

30 PAGINE DOSSIER INNOVAZIONE

NUMERO  
DA  
collezione

*\*Il primo magazine-device  
per vivere bene  
l'era digitale*

# class

*Tim Cook*  
55 anni,  
ceo di Apple  
dal 2011.

- ▶ GLI SMARTPHONE DI ULTIMA GENERAZIONE UCCIDERANNO I TABLET?
- ▶ È SICURA L'AUTO CHE SI GUIDA DA SOLA?
- ▶ GLI SMARTWATCH SOSTITUIRANNO GLI OROLOGI MECCANICI?
- ▶ A CHE PUNTO È LA TELE-MEDICINA?
- ▶ QUANDO SARANNO PRONTI I ROBOT UMANIZZATI?



**2016** TUTTE LE NOVITÀ DEL **DIGITALE**  
ECCO COME USARLE BENE  
SECONDO LE INDICAZIONI DI **MR. APPLE**



NUOVI IMPRENDITORI

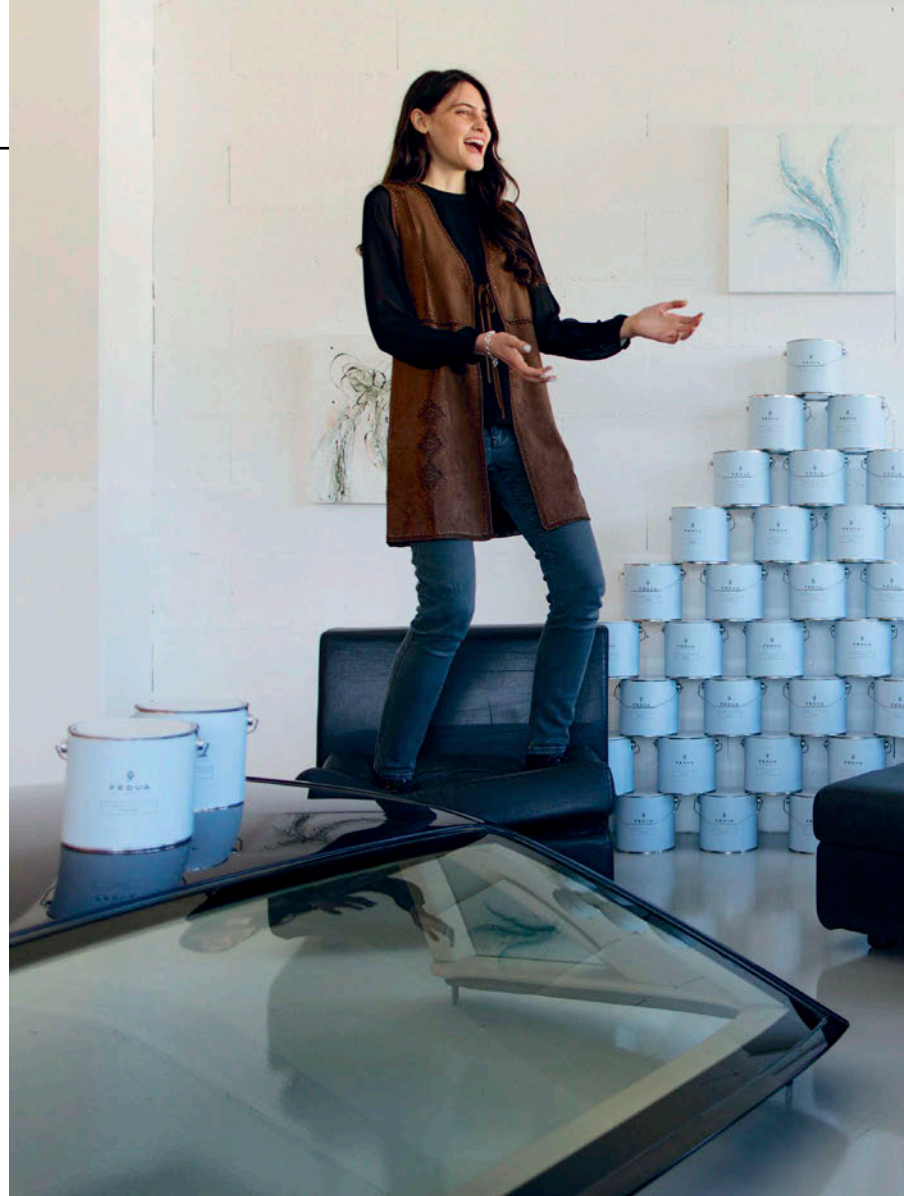
# DIAMO SMALTO ALLA NOSTRA BUONA IDEA

di Stefania Cubello



«**L**a bellezza è una forma d'arte. Viaggiando ho imparato a riconoscerla nelle piccole cose. Ognuno di noi può creare bellezza». Durante uno dei suoi viaggi alla ricerca di idee per l'impresa di famiglia, Luca Gonzini, 28 anni, bresciano, una laurea in economia a Parma, studi a New York, qualche anno fa arriva in Marocco. Qui resta affascinato dai colori, dalle tradizioni, in particolare dalla cura artigianale con cui le donne producono essenze di bellezza come l'olio di argan, alla base di molti cosmetici. È proprio in questo lavoro manuale, paziente e rigoroso, eseguito con strumenti rudimentali, che Luca trova ispirazione per creare un proprio brand di smalti, anzi, di vernici per le unghie: Fedua Cosmetics.

