

# ELLE

elle.it

ITALIA

Weekly

**INTERVISTE**

*Wes Anderson*  
*Clara McGregor*  
*Teresa Saponangelo*  
*Bonnie Timmermann*

**IL POTERE DEL ROSA**

*Più che un colore è un manifesto d'intenti*

*Moda*

# GLI INTRAMONTABILI

*Tailleur, blazer, gessati e... un tocco di blu*

**ORTORESSIA**

*Se il cibo sano diventa un'ossessione*

**REPORTAGE**

*Il nuovo Cile a 50 anni dal golpe*

**TRADIMENTO**

*E se tornasse la regola del silenzio?*

**BELLEZZA**

*La riscoperta dell'acqua fredda*

ANNA DE RIJK





# storie PROFUMATE

Highlights da **Pitti Fragranze**  
con tutte le novità  
della profumeria artistica

di *Valentina Sorrenti*

**È un'esperienza totalizzante:** dopo una giornata alla Stazione Leopolda di Firenze la mente è un tripudio di idee, il naso è sorpreso e i vestiti profumano. Più degli altri anni questa 21° edizione di Pitti Fragranze è stata all'insegna degli incontri e delle nuove tecnologie. Un forte segnale che la profumeria artistica non resta indietro ma vuole raccontarsi a tutti, anche grazie all'aiuto dei

*fragrance influencer* che possono rappresentare il ponte tra mondo esperienziale e digitale, portando su Instagram e TikTok le creazioni dei maestri profumieri. Abbiamo intercettato, tra i 189 brand protagonisti da 50 Paesi, i trend più interessanti.

Un recap è anche su [pittimagine.com](http://pittimagine.com)



**ESSERE UNICI** «Spesso ricordo a me stesso di andare oltre», ha detto Davide Martini, founder insieme a Stefano Torreggiani del marchio italiano Rito. E loro con i pack hanno osato: sono i primi al mondo ad aver inserito la tecnologia NFC all'interno dei flaconi. Basta avvicinare il cellulare per ottenere il certificato di autenticità e il tracciamento del prodotto. Ed è come un ponte tra passato e futuro la fragranza *Oltre* (245 euro, su [ritoitaly.com](http://ritoitaly.com)).

## PROVOCATORI & IRRIVERENTI

C'è la crasi *Tubercoleuse* di *Blue Dragon* con tuberosa e betulla (1. [releasedistribution.it](http://releasedistribution.it)) o le contraddizioni di *Not Vanilla* di *Born to Stand Out*, il brand coreano al suo debutto che reinterpreta la vaniglia con bergamotto e ambra (2. [bornstandout.com](http://bornstandout.com)). Una via di mezzo tra un musk "intossicante" e agrumi rinfrescanti per *Hangover Meditation* di *Emil Elise* (3. [kaon.it](http://kaon.it)). Invece, *I Hate Rose* di *Ohtop* (4. [jovoyparis.com](http://jovoyparis.com)) è il paradosso fatto profumo: la rosa c'è ed è una rivisitazione di quella classica. Infine segnaliamo la fragranza terapeutica con caramello salato: *Sexorcism* di *Grammatik Drammatik* (5. [releasedistribution.it](http://releasedistribution.it)).





1



2

## MODA, VINTAGE & COOLNESS

La Vie En Fleurs di Bienaimé (1. [kaon.it](http://kaon.it)) è un profumo che porta indietro nel tempo, ma con velleità attente all'ambiente. Uno story telling che arriva dalla moda quello di Alex and Anton (2. [coquetvaudou.com](http://coquetvaudou.com)) con le due fragranze Coquet e Vaudou, i loro ritratti. La particolarità? Si può scegliere tra tanti flaconi quello preferito. Infine, i gioielli profumati, idea geniale del brand Savoni (3. [savoniboutique.com](http://savoniboutique.com)), contengono un piccolo vano con una pastiglia in ceramica dove si vaporizza la fragranza che dura fino a cinque giorni.



3

## I NUMERI DI "FRAGRANZE": 189 BRAND DA 50 PAESI DEL MONDO, TRA QUESTI 25 ESORDIENTI NELL'AREA "SPRING"



1

2

3

4

## VIAGGI INASPETTATI

C'è chi ha girato il mondo alla ricerca degli ingredienti migliori in modo da creare la fragranza del luogo partendo dalle materie prime, come Nissaba (1. [nissaba.com](http://nissaba.com)). Oppure c'è il naso self made di Binet-Papillon (2. [binet-papillon.com](http://binet-papillon.com)) che ci invita a salire sulla macchina del tempo rivisitando le fragranze della Parigi di Luigi XIV. Da una ex hostess che di volare non aveva più voglia, invece, nasce il brand Mayme? (3. [mayme.me](http://mayme.me)), profumi senza confini che trasportano subito in un ricordo felice. Agarthi (4. [aquacosmetics.com](http://aquacosmetics.com)), infine, ha lanciato una collezione che è un viaggio al centro della terra. Un'immagine futuristica interpretata attraverso il jus di *Floating Lands* con un mix di bergamotto, magnolia, tuberosa, iris e miele.



## PERCEZIONE REINVENTATA

La Symbiotic Experience, a cura di Paola Gariboldi e Susanna Macchia, è stata l'esperienza immersiva e multi-sensoriale di questa edizione di Pitti Fragranze. Una pietra miliare che ha aperto gli orizzonti a nuove frontiere nella creazione e nella fruizione del profumo. A quattro nasi sono state assegnate come ispirazione le opere di altrettanti artisti digitali, per creare un sillage unico nel suo genere. A completamento, le musiche del compositore e sound designer Alessandro Meistro. A sinistra, *Ethereal Blossom*, artwork di Bonnie Tsang @bonnietsang con il jus del naso Alberto Morillas.

## GLI SPIRITUALI

*Fly To Miracle* è il profumo di Haute Fragrance Company (1. [campomarzio70.it](http://campomarzio70.it)), dedicato agli adulti che hanno bisogno di favole. La novità delle fragranze psico-emotive basate sulla numerologia di Spiritum Paris (2. [spiritum-paris.com](http://spiritum-paris.com)) si chiama *Shamanism*, purifica e cura l'anima. A base di angelica, l'erba degli angeli, e anice stellato, accompagnati da due tipi di pepe, è *Angelica Florae*, l'ultimo arrivato per *Roos & Roos* (3. [omnialuxurytrade.com](http://omnialuxurytrade.com)). Una fragranza misteriosa con noce moscata, sandalo e chiodi di garofano. È *Serendipity* di Tobba (4. [tobbaparfums.com](http://tobbaparfums.com)).



1

2

3

4

## I DIVULGATORI OLFATTIVI

Tra gli stand profumati della Stazione Leopolda abbiamo incontrato Alessandro Malandrucolo, su Instagram @Alexperfume.official, il critico di fragranze tra i più influenti in Italia con 536k follower. E poi Matilda Morri, alias @sssinstiner\_, una delle più quotate perfumers influencer su TikTok dove ha 702k seguaci. «Non esistono soltanto i balletti, i nuovi media possono essere un'occasione per divulgare conoscenza come quella nell'ambito delle fragranze di nicchia», ha detto la Morri, protagonista del dibattito "Nuovo lessico olfattivo".