



Qual è il profumo della sottrazione? Finita l'epoca di piramidi complesse e materie prime estreme, si afferma un'inedita purezza olfattiva. Dove prevale il benessere della semplicità.

Di Mariangela Rossi

IL SOFFIO DELL'ACQUA

C

è qualcosa di nuovo nell'aria e si chiama lusso della semplicità e attenzione ai beni benessere. Le distinzioni di genere sono annullate per un mondo più fluido, la priorità è l'espressione reale e onesta di sé. Così nell'haute parfumerie le formule sono spesso naturali, il packaging assume un'identità più neutra, l'opulenza eccessiva viene bandita. «Dopo anni di fragranze caratterizzate da piramidi olfattive complesse e ricche di materie prime provenienti da

luoghi estremi, oggi si tende a realizzare composizioni minimaliste, sostenibili, in grado di esaltare anche un singolo ingrediente. Di solito la sottrazione degli elementi è piuttosto complicata, ma è una bella sfida», spiega Luca Maffei, tra i creatori italiani più attivi e premiati.

La regola del "less is more" viene applicata anche nella profumeria, che trasforma articolati esercizi di stile per blend che vanno dritti al cuore, in cui la voce è lasciata agli ingredienti. Leggeri, delicati, di qualità superiore, non invadenti, sono i protagonisti dei jus dell'estate 2023. «Imperano le note agrumate o marine e acquatiche, ma tra quelle più innovative e versatili mi piacciono il riso e i cereali come il malto e la crusca, che si accompagnano bene ai muschi bianchi, e anche le spezie, tra cui il ginger e il pepe di Timur», continua Maffei. Proprio lo zenzero, insieme al pepe nero, alla rosa, all'angelica e al ginepro danza con armonia nelle fragranze di Brunello Cucinelli, appena lanciate nelle versioni *Pour Femme* e *Pour Homme*: realizzate rispettivamente da Daphné Bugey e da Olivier Cresp, insieme a EuroItalia, interpretano il connubio di moderna artigianalità e di valori umani che contraddistingue l'azienda di Solomeo. «Anni fa, quando scomparve un caro amico che produceva essenze aromatiche, un'anima bella, sognai che un giorno gli avrei dedicato un prodotto. Oggi rendo reale quel sogno. Mi piace pensare che un profumo, moderatamente utilizzato, sia come una carezza, che insieme alla fiducia dona una visione a colori del mondo», racconta Brunello. Fa sognare anche l'accordo di muschi bianchi con la nota di vapore di riso, dal sentore mandorlato, di *L'Eau Papier* di Diptyque. Una eau de toilette (con una concentrazione di essenza intorno all'8-12 per cento, mentre quella di una eau de parfum varia

tra il 15 e il 20 per cento) creata da Fabrice Pellegrin, con un effetto seconda pelle ispirata alla leggerezza della carta, coerente con l'immagine visiva: un'opera astratta, in bianco e nero, di Alix Waline, con l'inchiostrazione dei tratti che richiama l'estratto di seme torrefatto. Un gesto semplice, in cui naso e mano si incontrano, al servizio dell'immaginazione.

Come dovrebbe fare un bel profumo, ma anche un'acqua profumata, vera protagonista della stagione più calda: grazie alla concentrazione bassa di oli essenziali, dal 3 per cento al 5 per cento, alla percentuale quasi inesistente di alcol e a quella elevata di H2O, le acque sono ideali per essere nebulizzate anche al sole, perché non fotosensibilizzanti. «Hanno accordi più lievi e freschi e si contrappongono alle edp con scie chilometriche, parte della profumeria rumorosa in voga sino a poco tempo fa», continua Maffei. Tra le nuove acque, la *Collection Les Eaux Révées* di Sisley, sei oli olfattive che evocano una natura ideale. Isabelle e Hubert d'Ornano, fondatori della maison, amavano passeggiare tra le fioriture dei loro giardini e non a caso la fragranza più nuova, *L'Eau Révée d'Hubert*, è un trionfo di sentori verdi e

