

I protagonisti

INVESTE PER CRESCERE NEI PAESI BRIC E SVILUPPARE SOLUZIONI ESPOSITIVE

Deborah è beauty & healthy

Anna Zinola

Ha più di 100 anni ma non li dimostra. Parliamo di Deborah Group, società di Milano specializzata nel settore cosmetico. L'azienda nasce a Parigi nel 1903 con il nome Bonetti Frères, dal cognome dei due fratelli fondatori. "Nel corso di un secolo, due elementi sono rimasti costanti - spiega Gianluca Bonetti, amministratore delegato dell'azienda -. Il primo aspetto è che si tratta tuttora di una family company, gestita dai fratelli Bonetti. La seconda è che è ancora attualissimo il motto del fondatore, allora espresso con due parole latine 'Vive Vale Que'. Ai nostri giorni potremmo tra-

durre questo concetto in Enjoy life and be healthy. Significa, in concreto, creare prodotti che consentano di godere la vita, grazie a un forte approccio estetico, e di stare in salute, attraverso un'attenzione mirata alla safety".

LA SOCIETÀ

Oggi al gruppo fanno capo molteplici marchi. Da Deborah Milano, riferimento nel settore make up, a Debby, dedicato alle teen agers, sino a Rouge Baiser Paris, storico marchio francese. "Ciò che ci distingue, e accomuna tutti i nostri brand, è il fatto di conciliare l'attenzione e l'amore, talvolta maniacale, per la perfezione del prodotto, tipica dell'artigiano, con l'accessi-

bilità consentita dalle produzioni su scala industriale. Siamo un'industria ma pensiamo di aver mantenuto la dimensione umana e artistica dell'atelier, in cui ogni gesto è mosso da una passione che spinge a svolgere il proprio lavoro nel miglior modo possibile", dichiara Bonetti. Il gruppo è oggi una consolidata realtà internazionale. La società sta investendo molte energie per radicarsi nei paesi Bric, attuale e futura locomotiva della crescita mondiale. Nel contempo sta lavorando assiduamente sul versante distributivo, con l'obiettivo di sviluppare sia soluzioni espositive ad hoc, pensate su misura della singola catena e punto di vendita, sia store monomarca. ■



Una comunicazione Deborah degli anni '70

INTERNAZIONALE

101,5 mio di €	il fatturato 2009
60	i paesi in cui è presente il gruppo

- +**
- Autenticità italiana
-
- Mercato affollato

DIETPUR È LA LINEA PROPOSTA PER IL CANALE GRANDE DISTRIBUZIONE

Iuppa entra nel mass market

Elena Giordano

Dal 1903 lavora la manna da frassino con procedimento meccanico e senza usare sostanze chimiche: questa particolarità ha fatto nel tempo la fortuna di Iuppa Farmaceutici, azienda distributrice di prodotti a base di manna e mannite di Iuppa Industriale. Prescritta anche dai medici specialisti, senza controindicazioni, ideale per ogni età, indicata per gli organismi deboli o colpiti da malattie metaboliche, gli integratori a base di mannite possiedono un plus naturale, che oggi si può ritrovare, oltre che nel canale farmacie e parafarmacie, anche nelle insegne della Gda.

Nell'ambito di un programma di rinnovamento e sviluppo, l'azienda, presente nelle farmacie con la linea Physioman, ha ideato la linea Dietpur per la grande distribuzione: oltre alla classica mannite, in panetti da 60 g, la prima declinazione della nuova linea è il dolcificante alla manna, in barattolo da 250 g o in bustine stick in astuccio da 120 g.

PER LA GDA

Questo nuovo dolcificante funzionale ha la caratteristica di favorire la regolarità intestinale. Il prodotto dolcifica in modo naturale ed è più sicuro rispetto agli edulcoranti artificiali. Il progetto intende anche rivitalizzare la mannite

in panetti, prodotto di antica tradizione, recentemente riscoperto, grazie alle sue caratteristiche di naturalità e alle proprietà funzionali. Spiega l'amministratore delegato Luigi Iuppa: "Naturale, prima linea a base di manna da frassino nel supermercato, Dietpur si qualifica a partire dal nome, che sta a indicare un uso giornaliero e purificante". Nella seconda parte del 2011, quando il posizionamento a scaffale del dolcificante sarà completato, l'azienda sosterrà un piano media che presenterà la referenza su riviste di settore e sul web (per avvicinare il proprio target, costituito da individui moderni, attenti alla propria salute e a ciò che consumano). ■



Luigi Iuppa, amministratore delegato di Iuppa Industriale

RINNOVAMENTO

4 mio di €	il fatturato interaziendale
15	gli addetti

- +**
- Una nuova linea per rivitalizzare un "classico"
-
- Legame vitale con l'ingrediente manna