



Moda24

BEAUTY+BENESSERE

I profumi Icr a quota 100 milioni

Martone allarga l'hotel di famiglia Magna Pars Suites Milano dove apre un laboratorio di fragranze

di **Marika Gervasio**

● Ha aumentato il numero di suite, passando dalle 28 iniziali a 30 quest'anno, con un fatturato 2015 previsto di 6,5 milioni di euro, il 2015 in più rispetto al 2014 anche grazie all'Expo. E, a poco più di due anni dalla sua apertura a febbraio 2013, l'hotel a cinque stelle **Magna Pars Suites Milano** ha inaugurato **LabSolu**, un laboratorio di profumeria che riassume la sua essenza di hotel a parfum.

L'albergo, infatti, occupa gli spazi della ex-fabbrica di profumi di via Forcella della famiglia Martone che continua la sua attività nel campo della cosmetica attraverso Icr, che Roberto Martone fonda nel 1975, succedendo al padre Vincenzo a cui si deve la nascita, nel 1949, di Marvin, azienda specializzata in antibiotici e farmaci, cosmetici per la cura della pelle e profumi. Attualmente **Icr** si occupa dello sviluppo, produzione e distribuzione mondiale

di fragranze e cosmetici di marchi come Bulgari, Salvatore Ferragamo, Trussardi, Pomellato, Blumarine e Colistar, solo per citarne alcuni.

«Abbiamo chiuso il 2014 con 85 milioni di pezzi prodotti e un fatturato di 90 milioni di euro e per il 2015 prevediamo un aumento del 7-8% dei volumi che porterà a ricavi vicini ai 100 milioni - afferma Martone -. Abbiamo 42 mila metri quadrati di superficie coperta produttiva a Lodi con un ampliamento di 9 mila metri quadri entro ottobre 2016 in previsione della produzione di nuovi marchi».

Un progetto che ha visto anche l'assunzione, da gennaio, di circa 200 persone portando il numero totale degli addetti a superare quota 600, come tiene a sottolineare Ambra che, assieme alla sorella Giorgia, è figlia del padre in azienda come consigliere.

Continua il presidente: «L'85% del nostro fatturato arriva dall'export. I Paesi di riferimento per noi sono Europa, Russia, che sta diventando sempre più importante, Stati Uniti e Far East. Il Sud America è un mercato con un forte potenziale e potrebbe avere sviluppi molto interessanti così come la Cina dove l'attenzione per i prodotti di qualità italiani sta aumentando».

Sull'Oriente sono focalizzati anche i piani di crescita del Magna Pars Suites Milano. «L'hotel è frequentato da una clientela



Hotel a parfum. Nella foto in alto il LabSolu, il laboratorio di profumeria appena inaugurato al Magna Pars Suites Milano con oggetti che risalgono all'archivio storico della Icr. Qui a fianco, un dettaglio della facciata dell'hotel che occupa gli spazi della ex fabbrica di profumi della famiglia Martone in via Forcella

business, ma anche da turisti - spiega Martone -, per metà italiani e per metà stranieri soprattutto arabi, russi e americani. Stiamo puntando sull'area orientale e stiamo promuovendo l'hotel in questa direzione. Quest'anno grazie a Expo l'occupazione delle camere è passata dal 65% al 70-75%».

Si per valorizzare la struttura e meglio spiegare il concetto di hotel a parfum è nato LabSolu, come racconta Giorgia Martone: «Nel perfume laboratory si trovano tre isole dove si possono sentire le 39 essenze legnose, di arbusti fioriti e piante fruttate, alle quali si ispirano le 39 suite dell'albergo. C'è poi un'area dedicata alle candele profumate. Il laboratorio è ispirato ai vecchi laboratori farmaceutici di Marvin, luogo di preparazione di essenze e creme, la cui sede era proprio quella di via Forcella e tutti gli elementi di laboratorio esposti risalgono all'archivio storico della Icr. Sarà anche possibile scegliere l'essenza preferita che sarà confezionata all'istante in uno speciale flacone a forma di vaso ambro di farmacia con tappo in vetro smerigliato e un sigillo con la raffigurazione di un alambicco con all'interno la "m" di Marvin, con una targhetta personalizzata».

In vendita nel laboratorio anche le linee di profumi per ambiente LabSolu e per la cura del corpo Aqua Adornatensis di Marvin.

HOT SPOT



Ilg, crescono e quote fatturate e quote

Un fatturato di 356 milioni di euro (+2%), un obbligo di oltre 15 milioni con una quota di mercato del 50% nel segmento delle catene di profumerie. Così Ilg (Imoni e La Gardenia Beauty) chiude il 2014 e continua nel progetto di ristrutturazione dei negozi.



Profumi, Los Angeles premia l'Italia

Al Goethe Institut di Los Angeles, Luca Malfer, giovane profumiere di Atelier Fragranze Milano, e il profumo Black Pepper & Sandalwood del marchio Acca Kappa sono stati premiati con il "The art and olfaction awards" nella categoria "Independent".



