

GRAZIA SPECIALE

# ESPRIMI UN DESIDERIO

Le **fragranze femminili**  
vanno dritte al cuore  
e alla mente. Per regalarti  
tutte le emozioni che vuoi

di ALICE CAPIAGHI  
foto di FLORIAN SOMMET

DA PORTARE SEMPRE CON  
SÉ: IRRITUAL FRUITY  
ESSENCE È UN OLIO  
PROFUMATO IN FORMATO  
ROLL-ON CHE INFONDE  
RELAX CON NOTE  
DI PERA E RABBARBARO  
(VAGHEGGI, IN ISTITUTO).

«**N**on ci sono donne a cui non piace il profumo, ci sono solo donne che non hanno ancora trovato il loro», diceva Marilyn Monroe. I tempi sono cambiati, ma la conferma del rapporto speciale che abbiamo con le fragranze arriva da uno studio dell'Osservatorio Beauty L'Oréal Italia: su un campione che va dai 15 ai 70 anni, l'88 per cento delle italiane utilizza profumi, il 63 per cento lo considera un gesto quotidiano e **il 74 per cento qualcosa di intimo, in grado di influire positivamente sull'umore**. Come un'infusione di autostima e benessere. Perché ogni profumo racconta una storia, evoca luoghi, fa affiorare ricordi. E quando ne scegliamo uno è per esprimere chi siamo, sentirci diverse o, magari, lanciare un messaggio a chi entrerà nel nostro "spazio olfattivo". Una forma di linguaggio che va dritta al cuore e alla mente e che, soprattutto oggi, ci piace usare per le emozioni che è in grado di suscitare a livello personale.

«**L'olfatto è un senso davvero potente e ogni odore è capace di riportare a galla un'emozione già provata**, sia positiva sia negativa», dice Anna D'Errico, neuroscienziata, divulgatrice scientifica e performer di arte olfattiva ([neurosmellist.com](http://neurosmellist.com)).

«Questo meccanismo spiega perché il profumo sia un'esperienza molto soggettiva. Tuttavia ci sono delle note, come quelle "gourmand" e delle erbe aromatiche, che solitamente piacciono a tutti proprio perché evocano il buon cibo e una passeggiata nella natura». Dello stesso avviso sono le sorelle Letizia e Lara Farotti, titolari di Farotti Essenze e ideatrici dei corsi di formazione dell'Ateneo dell'Olfatto di Rimini ([ateneodel-olfatto.com](http://ateneodel-olfatto.com)): «Sul nostro sito offriamo anche la possibilità di comprare piccole quantità delle singole materie prime per creare la propria fragranza. E le note golose che hanno la dolcezza dei cibi sono tra le più richieste», osserva Lara.

D'altra parte, proprio per la loro valenza emozionale, la scelta del profumo è influenzata anche dal momento storico e da quello che succede attorno a noi.

«**In questi anni segnati dall'incertezza, si tende a cercare fragranze più intime che rassicurino e ci facciano sentire protette**: scie "cremose" e confortevoli, che ci riportano all'infanzia e a una comfort zone», afferma Micaela Giamberti, docente di marketing olfattivo al master Beauty e Wellness dell'Università Iulm. Niente di strano, quindi, che **i profumi non siano più "per sempre" come una volta, ma si indossino e si cambino in base allo stato d'animo**: non solo perché ci corrispondono, ma anche per rasserenarci, infondere allegria ed energia, farci sognare. Il che spiega la tendenza delle nuove fragranze a diventare portavoci di messaggi di ottimismo, libertà, naturalezza, come testimoniano anche quelle scelte da *Grazia* che troverete nelle prossime pagine.

