

Testata:	L'Economia <small>del CORRIERE DELLA SERA</small>	Data: 12 aprile 2021
Frequenza: Settimanale	Pagina: 26	

L'azienda bresciana cresce. Obiettivo: stabilimento oltre confine

Euro Cosmetic, dalla quotazione al nuovo brand

«Un'azienda sì ma anche una grande famiglia». Daniela Maffoni presenta così la sua Euro Cosmetic, azienda che guida dal 2011 in qualità di amministratrice delegata. Una realtà specializzata in prodotti per l'igiene personale, per il benessere e la profumazione realizzati in conto terzi per grandi multinazionali, capace di crescere a due cifre nell'anno della pandemia.

«Dico sempre — racconta Maffoni — “dal dentifricio al profumo”, per far capire che copriamo una vasta gamma di prodotti ed è questa nostra capacità di essere versatili che ci ha permesso di crescere rapidamente». Nel 2020 l'azienda, quotata da novembre sul mercato Aim, ha toccato i 27,8 milioni di ricavi, un incremento di oltre il 22 per cento rispetto ai 22,6 milioni del 2019. Merito del lavoro di qualità realizzato nello stabilimento di Trenzano, in provincia di Brescia, dove sono impiegati oltre 90 dipendenti.

«Le performance ottenute — dice Maffoni — sono frutto dell'impegno costante nelle attività di innovazione dei prodotti e processi tecnologici. Nel 2020 hanno preso il via importanti progetti: tra questi il più significativo è la creazione di un concept cosmetico innovativo di prodotti skin care, con il deposito di un marchio cosmetico». La nuova linea Euro Cosmetic si baserà su principi attivi certificati. «Abbiamo pensato: siamo



Al vertice
Daniela Maffoni è l'amministratrice delegata della bresciana Euro Cosmetic, che guida dal 2011

produttori, abbiamo le formule e il know how perché non lanciare un brand nostro? Ovviamente, da bravi bresciani dai piedi piantati in terra abbiamo voluto studiare tutte le possibilità prima di avviare il progetto», aggiunge Maffoni. Il lancio è previsto nella seconda metà dell'anno e la linea è stata disegnata dando grande importanza alla tutela del pianeta, il che significa ridurre gli effetti negativi sull'ambiente. «Sulla confezione abbiamo fatto una riflessione: abbiamo deciso di puntare su una soluzione di packaging eco-sostenibile con tanto di tibri di certificazione», precisa la manager. Ma non c'è solo il nuovo brand nel futuro dell'impresa bresciana. L'azienda

ha recentemente investito quasi cinque milioni di euro per l'ampliamento del sito produttivo. A febbraio si è conclusa l'acquisizione di uno stabile di 600 metri quadrati adiacente alla sede storica.

Qui verranno prodotte le linee di confezionamento dedicate alle produzioni di alta gamma. «Nascerà un Atelier cosmetico dedicato ed entro il 2022 proseguiamo nell'ampliamento dell'area logistica per circa 5.800 metri quadrati», aggiunge Maffoni.

Lo step successivo nel percorso di espansione? L'internazionalizzazione. «La quotazione era finalizzata anche a questo. La distribuzione all'estero è circa il 35% del nostro fatturato ma in futuro l'idea è creare uno stabilimento oltre confine. Contiamo di concretizzare il progetto nei prossimi tre-cinque anni», conclude.

Diana Cavalcoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA