



METTIAMO IL PROFUMO AL CENTRO

Promuovere la cultura olfattiva facendo sistema con i principali player del mercato. È la visione strategica che accomuna Luciano Bertinelli e Ambra Martone. Il primo passa alla seconda la presidenza di Accademia del Profumo, dopo dieci anni.

Luciano Bertinelli, CEO della Ferragamo Parfums, lascia ad Ambra Martone, consigliere di I.C.R., la carica di presidente di Accademia del Profumo. Dopo un decennio, un bel passaggio di consegne tra chi ha traghettato l'associazione verso una dimensione progettuale di più ampio respiro, aumentandone progressivamente la visibilità all'esterno e chi, con l'entusiasmo di chi viene investito di una nuova carica, ha mille progetti e idee in cantiere.

LUCIANO BERTINELLI
È stato presidente di Accademia del Profumo dal 2009 e ora arriva il passaggio del testimone.

Domanda di rito: come si sente?
«10 anni di presidenza per me significano tante idee, progetti, risultati e traguardi raggiunti. Sono molto sod-

disfatto del lavoro svolto e altrettanto certo che, con Ambra alla presidenza di Accademia, tutto proseguirà sulla strada avviata insieme, con nuovi impulsi e grande energia per il futuro».

L'ultimo appuntamento che ha segnato in agenda per Accademia qual è stato? Su quale tema vi siete confrontati?

«I temi sul tavolo in realtà sono stati molti: Accademia festeggerà, nel 2020, 30 anni di attività, un traguardo che sarà celebrato con diverse attività. Un altro progetto al quale si sta ancora lavorando è "Leonardo Genio e Bellezza". A settembre, insieme a Cosmetics Italia e Cosmoprof, sarà presentato il profumo ispirato al genio italiano di cui si celebrano, quest'anno, i 500 anni dalla morte. E poi ci sono altri progetti molto interessanti che la nuova presidenza porterà avanti».

Ci racconta di com'è andata in tutti questi anni? Qual è stata l'evoluzione di Accademia?

In quali direzioni avete lavorato?

«Dieci anni fa Accademia era conosciuta soprattutto per il premio ai migliori profumi dell'anno, un evento certamente importante che non poteva però rimanere isolato. Uno dei primi obiettivi che ci siamo, dunque, posti è stato quello di migliorare la brand awareness dell'associazione attraverso iniziative più dinamiche, nuove e con una visione prospettica. Accademia del Profumo è stata organizzata come una piccola azienda, pianificando progetti che avessero un arco temporale di due o tre anni. Ecco quindi nascere, nel tempo, il percorso olfattivo itinerante Straordinario Sentire, negli orti botanici d'Italia, e la Giornata Nazionale del Pro-

fumo il 21 marzo, in partnership con istituzioni culturali per promuovere gli aspetti sociali della fragranza».

Un traguardo che si sente fiero di avere raggiunto?

«Lessere riuscito a coinvolgere e a lavorare ai progetti con tanti manager e imprenditori del mondo del profumo, anche provenienti da realtà diverse. Questo ci ha permesso, e mi ha permesso, di apprendere sfaccettature diverse di questo settore e nuovi stimoli per altrettanti nuovi traguardi».

Un rammarico...?

«Nessun grande rammarico, ho sempre portato avanti idee e collaborazioni nelle quali tutti credevamo, prendendo anche dei rischi che per la maggior parte ci hanno portato grandi soddisfazioni e riconoscimenti. Se qualche risultato è rimasto sotto le nostre aspettative, forse non era il momento giusto, ma abbiamo sempre messo in campo la nostra esperienza e il nostro entusiasmo».

Il primo appuntamento che ha segnato in agenda?

«Già fatto, il primo appuntamento era già segnato per il giorno dopo la nomina e indirizzato alla profumeria di nicchia. A seguire, altri in rapida successione: dalla "mia" prima commissione direttiva, in cui condividerò visione e proposte di sviluppo per il futuro di Accademia, all'evento di presentazione del profumo, tributo al genio di Leonardo da Vinci a fine settembre».