DoDo e gli anelli «komponibili»

Sono in oro rosa i nuovi anelli DoDo e si possono personalizzare con decine di disegni diversi, da quelli "classici", sempre in oro rosa, ispirati al mondo della natura, a quelli ricoperti di smalto (nella foto, la stella marina e il polpo, tra i best seller del brand). www.dodo.it



Estate messicana per M Missoni

È un mix di texture, colori e stampe la collezione beach di M Missoni, ispirata al Messico. Bikini, costumi interi, camicie, tute in seta e pratiche borse caratterizzate dalle tipiche stampe floreali, ma anche dalle altrettanto famose righe (nella foto, una borsa da mare Zig Zag). www.m-missoni.com



Corner nr. 100 per Lumberjack

Lumberjack, che dal 2012 fa capo al gruppo calzaturiero turco Zylan, ha appena inaugurato il suo "100" corner. Nel 2015 Lumberjack punta ad aumentare il fatturato del 30%, raddoppiando i ricavi esteri, e ad incrementare i volumi, arrivando a produrre 1,4 milioni di calzature. www.lumberjack.it

LUSO

Gianfranco Lotti punta sulla Cina

di **Marta Casadei**

● «Milano è una tappa fondamentale nello sviluppo internazionale di Gianfranco Lotti. Per questo dopo Parigi, Firenze e Chongqing siamo felici di aver inaugurato il punto vendita di via Montenapoleone». Franco Lucca è l'amministratore delegato di Gianfranco Lotti, etichetta di pelletteria di lusso made in Toscana che fa capo alla Bottega Manifatturiera Borse, società che nel 2013 (ultimo dato disponibile) ha registrato ricavi per 35 milioni di euro.

Nel 2013 il fondo tedesco Haldor è entrato nel capitale di Bimb con una quota superiore all'80% e ha scelto di concentrarsi sull'house brand Gianfranco Lotti, che a fine 2015 arriverà ad assorbire il 20% dei ricavi circa, con un investimento di 50 milioni di euro in cinque anni.

Il retail sia offline che online - Gianfranco Lotti ha lanciato in questi giorni il suo e-commerce - è una dimensione decisiva nell'ambito di questo percorso di sviluppo. La road map, 50 aperture in un lustro, è serena: l'azienda ha stretto un accordo con distributori locali per 30 aperture in Cina e due in Corea dove Gianfranco Lotti sbarcherà anche attraverso il canale duty free. Tra le sportività più significative previste ci sono Londra e Dubai nel 2016 e New York e Abu Dhabi nel 2017.

Lo store di Milano, 255 metri quadri su due piani, è un tassello chiave nella costruzione del network retail: «Lo abbiamo pensato come un punto di incontro tra stile e artigianalità. Dall'apertura effettiva il negozio è stato meta di numerosi turisti cinesi e mediorientati. Con una sorpresa: «Molti milanesi sono venuti ad acquistare le nostre creazioni», spiega Lucca. Tra i prodotti - l'80% del business di Gianfranco Lotti è legato ai prodotti femminili - spicca una limited edition di 20 modelli in pellami pregiati che sarà in vendita in esclusiva a Milano, il secondo piano della boutique, poi, è dedicato al servizio: «One piece only» per la personalizzazione delle borse.

A breve in Toscana aprirà i battenti un nuovo stabilimento dedicato esclusivamente a Gianfranco Lotti, in grado di produrre 100 mila borse l'anno.



Novità. Borsa a mano Lotti in vitello liscio e pitone, impreziosita dalla metallaria

IL SOLE 24 ORE EVENTI

www.eventi.ilssole24ore.com/luxury-2015

7° LUXURY SUMMIT

IL VERO LUSO È IL MADE IN ITALY

MILANO, 10 e 11 GIUGNO 2015
SEDE GRUPPO 24 ORE, VIA MONTE ROSA 91

TEMI

10 GIUGNO 2015

- Big del vero lusso - interviste
- Strategie di business globale: Retail, Digital strategy, e-commerce
- Comunicazione on line, wearable technologies, distribuzione
- Opportunità e regole per un reshoring di successo

PARTECIPANO

Antonio Achille Partner & Managing Director BCG	Federica Damiani Director Consumer Marketing Italy LVMH	Nicolò Favaretto Rubelli Amministratore Delegato Rubelli	Scott Malkin Chairman and Founder Value Retail PLC	Giuseppe Santoni Amministratore Delegato Santoni
Erika Andreatta Partner PwC	Carlo Alberto Demichelis Senior Partner Responsabile Area Marchi Jacobacci & Partners	Gian Giacomo Ferraris Amministratore Delegato Gianni Versace	Michele Norsa Amministratore Delegato Salvatore Ferragamo	Toni Scervino Amministratore Delegato Ermano Scervino
Paola Bottelli Il Sole 24 ORE	Federico De Cesare Viola Gommalista enogastronomico e collaboratore Gruppo 24 ORE	Fabio Gallia Amministratore Delegato BNL	Stangiacomo Olivi Partner DLA Piper	Luca Solca Head of Luxury Goods Exane
Maurizio Castello Partner KPMG Advisory	Antonio De Matteis Amministratore Delegato Kiton	Jean-Marc Jacot CEO Parmigiani Fleurier	Marco Pirone Amministratore Delegato Louis Vuitton Italia	Carlo Traglio Presidente Vhemer
Giulia Crivelli Fashion Editor Moda24 Il Sole 24 ORE			Nicoletta Polla-Mattiot Direttore How to Spend It Italia	Giulio Vassal Amministratore Delegato Villa Paradiso

IN COLLABORAZIONE CON

BCG The Boston Consulting Group

BNL GRUPPO BNP PARIBAS

DLA PIPER

KPMG cutting through complexity

OFFICIAL SPONSOR

JACOBBACCI PARTNERS

PWC

RENAULT Passion for life

how to spend it

Luxury24.it

Moda

CON IL CONTRIBUTO DI

La partecipazione all'evento è libera e gratuita fino ad esaurimento posti.
Per informazioni e iscrizioni: www.eventi.ilssole24ore.com/luxury-2015

Seguici su

Servizio Clienti
Tel. 02 5460.1897
Fax 02 7004.9601
info@formazione.ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 91
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23/b/c
ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2008