

My.Organics punta a entrare in Francia, Emirati Arabi e America nel 2022

Di [Elena Passeri](#), [Laura Galbiati](#) - 30 Aprile 2022

My.Organics, brand fondato nel 2012 dai fratelli Alessandro e Alberto Lievore e specializzato in prodotti professionali per capelli realizzati con ingredienti naturali al 100%, certificati e coltivati con tecniche di agricoltura biologica e biodinamica, intende rafforzarsi sul fronte estero nel corso di quest'anno, puntando su mercati in cui ancora non è presente.



Un prodotto della nuova linea My.Scalp

“Oggi realizziamo all'estero circa il 50% del nostro fatturato; il nostro principale mercato internazionale è l'Australia, dove siamo presenti all'interno di circa 450 punti vendita di uno dei principali distributori di prodotti di bellezza del Paese, che ci ha scelto perché vuole la qualità del Made in Italy”, ha spiegato a FashionNetwork.com Giuseppe Fretti, responsabile commerciale dell'azienda a cui fa capo il brand, la Sma di Schio (Vicenza). “Quest'anno puntiamo a conquistare la Francia, gli Emirati Arabi e l'America; stiamo cercando i partner più adatti”.

Per quanto riguarda l'Italia, My.Organics ha recentemente fatto il suo ingresso in Friuli Venezia Giulia e Umbria, con risultati positivi. “Ad eccezione delle regioni del Sud, dove abbiamo dei distributori, presidiamo il resto del Paese direttamente, attraverso una rete di agenti monomandatari che condividono la nostra passione e i nostri valori”, precisa Fretti. “Nel nostro Paese abbiamo anche una Academy, a Palazzolo Sull'Oglio (BS) e tre punti vendita diretti, uno in provincia di Brescia e due in provincia di Bergamo; abbiamo sviluppato un nostro store concept che in futuro potremmo esportare anche all'estero insieme a dei partner”.



SCARICA



STAMPA



DIMENSIONE
DEL TESTO

AA+

AA-



My.Organics ha
lanciato il kit solare
My.Tan

I prodotti My.Organics contengono alte concentrazioni di oli essenziali puri, estratti dalle piante e dai fiori secondo tradizionali tecniche di raccolta: essenze pure che detergono, rivitalizzano e idratano i capelli solo attraverso ingredienti a base botanica, dagli effetti mirati. Le proprietà terapeutiche, gli aromi e i colori che caratterizzano ogni essenza vengono conservati senza utilizzare additivi di origine petrolchimica e conservanti chimici; tutti i prodotti, inoltre, sono privi di Dea, SIs e parabeni.

Per quanto riguarda le novità di prodotto, il brand lancia quest'anno il nuovo kit solare My.Tan, composto da quattro prodotti in formato travel, da 100 ml. "Dietro a ciascuno dei nostri prodotti c'è un grande lavoro di ricerca e sviluppo, non lasciamo nulla al caso", prosegue Fretti. "Un'altra novità è la linea My.Scalp, prodotti tricologici che alleviano prurito, rossore della cute e proteggono dalle polveri sottili. Inoltre, il nostro fiore all'occhiello è la nostra proposta di colorazioni all'olio, molto difficili da produrre ma estremamente idratanti per il capello. Infine, a ottobre lanceremo una grande novità: una nuova linea di colorazioni a base di piante tintorie, naturali al 100% e senza alcun pigmento chimico".

Sma, che oltre a My.Organics, distribuito esclusivamente presso i saloni di parrucchiere, possiede i brand Organics Pharm, presente solo nelle farmacie, e HG (attrezzature per parrucchieri), ha chiuso il 2021 a 15 milioni di euro di fatturato, in salita del 30%, e ha come obiettivo per quest'anno un ulteriore +20%; My.Organics è il marchio principale dell'azienda, con circa il 60% del giro d'affari.

Di [Elena Passeri](#), [Laura Galbiati](#)

Copyright © 2022 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.