Italia Imballaggio

Mensile

Data 09-2020
Pagina 30/39
Foglio 1 / 9

[ACCADEMIA DEL PROFUMO]

PREMIO 2020

Accademia del PROFUMO

PROFUMO: L'INESAURIBILE EMOZIONE

Accademia del Profumo annuncia i vincitori della 31esima edizione del suo Premio, dedicato alle migliori creazioni nell'universo delle fragranze. Inseparabili dal loro contenuto odoroso, i flaconi ne sono da sempre i protagonisti iconici, accolti in fustelle dal finishing ricercato. Nelle pagine che seguono presentiamo il packaging design dei prodotti premiati, tentando di coglierne la personalità, in un caleidoscopio di suggestioni ispiratrici.

Sintesi tra saperi antichi e moderni, cultura, ispirazione e sensibilità, quella del Profumo è un un'arte di creazioni invisibili e impalpabili, che si svelano a contatto con la pelle, in un legame intimo con chi le indossa.
Alter ego e custode della fragranza è il flacone. Oggetto dal fascino ammaliante, ci invita a dischiudere il proprio contenuto e a liberare, goccia dopo goccia, il segreto di un'emozione olfattiva che, una volta sprigionata, non sarà più possibile imbrigliare...

Dal 1990, Accademia del Profumo (1) si impegna a sostenere e promuovere il mondo delle fragranze e la sua filiera, valorizzandone la cultura, i saperi e le eccellenze, e tra le numerose iniziative messe in campo, il prestigioso concorso annuale è senza dubbio la più attesa e seguita.
Anche quest'anno, nonostante gli imprevisti legati alla crisi sanitaria che hanno sconvolto la programmazione degli appuntamenti dal vivo, la cerimonia di premiazione si è svolta il 30 giugno, in un format inedito che non ha deluso le aspettative.
L'evento ha, infatti, aperto per la prima volta le porte al grande pubblico, che ha potuto seguire la cerimonia condotta da Giorgia Surina in prima visione sui canali social di Accademia del Profumo, e successivamente in podcast, nonché in televisione, in una puntata dedicata di X-Style in onda su Canale 5, mercoledì 8 luglio.

A seguire le sei categorie del concorso, con i rispettivi vincitori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

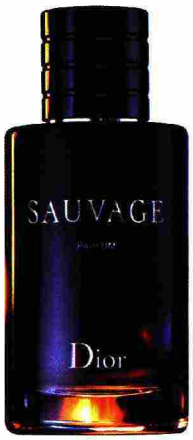
062835

Accademia del profumo

ItaliaImballaggio

Mensile

Data 09-2020
Pagina 30/39
Foglio 2 / 9



Dior Sauvage Parfum

Per questo nuovo Parfum, il flacone iconico di Sauvage sfoggia un'opacità blu notte ancora più densa, come la sua fragranza, vestendo i colori di un cielo notturno illuminato da stelle. Dalla sua base trasparente zampilla un chiarore vivace, quasi turchese, su cui è impresso il nome della maison, che manda bagliori argentati. Come un richiamo primordiale, il nome Sauvage brilla sul blu della notte più buia e profonda, con uno splendore metallico inedito che prefigura tutta l'opulenza della nuova fragranza.
A nobilitarne la mascolinità spregiudicata, l'eleganza essenziale della bottiglia cilindrica, sovrastata dal tappo "plissetato" orizzontalmente, in continuità cromatica col flacone, sulla cui sommità sono incise le iniziali di Christian Dior.

