

# BEAUTY

TENDENZE + PROTAGONISTI + CONSIGLI

IL RACCONTO

**Così ho imparato  
a sentire il corpo**

di **ROBERTA SCORRANESE**

**8/9**

L'ANTEPRIMA

**A Roma una spa  
ispirata all'antico**

di **SILVIA NANI**

**70/71**



**La dolce bellezza**

Atar 22, leader nell'estetica professionale, compie dieci anni. Nel segno di un'innovativa ceretta brasiliana, come spiega il presidente Andrea Corda

## Da un'azienda per le auto la chiave per depilare senza «effetto schiaffo»

di LETIZIA RITTATORE VONWILLER

**U**n'intuizione di mercato. E di successo. Che Andrea Corda, presidente di Atar 22, azienda leader nel mercato dell'estetica professionale e delle cere cosmetiche, ha avuto dieci anni fa. Perché perseguita con coraggio e intraprendenza. La storia comincia nel 2010, quando, appunto, l'imprenditore, 49 anni, nato a Pavia, dopo un'esperienza in un grande gruppo cosmetico, comincia a ragionare sul sistema antiquato in cui viene eseguita l'epilazione nei centri di estetica. «Un'attività poco remunerativa che comporta attenzione, tempo e il massimo dell'igiene, da riqualificare. Così la mia ex socia ed io, all'epoca proprietari di una fabbrica in cui producevamo candele, cominciammo a cercare qualcuno che avesse voglia di investire in ricerca e sviluppo per rendere migliore il prodotto».

Lo trovarono in Inghilterra: un'azienda che, tra le altre attività, produce la resina per le scocche delle auto da corsa e per le scenografie. «All'inizio ci guardarono scettici, poi — siccome sono più fortunato che intelligente — il nostro interlocutore decise di collaborare. Così, studiando e sperimentando arrivammo a una formula performante». Ma, appunto, la fortuna aiuta gli audaci: il test in vero, durato un anno, all'interno di diversi centri estetici in Italia, suscitò l'entusiasmo di operatrici e consumatrici. E nel 2013 nasce Skin's Best Brazilian Waxing, un metodo professionale che s'ispira alla tecnica epilatoria brasiliana, rivoluzionandola. Merito di una materia prima eccezionale. «Mentre le altre cere si cristallizzano raffreddandosi, la nostra, una resina composta da polimeri all'avanguardia, rimane elastica, non richiede l'utilizzo di strisce e si fonde a una temperatura inferiore, intorno ai 48-50 gradi, ed è ideale anche per le pelli più sensibili — continua Corda —. Il pelo, anche quello più corto, viene inglobato e sfilato delicatamente in unico strappo senza attaccarsi alla pelle. Inoltre il trauma, come risulta dalle analisi dermatologiche, è selettivo, riguarda solo il bulbo pilifero e non intacca il film idrolipidico». Così l'effetto schiaffo sulla pelle è scongiurato.

Anche la routine, studiata in base alle fasi della crescita pilifera,



Andrea Corda, 49 anni, presidente di Atar 22

incide moltissimo sull'efficacia: i primi trattamenti vengono eseguiti a distanza più ravvicinata e poi i successivi ogni 28 giorni, quando il pelo è in fase «anagen», cioè comincia spuntare a poco più di un millimetro, e non è ancora molto robusto. «Minimizzando il dolore, l'epilazione diventa un classico rituale di bellezza». Aiutano molto a preparare e proteggere la pelle i prodotti specifici pre e post epilazione della linea Skin's. Punto nevralgico di tutto sono i centri estetici Skin's Best Brazilian Waxing (2.000 circa in Italia), presenti anche all'estero in 28 Paesi, che Atar 22 affianca per la formazione del personale e a cui offre consulenza e comunicazione.

