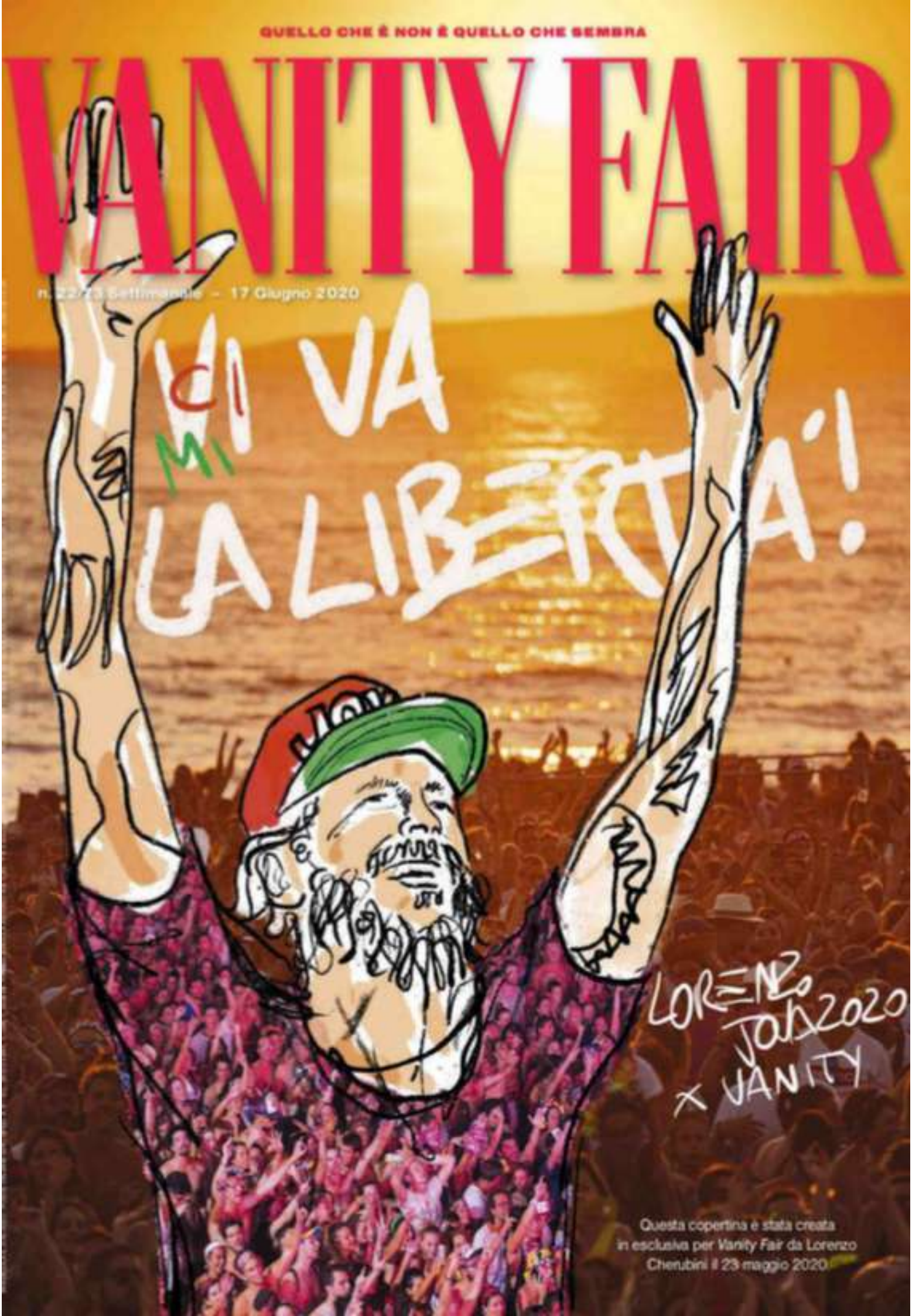
QUELLO CHE È NON È QUELLO CHE SEMBRA

VANITY FAIR

n. 22/23 Settimanale - 17 Giugno 2020



Questa copertina è stata creata in esclusiva per *Vanity Fair* da Lorenzo Cherubini il 23 maggio 2020.

FAST AND FORWARD

Posti distanziati al lavatesta, trattamenti express, narrazioni 2.0 per degustare le nuove fragranze. Così saloni, centri estetici e profumerie si sono attrezzati per un servizio PERSONALIZZATO e sicuro

di
ELEONORA NEGRI

foto
NEIL KIRK

LE PROMESSE

Le nuove esperienze beauty saranno custom-tailored: dalla prenotazione al [illegible] nei saloni, fino al massaggio. Una nuova modalità di benessere [illegible]

IMMAGINO, QUINDI SENTO

Indossare la mascherina significherà anche cambiare il nostro modo di percepire una fragranza. **Tutta la potenza evocativa di un bouquet, in pratica, sarà affidata alla mouillette**: «Sono sempre un ottimo strumento in quanto usa e getta. Poi non dimentichiamoci che sopra a queste cartine spruzziamo una grande percentuale di alcol, quindi disinfettante di per sé», spiega Roberto Drago, direttore creativo di Laboratorio Olfattivo. E se prima lo storytelling del profumo veniva fatto tutto in boutique dalle assistenti alla vendita, ora molte informazioni verranno condivise via social: «Di grande supporto sarà la componente digitale. Per questo abbiamo velocizzato il nostro progetto del primo Bar à Parfums online e rafforzato i nostri canali social», spiegano Alessandro Moretti, socio e Direttore Commerciale Olfattorio, e Luli Gaidano, socia e Training Manager Olfattorio. «Si potranno anche sviluppare appuntamenti online per la presentazione delle novità o per introdurre le persone al mondo delle fragranze. Ci auguriamo che con il tempo possa riprendere la mobilità delle persone e tornare, anche solo parzialmente, a un contatto diretto con le fragranze nelle nostre boutique», concludono Moretti e Gaidano.