Distributore: LVMH

MIGLIOR PROFUMO

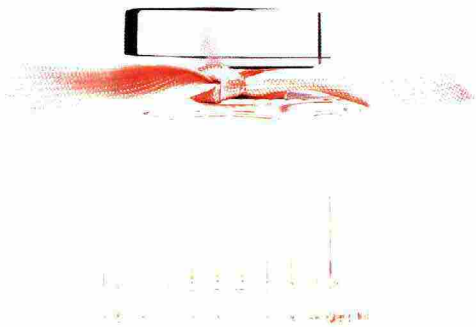
Giuria di consumatori

Ogni profumo è un patrimonio di competenze, talenti, cultura e ricerca, ma la vera magia sono le emozioni, i sogni e i ricordi che ogni fragranza sa suscitare in chi la indossa. Per questo i riconoscimenti più prestigiosi sono quelli assegnati ai profumi votati dal pubblico. A trionfare tra i consumatori sono stati **Chloé L'Eau e Dior Sauvage Parfum** proclamati, rispettivamente, miglior profumo dell'anno femminile e maschile, con oltre 130.000 voti raccolti sul minisito dedicato, sui social di Accademia del Profumo e tramite il QR code esposto in 500 profumerie italiane.

Chloè L'Eau

La linea di fragranze Chloé Eau de Parfum scrive un nuovo capitolo della sua saga, presentandosi in un design essenziale, lineare, che sprigiona a chiare lettere la femminilità di una donna radiosa, dallo spirito libero. Espressione di un'eleganza senza tempo, il flacone, con le scanalature verticali che ricordano il plissé iconico della *maison*, mantiene i tratti preziosi e intramontabili della linea: spogliato della consueta placca metallica, è alleggerito da una nota più aerea. Scrigno trasparente, lascia filtrare attraverso il vetro la radiosità di un fresco rosa corallo. Il tocco finale del nastro in gros-grain annodato a mano è il dettaglio emblematico che lo ricollega all'universo raffinato della maison.

Distributore: Coty Italia



Born in Roma Uomo Valentino

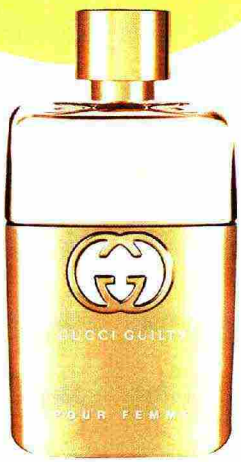
Le borchie "intagliate" nel cristallo della leggendaria e (sempre) sorprendente boccetta-gioiello di Valentino evocano a un tempo il bugnato delle facciate dei celebri palazzi della Capitale e l'estetica glamour di accessori e capi streetwear. Manifesto di un immaginario audace e anticonformista, mescola epoche diverse, innovazione e tradizione, haute couture e cultura urbana, riverenza e irriverenza. E se per Pierpaolo Piccioli, direttore creativo Valentino "le strade romane sono simbolo di pensieri liberi e stratificazione di estetica e culture", Born in Roma Uomo è dedicata alla generazione "aristopunk" che popola la città, persone che abbracciano diversità e unicità, ma orgogliose delle proprie radici. Così, il fascino underground del flacone, nella sua veste nera e fumé, dal collare borchiato e con il marchio della Maison stampato a lettere rosa sull'etichetta in simil pelle, rivendica la propria identità libera e spregiudicata.

Distributore: L'Oréal Italia Luxe

MIGLIORE COMUNICAZIONE

Giuria vip

Comunicare un profumo è complesso perché il profumo stesso è un *medium* con il più intangibile e immateriale, ma più potente, dei sensi: l'olfatto. Ma come raccontare l'emozione e la seduzione del profumo? I marchi affidano il messaggio a testimonial che sappiano interpretare l'identità e l'esclusività della marca, trasportandoci in mondi lontani o in situazioni inaspettate. I protagonisti di Born in Roma Uomo Valentino e Gucci Guilty Pour Femme vivono le loro vite in due città - Roma e Los Angeles - agli antipodi non solo geografici e raccontano due storie di inclusività e libertà, lontani da regole e costrizioni sociali.



