

# COSMETIC<sup>®</sup> TECHNOLOGY

RIVISTA DI SCIENZE COSMETOLOGICHE

ISSN 1127-6312 Bimestrale. Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LO/MI

2

MARZO-APRILE



Capelli

CEC  
EDITORE

# La sostenibilità prima di tutto

Un modello di business che anticipa i tempi



Intervista a...

## Matteo Locatelli

Titolare di Pink Frogs Cosmetics

Pink Frogs è una società di produzione cosmetica fondata nel 1979 come consolidamento di un'impresa familiare nata nel 1939

con il proposito di offrire un servizio di formulazione e produzione di cosmetici tricologici a una clientela altamente specializzata sulla cura del capello.

Nel tempo l'organizzazione della società è andata via via strutturandosi, incrementando la propria capacità produttiva e allargando i propri ambiti di competenza all'intero campo della cosmesi non decorativa esclusivamente in conto terzi. Con l'arrivo nel 1996 di Matteo Locatelli sono stati fatti molti passi avanti, specialmente da 10 anni a questa parte, quando l'azienda ha deciso di puntare sulla sostenibilità come valore aggiunto e imprescindibile.

La sostenibilità è un argomento a cui teniamo molto anche noi di CEC Editore; non potevamo dunque lasciarci sfuggire l'occasione di intervistare proprio il Dott. Locatelli, titolare di Pink Frogs e vicepresidente di Cosmetica Italia, che ha fatto sì che la propria azienda si distinguesse dalle altre del settore cosmetico per essere stata la prima ad aver rivoluzionato il proprio modello di business puntando sulla carta vincente della sostenibilità.

**D. Dott. Locatelli, ci può spiegare quali sono state le scelte di Pink Frogs che l'hanno spinto nella direzione della sostenibilità?**

**R.** La storia della sostenibilità in Pink Frogs comincia più di 10 anni fa, anche se è diventata pubblica nel 2019 in occasione delle celebrazioni del nostro 40° anniversario, durante il quale abbiamo presentato il nostro Bilancio di Sostenibilità certificato secondo gli standard GRI, attestandoci come la prima azienda cosmetica italiana ad aver raggiunto questo importante traguardo.

Ma facciamo un passo indietro e ripartiamo dal 2009, quando la grande recessione, causata dal fallimento di Lehman Brothers, investì noi e gran parte delle aziende italiane come un fiume in piena. Da giovane imprenditore quale ero fui preso alla sprovvista e, cercando di salvare la mia azienda, cominciai a frequentare una serie di corsi in Assolombarda su come uscire dalla crisi, su cosa avremmo dovuto imparare da essa, su come coglierne le opportunità nascoste. Durante questi seminari il tema della sostenibilità fu ricorrente; soprattutto veniva ribadito il concetto che questo argomento sarebbe diventato un driver fondamentale

per la crescita delle aziende. Ecco che da quel momento il mio nuovo cammino fu ben chiaro davanti a me: avrei intrapreso questo "viaggio" che mi avrebbe accompagnato per tutta la mia nuova vita imprenditoriale, un viaggio senza destinazione ma con tappe infinite.

Il primo e fondamentale acceleratore fu quello governativo: un bando per progetti di riduzione dell'impatto ambientale. Elaborai uno studio con un produttore di turboemulsori che riuscì a progettare un sistema che assicurasse un migliore scambio di fluidi, un risparmio di vapore e acqua di raffreddamento. Il progetto fu accettato e con il finanziamento ricevuto riuscii a comperare due turboemulsori nello stesso momento. All'epoca per Pink Frogs fu una grandissima opportunità che diede lo slancio per iniziare a mettere insieme tanti piccoli tasselli che ci diedero la possibilità di diventare una delle prime aziende a investire in sostenibilità in maniera strutturata. Grazie a questa propensione ancora "non convenzionale", nei primi anni '10 fui scelto da Cosmetica Italia (allora Unipro) per partecipare al primo tavolo di lavoro di *Cosmetics Europe* (allora Colipa) sulle linee guida che sarebbero servite alle PMI della cosmetica per approcciarsi ai temi della sostenibilità. Io partecipai come *case history*

e per me e per Pink Frogs fu la grande occasione di confrontarsi con aziende di grandi dimensioni e imparare dal vivo le loro *best practices* sulla sostenibilità.

Quell'esperienza mi formò molto facendomi imparare quanto la misurazione dei numeri fosse fondamentale per un'azienda di produzione; solo con una forte base numerica si sarebbero potuti valutare gli impatti e le successive strategie di miglioramento. Ecco quindi l'apertura di uno stage a un giovane ingegnere gestionale per la rendicontazione e l'elaborazione degli impatti ambientali che ci permise di raggiungere la certificazione ambientale ISO 14001 e, con un successivo stage di una giovane ingegnere chimica, il prestigioso traguardo del *Responsible Care* di Federchimica.

