

La collezione. Look della sfilata P-E 2020 di Balenciaga. In una sala della Cité du Cinema di Parigi, l'atmosfera è stata completamente rivestita di "Brexit blue" per rendere indimenticabile la collezione

Esxence

A Milano la fragrance week che promuove gli emergenti

Marta Casadei

Sebbene sia ancora una nicchia, la profumeria artistica è un segmento che, negli anni, ha acquistato una grande importanza. Con un seguito sempre più nutrito di affezionati e alcuni big player internazionali che hanno fatto il loro ingresso nel mercato.

A livello economico, secondo una stima di Hermes Lab con il Centro ModaCult dell'Università Cattolica di Milano relativa al mercato europeo, nel 2018 il fatturato *wholesale* della profumeria artistica ha sfiorato i 700 milioni di euro, in crescita del 10,4% rispetto all'anno precedente. La stima del valore retail toccherebbe gli 1,3 miliardi di euro.

La manifestazione di rife-

ramento è Esxence: il salone, nato dall'idea di un gruppo di esperti, è insieme una vetrina per le eccellenze della profumeria e un incubatore per i nuovi talenti.

La dodicesima edizione andrà in scena a Milano dal 16 al 19 aprile 2020 in una nuova location - il MiCo, nel distretto di Citylife - con una selezione di marchi internazionali.

L'obiettivo della manifestazione, un punto di riferimento a livello mondiale, è quello di mantenere una dimensione ridotta, in linea con l'idea del profumo artistico come un prodotto di nicchia, ma ogni anno Esxence registra un incremento di espositori da tutto il mondo e cresce in termini di iniziative e sezioni.

Gli espositori, infatti, anno dopo anno aumentano in modo organico: se il termine ultimo per inviare la domanda di partecipazione all'edizione 2020 era fissato qualche giorno fa (e quindi l'assetto della manifestazione è ancora sconosciuto), all'ultima edizione, che ha visto 7.890 visitatori da tutto il mondo, hanno partecipato 221

marchi, per la maggior parte stranieri, e in oltre la metà dei casi si è trattato di marchi emergenti. Secondo gli organizzatori, l'aumento medio di partecipanti è del 12% ogni anno.

Da quest'anno Esxence è il fulcro di un evento che, di fatto, coinvolge tutta la città: la Milano fragrance week, un'esperienza multisensoriale costruita tra workshop, mostre, incontri e installazioni. Visto il successo dell'edizione 2019, che ha proposto al pubblico 25 appuntamenti, la manifestazione, che viene organizzata con il contributo di In Lombardia e Regione Lombardia, si terrà anche nel 2020.

Si ripeterà l'anno prossimo anche Experience Lab, "evoluzione" della sezione di Esxence dedicata ai marchi di cosmesi e benessere di nicchia e d'eccellenza. Un appuntamento sia B2b sia B2c, e quindi rivolto agli appassionati che non lavorano nel settore, nel quale ci saranno prodotti skincare, sun-care, oral care, make-up, grooming. E che è pensato come un trampolino di lancio per brand emergenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