«Il ruolo delle operatrici è importantissimo perché devono es-

sero preparate a utilizzare le cinque differenti cere, pensate per ogni parte del corpo». Atar22, dal nome simbolico — in aramaico Atar vuol dire fuoco antico (la holding del gruppo, poi, si chiama Atanor, il recipiente dell'alchimista in cui si fondono i metalli per la trasformazione in oro) —, ha un giro d'affari di sei milioni e mezzo l'anno, 28 dipendenti e 40 agenti, ed è costantemente impegnata nella ricerca e sviluppo per ottimizzare i prodotti. Nel 2021 ha arricchito il suo portafoglio di un marchio cosmetico: Cellula+, linea composta da otto prodotti professionali dedicati al rinnovamento cellulare e studiati dalla dottoressa di medicina estetica Rita Giacomello. I protocolli di skincare avanzata per tutte le esigenze, pelle secca, grassa, impura, i segni dell'età, le macchie e le iperpigmentazioni, prevedono cinque sedute dall'estetista e due kit da usare a casa.

«Si tratta di cosmetici che attivano un processo di rinnovamento e la stimolazione del turnover epidermico e che abbiamo messo a punto in tre anni, usando sempre lo stesso sistema di test negli istituti», conclude Corda.



**Exfo+ Deep Skin Renewal Concentrate di Skin's Best Brazilian Waxing, esfoliante che, applicato in modo costante e soprattutto tre giorni prima, facilita l'epilazione**



La campagna, sopra, del rossetto Hydrumatic Matte Lipstick di Avon con cuore idratante di acido ialuronico, sotto

## Non solo porta a porta Il pop-up store è l'ultimo traguardo

Avon evolve le relazioni con i clienti Apre a Milano con un rossetto che leviga le labbra

di SOFIA CATALANO

**E** se il successo di un marchio si misurasse nel tempo e con il tempo? Avon straccerebbe tutti i competitor. Infatti nello spazio di un secondo vende 3 rossetti nel mondo. Un traguardo straordinario frutto di perseveranza, competenza e soprattutto lungimiranza. Il marchio nasce infatti nel 1886, il fondatore è David H. McConnell, un venditore di libri porta a porta, che offriva prodotti di bellezza in omaggio, cadeau che riscuotevano più successo dei volumi.

Detto fatto, McConnell crea le prime fragranze e recluta un team tutto al femminile addetto alle vendite. Un modello di business estremamente innovativo, che permetterà alle donne anche un'indipendenza economica. È il primo passo di una lunghissima storia, costellata di successi, che ha come ultima tappa l'inaugurazione di un pop-up store a Milano, a suggellare il lancio del rossetto Hydrumatic Matte con un cuore idratante di acido ialuronico. «Un'evoluzione del "porta a porta" che ora si chiama "relationship selling" o "business delle relazioni" — dice Rosita Conte general manager di Avon Italia —. Le consulenti infatti adesso hanno il supporto delle tecnologie digitali, ma non abbandoneranno mai il contatto diretto e personale con il cliente, perché quella è da sempre la nostra forza, rivelatasi vincente». Molti clienti, infatti, non hanno modificato le loro abitudini e preferiscono la consegna diretta a casa, ma si avvalgono anche della consulenza di un esperto che dia dei consigli nel loro acquisti.

«L'iniziativa, legata al primo pop-up store firmato Avon, rientra in una strategia aziendale di accesso diretto alle persone, per far vivere un'esperienza a 360 gradi a coloro che non hanno avuto modo di provare la qualità e l'innovazione dei nostri prodotti» continua Rosita Conte. Eh già perché la qualità è importante, ma chi pensa che deve essere per forza costosa commette un grave errore. «La nostra filosofia è quella della bellezza democratica, accessibile a tutti, con prodotti che rispondono ai più alti standard di qualità e sicurezza. Riusciamo a farlo grazie ad un centro ricerca e sviluppo Avon che crea e testa, in maniera sostenibile e cruelty free, un migliaio di prodotti ogni anno, con 750 brevetti e oltre 300 premi vinti, frutto di un'avanzata ricerca scientifica».

