Oggi sono 15 milioni i profumatori a forma di alberello venduti ogni anno nella Penisola

Arbre Magique, 60 anni in Italia

Limited edition e una nuova fragranza al profumo di stelle

DI ELENA GALLI

Un «prodotto senza tempo», ma con una storia lunga 60 anni. Almeno in Italia.

Arbre Magique, il profumatore per auto a forma di alberello, celebra infatti i 60 anni sul mercato della Penisola. Una storia che nasce con un viaggio di 12 giorni tra gli Stati Uniti e l'Italia a bordo di una nave cargo, nella speranza di un'occasione di business. L'unico passeggero a bordo della nave era **Giancarlo Tavola**, e portava con sé alcuni esemplari di Arbre Magique recuperati negli Usa, come ha raccontato ieri a Milano lo stesso imprenditore, oggi 90enne e presidente onorario dell'omonima azienda (la Tavola spa) nata nel 1947. Fu lui, nel 1964, ad avviare in Italia la distribuzione in esclusiva di Arbre Magique, un prodotto creato 12 anni prima da **Julius Sämann**, chimico e imprenditore svizzero che all'epoca viveva in Canada, e destinato inizialmente a coprire l'odore del latte sui furgoni per le consegne di prodotti lattieri.

«Negli Stati Uniti si chiamava Little Trees e aveva un'unica profumazione, pino, a cui si aggiunse poi la vaniglia, due fragranze che continuano a essere tra le più vendute», ha spiegato il presidente e amministratore delegato di Tavola, **Gianpaolo Re**.

Nel 1975 l'azienda milanese iniziò la produzione di Arbre Magique, che all'epoca si vendeva nei negozi di accessori e ricambi, nelle stazioni di servizio e presso gli autolavaggi. Il 1986 segna lo sbarco nella grande distribuzione organizzata e il debutto di Arbre Magique nel mondo della pubblicità, con le prime campagne. Nel 2006 partono i primi concorsi che rafforzano il legame con i consumatori, sempre più coinvolti nella definizione delle nuove fragranze e della nuova grafica del prodotto.

La nuova profumazione Supernova

Un prodotto diventato simbolo della cultura pop (ha ispirato opere d'arte, oggetti di design e testi di canzoni: una fra tutte, *Sei un mito*, degli **883**) e che nel 2021 ha «rinfrescato» la propria immagine con un nuovo logo e il lancio di profumazioni più raffinate.

Oggi gli Arbre Magique venduti in Italia sono 15 milioni ogni anno e le fragranze 32. L'ultima, Supernova, caratterizzata da una grafica di forte impatto, è stata presentata proprio ieri, durante un evento che ha visto la partecipazione dell'astronauta **Maurizio Cheli**, primo italiano a ricoprire il ruolo di «mission specialist» a bordo dello Space Shuttle Columbia.

Con Supernova, il «profumo delle stelle», l'azienda guarda dunque al futuro (un futuro in cui la sostenibilità sarà sempre più centrale), mantenendo però ben saldi i piedi per terra. «Lanciamo tre fragranze nuove ogni anno», ha sottolineato il direttore marketing e vendite di Tavola, **Marco Giordano**. «Quest'anno sono previste limited edition per le Olimpiadi di Parigi e per gli Europei di calcio», ha aggiunto, precisando che le vendite di Arbre Magique sono equamente distribuite tra punti vendita della gdo e negozi di autoaccessori e autoricambi, ferramenta, stazioni di servizio.

Tavola spa, che conta un centinaio di dipendenti e un portafoglio di 24 marchi (tra cui, oltre ad Arbre Magique, Orphea, Care for you, Depilsoap e il test di gravidanza First Praedict), ha archiviato il 2023 con un fatturato di 60 milioni di euro e «un incremento ben oltre l'inflazione», ha concluso il direttore marketing dell'azienda, che per Arbre Magique ha scelto una comunicazione tradizionale, con investimenti «su tv e stampa» e un testimonial come **Davide Valsecchi**, ex pilota automobilistico e conduttore televisivo.

© Riproduzione riservata

Santorini, boutique villa in un mulino del 1700

È uno dei cinque mulini a vento di Pyrgos, sull'isola di Santorini, in Grecia. Costruito all'inizio del 1700, è stato attivo per più di due secoli, fino al 1956. Oggi, dopo un accurato restauro che ha utilizzato le pietre originali e rispettato particolari vincoli costruttivi, l'imponente mulino a tre piani è diventato una boutique villa di 180 metri quadrati, concessa in uso esclusivo.

