

Dedicato ai nasi di nicchia

Coven Egidio è partner tecnico dell'Al-Shindagha Museum di Dubai – assieme all'azienda Tola nota per l'omonimo marchio – con due macchine appositamente progettate, riempitrice e aggraffatrice, dedicate a un target selezionato: una tendenza che dagli Emirati Arabi si sta diffondendo anche in Italia

Al Shindagha Museum è un museo che si trova in una zona molto bella di Dubai, conosciuta da chi frequenta la città dei grandi business, vicino a una zona di mercato molto esteso che si chiama Al Shin Bazar, e che è anche luogo di hotel frequentati per gli incontri di lavoro. Un nodo strategico e molto conosciuto, famoso anche perché venendo dalla parte del Creek si può camminare, se la temperatura lo permette, e prendere quello che viene chiamato un «taxi del mare» per raggiungere in poco tempo l'altra parte. Il canale è infatti molto grande e navigabile, e una volta arrivati dall'altro lato si trova quella che era la casa natale dello sceicco Saeed Al-Maktoum, ora diventata museo: *«l'idea del museo - spiega Luca Pagetti, titolare di Coven Egidio - è di raccontare la cultura locale e le antiche tradizioni della città. Tra gli aspetti più rappresentativi è stato scelto il profumo, che in questa cultura ha un significato particolare. Nei paesi arabi, infatti, i profumi vengono usati nei momenti importanti del ciclo di vita di una persona: quando si nasce, quando ci si sposa e quando si muore. E quando ci hanno chiesto di diventare partner del progetto, l'idea era di valorizzare questo aspetto tipico che fa da ponte tra sacro e profano, e di creare - in una zona del museo - un laboratorio del profumo con macchine personalizzate ad hoc»*. Ma vediamo bene di cosa si tratta nell'intervista rilasciata a Kosmetica.

Siamo abituati a pensare che le macchine debbano trovarsi in zone industriali. Invece, ora c'è una macchina di Coven Egidio in un museo, in una delle zone più antiche della città di Dubai, è così?

Esattamente, precisamente era la casa dello sceicco Al-Maktoum, e che oggi è diventata il museo Al Shindagha: un luogo voluto dalla municipalità con





l'idea di realizzare degli ambienti che parlassero della cultura araba. Infatti, in vista di Expo 2020, la città si è ulteriormente espansa e sono state fatte delle piccole e grandi opere per migliorare la viabilità e la logistica, come per esempio la metropolitana. E per rappresentare la cultura araba, è stato scelto di dedicare una zona del museo al profumo, che per questa regione rappresenta senza dubbio un aspetto tipico molto importante. Per questa ragione, il museo è molto curato nei dettagli, è interattivo e ci sono delle postazioni, con le nostre macchine, legate alla valorizzazione del profumo.

Quali tipi di macchine e per quale uso?

Sono macchine riempitrici o aggraffatrici, usate dalle profumerie artigianali per produrre da 200-300 tagli al giorno. Tutto è partito da Parigi, dove c'è un profumiere che si chiama Ex Nihilo (www.ex-nihilo-paris.com) che ha cominciato a realizzare il profumo davanti al cliente e che ci ha chiesto una macchina customizzata. Da lì è diventato uno standard, e per altre aziende tedesche, francesi, inglesi e portoghesi ci vengono chieste macchine con colori e personalizzazioni differenti. È un prodotto che realizziamo per i grandi magazzini, come Harold's o Saks Fifth Avenue a New York, o per profumieri di nicchia che vogliono mostrare l'aspetto produttivo artigianale.

Esistono esperienze simili anche in Italia?

In Italia non c'è ancora un grande mercato ma si sta diffondendo, e ci reputiamo un po' i pionieri per aver mostrato interesse a seguire questo genere di richiesta. Infatti, a Milano, nella zona di Brera, c'è una zona che è un po' un «Champs Elysees del profumo»: 7 negozi dedicati alla profumeria di nicchia

Numeri piccoli ma significativi
Coven Egidio è un'azienda medio-piccola a conduzione familiare che da più di 40 anni si dedica alla produzione di macchine per il riempimento e la chiusura della profumeria, e che negli ultimi 25 si è dedicata al mondo del profumo in tutte le sue forme, diventando un punto di riferimento nel mercato. Un esempio di Made in Italy che si è fatto strada conquistando la fiducia di grandi brand del settore cosmetico e di aziende estere in Europa, Asia e Australia www.covenegidio.com.



COVEN EGIDIO DI PAGETTI & C. SNC
 e-mail: info@covenegidio.com
www.covenegidio.com

IL MUSEO AL-SHINDAGHA

Shindagha è una delle zone più antiche di Dubai e ospita il museo Al-Shindagha: un'abitazione di due piani che era la casa del lungimirante sceicco Saeed Al-Maktoum, governatore di Dubai dal 1912 al 1958. Dopo la sua morte, l'edificio rimase in abbandono fin quando non fu demolito, ed è stato ricostruito e aperto al pubblico come museo nel 1986. Oggi è conosciuto come il Museo Al Shindagha, e ricorda l'epoca pre-petrolifera di Dubai e al suo interno si trovano affascinanti documenti storici, come fotografie, lettere, mappe, trattati, monete e francobolli, che testimoniano diversi aspetti della vita sociale, culturale e scolastica del tempo (<https://dubaiculture.gov.ae/en/Live-Our-Heritage/Pages/Al-Shindagha-Museum.aspx>).

– qualcuno monomarca, e altri più o meno storici ma sempre dedicati al questo target – uno dei quali ha una nostra macchina.

Numeri piccoli ma importanti: forse significativa di una nuova tendenza?

Sono macchine piccole, si chiamano infatti macchine da banco, e sono generalmente utilizzate in laboratorio, sono facili da usare, le produciamo da tanti anni e negli ultimi hanno subito delle personalizzazioni. Effettivamente è una nuova tendenza di successo. Eravamo pronti da molto tempo e abbiamo cominciato a fare comunicazione in attesa dell'inaugurazione vera e propria del museo del profumo. Forse infatti, non tutti sanno che a Dubai esistono circa 6-700 aziende registrate di profumi, dalle piccole alle grandi, quindi con un'attività produttiva. Se la Francia è la prima, i secondi sono gli Emirati Arabi.

Un'idea anche per nuovi mercati?

Il nostro obiettivo è ora di rafforzare la nostra posizione non tanto nei numeri che negli ultimi anni ci hanno piuttosto premiato, bensì nel comunicare che la nostra specificità è la carta vincente: lo è stata in passato e lo sarà anche in futuro. Una specificità che è un punto di forza perché vogliamo differenziarci dalla piccola e grande concorrenza con un prodotto di qualità, piccolo, curato e anche bello da vedere. Un progetto che va di pari passo con la nostra attività quotidiana a livello di promozione sul Web, facendo incuriosire anche il cliente che non ha mai venduto profumo e vi ci si avvicina con l'idea del piccolo taglio, dell'alta gamma e sapendo che c'è un'azienda partner affidabile che si chiama Coven Egidio. ●



Luca Pagetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA