ITALIA

65

The Good Life

BUSINESS | CULTURA | DESIGN | ARCHITETTURA | MODA | VIAGGI | LIFESTYLE | N° 65 DICEMBRE-GENNAIO 2026 | BIMESTRALE | 10 €

La prima rivista ibrida business & lifestyle

SPECIALE OLIMPIADI

The Good Business
FACCIAMO I CONTI CON MILANO CORTINA

The Good Trips
LA GRANDEUR DI CASABLANCA, MONTRÉAL E L'ART DE VIVRE

The Good Innovation
CIRCONDATI DALLA NEVE ANCHE QUANDO NON C'È

The Good Toys
GLI ADULTI TORNANO A GIOCARE COME BAMBINI

50065

9 772499 130001

Extremely addictive

Rivoluzione olfattiva

Respiri di benessere

Dall'incontro tra arte del profumo e neuroscienza, nuove fragranze che intervengono positivamente sui nostri stati d'animo.

di Massimiliano Sortino

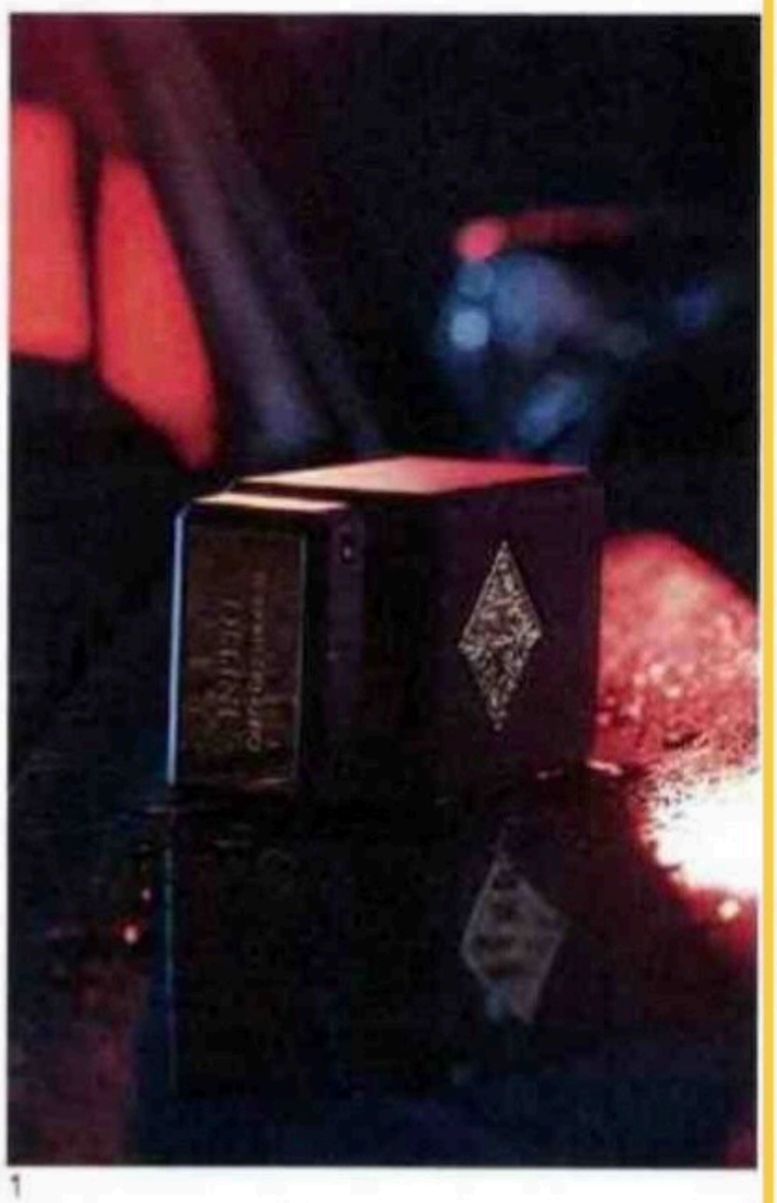
Nel cuore della profumeria artistica si sta consumando una rivoluzione silenziosa che sta riscrivendo le regole del lusso e del benessere contemporaneo. Non è più sufficiente sedurre l'olfatto: oggi l'obiettivo è agire direttamente sulla psiche. Se Patrick Süskind intuiva già che "il profumo ha una forza di persuasione più convincente delle parole", oggi questa tesi è supportata e confermata dalle scoperte scientifiche. Dall'incontro tra l'arte olfattiva e le neuroscienze nascono le nuove fragranze funzionali, elisir di benessere in boccetta creati con l'intenzione di favorire determinate sensazioni e capaci di evocare ricordi, innescare stati d'animo e influenzare l'equilibrio psicofisico. Le neuroscienze confermano che l'odore catalizza fino al 75% dei nostri stati d'animo, grazie al legame diretto tra il sistema olfattivo e le aree cerebrali responsabili di emozioni e memorie.

Le storiche *maison de parfum* e le start-up di fragranze di nicchia stanno investendo capitali e tempo nella neurosensorialità. Estée Lauder ha commissionato una serie di studi per misurare gli effetti emotivi delle sue creazioni, mentre L'Oréal, con Ysl Beauty, utilizza da anni la tecnologia per tracciare le risposte emotive dei clienti, dimostrando come il mercato delle *luxury fragrances* oggi non offra semplici percorsi olfattivi, ma vere esperienze emozionali. Giganti come Givaudan (il più grande creatore di profumi al mondo) da tempo utilizzano la tecnologia *Scent Trek* per catturare e scomporre qualsiasi aroma, particella per particella, dando vita a *jus* (fragranze, *ndr*) unici fatti di ingredienti difficili da reperire in natura. Profumieri e ricercatori, armati di tecniche come la scansione cerebrale Eeg e la risonanza magnetica, stanno mappando le molecole e gli accordi olfattivi che "attivano" specifiche aree cerebrali associate a *mood* e *feeling*, scoprendo che gli accordi legnosi hanno un potere calmante, mentre le note frizzanti e inebrianti degli agrumi stimolano il rinvigorimento.

