddoppiato rispetto al 2019 e nel 2021 siamo in crescita del 15% rispetto all'anno scorso. A OnBeauty presentiamo il nostro brevetto per flacone cosmetico refill applicabile a mascara, rossetto liquido, liggloss e eyeliner, realizzato con refill in materiale riciclato al 100% di origine ocean plastic e overshell esterno in pet riciclato al 50%. Un prodotto friendly user, con sostituzione del refill facile e intuitiva. Il concetto di refill permette di valorizzare il pack esterno costituito da un overshell che può essere realizzato con attenzione al design e all'immagine del brand generando un oggetto unico e distinto. Oltre a essere assolutamente green (in materiali 100% riciclati). In calendario abbiamo la partecipazione a Make Up in Paris e in Los Angeles, oltre che al Cosmoprof Bologna e al Pcd Milano”.

In foto: Audrey Heitzmann