

|  SPECIALE |

# GIORGIA & AMBRA

Giorgia Martone ITF e Ambra Martone ICR:  
straordinarie interpreti d'essenza di vita e profumo.



**i Martone...**

*Gregorio, due anni e mezzo: ecco l'indice del futuro, alzato perentoriamente dalla "saga" dei Martone. La terza generazione, Ambra (mamma di Gregorio) e Giorgia, sorridono ammirate.*

### Giorgia Martone

Laureata nel 2003 in Master of Economy and Business Administration si specializza in Design & fashion Management alla Bocconi di Milano (2006-2007).

- subito dopo la laurea fa esperienza in USA alla multinazionale Symrise: apprendistato in materie prime, storia del profumo e fragranze. Profumiere Maurice Roucel e team di New York.
- nel 2005 quando ITF sigla l'accordo di licenza con Dsquared2, rientra in Italia per raggiungere papà Roberto Martone (attualmente presidente di ICR e CEO di ITF) dedicandosi allo sviluppo del progetto HE WOOD e SHE WOOD;
- attualmente è Marketing Director, si occupa di sviluppo marketing e sviluppo di nuove linee di prodotti;
- è responsabile della creatività prodotto e immagine dei brand, così come dei Media e delle Pubbliche relazioni. È a capo del dipartimento marketing di sviluppo e funzionamento per attività locali ed internazionali;
- la sua cura/attenzione/premura per l'azienda è globale: gestisce direttamente marchi storici come "Dsquared2", "Blumarine" e "Blugirl" e i new entry "Pomellato" e "Trussardi", identificando per il Gruppo nuove opportunità di partnership e licenze per il mercato cosmetica selettiva;
- ha inoltre promosso il progetto del nuovo Hotel Magna Paris Suites Milano, il primo "hotel à parfum" - un puro distillato di eccellenza italiana, aperto a Milano nel gennaio del 2013 nella vecchia sede dell'azienda di profumi della famiglia Martone. Ne segue marketing e comunicazione;
- ma non solo lavoro professionale, c'è anche il volontariato, il tempo libero si divide tra arte, fotografia e viaggi di piacere.

### Ambra Martone

2014 ad oggi - ICR: Consigliere/consulente Produzione fragranze, distribuzione di fragranze e cosmetici d'eccellenza conto terzi. Creando un ampio portafoglio di brand prestigiosi dal segmento luxury al lifestyle: Aspisy, Blumarine, Bulgari, Collistar, Cuita Barcelona, Dsquared2, Eau d'Italie, Salvatore Ferragamo, Gianfranco Ferré, Gal Mattiolo, Pomellato, Shakra, Trussardi, Emanuel Ungaro.

2012 - Hotel Magna Paris Suite Milano; consigliere/consulente - Ospitalità e food.

Coinvolta nei piani di strategia di marketing e comunicazione dell'Hotel 5 stelle di proprietà della famiglia - primo "Hotel à Parfum" nel mondo - e del ristorante italiano all'inferno "Da noi in via Forcella 6".

2009-2014 - PROCTER&GAMBLE - Onnavra: brand Manager Marketing.

2009-2012 Responsabile della lancio e delle attività di supporto della fragranza Dolce & Gabbana.

Creazione Led concept, packaging sviluppo, toolkit comunicazione stampa, TV, digital e social advertising materiali in-store - e promotion toolbox, inclusive linee di estensione, self-regolo, PVPs and GWP's. Con il ruolo di Designer interno per migliorare le performance grafiche e di reattività de l'Unità globale di P&G Prestige Business.

2005-2008 - FIRMENICH - New York Assistant. Sviluppo fragranze.

Assistente dei maggiori profumieri ed esperti US e internazionali, nella creazione di fragranze. Esperienze in materie prime, accordi e fragranze prestigiose con il profumiere Sobro de Ischarrar. Raggiunge i migliori punteggi al test interno per diventare apprendistato in sviluppo fragranza.

2005 - Università BOCCONI di Milano.

Master in Economy and Managements per Art, culture e comunicazione.

Specializzazione in marketing con voto 110/110 e lode.

2002 - UCSB, University of California - Santa Barbara California.

Programma di scambio con studi di Marketing, sociologia, statistica business.

# P

LUCIANO **PARISINI**

## LOTREI SUBITO BANALIZZARE,

sostenendo, per età d'opinione, che le ho tenute in braccio in... quella bella casa del Signore (e il Giusti mi perdoni la milanesata santambrogina...), la bella casa di un Signore anch'egli meritevole di lettera maiuscola per esserlo da sempre Signore in cosmesi e non solo, e per aver generato queste Signore figlie, tenute in serbo nel giardino della vita come frutti d'orgoglioso futuro. Che van sempre più maturando in essenza di valori umani e professionali, suscitando costante ammirazione (da me in specie, forse perchè le ho tenute in braccio in... quella bella casa del Signore).

***"Certo: vorrai subito sapere perchè con papà, perchè l'abbiamo seguito e se poi c'è passione, passione vera..."***

Sono già in collisione. L'ironia è il refole costante del loro DNA e quando spira, meglio chiudere il block notes e tirare avanti di spontaneità, seppur lievemente tosta.