Gucci Guilty Pour Femme

La nuova versione delle fragranze Gucci Guilty risuona, ancora una volta, come moderna dichiarazione di individualità, manifesto spregiudicato di libertà personale e senza ipocrisia.
Il design del flacone riscrive i codici visivi della sensualità: il dualismo sontuoso di vetro e metallo, distintivo della linea Guilty - che veste i colori dell'oro per la fragranza Pour Femme* - è riproposto nella silhouette sovrastata dal cilindro schiacciato del piccolo tappo pendant, dorato anch'esso, sul quale si riflette il rosa tenue del jus ambrato. Firma di magistrale eleganza, la doppia G intrecciata del logo ritaglia una finestra di luce sul fronte e sul retro dell'armatura metallica, incorniciandone il cuore trasparente.
Coerente al concept, la fustella in avorio opaco, con il logo della Maison Gucci, in color oro.

* Flacone identico per la versione maschile, dove il metallo è però color canna di fucile, in armonia con il grigio-viola della fragranza, mentre la fustella si veste di nero e argento.

Distributore: Coty Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

062835

Accademia del profumo

Italia Imballaggio

Mensile

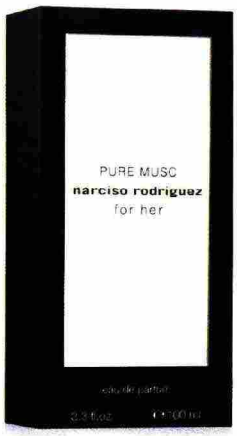
Data 09-2020
Pagina 30/39
Foglio 3 / 9

MIGLIORE CREAZIONE OLFATTIVA

***Giuria tecnica*[2]**

Chi crea profumi? Un artista, un chimico o un alchimista? Il mestiere di "naso" nasce più di 4000 anni fa, quando i profumi erano creati per compiacere gli dei. Trasformare le sostanze in emozioni olfattive richiede la conoscenza di oltre 5000 materie prime, basi chimiche e scientifiche, creatività artistica e una spiccata sensibilità. **Narciso Rodriguez For Her Pure Musc**, creato da Sonia Constant, e **Bottega Veneta Illusione For Him**, firmato da Antoine Maisondieu, sono state valutate come le migliori creazioni olfattive dell'anno, attraverso un processo di selezione interamente in blind.

Narciso Rodriguez for her PURE MUSC eau de parfum



Vera e propria sintesi di linee nette e forme pure, il flacone bianco e nero di Narciso Rodriguez for her PURE MUSC riflette la raffinata maestria e il fascino della fragranza che racchiude, vestendo il più essenziale dei contrasti, quello tra e nero e bianco: potente e misterioso il primo, simbolo di purezza il secondo. Romanticismo e razionalità, bellezza e logica, ambiguità e precisione infallibile... la dualità degli estremi è rappresentata con impareggiabile stile. Al cuore della bottiglia squadrata, di vetro opaco traslucido, il bianco latteo della laccatura interna esalta una morbida silhouette. Nel gioco di radiosa bicromia rientrano il grande tappo rettangolare di plastica nera e l'astuccio di cartoncino millerighe orizzontali, nero e ruvido, dove il nome della fragranza e del brand sono impressi in nero sullo sfondo di un riquadro bianco.

Distributore: Shiseido Group Italy

Bottega Veneta Illusione for Him

Moderno e visivamente intrigante, il packaging di Illusione si caratterizza per le linee pulite e la maestria artigianale, da sempre cifra stilistica di Bottega Veneta. Il design del flacone di forma squadrata punta sul forte impatto sensoriale. La rifrazione della luce nel vetro massiccio evoca un immediato senso di lusso, esaltando il liquido al suo interno e infondendovi luce. Il jus di questa fragranza maschile si colora di una delicata sfumatura giallo-verde, apparendo come sospeso nella materia trasparente della cavità dal profilo morbido. Quasi "specchiata" in esso, sul fondo della base spessa, una curvatura convessa richiama la forma di una goccia d'acqua. A sovrastare il flacone, il largo tappo circolare in simil bachelite, con apertura centrale ergonomica, racchiude l'applicatore spray.

