AZIENDE DI FAMIGLIA

Profumi d'alta moda Il viaggio della Icr parte da via Tortona

Paolo Stefanato a pagina **8**

IMPRESE/5

di **Paolo Stefanato**

AZIENDE DI FAMIGLIA

L'alta moda dei profumi partita da via Tortona ha conquistato l'America

Viaggio nell'Industrie cosmetiche riunite che producono 86 milioni di esemplari

Quarant'anni fa Roberto Martone è stato uno dei primi in Italia, se non il primo, a intuire le potenzialità di espansione dei profumi «made in Italy», quelli delle grandi firme. E ha adottato il modello industriale «leggero» che contraddistingue tutto il comparto della moda, dove gli stilisti tengono in casa creatività, strategie, marketing, pubblicità e fanno fare ad altri prodotto e distribuzione. Oggi Martone, con la sua Icr - Industrie cosmetiche riunite, che ha sede a Lodi - fabbrica profumi e cosmetici per i marchi italiani più illustri – a cominciare da Bulgari, Ferragamo, Ungaro - ed è primo per dimensioni in Italia e secondo in Europa. Fattura 62 milioni di euro, ma più del fatturato, che è influenzato dal rapporto in conto terzi, preferisce indicare il numero dei pezzi prodotti ogni anno, 86 milioni (sciampetti e campioncini compresi); e ricordare che dal 1975, anno della fondazione, l'azienda non ha mai chiuso un bilancio in rosso, ha sempre investito e l'espansione continua con il nuovo capannone da 12 milioni che sta entrando a regime.

Il padre di Roberto, Vincenzo, industriale farmaceutico a Milano, in via Tortona (e a questo indirizzo ritorneremo poi), negli anni Settanta vendette l'attività principale e il figlio, allora meno che trentenne, trattenne per sé la piccola divisione che fabbricava cosmetici. Egli capì che le prospettive erano lì e applicò ai profumi i modelli industriali sui quali si era avviato il successo del mondo della moda, dei gioielli, degli occhiali, degli accessori. Il primo cliente fu Nicola Trussardi, al quale seguirono molti altri, Renato Balestra, Nazareno Gabrielli, Romeo Gigli: «Allora erano degli emergenti, si può dire che siamo cresciuti insieme». Loro concentrati sugli aspetti «glamour» del profumo, la Icr in grado di soddisfare l'alto livello industriale richiesto dal settore del lusso. Essa fornisce anche logistica e distribuzione, elementi fondamentali di tutto il processo: che voi siate nel Duty free di Singapore, in una profumeria di Faubourg St-Honoré a Parigi o di Rodeo Drive a Los Angeles, le confezioni delle grandi fragranze allineate negli scaffali arrivano direttamente da Lodi, perché la Icr, oltre che fabbricare, consegna al destinatario finale, in 120 Paesi.

L'azienda, come dicevamo, è il più importante produttore di profumi «selettivi» (cioè di gamma alta) in Italia, e la sua forza, oltre che nella qualità di prodotto e di processo, sta in una flessibilità preziosa per un settore che vive sulle novità, che cambia sempre e può fare richieste originali. Un esempio: i fiocchetti di certi flaconi, o le catenine appoggiate al collo della bottiglietta, vengono tutti applicati a mano, con cura femminile. Per questo le 18 linee di produzione sono accompagnate da una presenza intensa di manodopera. I dipendenti sono 600, il 75% donne; nel confezionamento gli uomini sono soltanto 2. Nel 2016 182 persone che da vent'anni prestavano il proprio lavoro attraverso una cooperativa, sono state regolarizzate a tempo indeterminato, grazie al job act.

