



**Paolo Baratti e Donatella Pistagna, specializzati nel private label, presentano Camalù, una linea studiata per accompagnare la routine quotidiana di bellezza**

## Bellanova Cosmetics, personal care tra natura e ricerca



**D**ifficile crederci, ma se c'è chi pianifica un'impresa per anni, c'è anche chi la vede nascere da una frase pronunciata con leggerezza, davanti a una birra, in una sera d'autunno. La storia di **Bellanova Cosmetics** comincia proprio così: da un'amicizia solida, dalla stima reciproca e dalla fiducia che, talvolta, trasforma un'intuizione in un progetto imprenditoriale concreto. Con sede a Cherasco (**corso Luigi Einaudi, 38; tel. 0172-1860099**), l'azienda nasce dall'incontro tra due percorsi professionali e personali destinati a convergere. A raccontarli sono **Paolo Baratti**, amministratore unico e Ceo, e **Donatella Pistagna**, responsabile commerciale per l'Italia e l'estero.

**Partiamo dall'inizio, signor Baratti. Come nasce questa avventura?**

«Tutto prende forma da una forte amicizia e da un profondo rispetto tra la mia famiglia e Livio Bellanova, originario di Roccaforte Mondovì. A

vent'anni è partito per la Germania, si è stabilito a Norimberga, ha studiato e lavorato, fino a fondare un'azienda informatica che, nell'arco di quindici anni, è diventata un punto di riferimento per gli enti pubblici della Germania orientale. Una sera, proprio a Norimberga, davanti a una birra, Livio mi disse: "Io e te, prima o poi, qualcosa insieme lo faremo". Era una battuta, ma io risposi sorridendo: "Quando vuoi, ci siamo"».

**E quella battuta si è trasformata in realtà.**

«Sì, in un modo quasi incredibile. A maggio dello scorso anno Livio ha venduto la sua azienda tedesca e, nel febbraio 2026, abbiamo firmato per dare vita a Bellanova Cosmetics. Io sono socio e amministratore unico, mentre Livio è socio di maggioranza».

**Il mondo della cosmetica, per lei, non era certo una novità.**

«No, rappresentava già il mio core business. Mi sono quindi attivato subito per riorganizzare l'azienda e rafforzare la specializzazione nel private label, ovvero nella produzione di cosmetici a marchio del cliente. Parallelamente, grazie alla collaborazione con Ikram Bellanova, moglie di Livio e influencer marocchina che vive da anni in Germania, abbiamo



sviluppato la sua linea di prodotti cosmetici. Tuttavia, sono sempre stato convinto che un'azienda debba avere anche un marchio proprio, qualcosa che la rappresenti direttamente. È così che è nata Camalù».

**Un nome particolare, che nasconde una piccola curiosità.**

«Camalù è l'anagramma di "lumaca". Era un sogno che custodivo da tempo e che, insieme a Donatella, abbiamo finalmente trasformato in realtà, curando l'identità grafica e scegliendo una finitura bianca e argento laminato. Da lì è cominciato un autentico lavoro di squadra, che ci ha portato a sviluppare sette prodotti».

La linea comprende una crema corpo fluida reidratante, una crema viso, un gel detergente per il viso, un siero con complessi attivi idratanti e ristrutturanti, un siero puro spray, un siero per il contorno occhi e le labbra e una crema piedi. Il lancio ufficiale si è svolto il 19 settembre ad Alba. Oggi Camalù è il nostro principale focus per la cosmetica destinata alla persona, ma stiamo lavorando con grande professionalità anche a una linea specifica per animali domestici, pensata in particolare per quelli di taglia medio-piccola».

**La bava di lumaca, signora Donatella è il punto di partenza, ma non l'unico ingrediente su cui puntate.**

«Esatto. La bava di lumaca contiene sostanze come allantoina e componenti proteici, tra cui collagene ed elastina, che possono contribuire alla cura e al mantenimento della pelle. Ma la nostra ricerca non si ferma qui. Ci siamo



Consulta per scoprire le ultime novità

specializzati anche in formulazioni con estratti vegetali ottenuti attraverso un processo brevettato, puntando a indici di naturalità quanto più elevati possibile. Abbiamo già sviluppato formule con vino, miele, olio d'oliva, nocciola e lavanda. Siamo riusciti persino ad associare olio e bava di lumaca, una combinazione tecnicamente complessa perché le componenti acquose e oleose tendono a non miscelarsi. In questo caso, la soluzione è arrivata grazie alla bava liposomiale. Tra un mese consegneremo in Valle d'Aosta un importante progetto di cosmetica a base di latte di capra. Un contributo fondamentale arriva anche dalla collaborazione con l'Università della Calabria, che ci consente di lavorare con un'ampia gamma di principi attivi e di sviluppare formulazioni mirate».

**Dove si possono acquistare i vostri prodotti?**

«Non vendiamo online: il nostro sito ha una funzione esclusivamente informativa. Preferiamo che i prodotti siano disponibili nelle boutique estetiche, dove professionisti competenti possono illustrarne le caratteristiche

e valorizzarne le peculiarità. Per questo scegliamo un solo punto vendita per città: un partner di cui ci fidiamo, che crede nella qualità del prodotto prima ancora che nei numeri. Abbiamo agenti commerciali e con loro ci occupiamo di intensificare i rapporti con i nostri clienti-interlocutori».

**Quali sono le prospettive per il futuro?**

«Siamo una piccola e media impresa e vogliamo sviluppare un'attività a 360 gradi, partendo dalle eccellenti materie prime che il mondo agricolo è in grado di offrire e trasformandole in linee cosmetiche originali. Crediamo nel valore della ricerca, nella personalizzazione e nella possibilità di creare prodotti che sappiano raccontare il territorio da cui provengono. Allo stesso tempo, vogliamo continuare a lavorare con le persone giuste, condividendo competenze e conoscenze».

### Camalù conquista Bra, Alba e Cherasco



*Franco Masamè ad Alba, padrino di Camalù e la Profumeria Laura a Bra sono tra le eccellenze che presentano con orgoglio il valore della personal care Camalù. Una linea cosmetica che guarda alla natura senza rinunciare alla ricerca, e trasforma la competenza formulativa in una serie di texture pensate per valorizzare la cura quotidiana della pelle. Un progetto che riflette la visione di Bellanova Cosmetics: creare prodotti riconoscibili, sviluppati con attenzione e capaci di coniugare qualità, identità e innovazione.*