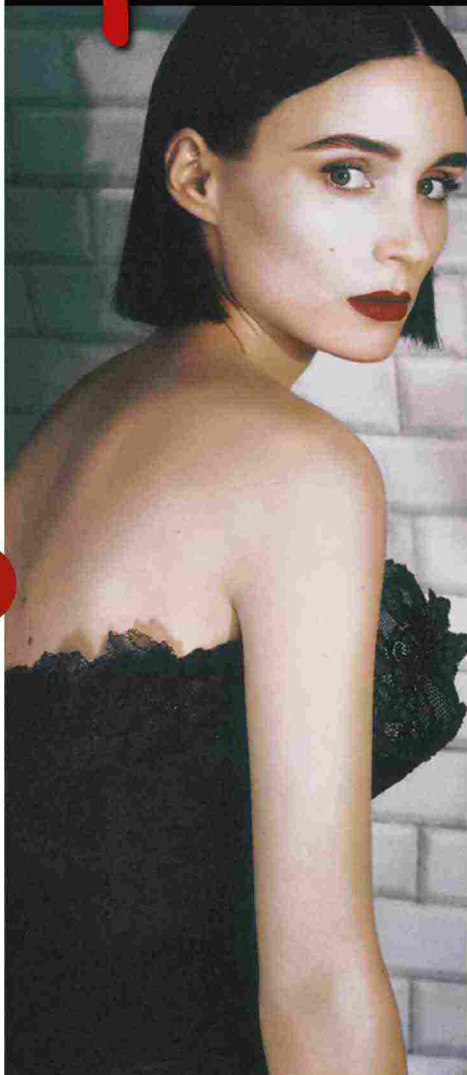


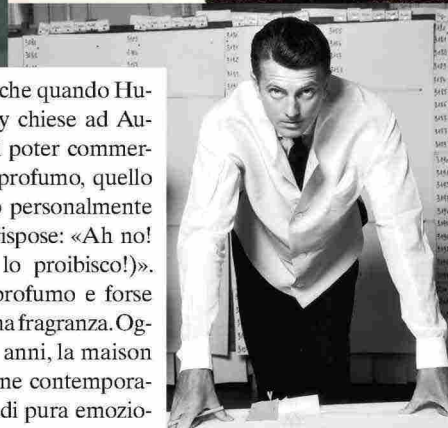
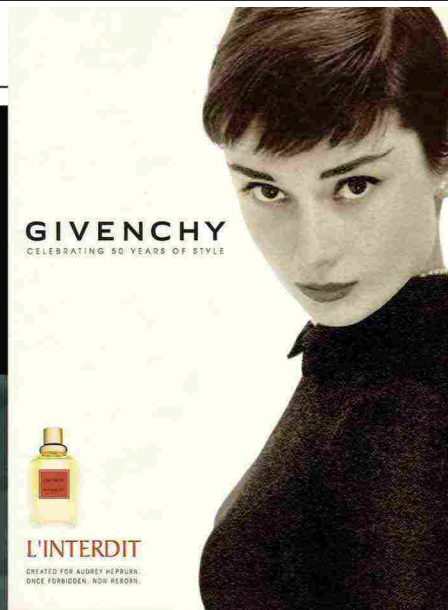
## SOLO SE proibito



Quando una fragranza diventa un classico vuol dire che ha alle spalle una bella storia. Se poi viene rivisitato e riproposto, allora entra di diritto nella leggenda

di Maria Vittoria Pozzi

La storia racconta che quando Hubert de Givenchy chiese ad Audrey Hepburn di poter commercializzare il suo profumo, quello che aveva creato personalmente per lei, l'attrice rispose: «Ah no! Je te l'interdis (ndr: te lo proibisco!)». Nacque così un grande profumo e forse uno dei più bei nomi per una fragranza. Oggi, a distanza di più di 60 anni, la maison Givenchy crea una versione contemporanea di L'Interdit, essenza di pura emozione. Un jus che invita le donne a infrangere, un po' come aveva fatto Audrey con il suo stile proprio e la sua innata eleganza, tutte le barriere e ad andare oltre regole e convenzioni. Nel segno dell'audacia. Ma come si traduce olfattivamente il brivido del proibito? Secondo i nasi Dominique Ropion, Anne Flipo e Fanny Bal, con un contrasto forte fra un mazzo di fiori bianchi freschissimi, quindi tuberosa, gelsomino e fiori d'arancio, e un accordo scuro e terroso di patchouli e vetiver. Soglio ma femminile il flacone-talismano, omaggio al suo omonimo del 1957, che esprime forza e fragilità al tempo stesso, e riconoscibilissimo grazie al logo delle 4 G e al nastro in gros-grain, ennesimo tributo alla moda di Hubert. In perfetto stile Givenchy anche l'intensa e trasgressiva Rooney Mara che, immortalata dall'obiettivo di David Sims, indossa un capo Haute Couture in contrasto con l'ambiente circostante. L'intento è non certo sostituire, ma omaggiare l'indimenticabile Audrey che, ricordiamolo, all'epoca fu la prima attrice famosa a diventare testimonial di un profumo.



Sopra. Un'immagine del giovane couturier Hubert de Givenchy, soprannominato L'Enfant Terrible de la Mode. In alto. La pubblicità nel 1957 di L'Interdit. Sotto. Il flacone attuale è un omaggio alla libertà.

