



35  
ECONOMIA

# L'eccellenza dello stile *italiano*



Daniela Sacerdote



Luciano Bertinelli



Roberto Martone

Imprenditori e aziende che da sempre hanno creduto nella potenzialità del nostro made in Italy. Era la metà degli anni Settanta e qualcosa di straordinario stava accadendo: Maison italiane affermate nel campo della moda e degli accessori, per la prima volta, firmavano i profumi consolidando il valore del made in Italy anche in questo segmento, storicamente di appannaggio solo dei francesi. E nascevano anche aziende del beauty che, da subito, si imponevano sul mercato grazie all'italianità che hanno eletto a loro filosofia aziendale. Ormai è storia. Il made in Italy, lo stile di vita italiano, esporta l'eccellenza della nostra creatività e delle nostre tradizioni conquistando il mondo intero. di Giovanna Mudulu e Daniela Giambone

Y  
A  
T  
N  
E  
MADE



# Roberto Martone

## Presidente ITF

L'azienda farmaceutica fondata dal padre è stata il punto di partenza dell'impero creato da Roberto Martone. Che, per acquisire una diretta sensibilità del mercato, appena inizia a lavorare gira il mondo e scopre che ovunque vogliono i profumi italiani.

**Una storia italiana lunga una vita che inizia con l'azienda farmaceutica Marvin fondata da tuo padre che, a un certo punto, si appassiona anche al settore cosmetico e produce una sua linea...**

Mio padre ha iniziato nel Dopoguerra a Milano con un'azienda farmaceutica specializzata in antibiotici e prodotti da banco (sciropi e penicillina), diversificandosi poi nella cosmetica e dando vita al marchio Marvin, acronimo di Vincenzo Martone.

**Poi, tu subentri in azienda e inizi ad andare in giro per il mondo per sondare altri mercati. Qual è stata la scoperta più interessante?**

L'azienda l'ho sempre vissuta in famiglia ed il mio ingresso ha conciso con i viaggi all'estero per avere una sensibilità diretta dei mercati. Canada, Arabia Saudita e Hong Kong sono state le mie prime tappe, mercati lontani e agli antipodi ma che avevano una richiesta in comune: più profumi che cosmetici.



**“Seguiamo l'intuito creativo degli stilisti che trovano in noi gli specialisti della creatività olfattiva”**

**Nel frattempo era iniziata la straordinaria storia della moda made in Italy sempre più legata al mondo delle fragranze...**

Il grande made in Italy inizia proprio a metà degli anni Settanta quando ho fondato ICR (Industrie Cosmetiche Riunite), un'azienda che si specializza subito nel settore alcolico, acquisendo licenze internazionali di brand esclusivamente italiani.

**Con quale stilista hai realizzato il tuo primo profumo griffato?**

Nel 1977 con Renato Balestra, uno dei nomi di spicco dell'alta moda romana.

**Dopo è seguita una serie di fashion brand prestigiose con cui hai raggiunto accordi per produrre profumi...**

Il grande passo è stato con Trussardi nel 1981, un progetto importante che, con grande coraggio ha rotto gli schemi classici

e consolidati della bottiglia in vetro, per "vestire" il flacone con elementi che richiamavano la trama della lucertola e del cocodrillo, con il simbolo del levriero. Poi, negli anni, sono seguiti anche Romeo Gigli, Nazareno Gabrielli, Gianni Versace e Gai Mattiolo. Nel 2000 nasce ITF (società del Gruppo ICR-ITF) con cui abbiamo creato tutte le espressioni olfattive di Roberto Cavalli, Gianfranco Ferrè, Extè. E oggi si sono aggiunte le licenze di Dsquared2, Blumarine e Trussardi.

**Cosa significa per te ricominciare a lavorare con la Maison Trussardi con cui in passato hai condiviso grandi successi?**

Sono orgoglioso di aver ripreso a lavorare insieme a questo brand





ormai internazionale ma sempre con forti radici italiane. I profumi Trussardi sono stati il primo importante successo della mia azienda. La collaborazione con questo Gruppo, la sua immagine e la sua importanza a livello internazionale e soprattutto la sua continua capacità di innovazione ci consentiranno di raggiungere traguardi estremamente ambiziosi.

**Che cosa cattura maggiormente l'attenzione degli stranieri rispetto al profumo made in Italy?**

In prima battuta, colpiscono come sempre il fascino, lo stile e la cultura italiana. Poi, il nome, il design, la creatività nel packaging e nella fragranza. Certo, i profumi francesi hanno una grande tradizione ma, come per i vini, noi italiani siamo notevolmente cresciuti, abbiamo ottenuto il consenso dei consumatori e siamo apprezzati in tutto il mondo.

**I tuoi profumi sono tutti legati a stilisti della moda che, pur avendo estro creativo, a volte non hanno la stessa sensibilità con i profumi. Che tipo di rapporto instauri con loro quando si tratta di formulare un nuovo profumo?**

Fiducia. Una sola parola che nasce ancora prima della formulazione della fragranza, quando inizia il rapporto tra le Maison e gli

imprenditori. Grazie a questo presupposto si instaura una fiducia reciproca: noi seguiamo l'intuito creativo degli stilisti che trovano in noi gli specialisti della creatività olfattiva. Io ho sempre incontrato stilisti con grande sensibilità anche nella valutazione delle fragranze, si lasciano guidare dalla nostra esperienza e il vero successo nasce da un equilibrato rapporto di collaborazione. Raccogliamo i loro sogni in una boccetta.



**Nella tua azienda non vi occupate solo di commercializzazione ma anche di produzione dei profumi. Come gestite il processo di controllo per garantire la qualità?**

Il Gruppo ICR-ITF si occupa di produzione e commercializzazione di profumi. ICR è l'industria produttiva ed è la prima azienda

italiana nel nostro settore ad aver conseguito la certificazione ISO 9001, che garantisce uno standard lavorativo sempre di alto livello. Tutte le operazioni, dalla produzione al confezionamento e spedizione, seguono precise procedure che permettono la rintracciabilità di tutti i lotti e la documentazione relativa ai controlli. In ICR è inoltre in funzione il sistema GMP (norme di Buona Fabbricazione) per il rispetto delle più scrupolose norme igienico-sanitarie. E segue le più attente norme in materia di sicurezza e tutela dei lavoratori nonché di salvaguardia dell'ambiente.

**C'è un progetto che per motivi diversi ti ha appassionato maggiormente?**

È come chiedere in quale dei tuoi figli ti riconosci di più. Ogni progetto ha avuto il suo percorso con intuizioni, caratteristiche uniche e tanti aneddoti che fanno la nostra storia. Ogni nuovo progetto mi appassiona sempre.

**Come viene percepito oggi il profumo made in Italy all'estero? Ha mantenuto lo stesso fascino degli esordi o qualcosa è andato perduto?**

Direi che il fascino è sempre maggiore, così come in tutte le principali espressioni italiane. Basti vedere il design, la cucina, la moda... I riflettori, come si sa, puntano sempre sul bello e sulla qualità e l'Italia è sempre in grado di produrre eccellenza.

**“Noi italiani siamo notevolmente cresciuti, abbiamo ottenuto il consenso dei consumatori e siamo apprezzati in tutto il mondo”**