Alla Icr arrivano le essenze fabbricate da laboratori specializzati che sono il frutto del lavoro dei «nasi», gli artisti, gli inventori dei profumi. Queste materie prime vengono poi «tagliate» con altri componenti per ottenere le varie formulazioni, e cioè le declinazioni dello stesso profumo nei vari prodotti della linea: l'olio essenziale è presente all'8-10% nella colonia, al 12-14% nell'eau de toilette, al 18-24% nell'eau de parfum e in percentuali ancora più elevate per i cosiddetti «assoluti». Il resto è principalmente alcol, con una piccola percentuale di acqua. Ogni prodotto è testato in laboratorio prima di essere immesso nel ciclo produttivo, con accurate analisi microbiologiche e controlli di qualità. Poi la produzione passa attraverso miscelazioni, macerazioni, tempi di maturazione, filtraggi. Nelle sale precedenti all'area di confezionamento sono allineate cisterne con 250mila litri di prodotto, il cui aroma avvolge delicatamente tutta la fabbrica. Il prezioso liquido arriva alle linee tramite tubazioni e qui avviene l'assemblaggio di «pompe, ghiere, tappi, flaconi, interno-astuccio, astuccio, cellophane, imballaggio», ovvero di tutti i componenti che compongono il prodotto finito.

Poi c'è il magazzino, anzi i due enormi magazzini alti 12 metri, completa-

mente automatizzati con sistema di radiofrequenze; nei 10 livelli di stoccaggio la rotazione completa avviene ogni tre mesi. C'è anche un ufficio doganale interno, visto che il 92% dei pezzi va all'estero, e quando c'è qualche rifornimento urgente le scatole viaggiano in aereo. «È la nostra piccola Amazon – dice Ambra Martone – siamo già pronti per consegnare direttamente al consumatore finale».

Roberto Martone, che in azienda è affiancato dalle figlie Ambra e Giorgia, sottolinea l'importanza di contare su contratti di lungo periodo, 5-7 anni, e di avere clienti fedeli da più di vent'anni. È fiducioso anche sulle prospettive, nonostante la crisi, sia perché in uno scenario globale i vari mercati si compensano, sia perché «per la profumeria selettiva è attesa l'anno prossimo una crescita del 3% nel mondo».

Ma avevamo detto che saremmo tornati in via Tortona. Qui nel 1987, quando la fabbrica fu spostata a Lodi, gli immobili furono trasformati in uno spazio di eventi, battezzato Magna Pars, che si è subito imposto nel panorama milanese della comunicazione. Ad esso, nel 2013, è stato aggiunto un albergo di lusso di 39 camere, Magna Pars suites Milano, dove il protagonista è il profumo. Qui, in una bottega molto raffinata, si vendono i prodotti Marvin, il vecchio marchio di Vincenzo Martone che caratterizza linee di profumi e di cosmetici alle quali stanno dando appassionato impulso Ambra e Giorgia. Giorni fa una cliente un po' eccezionale, la principezza del Qatar, si è fatta prendere dall'entusiasmo e ha comprato tutto il comprabile.

62 mln

A tanto ammonta l'ultimo fatturato della Icr, azienda di profumi e cosmetici che non ha mai chiuso in rosso

600

Questi i dipendenti della Icr, al 75% donne. Ben 182 sono state assunte a tempo indeterminato nel 2016

Fondata nel 1975 serve le essenze di Bulgari, Ungaro e Ferragamo

TECNICHE

Le essenze sono lavorate con controlli di qualità e analisi microbiologiche

CELEBRITÀ

La principessa del Qatar è stata nei locali originari, oggi sede di Magna Pars

Le frasi

GLI STILISTI

Nicola Trussardi il primo cliente, poi sono venuti Balestra e Gigli Erano emergenti, di fatto siamo cresciuti insieme

STRATEGIE

Abbiamo perfino un ufficio doganale È la nostra piccola Amazon, pronta a consegne dirette al destinatario

PANORAMA Una veduta dell'azienda Icr di Ambra, Roberto e Giorgia Martone (da sinistra nella foto in basso). Il 92% dei pezzi prodotti è destinato all'estero. Per questo la Icr ha un ufficio doganale interno nella fabbrica che ha sede a Lodi dopo il trasloco da via Tortona