

# Lepo

## LA COSMESI NATURALE, EFFICACE ED ETICA

*CON UNA STORIA QUASI TRENTENNALE, OGGI LEPO È DI DIRITTO MARCHIO STORICO NEL PANORAMA DELLA COSMESI NATURALE. UN MARCHIO CHE OGGI PROPONE OLTRE DUECENTO PRODOTTI CHE SPAZIANO DALLE LINEE PER IL TRUCCO AI TRATTAMENTI DEL VISO E DEL CORPO, DALLA PROTEZIONE SOLARE ALL'IGIENE E BENESSERE PER UOMO, DONNA E BAMBINO. LAURA E LUISA PEDRINI, TITOLARI, CI RACCONTANO COME SI COSTRUISCE E CONSOLIDA IL SUCCESSO DI UN'AZIENDA.*

**La nascita della vostra azienda risale ormai al lontano 1984. Cosa vi ha spinto a intraprendere questa attività? Qual è la vostra parola d'ordine?**

La parola d'ordine è "naturale" e non è solo una questione di moda: la nostra è una vera e propria filosofia salutistica. Partiamo da un background erboristico, dal nostro personale interesse per il mondo del naturale, che si è esteso anche alla cosmesi, dal rispetto per il consumatore e dalla valorizzazione delle sostanze naturali di qualità ecologica e biologica.

**Quali sono le caratteristiche dei prodotti e i pilastri su cui si basa la produzione?**

I prodotti sono studiati per prendersi cura della persona, rispettare l'ambiente, secondo regole etiche ben precise: produciamo con alte percentuali di ingredienti vegetali e minerali provenienti da coltivazioni biologiche; non utilizziamo organismi geneticamente modificati. L'intero processo produttivo deve rispondere a requisiti di eco-compatibilità e rispetto per l'ambiente durante tutta la catena produttiva. I nostri prodotti e ogni singola materia prima non vengono testati su animali. Un principio che ci ispira è il legame intimo che vi è tra bellezza e benessere.

**Avete parlato di legame intimo tra bellezza e benessere. Ci spiegate meglio?**

Il nome della nostra linea trae origine dalla lingua cinese: infatti Lepo significa onde di bellezza. Siamo convinte che la cura della propria persona rappresenti una parte gratificante della giornata di ognuno di noi e sia essenziale per essere in sintonia con se stessi e vivere con serenità le diverse situazioni della giornata.

Una crema o un prodotto da trucco rimane a contatto con la nostra pelle per molte

ore: la formulazione riveste dunque un'importanza sostanziale. Infatti, così com'è importante ciò che mangiamo, lo è altrettanto quello che applichiamo sulla nostra pelle. Anche un prodotto da make-up, oltre all'effetto decorativo, deve essere compatibile con la pelle. Il nostro intento è di formulare prodotti sempre più naturali, che non contengano ingredienti chimici e derivati dal petrolio, oggi purtroppo largamente utilizzati nella cosmetica tradizionale.

**Qual è la vostra strategia vincente in questo periodo di crisi?**

Il mercato si evolve rapidamente e il consumatore chiede nuovi prodotti e soluzioni per il proprio benessere e la propria bellezza. La sfida è riuscire ad aggiornarsi e specializzarsi, sia da un punto di vista scientifico che d'immagine. Il nostro punto di forza è proprio la capacità di rispondere prontamente alle esigenze del mercato, non solo osservando il nostro settore, ma ampliando gli orizzonti, per cogliere l'essenza dei cambiamenti in atto e trasferirla nella creazione dei nostri prodotti.

Nonostante questo periodo di crisi, la nostra azienda ha riscontrato una propensione positiva non solo nel mercato estero ma anche nel mercato interno. Siamo un'azienda in continua espansione, che crede nella propria mission. Investiamo non solo nella continua ricerca e innovazione dei prodotti, ma anche nelle risorse umane per poter garantire un miglior servizio al nostro cliente.

**Uno degli aspetti sui quali avete sempre puntato è l'utilizzo di prodotti testati Made in Italy. Come vengono percepiti i vostri prodotti dal mercato estero?**

Come in altri settori, anche in quello cosmetico il "Made in Italy" è molto apprezzato. Siamo state istintivamente attratte dai prodotti caratteristici dell'area mediterranea, una delle più ricche dispensatrici di ingredienti vegetali dalle qualità ineguagliabili e abbiamo saputo trarre insegnamento dalle antiche ricette e preparazioni della tradizione erboristica del nostro Paese. Esportiamo i nostri prodotti in vari paesi, in Europa e nel resto del mondo, tra cui anche in paesi dell'Estremo Oriente come Taiwan, Corea del Sud, Giappone e Cina. Di recente abbiamo apprezzato anche il mercato mediorientale.

**I vostri prodotti sono sempre stati apprezzati per la qualità e per l'uso di ingredienti naturali. Cosa "convince" il consumatore?**

Sicuramente il consumatore di oggi, in questo periodo di crisi, è molto attento nella scelta dei propri acquisti. Tuttavia, come accennavamo, il legame tra benessere e bellezza è sempre forte. Dunque, nel nostro settore, il consumatore predilige non tanto la quantità, ma la qualità del prodotto stesso. Abbiamo già ampliato la nostra gamma di prodotti biologici certificati, formulati con ingredienti naturali e biologici, sempre più richiesti sia dal mercato estero che interno. Inoltre, grazie alla continua ricerca e innovazione, sviluppiamo dei prodotti in grado di poter soddisfare più esigenze (es. protezione e cosmesi) in un solo gesto. La linea BB Cream di recente creazione, ad esempio, idrata, protegge dal sole e svolge azione anti-tan, con la semplicità di un'unica applicazione.



BB powder

BB Bronzing Cream



Luisa Pedrini

Gruppo Pure Mineral e ombretti

Laura Pedrini