

Le aziende/2. Chiuso il 2017 con un fatturato di 86,8 milioni (+11%)

Lumson punta a triplicare ricavi e dimensioni in 5 anni

Triplicare ricavi, personale e dimensioni in cinque anni: è l'obiettivo ambizioso di Lumson, 43 anni di esperienza nel settore del packaging primario per la cosmetica e oltre 500 dipendenti con una superficie di 18mila metri quadrati fra siti industriali e di stoccaggio e una capacità produttiva annua di 120 milioni di flaconi in plastica nei due stabilimenti di Capergnanica (Cremona) e di S. Maria Di Sala (Venezia).

«Lumson ha chiuso il 2017 con un fatturato di 86,8 milioni in crescita di quasi l'11% rispetto al 2016 - racconta il ceo Matteo Moretti - con una quota di export del 68%: tra i principali Paesi annoveriamo gli Stati Uniti e la Francia». L'azienda cremasca è presente con proprie filiali commerciali in tutti i principali mercati europei (Francia, Germania, Gran Bretagna, Spagna, Polonia) oltre che negli Usa. Grazie a una rete di accordi commerciali, poi, ha rapporti con clienti operanti in Russia, Medio Oriente, nei Paesi Arabi, in Africa e in Sud America.

«Abbiamo previsto forti investimenti nella filiale americana - dice il ceo -, con un aumento del presidio sulle due coste e un potenziamento dell'attuale ufficio a New York. In Italia quest'anno verrà inaugurato un nuovo stabilimento a Capergnanica, insieme a un nuovo magazzino automatico e nuovi reparti. Nei prossimi cinque anni, infatti, puntiamo a triplicare, in termini di numeri, di personale, di fatturato, di metri quadri: è un progetto ambizioso, ma stiamo gettando le basi per attuare un percorso di crescita dimensionale quanto più naturale possibile».

Senza dimenticare la ricerca e sviluppo: «Cosmopack rappresenta il trampolino di lancio delle novità del primo semestre 2018 - spiega Moretti -. Lumson ha intrapreso l'ambizioso cammino dell'innovazione tecnologica, proponendo un packaging in grado di dialogare con il consumatore. Abbiamo brevettato l'inserimento, in alcuni dei nostri packaging, di un microchip invisibile, inviolabile e non in contatto con il prodotto cosmetico. Si chiama Met Microchip Embedded Technology e permette al flacone di collegarsi a uno smart phone per scoprire numerose informazioni. Il microchip rappresenta inoltre un infallibile sistema di anti-taccheggio e anti-contraffazione». A Bologna l'azienda cremasca, tra i finalisti ai Cosmopack Awards con Met, presenterà anche una nuovissima tecnica di stampa digitale, dal nome Pop-Up, per decorare e lanciare la nuova gamma di rossetti frutto della recente acquisizione di Leoplast, specialisti nella produzione di lipstick. L'offerta spazia in termini di forme e materiali e il PopUp offre i vantaggi di immagini estremamente nitide, perfettamente riproducibili e dai colori sgargianti. Non da ultimo, Lumson Infine, arriva una nuova collezione, dalla forma elegante e dal decoro prezioso: Unique.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ma.Ge.

LA FRONTIERA HI-TECH
Brevettato l'inserimento di un microchip nei packaging che permette al flacone di collegarsi allo smartphone e dare informazioni