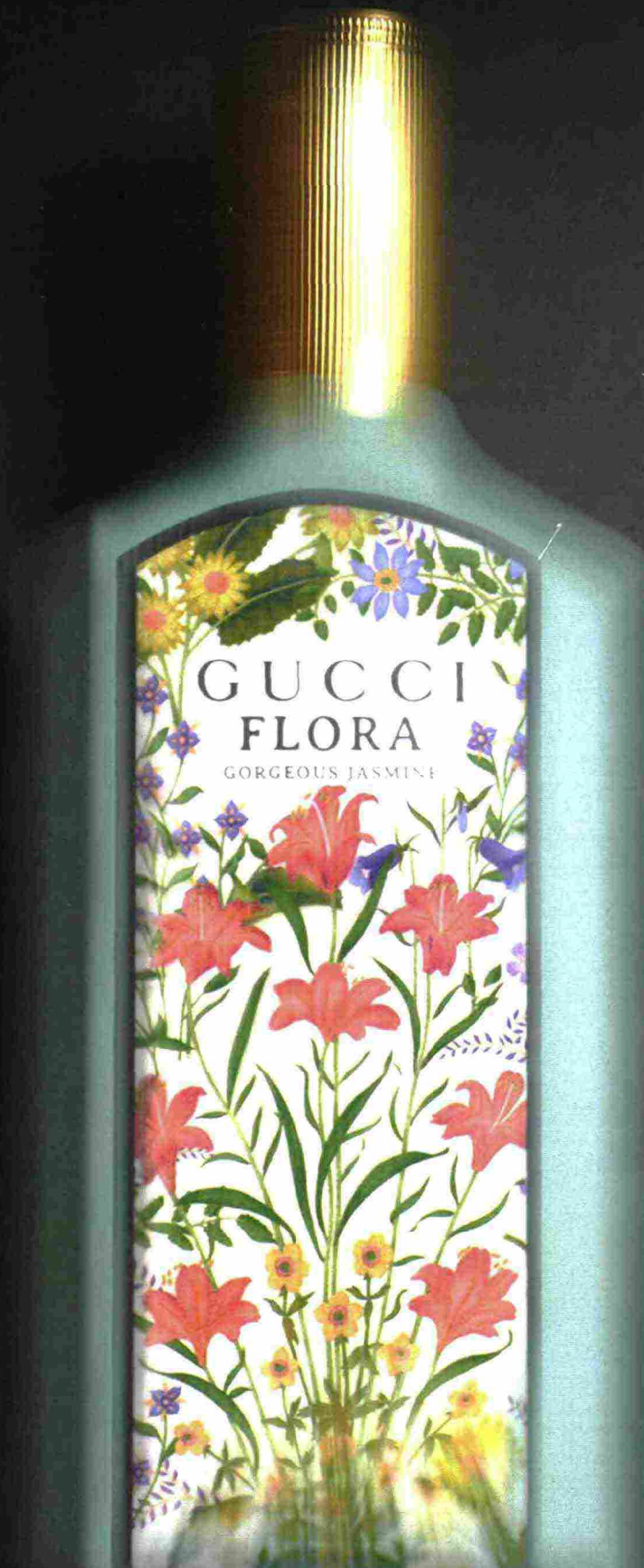
A proposito di esperienze immersive ed emozionali: **Accademia del Profumo**, con la collaborazione del Museo Nazionale del Cinema di Torino ha promosso la mostra cinematografica-olfattiva "Il profumo del Cinema", appena conclusasi nel capoluogo piemontese, dopo essere stata inaugurata a Milano lo scorso maggio, con l'idea di portarla in giro per l'Italia il prossimo anno. Tema della mostra, il potere evocativo dei due mondi capaci di proiettarci in un'altra dimensione: il cinema attraverso le immagini, i profumi con l'olfatto. E così **sei famosi film italiani sono stati tradotti in 12 fragranze da altrettanti nasi "registi"** alle prese con dei remake, in cui le note profumate sono gli attori e la composizione è la trama. Come dire, la magia del cinema è anche quella del profumo. L'importante è sentirsi sempre protagonisti. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'ESSENZA DEI SOGNI

Che profumo ha la fantasia? Per Gucci quello dolce e seducente del gelsomino, nota protagonista del nuovo *Gucci Flora Gorgeous Jasmine*. Seconda fragranza della collezione *#Flora Fantasy*, qui il fiore è colto nel suo aspetto più luminoso, enfatizzato da legno di sandalo e benzoino. Mentre l'essenza di mandarino e un accordo di magnolia infondono una sensazione di serenità. Il tutto racchiuso in un flacone turchese come la pietra-talismano, simbolo di speranza e protezione. Un invito a sognare a occhi aperti e a liberare l'immaginazione (Eau de Parfum, da 77 euro).



GRAZIA SPECIALE

## IN ARMONIA CON LA NATURA

Creato nel 1999, è il profumo femminile di maggior successo della maison Dior, con cinque reinterpretazioni dalla sua nascita.

E l'ultima, *J'adore Parfum d'Eau* è una vera rivoluzione nel campo della profumeria: una fragranza con la persistenza di un'eau de parfum, ma formulata solo con fiori e acqua, senza alcol né solventi chimici grazie a un processo inedito brevettato. Il risultato è una nuvola intrisa di naturalità in cui le note floreali e fresche della magnolia stellata giapponese, del gelsomino, della rosa e del caprifoglio si fondono con la pelle in una simbiosi immediata che assomiglia a una carezza. Come carezzevole e prezioso è il flacone in un inedito look bianco latte (da 74,42 euro).



