

Un universo di naturale bellezza

L'acqua proveniente dalla più antica area termale europea e principi attivi rigorosamente di origine botanica alla base di uno storico marchio di cosmetici

DI ANDREA FANTOLI

Abano Terme, primo settembre 1966. Dalle acque termali salso-bromo-iodiche della più antica area termale europea, il bacino dei colli Euganei, e da una serie di estratti aromatici e fitoterapici, nasce, a opera del gruppo farmaceutico Fidia, Dermatrophine, la più antica azienda italiana del settore.

Nel 2000 viene rilevata da Sifarma che, con analogo expertise nel settore dermocosmetico con i marchi Canova e Pergam, ne porta avanti lo sviluppo arricchendola delle sue competenze.

Il successo dei nostri marchi, racconta Fabio Berchi, amministratore delegato di Sifarma, è giustificato oltre che dalla qualità dei prodotti, dall'attenzione che l'azienda ha verso i suoi clienti e dalla continua ricerca di sostanze di nuova genera-



zione che fanno dei nostri cosmetici e dermocosmetici qualcosa di assolutamente unico.

Dottor Berchi, quali sono i principali prodotti a marchio Dermatrophine?

Dermatrophine SkinCare e Decoreve, la linea di make-up curativo studiata per adattarsi ai differenti tipi di pelle e correggerne le imperfezioni.

Le basi e i fondotinta sono declinati secondo tre tipi di pelle - sensibile, matura e mista - per curare e coprire gli inestetismi cutanei in un'unica azione. Parliamo quindi di make-up curativo da abbinare, quotidianamente, al prodotto cosmetico di cura appropriato.

I prodotti Decléor, di cui siete distributori, si basano invece sull'aromaterapia e le proprietà degli oli essenziali.

Gli oli essenziali hanno proprietà terapeutiche di carattere topico e olfattivo. Sono potenti battericidi e antisettici. Vengono utilizzati per ogni tipo di pelle, dosando sapientemente la concentrazione e il tipo degli oli essenziali scelti. Solo l'utilizzo di oli essenziali puri, dei quali si conosce e si controlla la provenienza geografica, il metodo di coltura, di raccolta, la lavorazione - che deve essere rigorosamente a freddo e manuale - ci consente di ottenere prodotti cosmetici che mantengono intatte tutte le proprietà e quindi l'efficacia della pianta dalla quale provengono.

Cosa si intende per approccio olistico?

Che la bellezza e la salute della pelle si ottengono curando il nostro corpo a 360 gradi con una attenzione all'approccio topico, emotivo e sensitivo.

Ed educando la consumatrice a fare del cosmetico uno stile di vita, seguendo un rito quotidiano che porti alla bellezza attraverso la salute della pelle.

All'applicazione di ogni prodotto Decléor sono legate alcune manualità specifiche, molto semplici, alle quali ciascuna donna si può dedicare da sola a casa propria, al mattino e alla sera, sul viso e sul corpo. Si tratta di gesti attinti direttamente dall'antica medicina cinese secondo le metodiche Shiatsu.

A quali canali di vendita puntano le linee Sifarma?

Inizialmente ci siamo rivolti esclusivamente al mercato delle Spa, nel quale Decléor è leader da anni, annoverando le più belle strutture in Italia. In futuro, punteremo decisamente alla farmacia che, per le sue stesse caratteristiche, rappresenta la vetrina naturale per i nostri prodotti. Decléor e Dermatrophine vogliono dire consiglio, prescrizione, protocollo di trattamento. Concetti che si sposano alla perfezione con la missione storica della farmacia.

Quindi la farmacia si appresta a diventare un canale preferenziale per i vostri prodotti.

Certamente, per le ragioni appena dette e perché la nostra azienda cerca nel farmacista un partner al quale garantire esclusiva di canale, esclusiva di zona e una serie di servizi dedicati quali formazione, assistenza sul punto vendita, costruzione di un piano di marketing dedicato alla singola farmacia.

Che posto occupano Decléor e Dermatrophine nel mercato dei prodotti dermocosmetici?

Decléor si posiziona tra i prodotti cosiddetti "di lusso", con caratteristiche scientifiche di naturalità ed emozionalità. Dermatrophine rappresenta invece la massima espressione del concetto termale italiano unito all'expertise di Sifarma nel settore dermocosmetico, guadagnato sul campo con i marchi Canova e Pergam, che Sifarma porta al dermatologo in informazione medico scientifica.

Tra le linee a marchio Dermatrophine figura una gamma di prodotti per l'abbronzatura: che cosa li distingue dagli innumerevoli "solari" disponibili sul mercato?

Due caratteristiche uniche: la formulazione con acque termali che hanno caratteristiche protettive e restitutive alla pelle e un concetto di "solare antiage". L'esposizione alle radiazioni solari, com'è noto, è tra le principali cause di invecchiamento cutaneo, quindi, a tutti gli effetti, la gamma di



Fabio Berchi, amministratore delegato Sifarma

prodotti solari Dermatrophine viene trattata, per scelta di principi attivi e per protocollo di trattamento, al pari delle nostre linee antiage.

Sono sempre più numerose le realtà che vantano un impegno consistente in ricerca e sviluppo nei settori cosmetico e dermocosmetico: che cosa ha in serbo Sifarma per i mesi e gli anni a venire?

Come ho già accennato, la lunga esperienza nel campo del dermocosmetico o cosmeceutico ci ha portato a sviluppare con i nostri marchi storici, accanto ai prodotti domiciliari, anche una serie di presidi ambulatoriali ovvero a esclusivo uso del dermatologo. Questa lunga esperienza si riversa da sempre nei prodotti che compongono le linee a marchio Dermatrophine sia in termini formulativi sia nell'approccio curativo. Il futuro della nostra cosmetica è la biodisponibilità e la veicolazione dei principi attivi a livello topico: siamo stati i primi a ottenere significativi risultati con l'acido glicolico, che oggi costituisce la base per i futuri sviluppi dei prodotti Dermatrophine.