

Lumson celebra i primi 50 anni e sbarca nel segmento fragranze

Packaging. L'azienda nata nel 1975 ha presentato a Cosmopack la nuova business unit che si dedicherà al mondo della profumeria di fascia alta

Marta Casadei

È un tesoro dell'esperienza maturata per crescere accogliendo nuove sfide. Potrebbe essere descritto così il percorso di Lumson, holding italiana di progettazione, produzione e commercializzazione di soluzioni di packaging primario per il settore beauty, che nel 2025 festeggia i suoi primi 50 anni e proprio in concomitanza con questo anniversario ha scelto di debuttare in un nuovo, sfidante, segmento: il packaging per i profumi.

L'azienda di Capergnanica, nel cremonese, dove negli anni si è consolidata la cosiddetta Beauty Valley italiana, è nata nel 1975 grazie alla visione del Cavalier Remo Moretti, che nel 2018 ha lasciato la guida dell'azienda al figlio Matteo, pur mantenendo la carica di presidente onorario.

La formula di Lumson è sempre stata improntata al giusto equilibrio tra creatività e innovazione: l'azienda è stata tra le prime a implementare e utilizzare sistemi di erogazione airless e continua a investire massicciamente (nel 2024, il 7% del fatturato) in ricerca e svilup-

po. Nel 2017 ha poi acquisito Leo-plast, specialista nel packaging di rossetti, e ha rafforzato le competenze aziendali nel segmento make up, incrementando l'offerta e producendo su scala industriale, sempre però con l'attenzione ai dettagli che l'ha caratterizzata dall'inizio della sua storia come realtà artigianale. Nel luglio dello scorso anno, invece, ha ceduto ad Alcedo Sgr il 100% della Marino Belotti, società specializzata nella progettazione,



Il debutto. A Cosmopack è stata presentata la Business unit dedicata ai profumi

sviluppo e produzione di compact cosmetic case destinati ai segmenti prestige e massige, confermando il proprio focus sulla skincare.

«Nel corso degli anni abbiamo costruito un processo industriale sempre più consolidato, in cui i prodotti vengono studiati, sviluppati e realizzati interamente in-house - ha spiegato il presidente Matteo Moretti -. Il nostro modello produttivo, basato su una costante innovazione e sulla stretta collaborazione tra tutti i reparti, dal team industriale al laboratorio, al controllo qualità e alla divisione R&D, ci consente di dar vita a prodotti ad elevate performance e di offrire ai clienti soluzioni "chiavi in mano" standard e tailor-made».

Il 2025 segna, come già detto, un nuovo capitolo legato alla profumeria: a Cosmopack Lumson ha presentato la nuova collezione dedicata ai profumi - 13 soluzioni da 50ml e 100ml dal design premium, 2 travel sizes, e ben 60 cappucci in diversi materiali (legno, alluminio, plastica), per un totale di oltre 1500 diverse combinazioni - che verrà gestita da una business unit creata ad hoc. «Forti di 50 anni di esperienza alle spalle e di un consolidato posi-



Innovazione.

Nell'immagine sotto, l'azienda di Capergnanica, nel cuore della beauty valley italiana, che da mezzo secolo studia, progetta e produce i packaging per cosmetici, make up e da poco anche per i profumi (sopra, alcuni flaconi)



zionamento nel mondo make-up e skincare - continua il presidente di Lumson -, abbiamo deciso di mettere a disposizione anche del mondo dei profumi questo prezioso patrimonio di conoscenze e innovazione, di gusto e savoir-faire, per creare qualcosa di unico. Tanti traguardi sono stati raggiunti, ma il

nostro sguardo ora è già rivolto al domani. Il futuro sarà nel segno dei valori che hanno caratterizzato la nostra filosofia e il nostro operato fino ad oggi: innovazione, performance, ricerca estetica». Negli anni Lumson ha sviluppato una profonda expertise nella decorazione del vetro: questo savoir faire verrà ap-

plicato alla profumeria, settore che sta crescendo a livello globale.

Il gruppo Lumson attualmente ha cinque stabilimenti produttivi in Italia, filiali in Francia, Stati Uniti, Spagna, Germania e Polonia e più di 600 dipendenti a livello internazionale. Da sempre è impegnato per crescere in modo organico, con un occhio di riguardo all'impatto sull'ambiente e sulle comunità locali.

La sostenibilità è una delle sfide che Lumson ha deciso di intraprendere, intrecciandola con il proprio impegno nell'innovazione e nella ricerca. All'impiego di materiali riciclati e alla valorizzazione di catene di approvvigionamento responsabili, tracciabili e brevi, Lumson ha affiancato la collaborazione con università ed enti di ricerca. Insieme al Politecnico di Milano partecipa al progetto Musa (Multilayered Urban Sustainability Action) finanziato dal Pnrr. L'obiettivo di Lumson, che partecipa al Bando Spoke 5 della Missione Tre del Piano nazionale di ripresa e resilienza, è rendere la filiera della cosmetica sempre più circolare.