

ANCOROTTI COSMETICS SPA Nata come start-up nel 2009, in piena crisi, ha avuto una crescita straordinaria

Ancorotti, «il re del mascara» Cifre da boom

Il fatturato è cresciuto da uno a 43 milioni (65 milioni previsti nel 2016), i dipendenti aumentati da una decina a 165 (+ altri 150 nell'indotto), gli stabilimenti da uno a 11.



Di Renato Ancorotti e della Ancorotti Cosmetics Spa di Crema ne ha recentemente parlato l'Espresso che ha dedicato al make-up due intere pagine. L'autorevole settimanale ha riportato anche i dati forniti da Cosmetica Italia, la Confindustria del beauty, secondo la quale «quest'anno il valore della produzione ha superato i 9,6 miliardi di euro; ha dato lavoro a 35mila persone (54% donne, di cui 11% laureate) ed è cresciuta del 10% l'anno, macinando utili anche in tempo di crisi e vendendo fuori dai confini nazionali il 70% di ciò che ha realizzato. Quest'anno l'export è aumentato di un altro 8%, grazie al boom di richieste di Stati Uniti ed Emirati Arabi. Con l'indotto - fatto di aziende chimiche che forniscono gli ingredienti base, le imprese che realizzano macchinari e packaging - il giro d'affari è salito a 14 miliardi e i dipendenti sono 200mila. Da sola l'industria italiana riesce a far girare 144 miliardi di euro considerando il "markup", cioè il ricarico, delle case di cosmesi, dei rivenditori e delle profumerie».

Numeri importanti. Che fanno tirare un sospiro di sollievo a chi è occupato nelle numerose aziende della cosmesi del Cremasco. Il settore è sano ed è in continua crescita, insomma. «E' un business formidabile. Ha grandissima forza produttiva ed esporta più dell'occhialeria italiana» ha raccontato all'Espresso **Gabriella Lojacono**, docente di economia aziendale all'Università Bocconi di Milano, che nel 2014 ha

scritto il libro «Italian beauty». Ma perché questa industria è soprattutto italiana? L'Espresso lo ha chiesto a **Dario Ferrari**, 72 anni, milanese, che con Intercos fattura 420 milioni e in media «ne spende 10% all'anno in ricerca e innovazione. La società ha 12 stabilimenti 8 centri di ricerca nel mondo. Lui ha cominciato a produrre rossetti nel 1972 in un sottoscala a Milano». Il punto di forza delle aziende italiane della cosmesi sta «nel saper gestire le complessità» ha spiegato Ferrari. «Ogni prodotto richiede una tecnologia su misura, materie prime differenti, innovazioni e impianti specifici».

Da Ferrari a **Renato Ancorotti** che l'Espresso ha descritto come il «re del mascara». Un «re» che dopo aver fondato e portato a grande sviluppo la Gamma Croma, oggi è presidente della Ancorotti Cosmetics Spa, fondata nel 2009, proprio in piena crisi, **dalla figlia Enrica** (oggi amministratore delegato dell'azienda). Una crescita impressionante.

Fatturato. Dopo aver chiuso il primo anno con un fatturato di 1 milione di euro, l'azienda chiuderà il 2015 a 43 milioni con la crescita del 50% rispetto al 2014 e nel 2016 è previsto un balzo a 65 milioni.

Stabilimenti. Partita con una sola sede nell'ex Olivetti, oggi gli stabilimenti in affitto nella stessa area sono già saliti a 11. Perché oltre alla produzione del mascara, e alle strutture che sono state dedicate a trasporti e logistica della Ancorotti Cosmetics, oggi l'azienda cremasca ha allargato il suo business anche alle polveri di

■ RIMMEL, UN'ESCALATION

Renato Ancorotti, presidente della Ancorotti Cosmetics Spa, di cui amministratore delegato è la figlia Enrica. Nel 2009, anno di fondazione dell'azienda, venivano prodotti 20mila kg di mascara che quest'anno sono aumentati a 1 milione di kg per oltre 100 milioni di pezzi. Oggi, l'impresa cremasca ha allargato il suo business anche alle polveri di ombretti e fard.

ombretti e fard. Un segmento che è già in forte espansione e che sarà un ulteriore cavallo di battaglia della società.

