



CHIAMATECI ECO-SURREALISTI

All'indomani dell'acquisizione da parte di una compagine internazionale, uno storico player di casa nostra vede schiudersi dinanzi a sé orizzonti e sinergie inaspettati che consentono di pensare a una crescita dimensionale e di risultati accompagnata dall'evoluzione della sua vision e mission

ROBERTO CARMINATI

verso vegetale e fantastico potenziato dalla tecnologia che genera meraviglia, una nuova visione di sostenibilità influenzata da un re-incantesimo del mondo in cui l'ottimismo tecnologico, la fine della centralità dell'uomo e una nuova comunione tra non umano e Terra saranno una rivoluzione anche per il settore cosmetico».



Stefano Besi

il neologismo “eco-surrealismo”, derivato dall'unione dei concetti di ecologia e surrealismo, è la filosofia che anima il 2023 del distributore lombardo Bregaglio. «La natura surreale alimentata dall'artificio - hanno detto a *Kosmetica* i technical sales manager Alessandra Brocca e Stefano Besi - è ciò che il nostro Osservatorio ha definito Naturalia 4.0. È l'uni-

Alla luce di questo e dell'acquisizione da parte di 2M, qual è ora il ritratto di Bregaglio?

Essere entrati nel Gruppo 2M e diventare una società Surfachem apre nuovi orizzonti in un'azienda che ha fatto della distribuzione il proprio core business. 2M è aperta a sostenere la nostra crescita in un'ottica di vera partnership con clienti e fornitori. Puntiamo alla crescita dei risultati e delle risorse umane e strutturali per avere nel mercato e nel gruppo una



Alessandra Brocca

L'AZIENDA *in cifre*

6,5 milioni: i ricavi di Bregaglio nel 2020 | **14:** gli anni di presenza all'interno del gruppo Zschimmer & Schwarz | **20:** gli anni di attività di 2M | **90:** i Paesi serviti da 2M Holdings Group nel mondo



posizione strategica.

Quale valore aggiunto vi garantiscono i vostri principali mandanti attuali?

Jeen International, Bionap, Campo, Cosun Beet Company, Carbonwave e PQ International esprimono, nelle loro proposte commerciali, il nuovo concetto di sostenibilità: la naturalizzazione della tecnologia in un rapporto di coevoluzione tra uomo, natura e tecnica. Le loro materie prime veicolano la filosofia Naturalia 4.0 con tre azioni essenziali: upcycling, alternative eco-friendly e sustainable process.

Come ritenete che l'idea di sustainable process possa cambiare il mondo della produzione?

Il filosofo Koert van Mensvoort, fondatore di Next Nature, definisce la tecnologia un elemento organico delle nostre esistenze parlando di biosfera e di tecno-sfera come di realtà sinergiche. Se biosfera e tecno-sfera cooperassero, i problemi di consumo energetico e idrico potrebbero essere risolti dalla natura potenziata mediante la tecnologia. Uno dei modi per ridurre l'impronta carbonica di un prodotto è consumare minor energia e acqua durante il processo di utilizzo della materia prima. L'innovazione in produzione può portare a notevoli risparmi energetici. Da qui il focus sull'uso di materie prime facilmente lavorabili in tempi ridotti, come la linea di emulsionanti cerosi a freddo di Jeen International.

Come vi rapportate con il tema della sostenibilità, in qualità di distributori?

La nuova realtà della quale siamo entrati a fare parte mostra di avere a cuore il tema della sostenibilità adottando politiche responsabili attente al benessere sociale. L'obiettivo è promuovere comportamenti sostenibili e virtuosi lungo l'intera supply chain. Un cambio di passo non facile per

Passato e futuro dell'azienda

L'incertezza influenza le imprese e il mondo beauty. Bregaglio, da oltre 30 anni sul mercato, vuole coltivare il bisogno di contatto umano e presenza più radicata sul territorio e di trasparenza nella comunicazione, con una clientela che chiede più riflessività e confronto tra tecnici commerciali e laboratorio. La preparazione tecnica è l'elemento che l'avvicina ai formulatori. Presso il marchio di Biassono (MB) trovano partner all'altezza. Al fattore umano si sommano poi gli incontri tra mandanti, con clienti selezionati, in sintonia con la filosofia della società.

chi fa distribuzione, ma possibile.

Nel quotidiano, quali politiche meglio rappresentano la vostra vocazione?

Comunichiamo ai clienti la sostenibilità dei produttori delle nostre materie prime diventando espressione della politica aziendale. La transizione green, per quanto urgente, non è immediata e i player coinvolti simultaneamente dovrebbero essere molti: economia circolare, produzioni più sostenibili, fonti rinnovabili, riduzione dell'uso di materie prime primarie in favore delle secondarie. Nel nostro piccolo, a metà della filiera, adottiamo comportamenti interni rispettosi del pianeta, partendo dalle piccole cose che creano sempre grandi passi avanti. ●