

38 - Giovedì 11 Novembre 2010 - Corriere della Sera - Corriere Beauty

Personaggi  
di bellezza | **Dinastie**

TRAGUARDI

# Deborah, cento anni di cosmesi democratica

Dall'intuizione della Diadermina al mascara per tutte: un'azienda che ha segnato il costume italiano

di Olga Piscitelli

L'intuizione arriva tra la fine degli anni '20 e l'inizio dei '30: la Diadermina, unguento contro le infiammazioni, dagli scaffali del farmacista passa al mondo della bellezza. Giovanni Battista Bonetti, classe 1863, che nel 1903 fonda con il fratello Cornelio la Bonetti Frères a Parigi, non può ancora immaginare le trasformazioni della moda. Da questa rivoluzione copernicana della Diadermina nascerà Deborah, il marchio che oggi compie un secolo di vita. Contabile, speciale, cresciuto in una famiglia di chimici e ingegneri che poteva vantare un trisnonno, allievo di Alessandro Volta, Giovanni Battista, nato in Svizzera, a Bellinzona, s'era fatto le ossa imprenditoriali in Francia. E alle dipendenze di drogherie di Bordeaux e L'oulon aveva venduto medicinali e cognac, vini e conserve in tutto il mondo.

Aveva anche comprato, allungando l'occhio e la curiosità su medicinali nuovi e combinazioni di erbe mai sperimentate in Europa. Ora, sessantenne di successo, dal suo quartier generale di rue Vavin a Parigi, dopo aver diffuso Anaschimina contro la malaria scommette sulla bellezza, convinto anche dal coraggio di due donne, Elizabeth Arden e Helena Rubinstein, che in quegli stessi anni fanno fortuna con le prime creme cosmetiche. E forte del montò aziendale «Vive valseque», vivi e stai in salute, assolda le dive di Hollywood per la pubblicità. «La felicità del momento è fugitiva, bisogna adoperarsi e conquistare quella del domani, come si aveva usando la crema Diadermina», recita lo slogan con il volto di Bette Davis, Audrey Hepburn, Paola Borboni e Ar-

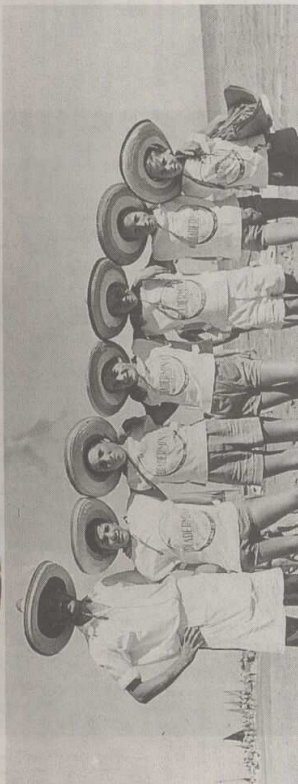
Quaranta milioni di pezzi e un fatturato di



Fondatore A. sinistra, Giovanni Battista Bonetti. Sopra, gli eredi oggi. Sotto, Diadermina sponsor in spiaggia

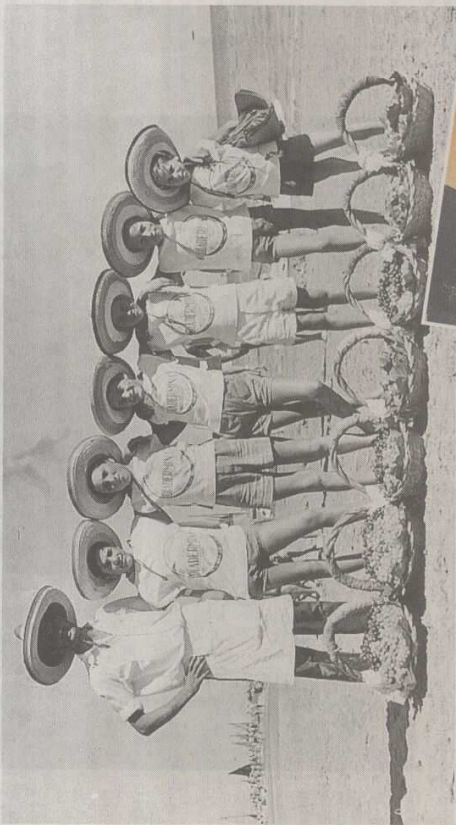
L'EVENTO  
**Ombretti e rimmel per Miss Italia**

Deborah Milano, il marchio della storica azienda milanese, oltre a essere un punto di riferimento nel mondo del make up, raggruppa una serie di linee cosmetiche: Etoclic per viso, corpo e per l'uomo. Ma è anche protagonista a Miss Italia: oltre a organizzare il backstage dove vengono truccate le ragazze che sfilano sulla passerella del concorso di bellezza assapora il litico.





