

VERTIGO In quindici anni i cosmetici della linea "dott.Solari" hanno conquistato l'Europa dell'est e non solo



«Come ci apriamo a nuovi mercati? Con il passaparola fra i distributori»

Pietro Solari e Marta Maradini al centro nella foto con un gruppo di collaboratori nell'azienda di Somaglia: i cosmetici della Vertigo sono esportati in 16 nazioni

Prima la presenza alle fiere e i contatti diretti, poi l'endorsement da parte degli operatori del settore sulla qualità dei prodotti

di **Veronica Scarioni**

SOMAGLIA

■ Quasi il 40 per cento del fatturato arriva dall'estero, ma la "dott. solari cosmetics" punta a crescere di un altro 20 per cento nel corso di quest'anno. Nata nel 1985, l'azienda di Somaglia Vertigo produce e commercializza prodotti per parrucchieri e saloni di bellezza appunto a marchio "dott. solari cosmetics" e attualmente lavora con: Spagna, Polonia, Grecia, Slovacchia, Repubblica Ceca, Romania, Moldavia,

Russia, Ucraina, Lituania, Finlandia, Serbia, Bulgaria, Ungheria, Bosnia Erzegovina e Croazia.

«Il primo approccio con i mercati esteri è avvenuto 15 anni fa, quasi per gioco - raccontano i titolari **Pietro Solari** e **Marta Maradini** -. L'anno prima eravamo stati approcciati da un potenziale cliente americano; la collaborazione poi non si era concretizzata, ma ci aveva fatto venire voglia di guardare cosa ci fosse al di fuori dei confini nazionali. Con **Lodi Export** siamo arrivati in Russia; abbiamo acquisito altri Paesi tramite contatto diretto, nel senso che ci avevano chiamato perché avevano visto i nostri prodotti e altri ancora sono arrivati tramite fiere all'estero; ad esempio, avevamo partecipato alla Beauty World di Dubai. Inizialmente abbia-



Il 40% del nostro fatturato viene dall'estero, una quota importante che possiamo però incrementare

mo realizzato anche operazioni di scouting, nel senso che avevamo acquisito dei database e facevamo ricerca online di potenziali distributori. Poi, fortunatamente, è subentrato in modo importante il passaparola tra i vari distributori, che di fatto costituiscono una rete estera». Non solo fiere e contatti diretti, quindi. «Negli eventi i distributori si conoscono e si scambiano i contatti», chiariscono da Vertigo.

Oggi quasi il 40 per cento del fatturato dell'azienda viene realizzato all'estero. «Siamo cresciuti, ma non è abbastanza - osservano i titolari -, dobbiamo crescere ancora. Le aziende del nostro settore a cui guardiamo con ammirazione e che abbiamo a raggiungere contano su quote estere anche più importanti. Abbiamo una presenza all'estero superiore a quella di molti competitor, ma abbiamo ampi spazi di crescita, tant'è che abbiamo un global sales manager attivo sulla ricerca di nuovi mercati e nuovi potenziali distributori. Oggi la selezione e l'approccio sono molto più mirati».

Per l'azienda l'ultimo anno è stato molto soddisfacente: «Abbiamo acquisito nuovi clienti, in Paesi magari piccoli ma comunque molto interessanti, come la Moldavia, la Bulgaria e la Serbia. Recentemente abbiamo avuto un approccio con un potenziale distributore albanese. L'obiettivo che abbiamo per quest'anno è di crescere quasi del 20 per cento sul canale estero. C'è una politica molto attiva da questo punto di vista e puntiamo molto sul passaparola. Ad esempio, gli scorsi 19 e 20 aprile abbiamo realizzato un evento a Riccione in cui abbiamo ospitato distributori italiani ma anche alcuni stranieri. Tra loro c'era un operatore moldavo, insieme alla moglie e a un paio di suoi stretti collaboratori, che ci ha segnalato un suo amico, oltre che collega, che lavora in Azerbaigian». ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

A RICCIONE L'azienda ha riunito nel meeting romagnolo i clienti nazionali e i distributori esteri per presentare le nuove linee di colore

Una grande convention in riviera per sviluppare nuove partnership

I titolari della Vertigo con alcuni invitati al meeting di Riccione svoltosi nelle scorse settimane

SOMAGLIA

■ Un grande evento a Riccione per rafforzare le relazioni e presentare le novità. Il meeting 2026 di "dott. solari cosmetics", organizzato per il 19 e 20 aprile all'hotel Corallo, ha rappresentato una grande opportunità anche per incontrare i propri distributori esteri - oltre a quelli italiani e ai parrucchieri - e cogliere le opportunità che solo momenti del genere possono offrire. Il passaparola è una delle chiavi per l'espansione all'estero dell'azienda e ha dato risultati importanti anche in questa occasione, portando nuovi preziosi

contatti per ampliare la già ampia presenza internazionale.

La due giorni ha coniugato opportunità di relax, condivisione e importanti momenti di aggiornamento sull'azienda, con due presentazioni nelle sale congressi dell'hotel: la prima è stata dedicata ai distributori italiani ed esteri, mentre la seconda è stata pensata per i parrucchieri. La grande novità presentata è stata "Il colore", la nuova gamma di colorazione, una crema-gel senza ammoniaca che coniuga innovazione, performance e benessere con dei tempi di posa dimezzati



(15-20 minuti) rispetto a quelli di un colore tradizionale. Anche di questo i distributori stranieri presenti potranno parlare all'interno della loro rete e chissà che nuovi clienti arrivino a "dott. solari cosmetics".

«Il nostro meeting annuale ci dà sempre molta carica ed energia - commentano i titolari Pietro Solari e Marta Maradini -. Ci emoziona ritrovare persone che lavorano con noi da moltissimi anni, ma anche nuove persone che si uniscono alla famiglia "dott. solari". "Il colore" è un grande progetto ed investimento di quest'anno, che sta già riscuotendo molto successo. Presentarlo a Riccione alla presenza di molte persone, è stato una grande soddisfazione e un grande risultato. Ringraziamo tutto il nostro team». ■