Distributore: Coty Italia

Splendida Bulgari Tubereuse Mystique

La bottiglia di Tubereuse Mystique della collezione Splendida Bulgari si ispira al momento del crepuscolo, la cosiddetta "ora blu", in cui il fiore notturno inizia a offrire le sue note più voluttuose emanando un'aura afrodisiaca. Ed è un misterioso blu notte a vestire le linee iconiche del design Bulgari, che rivisitano in chiave moderna l'estetica sontuosa della romanità: il basso flacone è tagliato alla sommità da due semi-sezioni oblique che si incontrano sulla linea affilata della spalla, mettendo in risalto il lungo collo in oro. A sovrastare il tutto la "corona" del tappo. Sul fronte inclinato come quello di una stele, il nome della fragranza brilla in caratteri dorati.

Distributore: Bulgari Italia

MIGLIOR PROFUMO MADE IN ITALY

***Giuria tecnica*[2]**

Una lunga tradizione accompagna le fragranze italiane. Fu Caterina De Medici a introdurre il profumo alla corte francese grazie al suo profumiere di fiducia, Renato Bianco, e ai frati di Santa Maria Novella. E che dire delle ricerche condotte da Leonardo Da Vinci, che sperimentò le prime tecniche di estrazione della fragranze anche dalle piante e dai fiori più delicati (l'*enflorage*).
Bulgari ha dominato la categoria, ottenendo il premio sia sul versante femminile, con **Splendida Tubereuse Mystique**, che su quello maschile, con **Bulgari Man Wood Neroli**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

062835

Accademia del profumo

Lancôme Idôle

Facendo proprio un nome presente da decenni nell'universo della *maison*, Idôle incarna i valori di una nuova generazione di donne, capaci di conquistare il successo senza rinunciare alla propria femminilità. E per omaggiare il loro coraggio nel realizzare ciò che sembra impossibile, nasce uno dei flaconi più sottili al mondo: 15 mm di spessore enfatizzano una forma geometrica perfetta, da impugnare con naturalezza*. Leggero come fosse virtuale, più trasparente che mai nella sua cornice metallica, è una pagina ancora da scrivere, su cui proiettare la realtà e i sogni di ciascuna. Al centro della facciata perfettamente liscia, un'aureola circolare scolpita nel vetro disegna un cuore vibrante nel rettangolo che contiene il juice rosa, caldo e gioioso. La stessa nuance tinge i riflessi metallici del tappo minimal, dall'originale forma a "T" per facilitare l'apertura. La fustella ripropone gli elementi formali e le cromie tono su tono del flacone.

Distributore: L'Oréal Italia Luxe

* Disponibile in tre formati ricaricabili per ridurre l'impatto ambientale, il flacone può essere personalizzato con cover protettive.

MIGLIOR PACKAGING

Giuria tecnica [2]

Il primo impatto con il prodotto è sempre visivo. Non a caso la confezione è uno degli elementi che contribuiscono al successo di una fragranza. Una bella confezione deve essere in grado di attirare l'attenzione, deve distinguersi grazie alla forma, al colore, al tipo di materiale, e soprattutto deve essere in linea con la fragranza che contiene. Quest'anno, hanno conquistato la vittoria il femminile **Idôle Lancôme** e il maschile **Montblanc Explorer**.

Montblanc Explorer

Perdersi per scoprire nuovi orizzonti. È un invito al viaggio "consapevole" e sostenibile, la nuova fragranza maschile di Montblanc, forte della sapiente miscela "internazionale" di bergamotto italiano, vetiver di Haiti e patchouli indonesiano (questi ultimi frutto del programma Sourcing for Shared Value di Givaudan a sostegno dei produttori locali).

