

La cosmesi naturale è solo made in Turin

L'azienda di Maria Grazia Reynaldi nata nel capoluogo subalpino si sta affermando nel mondo

Chi conosce Maria Grazia Reynaldi sa che, tra le icone del made in Turin, i suoi prodotti stanno agli appassionati della cosmesi naturale come la crema di gianduja sta ai golosi. Praticamente un'istituzione. Perché lei, la «dottoressa», almeno due decenni prima che l'Italia diventasse un paese di esperti in fitoterapia e cure alternative, già lisciava la pelle dei torinesi con borragine, equisetto, carota e piante di ogni genere. Merito di una passione nata frequentando il corso di chimica dei prodotti cosmetici alla facoltà di Farmacia e cresciuta nello storico laboratorio di cosmesi naturale di Torino, diventata poi, nel giro di venticinque anni, una delle più riuscite e originali iniziative dell'economia femminile piemontese (come dimostra il suo ruolo di Vicepresidente della Delegazione Piemonte e Valle d'Aosta dell'Associazione imprenditrici e donne dirigenti d'azienda): un marchio che oggi sta conquistando il mercato degli Stati Uniti e uno stabilimento che produce creme, oli, lozioni, prodotti professionali per capelli e profumi destinati a finire sugli scaffali di profumerie, erboristerie, saloni di bellezza e supermercati biologici con l'etichetta delle più celebri case del settore.

L'ingresso in azienda dei figli e delle nuore - Andrea, Marco, Grazia e Laura ognuno con lauree e competenze specifiche (farmacia, economia e commercio, giurisprudenza e informatica) - ha permesso all'azienda di affrontare un mercato più ampio e selettivo. «Nel 2000 abbiamo scelto di spostarci nel nuovo stabilimento nella zona industriale di Rivoli corso Allamano e di potenziare l'attività di terzisti - spiega Reynaldi -. E invece di dedicarmi a tempo pieno ai nipoti, come vorrei, eccomi qui a studiare formule cosmetiche di tutti i tipi e per tutti i canali di vendita». Sorride. In realtà c'è tempo anche per fare la nonna senza per questo tralasciare

il primo amore. Perché ogni prodotto è una passione nuova. «Preparare una crema è un po' come dipingere un quadro: si mescolano gli ingredienti come si farebbe coi colori di una tavolozza. E ogni prodotto è unico nel suo genere perché ogni cliente ha le sue esigenze di canale di vendita, di ingredienti, di funzionalità, di prezzo».

Un approccio, questo, che ha percorso i tempi. «Quando altri gruppi hanno cominciato a scoprire il mercato della cosmesi naturale, noi avevamo un'esperienza consolidata sia nella formulazione dei prodotti, sia nella loro lavorazione. Per questo abbiamo potuto proporci come terzisti full service; avevamo quasi vent'anni di esperienza con il nostro marchio. Una scelta vincente: oggi l'80 per cento del nostro fatturato è rappresentato da quello che produciamo per conto di altri marchi, dalle consulenze e dalle formule dei prodotti innovativi che vendiamo ai clienti. Non soltanto grandi gruppi del settore ma anche molte aziende piccole che propongono prodotti selettivi e di alta qualità. Negli ultimi anni il cosmetico si è imposto anche come prodotto promozionale per le aziende. Una fetta consistente di clienti nel settore della moda, del vino, dell'abbigliamento, della gioielleria, ci commissiona profumi e prodotti per la pelle in occasione del Natale o per promuovere l'azienda in occasioni particolari: il vantaggio è che possiamo gestire anche produzioni in numero limitato».

Mentre parla passeggia davanti a degli scaffali stracolmi di vasetti, flaconi e tubi di tutte le forme e di tutte le misure. Rappresentano il meglio del packaging nazionale ed estero presente sul mercato dell'imballaggio. «È questo uno dei punti di forza della nostra azienda. Vuoi una crema da vendere con il tuo marchio? Noi non ci limitiamo solo a formularla e a produrla ma siamo anche in grado di proporci e di rea-

lizzare per te l'immagine del prodotto: non hai che da metterla in commercio».

Ma non è che a forza di lavorare per altri verrà la tentazione di mandare in pensione il marchio «Dottoressa Reynaldi»? «Per niente. Il mio marchio ha appena compiuto 25 anni e per l'occasione, si è regalato una bella trasferta negli Stati Uniti».



AIDDA

ASSOCIAZIONE IMPRENDITRICI E DONNE DIRIGENTI DI AZIENDA

Affiliata alle
FEMMES
CHEFS D'ENTREPRISES
MONDIALES



IMPRENDITRICE Maria Grazia Reynaldi

il Giornale
del Piemonte

venerdì 5 maggio 2006