



Acca Kappa Hibiscus

- MARCHIO
Acca Kappa
- FAMIGLIA OLFATTIVA
Non citato
- ESSENZIERE
Non citato
- DESIGN
Non citato
- ART COMMUNICATION
Non citato
- AZIENDA DISTRIBUTTRICE
H. Krull & C.



Acca Kappa Mimosa

- MARCHIO
Acca Kappa
- FAMIGLIA OLFATTIVA
Non citato
- ESSENZIERE
Non citato
- DESIGN
Non citato
- ART COMMUNICATION
Non citato
- AZIENDA DISTRIBUTTRICE
H. Krull & C.



Acqua di Biella

- MARCHIO
Janca
- FAMIGLIA OLFATTIVA
Fiorito - Muschiato
- ESSENZIERE
Maurizio Cerizza
- DESIGN
Non citato
- ART COMMUNICATION
Non citato
- AZIENDA DISTRIBUTTRICE
Calè Srl

Riappropriarsi delle giuste dimensioni per qualificare il prodotto. Ecco cosa ha fatto Pitti Immagine nello scegliere il Giardino di Palazzo Corsini, quale location della manifestazione Fraganze. "Quello dei profumi di nicchia è un mercato specifico che, per mantenere un certo standard, non deve superare determinate misure", conferma Raffaello Napoleone



numeri che testimoniano il successo di un settore, quello dei prodotti di nicchia, in continua crescita.

Su circa ottomila profumerie sono poche centinaia quelle che hanno nel loro portfolio nomi come Acqua di Biella, Il Profumo o Diptyque. Del resto la filosofia distributiva di base è: niente store ma pochi e scelti negozi, all'insegna appunto di grande selettività.

"Le piccole dimensioni aiutano a intraprendere grandi viaggi olfattivi. Occorre calma, tranquillità e soprattutto tempo per parlare e per far vivere la propria immaginazione", afferma Silvana Casoli creatrice delle fragranze Il Profumo. Ed è proprio questa la dimensione e l'atmosfera della manifestazione fiorentina.

UNA FIERA IN STILE PITTI

"Storia, profumi, natura: tutto è sapientemente condensato nell'atmosfera magica di Fraganze, che trova la giusta collocazione in questo giardino di Palazzo Corsini", sostiene orgoglioso Raffaello Napoleone, amministratore delegato Pitti Immagine. "Siamo partiti dal Pitti Casa dove era presente una piccola sezione legata alle fragranze. Poi alcuni espositori ci hanno chiesto di studiare qualcosa di più specifico perché quello della nicchia è un mercato in crescita". Ed ecco spiegata la genesi di una manifestazione coerente con l'immagine che Pitti ha sempre voluto offrire delle proprie esposizioni, rimarcando valori e