

**PROFUMI**

# Sinfonia (profumata) in **ROSSO**

Per Natale lo storico Chanel N° 5 si veste di vermiglio. Una nuance amata da madame Coco

di **Gian Carla Perego**

**N**egli anni, in svariate campagne pubblicitarie, ha vestito attrici come **C a r o l e Bouquet**, lasciata in un **tailleur**, **Nicole Kidman** sul **red carpet**, la modella **Gisele Bündchen** in versione **Haute Couture** e **Stella Warren** nei panni di un **Cappuccetto rosso** contemporaneo, diretta da **Luc Besson** nello spot del 1998, con **Milo Manara** autore dello storyboard. Ora — il rosso — veste anche «lui».

Il flacone di Chanel N° 5, il profumo icona della Maison

francese, cambia colore, abbandonando la trasparenza che l'ha caratterizzato dal 1921 ad oggi e si fa più audace. Quest'anno, in edizione limitata in occasione del Natale, l'Eau de Parfum e l'EAU si ve-

stono di vetro rosso, mentre a custodire i 55 pezzi in serie numerata del formato da collezione dell'Extrait, quello da 900 ml, è il cristallo **Baccarat** in tonalità red.

Immutato, invece, il **sillage**, un fiorito-aldeidato, rivisto nel tempo da **Jacques e Olivier Polge**. Un **jus fedele** ai desiderata di **Mademoiselle Chanel**, che nel 1921 chiese al chimico **Ernest Beaux** di realizzare un «profumo elaborato». «Nessuno olezzo di rose o mugugno», recitano gli «annali» della **Couturier** alla voce N°5 **Cultu-**

**re Chanel**. **Beaux** per la prima volta nella storia della profumeria creò una fragranza nuova, miscelando le essenze naturali di **gelsomino** e di **rosa** insieme ad **aldeidi**, sostanze sintetiche in grado di dare persistenza alla fragranza. In tutto circa 80 ingredienti, racchiusi in un flacone trasparente (concepito nel 1921 e rivisitato nel 1924), dalle linee semplici con un'etichetta minimale, in bianco e nero: un'estetica che prese ispirazio-

ne da un manifesto dadaista dell'epoca. Il packaging, con l'astuccio che sperimentava il collage, rivelò anche un **influsso cubista** nella carta lavorata a **gros-grain** profilata di nero. Ma questi non sono gli unici legami di Chanel N°5

con il mondo dell'arte. Nel tempo sono diventate famose le serigrafie ispirate alla pubblicità del profumo realizzate dal maestro della **pop art** americana **Andy Warhol** o, ancora, l'interpretazione che ne fece il pittore **Salvador Dalí**, amico di **Gabrielle Chanel**.

Non c'è da stupirsi se oggi, a quasi cent'anni dalla nascita, la **Maison** ha deciso di unire due codici/simboli dell'universo Chanel: il colore rosso con quello che nell'immaginario collettivo è il profumo per eccellenza. Perché anche il **rouge** è un simbolo di **Rue Cambon**, fra le **nuance** preferite della sua creatrice, **Mademoiselle Chanel**, amava «spruzzarlo» sui tessuti come sulle labbra. In ogni sua collezione trovava posto un **tailleur**

rosso, spesso guarnito da una fettuccia blu marine. «Mettete il rossetto rosso e attaccate», recita una sua celebre frase. La sua tonalità preferita era quella che virava al vermiglio intenso, mettendo in risalto i suoi capelli scuri. Esigente com'era, si faceva personalizzare il rossetto con una punta di blu e lo incipriava per aumentarne la tenuta. È «il colore della vita, del sangue. Adoro il rosso», soleva ripetere.

Al rosso è stata dedicata anche una collezione nel mondo del **make up**. **Lucia Pica**, **Global Creative Designer for Make up and Colour** della **Maison**, in **Le Rouge - Collection N°1** (il suo primo look creato per l'autunno 2016) ha voluto esplorare le possibilità offerte da questa tinta. «In questa collezione è presente una forma di sovversione e di classicismo, evoca il potere della femminilità, ma anche la sua vulnerabilità. Il rosso è un colore intenso, vulnerabile sensuale ed eterno». Proprio come le gocce di Chanel N°5.®

RIPRODUZIONE RISERVATA

**Celebrativo**



Due le versioni vestite di rosso: l'Eau de Parfum e l'EAU, ultima creazione di **Olivier Polge**, in edizione limitata per il Natale. Il **sillage**, un fiorito aldeidato con 80 ingredienti, resta immutato

**Simbolo**

**Mademoiselle Chanel** amava il rouge, amava «spruzzarlo» sui tessuti come sulle labbra

**Personalizzazione**

Si faceva macchiare il rossetto con una punta di blu e lo incipriava bene



Marilyn Monroe foto Chanel © Photo Ed Feingersh/ Michael Ochs Archives/ Getty Images

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 062835

**Esclusivo**

● Fulcro della Collezione Maximalisme de Chanel

è la Palette Caractère per le labbra che racchiude le tinte e le texture preferite da Lucia Pica, Chanel Global Creative Makeup & Color Designer

che accosta effetti satinati, vellutati e opachi a nuance accese e audaci.