decisi in cui il geranio, per gli esperti una sorta di rosa al maschile, emette un curioso soffio aromatico. «I sogni ispirano la nostra creatività e ci circondano di ricordi. Questa *Eau Révée* rende omaggio proprio a Hubert», raccontano. E se queste note ricordano una promenade in un parco, quelle firmate Chanel sono dedicate ai luoghi di Mademoiselle Gabrielle. Alcuni viaggi si concretizzano, altri si vagheggiano, si sa, come i bouquet che vivono nell'immaginario. *Paris-Paris*, di cui la novità è il formato da 50 millilitri, fa parte della collezione *Les Eaux de Chanel*: «L'intenzione di Gabrielle era trarre ispirazione dal guardaroba maschile per creare la silhouette di una donna semplice, ma elegante. È l'idea stessa di *Paris-Paris*, una fragranza floreale boschiva, che per me significa freschezza, raffinatezza, fluidità», spiega Olivier Polge, parfumeur créateur della maison. «Tutte *Les Eaux de Chanel* hanno la stessa struttura di un'acqua di colonia, con una sfaccettatura più chiara, in questo caso dovuta alla rosa damascena».

L'eau de Cologne da sempre è un trend beauty dell'estate per la composizione fresca, in cui molto ruota intorno agli agrumi, e per la concentrazione light di oli essenziali, circa il 4,6 per cento. Tra le più nuove, le cinque *Colognes Extraordinaires Jardin d'Eden* della collezione di Benamôr ispirata alle mitiche colonie che dal 1925 lo speciale fondatore del marchio realizzava a mano nel suo laboratorio di Campo Grande a Lisbona e che evocano una passeggiata nel celebre parco botanico lusitano. Le fragranze

verdi, quindi, tornano a imporsi in un'ondata di vivacità vegetale e di consistenza cristallina ed essenziale. Come nella nuova *Aqua Media Cologne Forte* della maison Francis Kurkdjian. «Profuma di felicità e cura, vitalità ed energia. Rassicura nella sua apparente semplicità e mette di buon umore. Perché la felicità si radica nell'equilibrio e nei piaceri più semplici», spiega Kurkdjian.

Concorda Ted Young-Ing, direttore creativo e fondatore di AER Profumi, maison indipendente di Berlino che crea jus botanici, leggeri, dal packaging riciclabile e riciclato, coerentemente con il loro impegno etico, e a base di ingredienti naturali e insoliti: ad esempio, il nagarmotha, un'erba che cresce sulle rive dei fiumi in India, raccolta da una cooperativa in Madhya Pradesh dopo la stagione delle piogge, che si ritrova nel No. 01 Nagarmotha.

Profumi belli e anche buoni, in ogni senso, perché sono parecchi i marchi che hanno deciso di mettere principi etici e sostenibili al primo posto, ponendo l'attenzione all'impatto del processo sull'ambiente e scegliendo imballaggi eco e ingredienti naturali provenienti da agricoltura responsabile. Come The Merchant of

Venice, che oggi ha ampliato la linea *Accordi di Profumo*, con quattro edp nature-conscious e monotematiche, *Petitgrain Paraguay*, *Rosa Turchia*, *Vaniglia Madagascar* e *Vetiver Haiti*: condividendo l'impegno sostenibile della Fondazione Givaudan, la casa essenziera partner nella collezione, e del progetto *Sourcing4Good*, utilizza filiere produttive tracciabili e trasparenti, contribuendo al sostentamento delle comunità locali, e astucci in carta biodegradabile ottenuta dalle alghe. Si punta, poi, sui capisaldi della profumeria, sempre nell'ottica dell'esaltazione delle singole materie prime e di una nuova purezza olfattiva. Da indossare singolarmente o da combinare insieme, seguendo il concetto di *layering*, per creare, da soli, un bouquet con sfaccettature proprie. Anche questo è il nuovo lusso. ■HTS

LEGGEREZZA AER PROFUMI, aercent.com. BENAMÔR, benamor1925.com. BRUNELLO CUCINELLI, www.brunellocucinelli.com. CHANEL, www.chanel.com/it/profumi. DIPTYQUE, www.diptyqueparis.com. FRANCIS KURKDJIAN, www.franciskurdjian.com. SISLEY, www.sisley-paris.com/it-IT/fragranza. THE MERCHANT OF VENICE, www.themerchantofvenice.com.