La ripresa del motivo saffiano, dalla trama "simil-graffiata", sul rivestimento che protegge il flacone di vetro spesso è la firma inequivocabile delle creazioni Montblanc dal 1926 a oggi, così come la stella lucida (evocativa dei sei ghiacciai della montagna più alta d'Europa), realizzata ad Amburgo e assemblata a mano nella Pelleteria Montblanc di Firenze. Anche la fustella riporta il motivo saffiano, giocando sui toni del grigio, e completa un insieme di raffinata eleganza.

Distributore: Beauty & Luxury

Bulgari Man Wood Neroli

Tributo alle radici italiane di Bulgari, Man Wood Neroli è ispirato alla natura selvaggia della coste della Penisola. Come un potente talismano capace di creare un legame tra gli elementi primigeni e il moderno paesaggio urbano, il packaging di questa fragranza trae forza dal metallo e dall'oro, lasciando vibrare nella trasparenza del vetro l'energia elementare del sole e della vegetazione, distillate nel jus color verde, come il nettare oleoso dell'olivo. Distintivo delle fragranze da uomo Bulgari, sovrastato dal tappo-erogatore basso e largo, il flacone si staglia in un blocco rettangolare monolitico, che evoca le geometrie austere e monumentali della Roma antica. Dalla pesantezza del vetro, riscaldato da una sfumatura ambrata, al lettering del marchio che sfoggia la "V" romana cara allo stilista, tutto rimanda a una classicheggiante immagine di forza. Lo stesso stile domina l'astuccio, vestito dalla medesima palette mediterranea verde e oro, e impreziosito da una leggera goffratura che ne incornicia i volumi.

Distributore: Bulgari Italia

062835

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Tom Ford Levander Extréme

Lavorata come mai prima d'ora per diventare qualcosa di unico, la lavanda è protagonista di Levander Extréme. Per questa fragranza audace, carismatica e straordinariamente lussuosa, l'iconico flacone della collezione Private Blend, riconoscibile per l'esclusiva silhouette architettonica ispirata a un pezzo degli scacchi, è proposto in un'edizione argentata.
Visibili tra riflessi e colpi di luce, il marchio e il nome della fragranza incisi su una placca scolpita in rilievo e della medesima tonalità argento, rendono la bottiglia ancora più elegante ed enigmatica nel suo abito metallico e monocromatico.

Distributore: Estée Lauder Companies

MIGLIOR PROFUMO ARTISTICO

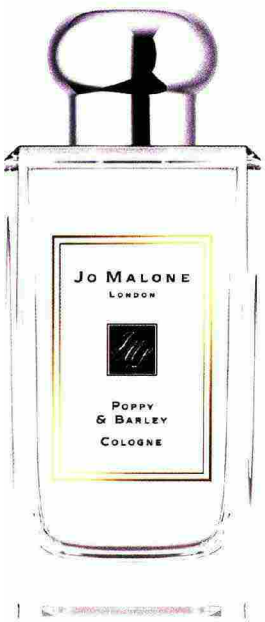
***Giuria tecnica*[2]**

Le creazioni della cosiddetta profumeria artistica attingono alla storia, sono ricche di suggestioni, si avventurano alla scoperta di ingredienti originali, spesso rari, che sanno emozionare con note uniche, talvolta rivoluzionarie. In alcuni casi la ricerca di nuove fragranze scaturisce da marchi di profumeria indipendenti, che intraprendono percorsi innovativi per dare vita a esperienze olfattive che premiano il desiderio di esclusività e unicità. Premiate tre fragranze senza distinzione di genere: Tom Ford Lavender Extreme (collezione esclusiva grande marca); Poppy&Barley Jo Malone London (marca affiliata); Arancia di Sicilia Perris Monte Carlo (marca indipendente).

