PAMBIANCO

supported by

FREEDA

7° Pambianco Beauty Summit

Il ruolo dell'Italia tra i player della cosmetica mondiale. Distribuzione, prospettive di crescita e nuovi trend

sponsored by

LOGISTICA difarco DISTRIBUZIONE FARMACOSMESI

QUADRIVIO & PAMBIANCO
- MADE IN ITALY FUND -

STELLANTIS
FLEET & BUSINESS SOLUTIONS

Milano, 20 aprile 2023 - Piazza Affari, 6

7° Pambianco Beauty Summit

Il ruolo dell'Italia tra i player della cosmetica mondiale. Distribuzione, prospettive di crescita e nuovi trend

Milano, 20 aprile 2023 - Piazza Affari, 6

PROGRAMMA

08:15	Accredito
08:50 Apertura lavori	**David Pambianco** CEO Pambianco
08:55 Intervento	**Benedetto Lavino** Presidente Cosmetica Italia
09:05 Intervento	**Alessio Candi** Consulting e M&A Director Pambianco
09:20 Intervento	**Enrico Zannini** Direttore generale BolognaFiere Cosmoprof
Moderatore	**David Pambianco** CEO Pambianco
09:35 Intervista	**Francesco Santachiara** General Manager L'Oréal Luxe Italy
09:50 Intervista	**Sergio Momo** CEO e Founder Xerjoff
10:05 Intervista	**Fabio Guffanti** CEO Havea Italia
10:20 Intervento	**Raffaella Stratta** Emea Senior Market Research Manager Google

10:35 Intervista	**Andrea Magnaguagno** General Manager Laboratoire Native Italia
10:50 Intervista	**Michelle Hunziker** Co-Founder Goovi
11:05	**COFFEE BREAK**
11:30 Intervento	**Guido Alfani** General Manager Carbonsink & Head of Southern Europe, Climate Solutions, South Pole
11:45 Intervista	**Giuseppe Ganassini** Amministratore delegato Istituto Ganassini
12:00 Intervista	**Beyhan Figen** General Manager Sephora Italia
12:15 Intervista	**Andrea Scotti Calderini** Co-Founder e CEO Freeda
12:30 Intervista	**Simone Dominici** CEO Kiko
12:45 Intervista	**Gianluca Toniolo** CEO Dolce&Gabbana Beauty

COMPANY PROFILE

Enrico Zannini
Direttore generale
BolognaFiere Cosmoprof

Enrico Zannini dal 2018 è il Direttore generale di BolognaFiere Cosmoprof Spa, società di BolognaFiere che ha in carico l'organizzazione delle manifestazioni a marchio Cosmoprof Worldwide Bologna nel mondo.

BolognaFiere Cosmoprof

Cosmoprof Worldwide Bologna è organizzato dal Gruppo BolognaFiere in collaborazione con Cosmetica Italia, associazione nazionale imprese cosmetiche. La presenza di tre saloni dedicati a specifici settori e canali distributivi, con date di apertura differenziate, facilita i flussi di visita in base alla tipologia di pubblico e ottimizza le opportunità di business. Cosmopack è il salone internazionale dedicato alla filiera produttiva della cosmetica in tutte le sue componenti; Cosmo Perfumery & Cosmetics propone un percorso ottimizzato per buyer, distributori e aziende interessati alle novità del mondo della profumeria e cosmesi canale retail; Cosmo Hair & Nail & Beauty Salon offre una selezione delle migliori aziende fornitrici di prodotti, apparecchiature, arredi e servizi destinati al mondo professionale dei capelli, delle unghie e dell'estetica/spa. Cosmoprof Worldwide Bologna è supportata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e da Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, all'interno del piano straordinario di promozione del made in Italy.

