

# 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



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

Lumson, 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 del-

l'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 cfo 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 SMicroelectronics. Entrambi sono industrial 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 europee. Tutti motivi che devono spingere sempre più a fare massa critica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA