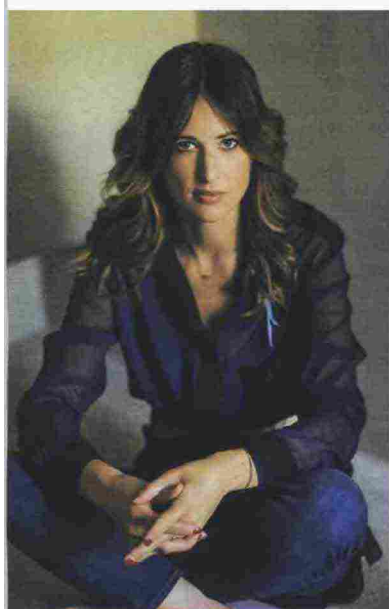


GRAZIA • BEAUTY CONFIDENZE



# Profumo di FAMIGLIA



GRAZIA HA INCONTRATO **CLAUDIA RANIERI** CHE HA DATO VITA A **FAMIGLIA-FAMILIA**, UN NUOVO MARCHIO DI FRAGRANZE DA CONDIVIDERE CON CHI SI AMA. E PER QUESTO HA PENSATO ANCHE A DUE VERSIONI DEDICATE AI BAMBINI

Di Claudia Catalli

Qui Claudia Ranieri, fondatrice di *Famiglia-Familia*. Sopra, la collezione di fragranze. Qui a destra le due versioni da bimbo.



## CARTOLINE PROFUMATE

In alto, da sinistra, le prime quattro fragranze di *Famiglia-Familia*. *Family in Love* è un mix dolce-frizzante di gelsomino, pepe nero e zafferano che evoca momenti e luoghi del cuore. *Enjoy the Weekend* è invece verde e legnosa e si ispira a una gita fuori città. Mentre *Deal*, intensa e avvolgente, a un traguardo raggiunto e *Wake me up* a un vivace risveglio: con limone, lavanda e fiori d'arancio (€ 180 cad.). Sopra le varianti non alcoliche di *Family in Love* e *Wake me up* da bambino, con tappo a "occhio di libellula" (€ 90). In esclusiva nei negozi Campomarzio 70.

Ha sempre avuto un debole per le fragranze e ricollega la sua passione al profumo che da bambina sentiva su suo padre, l'allenatore di calcio Claudio Ranieri. Lei, Claudia, 37 anni, un figlio di 3 e una nota agenzia di comunicazione e pr a Roma che si occupa di attori e nuovi progetti legati al lusso, ha da poco trasformato il suo amore per le essenze in un secondo lavoro. «Ora che l'agenzia è avviata e ho al mio fianco un gruppo di sole ragazze molto in gamba, avevo tempo da dedicare al mio sogno», racconta. È nato così il marchio *Famiglia-Familia*: ripetizione che serve a sottolineare l'importanza del mondo degli affetti. Le fragranze, create dal "naso" Luca Maffei sotto la sua direzione artistica, sono per ora quattro e ruotano tutte attorno all'idea di condividere emozioni e ricordi con chi si ama. Sarà per questo che Claudia ha coinvolto nel suo "sogno" anche il marito, l'attore Alessandro Roja, amministratore delegato del marchio. **Perché mettere al centro di una collezione di profumi proprio la famiglia?**

«Alla base del progetto c'è l'idea di trasformare in fragranze delle "cartoline" di vita, esperienze cioè che fanno parte della propria rete di affetti. Il concetto di famiglia va inteso quindi nel senso più ampio del termine. Si tratta di profumi "senza sesso" che donne e uomini possono facilmente condividere. Magari scegliendo le note più dolci o più intense a seconda dell'umore o dell'occasione. In questo spirito di condivisione abbiamo anche declinato due fragranze in una versione per bambini, non alcolica. Mio figlio Orlando ne va pazzo».

**Che cosa l'ha ispirata?**

«Quei momenti di vita che tutti almeno una volta hanno vissuto: un risveglio mattutino con la luce che irrompe nella stanza da letto e il profumo della colazione pronta in cucina, una gita fuori città, un posto del cuore dove passi volentieri il tuo tempo libero».

**E che cosa mi dice di flaconi e confezioni?**

«Ho pensato di personalizzarli in chiave "Made in Italy". Le illustrazioni sul flacone sono di Davide Cambria. All'interno della scatola, invece, ci sono tre fotografie da collezione di Guido Taroni. E poi per i tappi dei profumi da bimbo ho chiesto aiuto a degli artigiani che creano giocattoli in legno».

**La sua fragranza preferita?**

«Quando esco di casa la mattina *Wake Me Up*, perché mi dà la carica, ma la sera opto per *Family in Love*. Mio marito, invece, inonda la casa di *Enjoy the Weekend*: gli amici che ci vengono a trovare lo sanno bene». ■