

BRAND EQUITY

Fragranze green

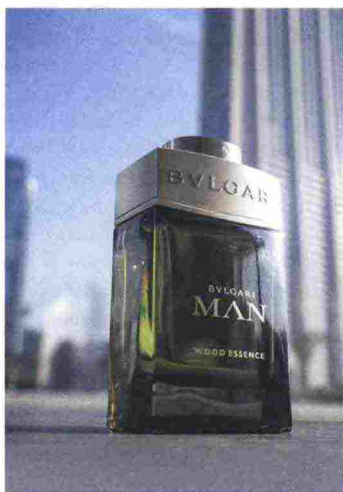
Un progetto sostenibile che opera sul territorio d'origine degli ingredienti naturali. Come il vetiver, cuore di un profumo per riconnettersi con l'ambiente.



Bulgari NATURA INDOMITA

TESTO
Silvia Perego

Risorsa vitale
Nel The Green Planet di Dubai, foresta pluviale all'interno di un edificio alto 50 metri, è stata girata la campagna di Bulgari Man Wood Essence: una simbiosi tra natura e contesto urbano.



«Quando scrivo la formula per un nuovo progetto, non penso mai a chi indosserà la mia creazione. È, invece, fondamentale l'emozione che voglio suscitare», racconta il profumiere Alberto Morillas, firma della nuova fragranza Bulgari Man Wood Essence. «In questo caso, volevo racchiudere in un'essenza la semplicità e l'energia indomabile della natura. E per farlo non ho utilizzato molti ingredienti, ho selezionato note forti di legno, un cipresso spagnolo molto aromatico, il cedro dell'Alabama e il vetiver. Ma è la qualità di ognuno che è importante. Per esempio, esistono molte varietà di vetiver, ma quello che ho scelto è tra i più preziosi, leggermente affumicato, dal sentore terroso e con un insapettato retrogusto di pompelmo. Per comprenderlo bisogna andare direttamente alla sua origine».

Coltivato dalla comunità agricola Débouchette di Haiti, questo ingrediente è parte dell'iniziativa per lo sviluppo sostenibile *Naturals Together* di Firmenich, azienda svizzera che fornisce la tavolozza di materie prime ai profumieri, circa 150 ingredienti botanici diversi provenienti da più di 40 Paesi in tutto il mondo. L'obiettivo? Riunire i migliori fornitori, collaborando con loro sul territorio per sviluppare un business che rispetti le persone che coltivano la pianta e l'ambiente in cui la pianta cresce, contribuendo alla sopravvivenza dell'ingrediente stesso. ♦