■ Semmai, non perchè con papà, ma perchè... con voi stesse, con la vostra decisa personalità. E insomma: quale germoglio manageriale s'accresce nel femminile di tanta indipendente autorevolezza? Non poteva essere tutt'altro che... fragrante discendenza Martone?...

***"Comunque, bulloni no..."***, disbriga subito Ambra. E la frecciata d'ironia... metallurgica mi consiglia di protrarmi ai canoni (più facili) della passione...

E Giorgia, con quel suo sorriso sottile: ***"Passione per la fotografia, e con lei l'obiettivo libertà. Da vivere a New York per due anni, in stage d'esperienza "fotografando" parte di essere e l'arte di declinarsi al futuro..."***

■ Tu, Ambra?...

***"Passione di vita. Tre figli, Gregorio di due anni e mezzo, Allegra e Tancredi gemelli di dieci mesi. E un marito che ha passione; sì, anche passione per la storia, Medioevo..."***

**A** desso mi vien d'improvviso dubitare che... non le ho mai tenute in braccio: mi sguscia via, dalle domande, dalla voglia di capirle dentro, come dietro quel sorriso che in Giorgia fiorisce d'allegria pimpante e in Ambra di provata compostezza, anche per quei capelli raccolti a guisa di Gioconda, cornice di un volto che sorride soltanto d'occhi. Intelligentissimi, sornioni, sottilmente seducenti per sapere e femminilità.

■ Giorgia, la tua passione in libertà?...

*"Prima una Leica per carpire quel che mi piace "sentire" del meglio del mondo. Viaggiare e viaggiare, da Meridiani a Paralleli, foto bellissime... Ma, credimi, non come quelle che entrano magicamente nella scatola dell'iPhone, perfette, spettacolari tecnicamente superiori a quelle Leica".*

■ Anche loro del mondo, di quel tuo mondo?

*"No, di questo nostro mondo, di un'Italia meravigliosa da Nord a Sud, Cascata delle Marmore, Campo Imperatore, il mio, il nostro piccolo Tibet...".*

Ambra ascolta e commenta solo con gli occhi. Occhi che non perdonano che ti costringono a chiudere le mani in gomitolo come a sentirti in imbarazzo; pur avendole... tenute in braccio.

Ambra esterofila, anni in Usa, in Svizzera per crescere, come a cancellare i due anni in meno che la staccano da Giorgia. Non per rivalità, ma per paragone. Papà Martone sembra averci pensato in tempo: Giorgia in ITE, creatività; Ambra in ICR, l'universo assai tosto di un'Azienda a lettera maiuscola. Il "loro" destino insomma. Che zampilla anche d'altro, come fonte meravigliosa: un Hotel anch'esso a lettera maiuscola, dove le suites, solo suites, fioriscono di quell'arte marinara che papà Martone ha nel sangue. Come han loro, kitesurfer entrambe di ostinato impegno.

Ho ancora il block notes chiuso, una biro che gioca sconsolata tra il pollice e l'indice, ma non mi lascio tentare. Della loro professionalità parlano i fogli "staccati" di queste pagine. Che non sono... ardua sentenza, ma giovane, tosta, brillante, fragrante, verità. È come il "resto", quel "più" che fuoriesce, quasi inconscio, da quel loro scrigno "segreto" di profonda (proficua) autostima.



## Quattro volte "67"

Un profumo: "67 Pomellato"; una ricorrenza: la data di nascita, 67, (1967) della preziosa e prestigiosa griffe; l'imprimatur, 67, di una intelligente collezione di gioielli; l'età, 67 primavera, di Roberto Martone, il cui impero cosmofragrante (e non solo...) gestisce anche (in versione profumo) la "griffe" Pomellato.

LUCIANO PARISINI

e le coincidenze vanno rispettate non foss'altro che per dovere di cronaca, questo imponente "67", numero diversamente attinente, non può uscire da questa "saga" dei Martone e quindi sia doveroso spazio.

Per numero "diversamente attinente" s'intende il '67 (1967) data di nascita della preziosa griffe Pomellato, declinata anche in una collezione di gioielli, fusi nel crogiolo argenteo della più distinta classe, e firmati "67". Così come questa declinazione fragrante sublimata dall'artemisia, la pianta magica della leggenda pagana (Artemide, dea della caccia) che in questa alchimia vuol... appagare il femminile e il maschile in avvolgente sensualità. Anche per un condensato olfattivo agrumato, aromatico, fiorito, che oltre all'artemisia si avvale di note di "testa" a limone, menta e neroli; di "cuore" ad artemisia, assenzio, gelsomino e violetta; di "fondo" a legno d'ulivo, vetiver, patchouli e musk. Insomma un "67" di matura energia, tinto di un verde acqua che sembra fuoriuscire da un flacone gioiello in cristallo trasparente chiuso da un tappo in zama a immagine di un emblematico anello Pomellato.

E l'altra attinenza del "67"? La "saga" dei Martone. Il cui impero cosmofragrante ha origine, in seconda generazione, dall'attore supremo, papà Roberto, le cui magnifiche figlie appaiono in intervista e in foto in queste pagine. Foto realizzate appositamente da cotanto padre, che nel giorno dell'intervista e della presentazione del nuovo Pomellato, ha compiuto 67 anni.

Potevasi mai rinunciare a siffatta, strepitosa, benaugurante coincidenza?