

TINDORA AL COSMOPROF BOLOGNA: ORDINATIVI DA MONDO ARABO E DA PRINCIPATO DI MONACO

28 Marzo 2019



L'AQUILA – Lo zafferano dell'Aquila e la linea Tindora Cosmetics conquistano il Cosmoprof Worldwide 2019 di Bologna, superando l'esordio a livello internazionale con numeri importanti: circa trecento visitatori tra professionisti, esperti del settore e imprenditori si sono interessati alle creme biotecnologiche di alta gamma, ma soprattutto sono già arrivati ordinativi dal mondo arabo e dal principato di Monaco: un quadro condito dall'attenzione dei media nazionali ed internazionali.

Protagonista della kermesse, evento dedicato alla bellezza e alla cura della persona tra i più importanti al mondo che si è svolto a Bologna dal 14 al 17 marzo, è stata l'azienda nata dall'idea di imprenditori aquilani che hanno lanciato, alla fine del 2018, la prima linea in Italia di creme biotecnologiche di alta gamma a base di "zafferano dell'Aquila D.o.p.", che vede il Comune aquilano di Navelli come centro di questa preziosa coltivazione: nel capoluogo emiliano c'è stato il confronto con altri 3.032 espositori provenienti da più di 70 nazioni e 265mila operatori professionali provenienti da 152 Paesi.

Soddisfatto per il benaugurante esordio a livello internazionale di Tindora Cosmetics, l'Ad Matteo Ioannucci, giovane imprenditore del territorio che ha deciso con la sua famiglia di restare all'Aquila dopo il terremoto del 2009 e di investire di nuovo credendo nella ripresa e nel futuro del territorio.

"Dopo soltanto sei mesi, il nostro nuovo brand è approdato alla kermesse mondiale con il nostro stand che ha registrato un'ottima affluenza: tutti hanno apprezzato le nostre creme e il nostro progetto di valorizzare il territorio e promuovere l'imprenditoria, legata in particolare alla coltivazione dello zafferano D.o.p. dell'Aquila, donando una royalty sui prodotti venduti, più un fisso annuo, al consorzio di Navelli per comprare i bulbi della preziosa spezia, finanziando le start up che decidono di investire sull'oro rosso".

Un progetto ambizioso caratterizzato anche da una produzione di creme biotecnologiche di alta gamma al di fuori dall'utilizzo dello zafferano, ha catturato l'interesse dei media: blogger, opinionisti, giornalisti di riviste specializzate, di quotidiani e delle tv locali e nazionali, infatti, hanno visitato lo stand di Tindora per conoscere da vicino i prodotti e raccontare anche la storia e la mission degli imprenditori aquilani.

Delle creme all'oro rosso si è parlato a *"Buongiorno Regione Abruzzo"* e su *"Officina Italia"*, in onda su Rai Tre, con un approfondimento del giornalista Nino Germano, ma anche in un servizio di Daniela Colucci nella finestra del Tg2 dedicata alla rubrica *"Costume & Società"*, condotta in studio da Ilaria Antonini, sul *Sole 24 Ore* in un articolo a firma di Marika Gervasio, mentre per quanto riguarda le riviste di settore, Barbara Molinaro, direttore di *Fashion News Magazine Official*, ha dedicato un articolo alla linea cosmetica di alta gamma, con una lunga intervista ai protagonisti aquilani.

Nonostante sia una fiera internazionale, Cosmoprof rappresenta un'importante vetrina per i prodotti made in Italy nel settore della cosmesi, segno che la bellezza sente meno la crisi e la cura del corpo, così come la ricerca del benessere, sono al centro dei pensieri dei consumatori.

Il Cosmoprof è innovazione, tecnologie produttive all'avanguardia e ricerca, ma al centro della manifestazione si sono imposte soprattutto le proposte sostenibili per l'ambiente che si intrecciano con gli ingredienti e i trattamenti risalenti alle antiche tradizioni, come appunto lo zafferano, utilizzato già nell'antico Egitto.

"Lo zafferano dell'Aquila ha avuto il successo che merita. Siamo orgogliosi di essere intervenuti in questa grandissima manifestazione di livello internazionale - ha spiegato Fiorella Bafle, General manager di Tindora Cosmetics - il risultato è eccellente: in tanti hanno voluto testare i nostri prodotti e la nostra cosmetologa ha eseguito moltissimi trattamenti. Siamo felici degli ordinativi dal mondo arabo e dal Principato di Monaco. Inoltre, l'attenzione mediatica che si è canalizzata sulla nostra azienda ha superato ogni aspettativa, siamo riusciti a competere con espositori provenienti da tutto il mondo e questa è sicuramente una grande soddisfazione".