www.cosmoprof.com

Carbonsink

Con oltre dieci anni di esperienza nello sviluppo di strategie climatiche net-zero e gestione dei rischi climatici per le aziende, Carbonsink fornisce consulenza strategica e personalizzata nei settori di carbon management, carbon neutrality e strategia net-zero, attraverso lo sviluppo e la valorizzazione di progetti in grado di generare crediti di carbonio certificati secondo i principali standard internazionali. Da gennaio 2022 Carbonsink è parte di South Pole, con cui forma il più grande gruppo al mondo per soluzioni e progetti di mitigazione dei cambiamenti climatici, mantenendo il ruolo di leader locale nel mercato italiano.

www.carbonsink.it

Guido Alfani
General Manager & Head of Southern Europe, Climate Solutions, South Pole

Guido Alfani è General Manager di Carbonsink dal 2019 e ne coordina le operazioni di business development attraverso la progettazione di strategie climatiche per le primarie aziende italiane e internazionali. Con l'entrata della società in South Pole nel 2022, Guido assume anche il ruolo di Head of Southern Europe, Climate Solutions, guidando la crescita strategica del gruppo nei Paesi del Sud Europa.

IMPATTO CARBONSINK E SOUTH POLE

Progetti di mitigazione climatica	1.000+
Beneficiari dei progetti	20+ milioni
Tonnellate di CO2 equivalente rimossa e evitata attraverso i progetti di mitigazione ad oggi	170+ milioni
Clienti	1.000+
Partner	• UN Global Compact e Global Compact Network Italia • Science-Based Target initiative (SBTi) • CDP (ex Climate Disclosure Project) • Gold Standard • International Carbon Reduction & Offset Alliance • Wbcsd • World Economic Forum

I progetti di mitigazione sviluppati da Carbonsink contrastano i cambiamenti climatici, tutelano gli ecosistemi naturali e sostengono le comunità locali. Progetto Carbonsink di conservazione forestale Tongwe and Masito, Tanzania

Carbonsink insieme alle aziende realizza la strategia climatica net-zero più adatta, aiutandole a ridurre i rischi collegati ai cambiamenti climatici e a cogliere le nuove opportunità di business

Benedetto Lavino
Presidente

Guida da oltre un decennio Bottega Verde: prima in qualità di Direttore generale e successivamente nel ruolo di Presidente esecutivo. Vicepresidente di Cosmetica Italia dal 2011, in seguito Presidente reggente da agosto 2022, è stato formalmente eletto Presidente dell'associazione a febbraio 2023.

Cosmetica Italia

Dal 1967 Cosmetica Italia è la voce dell'industria cosmetica nazionale. Dalle multinazionali alle piccole e medie realtà produttive e distributive, l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche conta oggi tra le sue fila circa 640 aziende, rappresentative del 90% del fatturato del settore che nel 2022, secondo i dati preconsuntivi, ha superato i 13 miliardi di euro. Aderendo a Federchimica, Cosmetica Italia è l'unica associazione di rappresentanza del comparto nel panorama confindustriale ed è tra le principali realtà associative nell'ambito di Cosmetics Europe. È, inoltre, partner istituzionale di Cosmoprof, la più importante manifestazione fieristica dedicata alla cosmesi.

www.cosmeticaitalia.it

KEY DATA SETTORE COSMETICO NAZIONALE

- Fatturato totale settore cosmetico in Italia* 13,3 miliardi di euro
- Export cosmetico italiano* 5,9 miliardi di euro
- Fatturato del sistema economico allargato della filiera cosmetica 33 miliardi di euro
- Occupati dell'intera filiera, includendo i professionisti di acconciatura ed estetica 390mila
- Valore condiviso (ovvero la ricchezza per il Paese) generato dal sistema cosmetico in Italia nel 2021 22,3 miliardi di euro

