

Beauty + Benessere**Profumi di nicchia, Italia trampolino per la crescita globale di Roja Dove**

MARIKA GERVASIO PAG. 20

**ALTA GAMMA IN ITALIA**

Fragranze di nicchia Roja Dove accelera

Il nostro Paese è il mercato europeo in cui il brand è più presente

di Marika Gervasio

Il suo nome è sinonimo di lusso in tutto il mondo. Roja Dove, professione profumiere, ha lavorato vent'anni per Guerlain di cui è diventato il primo ambasciatore nel mondo al di fuori della famiglia. Da sette anni a questa parte ha deciso di aprire un bar a parfum da Harrods a Londra e di creare fragranze di alta personalizzate con il suo marchio di alta profumeria.

Il risultato? Vende in duecento negozi in quaranta Paesi i suoi profumi che costano dai 245 alle 2.500 sterline con flaconi con cristalli Swarovski e scritte in oro 24 carati e ingredienti ricercati e rari come l'ambra, collaborando con marchi

come Rolls Royce, Laurent-Perrier e Victoria&Albert. In Italia è arrivato in diciassette città, da Roma a Milano a Verona, passando per Porto Cervo e Forte dei Marmi. E, all'alba dei suoi 60 anni, si prepara ad espandersi a livello globale.

«Il marchio sta crescendo a tassi molto elevati - racconta Dove -. È stato accolto dal mercato meglio di quanto potessi immaginare. Al momento è distribuito in duecento negozi, ma l'anno prossimo vogliamo entrare in molte altre aree tra Europa, Medio Oriente e Usa. Siamo appena

arrivati in Nigeria, India, Vietnam e Sud Africa. L'unico mercato che non abbiamo ancora esplorato è l'Asia: potrebbe essere la nostra nuova sfida».

E l'Italia? «È un'area molto importante per noi, infatti è il Paese europeo con il numero maggiore di negozi in cui il marchio è distribuito, ventidue in diciassette città. La clientela italiana è molto attenta e selettiva. Dopotutto il profumo è notoriamente una "cosa" italiana, così come della Francia, così come non lo è per il sud-est asiatico, per esempio. Dunque, un marchio di fragranze non può non essere in Italia».

Soprattutto, come dice il maestro profumiere, se si tratta di profumi di nicchia ed esclusivi: «Non ho mai pensato di lanciare una linea commerciale. Amo creare profumi su misura per i miei clienti che sono attirati proprio dall'unicità delle mie fragranze e sono stanchi di prodotti "di massa" che hanno saturato il mercato. Ho puntato da subito sulla fascia alta con creazioni di extra-lusso per la qualità degli ingredienti, come l'ambra grigia naturale, non sintetica, o la rosa di maggio di Grasse, ma anche per il packaging».



A Londra. Lo spazio Roja Dove Haute Parfumerie da Harrods

© RIPRODUZIONE RISERVATA