#### D. Quali sono i pilastri su cui si fonda la sostenibilità secondo Pink Frogs?

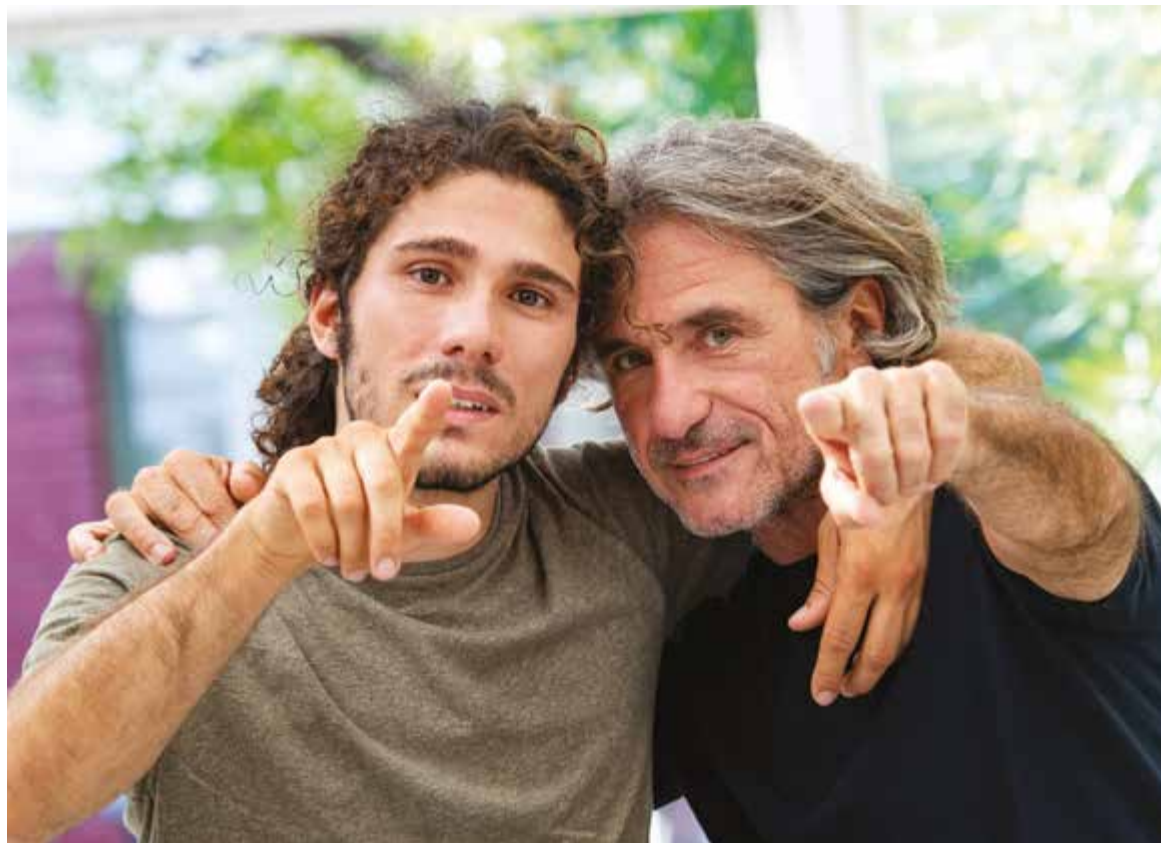
**R.** La tematica ambientale è stato il primo pilastro a essere costruito, sebbene si sia dovuto fermare dopo aver esaurito tutti gli ambiti dei processi interni. L'essere un conto terzista purtroppo limitava la gestione dell'intero ciclo di vita e la maggior parte delle aziende nostre clienti non erano ancora pronte per valutare le aree di loro competenza (packaging, distribuzione, uso e fine vita). Ecco quindi che ci siamo concentrati sulla costruzione del secondo pilastro rappresentato dalle tematiche sociali con

iniziative all'interno del nostro comune e in supporto all'Humanitas, la successiva adesione a *La forza e il sorriso* e, a partire da quest'anno, la realizzazione di un progetto che permetterà a una Onlus di Rozzano di offrire un'assistenza continuativa a ragazzi affetti da autismo. Questo progetto, coordinato da *I bambini delle Fate*, coinvolgerà studenti delle scuole superiori che diventeranno "amici dei ragazzi speciali", instaurando con loro una condivisione di tempo e occasioni di socialità. Il coronamento di questo progetto è stato riuscire a coinvolgere anche le aziende nostre fornitori, con le quali ci troveremo fianco a fianco non solo nel business ma anche nel sociale.

Relativamente al pilastro della dimensione economica, non posso quantificare quanto questo viaggio verso la sostenibilità mi abbia portato in termini di business, ma se guardo a come era l'azienda nel 2009 e come è oggi, sicuramente non posso pensare che sarei riuscito a raggiungere questi traguardi senza la sostenibilità.