*Preconsuntivo 2022

Dolce&Gabbana Beauty

Nato nel 1985, Dolce&Gabbana è uno dei leader internazionali nel settore della moda e del lusso. I fondatori, Domenico Dolce e Stefano Gabbana, sono da sempre la fonte creativa e stilistica di tutte le attività del brand, nonché i primi registi delle strategie di sviluppo. Il gruppo crea, produce e distribuisce abbigliamento, pelletteria, calzature, accessori, orologi e gioielli preziosi. Il marchio è presente nel segmento del prêt-à-porter con le collezioni uomo, donna e bambino. Dal 2012 il brand avvia il progetto alta moda che si è ulteriormente ampliato nelle collezioni alta sartoria, alta gioielleria e alta orologeria. Nel 2021 Dolce&Gabbana lancia Dolce&Gabbana Casa, una linea di articoli per la casa dedicata a mobili e complementi d'arredo. L'anno successivo, l'azienda annuncia la fondazione di Dolce&Gabbana Beauty con il controllo diretto della produzione, vendita e distribuzione di fragranze e prodotti make-up. La categoria eyewear è affidata a EssilorLuxottica, partner licenziatario. Dolce&Gabbana ha all'attivo, inoltre, diverse collaborazioni nei settori food & beverage e lifestyle, grazie a sinergie virtuose con partner italiani di primaria importanza che condividono con il brand la vocazione all'eccellenza e la tutela e la promozione del made in Italy nei rispettivi ambiti di riferimento.

Gianluca Toniolo
CEO

Laureato in Economia presso l'Università Bocconi, Gianluca Toniolo inizia la sua carriera in Arthur Andersen, prima di entrare in L'Oreal Italia nel 1997.
Nel 2001 è nel gruppo Chanel e nel 2004 diventa Commercial Director per YSL Beauté. Dal 2009 ricopre diverse posizioni all'interno del Gruppo Lvmh.
Da settembre 2021 è CEO di Dolce&Gabbana Beauty.

Q by Dolce&Gabbana

K by Dolce&Gabbana

Andrea Scotti Calderini
Co-Founder e CEO

Andrea Scotti Calderini, Co-Founder e CEO di Freeda, inizia la sua carriera nella gestione di talent in D'Management Group, per poi passare in Fremantle dove dà vita al dipartimento di Branded Content. Nel 2015 entra in Mediaset e Publitalia, dove lavora al fianco di Stefano Sala nella gestione delle iniziative speciali. A fine 2016 fonda Freeda, insieme a Gianluigi Casole, con l'obiettivo di cambiare il panorama dei media rivoluzionando i tradizionali paradigmi legati alla comunicazione per le nuove generazioni.

Freeda

Freeda Media è tra i leader internazionali nel mercato delle digital media company, con una community di oltre 11 milioni di persone che interagiscono con i suoi canali social media attivi nel Regno Unito, Italia e Spagna. Freeda Platform è, invece, la piattaforma di marketing, dati e creatività del gruppo Freeda che supporta le imprese nell'ascolto e nella comunicazione con i Millennials e la Generazione Z. L'obiettivo della Platform è quello di aiutare i brand a essere rilevanti per le nuove generazioni, utilizzando i social come motore di comunicazione e crescita del loro business. Attraverso Platform, Freeda fornisce servizi di consulenza, analisi delle performance dei contenuti social, produzione degli asset creativi e definizione delle strategie distributive al fine di coinvolgere e far crescere le community dei brand, trasformandole in consumatori.

www.freedamedia.com

KEY DATA FREEDA MEDIA / PLATFORM*

- Community: 11 milioni di persone in Italia, Regno Unito e Spagna
- Piattaforme coperte da Freeda Media: Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, LinkedIn
- Reach mensile: 150 milioni di persone raggiunte ogni mese in oltre 80 paesi nel mondo
- Video views (2022): 1,7 miliardi
- Interazioni (2022): 270 milioni
- Numero contenuti prodotti e pubblicati da Freeda Media (2022): 14.500 contenuti pubblicati
- Numero contenuti prodotti da Freeda Platform per i brand partner (2022): 15.000 asset creativi realizzati e pubblicati
- Brand partner (2022): +200 brand che hanno scelto Freeda Media per attivazioni branded content e oltre 35 partnership lato Freeda Platform

