

la Repubblica delle Donne

IL RITORNO DI
FRANCIS COPPOLA
GRANDI SET
DAL MONDO
TENDENZA
MOCKUMENTARY
MOBBING
A HOLLYWOOD
IL PARRUCCHIERE
DI ALMODÓVAR

SPECIALE CINEMA

FASHIONFICTION



Sniff

IL TRIONFO DI VOCI E ARCHI

di Chandler Burr*

Quando un profumo diventa un inaudito successo economico - e porta a casa enormi quantità di denaro - genera la supposizione che si tratti di un prodotto mediocre. I consumatori tireranno fuori la parola "massa", con la quale intendono dire facile e accessibile. Gli addetti ai lavori dicono "commerciale", per significare "artisticamente meno puro della piccola fragranza di nicchia che non avete mai sentito nominare".

Il naso Calice Becker ha creato J'Adore di Dior, e poiché il profumo sta incassando soldi a palate - credo si stia avvicinando al mezzo miliardo di euro di utili - ho sentito suoi colleghi fare commenti stizzosi, che in genere si riducono a "è roba facile".

J'Adore non è roba facile. Per cominciare la Becker, metà artista metà artigiana, aveva già dimostrato la sua audacia tecnica e la sua abilità dando forma a impalpabili visioni olfattive richieste dal cliente. Questa creativa ha una gamma notevole, che spazia dal neoeclettico Tommy Girl di Hilfiger, sino al frutto radioso e contemporaneo di Beyond Paradise di Estée Lauder e al delizioso Cuir di Lancôme.

Da un punto di vista tecnico J'Adore è un trionfo, una macchina che perdura sulla pelle, propagandosi come un congegno a orologeria. Ma ciò che è davvero eccezionale è la sua fragranza. È come se la Becker abbia unito una perfetta aria operistica, una splendida voce, archi sontuosi e fiati precisi. In questo suo fastoso succo ha tarato in dosi esatte il lusso di Allure, le nitide linee di Tommy Girl, i tralci verdi di Calyx. J'Adore è fiore, e frutto, e acqua di sorgente. Attrae - senza sforzo apparente. È dolce - pur mantenendo le dovute distanze. Dimenticatevi la pubblicità con Charlize Theron. Se questo profumo è un successo lo deve al suo odore. Il successo confonde la gente. Mi trovavo a una festa, dove un profumiere si fiutava intorno.

«Per carità: J'Adore? Non ci metterei granché a fare una fragranza così». Davvero! Allora perché non lo fai?

* Critico di profumi del New York Times, www.chandlerburr.com



VINTAGE UK

Arrivano da Londra le fragranze in edizione limitata Giglio, Fior di Ciliegio e Ambra. Sono di Nougat, marchio nato negli anni 70, che ha fatto del vintage romantico il segno d'identità dei suoi deliziosi flaconi. www.nougatbodytome.com



IL VERDE DI BIELLA

È costruito con le note d'edera, di lentisco e di galbano di cui è ricco il giardino secolare della dimora biellese Ca' Luna. È la nuova essenza proposta da Acqua di Biella, casa fondata nel 1871 da Luigi Cantono. www.acquadiabella.it



EQUILIBRIO ORIENTALE

L'arte giapponese di creare composizioni floreali, l'ikebana, unita alla filosofia orientale dell'equilibrio e dell'energia sono le ispirazioni del nuovo profumo Zen di Shiseido. Creata dal naso francese Michel Almairac, la fragranza contiene componenti aromacologici a effetto rilassante, come il fiore di loto, e note rivitalizzanti come il pompelmo e la rosa blu.