

**Usi & consumi** La scelta della fragranza rispecchia lo stile che ci identifica ma anche, dice il sociologo Enrico Finzi, lo status e il livello culturale. Un'analisi dei gusti maschili. Che non sempre piacciono alle donne

# La classe non è acqua, è profumo

ISABELLA PRISCO

**P**er decifrare la personalità di un uomo, con una sola mossa (quasi) infallibile, occorre buon fiuto. Riuscire a sentire il profumo che porta chi abbiamo di fronte è come ricevere direttamente il suo biglietto da visita. Pochi secondi e l'identikit è presto fatto. Perché, come spiega Enrico Finzi, presidente di AstraRicerche e sociologo dei consumi, «la fragranza che scegliamo riflette lo stile che ci identifica: è una rappresentazione sociale che vale quanto un paio di scarpe o un abito. Il rito di profumarsi e di deodorarsi fa parte infatti di una messa in scena,

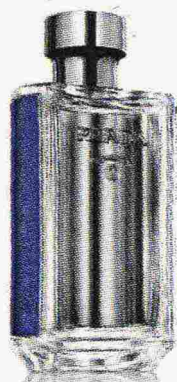
*“Profumarsi e deodorarsi, un rito che fa parte di una messa in scena che, come a teatro, ci induce ad aspettarci applausi”*

quella sociale, che come a teatro, ci induce ad aspettare sul palcoscenico gli applausi di chi ci circonda». Il profumo non solo si trasforma in abito - la bellissima Marilyn Monroe “si vestiva” con due gocce di Chanel N°5 per andare a dormire - ma allo stesso tempo è diventato un fattore culturale, «quello che si definisce un vero e proprio consumo di classe», aggiunge l'esperto, «la scelta della fragranza rispecchia sia lo status sociale sia il titolo di scolarizzazione». Se gli uomini

meno abbienti preferiscono in generale essenze più aggressive e meno durature, man mano che aumenta il valore del reddito e del titolo di studio, acquistano invece profumazioni meno intense ma più persistenti. «E pensare che una volta, i barbieri di paese inondavano la barba e i capelli appena tagliati dei clienti con unguenti dalla profumazione acuta e dozzinale per fare in modo che al bar o in piazza tutti si accorgessero della fresca rasatura. Un profumo intenso destinato però a svanire dopo poche ore», commenta Finzi. Se è vero che le donne apprezzano di più le persone sottilmente profumate e ben curate, tra unghie, baffi e barba, oggi gli uomini scelgono essenze aspre, fresche, dai toni muschiati, racchiuse in boccette semplici, dal packaging sobrio e pulito. Mentre spopolano i profumi no gender, neutri e leggeri, sono bandite le note più dolci tipiche dei profumi femminili. «C'è poi una tendenza minoritaria, che interessa circa un terzo delle vendite del compartimento maschile, ma molto interessante che riguarda i kit: cofanetti dalle due alle quattro referenze che giocano tutto sul coordinamento olfattivo», aggiunge il sociologo. Saponetta, emolliente, dopobarba sono tutti abbinati e venduti insieme. Minimo sforzo, massimo risultato. Ma cosa manca al mercato dei profumi maschili? Come suggerisce Enrico Finzi, «le confezioni portatili e le boccette senza dispenser: gli uomini, sempre più sportivi e viaggiatori, vorrebbero dimensioni più contenute e leggere. E in più, la possibilità di spalmarci due o tre gocce di profumo con le mani».

CRIPRODUZIONE RISERVATA

## Per lui



### PICCANTE

Tra le note di L'Homme Prada L'Eau spiccato l'iris e lo zenzero rosso (da 50 ml, 71 euro)



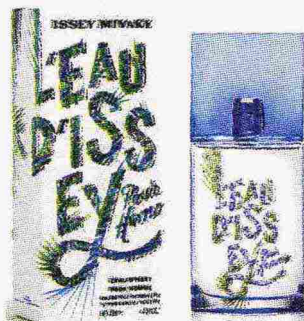
### LEGNO E AMBRA

Invictus Aqua di Paco Rabanne ha freschi toni legnosi e ambrati (da 50 ml, 69 euro)



### MARE NOSTRUM

Acqua di Neroli di Ermenegildo Zegna Parfums si ispira al Mediterraneo (100 ml, 95 euro)



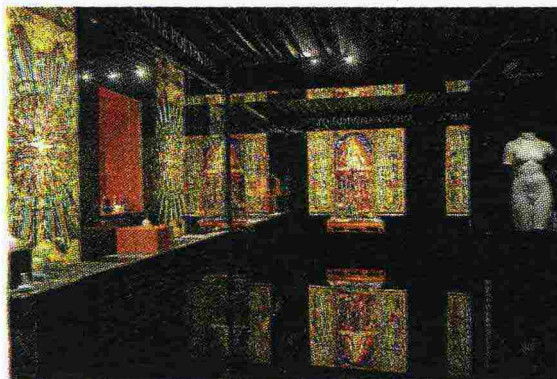
### TUTTI I FRUTTI

Alla frutta, L'Eau d'Issey pour Homme Summer Edition 2018 di Issey Miyake (125 ml, 56 euro)



### ESPLOSIVO

Un mix aromatico "fougère" per #Tank Plate for Him di Replay (da 30 ml, 20,90 euro)



### La mostra al Vittoriale D'Annunzio Vate olfattivo

Dai profumi delle stagioni e della natura raccontati in "Alcyone" alla memoria olfattiva di cui si nutre la passione amorosa in "Il piacere", per Gabriele D'Annunzio "il profumo è tutto e tutto è nel profumo". Il legame tra il Vate e il mondo delle fragranze è protagonista della mostra "D'Annunzio e l'arte del profumo. Odorarius Mirabilis", alla Fondazione Il Vittoriale degli Italiani fino al 27 gennaio 2019. Tra ampole e alambicchi, anche le nuove essenze Notturmo e Il Fuoco di Odorarius Mirabilis, create da Mavive come omaggio al poeta.

### GENTILUOMO

Sopra, l'attore inglese Aaron Taylor-Johnson, il volto della fragranza maschile Gentleman Givenchy

