

I piani dell'azienda di Cesare Ragazzi che esporta in tutto il mondo le sue soluzioni tricologiche

CrLab sempre più internazionale

La ricetta vincente: qualità, innovazione e made in Italy

DI GIANFRANCO FERRONI

In Italia è stato uno dei primi personaggi capaci di trasformarsi in un brand: **Cesare Ragazzi** ha contraddistinto un'epoca. E la realtà continua ancora oggi: l'azienda Cesare Ragazzi Laboratories, proprio quello delle soluzioni tricologiche, delle parrucche e delle pubblicità tormentone degli anni '80, ha la sua base in Emilia, a Zola Predosa (in provincia di Bologna) e nei decenni si è evoluta fino a essere oggi leader globale nella produzione di sistemi protesici molto evoluti ed efficaci, che offrono una soluzione assolutamente confortevole per tutti i problemi di alopecia, da quelli androgenetici fino a quelli legati a trattamenti chemioterapici. E' a tutti gli effetti un modello di made in Italy vincente, che realizza un prodotto molto particolare di altissimo artigianato (le protesi sono fatte completamente a mano con capelli infilati uno per uno), non delocalizza, rappresenta il numero uno nel campo, esporta in tutto il globo



Stefano Ospitali

e negli ultimi anni ha diffuso centri a proprio marchio in 26 nazioni.

Dal piccolo laboratorio di ricerca dove nel 1968 è nato il metodo di infoltimento non chirurgico Crl, risposta efficace al problema della calvizie, l'azienda è andata sempre crescendo, fino a trasformarsi nella grande realtà che è oggi: 87 dipendenti diretti, 11 milioni di fatturato, oltre 30 centri su tutto il territorio nazionale e una costante espansione internazionale. Crlab, che dal 2011 ha intrapreso un ambizioso percorso di internazionalizzazione, è già approdata negli Stati Uniti (in oltre 30 città), in Australia, nelle Bermuda, in Brasile, Bulgaria, Canada, Colombia, Emirati Arabi Uniti, Francia, Giordania, Grecia, Guatemala, India, Irlanda, Messico, nei Paesi Bassi, in Malesia, Polonia, nel Regno Unito, nella Repubblica Dominicana, in Spagna, Svizzera, Turchia, Ucraina, Ungheria.

Anche per via di questa sua dimensione internazionale, l'attività si è rallentata nei mesi di lockdown da Covid,



L'interno di un centro Cesare Ragazzi Laboratories

anche se l'azienda ha chiuso il quartier generale produttivo per soli due giorni: il tempo minimo per organizzarsi e continuare la produzione di quello che è riconosciuto come un presidio medico chirurgico. La maggiore flessione si è riscontrata rispetto ai prodotti di cura del capello e del cuoio capelluto, dal momento che, a differenza dello stabilimento produttivo, i centri deputati a questa attività diffusi su tutto il territorio nazionale (e non solo) hanno dovuto chiudere i battenti.

Terminato il regime di emergenza però anche questa attività è ripartita con forza, le persone sono tornate ad avere anche una maggiore cura della propria salute e del proprio aspetto. **Stefano Ospitali**, a.d. Cesare Ragazzi

Laboratories, a *ItaliaOggi* afferma che la ricetta vincente è fatta di «qualità, innovazione, unicità della soluzione e un servizio molto puntuale sia ai nostri partner che ai clienti finali. In Usa siamo stati i primi a parlare di scalp care, con le nostre linee tricologiche e il sistema di infoltimento Cnc, apprezzato per la sua estrema personalizzazione, la fedele replica di un cuoio capelluto, la qualità dei capelli e la totale funzionalità: live life without compromise. Il made in Italy, le certificazioni di qualità Iso e il fatto di essere diventati un dispositivo medico in Italia ha completato l'opera». In testa, c'è il 2025: «Saremo ancora leader del settore e sempre più radicati e ramificati a livello internazionale. Stiamo lavorando su diversi progetti

innovativi, sia da un punto di vista tecnologico che di maggior connessione con il mondo sanitario e assicurativo, sfruttando anche i risultati del recentissimo studio di ricerca effettuato presso l'Istituto Nazionale dei Tumori promosso da Salute Donna Onlus dove ci auguriamo di poter aiutare tante altre persone a vivere con più serenità il difficile percorso chemioterapico». Questo perché, continua Ospitali, «i problemi di capelli riguardano uomini e donne. Secondo gli studi elaborati da Crlab, il 18% delle donne soffre di alopecia/diradamenti in adolescenza, il 35% prima della menopausa, il 50% dopo la menopausa; oltre il 65% delle pazienti trattate con farmaci chemioterapici subisce l'alopecia da chemioterapia e il 47% delle donne con il cancro considera la perdita dei capelli come l'aspetto più traumatico della chemioterapia. Per quanto riguarda gli uomini, invece, il 70% presenta anomalie di capelli dai 20 anni in poi; l'alopecia universale, malattia autoimmune con predisposizione genetica che solitamente si manifesta in presenza di un fattore scatenante, colpisce il 2% della popolazione».

