www.mffashion.com

MFF

Magazine For Fashion

n. 125 NOVEMBRE 2025. Solo in abbinamento con MF/Milano Finanza - IT Euro 5,00 oltre il prezzo del quotidiano - TRIMESTRALE

9 771594 677336 50125

Supplemento al numero odierno di MF/Mercati Finanziari. Spedizione in abbonamento postale L. 46/2004 art. 1 C. 1 DCB Milano

Nella foto, modelle vestite Giorgio Armani spring-summer 2026. Foto Ryan McGinley

international edition

THE WOWNESS

GIORGIO ARMANI

OLFACTORY LITERATURE

By Silvia Manzoni

Quale sarebbe il profumo del fiore magico del *Sogno di una notte di mezza estate* di Shakespeare? Per il profumiere Fabrice Pellegrin, della casa di composizione Firmenich, ha un sentore floreale, ambrato e un po' gourmand che ruota intorno al misterioso Lady of the night, fiore che sboccia nel cuore della notte. E per esprimere l'atmosfera onirica di questa deliziosa commedia, usa la mandorla bianca e l'essenza avvolgente del sandalo, assieme all'affascinante anthamber dall'accento vellutato. Ecco che le rime del bardo prendono nuova vita olfattiva attraverso un profumo, Midnight scented dream, della casa inglese Atkinsons, che dà una sua originale interpretazione della storia di *Puck ed Ermia*. La letteratura e la cosmesi hanno trovato una nuova forma di dialogo, un linguaggio condiviso fatto di memorie olfattive, texture, emozioni e atmosfere. A inaugurare questa nobile alleanza sono stati lo scrittore e aviatore Antoine de Saint-Exupéry e la maison Guerlain. Nel 1933, Jacques Guerlain dedicò al nuovo mito dell'aviazione il profumo Vol de nuit, ispirandosi proprio al romanzo omonimo che Saint-Exupéry aveva pubblicato tre anni prima. Il libro racconta il coraggio dei piloti che attraversano le Ande e l'Atlantico per consegnare la posta. È una fragranza densa, enigmatica, costruita come un romanzo d'avventura: una partenza verde e speziata di galbano, bergamotto e narciso, un cuore profondo di spezie, gelsomino e legni, e un fondo ambrato con muschio e vaniglia. Il legame tra lo scrittore e la maison de parfum si è rinnovato di recente con il lancio di Néroli plein sud, che interpreta olfattivamente i viaggi a sud dello scrittore, citato anche attraverso i disegni del suo carnet di viaggio sul bellissimo packaging dalle sfumature arancioni. Già, perché anche i flaconi e gli imballaggi esprimono l'attrazione verso i grandi autori. Les folies du parfum ha scelto di decorare le scatole delle sue fragranze (che hanno tutte riferimenti presi da personaggi storici o letterari, *ndr*) con i motivi delle lussuose vestaglie di Gabriele d'Annunzio che, da vero dandy, ne aveva ben 365 come i giorni dell'anno. E non ci sono solo i classici del passato. L'artista svedese Johan Bergelin, fondatore del brand 16-69, mette in un flacone il romanzo cult *American psycho*, dell'americano Bret Easton Ellis, che fece scalpore alla sua uscita nel 1991.

«La storia di Patrick Bateman, dirigente di una società finanziaria a Wall street, può essere letta come una riflessione critica su una società dominata dal materialismo e dalla superficialità», racconta Bergelin. «Per me, *American psycho* è una metafora del lato oscuro del sogno americano. Il libro ha avuto un impatto profondo sulla cultura popolare, acquisendo nel tempo lo status di opera di culto. Ho voluto catturare alcuni elementi chiave del romanzo e della sua trasposizione cinematografica del 2000: i rituali di vanità di Bateman, l'acqua frizzante pregiata, il sorbetto ghiacciato e l'atmosfera di Wall street negli anni 80». Il risultato è un jus freddo e lucido come un grattacielo di vetro: note di cardamomo, lime e bergamotto aprono su un cuore metallico di zafferano e cuoio, per chiudersi in un fondo very dark di cedro, vetiver e ambra grigia. Talvolta, a far scattare la scintilla non è neanche la lettura di un libro, ma la scoperta di un più ampio universo letterario. Anaïs Biguine, fondatrice del marchio francese Jardins d'écrivains, è partita da un incontro inaspettato: la visita alla casa di Victor Hugo sull'isola di Guernesey. Da lì l'idea di creare prima delle candele, poi dei profumi per l'ambiente e infine delle fragranze per la persona capaci di evocare il mondo interiore degli scrittori. La piramide olfattiva traspone l'ambientazione e le emozioni che ne derivano. «Mi avvicino alle pagine con onestà e passione: la scelta è del tutto personale, riflette i miei gusti», spiega. Tra le sue creazioni ci sono George, un chypre di tabacco e caffè dedicato a George Sand, e Orlando, ispirato al capolavoro di Virginia Woolf, con accenti speziati e legnosi. «Il profumo può dare una sfumatura inedita alle parole dell'autore», continua Anaïs, «e suscitare

