

PAMBIANCO

BEAUTY

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA COSMETICA

SCENARI Il travel retail prende il volo

INCHIESTA Amenities, la cortesia diventa business

AND THE CITY Brera district, la Madonnina si fa bella

PRODOTTI Gli alleati della pelle

Profumerie, belle senz'anima



COVER BY ARZU AKGÜN

ISSN 2421-6879



9 772421 687009



SOMMARIO

- 12 NEWS DALL'ITALIA
- 18 NEWS DAL MONDO
- 22 SCENARI
Il travel retail prende il volo
- 29 DOSSIER
Profumerie, andamento lento
30 Le regionali battono le big
38 Boutique, belle senz'anima
- 44 INTERVISTA - CUSCUNÀ (BULGARI)
Essenza di gioielli
- 48 FENOMENI
Generazione Beauty Box
- 54 INCHIESTA
Il business della cortesia
- 60 REPORTAGE
Pitti, piccoli artigiani crescono
- 64 BEAUTY AND THE CITY
Brera, la Madonnina si fa bella
- 66 NEWS OPENING



DOSSIER **PROFUMERIE, ANDAMENTO LENTO**

Lo Studio Pambianco sui fatturati delle profumerie rileva una doppia marcia: +4,5% le catene regionali, -2,9% quelle nazionali. Non basta per parlare di ripresa, in un settore che ha bisogno di una nuova identità.



SCENARI **IL TRAVEL RETAIL PRENDE IL VOLO**

Lo shopping di viaggio garantisce risultati. Ma i costi delle location diventano una barriera all'entrata.



INCHIESTA **AMENITIES, PER CORTESIA**

Anche se ancora è un settore non 'identificato', le linee dedicate macinano risultati.

SOMMARIO

- 71 **WHAT'S NEW?**
- 72 SKINCARE
I super oli
Stress metropolitano: i sieri
- 78 MAKE-UP
Un tocco di rosso
Nero assoluto
Nude mood
Gioco di palette
- 85 FRAGRANZE
For her
For him

In copertina



Arzu Akgün
The girl with the braid
Mixed media on wood panel
Courtesy of Merkur Gallery, Istanbul
Cover story pag. 90

...ogni giorno sul web
www.beauty.pambianconews.com



BEAUTYNEWS

APPROFONDIMENTI DA CANNES
La fiera francese TfwA nelle notizie quotidiane sul sito.



PAMBIANCOtv

ASSEGNATI I COSMETICAWARD
Vincono L'Oréal, Artsana e Landoll.



**SCARICA LA APP
DI PAMBIANCONEWS**



NEGLI ULTIMI ANNI,
IL 'QUARTIERE DEGLI ARTISTI'
È DIVENTATO ANCHE IL
'QUARTIERE DELLA BELLEZZA'.
I NEGOZI SI MOLTIPLICANO
ALLA RICERCA DI STORIA E
TRADIZIONE. GLI SPAZI RETAIL
SONO PICCOLI CON LOCAZIONI
TRA 800 E 1.500 EURO A MQ

