

Trasparenze. Da sinistra, in senso orario, Eau de Givenchy (79 €, 100 ml); Note de Yuzu, Eau de Parfum, Maison Kitsuné x Heeley (90 €, 50 ml); Sur La Route, Louis Vuitton (210 €, 100 ml); Fior di Chinotto, Abaton (110 €, 100 ml); Cologne 352, Eau de Parfum, Ex Nihilo (180 €, 50 ml).

ARIA DI VIAGGIO

Il chinotto in Riviera. Lo yuzu in Estremo Oriente. Il bergamotto in California. Le note agrumate smettono di essere un classico e guidano verso percorsi olfattivi inediti, dove i cactus fioriscono una sola volta all'anno e i limoni sono ibridi impossibili da riprodurre in laboratorio.
Di **Lucia Corna**

Come la Nike di Samotracia nell'arte o il Nabucco di Verdi nella musica, anche il mondo delle fragranze ha i suoi classici. Bouquet o note di base che appartengono a una stagione o a un determinato periodo dell'anno per questioni di affinità sensoriali, se non di funzionalità. Perché anche le combinazioni olfattive hanno uno scopo ed è così che è nata la corrispondenza tra estate e profumi agrumati. La freschezza di questi frutti, la loro capacità di energizzare le giornate più afose, ridando una carica quasi elettrizzante, li rende, da sempre, il binomio perfetto per questa stagione. Solo che, dopo un po', anche i classici annoiano. Le fragranze a base di arancia, mandarino, limone, bergamotto avevano, infatti, bisogno di un restyling che le rendesse più interessanti. E così è stato. L'estate 2018 si presenta ricca di composizioni esperdiate, innovative sia per la presenza di agrumi nuovi e mai utilizzati prima, sia per gli abbinamenti che li vedono protagonisti di remix con inaspettate materie prime.

Sulla scia della riscoperta dei drink dai sapori d'antan, torna in auge il chinotto, vero e proprio centro di gravità di una serie di fragranze che lo vedono declinato in varie percentuali, basate ciascuna su una parte diversa di questo frutto, noto agli esperti come



Le tendenze di stagione: il black lime dall'aroma fumé, la dolcezza della mano di Buddha, i cocktail di fiori, spezie e sali

Accesi. Da sinistra, in senso orario, Eau de Citron Noir, Eau de Cologne, Hermès (90 €, 100 ml); Kobe, Shooting Stars, Xerjoff (235 €, 50 ml); Alien Flora Futura, Mugler (70 €, 60 ml); Chinotto di Liguria, Blu Mediterraneo, Acqua di Parma (74 €, 75 ml).

Nonostante tutti i tentativi effettuati dai botanici, nessuno è ancora riuscito a imbrigliarne le caratteristiche – date dalla forma, ma anche dalla straordinaria dolcezza – in una specifica pianta ibrida. Il che lo rende un'eccezione rara e preziosa, che Thierry Mugler ha deciso di mettere nel cuore del suo nuovo Alien Flora Futura (70 euro, 60 ml), variazione fiorita sul tema di Alien, accompagnato da un'altra rarità: la regina della notte, un cactus che fiorisce una volta all'anno e che produce fiori che sbocciano al tramonto per appassire all'alba.

In Italia, forse, poco conosciuto, lo yuzu, piccolo agrume verde acido, ha, invece, una lunga tradizione in Giappone, dove viene utilizzato da secoli come il miglior antidoto contro la malinconia dei mesi più freddi dell'anno. Il suo aroma pungente e cristallino lo rende, infatti, il simbolo della festa per il solstizio d'inverno, rito di passaggio stagionale che i giapponesi celebrano immersi in enormi e vaporose vasche colme di acqua e di yuzu, appunto. È proprio in questa chiave controstagionale che il profumiere inglese James Heeley lo ha scelto come nota principale per Note de Yuzu (90 euro, 50 ml), prima fragranza da lui creata per il duo creativo che sta dietro a Maison Kitsuné. Il suo abbinamento con note saline e marine – proprio per ricordare il rito orientale del bagno toji – ne fanno

un'essenza pungente e positiva, dai sentori euforizzanti.

Facendo un passo ancora più in là, nel cuore della mixology profumiera più avanzata, scopriamo la nuova Eau de Givenchy (79 euro, 100 ml), riedizione della storica fragranza creata da Hubert de Givenchy nel 1980 e ispirata a Clos Fiorentina, la sua famosa villa palladiana a Saint-Jean-Cap-Ferrat, in Costa Azzurra. Per preservarne l'andamento gioioso e frizzante, il naso François Demachy ha mantenuto il cuore agrumato classico fatto di bergamotto, limone, arancia e mandarino, accostandolo, però, a sentori di mandorla amara e di muschio, che danno al jus una connotazione più verde e croccante e lo rendono adatto a gusti unisex.

