

scent STORIES

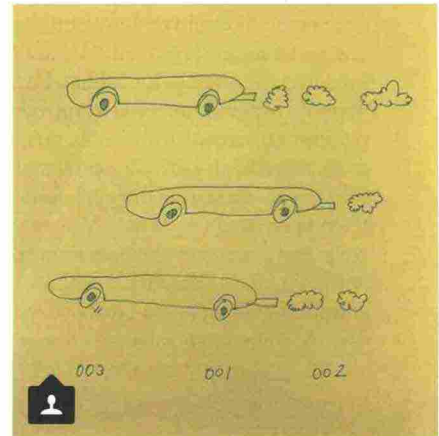
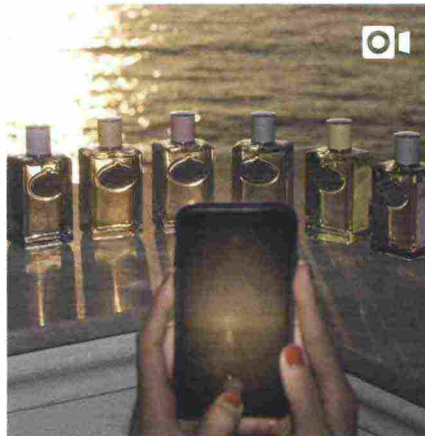
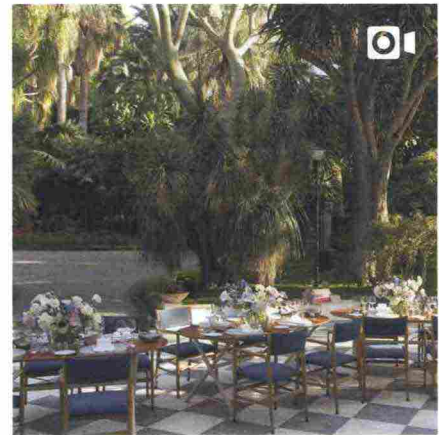
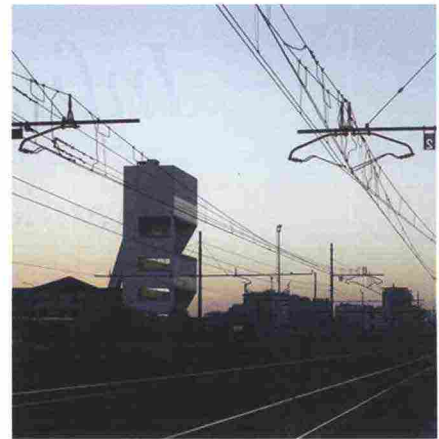
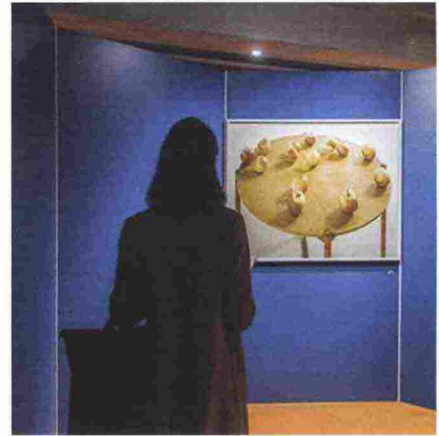
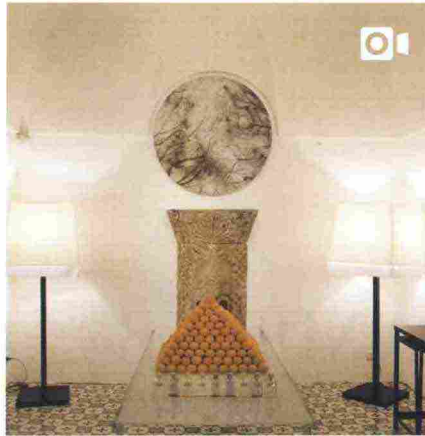
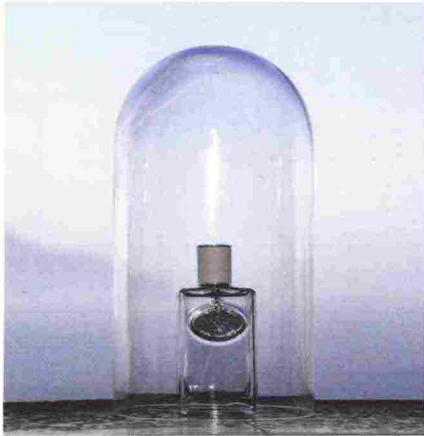
Testo
CARLA FERRON

Les Infusions de *Prada* hanno flaconi vintage, decorati dal classico logo. Alla base, un filtro ne colora il vetro e il jus. L'arancione distingue la nona edp che si aggiunge alla collezione: Mandarine.

— PROFILI OLFATTIVI

a

bbiamo partecipato alla prima LES INFUSIONS de PRADA EXPERIENCE. E, come in un INSTAGRAM USCITO DAL WEB, abbiamo scoperto l'immagine di una COLLEZIONE DI FRAGRANZE iconiche attraverso luoghi, outfit, persone e colori. Su tutti, la tonalità arancione di un MANDARINE coreografato >>>



