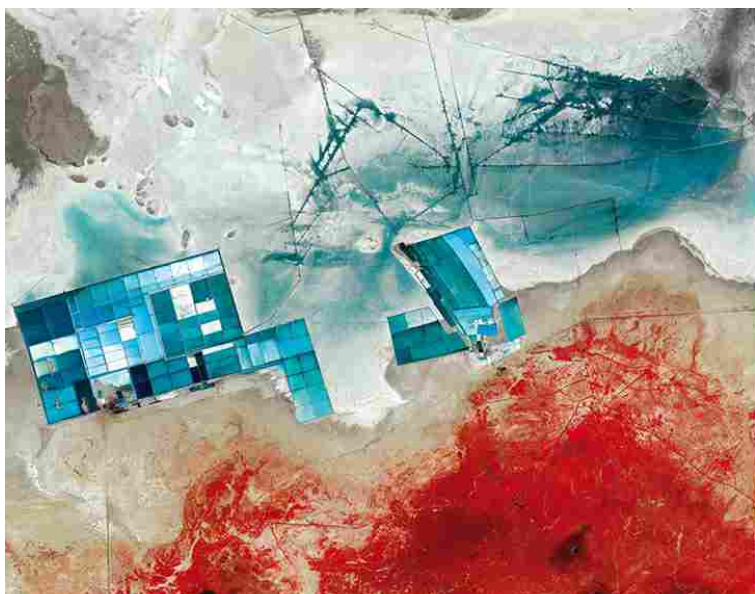


**PROFUMIERE SI DIVENTA – E SI NASCE:  
OLTRE LO STUDIO, LA CREATIVITÀ**

Gujarat, India. All the picture in this gallery are part of the exposition on display at Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Fragility and Beauty – Taking the pulse of our planet from space



Annalisa Betti | Maggio 17th 2019



Jean Carles creò un metodo basato sulla memorizzazione delle fragranze e la loro classificazione in 15 famiglie – un metodo che non fu mai brevettato, disponibile a tutti. Un profumo, per Carles, nasceva nella testa di un naso, e può essere ‘scritto’ sulla carta prima ancora di procedere a maneggiare qualsiasi olio essenziale.

La schematizzazione di Jean Carles è rigida e si attiene a una piramide olfattiva: in cima ci sono le note di testa, le più volatili, che lasciano già dopo pochi minuti spazio alle note intermedie, o di cuore – queste rimangono più a lungo. A restare sulla pelle per ore sono le note di fondo. All’interno di ognuno di questi tre momenti olfattivi, non devono esserci più di cinque accordi, per un totale di quindici. Jean Carles ha messo per iscritto le istruzioni nell’articolo *A Method of Creation & Perfumery*.

Allievo di René Ricord e assistente di Carles è il profumiere Maurizio Cerizza – un approfondimento leggendo l’ultimo libro di Raffaele Lauro, *L’universo delle fragranze*. Cerizza cresce in mezzo agli odori. Gelsomino, rosa, iris, ylang ylang, sandalo, lavanda, lavandino: sono i prodotti naturali con cui entra in contatto nell’azienda del padre Aurelio, a Imperia, un laboratorio per la distillazione e l’estrazione. Maurizio Cerizza è stato autore di oltre cento profumi – tra cui Profumi di Pantelleria, Pineider, Acqua di Firenze, Calé Fragranze d’Autore, Merchant of Venice, Sorelle Fontana, Les Copains, Romeo Gigli.

