


Testata: 	Data: 28 dicembre 2020
Tipologia: Agenzia stampa	Pagina: //

 **TOP STORIES ITALIA: Euro Cosmetic pronta a crescere, anche con M&A**



Dowjones MILANO (MF-DJ)--Euro Cosmetic e' pronta a crescere sia per linee interne, sia per linee esterne, complice la spinta data dalla quotazione sull'Aim dello scorso 6 novembre.

E' quanto ha spiegato a MF-Dowjones Daniela Maffoni, a.d. di Euro Cosmetic, azienda specializzata nella Ricerca e Sviluppo, produzione e vendita di prodotti cosmetici.

"Il bilancio della quotazione e' piu' che positivo e se dovessimo tornare indietro la rifaremmo con la stessa determinazione. L'abbiamo decisa perche' vogliamo crescere e rafforzare ulteriormente la nostra posizione in settori e mercati chiave. Oggi siamo uno dei principali punti di riferimento nella formulazione e fabbricazione di prodotti personal care 'igiene, benessere e profumazione della persona' con uno stabilimento a Trezzano dove operano un centinaio di dipendenti e un fatturato piu' che raddoppiato in meno di dieci anni, che nei primi nove mesi del 2020 si e' attestato ha oltre 22 milioni", ha affermato Maffoni.

"Vogliamo crescere ancora sia per linee interne che per linee esterne.

La nostra visione e' di diventare un polo fondamentale della cosmetica e farmaceutica italiana. Per raggiungere questi obiettivi, la quotazione e' stata una decisione quasi naturale e tutti i proventi saranno destinati allo sviluppo", ha aggiunto la top manager.

"Abbiamo gia' in programma per il prossimo anno un ampliamento di 5.800 metri quadrati del nostro stabilimento, che si vanno ad aggiungere al sito produttivo attuale che ad oggi si dispiega su 10.800 metri quadrati, e che ci consentira' di aumentare la nostra capacita' produttiva. Parallelamente abbiamo avviato da tempo una campagna di scouting finalizzata alla valutazione di operazioni di acquisizione di societa' autorizzate a produrre dispositivi medico chirurgici, che possano consentire di sviluppare il canale farmacia e parafarmacia", ha spiegato la Ceo.

Sull'andamento del mercato cosmetico l'a.d. ha sottolineato che il comparto "e' stato inevitabilmente condizionato dalla pandemia Covid 19.


Tuttavia, ha dimostrato capacita' di reazione e di resilienza alla congiuntura negativa, sia nella tenuta degli indicatori economici, sia nella capacita' di mettere in atto strategie correttive, come, in alcuni casi, la rimodulazione della produzione verso gli igienizzanti, fondamentali per limitare la propagazione del virus".

Allo stesso tempo, "l'emergenza sanitaria che stiamo vivendo ha generato una serie di nuovi comportamenti e opzioni di consumo che probabilmente dureranno anche in futuro e che aprono nuove opportunita' per il settore: dalla dilatazione della beauty routine, alla cresciuta sensibilita' verso i concetti di cosmetici green e sostenibili, alla maggiore attenzione al concetto di safe beauty. Si tratta di trend e modalita' di scelta che venivano proiettati nel lungo periodo e che oggi sono invece diventati attuali. Come Euro Cosmetic, abbiamo gia' sviluppato formule e prodotti che vanno a soddisfare queste nuove esigenze, lavoriamo infatti con multinazionali e fornitori che sono gruppi internazionali e che ci mettono sempre a conoscenza dei nuovi trend. Possiamo oggi beneficiare di un importante vantaggio competitivo che ci consente di sfruttare tutte le opportunita' che il mercato presenta", ha concluso l'a.d.

pl paola.longo@mf-dowjones.it (fine)

MF-DJ NEWS

2811:01 dic 2020

Testata: 	Data: 28 dicembre 2020
Tipologia: Online	Pagina: //

Link:

http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202012281120011099&chkAgenzie=PMFNV

