

Linea di cosmetici al latte di bufala da Paestum alla conquista degli Usa

DALLA MOZZARELLA AL PROVOLONE DEL MONACO I PRODOTTI TIPICI HANNO APPEAL ANCHE TRA I TURISTI

LA STORIA

Fulvio Scarlata

«Un'esperienza sorprendente che ha catturato l'attenzione dei new yorkers»: quasi non ci riesce a credere, Daniela Senatore, del successo ottenuto con i prodotti di Biancamore. Perché quando tutto è cominciato, a Paestum, con un'azienda bufalina dedita ai prodotti caseari, non si poteva immaginare di essere selezionati tra i quattro brand di cosmetici per rappresentare il proprio Paese a New York in Italy on Madison 2025, l'evento organizzato dall'Italia trade agency nel cuore di Manhattan. «Associare un prodotto di eccellenza come la nostra mozzarella di bufala - continua Daniela Senatore - ai cosmetici ha sfondato. Perché tutti sanno che la nostra mozzarella è buona e sana, però pochi immaginano le qualità del latte di bufala per la nostra pelle».

IL CONSIGLIO DELLA NONNA

In principio era Poppea, con i suoi favolosi bagni in latte d'asina. Poi è rimasta una diceria, una credenza popolare: il latte di bufala fa bene alla pelle. Storie, superstizioni, sotto-cultura. Tanto più per Pasquale e Daniela Senatore. Loro avevano lasciato Paestum con la piccola azienda di bufale di famiglia per volare negli Usa, ognuno con una laurea in Economia alla Bocconi in tasca, Daniela a Miami a lavorare nel marketing, Pasquale in California nella finanza. Poi il lieto evento: Daniela rimane incinta. Come spesso capita, ecco i problemi alla pelle che i normali prodotti cosmetici non riuscivano a risolvere. E qui entra in gioco nonna Rosa con il suo consiglio: fare un bagno in latte di bufala come antico rimedio contro arrossamenti e bruciori. E la sorpresa: il rimedio funzionava. A quel punto ai fratelli bocconiani si è accesa una lampadina: il vero business non è negli Usa, ma a Paestum. Tornano indietro e con l'Università di Salerno si mettono a studiare le qualità del latte di bufala fino alla scoperta: non solo ha molte più proteine e vitamine rispetto al latte vaccino ma è ricco di acido lattobionico. Questo acido ha la proprietà di individuare le molecole di metalli pesanti che dall'atmosfera si posano sulla pelle inglobarle. Era questo il segreto, in termini scientifici, di nonna Rosa. «Il latte di bufala è l'ideale per la cosmesi - dice Daniela Senatore - Ha due proprietà ineguagliabili: è ricco di grassi e genera una pellicola sulla pelle. Si chiudono i pori, previene l'evaporazione dell'acqua che è contenuta nella pelle; la seconda proprietà è che contiene una grande concentrazione di lattoferrina che si dà, in varie forme, a chi è carente di calcio. È protettiva, antiossidante». In 100 grammi di latte di bufala c'è un apporto di circa 114 calorie, così ripartite: 67% lipidi, 17% carboidrati e 16% proteine. Nella stessa quantità sono inoltre presenti: 81,2 g di acqua, 4,5 g di proteine. Nasce così Biancamore, azienda di cosmetici con un'intera gamma di prodotti realizzati con il latte di bufala.

L'INNOVAZIONE

«La nostra scelta - spiega Pasquale Senatore - è stata di creare un semilavorato con il latte di bufala nei nostri laboratori a Paestum e poi affidarci ad eccellenze italiane per la creazione dei prodotti. L'Italia, infatti, è leader mondiale nella creazione di prodotti cosmetici che poi vengono rivenduti sotto vari marchi dei grandi brand Usa e francesi. Così produciamo il nostro sapone nel distretto di Senigallia, le creme in Brianza, le altre linee nel parmense». Biancamore si è imposta subito come una delle aziende più innovative del settore affermandosi in catene come Coin o in profumerie che puntano su prodotti di nicchia di altissima qualità. La casa di cosmetici si è affermata fino a essere scelta, pochi giorni fa, per rappresentare l'Italia negli Usa. La sede di ITA su Madison Avenue si è trasformata in una vera e propria "casa italiana", curata nei minimi dettagli da due grandi firme dell'architettura e del design: Gilda Bojardi, direttrice di Interni, e Paola Navone, architetto e designer di fama internazionale. Ogni spazio ha restituito ai visitatori l'essenza autentica del vivere all'italiana, tra armonia, bellezza e benessere. E la storia e i prodotti di Biancamore, ingredienti naturali, radici profonde in Italia, semplicità e delicatezza e una visione di bellezza

consapevole e autentica, in armonia con la natura e i ritmi della vita quotidiana italiana. «Uno dei nostri prodotti che ha avuto più successo negli Usa è il Siero Viso Illumina - racconta ancora Daniela Senatore - è fatto non con il latte ma con il siero di latte di bufala, che è un prodotto di scarto della filiera bufalina. Ci abbiamo messo tre anni di ricerca per stabilizzarlo però abbiamo ottenuto un cosmetico ricco di acido lattico, cioè altamente sbiancante, da uno scarto, cioè da un costo sia per le aziende che per l'ambiente. In questo modo ricicliamo il siero e completiamo l'economia circolare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA