

ALTA GAMMA

# Sisley, formule anti-age con 5-10 anni di ricerca

Innovazioni mirate nel segmento cura della pelle, che vale il 70% del business

di Marika Gervasio

● Nel 1976 Hubert d'Ornano, imprenditore francese, ha un'intuizione: sfruttare i progressi tecnologici per utilizzare la parte migliore delle piante e degli oli essenziali nei prodotti di cosmetici. Così nasce Sisley, marca di cosmetica selettiva di fascia alta che sviluppa l'85% del suo fatturato all'estero in più di 90 Paesi e distribuisce principalmente attraverso le sue 30 filiali in Europa, Asia, America e Medio Oriente. Compresa quella italiana guidata dall'amministratore delegato Giancarlo Zinesi che racconta a Modaz4 quanto l'Italia sia importante per il marchio: il quinto mercato, dopo Francia,

Cina, Corea, Stati Uniti. «Abbiamo chiuso il 2017 con un fatturato di 3,8 miliardi di euro e una crescita del 7% rispetto al 2016 - spiega l'ad - grazie alle azioni di supporto alle vendite e ai lanci di novità, come l'zia nel segmento fragranze che ha dato sostegno a questo asse. Ma anche Baume-en-Eau à la Rose Noire, un prodotto altamente innovativo con la sua formula "water drop", che in 6 mesi ha avuto un sell out di circa 1 milione pezzi e si è piazzato al 9° posto nel segmento degli anti-età (dati Npd dicembre 2017)». A breve è atteso l'arrivo sul mercato del siero Hydra-Global Serum con aspettative alte anche perché il core business di Sisley è proprio lo skin-care che rappresenta il 70% del business totale, seguito da make-up (25%) e fragranze (8%).

«Le nostre strategie di sviluppo si fondano su basi solide - precisa Zinesi - creare prodotti innovativi per il benessere della persona. I laboratori non hanno restrizioni di tempo né di costi per lo sviluppo dei prodotti: basti pensare che il tempo medio impiegato dalla ricerca è di 20 anni e che i prodotti vengono presentati al mercato solo quando sono considerati perfetti ed efficaci. Con questa strategia stiamo lanciando un prodotto per il segmen-

to dell'idratazione, che vale circa il 12% del mercato dello skin-care. Hydra-Global Serum è un potente attivatore di idratazione con tre azioni principali: trattenere l'acqua nel cuore della pelle per ricreare riserve idriche ottimali, farla circolare per idratare intensamente e a lungo e ridurre al minimo la perdita rafforzando l'impermeabilità cutanea».

L'attenzione dell'azienda è focalizzata anche su dipendenti e partner. «Investiamo nella formazione del nostro personale e di quello delle profumerie concessionarie dove sviluppiamo anche attività con addetti qualificati, in gran parte estetiche diplomate. Diamo assistenza al consumatore finale e puntiamo a migliorare le strategie di comunicazione su stampa tradizionale e web». Selettività è la parola d'ordine: i concessionari sono 333 e i punti vendita autorizzati 87, chesi dimezzano per la nuova linea capelli, Hair Ritual by Sisley.

«Abbiamo scelto i concessionari con maggior potenziale che desideravano condividere la nuova sfida: far entrare in profumeria il cliente esigente che in genere rivolge al proprio parrucchiere

in quanto specialista - conclude l'ad -. Le attività dimostrative in profumeria stanno riscuotendo grande successo». In futuro entreranno nuovi segmenti nell'universo Sisley? «Mai dire mai - risponde Zinesi -. La famiglia d'Ornano, unica proprietaria dell'azienda, ha 80 anni di esperienza nel segmento dell'alta profumeria. È sempre alla ricerca di qualcosa che possa stupire in termini di innovazione ed efficacia».



Hi-tech. A sinistra, il nuovo Hydra-Global Serum di Sisley e sopra un'immagine di laboratorio della casa cosmetica

COSMETICA ITALIA

## Ancorotti alla guida del settore

● Sarà Renato Ancorotti a guidare Cosmetics Italia per il prossimo triennio (2018-2021) allo scadere del mandato dell'attuale presidente Fabio Rossetto (Pavoni) a capo dell'associazione confindustriale dal 2011. L'ufficialità dell'incarico arriverà solo dopo l'elezione formale che si svolgerà giovedì 21 giugno a Palazzo Visconti a Milano, in occasione dell'assemblea annuale dell'associazione.

L'imprenditore cremasco, presidente di Ancorotti Cosmetics, azienda specializzata nella produzione di cosmetici conto terzi, si impegnerà affinché il made in Italy della cosmesi venga sempre più riconosciuto nel mondo, portando all'interno dell'associazione di categoria tutti gli operatori coinvolti nel settore, compresi i terzi.

Il settore cosmetico nazionale, infatti, l'anno scorso ha registrato ricavi per 11 miliardi di euro (+4,3%), che diventano 15,7 miliardi di euro se si considera l'intera filiera, con un export trainante che ha segnato un incremento dell'8% a quota 4,7 miliardi e una bilancia commerciale record che ha superato i 2,5 miliardi.

