

di Stefano Sagrestano

Qualità, ricerca e passione ecco la cosmesi di successo

BEAUTYCROMIA DI OFFANENGO
Lo slogan dell'azienda nata nel 2018
è un impegno e una sfida: 'La bellezza
dei colori... i colori della bellezza'

Nata nel 2018, in pochi anni Beautycromia si è già affermata sul mercato italiano e internazionale della cosmesi. A fondarla l'attuale amministratore delegato **Roberto Danesi**, dell'omonima famiglia soncinese che ha alle spalle una lunga tradizione imprenditoriale nel ramo dei laterizi, insieme alla socia **Cristina Marchesi**. Con loro un team con ventennale esperienza nella lavorazione di cosmetici conto terzi che dopo molti anni di successo nello sviluppo di nuovi progetti, nuove metodologie di gestione aziendale, metodi di ricerca e innovazione ha deciso di costruire la propria realtà. Sin dai primi mesi di vita l'azienda ha puntato sui laboratori skincare e make up divisi, in modo da avere una differenziazione rispetto ai tanti competitor.

«Dal punto di vista delle formule puntiamo moltissimo sulla categoria fondotinta» sottolinea **Anna Maria Danesi**, figlia di Roberto, che si occupa di business development. Dopo un'inevitabile fase iniziale spesa per farsi conoscere partecipando a molte fiere del settore, Beautycromia ha dimostrato la propria solidità affrontando i due difficili anni della pandemia. «Il 2020 e il 2021, con tutto fermo, non sono stati periodi facili, specialmente per un'azienda in fase di lancio come la nostra – prosegue Anna Maria Danesi: il portafoglio di contatti e clienti creato nella prima fase è stato comunque mantenuto e non appena le condizioni socio sanitarie ce lo hanno permesso siamo tornati a crescere».

I numeri lo dimostrano. Beautycromia nell'ultimo anno ha incrementato del 60% il proprio personale, salendo da 25 a 40 dipendenti. Di pari passo è ovviamente andato il fatturato. «Nel 2022 era di 3,3 milioni di euro, l'anno scorso è passato a 4. Per quest'anno la prospettiva è di salire a 6,5» aggiunge la giovane manager. Quasi un raddoppio in 24 mesi, con prospettive che già si prefigurano interessanti anche per il 2025. Merito della crescita di quote di mercato in Italia, ma anche



Cristina Marchesi, socia dell'azienda con **Anna Maria Danesi** che si occupa di business development

all'estero, in particolare negli Stati Uniti, e dell'esplorazione delle opportunità interessanti che offrono Paesi come gli Emirati Arabi e l'India. «I nostri clienti – prosegue Danesi – sono suddivisi esattamente a metà tra il mercato nazionale e l'export. In quest'ultimo la parte del leone la fanno gli Usa con una quota intorno al 20% e stiamo provando ad entrare in mercati più esotici. Per farlo ci siamo strutturati potenziando il più possibile il comparto commerciale, settore nel quale sono arrivate il maggior numero di assunzioni degli ultimi mesi nel

Sin dai primi mesi di attività ha puntato sui laboratori skincare e make up divisi, in modo da avere una differenziazione rispetto ai tanti competitor



Roberto Danesi
ad di Beautycromia



Il mercato italiano è solido All'estero rispondono molto bene gli Stati Uniti e si esplorano opportunità interessanti negli Emirati Arabi e in India

commerciale. Senza dimenticare gli investimenti effettuati sulle nuove tecnologie. Diamo anche molta importanza alla formazione, che ci permette di far crescere all'interno i nostri stagisti, con la prospettiva poi di arrivare all'assunzione». 'La bellezza dei colori... i colori della bellezza' è lo slogan dell'azienda. «La nostra visione è quella di creare una struttura attenta a tutte le necessità dei clienti che ci consenta di offrire ricerca, novità, qualità nei prodotti ma anche qualità nei servizi e nelle consegne, assistenza al cliente in tutte le fasi di sviluppo

Dopo la botta della pandemia l'azienda ha ripreso a crescere: il personale è passato da 25 a 40 dipendenti e negli ultimi due anni il fatturato è quasi raddoppiato

del progetto fino alla consegna» evidenziano dal quartier generale, situato in via Tensini nella zona industriale del paese, a due passi dalla provinciale Serenissima. «E ciò avviene grazie a collaborazioni continue con i più importanti fornitori di materie prime e alla capacità di sviluppare e supportare il cliente nella scelta, anche creativa, del packaging adatto». Fondamentali anche l'analisi e il controllo della qualità e la tracciabilità di tutte le fasi di processo, dall'acquisto della materia prima alla spedizione del prodotto al cliente. Un make up skincare che guarda a innovazione e tecnologia. «La ricerca e le sperimentazioni dei nostri laboratori portano a una continua innovazione dei prodotti in un'ottica di sostenibilità e rispetto dell'ambiente. Materie prime sempre più naturali sono alla base delle nostre formulazioni cercando di non perdere mai di vista le meravigliose performance per le quali i prodotti di Beautycromia si contraddistinguono sul mercato».