



Giovedì 31 Gennaio 2013

Italia Oggi

17



# Marketing Oggi

**IL NUOVO AVVOCATO**  
Luci e ombre della nuova Riforma Forense  
IN EDICOLA CON

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

L'imprenditore della cosmetica Roberto Martone apre un nuovo format. Da replicare all'estero

## Un hotel delle essenze a Milano Made in Italy e profumi, la formula del Magna Pars Suites

DI CLAUDIA CERVINI

Dalla produzione di essenze all'esordio nell'hôtellerie di lusso a braccetto con firme del made in Italy quali Guzzini, Poltrona Frau e Kartell. È la parabola di **Roberto Martone**, imprenditore di profumi e patron di **Ier-Itf**, che ha inaugurato nel capoluogo lombardo il Magna Pars Suites Milano, hotel cinque stelle sorto nella ex fabbrica di profumi di famiglia (via Forcella 6) che ospiterà, nei piani dell'imprenditore, una clientela per metà internazionale legata al mondo del business, del design, della fotografia richiamata nella zona della moda che si estende da via Tortona ai Navigli.

Il format, in legno, acciaio e cristallo che si sviluppa su quattro piani e accoglie 28 suite, un ristorante, un lounge-bar, una piscina e un'area benessere, non vuole rimanere un esemplare unico, almeno nelle intenzioni di Martone. «Attendo i risultati di questo piccolo investimento (sulla cifra nessuna indicazione, ndr): l'obiettivo è di raggiungere il break-even entro un anno, ma sto già valutando di esportare il progetto altrove a cominciare dal ristorante per il quale



L'esterno, il salotto di una suite e il ristorante dell'hotel



ho identificato come location Ginevra: città benestante alle porte dell'Italia dove la nostra cultura è apprezzata», dichiara Martone, lombardo, classe 1947.

Se il piano di espansione prendesse piede la diversificazione sarebbe notevole rispetto al core-business dell'imprenditore che, con la sua Industrie cosmetiche riunite e con la controllata Its, produce e distribuisce profumi in proprio e in licenza (Trussardi, Blumarine, Disquared e ora anche Pomellato, i clienti più noti)

con un evidente richiamo alla fabbrica di essenze. «Il concept è ispirato al mondo della profumeria che vediamo rappresentato nei quadri e nei libri alle pareti e naturalmente nelle essenze ispirate agli arbusti fioriti e legni che attraversano, mai in modo invasivo, i corridoi e le suites», spiega Matrone. «Mentre il

per un giro d'affari che nel 2012, a livello di gruppo, ha toccato i 150 milioni di euro.

Non a caso, il pay off del nuovo hotel è «The Essence of Living, il primo hotel à parfum».

logo scelto è l'albero della vita a indicare quanto questo progetto, dedicato all'ospitalità, affondi le sue radici nella mia storia imprenditoriale».

Una storia che non ha mai fatto mistero della passione per il made in Italy: «Fui il primo nel '75 a promuovere i profumi che uscivano



Roberto Martone

dall'Ier abbinando loro l'etichetta Made in Italy», racconta, «e voglio fare lo stesso con Magna Pars Suites Milano: affermare cioè il concetto di ospitalità italiana».

Ecco perché tutti i fornitori sono tricolore, dai **Guzzini** per l'illuminazione a **Poltrona Frau** per i divani e i letti, da **Kartell** per i divani esterni a **Ital Poltrone** per alcune particolari poltroncine, fino a **Technogym** che ha fornito gli attrezzi da palestra, e artigiani brianzoli, bresciani e toscani.

Anche lo chef, **Fulvio Siccardi**, è stellato e rigorosamente nostrano (piemontese d'origine), così come l'architetto **Luciano Colombo**, autore anche del centro congressi adiacente, che con Magna Pars Suites Milano ha liberato la fantasia facendo vivere i muri dell'ex fabbrica (con tanto di mattoni e piastrelle a vista) con il lusso raccolto del giardino interno e con gli appartamenti da 60 a 90 metri quadrati, persino su due piani (il prezzo parte da 400 euro a notte per le suites basic e dai 1.000 euro a salire per le superior). «Un'altra collaborazione a cui teniamo molto è quella con gli studenti dell'Accademia delle Belle Arti di Brera che hanno realizzato opere figurative, commissionate da noi e ispirate agli ingredienti olfattivi a cui sono dedicate le singole suites e che troveranno nell'albergo una vetrina per esporre i loro futuri lavori», conclude Martone.

© Riproduzione riservata

### Apple negli Usa brevetta anche come sono fatti i suoi Store

iPad e iPhone super protetti da brevetti e d'ora in poi anche gli Apple Store, i negozi della mela, lo saranno. Almeno a cominciare dagli Stati Uniti, dove il Patent and trademark office, l'ufficio brevetti, ha accettato la richiesta di Apple la scorsa settimana. I punti vendita dal design minimale e dal mix legno-materiali grigi (nella foto) non potranno quindi essere materia per copioni retail.

Fra le altre cose nel brevetto



è descritta l'ampia vetrata d'ingresso sormontata dai pannelli

e il bancone simil-bar con sgabelli e video nella parete retrostante. In effetti, già qualche negozio che prende a esempio gli Apple Store sta cominciando a comparire. Uno fra tutti il nuovo modello di punti vendita per la stampa fotografica di Polaroid, con un bancone bar dichiaratamente ispirato a questi ultimi. In Cina, invece, si è verificato il caso più eclatante, quello di un negozio

del tutto uguale all'Apple Store e con i prodotti della mela, ma non autorizzato dalla società di Cupertino.

Ovvio che il brevetto Usa, richiesto nel maggio del 2010, non servirà a proteggere dai copioni negli altri paesi, ma di solito le società che si avvalgono di questi strumenti poi ne richiedono di simili anche all'estero.

In ogni caso, far valere un brevetto del genere non è semplice: Apple dovrà dimostrare che chi usa un negozio simile al suo confonda effettivamente i consumatori.