Jean Carles entrò a lavorare in Roure, azienda produttrice di oli essenziali fondata nel 1820 prima con sede a Grasse e poi a Parigi, dove prese il nome Roure-Bertrand Fils e Justin Dupont (nel 1963 fu acquistata dalla società svizzera Hoffman-La Roche). In seno alla Roure, Carles fondò la sua Scuola di Profumeria. La traduzione pratica della sua filosofia è lo studio incrociato delle materie prime. L’apprendista profumiere doveva imparare a riconoscere ogni materia prima in associazione ad altre, prima con odori riconducibili allo stesso ambito olfattivo, in seguito con qualsiasi tipo di odore. Si dice che preferisse avere studenti senza preparazione specifica in chimica, ma che fossero dotati di creatività. Lo conferma una sua ex allieva, oggi docente all’ISIPCA (Institut supérieur international du parfum, de la cosmétique et de l’aromatique alimentaire), Monique Schlienger, naso e fondatrice di Cinquième Sens – azienda di formazione creata nel 1976 il cui processo pedagogico si ispira all’insegnamento di Jean Carles. Carles perse la sua sensibilità olfattiva negli ultimi anni della sua vita, ma continuò nella sua attività di creazione di fragranze.

Nel 1991 Roure si è fusa con Givaudan – che già dal 1968 aveva la sua scuola di profumo. I metodi dei due istituti hanno finito con il confluire nel centro d’insegnamento che dal 1997 ha sede a Parigi, la Scuola di Givaudan. Dal 2004 è diretta da Jean Guichard – profumiere che coltivare le sue piantagioni di rosa di maggio e gelsomino a Grasse. Delle circa 200 candidature ricevute ogni anno, Givaudan seleziona ogni 18 mesi cinque nuovi studenti che intraprenderanno un percorso di tre anni per diventare Profumiere Junior e che,

dopo il diploma, possono dedicarsi alla creazione di fragranze.



Serbia, from the exhibition 'Fragility and Beauty – Taking the pulse of our planet from space'

Givaudan ha una storia di oltre 250 anni che ha inizio nel 1895, quando Léon e Xavier Givaudan fondano azienda a Zurigo, in Svizzera, ma la spostano poco tempo dopo a Vernier. Negli anni Trenta, Givaudan ha filiali negli Stati Uniti, in Canada e in Italia ed è il più grande produttore di basi per saponi e profumi. Nel 1963, Xavier vende Givaudan alla Hoffmann-La Roche, che l'anno successivo acquista anche la Roure, fino a quel momento concorrente di Givaudan. La Roure è specializzata nella lavorazione delle materie prime e nella formulazione di fragranze: vale la citazione, *Shocking by Schiaparelli*, del 1937. I due marchi restano separati fino al 1991, quando, come si anticipava, si fondono nella Givaudan-Roure.

Nel 2000 si scorporano dalla casa madre e assumono l'unico nome di Givaudan. L'azienda è quotata in borsa presso la Swiss Stock Exchange e comincia a crescere ed espandersi: una delle prime acquisizioni è la Quest International, guidata da Yves de Chiris, il più giovane di una dinastia originaria di Grasse che dal 1768 produce sostanze aromatiche. Oggi, Givaudan è presente in più di quaranta nazioni e conta oltre 9.500 impiegati distribuiti in 88 sedi. Ha due divisioni: Fragrances e Flavours, specializzata nella produzione di estratti e aromi alimentari, che vale il 54% del fatturato totale. Nel 2018, questo totale è stato di 5,5 miliardi di franchi (pari a circa 4,82 miliardi di euro), il 5,6% in più rispetto al 2017. Con la sua quota di mercato mondiale del 25%, può affermare un primato assoluto.

In Italia esiste CFF, Creative Flavours & Fragrances, un'azienda con sede a Milano che dal 2000 realizza e distribuisce fragranze in Italia e all'estero – ad oggi ha all'attivo 25.563 prodotti. A proposito della creatività e della tutela dei profumi dal punto di vista legale, strategico ed etico, parla Andrea Casotti: «*Più del tema legale, che ha confini labili, un pilastro che regola gli equilibri in questo scenario è la strategia. Investire in creatività per affermare una propria identità è uno sforzo economico e culturale e in CFF abbiamo puntato su innovazione e ricerca, riunendo nel nostro laboratorio i migliori maestri profumieri italiani: Maurizio Cerizza, Carlo Ribero e Cristian Calabrò*». Casotti prosegue: «*La creatività nel nostro settore è legata all'esperienza dei maestri profumieri, ma deve essere loro garantito un contesto funzionale: qualità e reperibilità delle materie prime, un team, una filiera produttiva. Non deve spaventare la difficoltà di tutelarsi: il mercato della profumeria artistica è in continua evoluzione e tra tutti è quello con il tasso maggiore di crescita, dimostrando quanto l'originalità sia il fattore chiave*». Casotti è anche autore della prefazione del romanzo su Cerizza.