Le radici del giovane imprenditore affondano nell'azienda di famiglia, lo storico Colorificio Gonzini di Botticino, un'eccellenza del made in Italy da 50 anni produttrice di vernici industriali. Un legame forte che ha permesso a Luca di sviluppare prima di tutto un prodotto di altissima qualità. Gli smalti sono gel effect a lunga tenu-



ta, hanno brevetti speciali e sono 5-free, ovvero senza sostanze nocive come resine di formaldeide, canfora, toluene e Dbp. Un omaggio alle radici familiari è racchiuso nell'innovativo packaging ideato per il lancio di Fedua: le colorate boccette vengono infatti vendute in latte che ricordano i tipici contenitori di vernici e che, dopo l'uso, diventano oggetti design da collezionare. Non a caso questi smalti sono in vendita anche in gallerie d'arte, concept store, al FuoriSalone di Milano e non solo nei migliori templi della bellezza come Aldo Coppola. «Fedua è un brand figlio di tutto ciò che mi appartiene. Dalla parte paterna, imprenditori di vernici industriali dalla lunga tradizione, mio nonno materno, invece, un pittore piuttosto noto nell'area bresciana. Mi occupo tuttora dell'azienda di famiglia, lavoro allo sviluppo commerciale ma desideravo fortemente creare qualcosa di mio. Ho cercato di fare quello che so fare meglio, mettendo insieme il patrimonio di conoscenze e il saper fare che mi appartiene», racconta Luca. In meno di un mese dal lan-

**DA UNA  
IMPRESA DI  
FAMIGLIA  
A UN NUOVO  
PROGETTO  
CREATIVO**





## CI PARLIAMO CON QUESTE APP

**#beautyinspiration** è l'hashtag creato dal brand per il pubblico Fedua, usato sui social per l'upload di foto con i colori degli smalti, che mixano arte e bellezza.



**Instagram.** Qui condividiamo immagini e impressioni raccolte per il mondo, durante i viaggi di lavoro e scoperta. Ma anche quelle realizzate con il pubblico, a mostre e inaugurazioni.



**Snapchat.** Per avere un contatto visivo, non solo vocale. Utile soprattutto quando si è dall'altra parte del globo e lontani per lungo tempo.



**Airbnb.** Viaggiando così tanto all'estero, Londra, Parigi, New York, lo usiamo tanto, dà la possibilità di alloggiare in appartamenti molto belli e alla metà del prezzo di un normale hotel.

cio, la start-up ha superato i 12mila pezzi venduti tra barattoli singoli e in formato speciale Paint Box: «Credo che il segreto del successo di una start-up, oltre all'idea e alla capacità finanziaria, stia nell'umiltà di fare le cose, compresi lavori manuali che non si sono mai affrontati prima, nel mio caso dalle etichettature delle lattine degli smalti agli espositori».

Accanto a Luca e al progetto Fedua («Il nome, femminile, è un omaggio al Marocco») c'è la fidanzata Serena Archetti, 22 anni, anche lei bresciana, emblema di bellezza e modella di professione. Chi meglio di lei sa che le mani sono il biglietto da visita di una persona, di una donna in particolare? «Curo la parte più femminile della linea, ovvero decido i colori degli smalti. Per questa prima collezione di otto colori ho seguito il mio gusto, più che la tendenza», racconta la modella che sfila regolarmente

alle fashion week di tutto il mondo per Dolce&Gabbana, Givenchy, Dior, Calvin Klein. «Sono colori che non passano inosservati, come l'azzurro che richiama il Marocco, il pink e il lilla. Esaltano la femminilità. La donna Fedua è elegante, creativa, curata. E poi c'è il nude: non passa inosservato ma allo stesso tempo non disturba, è semplice. È come dovremmo essere nella vita, più semplici, umili».



### IN COPPIA ALLA GUIDA DELL'IMPRESA

Luca Gonzini, 28 anni, con la fidanzata Serena Archetti, 22. Sono il team imprenditoriale e creativo all'origine della start-up Fedua Cosmetics. [www.feduacosmetics.com](http://www.feduacosmetics.com)