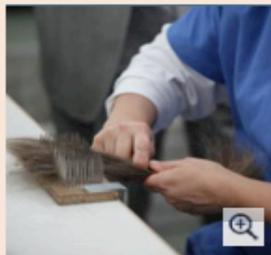


Inglesi pazzi per i «capelli» made in Italy

di [Ilaria Vesentini](#) 2 aprile 2014

[Tweet](#) <4 [Consiglia](#) <24 [G+1](#) <2 [My24](#) [A](#) [A-](#) [A+](#) [A-](#)



È un taglio del nastro che spalanca le porte dei mercati esteri e della comunità medica internazionale quello avvenuto ieri sera a Zola Predosa, alle porte di Bologna, dove il management della società di investimento inglese Advicorp ha inaugurato ufficialmente il nuovo stabilimento produttivo di Cesare Ragazzi Laboratories, società e marchio rilevati dal fallimento nel 2011.

Quasi tre milioni di investimenti sono arrivati da oltremarina per rilanciare un brevetto italiano unico al mondo (il sistema di infoltimento Cnc, capelli naturali a contatto, già utilizzato da oltre 15mila persone worldwide) e la fabbrica di mille metri quadrati dove la maestria artigianale di 70 dipendenti si fonde con tecnologie tricologiche all'avanguardia. La qualità made in Italy di queste "protesi" contro la calvizie (guai a chiamarle parrucchini) fatte su misura di ogni singolo cliente grazie a un calco computerizzato è il frutto di 39 fasi di lavorazione realizzate a mano, con certissima pazienza, che rendono irriconoscibile il capello applicato da quello fornito da madre natura, il tutto senza intervento chirurgico invasivo bensì attaccando una sottilissima membrana in resina polimerica in cui vengono innestati i capelli.

"Chiudiamo il 2013 con 6,5 milioni di fatturato qui a Zola, con una crescita del 24% rispetto all'anno precedente. Ricavi che salgono a quasi 12 milioni con la rete dei 30 centri tricologici in franchising in Italia (altri 200 addetti, ndr) e con la previsione di toccare i 15 milioni a fine anno", afferma Stefano Ospitali, amministratore delegato di Cesare Ragazzi Laboratories. E non ha dubbi: "Anche nel 2014 cresceremo a doppia cifra. Sono oltre 20 le cliniche americane con cui ci stiamo affiliando e la domanda di soluzioni estetiche e mediche è in rapido aumento, soprattutto da parte delle donne".

Gli fa eco il presidente Andrea Mandel Mantello, ceo di Advicorp, appena atterrato da Londra: "Siamo cautamente soddisfatti, perché cominciamo a vedere i primi risultati, anche all'estero. Il mercato nordamericano è in rapidissima ascesa, puntiamo al mezzo milione di business per partire, quest'anno. L'Europa è ancora tutta da aggredire, in Brasile abbiamo un alluce ma va messo tutto il piede, così come c'è spazio enorme da cogliere per noi in Russia e Asia".

Se il successo del marchio negli anni 80-90 era legato all'imbonitore di masse Cesare Ragazzi oggi a fare da cassa di risonanza del brevetto è la parola aggiunta "laboratories", che stringe la mano alla comunità medica internazionale, presente ieri all'inaugurazione del rinnovato sito di Zola. "Siamo fornitori in esclusiva di Inail con il brevetto Cnc per rispondere alle conseguenze di traumi e malattie che comportano alopecia e siamo riconosciuti al pari dell'eccellenza protesica di Vigorso. Parallelamente ci muoviamo nel canale del benessere estetico con hair designer come Salvo Filetti e abbiamo appena completato una campagna di 15 telepromozioni sui canali Rai", aggiunge l'ad. La caccia a nuovi franchisee, partner e investitori dalla Germania alla Cina è ufficialmente aperta.

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

COMMENTA LA NOTIZIA

[Leggi e scrivi](#)

TAG: [Sanità](#), [Cesare Ragazzi Laboratories](#), [Asia](#), [Andrea Mandel Mantello](#), [Stefano Ospitali](#), [Inail](#), [Italia](#), [Salvo Filetti](#), [RAI](#), [Advicorp](#)