L'INTERVISTA: CEO; EURO COSMETIC PRONTA A CRESCERE, ANCHE CON M&A

28/12/2020 10:47

MILANO (MF-DJ)--Euro Cosmetic e' pronta a crescere sia per linee interne, sia per linee esterne, complice la spinta data dalla quotazione sull'Aim dello scorso 6 novembre. E' quanto ha spiegato a MF-Dowjones Daniela Maffoni, a.d. di Euro Cosmetic, azienda specializzata nella Ricerca e Sviluppo, produzione e vendita di prodotti cosmetici. "Il bilancio della quotazione e' piu' che positivo e se dovessimo tornare indietro la rifaremmo con la stessa determinazione. L'abbiamo decisa perche' vogliamo crescere e rafforzare ulteriormente la nostra posizione in settori e mercati chiave. Oggi siamo uno dei principali punti di riferimento nella formulazione e fabbricazione di prodotti personal care 'igiene, benessere e profumazione della persona' con uno stabilimento a Trezzano dove operano un centinaio di dipendenti e un fatturato piu' che raddoppiato in meno di dieci anni, che nei primi nove mesi del 2020 si e' attestato ha oltre 22 milioni", ha affermato Maffoni. "Vogliamo crescere ancora sia per linee interne che per linee esterne. La nostra visione e' di diventare un polo fondamentale della cosmetica e farmaceutica italiana. Per raggiungere questi obiettivi, la quotazione e' stata una decisione quasi naturale e tutti i proventi saranno destinati allo sviluppo", ha aggiunto la top manager. "Abbiamo gia' in programma per il prossimo anno un ampliamento di 5.800 metri quadrati del nostro stabilimento, che si vanno ad aggiungere al sito produttivo attuale che ad oggi si dispiega su 10.800 metri quadrati, e che ci consentira' di aumentare la nostra capacita' produttiva. Parallelamente abbiamo avviato da tempo una campagna di scouting finalizzata alla valutazione di operazioni di acquisizione di societa' autorizzate a produrre dispositivi medico chirurgici, che possano consentire di sviluppare il canale farmacia e parafarmacia", ha spiegato la Ceo. Sull'andamento del mercato cosmetico l'a.d. ha sottolineato che il comparto "e' stato inevitabilmente condizionato dalla pandemia Covid 19. Tuttavia, ha dimostrato capacita' di reazione e di resilienza alla congiuntura negativa, sia nella tenuta degli indicatori economici, sia nella capacita' di mettere in atto strategie correttive, come, in alcuni casi, la rimodulazione della produzione verso gli igienizzanti, fondamentali per limitare la propagazione del virus". Allo stesso tempo, "l'emergenza sanitaria che stiamo vivendo ha generato una serie di nuovi comportamenti e opzioni di consumo che probabilmente dureranno anche in futuro e che aprono nuove opportunita' per il settore: dalla dilatazione della beauty routine, alla cresciuta sensibilita' verso i concetti di cosmetici green e sostenibili, alla maggiore attenzione al concetto di safe beauty. Si tratta di trend e modalita' di scelta che venivano proiettati nel lungo periodo e che oggi sono invece diventati attuali. Come Euro Cosmetic, abbiamo gia' sviluppato formule e prodotti che vanno a soddisfare queste nuove esigenze, lavoriamo infatti con multinazionali e fornitori che sono gruppi internazionali e che ci mettono sempre a conoscenza dei nuovi trend. Possiamo oggi beneficiare di un importante vantaggio competitivo che ci consente di sfruttare tutte le opportunita' che il mercato presenta", ha concluso l'a.d. pl paola.longo@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

ADVFN Testata: Home of the Private Investor	Data: 28 dicembre 2020
Tipologia: Online	Pagina: //

Link: https://it.advfn.com/notizie/LINTERVISTA-Ceo-Euro-Cosmetic-pronta-a-crescere_83981483.html

L'INTERVISTA: Ceo; Euro Cosmetic pronta a crescere, anche con M&A

28 Dicembre 2020 - 11:04AM
MF Dow Jones (Italiano)



Euro Cosmetic e' pronta a crescere sia per linee interne, sia per linee esterne, complice la spinta data dalla quotazione sull'Aim dello scorso 6 novembre.

E' quanto ha spiegato a MF-DowJones Daniela Maffoni, a.d. di Euro Cosmetic, azienda specializzata nella Ricerca e Sviluppo, produzione e vendita di prodotti cosmetici.

"Il bilancio della quotazione è più che positivo e se dovessimo tornare indietro la rifaremmo con la stessa determinazione. L'abbiamo decisa perché vogliamo crescere e rafforzare ulteriormente la nostra posizione in settori e mercati chiave. Oggi siamo uno dei principali punti di riferimento nella formulazione e fabbricazione di prodotti personal care 'igiene, benessere e profumazione della persona' con uno stabilimento a Trezano dove operano un centinaio di dipendenti e un fatturato più che raddoppiato in meno di dieci anni, che nei primi nove mesi del 2020 si è attestato ha oltre 22 milioni", ha affermato Maffoni.

"Vogliamo crescere ancora sia per linee interne che per linee esterne. La nostra visione è di diventare un polo fondamentale della cosmetica e farmaceutica italiana. Per raggiungere questi obiettivi, la quotazione è stata una decisione quasi naturale e tutti i proventi saranno destinati allo sviluppo", ha aggiunto la top manager.

"Abbiamo già in programma per il prossimo anno un ampliamento di 5.800 metri quadrati del nostro stabilimento, che si vanno ad aggiungere al sito produttivo attuale che ad oggi si dispiega su 10.800 metri quadrati, e che ci consentirà di aumentare la nostra capacità produttiva. Parallelamente abbiamo avviato da tempo una campagna di scouting finalizzata alla valutazione di operazioni di acquisizione di società autorizzate a produrre dispositivi medico chirurgici, che possano consentire di sviluppare il canale farmacia e parafarmacia", ha spiegato la Ceo.

Sull'andamento del mercato cosmetico l'a.d. ha sottolineato che il comparto "è stato inevitabilmente condizionato dalla pandemia Covid 19. Tuttavia, ha dimostrato capacità di reazione e di resilienza alla congiuntura negativa, sia nella tenuta degli indicatori economici, sia nella capacità di mettere in atto strategie correttive, come, in alcuni casi, la rimodulazione della produzione verso gli igienizzanti, fondamentali per limitare la propagazione del virus".

Allo stesso tempo, "l'emergenza sanitaria che stiamo vivendo ha generato una serie di nuovi comportamenti e opzioni di consumo che probabilmente dureranno anche in futuro e che aprono nuove opportunità per il settore: dalla dilatazione della beauty routine, alla cresciuta sensibilità verso i concetti di cosmetici green e sostenibili, alla maggiore attenzione al concetto di safe beauty. Si tratta di trend e modalità di scelta che venivano proiettati nel lungo periodo e che oggi sono invece diventati attuali. Come Euro Cosmetic, abbiamo già sviluppato formule e prodotti che vanno a soddisfare queste nuove esigenze, lavoriamo infatti con multinazionali e fornitori che sono gruppi internazionali e che ci mettono sempre a conoscenza dei nuovi trend. Possiamo oggi beneficiare di un importante vantaggio competitivo che ci consente di sfruttare tutte le opportunità che il mercato presenta", ha concluso l'a.d.