

DAL 1948 DALLA PARTE DELLE DONNE

FEBBRAIO

BELLEZZA

€ 1,50

AMORE

*Quanto è difficile
ai tempi del Covid?*

PAURA

*A volte è la nostra
migliore alleata*

GIOVANI

L'impatto del Covid.

SPECIALE SAN VALENTINO

*Idee regalo e consigli
per gli acquisti*

HEIDI KLUM

*"Sono orgogliosa
di mia figlia"*

EMMA STONE

L'attesa più dolce

KRISTEN STEWART

*"Sono finalmente
me stessa"*

MODA

Voglia di rinascita

Julia Roberts

Fascino SENZA ETÀ

MENSILE - ANNO X - NUMERO 1 - FEBBRAIO 2021 - € 1,50



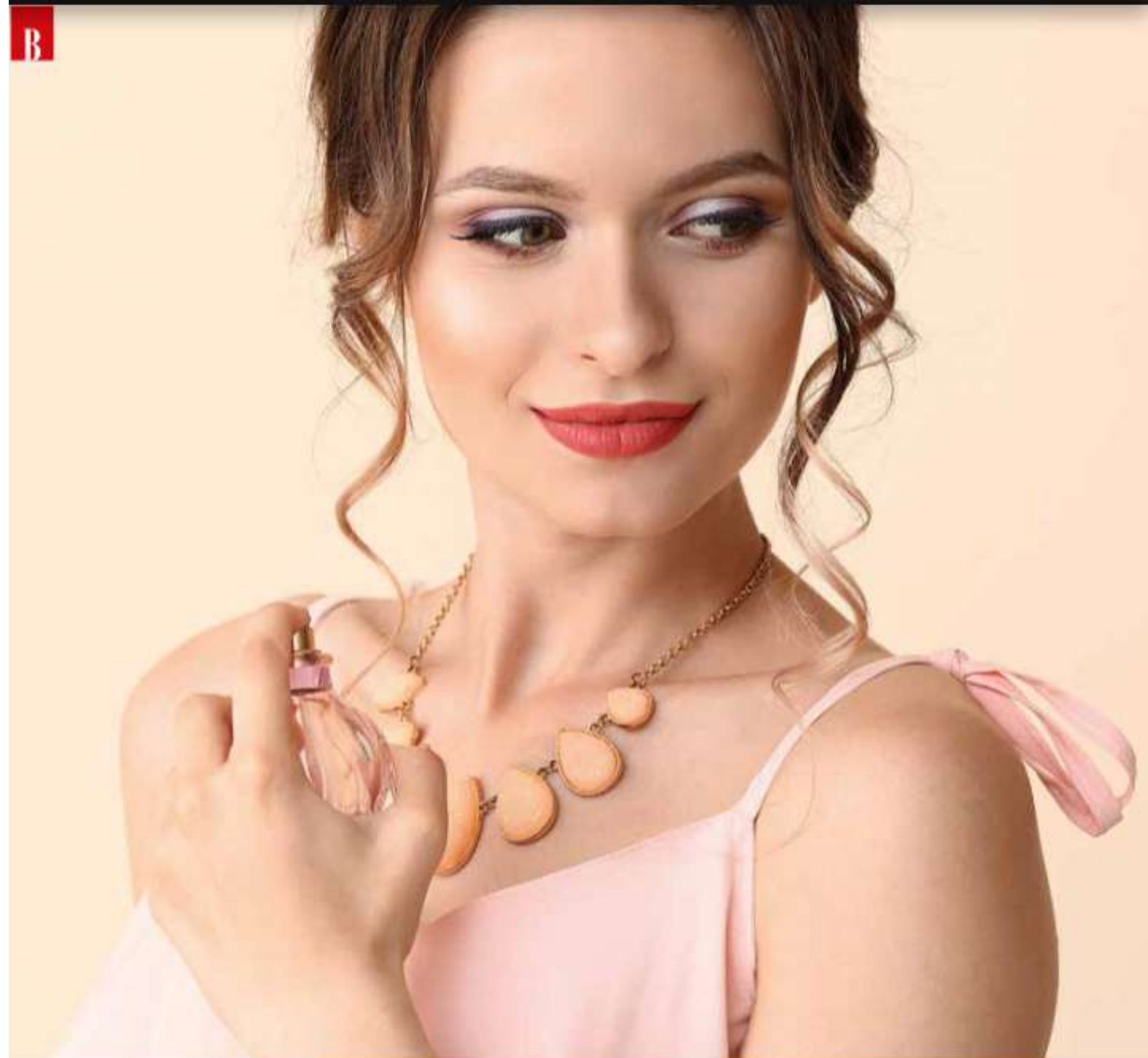
P1: 20/01/2021

ISSN 2281-4291



772281 0 029603

gmp



BEAUTY CASE D'ECCEZIONE

*Cosa brilla nella nicchia?
I prodotti per fare la differenza*



2021 Un anno di transizione tra note gourmand e fiorite

di ALESSANDRO NICOLI COTUGNO

Niche beauty expert e copywriter

C'è stato un tempo in cui l'arte profumiera non era in grado di dar vita a note che riproducessero o evocassero le fragranze dei dolci e delle leccornie (quelle che i francesi chiamano gourmandise). I profumi gourmand, tra i più amati dal pubblico pagante, presentano declinazioni che attingono quasi sempre dall'universo

pâtisserie, anche se di tanto in tanto fanno capolino nel mercato jus contenenti note evocanti ingredienti di sfiziose portate salate.

