

*Gini Parfum:
dal vino al profumo di nicchia*

*Se la volpe
mette le ali*

di Alessandra
Piubello

The Gini of Soave have been winemakers since the end of the sixteenth century; Papa Sandro was a pioneer in the history of Soave in many ways. Francesco lived the vineyard from an early age, also helping with the work in the cellar for many years. His acquaintance with a scent-collecting tailor, owner of a selection of 150 niche perfumes, led him to discover a new rainbow of fragrances. In this way he uses the fragrances to enrich his own family winemaking tradition, giving life to products that bear the names of wines and places dear to him.

89



Colui che dominava gli odori, dominava il cuore degli uomini. Poiché gli uomini potevano chiudere gli occhi davanti alla grandezza, davanti all'errore, davanti alla bellezza, e turarsi le orecchie davanti a melodie o a parole seducenti. Ma non potevano sottrarsi al profumo.

Patrick Süskind

Il profumo è magia e mistero: cattura i sensi, inespugnabilmente e sempre. Seguo la sua scia e mi ritrovo in una boutique in un paese in provincia di Verona, San Bonifacio, dove l'impalpabile essenza dei sogni si chiama Gini fragranze. Quando varco la soglia per intervistare Francesco Gini, *parfumeur*, trovo già la biblioteca dei sentori colorata di personaggi diversi, ognuno pronto a ricevere quell'odorosa poesia silenziosa. Francesco fa alcune domande, poi prepara la degustazione olfattiva, spruzza sulla *mouillette* il profumo e lo descrive, personificandolo e trasferendo immagini. Ci sono persone che vengono da lontano: il mondo della profumeria di nicchia vive di un sussurrato passaparola, di una sottile ossessione che spinge all'instancabile ricerca. Francesco è figlio d'arte: i Gini di Soave sono vitivinicoltori dalla fine del Cinquecento; papà Sandro è stato un pioniere per la storia soavese sotto tanti aspetti. Francesco vive sin da piccolo la vigna, contribuendo anche ai lavori in cantina per anni (il training gusto-olfattivo in casa Gini è parte del quotidiano). Pur sentendosi parte di quel mondo, capisce che deve intraprendere una



sua strada. In principio furono le amicizie: la conoscenza con un sarto collezionista di odori, proprietario di una selezione di 150 profumi di nicchia, che lo conduce alla scoperta di un nuovo arcobaleno di fragranze; l'incontro con un "naso" di Firenze che gli fa apprendere i sentori e le caratteristiche delle materie prime; l'esperienza di un'amica formatrice olfattiva per un'azienda di distribuzione che gli fa percepire lo stile e le peculiarità della profumeria di nicchia e lo sollecita ad avviarsi nel percorso delle sensazioni legate ai differenti odori. Inizia a girare per le fiere di settore, viaggia alla ricerca di nuovi profumi artigianali, comincia la sua personale collezione. Trova lavoro in un reparto di profumeria di marchi commerciali e di nicchia. "Mi è servito moltissimo" racconta Francesco con un sorriso contagioso "per farmi un'esperienza attraverso la formazione attuata dalle varie *maison*, ma anche per capire la profonda differenza della clientela fra i due canali. La profumeria artistica si basa su materie prime di estrazione naturale o su molecole chimiche di alto livello e molto costose mai usate dalla profumeria commerciale. Noi mettiamo al primo posto la ricerca, non i trend di consumo o la moda. Partiamo da una filosofia completamente diversa: vogliamo raccontare una storia, una necessità espressiva, un'opera d'arte". Dopo un paio d'anni di lavoro come dipendente, Francesco capisce che è arrivato il momento di percorrere le vie olfattive da solo. Apre la sua boutique nel 2012, a 29 anni, iniziando con una linea di candele che ricreano i profumi della tradizione familiare vitivinicola, con i nomi di vini e di luoghi cari. Ecco allora Contrada Salvarenza che rappresenta la primavera e il risveglio, con fondo morbido di erbe aromatiche; Colle Foscari per riconnettersi all'estate e al vigore della natura, dai sentori di patchouli, legno di cedro, erbe aromatiche; Campo Casanova per dare l'immaginario del post vendemmia, con i campi umidi di pioggia, il sonno delle piante, interpretati con odori di frutti rossi e patchouli.

Aprire otto anni fa una boutique del profumo di nicchia in provincia non deve essere stato facile. "Ho impiegato tempo a far comprendere che le fragranze della profumeria artistica



hanno un'identità precisa, tendenzialmente sono diverse, più intense, incisive di quelle della profumeria commerciale. Io creo da un'emozione profonda e inedita, ricercando qualcosa di segreto e interiore che viene svelato all'altro raccontandolo. Il profumo rappresenta un diapason tra la vibrazione personale e la vibrazione del profumo stesso. L'incontro tra il profumo e la pelle va atteso, non lo si ha in pochi secondi, bisogna aspettare che entri in risonanza con la nostra essenza. Viviamo in generale in un mondo dove siamo stati inglobati in un contesto di spersonalizzazione: bisognerebbe risvegliarsi dal consumo inconsapevole per usufruire dei prodotti con attenzione e cognizione". Mi guardo attorno, tra boccette di profumi (conto 35 *maison*, tra italiane e straniere) e flaconcini per la cura della persona e dell'ambiente, scorgo dei libri. "Alcuni testi mi hanno attratto, dal classico di Patrick Süskind, *Il Profumo*, a *L'imperatore del profumo* di Chandler Burr; a *L'arte del profumo* di Marika Vecchiatini (rieditato attualmente in versione aggiornata come *Manuale della grande profumeria italiana*, dove viene citato anche un mio profumo come esempio di riferimento)". L'anno scorso a Vinitaly Francesco presenta la sua nuova linea, ispirata alle sue radici nel mondo del vino. Soavemente, intitolato al Soave, per far confluire in *eau de parfum* il brio e la luminosità, la freschezza e la sapidità di questo vino solare. Poi Dolce far niente, dedicato al Recioto di Soave, in onore di un nettare che va degustato meditando. "Qui ho usato note di arancia candita, miele, vaniglia, ylang-ylang", spiega Francesco. Rosso scuro è suggerito dall'Amarone, valorizzando l'idea della seduttività profonda e conturbante del vino e del suo mistero con accordi di patchouli e legni. L'ultima fragranza Francesco la dedica a se stesso: *Dancing on my own*. "È stata un'immersione nel mio io più profondo, che ho pennellato con note di spezie, resine, agrumi, incenso". Girando tra gli scaffali, vengo attratta dal marchio di Gini Parfum: una volpe alata. La sua creazione rappresenta il sogno di Francesco. La volpe come simbolo di un animale dall'olfatto eccezionalmente sviluppato, ma anche come protagonista della fiaba *La volpe e l'uva*. "Ho aggiunto le ali alla volpe" spiega Francesco "per farle spiccare il volo verso l'uva, che da un lato rappresenta le mie origini, dall'altro raggiungere l'autorealizzazione e l'espressività creativa".