Il traguardo è l'occasione per il nuovo logo e la nuova brand identity racchiusa nel claim «Embrace Your Power»: mostra la tua forza, in tutta la tua bellezza. Bellezza che trova un prezioso alleato nel rossetto Hydrumatic Matte, in 15 seducenti e vibranti tonalità, che vanno dal nude alla rosa peonia, fino al rosso rubino. Grazie alla sua formula unica, con più del 50 per cento di ingredienti idratanti e protettivi, Hydrumatic Matte renderà le labbra rimpolpite, dall'aspetto levigate. Un altro traguardo per il marchio che riesce ancora a rinnovarsi, anche in base alle esigenze del Pianeta. «Stiamo intraprendendo un viaggio ambizioso per rendere più sostenibili i nostri prodotti: puntando su meno imballaggi, su carta sostenibile, uso di materiali riciclati e riciclabili, ingredienti più rinnovabili e naturali, formule biodegradabili».



## BEAUTY CASE SKIN CARE



**Eau Thermale Avène Siero** concentrato idratante arricchito con acido ialuronico: Hydrance Boost (€ 34,90 in farmacia)



**Endocare Uniforma e dà tono e luminosità** con un'associazione di due retinoidi: Renewal Retinol 0,5% Intensive Serum (€ 58 in farmacia)



**Institut Esthederm Un biopolimero** forma sulla pelle un film protettivo dall'effetto levigante: Excellage Crème (€ 112)



**Nuxe Super concentrato anti-età** con acido ialuronico e microsferre di oli vegetali frazionati: Nuxe Super Serum Deluxe (€ 110 in farmacia)



**Labo Suisse Con attivi ossigenanti e molecole transdermiche** ha un'azione anti-età profonda: Oxy-Treat Anti-Age Crema Giorno (€ 83 in farmacia)

## LA STORIA

Nella terra sotto assedio  
la resistenza della cultura

Nata a Odessa, in Ucraina, nel 1986 Anna Golubovskaja, architetta, ha fondato e gestito fino al 2009, la galleria Liberty, una delle prime, specializzata in arte underground dagli Anni 60 agli Anni 80. Nel 2000 si è avvicinata alla fotografia, diventata poi la sua attività principale. Nel 2008 è stata fotografo ufficiale dei Rencontres Musicales Internationales de Graves, in Francia. Ha tenuto corsi on-line di Storia dell'arte e di fotografia e ha pubblicato diversi saggi sulla fotografia in Europa, nella città di Odessa del XIX secolo e nei Paesi post-sovietici. Dal 2017 al 2022 tiene il blog 365 photographers, che conta migliaia di follower. (Fumatrice, foto di Anna Golubovskaja, 2018, accanto)



**Lierac Rassoda, distende, leviga e si può applicare anche sul contorno labbra:** Lift Integral Il Contorno Occhi Liftante (€ 39 in farmacia)



**Shiseido Trattamento a base acquosa** con estratto di kefir che stimola il rinnovamento cellulare: Eudermine Activating Essence (€ 70)



**Rouge+ Il peptide argirelina** riempie e affina le linee di espressione con un effetto tensore fino a 6 ore: Siero Effetto Simil-Botulinum Smartfiller (€ 40)



**Avon Rimpolpa e favorisce la produzione di acido ialuronico e i livelli di idratazione:** Siero Concentrato Antirughe Anew (€ 19,99 su avon.it)



**BioNike Racchiude attivi** che agiscono sui meccanismi di autoriparazione: Defence Xage Ultimate - Crema Filler Notte (€ 40,90 in farmacia)



**Yves Rocher Nutre e leviga le pelli secche e mature:** Riche Creme Trattamento Illuminante Giorno (€ 32,95 in farmacia)



**Nivea Purifica, rimuove le cellule morte e previene la formazione di nuove imperfezioni:** Derma Skin Clear Peeling esfoliante notte (€ 8,99)



**Chanel Riduce segni e rughe, favorendo la rigenerazione con una concentrazione di Vanilla Planifolia polifrazionata:** Sublimine La Crème (€ 395)



**Cellula+ Gel detergente esfoliante** con alfaidrossiacidi della frutta, restituisce luminosità: Intensive Regeneration Cleanser (€ 38 in istituto)



**Clinique Agisce sulle discromie con un complesso illuminante, vitamina C ed estratto di gyokuro:** Even Better Clinical Brightening Moisturizer (€ 76)