*Fonte: Api di Meta, TikTok e Google – Periodo: Gennaio 2022 / Dicembre 2022

Google

La missione di Google è quella di organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle universalmente accessibili e utili. Attraverso prodotti e piattaforme come Ricerca Google, Maps, Gmail, Android, Google Play, Google Cloud, Chrome e YouTube, Google svolge un ruolo significativo nella vita quotidiana di miliardi di persone.
Crediamo che la tecnologia possa aiutare le persone nella vita quotidiana così come nelle sfide lavorative e imprenditoriali. Per questo la mettiamo a disposizione di tutti anche attraverso formazione e strumenti senza costi. Con il digitale, è infatti possibile valorizzare le piccole e medie imprese e supportare le persone nella loro crescita, a vantaggio dell'intera società.

Raffaella Stratta
Emea Senior Market
Research Manager

Con più di 10 anni di esperienza nel campo delle ricerche di mercato, Raffaella in Google si occupa di guidare i team marketing e sales nell'individuare consumer insights e trend che possono accelerare l'adozione di soluzioni innovative con Google, da parte di grandi clienti.

Michelle Hunziker
Co-Founder

Michelle Hunziker inizia la sua carriera da imprenditrice nel 2018 quando realizza di voler condividere la sua passione per i prodotti naturali e il suo personale approccio al benessere in & out con una community di donne che condividono gli stessi valori. Dà vita così al wellness brand Goovi di cui è co-fondatrice, anima ed essenza.

Goovi

Dalla combinazione di ingredienti naturali con la filosofia delle good vibes nasce Goovi, un wellness brand nativo digitale che vuole portare positività nella vita di tutte le persone, incoraggiandole a essere loro stesse e a prendersi cura di sé con prodotti ricchi di ingredienti naturali, dalle formule clean e adatti ai vegani. Il progetto prende vita nel 2018 da un'idea di Michelle Hunziker che, insieme ad Artsana Group, lancia tre linee di prodotti pensate per un percorso di benessere olistico: integratori, cosmetici e make-up. Dal 2023 il brand entra a far parte del gruppo Sodalis, azienda leader nel settore beauty e wellness. La forza di Goovi sta nel suo approccio social first che tutti i giorni gli permette di dialogare e ascoltare i bisogni della propria community, prima fonte di ispirazione per il brand e i suoi prodotti.

KEY DATA GOOVI

- Community: 1.1 milioni di persone in Italia
- Touchpoint di comunicazione di Goovi: Instagram, TikTok, Facebook, Google e sito web goovi.com
- Reach mensile media: 12 milioni di persone raggiunte ogni mese
- Interazioni mensili medie: 1 milione

DATI ECONOMICI THE GOOD VIBES COMPANY SRL

Valori in milioni di €	2022	2021	2020
Fatturato	16	13	10
EBITDA	3	3	2
EBITDA %	17,5	24,8	20,4

Havea Italia

Havea Group è una multinazionale francese che opera nel settore natural healthcare. Il gruppo è leader in Europa nella commercializzazione di integratori alimentari per la grande distribuzione e di dermocosmetici veicolati nel canale farmaceutico. I punti di forza di Havea Group sono l'innovazione e la naturalità dei sette marchi strategici che ha in portfolio (Aragan, Biolane, Densmore, Dermovitamina, Vitavea, Bears with Benefits e Biocyte), ciascuno dei quali è pensato per aiutare il consumatore a prevenire e curare semplici esigenze di salute attraverso prodotti naturali, performanti e di qualità. L'azienda conta oggi un sito produttivo in Francia, cinque filiali internazionali, impiega oltre 800 persone e ha conseguito una crescita organica superiore a quella del mercato combinando una strategia di marketing con un approccio scientifico mirato e specifico per ciascuna marca.

www.havea.com

Fabio Guffanti
Amministratore delegato

Fabio Guffanti è Amministratore delegato della filiale italiana del gruppo Havea da settembre 2021. Dopo una laurea in Bocconi, ha iniziato nel 2001 una carriera internazionale con una vasta esperienza in ambito cosmetico, dove ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità. È stato General Manager Italia di Laboratoires Filorga dal 2016 al 2021.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020
Fatturato	232	212	192

