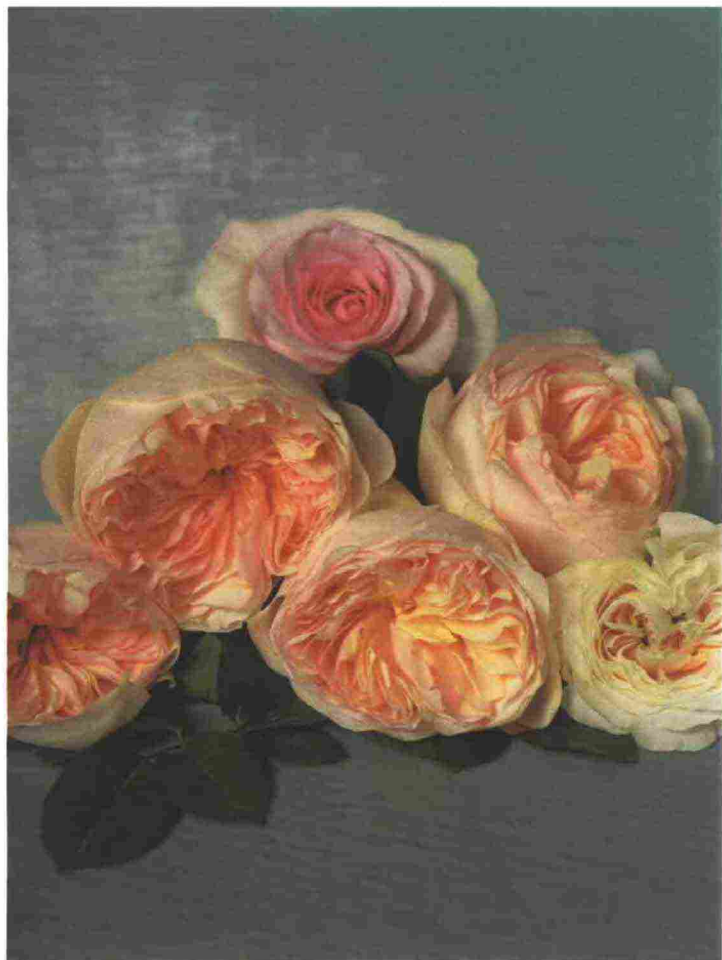


## BELLEZZA



# ESTASI FLOREALE

UN BOUQUET INTENSO, VAGAMENTE  
DECADENTE E CON UNA DOSE DI MISTERO.  
L'ULTIMA FRAGRANZA DI ALESSANDRO  
MICHELE È UN INNO ALLA FEMMINILITÀ  
di Paola M. Gariboldi

D 138

RARAMENTE UNO STILISTA è riuscito a creare intorno a sé, già al debutto, un'aurea di consensi e curiosità come Alessandro Michele. Persino Sir Elton Hercules John, 71 anni, per il suo ultimo tour (quel *Farewell Yellow Brick Road* che concluderà la sua carriera il 29 e 30 maggio 2019 a Verona) ha voluto un guardaroba Gucci disegnato da quello che considera il suo "gemello creativo" (con lui ha anche festeggiato, in una notte romana, l'ultimo compleanno). Ma non è il solo della sua generazione a essere affascinato dallo stilista romano. Il maestro profumiere Alberto Morillas non ha nascosto la sua ammirazione fin da quando, due anni fa, ha iniziato a lavorare con lui.

«È preparatissimo sulle fragranze, si vede che è una passione coltivata da tempo», ci conferma a Firenze, per la presentazione di Gucci Bloom Nettare di Fiori, in quel museo aperto nel 2011 a Palazzo della Mercanzia e completamente rinnovato lo scorso gennaio da Alessandro Michele. «È un piacere lavorare con lui», continua Morillas. «Ha gusto, talento e prende decisioni in totale autonomia e serenità». Non è così scontato, visto che si tratta di scelte dall'importante peso economico: solo due anni fa, le fragranze Gucci alimentavano un business da 600 milioni di dollari. Una coppia che sembra già molto affiatata, quella del maestro profumiere e del 46enne romano a capo dell'ultimo fenomeno che la moda ha saputo esprimere. Insieme hanno realizzato tre versioni di Gucci Bloom: quella del maggio 2017, sviluppata sull'idea di un giardino privato in città, poi, l'aprile scorso, Acqua di Fiori, eau de toilette che sviluppa sensazioni acquatiche e d'ombra, per arrivare a un profumo più intenso, un bouquet saturo con Nettare di Fiori, in uscita in questi giorni. «È il Bloom più appassionato, ricco, persino decadente per certi versi. Racconta quell'emozione di pienezza olfattiva che si prova quando, dopo avere reciso e raccolto i fiori di un giardino, li si deposita in una stanza», continua Morillas. «Ecco, è quel momento che ti avvolge di tante diverse tonalità profumate, un momento corale, in cui non distingui quasi più i singoli fiori. Sono convinto che, delle tre, sarà la versione preferita dalle donne italiane». Ma che tipo di scelte fa Alessandro Michele, quando si trova davanti a diverse proposte? «Per esempio, se un profumo è molto alla moda lo esclude: dice che non fa per lui. Se è più estremo, lo mette da parte (e dal sorriso di Morillas si intuisce che c'è qualche progetto importante in lavorazione, ndr). Diciamo che ama le fragranze che non tutti possono capire. Ed è severo su questo: vuole qualcosa di "scorretto", apprezza che ci sia un elemento misterioso, ma non troppo strano. Altrimenti diventa incomprensibile. Quando incontri un suo profumo deve essere come quando guardi un quadro: senti subito che ti piace, ma più lo guardi, più ti intriga e più lo vuoi guardare». ■

Courtesy Gucci

Codice abbonamento: 062835



In queste foto, l'attrice e modella Dakota Johnson, testimonial di Bloom Nettare di Fiori, ultimo profumo di Gucci (da 72 euro).



D 139