

Davines apre la fabbrica con l'orto. L'export di bellezza eco vale il 75%

— a pagina 21

Cosmetica. Cemento antinquinamento e un'oasi naturale nella struttura alle porte di Parma, piantumata con 300 metri quadrati di alberi all'interno di una cintura green su 11 chilometri che costeggerà l'autostrada

Davines apre la fabbrica con l'orto L'export di bellezza eco vale il 75%

Marika Gervasio

Dal nostro inviato

PARMA

Cento nuove formule concepite, 22 milioni di pezzi venduti per un fatturato di quasi 127 milioni di euro con una quota export del 75%: sono i numeri del 2017 del gruppo Davines, azienda di cosmetica italiana specializzata in prodotti professionali per la cura dei capelli e della pelle con i marchi Davines e Comfort Zone, che, per i suoi 35 anni di attività, si regala una nuova sede alle porte di Parma e un nuovo marchio. Tutto rigorosamente all'insegna dell'etica e della sostenibilità, i valori che guidano l'azienda fin dalla sua nascita, quando, nel 1983, una coppia, Silvana e Gianni Bollati, decide di aprire un piccolo laboratorio cosmetico.

L'assetto industriale prende forma e la componente familiare si rafforza con l'arrivo di Davide, nel 1992 che, dopo una laurea in farmacia in Italia e una specializzazione in cosmetologia a New York, fa il suo ingresso nel laboratorio di ricerca e sviluppo del gruppo fino a diventare il presidente.

«Per noi di Davines la sostenibilità è sempre stata una questione di responsabilità: verso noi stessi, i nostri clienti, i nostri fornitori e distributori partner, l'ambiente e le future generazioni - racconta Davide Bollati durante al serata di inaugurazione della nuova sede a Roncole Verdi -. Una filosofia che è anche

alla base del movimento B Corp di cui siamo parte dal 2016, che unisce aziende certificate che vedono nel business una forza positiva in grado di generare benessere per le persone, la società e l'intero pianeta».

E aggiunge: «Per contribuire a realizzare questo ideale, negli ultimi anni abbiamo moltiplicato i nostri sforzi sul territorio, coinvolgendo aziende, amministrazioni, associazioni e persone. L'obiettivo è dar vita a un sistema integrato per il beneficio di tutti. Il Davines Village è un acceleratore di questa filosofia: un luogo aperto alla comunità dove sostenibilità, bellezza, ricerca e benessere si fondono per esprimere meglio i nostri valori e irradiarli agli altri».

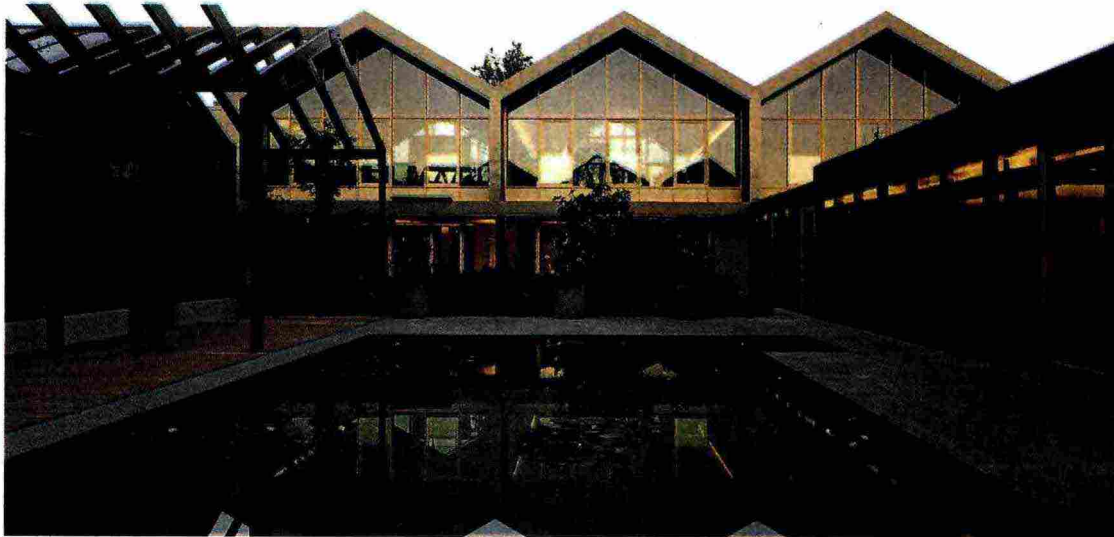
Il progetto architettonico, firmato dallo studio Matteo Thun&Partners, si estende su una superficie di 77mila metri quadrati. Il complesso, che reinterpreta in chiave contemporanea gli archetipi delle abitazioni tradizionali delle zone rurali italiane, copre circa 11mila metri quadrati (pari al 20% dell'area complessiva) e include gli spazi dedicati a uffici, formazione, laboratorio di ricerca e sviluppo, stabilimento produttivo, magazzino e una grande serra centrale adibita a ristorante e spazio di co-working. Speciale anche il cemento (poco) utilizzato: è arricchito da TX Active - un principio attivo fotocatalitico in grado di catturare le sostanze inquinanti migliorando la qualità dell'aria.

Protagonista del progetto è il verde: nell'area rimanente (l'80% della superficie complessiva) spiccano un

orto scientifico, in cui vengono coltivate alcune tra le specie vegetali presenti nelle formulazioni cosmetiche, e giardini. E poi il Kilometro Verde, iniziativa promossa a partire da un'idea di Davide Bollati per combattere l'inquinamento causato dalla vicina Autostrada del Sole. Lungo gli 11 chilometri di autostrada che lambiscono il territorio parmense, verranno piantati alberi naturalmente predisposti a contrastare le emissioni nocive delle automobili in transito. All'interno della nuova sede aziendale, Davines darà il via alla piantumazione dei primi 300 metri della cintura green che sarà completata grazie al contributo delle imprese limitrofe.

Così tra etica e sostenibilità il gruppo continua a crescere. «Nel primo semestre dell'anno abbiamo registrato una crescita dei ricavi del 20% - afferma l'ad Paolo Braguzzi - e questo ci fa ben sperare per la chiusura del 2018 sia in Italia sia all'estero con gli Usa che restano il nostro mercato locomotiva, ma vanno molto bene anche Regno Unito e Francia. Da quest'anno ci stiamo focalizzando anche su un'altra area molto strategica: l'Asia. Gestiremo direttamente il mercato di Hong Kong, dove adesso abbiamo un ufficio: sarà la nostra finestra sull'area asiatica. Inoltre, apriremo un monomarca Davines e Comfort Zone a Tokyo». Ma le novità non finiscono qui. Quest'anno, infatti, il gruppo lancerà in Italia il suo terzo marchio, Skin Regimen, di skincare di fascia alta, nato da una costola di Comfort Zone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Green.
Il nuovo Davines Village sorge a Roncopascolo, alle porte di Parma, su una superficie di 77mila metri quadrati l'80% dei quali dedicato ad aree verdi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 062835