#### D. Che ritorno ha avuto questo progetto per Matteo e per il Dott. Locatelli di Pink Frogs? Che tipo di benessere Le ha portato sui due fronti?

**R.** Personalmente questo viaggio mi ha molto formato, sia come uomo che come imprenditore. Essere riconosciuto non solo per meriti professionali ma anche per meriti sociali è un grande onore e privilegio. E di ritorno ne ho avuto tanto, sebbene non sia mai stato questo il motivo che mi ha spinto a fare tutto questo. Certo, devo ammettere che la visibilità che ci viene data da questi progetti è tanta, oltre alla diffusione del nome dell'azienda e alle opportunità di confronto che a livello commerciale fanno una grande differenza. Produciamo prodotti *skin care* in conto terzi come tante altre aziende e, quando mi trovo a parlare con i miei clienti, scopro che la sostenibilità mi dà l'opportunità di parlare di molto di più che di formule e prodotti. Condividere le *best practices* sulla soste-



Franco e Andrea Antonello  
dell'Impresa Sociale I Bambini  
delle Fate

nibilità e le emozioni di progetti sociali ti permette a volte di poter dare “per scontata” l’affidabilità e la qualità dei nostri prodotti. Smaterializzare il focus aziendale e volgerlo verso altre tematiche è oggi un’opportunità di cui posso andare orgoglioso.

### D. Conosciamo bene le etichette di utilizzo responsabile ideate da Pink Frogs, ma potrebbe dirci qualcosa in più?

**R.** Partiamo dal presupposto che uno dei principi della sostenibilità è la comunicazione: non penso che possa esistere sostenibilità se non viene comunicata. La comunicazione ti obbliga non solo a fissarti degli obiettivi, ma ti spinge a raggiungerli entro un tempo prestabilito. Ecco quindi che con la comunicazione l’impegno preso verso te stesso diventa un impegno preso con la società che ti accoglie.

Noi, e lo dico con sincero orgoglio, siamo riusciti a vincere due volte il premio *Responsible Care* di Federchimica: una volta con l’etichetta ambientale di cui vi parlerò tra poco e una seconda volta con la pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità. Sono pochissime le aziende che come noi hanno vinto questo premio due volte in pochissimo tempo. Ovviamente anche queste occasioni contribuiscono a darci visibilità, specialmente ora che, con l’assenza delle fiere di settore, abbiamo bisogno di stimoli per rinnovarci e notizie concrete da comunicare.

Ed è proprio da qui che è nata la nostra idea di etichetta di utilizzo responsabile: uno strumento di facile comprensione per sensibilizzare il consumatore dei benefici ambientali raggiungibili con l’uso responsabile di un prodotto cosmetico. L’idea ha preso forma dall’analisi di un nostro prodotto con il metodo di valutazione del ciclo di vita (*Life Cycle Assessment, LCA*). Attraverso il calcolo di input e output del processo produttivo abbiamo notato come sia la fase di uso e fine vita a pesare fortemente sull’impatto ambientale totale del prodotto, a volte molto di più del processo produttivo industriale. Ecco quindi una modalità per spiegare al consumatore come un suo consumo “irresponsabile” o poco sostenibile possa non solo vanificare tutto il lavoro di ottimizzazione fatto dall’industria, ma aumentare

di molte volte l’impatto ambientale che il prodotto avrà rispetto a quello per cui è stato progettato.

L’etichetta viene proposta con le misurazioni di emissioni di gas serra, il consumo di acqua e il riequilibrio dell’ecosistema in due scenari di consumo: l’impatto ambientale che il prodotto avrebbe con un uso responsabile e l’impatto che potrebbe avere in caso di un uso non responsabile. Leggendo questi dati il consumatore può valutare responsabilmente come la sua “attenzione” possa fare la differenza.

Questa etichetta ha anticipato i tempi di un tipo di comunicazione più incisiva e rivoluzionaria; oltre al premio di Federchimica, ha ricevuto ulteriori riconoscimenti: *Eco Beauty Contest Cosmopack The Wall* e *Slow Brand Factory*.



Etichette di utilizzo responsabile ideate da Pink Frogs

**Per informazioni**  
[info@pinkfrogs.it](mailto:info@pinkfrogs.it) • [www.pinkfrogs.it](http://www.pinkfrogs.it)

**in** [matteo-locatelli-63084a6/pinkfrogs.it](https://www.linkedin.com/company/matteo-locatelli-63084a6/pinkfrogs.it) • [pink-frogs-cosmetics](https://www.linkedin.com/company/pink-frogs-cosmetics)

**YouTube** [PinkFrogsCosmetics](https://www.youtube.com/PinkFrogsCosmetics)    **f** [pinkfrogs](https://www.facebook.com/pinkfrogs)    **@** [pinkfrogs](https://www.instagram.com/pinkfrogs)

**pinkfrogs**  
cosmetics