

L'azienda apre il suo primo store a Milano e guarda già a Roma, ma anche all'estero

# Pinalli, il beauty si espande

## Obiettivo, 100 negozi entro il 2026 e una marca privata

DI ELENA GALLI

Una nuova immagine. Un «rebranding complessivo». È un innovativo beauty store, la cui inaugurazione, oggi a Milano, segna anche lo sbarco di Pinalli nel capoluogo lombardo. «Un punto di arrivo», ha sottolineato ieri Raffaele Rossetti, presidente e amministratore delegato della piattaforma italiana di distribuzione di prodotti per la bellezza e la cura del corpo. L'apertura del punto vendita milanese, circa 250 metri quadrati in corso Buenos Aires, una delle più importanti vie dello shopping, arriva a coronamento di un anno che ha visto una decisa espansione della rete distributiva dell'azienda: nel 2023 sono stati 12 i nuovi store, a cui si sono aggiunti il restyling o la relocation di altri cinque negozi.

Ma il 2024 si preannuncia altrettanto importante: Pinalli, che attualmente conta 75 negozi nel Nord e Centro Italia, aprirà entro il primo semestre un punto vendita in Lazio (con tutta probabilità a Roma, anche se Rossetti non si è voluto sbilanciare) e punta a sbarcare anche all'estero «attraverso il canale digital», ha annunciato il presidente e a.d.

Non solo. Pinalli, che gestisce 400 brand e oltre 40 mila referenze, si appresta a lanciare sul mercato la propria private label. «Ne abbiamo già una, piccola, di accessori», ha spiegato Rossetti, ma per debuttare con una linea a marchio proprio «dovevamo prima avere una dimensione importante e una identità chiara».

Nelle scorse settimane l'azienda, nata nel 1984 a Fiorenzuola d'Arda (Piacenza), ha presentato la nuova corporate identity e il nuovo logo. In linea con quello che vuole essere «un nuovo modo di fare beauty in Italia», ha sottolineato il presidente e a.d., che ama definire Pinalli «una startup». L'azienda ha 40 anni di storia, ma sei anni fa ha chiamato l'allora 37enne Rossetti ad avviare una trasformazione «per proiettare Pinalli in un'altra dimensione». Un «enorme cambiamento», che ha visto l'ingresso di «tante competenze nuove: tutto è partito dalle persone. Per questo definisco l'azienda una startup», ha detto Rossetti. Un'azienda di 500 persone (età media 36 anni), per il 95% donne, che rappresentano il 90% dei ruoli apicali. È una logistica che è parte integrante del gruppo e che può contare su dipen-



Raffaele Rossetti nel nuovo store di Pinalli a Milano

denti diretti e su un magazzino di 5 mila metri quadri a Fiorenzuola d'Arda.

Pinalli, terzo player del settore in Italia («è l'unico italiano», ha tenuto a ribadire Rossetti), ha iniziato a

puntare sull'e-commerce fin dal 2012 e ha rinnovato completamente la piattaforma nel 2022: oggi le vendite online rappresentano il 25% del totale, ma l'omnicanalità continua a essere uno dei

tratti distintivi del gruppo, accanto all'innovazione, non solo di prodotto: «un leit motiv dal 2018», ha aggiunto il ceo, «la tecnologia deve penetrare tutti gli ambiti aziendali».

In cinque anni i ricavi del gruppo, la cui quota di maggioranza dallo scorso febbraio è detenuta dal fondo H.I.G. Capital, sono più che raddoppiati, passando dai 56 milioni di euro del 2017 ai 118 milioni del 2022. «È il 2020, anno della pandemia, ha registrato lo stesso fatturato del 2019 grazie all'e-commerce», ha detto Andrea Pezzoni, responsabile commerciale. Gran parte delle vendite proviene dai circa 600 mila clienti loyalty.

Accanto all'omnicanalità, un altro pilastro della strategia di Pinalli è la consulenza: «uno dei driver che rafforzeremo nei prossimi anni, insieme alla formazione del personale. Un retail fisico deve avere personale altamen-

te formato», ha precisato Pezzoni.

Quanto all'offerta, i negozi Pinalli propongono una gamma di prodotti che spaziano dai marchi classici a quelli più moderni, a quelli cosiddetti indie, in linea con la volontà dell'azienda di proporsi come incubatore di nuovi brand: «un retailer», ha spiegato Rossetti, «che aiuta i brand nuovi a svilupparsi, la casa del beauty nato da zero».

L'azienda, che nel 2022 è entrata nel settore dell'healthcare aprendo una parafarmacia nel centro storico di Fidenza (Pr), conta di raggiungere il traguardo dei 100 punti vendita entro la fine del 2026.

