ELLE ITALIA

elle.it

FOTO DI MARTIN SCHOELLER

GRAZIE RE GIORGIO

N. 33 - 18/09/2025 SETTIMANALE
IN EDICOLA DAL 11/09/2025

Victoria Prymak / Unsplash

I nasi esplorano mondi lontani da ciò che la natura offre, reinterpretando petali e boccioli con *sfaccettature dinamiche* riservandoci scie *audaci, senza confini* e più "*autentiche*" di quelle reali.

Avatar *floreali* stanno cambiano i *profumi*. E i creatori diventano *hacker* di nuove identità olfattive

Testo di **SILVIA MANZONI**

1. 2. 3. 4. 5.

1. Il narciso, accanto a foglia di shiso, tabacco e assoluta di cisto, è nel cuore di Pink Heart V.6, Map of the Heart (175 €). **2.** Nelle mani di Francis Kurkdjian, direttore creativo delle fragranze di Parfums Christian Dior, la rosa è protagonista, adulata da carezze speziate di pepe, tinta con note lychee, pera e miele, e sciolta nell'abbraccio dei muschi: La Collection Privée Rose Star, Dior (265 €). **3.** Gucci Flora Gorgeous Gardenia Intense ne dà un'interpretazione luminosa, aggiungendo mandarino, note verdi e legno di sandalo, Gucci (172 €). **4.** Per raccontare il fiorire delle dune del deserto cileno di Atacama, il naso Delphine Jelk ha creato un accordo con tuberosa, mango e incenso: Absolus Allegoria Florabloom, Guerlain (145 €). **5.** Fiori d'arancio e petali di rosa, firma di Chloé Le Parfum, resa intensa da fava tonka e vaniglia, Chloé (da 86 €).

I prezzi sono indicativi

Il grande artista tedesco Anselm Kiefer, parlando di Vincent Van Gogh, a cui si ispira da sempre, constata che l'impressionista francese «dipingeva davanti al paesaggio, ma ciò che viene mostrato non è altro che un punto di partenza. Non rappresenta il campo di grano, né il ricordo romantico di una precisa giornata estiva. La tela è quasi astratta. Ciò che resta è la memoria di qualcosa di concreto che è quasi del tutto svanito». La frase, riportata in una bella mostra che la Royal Academy of Arts di Londra dedica ai due artisti mettendoli in parallelo (*Kiefer / Van Gogh*, fino al 26 ottobre), potrebbe, con le dovute precauzioni, essere applicata a come oggi i profumieri utilizzano i fiori per creare fragranze dalle narrative inconsuete. Un punto di partenza. Rose, gelsomini e fiori d'arancio vengono reinterpretati dai nasi per andare al di là della loro precisa identità olfattiva. Per descriverli come farebbe Van Gogh con un paesaggio: trascendendo la loro concretezza, offrendone una visione più personale e vibrante. Quella che interagisce con i nostri sensi.

La profumiera Nadia Geyken, della casa di composizione Givaudan, fondatrice del brand Scenteception, che arriva in Italia (distribuito da Omnia Luxury Trade) con 5 profumi ispirati a esperienze sensoriali legate a località care alla fondatrice, afferma: «Oggi, in profumeria, un fiore non è più solo un elemento naturale, diventa una forma di memoria, desiderio ed evocazione».

La famiglia olfattiva floreale, la più estesa e di successo, considerata molto classica, è quella che in questo momento si mostra la più audace e intraprendente, mossa da un dinamismo creativo senza confini. Reinventata grazie a una creatività libera e a tecnologie che consentono approcci inediti con la materia prima. Il risultato sono fragranze tutt'altro che carezzevoli che si sposano con i gusti del giovane pubblico d'oggi: i fiori devono essere capaci di comunicare qualcosa di forte, che non lascia indifferenti. «Che vuole potenza, presenza, emozione immediata dalle fragranze che porta», aggiunge Nadia Geyken. «Non ci limitiamo più a estrarne l'essenza. Le nostre palette olfattive si arricchiscono ogni anno di

Tuberosa, mimosa e mughetto sono spinte fuori dalla loro comfort-zone, perimetro in cui i nasi non si limitano più a estrarre l'essenza, ma arricchiscono «le palette di molecole *sintetiche* ad *altissimo impatto*, che permettono di ricostruire l'odore di *fiori vivi*, capaci di parlare il *linguaggio del nostro tempo*».

molecole sintetiche ad altissimo impatto, che ci permettono di ricostruire l'odore di fiori vivi, capaci di lasciare una vera scia, di emozionare, di parlare davvero il linguaggio del nostro tempo». Ogni casa di composizione ha le sue molecole, protette da copyright e spesso costosissime perché frutto di ricerche lunghe e onerose. Vengono talvolta richieste in esclusiva per stabilire una sorta di firma olfattiva di un marchio, come per esempio – nell'arte – la particolare sfumatura di blu che identifichiamo col pittore Yves Klein.