

SETTEMBRE - OTTOBRE 2023

MOSCHINO TOY 2 PEARL

ECONOMIA BEAUTY

Balzo in avanti
a doppia cifra
del selettivo italiano

Social media
Quanto
guadagnano
i creator
italiani

Pitti Fragranze
La percezione
olfattiva
si reinventa
con l'AI

Contraffazione
Aziende e
consumatori
sempre
all'erta

Pitti Fragranze 2023

La percezione olfattiva *si reinventa con l'AI*

Punto di riferimento della scena globale per lo sguardo ampio che offre, sempre attenta a cogliere in anticipo tendenze e innovazione della cultura olfattiva contemporanea, l'edizione 21 appena conclusa ha messo sotto i riflettori l'influenza dell'Intelligenza Artificiale e un nuovo modo di fruire il profumo. di Daniela Giambone

Il futuro è sempre più tangibile. L'influenza dell'AI si percepisce forte e chiara. Lo sviluppo della sua tecnologia, nonché la sua diffusione in più ambiti, la rendono un focus che richiede una maggiore attenzione anche nel mondo dei profumi. E l'edizione 2023 di Pitti Fragranze ha voluto proprio contribuire a questa analisi. In scena dal 15 al 17 settembre come



da tradizione alla Stazione Leopolda di Firenze, quest'anno l'evento è stato dedicato al tema della percezione reinventata.

Come spiega Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine, ha indagato "un diverso modo di percepire il mondo del profumo, ma non solo attraverso immagini, parole, suoni che scaturiscono dall'utilizzo del digitale



La percezione reinventata è stata al centro dell'edizione 21 della kermesse.

Fragranze



I lavori di Gisella Alfieri Sabatini (sopra) e Alex Valentina (a fianco) sono due dei quattro artwork dell'installazione Symbiotic Experience.



e dell'Intelligenza Artificiale. Sperimentazione creativa, tecnologia avanzata, arte e artificio mettono in moto le nostre emozioni e reinventano il modo in cui le percepiamo”.

Una fiera partecipata

“Pitti Fragranze è molto di più di una semplice vetrina di prodotti: è un osservatorio sulle evoluzioni del mercato – anche quello dei più giovanissimi della Generazione Z – un momento di incontro e ispirazione, un viaggio multisensoriale da non perdere. Un laboratorio in cui si immagina il futuro delle fragranze”. Così Agostino



Poletto descrive l'evento che ogni anno fa il punto sullo stato dell'arte del settore. Sono 189 i brand che hanno partecipato a questa edizione, dei quali 86 tra nomi nuovi e rientri, e 25 i marchi dell'area Spring. 140 marchi provengono dall'estero, il 74% del totale. Presenti l'Europa e gli Stati Uniti che

sono stati affiancati da rappresentanti di paesi come Armenia, Emirati Arabi, Giappone, India, Oman, Romania, Svezia, Taiwan. Cui si sono aggiunti i 25 marchi di Spring, l'area dedicata a una selezione di nuovi brand, linee di fragranze al primo appuntamento con il pubblico internazionale e nuove realtà sul mercato. Oltre che in presenza, la possibilità di fare network e creare contatti business è stata favorita dalla piattaforma digitale Pitti Connect, online fino al 6 novembre, che ha permesso di prendere appuntamenti specifici in fiera oppure di approfondire le informazioni sui brand partecipanti.

La novità dell'edizione 2023

In linea con il tema della percezione reinventata, in fiera è stata allestita la speciale installazione

Pitti Fragranze è un laboratorio in cui si immagina il futuro delle fragranze, in parallelo con l'evoluzione sociale





immersiva Symbiotic Experience, a cura di Paola Gariboldi, giornalista e vicecaporedattore beauty a D la Repubblica, e Susanna Macchia, giornalista e content creator. In sinergia fra loro, quattro artisti digitali e quattro nasi hanno unito le loro competenze per sviluppare un percorso multi-sensoriale che, reinventando le possibilità percettive, apre a nuove frontiere nella creazione e nella fruizione del profumo.



Dall'alto in basso, i quattro nasi di Symbiotic Experience: Alberto Morillas, Jérôme Di Marino, Serge Majoullier e Coralie Spicher.



profumeria in evoluzione

Alberto Morillas, Coralie Spicher, Serge Majoullier e Jérôme Di Marino hanno formulato quattro sillage ispirati agli altrettanti digital artwork realizzati – attraverso l'immaginazione e gli strumenti che l'Intelligenza Artificiale mette a disposizione – dagli artisti Gisella Alfieri Sabbatini, Bonnie Tsang, Giovanna Sala e Alex Valentina, in un'alchimia tecnologica sensoriale che reinterpreta il concetto di fragranza. Tutti gli artisti coinvolti lavorano con l'arte digitale da tempo e stanno sperimentando le possibilità creative

dell'Intelligenza Artificiale applicate alla loro opera.