Giuseppe Ganassini
Amministratore delegato

Giuseppe Ganassini, dopo la laurea in scienze biologiche nel 2001 e il conseguimento di un master in economia nel 2002, è entrato in Istituto Ganassini nel 2003 percorrendo tutti i ruoli aziendali: da Trainer ad Area Manager, da Direttore marketing a Direttore vendite, da Direttore commerciale ad Amministratore delegato. Nel 2009 si è occupato delle acquisizioni di Korff e Dermofarm, nel 2014 di Compagnie de Provence e nel 2018 di The Organic Pharmacy. Nel 2022 ha portato Istituto Ganassini all'apertura di una filiale in Cina.

Istituto Ganassini

La qualità ha un nome: dal 1935 queste parole hanno assunto per Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche un significato fondamentale e ispiratore di tutte le scelte aziendali. L'obiettivo è soddisfare le esigenze dei consumatori offrendo prodotti dermocosmetici eccellenti per la qualità e realizzati nel rispetto dell'ambiente e delle persone. Prodotti creati con entusiasmo, lavoro di squadra e valori etici, esaltati dalle migliori tecnologie, dall'emozione e dal coinvolgimento intellettuale sempre con lo sguardo rivolto alla sostenibilità. Nell'ultimo anno l'azienda è diventata infatti Società Benefit, mentre sta intraprendendo il cammino per diventare B-Corp e nell'anno in corso inaugurerà il nuovo polo produttivo e logistico, espressioni dei valori fondamentali del gruppo: scienza, innovazione e sostenibilità.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020	2019
Fatturato	201	168	143	151
EBITDA	22	20	15	20
EBITDA %	11	11,9	10,5	13

Operativo dalla seconda metà del 2023, l'hub produttivo e logistico sorgerà a pochi chilometri dall'headquarter di Milano.
Un concentrato di tecnologia e innovazione in grado di ridurre l'impatto ambientale e automatizzare i processi.

Kiko

Fondata nel 1997 a Milano, Kiko Milano ha rivoluzionato come i cosmetici vengono venduti a livello mondiale promuovendo e supportando la libertà di esprimere sé stessi. Kiko Milano identifica i trend del momento rendendoli accessibili a tutti e riconoscendo il potere del beauty nell'accendere quella scintilla capace di farti sentire favoloso e sicuro di te. Vogliamo che tutti possano creare il loro look migliore in ogni situazione: non solo con stile, ma soprattutto rispettando e valorizzando la propria individualità. L'ampia gamma di prodotti e texture, con oltre 1.300 colori, è una vera esperienza multisensoriale ma sempre con prezzi accessibili a tutti perché ogni persona che entra nei nostri negozi possa sperimentare e scegliere il look che più la rappresenta. Basata in Italia e fedele al suo dna, Kiko Milano crea i propri prodotti combinando le migliori e più recenti tecnologie con la creatività.

www.kikocosmetics.com/it-it/

Simone Dominici
CEO

Simone Dominici, CEO di Kiko Milano, vanta una vasta esperienza internazionale di alto profilo acquisita nei settori consumer, luxury, beauty e retail lavorando in sei Paesi e su tre continenti. Nel corso della sua carriera ha svolto ruoli di sempre maggior importanza in gruppi internazionali globali come Unilever, Bolton, Coin, Bottega Veneta e Coty.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020	2019
Fatturato	670	472	365	583
EBITDA*	75	22	-24	58
EBITDA %	11,2	4,6	-6,6	9,9

*principi contabili Ita Gaap

Francesco Santachiara
General Manager

Francesco Santachiara vanta oltre 20 anni di esperienza in grandi multinazionali. Entra in L'Oréal nel 2014 come General Manager Lancôme & Kiehl's Travel Retail Emea. Nel 2018 diventa Managing Director per la divisione lusso in Benelux; da giugno 2022 Direttore generale della divisione lusso Italia.

