

# Fatturato a 30 milioni per Dott. Ciccarelli

Pasta del Capitano e Cera di Cupra in un temporary store per intercettare i turisti esteri all'Expo

di Marika Gervasio

Un esperimento in vista di aperture di monomarca veri e propri: così Monica Pasetti, amministratore delegato dell'azienda di famiglia Farmaceutici dottor Ciccarelli descrive il progetto di apertura del Ciccarelli showroom, un temporary store in Via Sant'Andrea a Milano, dove, in occasione di Expo 2015, presenta in esclusiva le nuove linee premium Pasta del Capitano 1905 e Cera di Cupra Milano, sviluppate per potenziare la propria presenza nei mercati esteri. «Farmaceutici dottor Ciccarelli - spiega l'ad - è un'azienda che appartiene alla tradizione farmaceutica italiana, la cui sua storia risale al 1821 in un antico laboratorio nella cittadina marchigiana di Cupra Marittima, dove negli anni si sono succeduti i Ciccarelli, farmacisti di generazione in generazione. Dopo aver festeggiato oltre un secolo di storia con Pasta del Capitano e oltre 50 anni con Cera di Cupra, l'azienda ha assunto una fisionomia moderna e innovativa, e vuole celebrare il valore della sua tradizione made in Italy nel cuore di quella Milano che, dagli anni Cinquanta, ospita la sede aziendale».

In occasione di Expo infatti, lo showroom milanese accoglierà residenti e turisti presentando due nuove linee di prodotti di alta gamma, sviluppate con l'obiettivo di rafforzare la presenza dell'azienda - che ha chiuso il 2014 con un fatturato di 30 milioni di euro e una quota di export del 10% - all'estero. Pasta del Capitano 1905 e Cera di Cupra Milano sono le due linee celebrative di storia e tradizione, con packaging in stile vintage che richiama esternamente le confezioni originali, ma innovative per formulazione. Pasta del Capitano 1905 richiama l'anno di nascita della prima formulazione della celebre pasta dentifricia. La linea com-



A Milano. Il Ciccarelli showroom in via Sant'Andrea che resterà aperto durante l'Expo

prende cinque referenze di dentifrici con formulazioni messe a punto nei laboratori Farmaceutici dottor Ciccarelli, come la molecola brevettata Sulfetan Zn che ha consentito l'eliminazione di parabeni e conservanti. E a breve saranno lanciati nuovi prodotti. Il marchio Cera di Cupra Milano celebra invece "The secret of Italian beauty" con una gamma di tredici prodotti per viso, labbra e corpo. Le formule propongono nuove texture per rispondere in modo specifico anche alle esigenze di utilizzo e di cura della pelle delle donne di etnie e habitat differenti da quello italiano, lasciando però sempre delicate profumazioni che richiamano i paesaggi tipici del Bel Paese.

«Le nuove linee racchiudono, valorizzandoli, i punti di forza della nostra azienda - commenta Pasetti -. Storicità e tradizione familiare, italianità, ricerca e garanzia di qualità sono i capisaldi della nostra strategia di sviluppo verso i mercati che abbiamo identificato come prioritari, come Cina, Brasile, Corea, Regno Unito e Germania, ai quali si sono aggiunti più

di recente anche Australia, Nuova Zelanda, India e Nord America, fortemente interessate al made in Italy. Abbiamo individuato alcuni distributori con cui stiamo condividendo piani di sviluppo congiunti, linee strategiche di marketing e comunicazione per il supporto alle nuove linee» che sono già in distribuzione nei principali mercati esteri e, in limited edition in Italia, solo all'interno di Ciccarelli Showroom fino ai primi di settembre.

«Andiamo molto bene nelle grande distribuzione specializzata dove abbiamo la possibilità di esporre tutta la nostra gamma di prodotti che è molto apprezzata così come dimostra anche il buonissimo andamento delle vendite online, attraverso il nostro sito. Quindi forse - conclude l'ad -, l'idea di avere monomarca dedicati spingerebbe maggiormente le vendite sia in Italia sia all'estero. Esiste già un negozio a insegna Cera di Cupra in Honduras. Quello di Sant'Andrea è un progetto pilota e potrebbe non essere solamente un temporary showroom».