

## Imprese

### COSMETICA & DINTORNI

# PACKAGING PIÙ GRANDI, PIÙ BELLE

Il leader italiano Lumson rileva Belotti. E non si fermerà qui. Per la società partecipata da **Fsi** l'obiettivo è diventare il numero 1 al mondo

di **Maria Silvia Sacchi**

**L**umson, società di Crema leader nel packaging per la cosmetica guidata da Matteo Moretti, ha rilevato l'intero capitale della bergamasca Belotti, produttore di altissima gamma, uno dei gioielli del settore. Non a caso a fondarla nei primi anni '60 è stato Marino Belotti, che era un incisore di metalli preziosi. Poi Marino passò ai bottoni (nell'area c'è un famoso distretto) per dedicarsi infine ai cosiddetti «compati» della cosmetica, le *trousse*, che Belotti fornisce ai maggiori nomi mondiali, da Hermès a Shiseido.

L'azienda è attualmente gestita dalla seconda e terza generazione, Maria Teresa (per tutti «Terry») Belotti e il figlio Alfredo Gavazzeni, che manterranno i ruoli operativi in azienda e re-investiranno in Lumson una parte significativa dei proventi della cessione, secondo un modello sostenuto da **Fsi**, il fondo guidato da **Maurizio Tamagnini** che è nel capitale della società cremasca (35%). «È una vera chicca - dice Moretti parlando di Belotti — fa un prodotto bellissimo». Che non finirà in mani straniere, come in molti casi è successo: dopo la competizione sui marchi, infatti, oggi i gruppi stranieri sono entrati direttamente nell'acquisto dei fornitori, spesso sfruttando il momento del passaggio generazionale.

### Ambizioni

Un'annotazione sul nome dell'azienda della famiglia Moretti: Lumson significa «Luigi Moretti son»

(figlio, in inglese, ndr). A fondarla — inizialmente come distributore dei vetri della Saint Gobain — è stato Remo, famiglia di operai, che con questo nome intese omaggiare suo padre, Luigi appunto. Remo, 79 anni, è presidente onorario e da tempo ha passato le consegne al figlio Matteo, 52 anni. Allo stesso modo, l'azienda si è managerializzata: prima con l'arrivo del *ceo* e vice presidente Giovanni Broggiato, già una decina di anni fa, poi di un amministratore delegato esterno, Paolo Valsecchi (tra il 2016 e il 2017). Un modello di scelte e di tempi che Moretti dice «cercherò di applicare con i miei figli». Ne ha tre, ancora piccoli (la maggiore ha 16 anni).

L'Italia è piena di queste eccellenze e in particolare nella cosmetica. Il

nostro Paese è al vertice nella produzione mondiale di *make up*: viene realizzata qui la metà della produzione mondiale e i due terzi di quella europea. La Lombardia è un centro nevralgico: 11 miliardi di fatturato, 35 mila occupati (la sola Lumson ne occupa oltre 500), che salgono a 200 mila con l'indotto. Abbiamo, però, imprese troppo piccole e (a differenza della moda) pochissimi *brand*. Ecco allora perché serve mettersi insieme.

«L'idea che "piccolo è bello" non può più essere, dobbiamo e vogliamo crescere», dice Matteo Moretti. Che insieme a **Fsi** ha già strutturato il consiglio di amministrazione di Lumson con nomi importanti, come quello di **Michele Scannavini**, ex amministratore delegato di Coty (uno dei più grandi gruppi di profumeria al mondo) ed ex presidente dell'Ice,

e di **Carlo Bozotti**, ex presidente e amministratore delegato di StMicroelectronics. Entrambi sono industriali partner di **Fsi**. L'obiettivo è quello di raddoppiare, almeno, l'attuale fatturato di circa 100 milioni di euro nel 2018, il 75% proveniente da esportazioni. E l'ambizione quella di diventare il numero 1 al mondo nel *packaging* per la cosmetica.

### Sostenibilità

Belotti non è la prima acquisizione di Lumson, che ne ha già realizzata un'altra due anni fa: Leoplast, produttore di *pack* per rossetti. Crescere è un imperativo, perché le sfide poste dai mercati sono sempre più complesse. Il *trend* della sostenibilità, per esempio, richiede grossi investimenti. «Abbiamo tantissimi brevetti», dice Moretti. Nella cosmetica — è uno dei tanti trend in corso — si sta sempre più passando dal vasetto al dispenser per evitare la contaminazione delle creme. «Grazie a speciali pompe progettate da noi, abbiamo creato flaconi senza aria al proprio interno. In questo modo, non solo il prodotto non viene a contatto con l'aria ma nemmeno viene sprecato: quando finisce non ne restano che minime tracce». Sostenibilità significa anche stare al passo, per esempio, con tutte le normative eu-



ropee. Tutti motivi che devono spingere sempre più a fare massa critica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## **Imprese**

Matteo Moretti,  
presidente di Lumson, e  
Terry Belotti, presidente  
della Marino Belotti