L'Oréal Luxe Italy

Con un fatturato mondiale 2022 pari a 38,26 miliardi di euro, L'Oréal è il primo gruppo cosmetico mondiale grazie alla sua presenza in 150 Paesi con 87.400 collaboratori e 36 marchi internazionali. Il gruppo vanta una presenza storica in Italia, dove è attivo dal 1908: il nostro Paese è stato il primo mercato estero di esportazione per i prodotti L'Oréal. Come parte delle quattro divisioni della società, L'Oréal Luxe Italia raggruppa un portafoglio unico di brand nella distribuzione selettiva. I brand gestiti dalla Divisione in Italia sono: Lancôme, Yves Saint Laurent Beauty, Giorgio Armani Beauty, Valentino Beauty, Prada beauty , Mugler, Helena Rubinstein, Biotherm, Viktor & Rolf, le marche americane Kiehl's e IT Cosmetics; ma anche i brand fragranze lifestyle Diesel, Cacharel e Azzaro.

LANCÔME RÉNERGIE H.P.N. 300-PEPTIDE CREAM

PRADA PARADOXE EAU DE PARFUM

Laboratoire Native Italia

Laboratoire Native è un gruppo internazionale che riunisce quattro brand, distribuiti in farmacia e parafarmacia, ciascuno con una forte heritage e un posizionamento unico: Lierac, trattamenti di skincare ispirati alla medicina estetica per riprogrammare i meccanismi cutanei dall'interno; Phyto, il potere delle piante per la salute e la bellezza del capello; Roger&Gallet, fragranze e rituali sensoriali che uniscono benessere e naturalità; Jowaé, skincare d'ispirazione asiatica, per ripristinare l'equilibrio della pelle. Laboratoire Native mette al centro la sostenibilità: le sue formule contengono fino al 98% d'ingredienti d'origine naturale. Siamo presenti nel mondo in 40 Paesi, con 42.000 punti vendita e laboratori di ricerca interni con oltre 15 esperti dedicati.

www.lierac.com
www.phyto.com
www.jowae.com
www.roger-gallet.com

Andrea Magnaguagno
General Manager

Andrea Magnaguagno inizia il suo percorso professionale in L'Oréal, ricoprendo ruoli di primo piano (Italia e Emea). Successivamente viene nominato Direttore generale di Caudalie Italia, e poi Managing Director della filiale americana del marchio francese. Da ultimo passa in Revlon, dove guida la sede italiana. In Laboratoire Native, Andrea ha l'obiettivo di contribuire all'ulteriore affermazione dei brand del gruppo: Lierac, leader nella cosmesi d'avanguardia; Phyto, marchio di prodotti naturali per capelli; Jowaé, la skincare di ispirazione asiatica; Roger&Gallet, universo di fragranze e prodotti per il corpo.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020
Fatturato	35	38	36
EBITDA	1	-2	0
EBITDA %	3,7	4,4	-5,9

Alessio Candi
Consulting e M&A Director Pambianco

Entrato nel 2000 nella società fondata da Carlo Pambianco, è stato coinvolto negli ultimi vent'anni in oltre 100 progetti di consulenza e M&A. Ricopre, inoltre, il ruolo di Managing Partner in Made in Italy Fund, il fondo di Quadrivio & Pambianco specializzato negli investimenti nelle Pmi del made in Italy ad alto potenziale di crescita.

Pambianco

Da oltre 40 anni, Pambianco assiste le aziende del lifestyle italiano. La società è divisa in due macro aree: Consulting e Media. La prima divisione sviluppa i servizi Advisory, M&A, Ricerche di mercato, Comunicazione. La unit Media comprende le piattaforme editoriali Fashion, Design, Beauty, Wine&Food e Hotellerie, nonché i Summit e leQuotabili.