curiosità: quella di scoprire i personaggi romanzeschi che hanno ispirato la fragranza. E in fondo un invito alla lettura». Persino l'aria satura dei «vecchi libri» può ispirare creazioni olfattive originali. Il sentore di Bibliothèque di Byredo, sotto forma di candela profumata o fragranza, viene definito «un santuario olfattivo che immerge in un mondo senza tempo, dove l'odore dei vecchi libri rilegati in pelle riempie l'aria e traduce in fragranza la ricchezza tattile dei tesori letterari». Bibliothèque si apre con la dolce profondità della prugna e il calore speziato della cannella, per rivelare un cuore di accordo cuoio e violetta, che evoca la pergamena invecchiata e le copertine dei libri consumate dal tempo. Un fondo di legno di betulla, patchouli e vaniglia permane a lungo, aggiungendo calore e complessità a questa composizione senza tempo, intensa e carica di atmosfera. E se, al contrario, curiosassimo invece sull'influenza del profumo sulle opere letterarie contemporanee? Non c'è dubbio che la relazione funzioni in entrambi i versi. Nel romanzo *Ninth house*, ambientato nel mondo della Ivy league e di Yale, Leigh Bardugo affida parte della psicologia dei suoi personaggi alle fragranze che li definiscono: Le parfum de Thérèse di Frédéric Malle o Poivre impérial di Caron. «Il profumo gioca un ruolo importante nelle mie storie», racconta l'autrice, «è un segno distintivo del personaggio e del suo passato». È la prova che il profumo, come si sono accorti i giovani, diventa un vero statement, capace di rivelare la propria personalità. «Viviamo in un tempo in cui la cultura si appiattisce e le vere esperienze si fanno rare. Spruzzarsi un profumo, lavarsi il viso, toccare la propria pelle sono gesti che ci restituiscono al corpo, ci ancorano al presente», spiega Bardugo. E rilanciano quella sensorialità, quell'approccio olfattivo e tattile di cui oggi, in un mondo smaterializzato, si sente più che mai il bisogno. E la scrittrice non è la sola a pensarla così. L'esperta e collezionista d'arte Cherry Cheng ha da poco lanciato il brand Jouissance, in cui i profumi, così come le immagini che li definiscono, sono ispirati alla letteratura erotica del '900. «Le nostre creazioni nascono da paesaggi interiori emotivi e psicologici, ispirati ad autrici del XX secolo che ammiro. Donne che hanno osato scrivere i propri desideri come atti di creazione e ribellione», spiega la fondatrice. «Ogni fragranza è un memoir olfattivo che racconta storie di desiderio e identità. Ho creato questo brand come un'ode al paradosso, al piacere della contraddizione e alla libera espressione di sé». Si può scegliere, allora, tra La bague d'O (ispirato a *Histoire d'O*), consigliato, dice Cheng, «se si vuole avere il profumo di chi appartiene a una società segreta». Oppure En plein air (da *La vita sessuale di Catherine M* di Catherine Millet), da indossare «se si desidera avere il profumo di una critica d'arte in viaggio verso un'orgia», e Les cahiers secrets (dall'omonimo diario di Anaïs Nin), se si vuole assomigliare «all'unica donna in un circolo letterario d'avanguardia». Oltre a Jouissance, Cheng ha lanciato una community «che, attraverso l'amore per il profumo, l'arte, la letteratura e il cinema, invita le donne a esplorare la propria immaginazione erotica e scambiarsi ispirazioni creative». Ma non c'è solo il profumo. Il brand irlandese Literary lip balms parte dai romanzi della tradizione anglosassone per creare balsami labbra sostenibili e colti. Grande lettrice, la founder Vy Nguyen si diverte a giocare con i titoli: Murder on the orange express, con note di mandarino, ylang-ylang e geranio rosa, è pensato per chi ama i noir e le spy story, mentre Pride and peppermint, omaggio a Jane Austen, combina bergamotto, menta e lavanda per gli amanti dei classici intramontabili. (riproduzione rirservata)