Dipendenti. All'inizio dell'anno erano 115, ma la Ancorotti Cosmetics ha stabilizzato altre 50 persone per un totale, quindi, di 165 dipendenti al 31 dicembre di quest'anno. E se contiamo anche l'indotto, l'impresa contribuisce a far lavorare altre 150 persone.

Clients. La Ancorotti Cosmetics ha iniziato l'attività con una decina di clienti. Che sono aumentati fino a diventare 200 circa, dei quali l'85% sono esteri.

Produzione. Nel 2009 produceva 20mila chili di rimmel l'anno che nel 2015 sono aumentati a 1 milione di chili per oltre 100 milioni di pezzi l'anno. «E' il prodotto più venduto al mondo, se ne fa un miliardo di pezzi l'anno. E noi ne controlliamo un decimo» spiega l'imprenditore, secondo cui questo è il prodotto più complesso da realizzare.

Export. Mentre nel 2009, l'Ancorotti Cosmetics vendeva i suoi prodotti soprattutto in Italia e Francia, oggi esporta in tutto il mondo, e i suoi Paesi di riferimento sono diventati Francia, Germania, Stati Uniti, Russia e Turchia.

INNOVAZIONE

La sua formula del mascara è tenuta segreta come quella della Coca Cola

Ancorotti fa rima con mascara: ne è il leader europeo con una produzione di 1 milioni di kg l'anno. A Bologna, infatti, è stato applaudito come uno dei principali protagonisti del «**Mascara Factory**», che ha svelato la catena di questo prodotto in tutte le sue fasi di lavorazione. Pubblico delle grandi occasioni (con esperti, giornali, tv) perché non bisogna dimenticare che il mascara è il più complicato tra i prodotti make-up, la perfetta combinazione tra la qualità della formula chimica e il packaging di più alto livello, ed è uno dei prodotti di punta di un pool di industrie italiane leader nel mondo.

Le aziende partecipanti rappresentavano l'eccellenza mondiale del settore. Tra queste **Ancorotti (formula)**, **Brivaplast** (flacone-capbrush), **Omas** tecnosistemi (fabbricazione e riempimento), **Famar** (astucciamento), **Pusterla 1880** (astuccio), **Cavaliere & Amoretti** (astuccio edizione limitata), **Mettler Toledo** (strumentazione controllo qualità).

Ma non è l'unico riconoscimento a livello mondiale. Tra gli altri, ricordiamo il premio «**Innovation Award**» a Parigi nel 2012. Nello stesso anno, al **Cosmoprof**, la sua azienda ha ricevuto il «**Packaging design beauty awards 2012**», cioè il riconoscimento per il prodotto più attraente dal punto di vista del design creato nel 2012. Un successo prestigioso che la Ancorotti Cosmetics ha diviso con il partner tedesco.

Infine, Renato Ancorotti è stato invitato a portare la propria esperienza all'«**11° Festival della Scienza a Genova**» ed è stato intervistato alla tre giorni della prestigiosa rivista **Wired** che mette in rilievo solo tutto quanto fa innovazione.



■ MASCARA DAY: COME SI CREANO I PRODOTTI PIU' FAMOSI AL MONDO

Renato Ancorotti, in centro alla foto, è stato uno dei principali protagonisti del «Mascara Factory» che al Cosmoprof di Bologna ha svelato la catena di produzione del mascara in tutte le sue fasi di produzione, grazie alle aziende espositori che hanno portato al Salone internazionale del make-up il loro personale mix di tradizione e di innovazione.

L'Ancorotti Cosmetics Spa ha ricevuto il certificato Certiquality

Prima azienda eccellente della cosmesi italiana



E' stata consegnato il certificato di qualità Certiquality alla **Ancorotti Cosmetics Spa**. Il prestigioso riconoscimento alla eccellenza gestionale è stato consegnato dal presidente dell'istituto Certiquality, **Giovanni Ceriani**. Rappresenta il traguardo delle certificazione dei sistemi di gestione per la qualità, l'ambiente e la sicurezza. Ceriani ha sottolineato. «Si tratta della prima azienda di cosmesi a ottenerlo in Italia».