■ Profili olfattivi

Il Naso DANIELA ANDRIER

svela la personalità

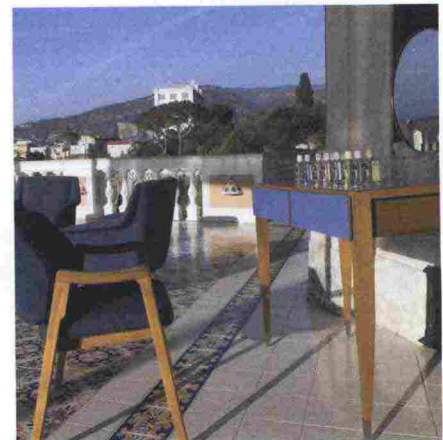
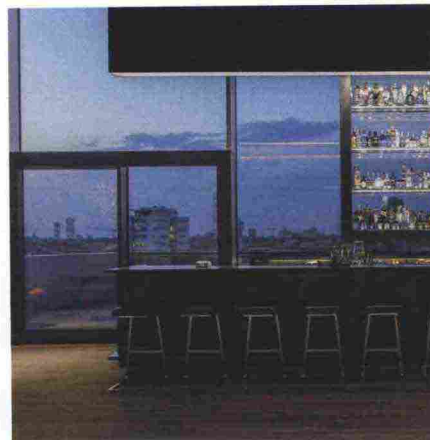
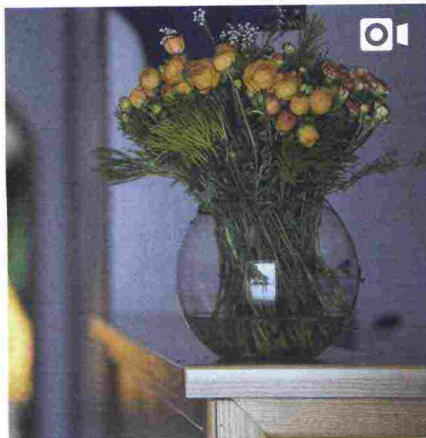
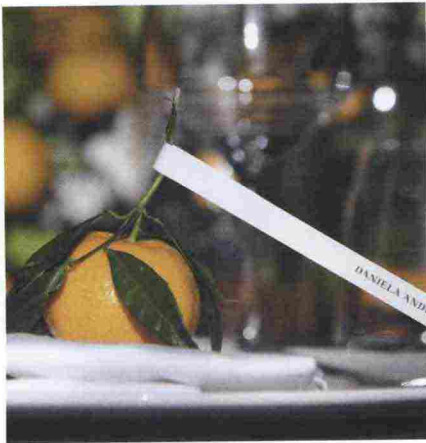
E LA PIRAMIDE DELLA SUA

Infusion N° 9 *accanto a una vera* piramide di AGRUMI

Per ogni fragranza Les Infusions de Prada il Naso Daniela Andrier ha interpretato un ingrediente naturale emblematico. Mandarine è la prima eau de parfum della collezione dedicata a un agrume (100 ml, € 125,80).

UN PROFUMO è un profumo, è un profumo. E anche di più. Prendi Les Infusion, linea di fragranze nata dalla collaborazione tra Miuccia Prada e il naso Daniela Andrier. Sono - dice la Maison - l'interpretazione dei "paradossi poetici dell'universo Prada", la rappresentazione di dualismi estremi: "tradizione moderna, istinto intellettuale, forza delicata, sensibilità razionale". Lo dice, e lo mette in scena: per il lancio di Mandarine, pezzo numero nove della collezione, la Casa ha organizzato la prima "Les Infusions de Prada Experience", presentazione itinerante a misura di giornalisti e influencer. Dal mood decisamente social: partecipare all'esperienza è stato come vivere in un Instagram uscito dal web. Prada ha costruito l'immagine del profilo del suo nuovo profumo (e dell'intera famiglia, e del proprio mondo) attraverso una gallery di luoghi, look, persone, odori, colori. Realizzando vere e proprie #ScentStories. Nella prima (#Welcome) è il Parco dei Principi di Sorrento, altrimenti noto come "il sogno di Gio Ponti", a spiegare con architetture e arredi che ne fanno un precursore dei design hotel il significato di tradizione moderna. Aperto nel 1962, l'hotel con maioliche e ciottoli smaltati vista mare ha ospitato una cena di introduzione alla collezione: su tavoli apparecchiati, nenche a dirlo, alla maniera di Gio Ponti, il menu ha evocato gli ingredienti naturali, emblematici de Les Infusions. Ricordando a tutti che il Mandarine di oggi è stato preceduto da Iris, Iris Cedre, Fleur d'Oranger, Amande, Œillet, Vetiver, Mimosa e Rose. Nella Storie numero due è un resort con limoneto (#the perfect place) ad aprire una facile via d'accesso alla terra del mandarino, primo agrume a entrare prepotentemente nella collezione Les Infusions. Quella che Andrier decanta davanti al mare è una versione del frutto «giovane, verde, af-

fiancata nelle note di testa dall'arancia amara». Prima di svelare, accanto a una vera piramide di mandarini, quasi l'intera piramide olfattiva dell'eau de parfum, fatta anche di ingredienti che «non si sentono troppo, ma sono importanti perché operano nel backstage». Evocate note di cuore come il fiore d'arancio e il neroli, il Naso sottolinea come nella sua creazione sia «il tocco caldo, un po' amaro e metallico dell'opoponax nel fondo a permettere all'agrume di mantenersi più a lungo del solito». Ciò che Andrier non rivela, seppur sollecitata da domanda diretta, è la base, quella che ritorna in tutte Les Infusions: «È il mio segreto», risponde. La semplicità è un'arte complessa. Da mettere da parte. Il mandarino vestito Prada è l'inevitabile protagonista della Storie finale (#olfactoryexperience): dalla crociera pomeridiana verso Capri fino alla cena in villa (Le Scale) ad Anacapri, sull'Infusion Mandarine cala un filtro agrumato. Fino al vero finale, in camera, dove il flacone del profumo attende di essere aperto e indossato. Perché un profumo è un profumo, è un profumo. Un profumo è una Experience. Personale.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.