«Ogni donna può trovare il proprio colore — afferma — dal rosso intenso al viola

deciso, fino all'arancione acceso. E per un tocco finale glamour, il rossetto

Rouge Allure Velvet che prende il nome del profumo iconico N°5, con un

packaging rosso laccato, in edizione limitata»

**Jean Paul Gaultier**

La donna che vive due volte  
E lo «scandalo» è targato Pigalle

**Irriverente**  
Scandal by Night di Jean Paul Gaultier è la versione, più audace, di Scandal



**S**pirito libero e voglia di trasgressione, persino di scandalo. Caratteristiche indispensabili per chi sceglie la nuovissima fragranza «Scandal by Night» di Jean Paul Gaultier, versione ancor più audace, irriverente, intensa, in tutti i sensi, di quella originale: Scandal.

Manco a dirlo l'ispirazione è ancora Pigalle, il celebre quartiere delle folli notte parigine, dove persino una impeccabile Ministra, protagonista della vita politica di tutti i giorni — e dello spot del profumo —, dimentica ogni regola e si diverte, lì dove il buio è complice di peccati velatamente illuminati dai neon accesi di viola: il colore della tentazione.

In una irrefrenabile atmosfera profumata di note fiorite, costruite su un accordo di tuberosa, legno di sandalo e fava tonka, accesi da una inconfondibile e sensuale nota di miele, la notte diventa eccitante. Un mix esplosivo che sottolinea il carattere irriverente della griffe che ha fatto indossare la gonna agli uomini, ha realizzato i cele-

berrimi bustini dai seni supersonici indossati della pop star Madonna, ha fatto sfilare in passerella persone ingaggiate per strada.

Insomma, stiamo parlando della maison che negli anni ha travalicato il comune senso del pudore e ha sempre ritenuto noioso tutto ciò che è politicamente corretto. Un vero scandalo. Una ventata di pura irriverenza che può travolgere ogni donna dalla doppia vita: di giorno seria, impegnata, super-professionale, di notte femmina che abbandona ogni tabù e si lascia sedurre, e seduce, con progetti eccitanti ed audaci, divertendosi un sacco.

Flacone e packaging, dell'oggetto dello Scandalo, seguono ovviamente l'imprinting del profumo: vetro rosa très chic, a forma di busto (naturalmente), con le gambe sopra al tappo, e poi l'inconfondibile lattina stavolta rivestita da un velo impalpabile di intrigante velluto...così piacevole alla vista e al tatto.

Altro scandalo.

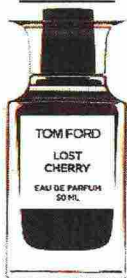
**So. Cat.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Tom Ford**

Quella ciliegia «perduta»  
tra innocenza e seduzione

**Gourmand**  
Lost Cherry eau de parfum di Tom Ford mescola ciliegia e assoluta di rosa



di **Sofia Catalano**

**U**n tocco gourmand. Entra in gioco la ciliegia, il frutto primaverile più atteso: rosso, vivace, croccante, allegro nei suoi piccoli grappoli dal sapore dolce e dall'aspetto naïf. Un punto d'incontro tra innocenza e seduzione, che definisce perfettamente Lost Cherry, l'ultima fragranza di Tom Ford, lo stilista texano, dal fascino intrigante e tenebroso, nonché regista di film acclamati come «A Single Man» (2009) interpretato da Colin Firth insieme con la splendida Julianne Moore, e «Animali Notturni» che gli è valso il David di Donatello e il Gran Premio della Giuria al Festival di Venezia nel 2017.

Dal suo immaginario eclettico nasce questo profumo dal sapore orientale e ricco di contrasti «Lussuoso. Seducente. Insaziabile. Lost Cherry è il ritratto suggestivo di un ingrediente iconico, una fragranza seducente, che rivela un cuore morbido racchiuso da

un bagliore giocoso, dolce» spiega Ford. Ciliegia, olio di mandorle amare, sciroppo di amarene, essenza assoluta di rosa, balsamo del Perù e fava tonka tostata, sono le note principali di questa esplosione robusta e orientale.

Nell'esordio si esprime la perfezione allettante dell'esotica ciliegia nera, con la sua polpa matura, la lucentezza vivace della buccia e il traboccante succo liquoroso, abbinata ad un tocco provocante di mandorle amare.

Dalle note di cuore dilagano impetuosi accordi contrastanti: dolce e aspro, luci ed ombre. Lo sciroppo di amarene evoca la macerazione dei voluttuosi frutti di ciliegia, mentre la rosa turca e il gelsomino d'arabia danno una nota profonda. Il maestoso finale prevede un mix ricco di balsamo del Perù, legno di sandalo e cedro. Una fragranza la cui eleganza si rivela già nel doppio flacone: rosso ciliegia all'esterno, di vetro rosa trasparente per una silhouette esclusiva della collezione Private Blend, ispirata alle linee architettoniche delle pedine di una scacchiera.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

