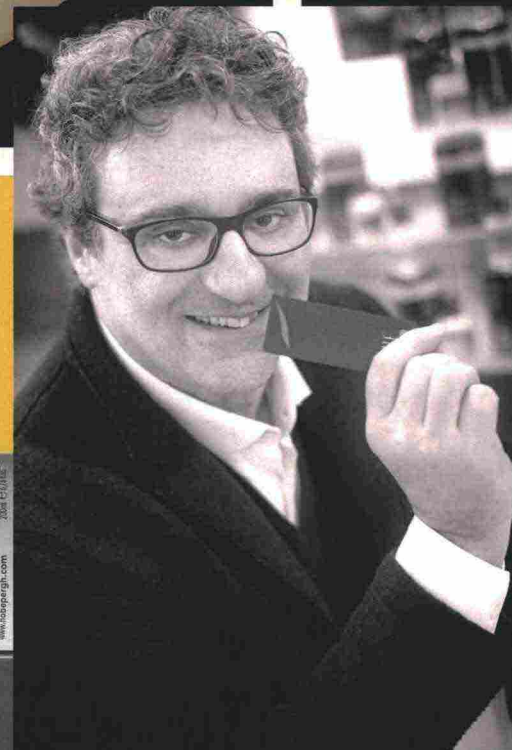
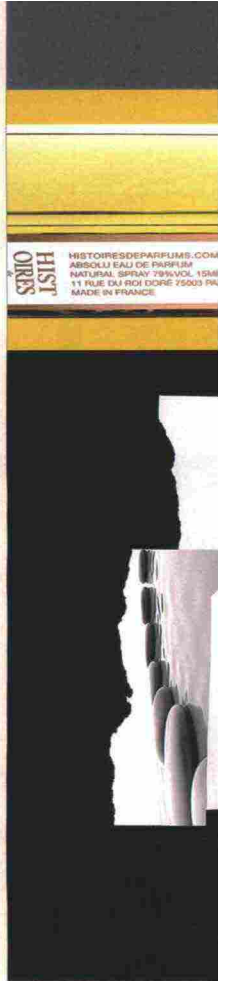
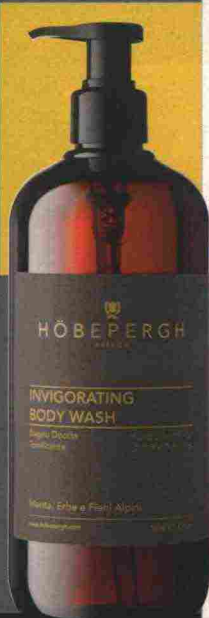


Beauty

In senso orario: il negozio parigino Nose, la fragranza 7753 Monna Lisa, Histoire de Parfums; Fragranze D'Autore Libera Menta; il negozio Creed di via delle Spighe 52 a Milano; Silvio Levi ceo di Cale; Shampoo Höberpergh, balsamo per labbra Nata, Fragranze D'Autore Tepidarium e sapone corpo Höberpergh.



Profumo di donna

SILVIO LEVI, ALLA GUIDA DI CALÈ, LEADER NELLA PROFUMERIA ARTISTICA INTERNAZIONALE, RACCONTA I SEGRETI DI UN SETTORE IN CRESCITA. E SVELA COME UN SOFISTICATO ALGORITMO SIA IN GRADO DI CREARE UN RITRATTO OLFATTIVO

DI FLORINDA CORDELLA

LA PROFUMERIA ARTISTICA gode di ottima salute e si avvicina sempre di più al mondo femminile. A dirlo è Silvio Levi, ceo di Calè Srl, che dal 1955 importa e distribuisce in Italia i migliori marchi d'autore. «Quando andavo a scuola io, nessuno usava il profumo, adesso nella classe di mia figlia, che ha dieci anni, tutti usano il profumo. Dal Dopoguerra a oggi c'è stato un consumo esponenziale. E se il livello medio di utilizzo cresce, c'è una fetta di consumatori che passa dalla proposta media all'eccellenza». L'azienda di famiglia è diventata l'eredità di un lavoro che si trasforma in passione, ricerca, sviluppo. Tra i maggiori esperti della profumeria di prestigio, Levi è fondatore e ideatore nel 2003 della kermesse fiorentina di settore «Fragranze», dal 2008 è distributore internazionale di Calè Fragranze d'Autore, marchio nato dalla sua creatività, con una gamma di profumi realizzati sotto la sua guida che rimandano a ricordi ed emozioni personali. Fragranze uniche, veri capolavori di composizione dove ricercati ingredienti naturali si fondono dando vita a creazioni distintive. Una delle ultime sorprendenti fragranze ideate dal Maestro profumiere Gérald Ghislain s'ispira alla pittura del Rinascimento. In particolare, al dipinto più celebre del mondo: *La Gioconda* di Leonardo da Vinci. Nasce così la fragranza 7753, Monna Lisa. «Enigmatico e sensuale, al tempo stesso luminoso e intenso, è il profumo di un sorriso, di uno sguardo, dell'estasi», dice Gérald Ghislain. Oppure l'affascinante Libera Mente, ispirata ai giardini giapponesi: «Il minimalismo del giardino induce a pensare all'essenziale, al senso delle cose, a fermarci per cogliere l'energia che anima tutto e il cui fluire è rappresentato dall'acqua, evocata da ogni elemento in un giardino giapponese, il karesansui», spiega Levi. Nel 2009, a Milano, Levi fonda Esxence, The Scent of Excellence (esxence.com), che

riunisce i marchi più importanti del settore, guadagnandosi la fama di manifestazione tra le più prestigiose nel settore a livello internazionale. Nel 2012 è tra i fondatori di NOSE, negozio parigino che propone un innovativo sistema di diagnostica olfattiva su iPad per un'assistenza personalizzata a clienti super esigenti. Oggi l'innovativo sistema è presente anche nella boutique di corso Magenta. Un sofisticato algoritmo e una classificazione di migliaia di profumi consente di creare un ritratto olfattivo del consumatore attraverso cinque domande e un giudizio su alcune fragranze proposte senza che ne sia svelato il nome e il marchio. Poi, alla fine, l'app suggerisce il profumo desiderato.

«Il cliente tipo a cui si rivolge la profumeria d'autore è uno che alla domanda: "Che buon profumo che hai, come si chiama?", Risponde: Non riesco a ricordare il nome!". Perché gli è costato fatica e ricerca trovarlo e non vuole rivelarlo facilmente» racconta il ceo.

Ed entrando nel merito dei numeri precisa: «La profumeria artistica a livello internazionale è sotto l'1%, in Italia rappresenta il 2,5% del fatturato beauty, che si aggira sui 10 miliardi di euro. E c'è da considerare anche che la profumeria di nicchia fino a 6 anni fa era maschile, per ben il 70% del dato complessivo, ora il target femminile si avvicina al 50%». Il brand Calè è presente a Milano con tre negozi, un corner in Rinascente e la boutique Creed in via della Spiga, l'unica profumeria con una gamma di profumi personalizzati presente nel Quadrilatero della moda e che rappresenta un'eccellenza sul panorama italiano per assortimento di marchi e servizi su misura offerti ai consumatori. «Stiamo studiando un'apertura a Roma, ma sempre con l'obiettivo di non entrare in conflitto con le realtà del settore presenti sul territorio» rivela Silvio Levi parlando del futuro. 