Arredata con pezzi unici fatti a mano o restaurati, la villa Anemoscope (www.anemoscopewindmill.com), situata all'ingresso del villaggio di Pyrgos, è aperta tutto l'anno e può ospitare fino a 7 persone.

La villa Anemoscope

L'immobile è dotato di doppio ingresso. Dall'ingresso principale, si accede al piano superiore, che dispone di una camera matrimoniale dotata di finestra circolare con vista a 360° su tutta l'isola di Santorini. Dal secondo ingresso si accede invece a un soggiorno che può essere utilizzato come camera matrimoniale, a un bagno, a un'altra camera con letto matrimoniale e wc privato, a un ampio soggiorno con cucina completamente attrezzata e a una zona pranzo.

All'esterno, oltre a una vasca idromassaggio Jacuzzi, è presente una zona pranzo con barbecue in muratura.

Tra i servizi riservati agli ospiti, organizzazione di crociere sulla caldera di Santorini, tour, degustazioni di vini, visite a siti archeologici, sport acquatici, trekking sul vulcano.

© Riproduzione riservata

BREVI

Axa partner dei campionati femminili Uefa 2025. *Il gruppo assicurativo è tra gli sponsor del campionato di calcio femminile che si terrà in Svizzera a luglio 2025. Il torneo, composto da 16 squadre, è il più grande evento sportivo femminile previsto per il prossimo anno in Europa. «Sono incredibilmente orgoglioso di questa sponsorizzazione» ha dichiarato Patrick Cohen, ceo european markets & health, «soprattutto perché tutte le entità Axa europee si sono unite per realizzarla». Axa finanzierà inoltre la squadra femminile del Liverpool FC.*

Italia del Gusto, nominato il nuovo consiglio direttivo. *Giacomo Ponti, presidente dell'omonima azienda che produce l'aceto balsamico di Modena i.g.p., è stato confermato alla presidenza di Italia del Gusto, il consorzio privato di imprese che operano nel settore alimentare e vinicolo italiano. Il gruppo, che attualmente conta 30 aziende associate con un fatturato aggregato di 25 miliardi di euro, è stato fondato nel 2006 con l'obiettivo di aiutare le aziende a migliorare la competitività sui mercati internazionali, mediante attività di sviluppo commerciale congiunto.*

© Riproduzione riservata

Tornano i campus Allianz per i figli dei dipendenti

Anche quest'anno Allianz darà il via al progetto Allianz time with kids, che dal 2018 organizza campi estivi gratuiti per i figli dei dipendenti che frequentano la scuola primaria. L'edizione del 2024 inizierà il prossimo 10 giugno e sarà realizzata nelle sedi principali di Milano e Trieste. I bambini saranno affidati a educatori professionisti, in uno spazio riservato che include alcune aree di lavoro dedicate ai genitori.

Un'iniziativa Allianz per le famiglie

«Per Allianz il bilanciamento tra lavoro e vita privata dei propri dipendenti è un'assoluta priorità», ha affermato Maurizio Devescovi, direttore generale di Allianz, «il nostro progetto punta a ricercare soluzioni innovative per garantire una flessibilità lavorativa alle nostre risorse». La società assicurativa ha inoltre riconfermato l'iniziativa gratuita riservata ai dipendenti con figli più grandi, di età compresa tra gli 11 e i 14 anni, che potranno partecipare ai campus dedicati al tema dello sport presso alcuni centri sportivi partner del programma. In questa occasione il gruppo Allianz, sponsor dei giochi olimpici di Parigi 2024, proietterà la docuserie dal titolo «Sognando Parigi 2024», realizzata in collaborazione con la Rai.

Nel corso degli anni, l'azienda ha realizzato diversi progetti di welfare dedicati ai dipendenti, che spaziano dagli sconti per gli asili nido, ai corsi di lingua straniera fino ad arrivare all'assistenza psicologica gratuita. Per il 2024 Allianz time with kids, attivo anche per le vacanze pasquali e natalizie, potrà ospitare oltre 4 mila bambini in totale.

© Riproduzione riservata