Fondatore A sinistra, Giovanni Battista Bonetti. Sopra, gli eredi oggi. Sotto, Diadermina sponsor in spiaggia



**L'EVENTO**  
**Ombretti e rimmel per Miss Italia**

**D**eborah Milano, il marchio della storica azienda milanese, oltre a essere un punto di riferimento nel mondo del make up, raggruppa una serie di linee cosmetiche: Elobioy per viso, corpo e per l'uomo. Ma è anche protagonista a Miss Italia: oltre a organizzare il backstage dove vengono truccate le ragazze che sfilano sulla passerella del concorso di bellezza assegna il titolo di Miss Deborah Milano ad una concorrente che possiede i requisiti per promuovere l'immagine e il make up. Dal 2000 l'azienda ha iniziato una collaborazione con famosi designer tra cui Trimarchi e Giovannoni per creare oggetti di design per il make up. Una partnership che aiuta ad aumentare il valore del prodotto e dell'immagine che ormai Deborah Milano ha nel mondo.

ha un peso rilevante. A scorrere le vecchie pubblicità, mentre si accorrono le gonne, le ciglia si allungano. La consacrazione arriva nel '66, quando Fausto Leali con Wilson McKett canta a Sanremo «Deborah»: è solo quarto, ma quella voce si lega ai cosmetici colorati e convenienti, che da quel momento saranno sponsor della kermesse canterina, poi anche di Miss Italia e di lì a un passo faranno il salto nella moda. A mescolare le palette saranno i maghi del prêt-à-porter a cominciare da Versace e Krizia - è il 1976 - fino a Nollia, Bossolito e Braccialini che firmano il make up 2008. Nel 2000 prende vita anche l'ultima dimensione della collezione: il design. Firme come Stefano Giovannoni e Mario Trimarchi rimodellano gli astucci dei trucchi ispirandosi alla natura, piegando i tubetti in forme ergonomiche, facili da tenere in mano e in borsa. Il 60 per cento del packaging è realizzato in Cina per ridurre i costi, ma - al modo dei Bonetti - da un fornitore di fiducia, lo stesso da 25 anni. E di fiducia sono i terzisti che nel distretto tra Crema e Cremona trasformano in maquillage l'ultima formula nata in via Maj, l'epilatori: discende dall'oppio e con quella, anche un rossetto può dare la felicità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Deborah tiene testa ai potentissimi della bellezza, un'azienda di famiglia che, con i suoi 40 milioni di pezzi venduti nel 2009 e un fatturato di poco più di 100 milioni, è leader sia a volume che a valore di quel mercato identificato con «mass», il più grande possibile. Distribuisce in 40 paesi e ha il suo punto forza nella ragnatela commerciale di 8 mila punti vendita.

Ma è nella storia del costume che quel secolo di vita

**Musica** Sopra a sinistra, Fausto Leali a Sanremo con la canzone Deborah e un mascara. A destra, pubblicità anni settanta

zo alle portate di tutte. La Diadermina è ormai solo un ricordo, ceduto alle multinazionali. Ne rimane traccia in archivio con le lettere dei Bonetti, i brevetti e i bozzetti pubblicitari: è tutto nella palazzina di via Angelo Maj, a Milano; al piano superiore c'è il laboratorio delle polveri per ombretti, terre e ciprie; più sopra, quello delle creme per rossetti e fondotinta.

Oggi che quei laboratori compiono cento anni, De-

**Quaranta milioni di pezzi e un fatturato di oltre 100 milioni di euro con 8 mila punti vendita**

na Mignani, le star di casa, ne diventano testimonial. Si scomodano Olivia de Havilland e l'Eligio della follia: «La vita umana senza allegria non meriterebbe di essere vita», diceva Erasmo. Oggi non lo direbbe più, c'è la Diadermina.

Al primo giro di curve da più up, Giò Boccasile, la matita della «Signorina grandi firme», è lì, che tratteggia morbide figure, soffici come la crema buona per il sole e la neve. Poi arriva la musica di Cab Calloway e dell'orchestra Angelini, si fischiettano canzoni di Nadinno Otto e del Trio Lescano. Giovan Battista non riuscì ad ascoltare. Toccherà agli eredi raccogliere il testimone. La crema intanto invade le strade con i cartelli a forma di scatoletta metallizzata, il logo si stampa su vele e tute da sci. Nasce una linea di creme Diadermina per corpo, mani, viso, persino il dentifricio. Il pavof, direbbero i pubblicitari moderni, non è il massimo della correttezza: «Lui ti guarda e ti giudica». Ma il marchio vola nel mondo della cosmetica e quando si cerca un nome più moderno per l'azienda, ormai tutta italiana, non può che cominciare per «D». Vincono Deborah, «perché si pronuncia allo stesso modo in tutte le lingue».

E vince un'altra fantastica intuizione che si deve a Giampiero, «l'ingegnere», terza generazione Bonetti in azienda: bellezza per tutti. È il 1962, il mascara finora riservato a trattamenti di super lusso si fa democratico e finisce liquido in una boccetta dal prez-

Diadermina nascerà Deborah, il marchio che oggi compie un secolo di vita. Coniabile, speciale, cretoso in una famiglia di chimici e ingegneri che poteva vantare un trisnonno allievo di Alessandro Volta, Giovanni Battista, nato in Svizzera, a Bellinzona, s'era fatto le ossa imprenditoriali in Francia. E alle dipendenze di drogherie di Bordeaux e Toulone aveva venduto medicinali e cognac, vini e conserve in tutto il mondo.

Aveva anche comprato, allungando l'occhio e la curiosità su medicamenti nuovi e combinazioni di erbe mai sperimentate in Europa. Ora, sessantenne di successo, dal suo quartier generale di rue Vavin a Parigi, dopo aver diffuso Arsichimina contro la malaria scannette sulla bellezza, convinto anche dal consiglio di due donne, Elizabeth Arden e Helena Rubinstein, che in quegli stessi anni fanno fortuna con le prime creme cosmetiche. E forte del motto aziendale «Vive valeque», vivi e sai in salute, assolda le dive di Hollywood per la pubblicità. «La felicità del momento è fuggitiva, bisogna adoperarsi e conquistare quella del domani, come si avvera usando la crema Diadermina», recita lo slogan con il volto di Bette Davis, Andreina Pagnani, Paola Borboni e An-