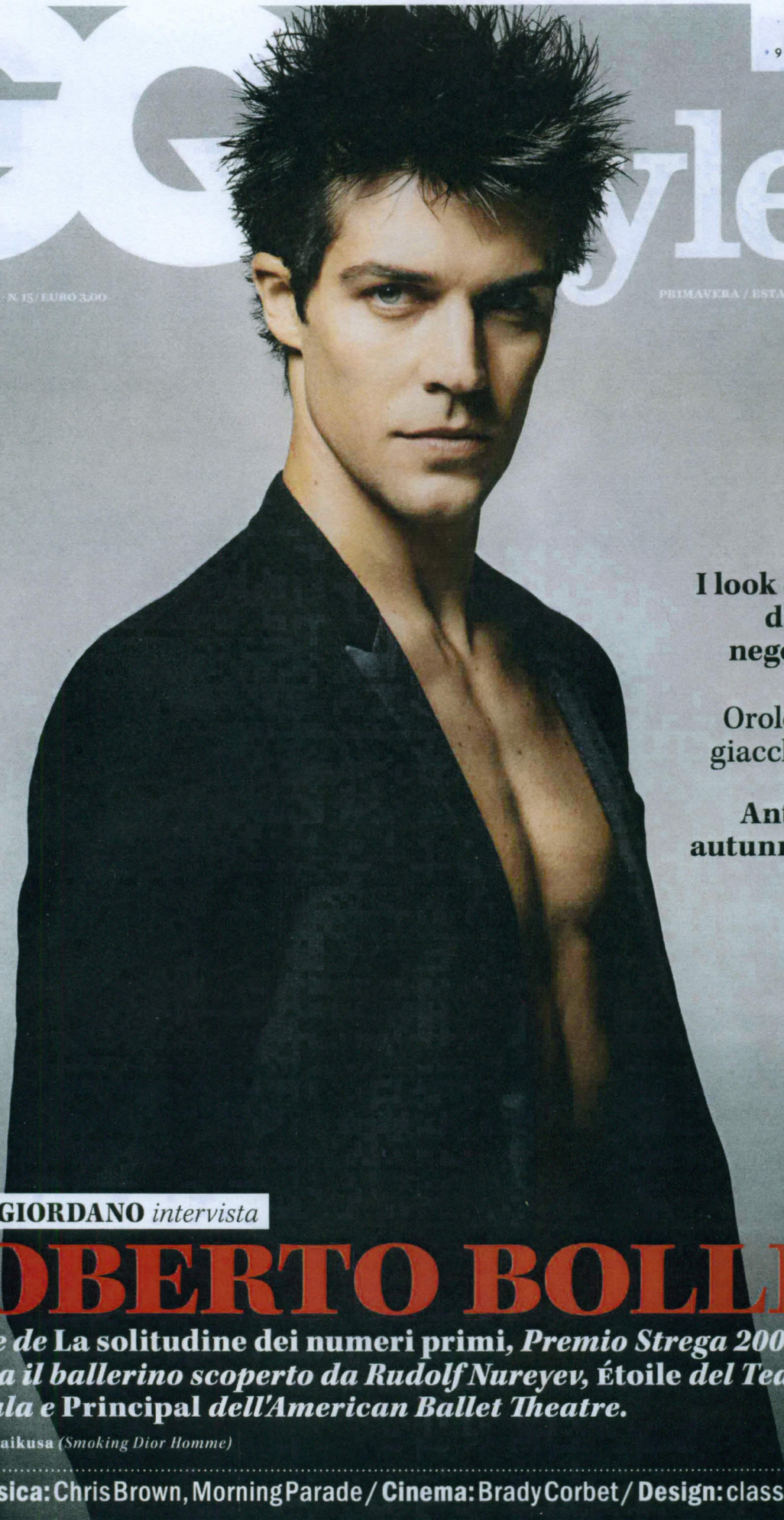


GQ style

10138
9 771129 378011

www.gq.com - N. 15 / EURO 3,00

PRIMAVERA / ESTATE 2011



MODA
I look consigliati
dai migliori
negozi italiani
GUIDA
Orologi, scarpe,
giacche, occhiali
+
Anticipazioni
autunno/inverno
2011-2012

PAOLO GIORDANO *intervista*

ROBERTO BOLLE

*L'autore de La solitudine dei numeri primi, Premio Strega 2008,
incontra il ballerino scoperto da Rudolf Nureyev, Étoile del Teatro
alla Scala e Principal dell'American Ballet Theatre.*

foto Satoshi Saikusa (*Smoking Dior Homme*)