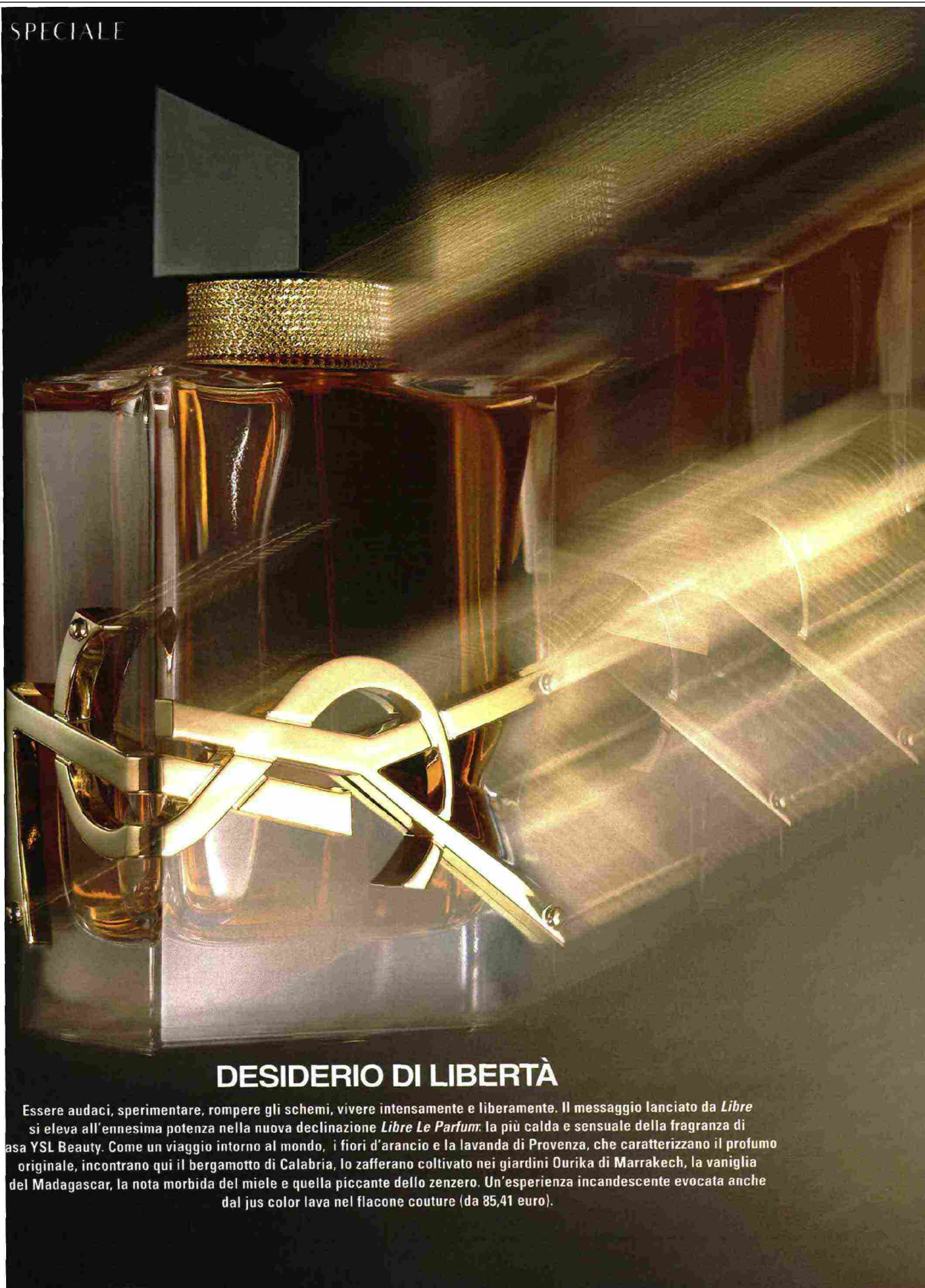


## VOGLIA DI TENEREZZA

Dedicato agli spiriti ribelli con la passione per l'eleganza, *Coco Mademoiselle* è stato declinato da Chanel anche in una versione più intima e privata da vivere al calare della sera nella propria camera da letto. Morbida come un cuscino di piume, *L'Eau Privée* inaugura un nuovo rituale profumato all'insegna della tenerezza per favorire il benessere e il relax. Le note distintive della fragranza originale sono state quindi stemperate per meglio adattarsi all'utilizzo notturno, ma la freschezza degli agrumi, la sensualità del patchouli e la dolcezza di gelsomino e petali di rosa restano intatte (125 euro).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SPECIALE



## DESIDERIO DI LIBERTÀ

Essere audaci, sperimentare, rompere gli schemi, vivere intensamente e liberamente. Il messaggio lanciato da *Libre* si eleva all'ennesima potenza nella nuova declinazione *Libre Le Parfum*: la più calda e sensuale della fragranza di casa YSL Beauty. Come un viaggio intorno al mondo, i fiori d'arancio e la lavanda di Provenza, che caratterizzano il profumo originale, incontrano qui il bergamotto di Calabria, lo zafferano coltivato nei giardini Ourika di Marrakech, la vaniglia del Madagascar, la nota morbida del miele e quella piccante dello zenzero. Un'esperienza incandescente evocata anche dal jus color lava nel flacone couture (da 85,41 euro).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

062835





## ARIA DI FESTA

Immaginate un party sulla spiaggia in stile Versace: l'allegria e il glamour che si respirano sono gli "ingredienti" chiave della nuova eau de parfum *Dylan Purple*. Nel flacone-anfora dalle forme sinuose, le note fresche di bergamotto, arancia amara e pera fanno pensare a sorbetti e granite made in Italy. Mentre una sensuale fresia porpora, esaltata da note di sintesi, evoca la luce ipnotica del tramonto in riva al mare. E il calore della sabbia si traduce in sentori vibranti

RO TRUOCOLO

062835