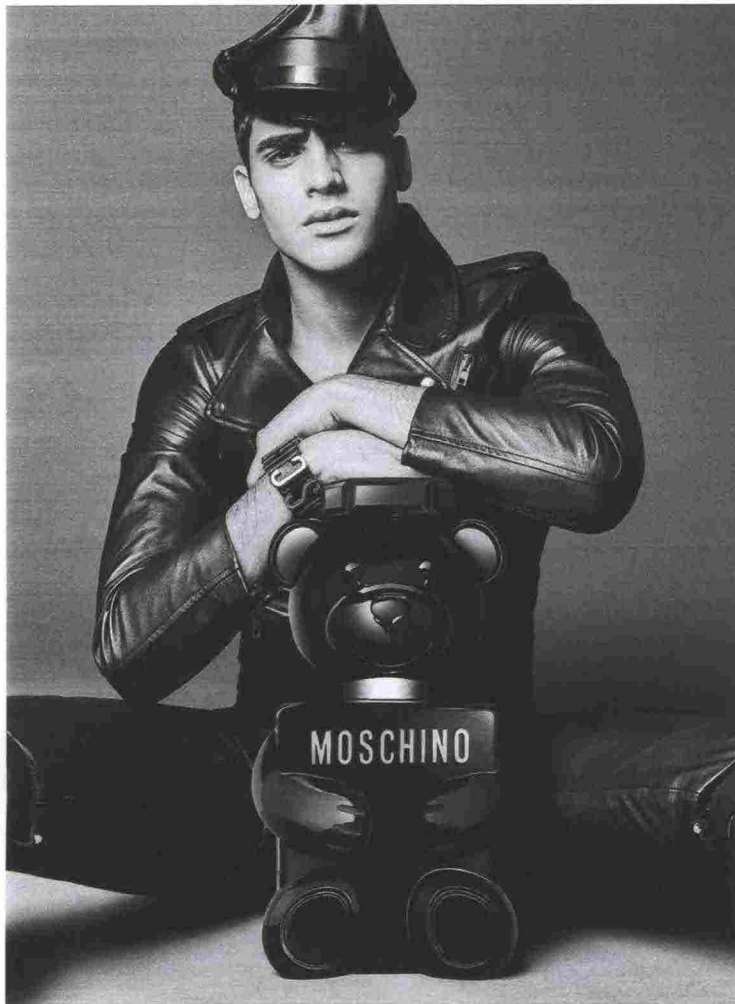


BELLEZZA

# L'ironia in latex



## LA PROVOCAZIONE (FEMMINILE) È DI MODA

L'ironia e il gioco fanno parte del Dna di casa Moschino e stanno molto a cuore all'attuale direttore creativo, Jeremy Scott, che durante la sfilata primavera/estate 2019 ha fatto sfilare la top Kendall Jenner con una bottiglia gigante di Toy 2 (versione femminile della fragranza) sotto il braccio. Ed è proprio la divertente provocazione di questo profumo, che è fresco, ma al tempo stesso lascia una scia tenace, ad averne decretato il successo. La prima versione è arrivata 4 anni fa, con il flacone nascosto in un orsetto di peluche con tanto di slogan surrealista sulla T-shirt: *This is not a Moschino toy*. Un tratto di humour che, in un contesto segnato da una forte standardizzazione, il pubblico ha mostrato di apprezzare.

sce la voglia di spezzare le convenzioni e di suscitare il sorriso. A partire dal flacone, più che semplicemente divertente, un po' beffardo con la sua forma da orsacchiotto, ma in vetro nero laccato (che anticipa il tenore del profumo). Fino al nome, Toy Boy. «Per evocare il carattere ludico ho insistito sulle associazioni inedite. Accanto a ingredienti classici come bergamotto, rosa o vetiver ho introdotto cumino e castoreum (nota di sintesi intensa, ndr), che le hanno... perversitate», afferma ridendo. «Bene, sono queste dissonanze a creare quel "difetto", secondo i termini scolastici e classici, che dà valore all'estetica finale. Alle spezie, invece, è stato affidato il ruolo di provocatrici. E i muschi hanno sì un effetto avvolgente e rassicurante, ma ho inserito un ingrediente di sintesi che imita quel buon odore di un indumento già indossato, un po' come quando annusiamo la T-shirt della persona amata. Certo, è un accento meno "patinato" ma che scuote il sex appeal». L'ironia, quindi, dov'è? «È nel rimescolare le categorie canoniche, nell'inserire in un profumo una nota che esprime quello che, tradizionalmente, ha il compito di mascherare».

**Per chi conosce il valore di una risata, ecco un profumo maschile che non si prende troppo sul serio. Ma ha già trovato la strada del successo di Silvia Manzoni**

«LA RISATA SI SCATENA dall'incongruenza, da ciò che non può essere ridotto alla norma, mentre la nostra epoca tende all'uniforme, all'omogeneo e all'adeguamento. Per ritrovare il piacere di una risata autentica, bisogna essere meno attaccati alla realtà», scrive il filosofo Andrea Tagliapietra nel suo libro, *Non ci resta che ridere* (Il Mulino). E se artisti, scrittori, persino musicisti hanno cercato di suscitare il nostro divertimento sollecitando i sensi e lo spirito attraverso immagini, parole, storie e armonie, l'esercizio si rivela ben più difficile per l'olfatto.

«Creare un'impressione di ironia con un profumo necessita di una riflessione approfondita: la sfida è ribaltare gli abituali schemi di composizione di una fragranza», spiega il maestro profumiere Yann Vasnier. «Si può dire che il lavoro è analogo a quello di un compositore musicale o di un grande chef: cercare delle dissonanze, andare in senso opposto alle regole, giocare con contrapposizioni e stupire con un effetto-sorpresa».

L'occasione di confrontarsi con questa impresa è stata la nuova fragranza maschile di Moschino, in cui tutto suggerisce

17 AGOSTO 2019