Perris Monte Carlo Arancia di Sicilia

Prosegue il viaggio di Perris Monte Carlo tra le eccellenze della sua Collezione Italiana. Arancia di Sicilia è la nuova fragranza dedicata all'agrume emblematico dell'isola: la sanguinella. Sintesi olfattiva di naturalezza, dolcezza ed energia, anche questo profumo è realizzato in collaborazione con l'azienda Capua che, dal 1880, si distingue per la qualità della produzione di olii essenziali di agrumi. La classica eleganza del flacone ben si adatta alla personalità della fragranza, in equilibrio tra freschezza, atmosfere e aromi del territorio, rivisitati in chiave moderna.
La bottiglia slanciata rettangolare si colora del giallo paglierino del jus, esaltato dal tappo e dall'etichetta dorati. Il logotipo del marchio si fa leit motiv decorativo, moltiplicandosi nel pattern geometrico sul vetro e sul cartoncino bianco della fustella; la sua calda doratura in rilievo personalizza l'intera confezione.

Distributore: IPD



Jo Malone Poppy & Barley

Una colonia incarna tutti i pillar della casa profumiera londinese Jo Malone: gli ingredienti che danno corpo alla fragranza - il papavero e l'orzo - sono tra i simboli più amati della cultura inglese, nonché espressione di naturalezza e autenticità. Altrettanto iconico, e ideale a contenerla, l'elegante flacone di Poppy & Barley combina elementi di stile, in equilibrio tra moderno e classicamente british. Il parallelepipedo dalle misure armoniose è ingentilito dalla sfaccettature geometriche sugli angoli, e trova leggerezza nella cristallina trasparenza del vetro e del jus. Inscritta in una doppia cornice dorata, l'etichetta dal gusto sobrio e retrò è applicata al centro della bottiglia, di cui ricalca le proporzioni. Il tappo bombato e sfavillante, la densità del vetro alla base che esalta il profilo ricurvo dell'incavo, trasmettono un senso di lusso ricercato.

Distributore: Estée Lauder Companies

Accademia del Profumo Costituita nel 1990, è l'associazione nazionale affiliata a Cosmetica Italia a cui aderiscono le aziende cosmetiche produttrici e distribuisci, nonché gli operatori che a vario titolo sono attivi lungo tutta la filiera del profumo, dagli ingredienti, al packaging, fino alla comunicazione. Nel 2020 celebra il suo 30esimo anniversario.

[2] La Giuria Tecnica è formata dalla commissione Direttiva di Accademia del Profumo, insieme a esponenti del retail, giornalisti beauty e blogger.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
062835

Italia Imballaggio

Mensile

Data 09-2020
Pagina 30/39
Foglio 6 / 9

[ACCADEMIA DEL PROFUMO]

Perfume: the inexhaustible emotion

***Accademia del Profumo* announces the winners of the 31st edition of its Prize, dedicated to the best creations in the world of fragrances. Inseparable from their fragrant content, clad in the most refined dies, the bottles have always been the iconic protagonists. In the following pages we present the packaging design of the award-winning and candidate products, trying to capture their personality, in a kaleidoscope of inspirational suggestions.**

A synthesis of ancient and modern knowledge, culture, inspiration and sensitivity, that of Perfume is an art of invisible and impalpable creations, which reveal themselves in contact with the skin in an intimate bond with the wearer. Alter ego and guardian of the fragrance the bottle, object of bewitching charm, invites us to open its contents and, drop after drop, to render the secret of an olfactory emotion that, once released, can no longer be bridled or contained.

Since 1990, Accademia del Profumo [1] has been committed to supporting and promoting the world of fragrances and its supply chain, enhancing the culture, knowledge and excellence of the same. Among the many initiatives put in place, the prestigious annual competition is undoubtedly the most awaited and followed of them all.
Once again this year, despite the effects of the health crisis including the disruption in programming live events, the award ceremony was held on June 30, in a brand new format that lived up to expectations.
The event, in fact, opened its doors to the general public for the first time, who were able to follow the ceremony hosted by Giorgia Surina which was premiered on the social channels of Accademia del Profumo, and later on podcast, as well as on television, in a dedicated episode of X-Style aired on Channel 5, Wednesday, July 8.
Here follow the six categories of the competition, with the respective winners.