In Symbiotic Experience, alla dimensione visiva e olfattiva si è aggiunta quella uditiva grazie alle musiche realizzate in esclusiva dal compositore e sound designer Alessandro Meistro, con l'impiego di strumenti digitali generativi. In questo flow sensoriale, il visitatore è stato protagonista attivo. L'installazione realizzata dalla boutique agency Monogrid, infatti, ha svelato i quattro profumi attraverso un percorso immersivo attivato con i movimenti del pubblico.

Gli approfondimenti dei talk

Il tema dell'edizione è stata l'occasione di approfondimento per due talk in particolare. Nel primo, "Symbiotic Experience", il confronto fra i nasi creatori Coralie Spicher di Firmenich e Jérôme Di Marino di Mane con la neuroscienziata Anna D'Errico ha voluto contribuire a capire ricadute ed engagement di nuove creatività sulle generazioni digitali. Nel secondo, dal titolo "Nuovo Lessico Olfattivo", la perfume influencer e tiktokker Matilda Mori, alias @sssminister, si è confrontata con un professionista della profumeria di nicchia e artistica, **Roberto Drago di Kaon**, sul tema di quanto i nuovi social media e linguaggi non convenzionali possano aprire, o meno, a nuove opportunità di conoscenza e divulgazione ai profumi. Fra gli altri talk, da segnalare "Agarathi, il profumo del metaverso", che ha riflettuto

sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale nella comunicazione e nel campo della profumeria, e "La Gen Z e i nuovi consumatori", per indagare su questo segmento in particolare.

Le suggestioni di Spring

La sezione dedicata a debutti e percorsi della profumeria artistica di nuova generazione ha presentato 20 nomi fra giovani talenti e case indipendenti. Le ispirazioni sono state le più diverse. La Sicilia

ricorre nelle proposte di Acqua di Noto, Ciatu ed Essensitive. Le fragranze per la casa di Carola fra i Trulli e PH Fragrances o i diffusori di Lila Franklin raccontano l'attenzione dei nuovi profumieri anche per questo ambiente. La natura rimane fra gli spunti più diffusi, dal territorio ai fiori fino alle materie prime più nobili o inedite. C'è anche chi, come Spiritum Paris, attinge ai segreti della numerologia per creare jus dalla fascinazione inaspettata.

Appuntamento con Raw

Il tradizionale format del salone dedicato alle più importanti materie prime del profumo – realizzato in collaborazione con Mane – ha presentato quest'anno un viaggio olfattivo tutto italiano tra passato, presente e futuro guidato dal Profumo della Memoria. Una riflessione che mostra quanto le radici del sentire contemporaneo affondino in un patrimonio condiviso in costante evoluzione, dove la creatività dei profumieri è supportata dall'autenticità di materie prime sempre più locali.

I lavori di Bonnie Tsang (sotto) e Giovanni Sala (a fianco) fanno parte dell'installazione Symbiotic Experience.



“Sperimentazione, creativa, tecnologia avanzata, arte e artificio mettono in moto le emozioni e reinventano come le percepiamo”

Agostino Poletto

.....*Fragranze*.....



ANTHOLOGIE BY LUCIEN FERRERO

Ce n'est pas un Patchouli

Con una citazione di Magritte, la nuova fragranza dichiara di non essere un profumo al patchouli, nonostante la presenza di una sua alta percentuale in olio essenziale. Lucien Ferrero ha circondato questo ingrediente di un'assoluta di mate per sollevarne la nota scura e alleggerirla. Agrumi, spezie e un fondo caldo donano un'aura misteriosa, mentre il benzoino e la fava tonka ne scaldano il fondo.

**Ce n'est pas un Patchouli EdP 30 ml
€ 80,00, 100 ml € 160,00**

Distributore Kaon



MILLER ET BERTAUX

Aymara

Un orientale che celebra gli Aymara, una popolazione che vive vicino al lago Titicaca tra Perù, Bolivia, nord del Cile e nordovest dell'Argentina. Una suggestione olfattiva orientata verso gli altopiani boliviani che mescola spezie e Palo Santo, il legno usato da questo popolo come incenso purificante. La fragranza rappresenta la quarta e ultima parte della collezione composta da Menta y Menta, Pimiento +++ e Malagasy.

Aymara Edp 100 ml € 105,00

Distributore Kaon