PLUS Musica: Chris Brown, Morning Parade / Cinema: Brady Corbet / Design: classici 1970-2010



FRAGRANZE D'AUTORE

Curiosità per le materie prime rare, indifferenza per le "tendenze": è la profumeria artistica secondo Celso Fadelli, fondatore di Esxence, manifestazione milanese specializzata in questo settore.

a cura di **Renata Molho**

«È necessario indossare un profumo, deve corrispondere all'umore del giorno» spiega Celso Fadelli, fondatore e amministratore delegato di Intertrade Europe e cofondatore di Esxence, The Scent of Excellence, il primo salone internazionale dedicato alla profumeria artistica nato a Milano nel 2009 (l'edizione 2011 è alla Permanente in via Filippo Turati 34, dal 31 marzo al 3 aprile). «La memoria olfattiva è quella che rimane più a lungo nell'uomo», precisa, «perché coinvolge l'area limbica del cervello. È più facile ricordare il profumo della torta che faceva la nonna piuttosto che il dettaglio del viso, il vestito o la voce». La sfida è rendere visibile l'invisibile. Fadelli, designer d'interni convertito alla causa del profumo, durante i suoi viaggi di lavoro negli anni 80 si rese conto che a luoghi e ad architetture diverse corrispondevano altrettanti e differenti profumi: «Più speziati nell'Europa del Nord, più profondi e densi nei Paesi arabi. In Italia più legati all'agrume o al fiore. Quando finivamo un lavoro e aveva luogo la consegna di case, uffici o alberghi, prima di essere abitati, mi sembravano spogli». La profumeria d'ambiente, in pratica inesistente in Occidente, fu una sua grande intuizione. Nel 1989 nacque quindi la società Herbarium e il passo seguente verso la profumeria per la persona è stato molto breve. Dieci anni dopo, infatti, Intertrade Europe non era che la proiezione globale di Herbarium, con uffici in Germania, Spagna, Regno Unito, Francia e Stati Uniti. Dal 2005 Intertrade segue tutte le attività di Fadelli nelle aree del Nord, del Centro e del Sudamerica, dalla sua sede a New York. Nel maggio 2010, il gruppo specializzato nel settore della profumeria artistica annuncia l'apertura contemporanea di Avery, due punti vendita specializzati in fragranze di nicchia: uno a My-fair, a Londra, la prima profumeria interattiva del mondo, e il secondo a New York, nel cuore di Manhattan.

Qual è la differenza tra il profumo industriale e il profumo d'artista? «Uno è un lavoro tecnico», chiarisce Fadelli, «l'altro nasce dalla pura passione. È un rapporto simile a quello fra l'alta moda e il prêt à porter. Chi crea una sfilata d'alta moda si preoccupa poco delle tendenze, fa delle cose che forse diventeranno tendenza. Il lavoro di un naso, per quanto riguarda il profumo d'arte, è un percorso originale: si parte dalla curiosità per alcune materie prime, che magari non sono state utilizzate in precedenza perché rare, oppure da un'ispirazione che niente ha a che fare con le risposte di mercato».

La ricerca comporta esperienza, viaggi, selezione: «Perché "materia prima" non vuol dire niente: di estratti di gelsomino ce ne saranno cento sul mercato». La sfida è trovare quello specifico gelsomino che viene raccolto in quel modo, in quell'area, che preserva caratteristiche olfattive specifiche che altri gelsomini non hanno.

Poi si lavora sulla "pista". «Come se ci fosse una "strada" davanti a me», spiega Fadelli, «sento che il profumo prende corpo, forma, e mi sembra che diventi sempre più chiara la direzione. Tutto è calibrato al millesimo, richiede precisione e sensibilità. Il rischio poi è che, se si dovesse cambiare fornitura, si dovrebbe ricominciare da capo: l'estratto di un fiore che proviene da un'altra parte del Pianeta, chiaramente modifica anche la risposta».

Ci sono materie prime che restano inesplorate per anni, come l'Oud, un estratto proveniente dal Medio Oriente che, allo stato puro, emana un odore quasi sgradevole ma che, se è scoperto nell'ultimo anno, se impiegato all'interno di altre formule conferisce note molto interessanti, che Celso Fadelli chiama "verticali": «Vanno direttamente al cervello e danno un effetto di profondità e intensità che non si può ottenere con altre materie prime».