«Mi impegnerò per fare in modo che Cosmetics Italia continui a essere il riferimento dell'intero settore e l'interlocutore diretto di stakeholders e istituzioni» ha commentato l'imprenditore.

- Ma.Ge.

HOT SPOT



### Fenisia Cilli in Sephora Italia

Fenisia Cilli (nella foto) è il nuovo direttore marketing di Sephora Italia, filiale italiana della catena di beauty store del gruppo Lvmh. Dopo varie esperienze professionali anche all'estero, dal 2015 ha ricoperto il ruolo di marketing manager in H&M Italia.



### La Mer illumina labbra e viso

Due novità make-up in edizione limitata che ampliano la collezione Soleil de La Mer per illuminare la pelle: Lip & Cheek Glow, che dona morbidezza a labbra e guance idratando e donando colore, e Bronzing Powder arricchita con polveri di gemme preziose.

HERBATINT

## Estratti bio e packaging riciclabile

● Ha iniziato una fase di ristrutturazione dell'organizzazione commerciale del canale delle farmacie per crescere e dare slancio al marchio di punta Herbatint, specializzato nella colorazione capillare permanente senza ammoniaca: Antica Erboristeria, fondata a Roma negli anni '60, nel 2012 è stata acquisita dal gruppo familiare francese di cosmetica naturale La Financière Macconnais. È l'anno scorso è diventata una società benefit, impegnata, cioè, oltre che nel fare profitti, anche ad avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

«Dopo l'acquisizione, nel 2017, di Bierba, società distributrice di Herbatint in Italia, questo è l'anno dell'implementazione della nuova strategia commerciale per potenziare la visibilità del marchio in negozio - racconta Benoit Dothier, amministratore delegato di Antica Erboristeria -. Abbiamo anche aperto un canale di vendita online, il herbatint.shop, e avviato il progetto Herbatint Academy, che permetterà di aumentare il livello di formazione degli addetti alla vendita e del consumatore finale».

L'azienda, per cui l'export rappresenta circa l'85% del fatturato con Usa, Canada, Francia, Australia e Regno Unito tra i mercati principali, si sta focalizzando sulla Cina «con il lancio dell'Herbatint Tmall Flagship Store, previsto nel primo semestre 2018 - aggiunge l'ad - e non mancherà qualche nuova sfida in termini di apertura di nuovi Paesi nel Middle East».

«Per Herbatint la dimensione internazionale riveste da sempre un ruolo centrale nelle attività di sviluppo e pianificazione - prosegue Dothier - con una costante presenza nelle maggiori fiere del settore come Vivanes, salone internazionale della cosmetica bio, Cosmoprof Worldwide Bologna e Beauty World Dubai».

Come società benefit, «sostenibilità ambientale, trasparenza e integrazione sociale sono tra gli obiettivi aziendali - conclude il manager -. La nostra nuova sede, inaugurata lo scorso anno, sarà a breve certificata Leed, un nuovo standard mondiale per le costruzioni eco-compatibili, che ha guidato la concezione del nuovo sito perseguendo così un importante riduzione e ottimizzazione delle risorse e l'integrazione di energia rinnovabile e fotovoltaica».

Anche perché «sempre più consumatori - dice - sono attenti all'ambiente e sempre più spesso si parla di naturale e organico. La responsabilità delle aziende deve essere sempre più tesa ad assicurare non solo dei prodotti di alta qualità, ma anche a integrare responsabilità sociale e ambientale nella propria attività».

Per quanto riguarda il prodotto, l'attenzione al naturale si declina con l'utilizzo di materie prime purissime, provenienti dal settore farmaceutico, e di estratti vegetali biologici selezionati per le tinte. Ancora, il packaging di Herbatint è totalmente riciclabile.

- Ma.Ge.

**I 3 MUST UOMO PER LA PRIMAVERA**

**JEEP NEW FREEDOM**

**VIENI A SCOPRIRE LA JEEP GRAND CHEROKEE**

[WWW.JEEP-OFFICIAL.IT/GRAND-CHEROKEE](http://WWW.JEEP-OFFICIAL.IT/GRAND-CHEROKEE)

Jeep® è un marchio registrato di FCA US LLC. Grand Cherokee consumi ciclo combinato da 13,5 a 7,0 l/100km. Emissioni CO2 da 315 a 194 g/km.



### 1. GIACCA DI LINO

Dalle sfilate di Milano e Parigi la giacca oversize, con maniche decisamente larghe per vivere la primavera/estate 2018 in piena libertà. Il blazer dal taglio classico e la giacca sportiva sono ispirate al massimo della vestibilità, un vero e proprio invito a mettersi comodi. Tra i tessuti domina il lino che assicura freschezza e coniuga bene comfort, versatilità e stile in tutte le occasioni. Accanto ai grandi classici come il grigio e i toni neutri, la palette dei colori è animata dal verde, il total white e il blu in tutte le sue declinazioni, dal navy fino al blu elettrico senza tuttavia trascurare i toni più accesi del rosso.