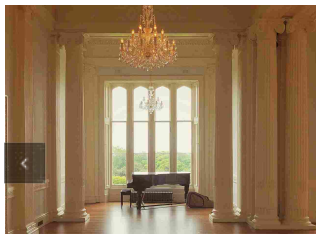
Le storie dei profumieri che hanno lasciato il segno nel mondo delle fragranze sono raccontate e promosse dall'**Accademia del Profumo**. Costituita nel 1990, ne fanno parte le aziende cosmetiche associate a Cosmetica Italia e gli esperti che operano nella comunicazione e distribuzione, valorizza artisti dotati di un talento sviluppato ed educato con anni di studi che vanno dalla storia alla chimica, dalla fisica alla botanica.

A Palazzo Mezzanotte, a Milano, il 14 maggio il Premio **Accademia del Profumo** ha premiato l'innovazione e le proposte creative di rilievo lanciate sul mercato, con il sostegno di Cosmetica Italia. Le categorie di valutazione erano sette: dal miglior profumo dell'anno, alla migliore comunicazione, femminile e maschile. Una scelta non facile: ogni anno, solo in Italia ci sono circa trecento novità.

*Si Passione Giorgio Armani e Dior Sauvage Eau de Parfum* hanno vinto il premio di miglior profumo dell'anno femminile e maschile con 150mila voti raccolti dal 21 gennaio al 13 aprile attraverso il sito dedicato al concorso, la pagina social e il form presente in mille profumerie d'Italia. A *Tiffany & Co. EdP Intense* e *Tom Ford Ombre Leather* sono stati invece assegnati i premi di miglior creazione olfattiva femminile e maschile, mentre come miglior profumo Made in Italy è stato eletto *Acqua di Parma Chinotto di Liguria – Blu Mediterraneo* e *Acqua di Parma Colonia Sandalo – Ingredient Collection*. Nella categoria miglior packaging femminile e maschile, il riconoscimento è andato a *Nomade Chloé* e *Y Eau de Parfum | Yves Saint Laurent*,

mentre a *Rinascimento – Tuscan Creations* è stato assegnato il premio di miglior profumo collezione esclusiva grande marca e a *Clive Christian Noble Collection XX Art Nouveau – Papyrus* quello di miglior profumo di profumeria artistica. Nella settima categoria, miglior comunicazione, hanno prevalso *L'Interdit Givenchy* e *Paco Rabanne Pure XS*.

Related Posts



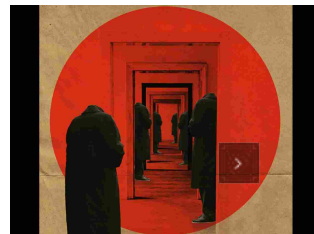
Arte gratuita e al servizio di Milano – una 'città larga'



Quando l'orgoglio di una nazione si manifesta in un edificio



La cultura dell'educazione civile: siamo capaci di vivere in città?



Danni di SEO: se per aumentare traffico si è disposti a tutto



Lampoon Publishing House Srl - Via Olmetto 1, 20123 Milano - Tel. +39 02 87075680

Cod. Fisc. e P.IVA 08934300966 | R.E.A. di Milano n. 2057081 | Capitale sociale 10.000,00 euro i.v. Trattamento dei dati © LAMPOON 2019

Usiamo i cookies per offrire un'esperienza personalizzata. Cliccando su Ok accetti l'utilizzo dei cookies di cui fa uso il sito

PRIVACY POLICY

OK