I servizi coprono le esigenze delle aziende dei settori indicati e anche dei fondi di investimento che desiderano valutare l'ingresso nel loro capitale. Per aiutare questi player nei piani di sviluppo, Pambianco delinea le strategie di crescita delle aziende, verifica la competitività, accompagna le scelte di M&A, effettua ricerche sulla brand equity, sviluppa il piano comunicativo e anche l'informazione attraverso riconosciute testate specializzate.

www.pambianco.com | www.pambianconews.com

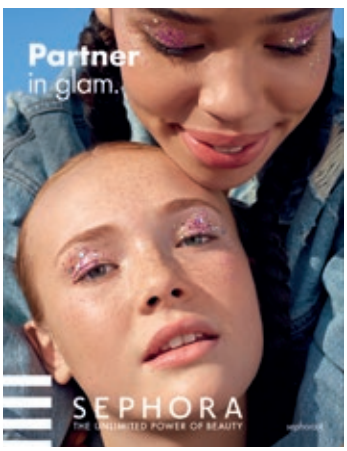
Sephora Italia

Sephora, colosso beauty del gruppo LVMH da sempre sensibile alle tematiche come l'inclusività e l'espressione di se stessi, offre un concetto rivoluzionario di Retail e di Servizio, garantendo ai consumer una selezione esclusiva di prodotti. Svolge un ruolo pioneristico nel mondo della cosmesi offrendo un'esperienza di shopping omnicanale unica, frutto di un investimento continuo sulla formazione di beauty expert, sullo sviluppo di store sempre più innovativi e di un e-commerce all'avanguardia. Con più di 3000 punti vendita in 35 Paesi di cui 130 in Italia, Sephora invita la sua clientela ad esplorare liberamente un universo di bellezza e benessere intorno al quale si è creata una beauty community attiva e affezionata.

www.sephora.it

Beyhan Figen
General Manager

Beyhan Figen inizia la carriera in Coats Turkey come product manager prima di unirsi a Beiersdorf nella stessa posizione per Nivea. Nel 1998 entra in L'Oreal dove lavora nella divisione Lusso, ricoprendo diverse cariche nel settore marketing tra i più importanti brand del gruppo. Nel 2007 viene nominata GM di Sephora Turchia per poi arrivare nel 2019 in Sephora Italia nello stesso ruolo.



Sergio Momo
CEO e Founder

Fondatore e Direttore creativo di Xerjoff Group, Sergio Momo è nato a Torino dove si è diplomato in una scuola d'arte con una specializzazione in grafica e design. Completati gli studi, si è trasferito a Londra, lavorando per diversi studi di design e agenzie pubblicitarie. Al ritorno in Italia ha fondato Xerjoff Group.

Xerjoff

Xerjoff Group è un'azienda italiana, fondata da Sergio Momo. Leader al mondo nel settore della profumeria di lusso, ha una distribuzione in oltre 120 Paesi e ha sei boutique monobrand a Dubai, Milano, Monaco, Lisbona, Londra e Torino. I profumi di Xerjoff sono il frutto dell'estro italiano, in una combinazione estetica fra design e moderne tecniche di produzione artigianale. La dimensione olfattiva di altissima qualità si sposa con la creazione di vetri artistici presentati in prestigiose confezioni.

DATI ECONOMICI

Valori in milioni di €	2022	2021	2020	2019
Fatturato	39	28	12	12
EBITDA	10	6	3	2
EBITDA %	25,6	19,9	23,6	15,6

