



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



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-

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».

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. ●

CALL US ECO-SURREALISTS

In the wake of its acquisition by an international conglomerate, a celebrated home *player* is seeing unforeseen horizons and synergies opening up before it, paving the way for growth in size and results, in tandem with an evolution in *vision* and *mission*.

The coining of the term *eco-surrealism*, taken from the concepts of ecology and surrealism, is the philosophy that drives 2023 for Bregaglio, the sustainability driven Lombardy distributor. Technical sales managers Alessandra Brocca and Stefano Besi told *Kosmetica* that, "Surreal nature fuelled by artifice is what our observatory has chosen to call *Naturalia 4.0*. It is the fabulous universe of plants powered by technology that generates wonderment. It is a new vision of sustainability, influenced by a re-enchantment of the world whereby technological optimism, the end of the centrality of man and a new togetherness between non-human and Earth will bring about a revolution that will inevitably also be felt in the cosmetics sector. The planet therefore, is embraced and considered as an authentic living organism no longer just to live on but to co-exist with, in absolute harmony".

In light of this and further to the acquisition by 2M, what is Bregaglio's image right now?

Becoming part of Group 2M and a Surfachem company has opened up new horizons in a group that has made distribution its "core business". 2M is prepared to boost and sustain our growth to the backdrop of real *partnerships* with customers and suppliers. We aim for growth in results as well as in human and structural resources to gain a strategic position in both the group and the market.

What do your current main suppliers offer you in terms of added value?

Our suppliers, Jeen International, Bionap, Campo, Cosun Beet Company, Carbonwave and PQ International, present this new concept of sustainability, understood as the naturalisation of technology in a relationship of co-evolution between man, nature and technology, in their commercial offerings. These are the suppliers that know how to ride this time frame of scrutiny about the planet with a novel approach. In fact, their raw materials convey our aforementioned philosophy, *Naturalia 4.0*, by means of three essential actions: *upcycling*, *alternative eco-friendly* and last but not least *sustainable process*.

How do you think that the idea of sustainable process can change the world of production?

The philosopher Koert van Mensvoort, founder of *Next Nature Network*, defines technology as an organic element of our existence, considering biosphere and technosphere as two realities that are not in opposition to each other, but rather, in synergy. If biosphere and technosphere were to work together, the problems of water and energy consumption that we are currently facing, could be resolved by nature powered through technology. One of the ways of reducing a product's carbon footprint is to consume less water and energy in the process of using raw materials. Innovation in the productive process can result in notable savings in energy. From here we see a *focus* on the use of raw materials that can be used easily in a shorter time frame, as is seen in Jeen International's cold process emulsifying waxes.

How do you relate to the topic of sustainability in your role as distributor?

We are aware of the fact that a sustainable organisation brings more value and impact to society and the environment, as well as creating solid relationships with the various *stakeholders*. The new reality into which we have stepped, shows that the topic of sustainability is key, thanks to the adoption of responsible policies that take into account social wellbeing. Our objective is to promote sustainable and honest practices along the entire *supply chain*. This is a change of pace that is not easy for those working in distribution but it is possible. As sales technicians we partially represent the face of this transition.

What do you do on a daily basis that best demonstrates your new vocation?

We talk to our customers about the sustainability of our raw material producers as a statement of company policy. The green transition, although urgent, is not immediate and the factors present at any one time need to be many, whether this be the circular economy, more sustainable production, renewable sources or a reduction in the use of raw materials, in favour of secondary raw materials. In our own small way, being in the middle of the supply chain, we adopt internal practices that respect the planet, beginning with the small things that make future leaps and bounds possible.

The past and future of the company

The current situation of historical and socio-economic uncertainty impacts the way businesses are run and the cosmetics sector can not consider itself immune. Bregaglio, with more than 30 years market experience, is seeing an increase in and wants to cultivate the need for continual human interaction, a greater presence on the ground and transparency in communication with customers who demand more thought and discussion between sales technicians and the laboratory. It is this technical preparation that brings Bregaglio closer to the formulators who can find ideal partners at the Biassono office (Monza and Brianza). In line with this essential people factor and in keeping with company philosophy, there are also the in-person meetings between suppliers and select customers. "The scarcity of raw materials, difficulties in supply, the health crisis, global economic difficulty, environmental problems and war have increased the fragility and liquidity in which we operate. Our bearings have been knocked off course in favour of unbridled individualism that today is obliged to reconsider its position if we want to continue life on this planet."

(Alessandra Brocca and Stefano Besi, technical sales managers)