Alta profumeria e scienza lavorano in sinergia per dare vita a nuove combinazioni aromatiche in grado di conciliare il sonno, ridurre l'ansia o regalare un boost di energia. Marchi all'avanguardia come Initio Parfum Privés sono stati pionieri in questo campo, sfruttando le neuroscienze per stimolare impulsi primordiali. La nuova fragranza *Can't Get Enough* è costruita attorno all'Hedione, una molecola sintetica nota per attivare i centri del piacere e della libido, un invito a risvegliare desideri sopiti in cui le note carnali della rosa si fondono con caramello, pepe e cremosa vaniglia. Il concetto di potenziamento molecolare si ritrova in modo quasi estremo anche in *I Don't Know What*, bestseller di D.s. & Durga, un amplificatore olfattivo a base di bergamotto, vetiver e Iso E Super, un componente sintetico dalle sfumature ambrate. Il lato legnoso, frutto di un lento procedimento di sintesi, è l'ingrediente principale *Genetic Bliss* del brand 27 87, un *eau de parfum* dove l'Akigalawood e il Belambre, in versione speziata e *gourmand*, ne prolungano il *sillage*.

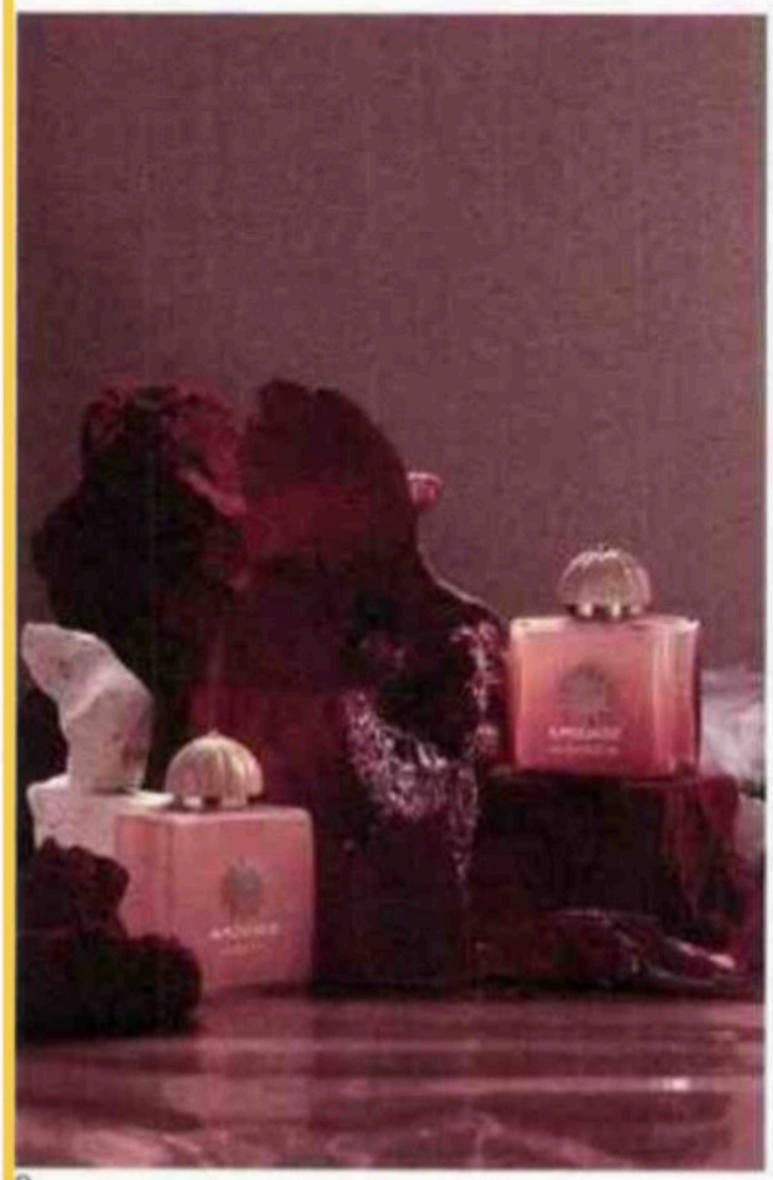
Molecole come l'Akigalawood, il Georgywood (legno di cedro ricreato in laboratorio) e il Cipriolo, intensificano la base legnosa di *Guidance 46* di Amouage, un estratto caldo e legnoso stemperato dall'ambrette, una molecola che regala freschezza, purezza e sensualità. Le mole-

1. INITIO, LA NUOVA FRAGRANZA *CAN'T GET ENOUGH*.
2. DALLA SPAGNA, *GENETIC BLISS* DEL BRAND 27 87.
3. *GUIDANCE 46*, *JUS* A BASE LEGNOSA DI AMOUAGE.
4. DI DOLCE & GABBANA E *DEVOTION FOR MEN*.
5. LA CELEBRE *ACQUA DI GIÒ* DI GIORGIO ARMANI.
6. CLIVE CHRISTIAN E IL SUO *E CASHMERE MUSK*.



1

2



3