Best Perfume

Consumers' Jury
Every perfume has its legacy of skills, talents, culture and research, but the real magic lies in the emotions, dreams and memories that every fragrance can arouse in the wearer. For this reason, the most prestigious awards are those given to fragrances voted by the public. Winners in this category were ***Chloé L'Eau and Dior Sauvage Parfum****, proclaimed, respectively best men's and women's perfume of the year, with over 130,000 votes collected on the dedicated minisite, on the Accademia del Profumo social networks and through the QR code displayed in 500 Italian perfumeries.*

Dior Sauvage Parfum
For this new Parfum, the Sauvage bottle has an even denser midnight blue opacity, like its fragrance, dressing the colours of a night sky lit by stars. A lively, almost turquoise glow gushes from the transparent base, on which the name of the maison is imprinted, sending out silvery flashes. Like a primordial reminder, the name Sauvage shines on the blue of the darkest and deepest night, with a new metallic splendor that prefigures all the opulence of the new fragrance.
To ennoble the unscrupulous masculinity of the fragrance, the essential elegance of the cylindrical bottle, surmounted by the horizontally pleated cap, in chromatic continuity with the bottle, on the top of which are engraved the initials of Christian Dior.
Distributor: LVMH

Chloe L'Eau
The Chloé Eau de Parfum line of fragrances writes a new chapter in the saga, presenting itself in an essential, linear design, which releases the femininity of a radiant, free-spirited woman.
An expression of timeless elegance, the bottle, with vertical grooves reminiscent of the maison's iconic pleating, retains the precious and timeless features of the line: stripped of the usual metal plate, it is lightened by a more airy note. A transparent casket, it allows the radiance of a fresh coral pink to filter through the glass. The final touch of the hand knotted grosgrain ribbon is the emblematic detail that links it to the refined universe of the maison.
Distributor: Coty Italia

Best Communication

VIP Jury
Communicating a perfume is complex because the perfume itself is a medium with the most intangible and immaterial, but most powerful of the senses: the sense of smell. How can emotion and seduction of a perfume actually be recounted? Brands entrust their messages to testimonials who know how to embody and interpret the identity and exclusivity of the brand, transporting us to distant worlds or unexpected situations. The protagonists of ***Born in Roma Uomo Valentino*** *e* ***Gucci Guilty Pour Femme*** *live their lives in two opposite cities - Rome and Los Angeles - not only geographically and tell two stories of inclusiveness and freedom, far from social rules and constraints, embracing diversity.*

Born in Roma Valentine Man
The studs "carved" in the crystal of Valentino's legendary and (always) surprising jewel-bottle, evoke the rustication of the facades of the famous buildings of the Capital and the glamorous aesthetics of accessories and streetwear. Manifesto of a bold and unconventional imagination, it mixes different eras, innovation and tradition, haute couture and urban culture, reverence and irreverence. And if for Pierpaolo Piccioli, creative director Valentino "Roman streets are a symbol of free thoughts and stratification of aesthetics and cultures", Born in Roma Uomo is dedicated to the "aristopunk" generation that populates the city, people who embrace diversity and uniqueness, but are proud of their roots. Thus, the underground charm of the bottle, in its black and smoky dress, with its studded collar and the brand name of the Maison printed in pink letters on the leather-like label, claims its own free and unscrupulous identity.
Distributor: L'Oréal Italia Luxe

Gucci Guilty Pour Femme
The new version of Gucci Guilty fragrances resonates, once again, as a modern declaration of individuality, an unscrupulous manifesto of personal freedom and without hypocrisy.
The design of the bottle rewrites the visual codes of sensuality: the sumptuous dualism of glass and metal, the hallmark of the Guilty line - which wears the colours of gold for the Pour Femme fragrance - is re-proposed in the silhouette surmounted by the crushed cylinder of the small pendant cap, also golden, on which is reflected the soft pink of amber jus. A signature of masterly elegance, the intertwined double G of the logo cuts a window of light on the front and back of the metal armor, framing its transparent heart. Consistent with the concept, the die in matt ivory, with the Gucci Maison logo in gold.*