È un incarico lusinghiero ma anche impegnativo. A quali priorità lavorerà?

«Partirò dal premio, che resta per me l'iniziativa cardine e di cui punto ad accrescere autorevolezza e mediaticità. Poi, lavorerò a nuovi progetti culturali e di comunicazione al consumatore finalizzati a diffondere la conoscenza,

NELLA PAGINA A LATO, LUCIANO BERTINELLI E AMBRA MARTONE, RISPETTIVAMENTE PRESIDENTE USCENTE ED ENTRANTE DI ACCADEMIA DEL PROFUMO. SOTTO, A DESTRA, BERTINELLI È CON RENATO ANCOROTTI, PRESIDENTE DI COSMETICA ITALIA.



Il premio è stato oggetto di qualche critica, anche recentemente.

Che ne pensa a riguardo?

«Non so a quale critica si fa riferimento francamente. Ovviamente tutto è sempre migliorabile e le critiche, se costruttive e fatte con cognizione di causa, sono sempre ben accette».

AMBRA MARTONE

Una nomina nell'aria e che ora si è concretizzata. Pronta per cominciare?

«Sono onorata del privilegio accordatomi ed entusiasta delle potenzialità del mio nuovo incarico. Desiderosa di cominciare ma ancora un po' incredula».

la cultura e la passione per il profumo, attraverso i social network, le attività sul territorio nazionale, la promozione di mostre e pubblicazioni ad hoc, il link con il mondo universitario. Ma non meno importante sarà la rappresentanza della filiera e degli associati: dalle case essenziali ai marchi, ai produttori e retailer sino al settore del packaging, per favorire l'adesione di nuovi soci».

Mondo del profumo e rapporto con le istituzioni: tra le aree alle quali lavorare ci sarà anche questa?

«Certamente sì. In particolare, penso alle istituzioni di settore ma anche a

quelle politiche, per sviluppare iniziative comuni rivolte al pubblico. Ma intendo anche stringere collaborazioni con musei, atenei e istituti di formazione. Infine, vorrei potenziare la risonanza della Giornata Nazionale del Profumo coinvolgendo non solo la filiera ma anche enti e istituzioni culturali».

Che eredità raccoglie dal suo predecessore Luciano Bertinelli?

«Voglio complimentarmi sinceramente con lui. Grazie alla professionalità e dedizione all'incarico, Accademia ha raggiunto risultati importanti. Da lui raccolgo una bella eredità, un'impostazione solida e un'organizzazione super partes. Ho avuto il piacere di fare parte della sua squadra per quattro anni e la mia visione di sviluppo proseguirà in un'ottica di continuità con quanto fatto fino ad oggi, ovviamente con il desiderio di alzare sempre di più l'asticella».

Il premio è stato oggetto di qualche critica, anche recentemente.

Che ne pensa a riguardo?

«Andrà continuamente perfezionato nei contenuti - con l'analisi e l'aggiornamento delle categorie di premiazione, delle giurie e dei meccanismi di votazione, ma anche con il monitoraggio delle tendenze, il coinvolgimento pre e post evento dei punti vendita, dei brand finalisti e vincitori e delle aziende associate - così come nella comunicazione. Ma molto è già stato fatto, in particolare riguardo alla trasparenza e professionalità del processo, basti pensare all'istituzione del blind test per la selezione della miglior fragranza. Non tutti ne sono a conoscenza però».

IMAGINE

LE "DYNASTY"
DELLA BELLEZZA
SI RACCONTANO

COLORI FUORI
STAGIONE
PER IL MAKE UP
AUTUNNALE

L'ARTE DEL
PROFUMO
SENZA REGOLE



MOSCHINO
TOY BOY
EAU DE PARFUM