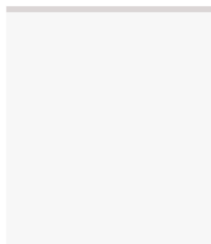


## Torna Cesare Ragazzi con laboratori e cliniche per il capello

di **Ilaria Vesentini**

16 novembre 2012 Cronologia articolo



Tweet 1

Niente a che vedere con parrucche e toupet e neppure con gli slogan chiassosi dell'imbonitore Cesare Ragazzi, nome che è rimasto nel marchio acquistato un anno fa dalla società di investimento londinese Advicorp, completato però da una parola chiave: laboratori. Perché Cesare Ragazzi Laboratories, riparte sì dal brevetto creato nel 1968 dal "Dulcamara" della tricologia e dagli asset del brand bolognese fallito nel 2009, ma con una filosofia capovolta rispetto a quella impressa nella memoria collettiva degli italiani. «Puntiamo alla collaborazione non all'antitesi con il mondo medico e chirurgico», premette il presidente Andrea Mandel Mantello, co-fondatore di Advicorp, che ha fatto del nuovo stabilimento di Zola Predosa, alle porte di Bologna (inaugurato qualche mese fa) la sua seconda sede di lavoro. Per seguire passo passo il rilancio dell'azienda e del brevetto contro le calvizie, Cnc (capelli naturali a contatto), sistema di infoltimento non invasivo complementare rispetto al trapianto chirurgico del bulbo pilifero, per cui Mandel Mantello e socio (Marco Elser) intravedono enormi potenzialità oltreconfine.

A salvare dal destino fallimentare una storia industriale e un marchio simbolo del manifatturiero made in Italy sono stati «l'unicità della tecnologia e l'altissima qualità del prodotto frutto dell'infinita maestria artigianale», assicura l'ad Stefano Ospitali, trait d'union tra la vecchia gestione e il nuovo corso impresso dalla società londinese.

Advicorp ha già investito un paio di milioni tra il nuovo stabilimento emiliano (con laboratorio r&s e centro formazione), riposizionamento di marchio e immagine, riqualificazione dei 30 centri in franchising lungo lo Stivale e lancio delle nuove cliniche (in gestione diretta) per la cura e il benessere dei capelli: due inaugurate il mese scorso a Milano e Bologna, una pronta al taglio del nastro a Modena entro fine mese. Per poi puntare ad aprire, in patria, a Roma, Torino, Genova, Firenze e, oltreconfine, «in almeno trenta Paesi, tra Europa, in particolare Germania e Gran Bretagna, e Asia, con Cina e India in prima fila. Ma la produzione resterà al 100% italiana», precisa Mandel Mantello, in cerca sia di nuovi franchisee sia di partner e investitori che finanzino un business a cavallo tra il centro benessere (la cura della salute del capello sta prendendo sempre più piede nei mercati ricchi, al pari della cura del corpo) e quello medico. Non a caso Cesare Ragazzi Laboratories è anche fornitore in esclusiva del centro protesi Inail di Vigorso di Budrio, per dare una risposta estetica ai problemi di calvizie esito di traumi fisici o gravi ustioni. Settantacinque gli addetti nella sede bolognese, altri 200 nella rete in franchising e il fatturato, che per questo primo anno di avvio di attività si attesterà sui 6 milioni (l'80% legato al brevetto Cnc, il resto ai prodotti tricologici e ai centri benessere), è stimato oltre quota 10 milioni già nel budget 2013, ma con un aggregato di oltre il doppio includendo il franchising e senza considerare le aperture all'estero, in agenda già nei prossimi mesi.

Attese ambiziose legate all'eccellenza di un processo produttivo che lascia sbalorditi: 39 fasi certosine di lavorazione, quasi tutte manuali, si svolgono in ordine e in silenzio nei mille mq del sito bolognese. Si parte dalla creazione del calco del cranio del cliente, su cui viene realizzata una protesi – che in questo caso si chiama epitesi tricologica – su misura, a base di una sottilissima resina polimerica dermocompatibile (un mix brevettato di 25 sostanze studiato nel laboratorio interno); su questa membrana vengono innestati uno a uno, a mano, i capelli naturali vergini (raccolti in tutto il mondo e archiviati in azienda per tipologia e colore), selezionati e mescolati ogni volta, sempre da mani esperte, per riprodurre esatta consistenza e colorazione della capigliatura del cliente. I controlli sono maniacali, la qualità si vede si tocca: «L'epitesi una volta applicata sulla cute, con adesivi biocompatibili ipoallergenici testati, non è assolutamente distinguibile dai capelli propri sia per caratteristiche estetiche che per funzionalità, perché si può fare tutto, dalla messa in piega allo sport agonistico anche subacqueo», spiega Ospitali, un rosso brizzolato di cui non si riesce davvero a capire quanto sia originale e quanto "acquisito".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

©RIPRODUZIONE RISERVATA

**TAGS:** Advicorp | Andrea Mandel Mantello | Asia | Cesare Ragazzi Laboratories | Inail | Italia | Marco Elser | Ospitali | Stefano Ospitali

Come sviluppare l'economia digitale in Italia?



**Backstage**

Il blog di Paola Bottelli



**L'anima accudita, il corpo vestito**

Il blog di Giulia Crivelli

### I più letti

Oggi | Condivisi | Video | Foto | Mese

1. L'Italia prima in Europa per acquisti di scarpe. E il negozi...
2. Versace cresce a doppia cifra. L'ad Ferraris: «Nuove ...»
3. Francesco Russo: «Le mie scarpe Sergio Rossi valgono ...»
4. Com'è difficile la successione anche nella moda ital...
5. Emporio Armani aprisita della moda democratica - Moda 24
6. Da Selfridges il più grande reparto di scarpe da uom...
7. Berlino in testa per i nuovi negozi del lusso - Moda 24
8. Moda 24
9. Torna Cesare Ragazzi con laboratori e cliniche per il capel...
10. Ruffini: «Il segreto di Moncler? Una crescita equilib...