Sovente snobbati e screditati dagli intellettualoidi dell'arte profumiera, da chi affibbia acriticamente a tali creazioni l'aggettivo denigratorio "dolciastro", i gourmand sono molto più di un mero esercizio di stile, sono un vero e proprio atto di "tracotanza" olfattiva. Nel mondo delle fragranze di nicchia, al già arduo compito del naso si aggiunge un ulteriore gravame: la necessità di trovare il giusto equilibrio tra la costante richiesta di originalità e le rigide norme codificate dalla tradizione. Quest'anno di transizione, colmo di incertezze, vedrà il successo dei profumi gourmand o con note gourmand all'interno della piramide olfattiva, ma non solo. Vi sarà anche un ritorno al profumo per antonomasia: il fiorito. "Tantissimi sono stati i cambiamenti che sono intercorsi negli ultimi anni e si sa che in tempi difficili, per mille motivi, ci si rifugia nei ricordi rassicuranti o si dà vita a un 'mondo fantastico', una sorta di luna park con giostre dalle luci colorate e odore di zucchero filato. La tendenza gourmand degli ultimi anni non solo si afferma, ma è in continua ascesa ed è collegata alla ricerca di un comfort food... senza alcun rischio di senso di colpa. Le grandi maison di profumeria, ispirate da ciò, hanno creato e composto fragranze che identificano l'utilizzo quotidiano con un ricordo di un passato felice, magari dell'infanzia o della prima adolescenza." Afferma Maria Elena Iuliano, export manager per diversi brand di nicchia, esperta di mercati esteri per il settore luxury e di percorsi sensoriali ispirati e connessi alle opere d'arte.

"C'è una tendenza interessante, quasi parallela a quella gourmand, che riguarda alcuni tipi di fioriti potenti, come quelli a base di gardenia o tuberosa, le cui note 'non chiedono permesso' e sembrano quasi voler richiamare e rimarcare l'attenzione su sé stesse. In un momento storico pieno di incertezze, quindi, si sviluppano due correnti: la ricerca dell'opulenza, in cui ci si identifica forse anche per ritrovarsi, da un lato; il desiderio di un

mondo più semplice in cui la felicità ha l'odore di un dolce gustato a casa dei nonni, dall'altro." Conclude l'esperta.

Largo dunque alle note gourmand presenti in Ani e Nefs di Nishane: il primo è un extrait de parfum dedicato al popolo Armeno e presenta un fondo irresistibile a base di patchouli, cedro, vaniglia, benzoino, ambra grigia, muschio e sandalo; il secondo è un jus di rara opulenza e rappresenta un'interpretazione lussuosa e mirabile del concetto di profumo orientale. Dolce far niente di Gini Parfum prende invece ispirazione da uno dei vini storici prodotti dalla famiglia Gini, il Recioto di Soave; un vino da meditazione con note gourmand come arancia candita, miele e dattero. Il profumo è arricchito da note floreali di gelsomino e ylang ylang. Love Tuberosa di Amouage è un effluvio di dolce seduzione, dove crema chantilly e vaniglia abbracciano e sublimano note di tuberosa, gardenia e gelsomino. Legno di cedro e legno di sandalo sono la chiusa romantica di questa creazione. Si ispira invece a un'antica ricetta del 1695 del Convento Reale di Jesus Maria Anima Dulcis di Arquiste. Nel convento di Città del Messico raffinate suore lavoravano su ricette complesse di dolci profumi. Questo jus barocco è un turbinio di disvelamenti. Dolce Amalfi di Casamorati è un distillato di storie e ricordi di un luogo senza tempo. Irresistibili note di zafferano, mela cotogna e cardamomo aprono le danze. Germogli di chiodi di garofano, incenso e balsamo di Tolù lasciano spazio a un fondo dove albergano vaniglia, fave di tonka, cedro, muschio e ambra. Floranilla di Maison Tahité racchiude invece una preziosa assoluta di vaniglia nobilitata da una splendida concreta di iris e da una ipnotica assoluta di violetta. In Terra Mia di Carthusia il caffè sposa la nocciola, la vaniglia, il neroli e il pepe rosa. La risultanza è un blend che sa di meraviglie che solo una terra ricca di sole può offrire. È del celeberrimo artista partenopeo Lello Esposito l'esclusiva raffigurazione di Pulcinella presente sul packaging. Gli amanti del gelato alla vaniglia, invece, non possono resistere alla nota di fondo di Inside Out di The Gate Fragrances Paris. Una creazione lussureggiante, seducente, opulenta.

Nel 2021 l'imperturbabilità sarà forse una mera chimera, ma le dolci carezze di note fiorite e golose saranno sicuramente un balsamo per l'animo degli speranzosi che non hanno nessuna intenzione di rinunciare al loro lato gaudente. **B**



FLORANILLA di Maison Tahité 100 mL - 92,00 €