«Non posso che fare i complimenti ad Ancorotti. Da imprenditore, so bene quanto sia difficile ottenere una certificazione così prestigiosa» è stato il commento di **Gian Domenico Auricchio**,

■ GLI OSPITI PRESENTI

Da sinistra: **Massimiliano Falanga**, **Gianni Rossoni**, **Gian Domenico Auricchio**, **Renato Ancorotti**, **Morena Saltini**, **Giovanni Ceriani** (presidente dell'istituto Certiquality), **Giuseppe Zucchetti** e **Federico Lena**.

presidente della Camera di Commercio di Cremona e di Unioncamere Lombardia. **Massimiliano Falanga**, direttore dell'Associazione Industriali di Cremona, ha consegnato ad Ancorotti un altro riconoscimento, da parte della stessa Assoindustria, sempre dovuto ai risultati eccellenti dell'azienda di cosmesi. Infine, **Giuseppe Zucchetti**, direttore della Libera Artigiani: «Renato, ti ringrazio per essere restato a Crema. Rimanere qui è una scelta che ti rende onore».

28 ISCRITTI, 22 GIA' LAVORANO

Il primo corso di cosmesi fu un successo Tutto finito?

Vi ricordate della scuola per tecnici della cosmesi istituita all'Itis Galilei di Crema? Quel corso ideato da Renato Ancorotti con la collaborazione dell'Itis stesso e di Libera artigiani, ha avuto successo. Su 28 studenti che hanno frequentato quel corso, 22 stanno già lavorando. L'Itis ha partecipato ancora al bando regionale per ripetere il secondo di questo corso, ma l'ha Regione non l'ha finanziato.

Il costo sarebbe stato di 135mila euro, di cui il 70% sarà finanziato dalla Regione, e il 30% cofinanziato da partner. Niente da fare. Eppure era aumentata di numero e autorevolezza la platea delle aziende che vogliono questi corsi. Oltre imprese locali della co-

■ E' STORIA

Foto storica: il primo corso della scuola di cosmesi è diventato realtà. Si festeggia tra politici regionali e locali. Oggi si ricomincia, ma solo grazie all'impegno delle aziende.



Suo il primo asilo nido aziendale provinciale

Ancorotti, quando era il titolare di Gamma Croma, inaugurò il 29 aprile 2006 a Vaiano un nido con 36 posti per i bambini dai 12 a 36 anni, figli dei dipendenti dell'azienda. Funzionava 16 ore al giorno per dare risposta alla organizzazione aziendale basata sui turni. Andava incontro anche alle esigenze del territorio mettendo a disposizione circa il 50% dei posti per i bambini della zona.

smesi, si sono aggiunte la Intercos e Cosmetica Italia, l'associazione a cui sono iscritte 500 imprese della cosmesi nazionale. Altre aziende ed enti aderenti: la Lumson, l'università di Pavia, la Fratelli Bettinelli Spa

che costruisce sistemi per automazione per la cosmesi e del medicale.

Si pensa a un nuovo corso. Ma finanziato solo dalle aziende. Per continuare un'esperienza utile agli imprenditori e agli studenti.

INTERNAZIONALIZZAZIONE



La Ancorotti è un'azienda globale? Sì. Basterebbe ricordare che cosa è successo all'ultimo Cosmoprof a Bologna. Una valanga di gente era entrata nello stand dell'azienda cremasca: oltre 250 persone in tre giorni. Di queste, interessate ai prodotti della Ancorotti Cosmetics Spa, 140 venivano dall'Europa (di cui 50 italiani, il 20% del totale) e 110 dal nuovo mondo. Lui, Renato Ancorotti, all'estero ci è andato da giovane. «Nell'84, ho messo in piedi la prima azienda. Nell'86 stavo già

«Nell'84 già esportavo all'estero Erano anni in cui c'era solo il fax»

esportando in Francia, Germania e Russia. Ed erano anni in cui si lavorava con il fax, e in Spagna solo con il telefono». Ha aperto un'azienda in India che serve il mercato indiano e dei Paesi vicini, la Ancorotti Skin Care, diventata poi Cosmetics India.

