

FRAGRANZE

Per i profumi Chopard sfida di sostenibilità

«I profumi rappresentano una categoria molto importante per i brand del lusso e per Chopard in particolare». Patrizio Stella, ceo di Chopard Parfums commenta così il lancio della nuova collezione Happy, nata con un duplice obiettivo: «Da un lato, estendere alle fragranze il progetto di "Viaggio verso il lusso sostenibile" iniziato nel 2013 con la gioielleria e l'alta orologeria – spiega il ceo –. Dall'altro permettere al brand di riposizionarsi in maniera innovativa nella categoria. La nuova collezione, infatti, è centrata su una filosofia che ruota intorno a eccezionalità del prodotto, naturalità, sostenibilità e glamour».



Happy. Felicia Roses, una delle due fragranze della collezione Chopard

Le due nuove fragranze, *Felicia Roses* e *Lemon Dulci*, combinano una selezione di ingredienti naturali e oli essenziali estratti responsabilmente in tutto il mondo attraverso il programma di sostenibilità *Naturals Together*, una piattaforma internazionale creata da Firmenich nel 2014. A distribuire e promuovere i nuovi profumi in Italia è *Beauty and Luxury*, specializzata nei segmenti di nicchia e selettivo. «Chopard è un bellissimo marchio esclusivo e lussuoso con un posizionamento che punta molto sul valore – commenta il suo ceo Peter Gladel –. Con lui entreremo nel mercato dell'alto di gamma e nelle profumerie migliori».

—**Marika Gervasio**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