«Sempre a gestione diretta», ha concluso il presidente e amministratore delegato. «In una distribuzione di brand molto selettiva, il presidio dell'immagine deve essere totale».

— © Riproduzione riservata —

## Design e arredo, a Roma torna la mostra Moacasa

Tendenze di design e trend di mercato. Mentre si conferma prioritaria l'attenzione all'ambiente.

Da domani al 5 novembre alla Fiera di Roma torna Moacasa, la mostra di arredo e design organizzata da Moa Società Cooperativa. Tante idee e soluzioni per rinnovare e ristrutturare la casa all'insegna di sperimentazione dei materiali ed ecosostenibilità. E così scarti derivanti da processi produttivi diventano una seduta di design e i legni recuperati dalle «foreste urbane» rinascono come mobili ecologici. Sempre più centrale nella progettazione degli ambienti il risparmio energetico, a favore di portafoglio e ambiente. «Dopo un biennio di crescita eccezionale, nel settore dell'arredamento c'è ottimismo e fiducia per numeri che continuano a essere positivi, secondo le stime, anche per il 2023 e per i prossimi quattro anni», ha spiegato Massimo Prete, presidente di Moacasa.

— © Riproduzione riservata —

## Lonely Planet, la Toscana nel Best in travel 2024

È la regione Toscana l'unica destinazione italiana presente nella pubblicazione internazionale Best in travel 2024 con cui Lonely Planet annuncia le mete imperdibili per il prossimo anno in base alle valutazioni e ai contributi dello staff, dei collaboratori, dei blogger. Cinque le categorie di riferimento per l'attribuzione dei premi: regioni, paesi, città, best value e sostenibilità.

«Lonely Planet», ha spiegato il presidente della Regione Toscana Eugenio Gianni, «è considerata a livello mondiale una sorta di Bibbia del viaggiatore e il fatto che abbia scelto la Toscana come unica destinazione italiana tra quelle da loro raccomandate per il 2024 ci riempie di orgoglio».

Sarà possibile scaricare gratuitamente la guida Toscana fino al 30 ottobre al link <https://www.lonelyplanetitalia.it/speciale/toscana>.

— © Riproduzione riservata —

## BREVI

**Going4Cruise porta in crociera i Cinema Lovers.** Film a bordo e visite guidate ispirate ai contenuti cinematografici. È il pacchetto esperienziale proposto da Going4Cruise, linea di prodotto di Going, tour operator di Msc Cruises: dall'estate 2024, su alcuni itinerari di navigazione vengono abbinati proiezioni di film che richiamano le destinazioni toccate ed escursioni ispirate ai contenuti cinematografici. Il progetto di Going4Cruise, in collaborazione con Msc Crociere e MovieMedia, porta ai crocieristi la combinata tra narrazione cinematografica accompagnata da critici, che commenteranno la pellicola prima della visione, e speciali visite guidate per rivivere le storie dei film proprio nelle location in cui sono sbocciate. Per lanciare Cinema Lovers, Going ha organizzato una prima visione di «C'è ancora domani» di Paola Cortellesi, in contemporanea a Milano, Napoli e Roma.

**Arcaplanet acquisisce tre ospedali veterinari.** Arcaplanet amplia la sua offerta di servizi con l'acquisizione degli ospedali veterinari Happy friends e Mypet clinic a Milano, Curno (Bg) e Verano Brianza (Mb). Le tre strutture, che offrono servizi veterinari completi, compresi pronto soccorso, degenza giornaliera, dia-

gnosi, chirurgia e terapia, manterranno piena indipendenza medica e scientifica e saranno potenziate sia a livello formativo che a livello di comunicazione.

**Iaquinta nel cda di Eprcomunicazione.** Nuovo ingresso in Eprcomunicazione. La spa quotata all'Euronext Growth Milan e associata Una, specializzata nella comunicazione e nelle relazioni pubbliche con forte connotazione digitale, ha accolto Aldo Iaquinta, che prenderà il posto di consigliere non esecutivo in sostituzione del dimissionario Roberto Della Seta. Iaquinta è a.d. di Aimu, membro del cda di Itas Network e del board esecutivo della scuola politica «Vivere nella comunità».

**Spazio, presentata Lunar City.** Next One Film Group, Vection Technologies, Thales Alenia Space e Altec hanno presentato il piano di sviluppo di Lunar City, piattaforma ed entertainment dedicata interamente allo spazio. Lunar City ha lo scopo di promuovere i viaggi nello spazio, ispirare e formare le generazioni future attraverso esperienze immersive. Il primo progetto che prenderà vita sulla piattaforma è «Travel Space Real Time» che apre le porte dell'universo spaziale a tutti in tempo reale con la Vr.

— © Riproduzione riservata —