BRERA, LA MADONNINA SI FA BELLA

di *Vanna Assumma*

Storicamente è il quartiere degli artisti, con le sue vie strette e lastricate di sampietrini, frequentate dagli scrittori e dai poeti bohemien della Scapigliatura milanese: è il quartiere di **Brera**, ancora oggi una delle zone più caratteristiche nella città della Madonnina, con l'Accademia delle Belle Arti e la Pinacoteca, e dove le cartomanti fermano i turisti in mezzo alla strada. In questa atmosfera così anticonvenzionale, negli ultimi tre anni si sono moltiplicati i negozi di profumeria e di cosmetica, al punto che il Brera-district è diventato per antonomasia la 'via del beauty' nella città della Madonnina. Ultima apertura in ordine di tempo è quella del monomarca francese **Fragonard** in via Solferino 2, ma poco prima l'australiana **Aesop** si è affacciata in Piazza del Carmine, con un negozio che vuole essere la risposta contemporanea a un quartiere storico. Durante la Vogue Fashion Night Out del 22 settembre di quest'anno è arrivata un po' di Provenza nel cuore di Milano, e in via Mercato 18 ha esordito il flagship store **Compagnie de Provence**. Poco distante, in via Fiori Chiari, spicca la vetrina verde di **Caudalie**, e lo stesso marciapiede ospita **Dr. Vranjes Antica Officina del Farmacista** e al numero civico 12 il monobrand **Mac Cosmetics**. In via Brera trovano casa **Diptyque Paris**, **L'Olfattorio** e **The Body Shop**, mentre via Madonnina è stata prescelta dalle insegne di **Diego Dalla Palma** e di **Santa Maria Novella**. A questi nomi si aggiungono diverse profumerie indipendenti multimarca, che hanno trovato nella via un 'passeggio' vivace e copioso.



PERCHÉ PROPRIO BRERA?

Vieni da chiedersi perché, tra tutte le vie di prestigio di Milano, proprio il quartiere di Brera sia stato prescelto dalle aziende della bellezza. Risponde **Roberto Orlandinotti**, titolare di **Orlandinotti Real Estate**, che ha seguito l'ingresso in Italia di Caudalie e di Aesop con i rispettivi negozi: "Brera è l'unica zona a Milano caratterizzata da storia e charme architettonico e contemporaneamente con spazi retail di piccole dimensioni. Altre vie, come Corso Vittorio Emanuele ad esempio, hanno spazi per i punti vendita molto grandi". In effetti le boutique di Brera si sviluppano su superfici di dimensioni ridotte, che vanno dai 25 ai 70 metri quadrati. E' anche vero che nel Quadrilatero della moda milanese si possono trovare metrature contenute per il retail, ma in questa area tra via Montenapoleone e via del Gesù, frequentata da turisti altospendenti, sembra che non funzionino tipologie di prodotti con importi bassi, come lo sono i profumi e i cosmetici. "Storicamente – spiega Orlandinotti – nel Quadrilatero non funzionano negozi con scontrini medi in uscita bassi, sotto i 200 euro". Infatti in questa celebre zona di Milano si concentrano soprattutto gioiellerie, boutique di moda, design e pelletteria.



A sinistra, vetrine di L'Olfattorio; sopra, interno di Aesop.

In alto, da sinistra: esterno di Caudalie, particolare del punto vendita Compagnie de Provence, vetrina Diptyque Paris.

Nella pagina a fianco, via Fiori Chiari dove si affaccia Dr. Vranjes Antica Officina del Farmacista.

LOCAZIONI SOSTENIBILI

Un altro elemento che scoraggia l'apertura di un negozio beauty nel Quadrilatero è il fatto che il sell-out di un negozio di cosmetica si aggira mediamente su 200mila euro l'anno, un importo che non regge gli alti costi di locazione del Quadrilatero, che oscillano tra 4.800 e 8.500 euro al metro quadro. Sostanzialmente un punto vendita di 50 metri quadri costerebbe in questa 'cittadella della moda' milanese più di 250mila euro l'anno, una spesa quindi non sostenibile. "Le locazioni nella zona Brera – aggiunge Orlandinotti – variano tra 800 euro e 1.500 euro

a metro quadro l'anno. Ne consegue che l'affitto di uno spazio di 50 metri quadri costa tra 60mila e 100mila euro l'anno, conteggiando anche il basement di deposito. A questo si aggiunge il fatto che le buonuscite nel Quadrilatero sono milionarie, mentre nel Brera-district, ovviamente, sono più contenute. Infine, il 'quartiere degli artisti' assiste a un vivace passaggio di prossimità, con l'andirivieni di abitanti della zona che fanno acquisti in queste vie, e si sa che il beauty in città si affida soprattutto alle consumatrici domestiche più che a quelle internazionali.