

GRAZIA

settimanale n. 14
19-22/2020
Marzo 2020

Questa è la copertina che noi di **Grazia Italia e Grazia Cina** pubblichiamo insieme. Il loro Paese sta sconfiggendo il virus. Noi stiamo combattendo. **Tutti insieme ce la faremo**



TORNEREMO ad ABBRACCIARCI

#ioleggograzia

GRUPPO A. MONTEDORI



FRAGRANZE FLUIDE

I nuovi profumi vanno oltre le definizioni di maschile e femminile. Sono pensati per essere condivisi da lui e da lei facendosi guidare dall'olfatto, dalle emozioni e dalla voglia di sovvertire le regole

di **MARZIA NICOLINI**
foto di **FRANKLIN THOMPSON**

La cantautrice Miley Cyrus, le attrici Ruby Rose e Bella Thorne, la top model Cara Delevingne. Sono solo alcune delle under 30 famose dichiaratamente stupefatte dalle etichette di genere e dalla conseguente abitudine a dividere il mondo in cose per lei o per lui.

Moda, stile di vita e routine beauty risentono di questo manifesto del "genere fluido" e della libertà di voler essere semplicemente se stessi, sentendosi a volte un ragazzo e a volte una ragazza, a volte maschio e femmina contemporaneamente, a volte nessuno dei due. Senza rientrare per forza in una categoria, ma magari rappresentando entrambi i

generi binari. Non è un caso, quindi, che sempre più maison di profumi, e non più solo quelle di nicchia, stiano lanciando con successo fragranze volutamente "gender-fluid" (genere fluido) o "gender-free" (senza genere), che poi è più o meno la stessa cosa.

DAL 1994 A OGGI, UNA SCIA CHE ABBATTE GLI STEREOTIPI

Ultimo caso esemplare: il nuovo *CK Everyone* firmato dallo stilista statunitense Calvin Klein è stato creato dal maestro profumiere Alberto Morillas, vera autorità nel settore delle essenze. Questo profumo intende abbattere gli stereotipi di genere, sia a livello



UN BINOMIO DI FRESCHEZZA PULITA E SENSUALITÀ CONTEMPORANEA PER **CALVIN KLEIN**

CK EVERYONE, CON IL 79 PER CENTO DI INGREDIENTI DI DERIVAZIONE NATURALE E UN DNA ANTICONFORMISTA (€ 63). CALZA A PENNELLO A CHI AMA IL MOOD SELVAGGIO **TOM FORD WHITE SUEDE**, EAU DE PARFUM AD ALTO TASSO DI SEDUZIONE CON IL SUO MIX DI MUSCHIO, MORBIDA PELLE SCAMOSCIATA E ROSA (€ 298).

di bouquet sia di campagna pubblicitaria. Al di là dei modelli convenzionali era già andato tre decenni fa anche il fratello maggiore di questo profumo, cioè da ragazzi e ragazze dai look super androgini e molto grunge. Chi ha in mente la campagna stampa, ricorderà anche che era difficile distinguere tra maschi e femmine: un effetto studiato ad arte e che ben sintetizza il concetto di fragranze "fluide", che oggi sta diventando sempre più diffuso.

FIORI PER LUI E LEGNI AROMATICI PER LEI: VINCE LA CONTAMINAZIONE

Secondo Roberto Drago, direttore creativo di Laboratorio Olfattivo: «Il boom di profumi sopra i generi si deve soprattutto alle donne. Sono state loro ad avere iniziato, in tempi recenti, a esplorare senza timidezza i reparti delle profumerie riservati agli uomini, appassionandosi di fragranze maschili». Hanno fatto da apripista. Drago aggiunge: «Dopo di loro, anche gli uomini hanno iniziato ad avvicinarsi agli scaffali dei profumi "for her" o "for women", scoprendo di amare moltissimo sia i jus orientali sia le note floreali». Il lato interessante è che ora le fragranze "fluide" sono le prime a non potere essere etichettate. La tendenza è cambiata, le fragranze "gender fluid" non sono più, come ai tempi di *CK One*, così pulite e fresche da non avere forzatamente genere. L'esperto specifica: «Oggi tutte le fragranze sono potenzialmente "gender fluid" in quanto, a parte il caso di miscele olfattive estreme e ipercaratterizzate, uomini e donne cercano la contaminazione olfattiva e non hanno paura di osare con ingredienti un tempo di pertinenza maschile o femminile». La maggiore libertà di orientamento sessuale conquistata dalle nuove leve di consumatori e il cambio di mentalità si sono tradotti in un mutamento dei gusti. «Un uomo non si vergogna più a indossare una fragranza fiorita e, se un tempo solo in Medio Oriente il pubblico maschile indossava note di rosa e oud, oggi questo è vero anche in Occidente. Tante donne, poi, preferiscono nettamente fragranze legnose o aromatiche: prima le rubavano a fratelli, papà e partner, adesso le acquistano serenamente in negozio per puro piacere, e non per vezzo».



MALIBU PARTY IN THE BAY DI **SIMONE ANDREOLI**: RICOSTRUISCE I SENTORI DI UN COCKTAIL "COCONUT DAIQUIRI", UNENDO LIME GHIACCIATO E RUM AL COCCO (€ 135,



SIMONEANDREOLI.COM). DAL LEGNO DI ROSA IN TESTA AI LEGNI AMBRATI NEL CUORE, CHIUDENDO CON BENZOINO E VANIGLIA: **TUDOR EXTRAIT DE PARFUM DI COQUILLETE PARIS** STORDISCE VOLUTAMENTE I SENSI (€ 130,



COQUILLETEPARIS.COM). **GUCCI MÉMOIRE D'UNE ODEUR** È UN RITORNO ALL'INFANZIA: CAMOMILLA ROMANA, PETALI DI GELSOMINO, MUSCHI E LEGNI NOBILI (€ 113).

GRAZIA BELLEZZA

LIBERTÀ DA SCHEMI E MODE

Pensando al futuro, come si evolverà il trend delle fragranze "gender fluid"? A detta di Luca Maffei, naso indipendente presso Atelier Fragranze Milano: «Questo genere di fragranze prenderà sempre più piede con creazioni che riporteranno al centro di tutto l'importanza dell'elemento olfattivo, lasciando spazio all'interpretazione del "naso" che sarà libero di immaginare accordi svincolati da mode e schemi predefiniti. In palio per il consumatore - uomo e donna - febbrezza di poter scegliere il proprio profumo lasciandosi esclusivamente guidare dalle emozioni». Della serie, ascolta il cuore. C'è poi un secondo tema, quello dell'unicità che, per gli under 35, è un valore

fondamentale, da rivendicare ed enfatizzare. Come commenta Fabrizio Tagliacarne, naso di Omnia Profumi: «Se un tempo solo nella profumeria artistica selettiva vigeva la regola per cui le fragranze non andrebbero mai scelte sotto influenza del genere, da cui anche la scelta di confezioni non caratterizzate, oggi questa libertà interessa anche un numero crescente di fragranze commerciali. **Le persone desiderano differenziarsi ed essere viste nella propria individualità**». Aggiunge Stefano Ascheri, creatore della collezione di profumi Rhizome: «Questo trend sta amplificando la sperimentazione creativa. Da cui interessanti sorprese presto in arrivo». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA