

MASCIA BRUNELLI: L'ESPERIENZA MEDICALE AL SERVIZIO DEL BEAUTY

Di [Fulvio Aniello](#) - 25 Aprile 2019

Beatrice Brunelli, responsabile della Divisione Cosmesi di Mascia Brunelli, ci racconta la mission del brand che dall'esperienza medica e farmaceutica ha creato prodotti legati al mondo della cosmetica.



ABBIAMO INCONTRATO BEATRICE BRUNELLI PER PARLARE DELLE NUOVI PRODOTTI DI COSMETICA FIRMATI MASCIA BRUNELLI E DEL PERCORSO DI UN'AZIENDA CHE HA FATTO DELLA SUA ESPERIENZA FARMACEUTICA E MEDICALE LA SUA VERA FORTUNA NEL SETTORE DELLA COSMESI.

Ci può parlare un po' di questo progetto? Si tratta di un progetto che presenta la linea corpo della divisione cosmetica di Mascia Brunelli.

Come è organizzata l'azienda Mascia Brunelli? L'azienda nasce 70 anni fa come ditta esportatrice di prodotti ospedalieri, quindi prodotti diagnostici e medicali. Nel 2003 abbiamo deciso di ampliare la nostra attività interessandoci ad un nuovo settore che è quello della cosmetica.

Come mai avete scelto di puntare sull'universo della cosmetica? Ci siamo avvicinati alla cosmetica grazie ad una serie di opportunità che ci sono capitate, perché avevamo un prodotto per l'epilazione permanente che veniva dagli Stati Uniti e questo è stato il primo prodotto che ci ha inseriti nel settore. Da quel momento è nata la necessità di creare una linea di nostra formulazione composta da prodotti per lo skin care.

Quali sono i plus che avete riscontrato arrivando da un mondo più farmaceutico? I plus di venire dal medicale sono legati prima di tutto alla filosofia e al modus operandi: noi venendo dal medicale siamo abituati a mettere sul mercato prodotti dall'efficacia certa. Il nostro prodotto è un prodotto sicuro, efficace e con una struttura formulativa piuttosto complessa e innovativa.

Spesso al giorno d'oggi si vendono più promesse che prodotti. Come fate ad aiutare i vostri clienti a capire che acquistando un vostro prodotto si compra realmente un risultato certo e non una promessa? Questa è la cosa più difficile di tutte. Noi adesso siamo più spostati sul mondo online, realtà nella quale è molto difficile capire la differenza tra prodotti poiché non tangibili. Per questo inizialmente abbiamo scelto di approcciare alla commercializzazione attraverso il canale dei centri estetici, dove il cliente poteva provare direttamente il prodotto testandolo su di sé.

Qual è stata la risposta della clientela? La difficoltà è legata alla conoscenza del marchio. Essendo nati su un mercato btob ci stiamo affacciando al btoc con promozioni, formule di acquisto appetibili e lavorando molto sul digitale per far conoscere il più possibile il brand a consolidarne la brand knowledge. Abbiamo attivo il reso gratuito, ma chi li acquista una volta poi li ri-acquista nuovamente.



L'ultima volta che ci siamo visti Lei era in dolce attesa. Che consiglio si sente di dare alle donne e mamme manager? Domanda difficile! Bisogna trovare degli aiuti giusti per tornare il prima possibile nel mondo del lavoro, perché purtroppo l'Italia non aiuta tanto (differentemente da altri paesi). È difficile riuscire a lavorare tutto il giorno con un bambino piccolo se non si ha un aiuto solido.

Parlando di paesi, quali sono i paesi in cui Mascia Brunelli è più forte? Noi esportiamo in 70 paesi principalmente prodotti diagnostici e medicali. Esportiamo dal Far East fino all'America del Sud. Circa il 30% del fatturato è europeo, ma adesso ci stiamo orientando verso il Medio Oriente per quanto riguarda il lancio del prodotto cosmetico.

Quali sono le nuove tendenze del mondo cosmetico secondo Lei? Cosa vedremo nel prossimo futuro? Io credo che vedremo prodotti incentrati sulla protezione della pelle soprattutto per quanto concerne agenti inquinanti e smog: prodotti per proteggere la pelle dall'inquinamento atmosferico e ambientale. Si tratta di un tema che adesso andrà molto di moda.

Cosa ci può dire invece in materia di tecnologia? Che futuro ha il mondo della cosmetica in relazione alla tecnologia? Ci sono tante macchine che prima erano dedicate solo all'uso professionale e ora sono state depotenziate e inserite sul mercato per l'hand-use. Io consiglio sempre di fare trattamenti più efficaci e più forti all'interno di un centro specializzato, che sia medico o estetico. A casa è più facile utilizzare un buon prodotto cosmetico, facile da applicare e senza controindicazioni.

Tornando al mondo del web: avete deciso di puntare sull'e-commerce. Avete adottato qualche strategia particolare? Sì, abbiamo selezionato i prodotti da immettere sull'e-commerce, per dare strumenti validi ed efficaci e contemporaneamente sicuri per un utilizzatore non professionista. Poi abbiamo completamente stravolto il nostro metodo di comunicazione perché adesso non abbiamo più un prodotto BtoB ma BtoC, quindi largo al web, ai social e al web marketing che ci stanno facendo lavorare su una comunicazione del tutto diversa e collegata al lancio del sito.

Fonte foto: [Morino Studio](#) / Mascia Brunelli