—© Riproduzione riservata—

A Firenze arriva il taxi per il parrucchiere

DI GAETANO COSTA

È una sorta di taxi per il parrucchiere. Un servizio di pick up elettrico che Pistolesi Group, storico salone di bellezza di Firenze, ha messo a disposizione delle sue clienti. Chi prenota la tinta o la piega, d'ora in avanti, potrà usufruire anche di questa originale iniziativa: i collaboratori di Marco Conforti, titolare del negozio fondato nel 1966 nel centro storico del capoluogo toscano, andranno a prendere a domicilio le habituè del salone in totale sicurezza.

«Firenze non può essere solo una città per turisti», ha raccontato Conforti. «Come dimostra questa pandemia, dev'essere un luogo da vivere e riscoprire nella quotidianità delle attività che ognuno di noi fa». Compreso il parrucchiere. Da qui l'idea di istituire il servizio direttamente a casa delle clienti.

«Da anni, nella nostra strada, non abbiamo più il servizio di bussino elettrico, e spesso prendere un taxi diventa più oneroso che fare una piega», ha proseguito il gestore di Pistolesi Group. «Aggiungiamo che alla luce della situazione legata al Covid alcune signore non si sentono più sicure a prendere i mezzi pubblici».

«Ho notato che per molte di loro era diventato difficile raggiungerci, ma non volevo rinunciare alla posizione centrale del salone. Il centro per noi è vita quotidiana, c'è tanta arte ma anche la moda di Firenze, che per noi è tendenza. Si parla tanto di farlo vivere ai fiorentini, si dice che si è svuotato, ma per rigenerarlo si devono creare opportunità pratiche di vivibilità e dare chance comode per raggiungerlo».

L'automobile è inconfondibile: nera col

logo del salone stampato in rosso sulle fiancate. Le clienti che usufruiscono del servizio non devono fare altro che aprire la portiera, salire e raggiungere comodamente il negozio. Sempre nel pieno rispetto dei protocolli sanitari.

La storia di Pistolesi Group è all'insegna della bellezza e della salute: maschere ristrutturanti e trattamenti per la cura e il benessere dei capelli abbinati alle ultime tendenze in fatto di taglio e piega, extension, colorazioni e acconciature. Total look attenti alle tendenze della moda, ma personalizzati e in linea con lo stile di ogni cliente. Che ora, oltre ai vari trattamenti, potrà contare anche sul veicolo messo a disposizione dal salone.

«Siamo in fase di rodaggio», ha detto ancora Conforti al *Corriere fiorentino*. «La cliente che prenota la sua tinta o la piega può richiedere questo servizio. Noi le andiamo a prendere, misuriamo la temperatura prima che salgano e seguiamo i protocolli Covid: dalla mascherina alla disinfezione della seduta e degli interni, proprio come fanno nei garage».

«Ci piacerebbe vedere più colonnine per la ricarica praticabili, perché purtroppo molte postazioni del centro vengono usate come parcheggio da mezzi non elettrici. Comunque per dare il nostro servizio ci siamo dotati di una rimessa per collegare l'auto all'elettricità».

—© Riproduzione riservata—

BREVI

Razeto nuovo presidente Piccola Industria di Confindustria Genova. Il vicepresidente di Confindustria Nautica Andrea Razeto è stato nominato presidente Piccola Industria di Confindustria Genova, nell'ambito dell'assemblea elettiva che si è riunita giovedì scorso per la procedura di rinnovo delle cariche sociali per il biennio 2020-2022.

Il 5G di Tim al Giro d'Italia a Milano. Tim diventa protagonista alla tappa finale del Giro d'Italia 2020 che si concluderà domani a Milano. Il gruppo di tlc sarà presente presso l'Open Village in Piazza Castello con un proprio spazio multimediale da cui sarà possibile seguire la gara a cronometro attraverso uno smartphone 5G in modalità multi-streaming, con la fruizione contemporanea di video 4K, a 360 gradi e tradizionali, live e on demand.

Covid e banconote, in 9 mln non le useranno più per paura del contagio. Sono oltre 9 milioni i cittadini italiani che, intervistati per Facile.it dall'Istituto di ricerca Emg Acqua, hanno dichiarato che non useranno più monete e banconote per paura che queste possano trasmettere il virus del Covid. Il dato arriva da un'indagine condotta, a metà ottobre 2020, su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta con età pari o superiore a 18 anni. Il 59,4% del campione ha dichiarato che da ora in avanti userà maggiormente carte di credito, bancomat e prepagate, mentre il 20,4% non ha alcuna intenzione di rinunciare a monete e banconote se la spesa è di piccolo taglio.

Beghelli, tecnologia UV-C per la sanificazione dell'aria. Beghelli ha lanciato la tecnologia UV-C che permette in ambienti come uffici, scuole, ristoranti, bar, palestre, ospedali, industrie e abitazioni private, di sanificare l'aria attraverso un sistema a camera chiusa saturato con raggi UV-C. Attraverso la tecnologia uvOxy utilizzata da Beghelli nei prodotti SanificaAria i raggi ultravioletti restano confinati all'interno della cella di flusso dell'apparecchio senza entrare in contatto diretto con le persone.