Decisamente erbacea è anche la virata che, con Sur La Route (210 euro, 100 ml), il maître parfumeur Jacques Cavallier-Belletrud infonde alla collezione di fragranze maschili di Louis Vuitton. Partendo da un bouquet classico esperidato fatto di bergamotto, cedro e agrumi calabresi, Cavallier sovrappone note verdi di erba, appena tagliata, a note speziate di cardamomo e pepe rosa, chiudendo con un'essenza di balsamo del Perù. Un vero cammino olfattivo che fa di Sur La Route il profumo-simbolo del viaggio.

Un percorso sensoriale che passa, anche, per il bergamotto della California contenuto in Kobe, collezione Shooting Stars, di Xerjoff (235 euro, 50 ml) e che, infine, conduce a scoprire gli agrumi in versione legni, come quello di cedro bianco, racchiusi in Cologne 352 del brand Ex Nihilo (180 euro, 50 ml), che portano a rievocare l'aroma dei mobili della sede parigina della maison, al 352 di Rue Saint-Honoré, nel cuore del primo arrondissement.

ESSENZE D'ESTATE

Abaton, www.abatonbros.com. Acqua di Parma, www.acquadiparma.com. Ex Nihilo, www.ex-nihilo-paris.com. Heeley, www.jamesheeley.com. Hermès, www.hermes.com. Givenchy, www.givenchybeauty.com. Louis Vuitton, it.louisvuitton.com. Maison Kitsuné, shop.kitsune.fr. Mugler, it.mugler.com. Xerjoff, www.xerjoff.com.

Citrus Myrtifolia e diventato una delle eccellenze della riviera savonese. Abaton lo rende protagonista di due eau de parfum – Chinotto Dark e Chinotto Gourmand (180 euro, 100 ml) –, che sfruttano gli estratti della scorza per il pubblico maschile, e di Fior di Chinotto, la prima eau de toilette femminile che utilizza, invece, la candida infiorescenza della pianta (110 euro, 100 ml). Ne scaturisce un bouquet delicato, frutto di quattro anni di innesti, attese e lavorazioni artigianali, estremamente luminoso e solare, estivo più come una lieve brezza marina che non come una calda giornata di Ferragosto.

È, invece, una vera e propria passeggiata mattutina, sulle colline a picco sul mare, Chinotto di Liguria, l'ultima creazione della linea Blu Mediterraneo, firmata da Acqua di Parma (74 euro, 75 ml). Oltre alle note dolci e amare di questo frutto, si scoprono sentori di gelsomino e geranio, accostati al rosmarino e al cardamomo. Abbinamenti selvaggi ispirati a quelli che la natura tesse nella macchia verde e rocciosa, di cui è ricco tutto il Ponente ligure.

A fare un passo verso la scoperta di note agrumate più inedite è, anche, la maison Hermès. La nuova Eau de Citron Noir, Eau de Cologne (90 euro, 100 ml) propone un inaspettato accordo tra l'essenza di limone

nero e le note legnose e fumé. Ispirata alla celebre Eau d'Orange Verte – tuttora tra i bestseller delle colonie Hermès – ne rappresenta l'evoluzione in chiave contemporanea, firmata da Christine Nagel. «Creare questa fragranza è stato per me come un viaggio nell'universo olfattivo delle note esperidate, che mi ha portato a esplorare il ricco mondo dei limoni», racconta Nagel. «Limone caviale, limone mano di Buddha, limone eureka, limone combava... Le varietà, che mi hanno attratto per la loro originalità, sono tantissime, ma è il limone nero, così speciale e affumicato, che si è imposto su tutti». Via di mezzo tra frutto e spezia, il limone nero è, in effetti, una creatura strana. Quando lo si prende in mano, è leggero come l'aria. Quando lo si annusa, rivela un profumo unico, quasi metallico. Piccolo lime asprigno, viene bollito in acqua salata, poi fatto essiccare per settimane ai raggi dei primi soli, così acquista il suo colore bruno profondo, quasi nero, mentre l'aroma si addolcisce, diventando fumé.

Come ha sottolineato Christine Nagel, anche la mano di Buddha è una variante del limone, per la precisione un Citrus Medica a forma di polpo, che deve la sua originale morfologia a una malformazione genetica impossibile da riprodurre artificialmente.