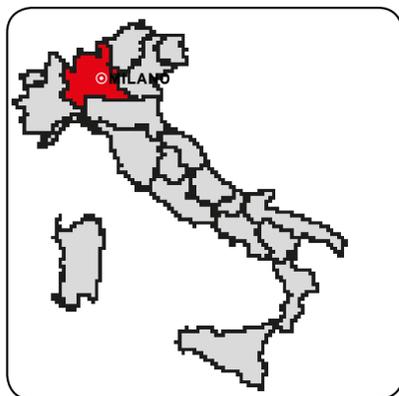


Quella crema che fa bello anche il bilancio



Con l'obiettivo di 5 milioni di fatturato entro quest'anno, +53%, l'azienda di cosmeceutica dei D'Antonio guarda a un futuro prossimo pieno di iniziative: la distribuzione allargata a beauty farm e centri estetici, l'apertura di Medical spa a marchio Miamo, le nuove frontiere dell'epigenetica con prodotti per le diverse fasi della vita. Intanto la ricerca nutrizionale...

Quando si chiede a Giovanni d'Antonio, fondatore e ceo di Medspa con la sorella Camilla e la madre Elena Aceto di Capriglia, se nei suoi progetti futuri, data la crescita sorprendente e i numeri dell'azienda, ci sia la volontà di vendere ai nomi storici del settore farmaceutico, la risposta è sempre una: «Qui non si vende, si compra». Ed è con questo spirito combattivo, e sempre pronto a guardare oltre, che nel 2006 è iniziata la semina di quella che oggi è una storia di successo tutta italiana e che in un'ottica di sviluppo ed espansione rimarrà italiana. Infatti «mai avremo l'intenzione di delocalizzare,» ha assicurato l'imprenditore, 32 anni.

I numeri dell'azienda parlano da soli e fotografano una situazione in costante crescita, su tutti i fronti, dal bilancio al prodotto, alla distribuzione. Il fatturato 2017 è stato chiuso, secondo le previsioni, a 3,2 milioni di euro con un incremento del 30% rispetto al 2016, e un utile di 392 mila euro quasi raddoppiato rispetto ai dodici mesi precedenti, grazie al notevole incremento dell'efficienza che ha consentito di mantenere i costi sotto controllo. Si è incrementato anche il patrimonio aziendale, che ha portato la società ad avere un attivo di quasi 4 milioni di euro. I ricavi di vendita sono in crescita anche quest'anno in linea con il business plan che



CAMILLA D'ANTONIO, con la madre Elena Aceto di Capriglia, che ha aiutato i figli, Camilla e Giovanni, a sinistra, ceo di Medspa, a fondare e lanciare l'azienda. Camilla, direttore scientifico di Medspa, è stata il più giovane membro dell'Americam Anti Age Society. Medspa si è affermata, infatti, con prodotti per il benessere delle pelle, in particolare la cura dell'acne giovanile

prevede di raggiungere 5 milioni di euro a fine dicembre, mettendo a segno una performance superiore al 50% rispetto all'anno precedente, mentre la marginalità, segnata dal rapporto tra ebitda e ricavi, dovrebbe toccare il record del 57%.

Il fattore chiave di successo nella poco più che decennale storia dell'azienda è stata la combinazione virtuosa tra l'efficacia del prodotto, messo a punto in gran parte da Camilla d'Antonio, grazie alla sua solida esperienza di ricercatrice, e una visione anticipatrice della rivoluzione che ha attraversato il

mondo del benessere in farmacia.

Medspa ha puntato molto sull'ampliamento della rete distributiva raggiungendo circa 700 farmacie attive su tutto il territorio nazionale, e chiudendo accordi con gruppi di primaria importanza tra cui Alliance Healthcare. Ma non solo. Nel suo percorso di crescita la società, oltre alle farmacie tradizionali, ha allargato l'attività ai centri estetici, beauty farm e spa con la nuova linea SkinProfessional, che nei primi 6 mesi di quest'anno ha quasi triplicato le vendite ed è in ulteriore espansione.

«Con Maschera Age Reverse, Medspa è la prima azienda a parlare di cosmigenomica ed epigenetica»



Un'altra spinta alla crescita sta arrivando dall'avvio, in gennaio, dei servizi di formazione e affiancamento di Miamo Academy, e dall'attività delle prime Medical Spa a marchio Miamo, dove i prodotti cosmeceutici pensati in protocolli su misura sono accompagnati da gesti cosmetici mirati a massimizzare gli effetti all'interno di strutture qualificate. Fondamentale in questa strategia è l'attività di tutela del marchio e di sviluppo per vie esterne, quindi procedendo con accordi con distributori internazionali per irrobustirne la presenza sul territorio nazionale ed internazionale e monitorando e analizzando le richieste che arrivano dal web dove, fin dalla nascita, i marchi Miamo e Nutraivens hanno riscontrato successo. L'obiettivo del prossimo anno è dedicarsi con ancor maggior impegno all'estero e in particolare al grande mercato della Cina, mentre sul fronte della prodotto è in arrivo, questo autunno, una proposta che d'Antonio definisce rivoluzionaria. È la Maschera Age Reverse che combatte, contrasta, inverte i segni dell'invecchiamento. «Con questo prodotto Medspa è la prima azienda a parlare di cosmigenomica ed epigenetica,» ha sottolineato d'Antonio.

AGE REVERSE, È RIVOLUZIONE NELLE REGOLE ANTI-AGE

Dalla scienza epigenetica, che studia i fenomeni di ereditarietà legati alle modifiche ambientali, nasce Age Reverse Masque, la nuova maschera multi-funzionale Miamo. Formula innovativa caratterizzata da una texture ricca e nutriente, esercita un'azione ristrutturante, antiossidante e anti-rughe, garantendo un trattamento anti-età globale. Grazie a EpigenAgeTM, pool di attivi di epigenetica ideato dai Laboratori Miamo, potenziato dall'elevata concentrazione di ingredienti funzionali, combatte i segni dell'invecchiamento e promuove il ringiovanimento cutaneo, regalando al risveglio un viso rigenerato, idratato e luminoso. È indicata per tutti i tipi di pelle. Il mondo della cosmetica sta orientando sempre più le sue ricerche verso l'epigenetica che è il futuro della formulazione di prodotti antiage.

Gli attivi ad azione epigenetica facilitano, infatti, il ringiovanimento e rinnovamento cutaneo, sfruttando i meccanismi di regolazione dell'espressione genetica a vantaggio della salute e la bellezza della pelle, riuscendo a modulare i geni coinvolti nei processi di invecchiamento e modulando i fattori che risultano alterati nell'invecchiamento cutaneo. In sostanza intervengono attraverso la stimolazione e la modulazione dei fenomeni epigenetici intrinseci dell'organismo per far fronte ai danni provocati dai fattori ambientali.