### 2. OCCHIALI DA SOLE

Le tendenze eyewear per la primavera/estate 2018 sono ispirate alla massima libertà nelle forme e nei materiali. Tornano gli occhiali da sole spicciati proposti in modelli dal taglio geometrico che schermano completamente i raggi del sole e soprattutto lo sguardo garantendo quindi comfort e sicurezza in ogni situazione. Accanto ai classici intramontabili e raffinati come i sunglass tartarugato in acetato, di forma rotonda e quindi adatto a volti dai lineamenti irregolari, sono proposti modelli oversize decisamente più sportivi con taglio a maschera e lenti colorate. Per i materiali spazio a resine epossidiche, fibra di carbonio, titanio e proposte green come legno e bambù.



### 3. JEEP GRAND CHEROKEE

Guidare in tutta sicurezza non significa rinunciare a comfort, stile ed eleganza. Gli interni della nuova Jeep® Grand Cherokee, personalizzabili con sedili in pregiata pelle chiara e dettagli a contrasto, e il tetto panoramico CommandView® scorrevole a doppio vetro, dotato di una tendina parasole elettrica, consentiranno un'esperienza di guida imperdibile per l'estate 2018. Salire a bordo oggi è ancora più facile: grazie alla promo Jeep® Free, Grand Cherokee può essere acquistata con 22.000 euro meno il valore dell'usato, nessuna rata per due anni e infine, alla scadenza di questo periodo, la possibilità di continuare a guidare la propria Jeep®, sostituirla con una nuova o restituirla senza ulteriori esborsi. Tan 0% TAEG 0,91%.

Info e condizioni su [jeep-official.it](http://jeep-official.it).

JEEP NEW FREEDOM



### La primavera di Estée Lauder

Estée Lauder presenta Poppy Sauvage Collection by Violette, la prima collezione make-up firmata da Violette. Estée Lauder global beauty director, ispirata ai colori della primavera: labbra come petali, occhi con il colore del tramonto, guance radiose ombre e la pelle baciata da un tocco di rugiada mattutina.



### Neutrogena idrata e deterge

Da Neutrogena arriva una nuova linea per l'idratazione e la detersione del viso. Si chiama Hydro Boost e combina tecnologia esclusiva e acido ialuronico, come Aqua-Gel che unisce una texture leggera, indicata per le pelli normali e miste, a un'idratazione continua a lunga durata.

## HERBATINT

Estratti bio  
e packaging  
riciclabile

• Ha iniziato una fase di ristrutturazione dell'organizzazione commerciale del canale delle farmacie per crescere e dare slancio al marchio di punta Herbatint, specializzato nella colorazione capillare permanente senza ammoniaca: Antica Erboristeria, fondata a Roma negli anni '60, nel 2012 è stata acquisita dal gruppo familiare francese di cosmetica naturale La Financière Maconnaise. E l'anno scorso è diventata una società benefit, impegnata, cioè, oltre che nel fare profitti, anche ad avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

«Dopo l'acquisizione, nel 2017, di Bierba, società distributrice di Herbatint in Italia, questo è l'anno dell'implementazione della nuova strategia commerciale per potenziare la visibilità del marchio in negozio - racconta Benoît Dolthier, amministratore delegato di Antica Erboristeria -. Abbiamo anche aperto un canale di vendita online, *it.herbatint.shop*, e avviato il progetto Herbatint Academy, che permetterà di aumentare il livello di formazione degli addetti alla vendita e del consumatore finale».

L'azienda, per cui l'export rappresenta circa l'85% del fatturato con Usa, Canada, Francia, Australia e Regno Unito tra i mercati principali, si sta focalizzando sulla Cina «con il lancio dell'Herbatint Tmall Flagship Store, previsto nel primo semestre 2018 - aggiunge l'ad - e non mancherà qualche nuova sfida in termini di apertura di nuovi Paesi nel Middle East».

«Per Herbatint la dimensione internazionale riveste da sempre un ruolo centrale nelle attività di sviluppo e pianificazione - prosegue Dolthier - con una costante presenza nelle maggiori fiere del settore come Vivanes, salone internazionale della cosmetica bio, Cosmoprof Worldwide Bologna e Beauty World Dubai».

Come società benefit, «sostenibilità ambientale, trasparenza e integrazione sociale sono tra gli obiettivi aziendali - conclude il manager -. La nostra nuova sede, inaugurata lo scorso anno, sarà a breve certificata Leed, un nuovo standard mondiale per le costruzioni eco-compatibili, che ha guidato la concezione del nuovo sito perseguendo così un'importante riduzione e ottimizzazione delle risorse e l'integrazione di energia rinnovabile e fotovoltaica».

Anche perché «sempre più consumatori - dice - sono attenti all'ambiente e sempre più spesso si parla di naturale e organico. La responsabilità delle aziende deve essere sempre più tesa ad assicurare non solo dei prodotti di alta qualità, ma anche a integrare responsabilità sociale e ambientale nella propria attività».

Per quanto riguarda il prodotto, l'attenzione al naturale si declina con l'utilizzo di materie prime purissime, provenienti dal settore farmaceutico, e di estratti vegetali biologici selezionati per le tinture. Ancora, il packaging di Herbatint è totalmente riciclabile.

- Ma.Ge.