ERBA PURA: luminoso e lussuoso ERBA PURA è uno dei best sellers di XERJOFF

Alexandria II è un profumo unisex della collezione OUD STARS DI XERJOFF

SPONSOR

LOGISTICA
difarco
DISTRIBUZIONE FARMACOSMESI

CD Group nasce nel 1979 dall'intuizione di Cesare D'Acquisto, imprenditore dotato di visione strategica e grande determinazione, di creare una logistica su misura per i clienti, in grado di rispondere alle esigenze di custodia e distribuzione di prodotti cosmetici e farmaceutici. Un'azienda di grande tradizione e partner pluridecennale dei maggiori brand cosmetici e farmaceutici italiani e globali, in forte espansione per aumento di volumi, fidelizzazione del cliente, vastità di gamma di servizi offerti.
Difarco è la primogenita del gruppo e si afferma negli anni come una delle aziende più dinamiche, affidabili e innovative dei comparti logistico, packaging e distributivo, rispondendo alle esigenze di stoccaggio, custodia e distribuzione di prodotti cosmetici. Vicina alle necessità del mondo della cosmetica, della cura della persona e profonda conoscitrice del mercato e delle relative esigenze.
In un mercato competitivo e in rapido mutamento, CD Group adegua costantemente l'offerta dei propri servizi, che vengono estesi anche a molteplici settori, quali: abbigliamento, calzatura, ottica, alimentare secco, integratori, veterinaria, cancelleria e diagnostica. Oggi, forte della sua esperienza e con lo sguardo costantemente rivolto al futuro, mette a disposizione la competenza e la qualità di un gruppo riconosciuto fra i maggiori leader del settore logistico, del packaging e della distribuzione in Italia.
CD Group garantisce flessibilità nell'erogazione di un servizio taylorizzato e di qualità, progettato e realizzato ponendo massima attenzione alla sicurezza.
Di fondamentale importanza rimane, inoltre, il tema della sostenibilità ambientale. A tal proposito, sono state attivate differenti strategie di green marketing che l'azienda sta studiando e applicando, offrendo ai propri clienti un servizio su misura e sempre più rispettoso dell'ambiente.

QUADRIVIO & PAMBIANCO

- MADE IN ITALY FUND -

Made in Italy Fund è il fondo di private equity promosso e gestito da Quadrivio & Pambianco, realtà con oltre 20 anni di esperienza nel mondo del private equity e degli investimenti alternativi. Nato con l'obiettivo di investire e valorizzare le eccellenze del made in Italy, il fondo investe in Pmi attive nei settori del fashion, del design, del beauty e del food & wine, acquisendo quote di maggioranza in imprese leader nel proprio mercato di riferimento e fortemente vocate all'internazionalizzazione; realtà che operano in mercati di nicchia e che consentono di avere multipli di ingresso particolarmente vantaggiosi. Il gruppo affianca il management e fornisce capitali, know-how e tutto il supporto operativo necessario alla crescita delle società oggetto di investimento. Il fondo si avvale di figure professionali altamente specializzate, con una pluriennale esperienza nel settore di riferimento: Alessandro Binello, Walter Ricciotti, David Pambianco, Mauro Grange e Alessio Candi. Ad affiancarli tre senior advisors: Mario Boselli, Patrizio di Marco e Andrea Rossi.
Ad oggi il fondo ha in portafoglio dieci società: 120%lino, azienda leader nella produzione di capi in lino; Mohd, realtà italiana che vende e distribuisce a livello internazionale arredamenti di interni di alta gamma; Prosit, polo di cantine italiane di fascia premium; Rougj, azienda che formula, produce e distribuisce cosmetici haute de gamme per il canale farmacia; Rosantica, brand specializzato in borse gioiello e accessori preziosi; Gcds, marchio della moda dallo stile iconico e disruptive; Dondup, brand di moda noto per i suoi capi in denim; Xtrawine, digital company specializzata nella vendita e nella distribuzione di vino online; Autry e Ghoud, due aziende italiane che producono e distribuiscono sneakers.

www.quadriviogroup.com | www.madeinitayfund.com

STELLANTIS
FLEET & BUSINESS SOLUTIONS

Stellantis è uno dei leader mondiali nella produzione di veicoli e nella fornitura di servizi di mobilità sostenibili, connessi e sicuri. La forza della nostra azienda è racchiusa nei nostri marchi iconici, nella diversità e nella passione dei nostri dipendenti, nel profondo legame con le comunità in cui operiamo. Le nostre ambiziose strategie di elettrificazione e software, oltre alla creazione di un innovativo sistema di partnership strategiche, guidano la nostra trasformazione in un'azienda tech di mobilità sostenibile.

NOTES

PAMBIANCO