SETTEMBRE 2022

ITALIA

marie claire

Giorgio Armani «Vorrei un cinema più libero»

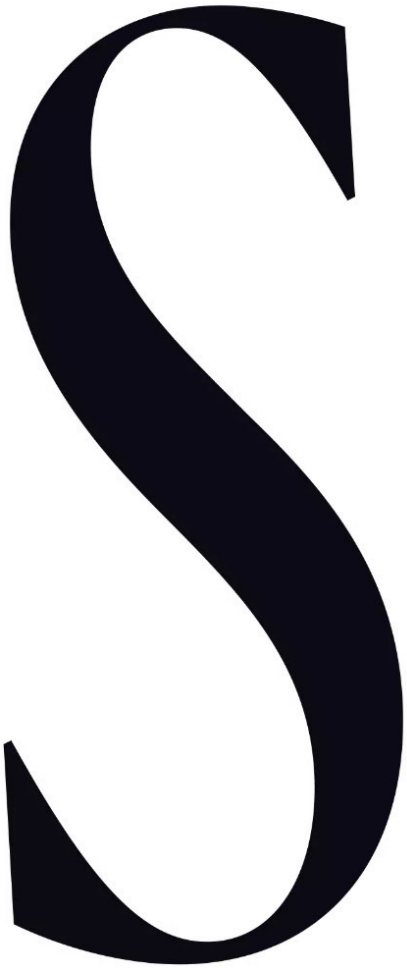
Mansplaining quando gli uomini ci spiegano la vita

Rientro manteniamo la bellezza ritrovata

Le fotografie di Wolfgang Tillmans per dare un senso all'Occidente

Una lunga storia d'amore tra noi, i film e la MODA

HMI ITALIA - ANNO 20 - N° 9 SETTEMBRE 2022 - MENSILE



SI INDOSSA L'OCULUS e si entra in una dimensione virtuale, dove profumi, visioni, musica e gusto ci avvolgono a 360°. Benvenuti nella nuova era olfattiva. Oggi l'obiettivo è varcare la soglia della multi-sensorialità e vivere l'esperienza del profumo in modo ancora più immersivo. «In un presente dove siamo tutti lambiti dal metaverso, ho pensato che la realtà virtuale potesse aiutare a far rivivere le immagini che si formano nella nostra mente quando sentiamo un profumo attraverso emozioni che si possono percepire in senso fisico», dice Silvio Levi, founder di Calé Fragranze d'Autore. Ad arricchire l'esperienza di realtà 4D, il sound di Philip Abussi, ideatore e direttore artistico del progetto acustico, che ha utilizzato una delle tecnologie più innovative: l'esanaurale, cioè con i suoni che provengono da sei direzioni. Esperienza che ci si augura possa diventare presto una nuova modalità per scegliere una fragranza. Nel frattempo, Authena, startup svizzera che supporta i marchi nella lotta alla contraffazione e al contrabbando e Masque Milano, azienda di fragranze artistiche, hanno lanciato la prima collezione di Nft per avere un'esperienza sinestetica nel metaverso. «Ogni Nft corrisponde a una nota di base che compone una fragranza e la novità è che ogni opera digitale è associata a un gemello fisico nel mondo dei profumi», dice Alessandro Tacconelli, responsabile operazioni di Authena, durante l'ultima edizione di Esxence a Milano.

Se la profumeria è sempre più ibrida, c'è chi mantiene una visione romantica, anche se con lo sguardo e il naso proiettato in avanti. «Il profumo è la vera macchina del tempo. Riesce a trasportarci nel passato e farci vivere il futuro sognando», dice Fabrizio Tagliacarne, founder e naso di Omnia Profumi (omniaprofumi.com). «Una volta le persone si affezionavano a una fragranza e non la cambiavano per anni, oggi la modalità è cambiata. Si indossa un profumo non solo perché ci corrisponde, ma anche per motivarci, calmare l'ansia e proiettarci in un mondo ideale».

«La memoria olfattiva connessa a una particolare scia può sembrare una parte del nostro vissuto, tuttavia oggi è estremamente legata al futuro, se abbinata a essenze di nuova generazione», prosegue Raffaella Tarana, founder e naso di Rajani (rajaniparfums.com). «Personalmente ho lavorato tantissimo per creare una molecola gin tonic al ginepro, che poi ho inserito in O-Fu-Jing. Recentemente, invece, durante una passeggiata in campagna, l'erba emanava un fortissimo odore di wasabi, così mi sono precipitata in laboratorio per cercare di combinare tutte le sensazioni percepite».

La piccante salsa giapponese non è l'unica ispirazione delle fragranze moderne. Dal sentore di catrame a quello d'incenso fino addirittura ai cattivi odori della spazzatura, le scie olfattive riflettono la realtà. È questo il tema di Es-senze, eccentrica mostra visitabile fino al 27 novembre al Museo Palazzo Mocenigo di Venezia, promossa dalla casa profumiera Mavive. Il percorso si chiude con un profumo originale creato da Nicola Pozzani, direttore creativo di Mavive, e dal naso Gael Montero, che evoca l'odore sintetico, privo di accordi floreali, celebrato nel Manifesto *Flora Futurista* di Fedele Azari. **mc**

Confidentielle: così in Francia si definisce il mondo della profumeria artistica

Testo di Cristina TORLASCHI

Realtà aumentata, esperienze immersive e materie prime dal twist eccentrico. Come sta cambiando il mondo delle fragranze.

Profumi, Musicalità, Desideri, Metaverso