Andare all'estero è indispensabile? «Chi non esporta, è finito. Persino rimanere solo all'interno del mercato europeo, è già un rischio. Bisogna spingersi in Russia, Far East, Brasile». **Che cosa serve per sbarcare a Parigi piuttosto che a Hong Kong?** «Ci vuole un'azienda votata all'estero e che, quindi, possiede una struttura che conosce tutto del Paese in cui esportare: lingua, usi e costumi». **Ma non è che un im-**

prenditore si alza una mattina... «Certo. E' importante avere, per esempio, un imprenditore apripista che ti introduca nell'ambiente. Dario Ferrari di Intercos, negli anni Ottanta, aveva già la fama di esportare un eccellente prodotto». **Come sono stati i primi anni da contoterzista che vuole fare export?** «Anni avventurosi, ma utili per la conoscenza di clienti, fornitori, mercati, legislazioni, dogane, e della mentalità del Paese».

Chi può fare fortuna all'estero? «Il contoterzista che ha un suo prodotto da proporre». **Porte chiuse per chi fa solo confezionamento?** «No, se all'inizio si lega ad aziende che già esportano».

Ancorotti, un imprenditore che non ha finito di stupire

Nel 1984, la prima azienda. Nel 2009, è ripartito da una start-up. Fondatore del Polo della cosmesi e del corso per operatori di make-up, è membro del direttivo di presidenza e di giunta di Unipro. Nel 2013-2014, si è laureato presso la facoltà di Farmacia di Novara.



Dalla cosmetica un grande successo imprenditoriale, grazie a tecnologia, investimenti, ricerca e marketing. Un'azienda che ha fatto del mercato globale la propria mission, divenendo un modello di riferimento per i più famosi brand del settore. L'azienda, nata dall'idea di Renato Ancorotti nel 1984 con il nome di Gamma Croma, dedita alla produzione di cosmetici per conto terzi, è divenuta Ancorotti Cosmetics nel 2009 grazie alla figlia Enrica, e si è trasformata in un'azienda leader nel settore a livello mondiale.

La scelta del prodotto "mascara" non è casuale: stiamo parlando del protagonista assoluto della bellezza femminile. Il mascara è il cosmetico più apprezzato, perché permette di dare fascino e intensità a ogni sguardo, ma è anche un prodotto altamente tecnico dal punto di vista formulistico e difficile da realizzare. Ancorotti Cosmetics ha accettato questa sfida concentrandosi non solo sulla ricerca, lo sviluppo e la formulazione di formule di mascara innovative.



Costante è l'attenzione di Ancorotti Cosmetics alle risorse umane e alla formazione interna, così come al welfare aziendale. Ancorotti è stato tra i primi a realizzare anche un nido aziendale. Non solo: un'altra delle caratteristiche di questo imprenditore è quello di venire incontro alle aziende, alle cooperative e ai loro dipendenti quando la situazione diventa complessa. Nel 2005, infatti, è intervenuto a sostegno dell'Ametek assunto personale che la stessa azienda aveva messo in mobilità. Poi, nel 2012, nella sede cremasca dell'amministrazione provinciale siglò l'accordo che sancì l'assunzione di 16 dipendenti della cooperativa «L'Alternativa». Qualche mese pri-

ma, l'Ancorotti Cosmetics aveva già assunto 15 persone, tra i quali alcuni diversamente abili, provenienti sempre dalla cooperativa l'Alternativa. «Nonostante la crisi sia innegabile» aveva concluso Ancorotti, «è giusto fare il possibile per tutelare le eccellenze produttive e le risorse umane del territorio».

E per quanto riguarda la nascita a Crema di una scuola stabile per operatori della cosmesi, Ancorotti ha le idee chiare: ««Sarebbe molto utile avere a Crema un'Alta Scuola in make up da situare nel polo universitario della città per formare personale in possesso di adeguate conoscenze tecniche, al servizio delle imprese del settore».

Concretamente? «E' necessario un corso biennale post diploma a pagamento che sappia formare specialisti che conoscano alla perfezione il prodotto cosmetico e ne supportino lo sviluppo. Sia dal punto di vista tecnico che manageriale». Inoltre, «i tecnici e i manager formati a Crema in cosmetica devono avere una preparazione tale da poter essere richiesti anche all'estero, e la nostra città deve diventare, infine, un punto di riferimento per gli studenti che vengono da altri Paesi».