**identical bottle for the men's version, where the metal is gunmetal colored, in harmony with the purple-gray of the fragrance, while the die is dressed in black and silver.*
Distributor: Coty Italia

---

[1] Accademia del Profumo. Established in 1990, is the national association affiliated to Cosmetica Italia which includes the producer and distributor companies, as well as the operators in various ways active along the entire Perfume chain, from ingredients to packaging, up to communication. In 2020 it celebrates its 30th anniversary.

*[2] **The Technical Jury** is formed by the Board of Directors of the Academy of Perfume, together with representatives of retail, beauty journalists and bloggers.*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

062835

Accademia del profumo

Best Olfactory Creation

Technical Jury (2)

Who is the creator of perfume? An artist, a chemist or an alchemist? The craft of "nose" was born more than 4000 years ago, when perfumes were created to please the gods. Transforming substances into olfactory emotions requires knowledge of over 5000 raw materials, chemical and scientific bases, artistic creativity and a strong sensitivity. ***Narciso Rodriguez Pure Musc for her****, created by Sonia Constant, and* ***Bottega Veneta's Illusione for him****, signed by Antoine Maisondieu, were rated as the best olfactory creations of the year, through an all-blind selection process.*

Bottega Veneta Illusione for Him

Modern and visually intriguing, Illusione's packaging is characterized by clean lines and craftsmanship, which has always been Bottega Veneta's signature style. The square-shaped bottle design focuses on a strong sensory impact. The refraction of light in the solid glass evokes an immediate sense of luxury, enhancing the liquid inside and infusing it with light. The jus of this masculine fragrance is colored with a delicate yellow-green shade, appearing as if suspended in the transparent material of the soft-profile cavity. Almost "mirrored" in it, at the bottom of the thick base, a convex curvature recalls the shape of a drop of water. Above the bottle, the wide circular bakelite-like cap, with an ergonomic central opening, encloses the spray applicator.

Distributor: Coty Italia

Narcissus Rodriguez for her PURE MUSC eau de parfum

A true synthesis of clean lines and pure forms, the black and white bottle of Narciso Rodriguez for her PURE MUSC reflects the refined mastery and charm of the fragrance it contains, dressing the most essential of contrasts, the one between black and white: powerful and mysterious the former, symbol of purity the latter. Romanticism and rationality, beauty and logic, ambiguity and infallible precision... the duality of extremes is represented with incomparable style. At the heart of the square bottle, made of translucent opaque glass, the milky white of the internal lacquering enhances a soft silhouette. The play of radiant two-tone colors includes the large rectangular black plastic cap and the horizontal, black and rough, milleraies-striped cardboard case, where the name of the fragrance and the brand are imprinted in black on the background of a white box.

Distributor: Shiseido Group Italy

Best Perfume Made in Italy

Technical Jury (2)

A long tradition accompanies Italian fragrances. It was Caterina De Medici in 1533 who introduced the perfume to the French court thanks to her trusted perfumer, Renato Bianco, and the friars of Santa Maria Novella. The perfume was already widely used in the Italian courts of the Renaissance, also thanks to the research conducted by the great Leonardo Da Vinci. In fact, he experimented with the first techniques for extracting fragrances from plants and flowers and developed enflorage, a process that makes it possible to extract the essence from even the most delicate flowers. Bulgari dominated the category, winning the prize both women's, with ***Splendida Tubereuse Mystique****, as well as man's perfume, with* ***Bulgari Man Wood Neroli****.*

Bulgari Man Wood Neroli

A tribute to Bulgari's Italian roots, Man Wood Neroli is inspired by the wild nature of the peninsula's coastline. Like a powerful talisman capable of creating a link between the primordial elements and the modern urban landscape, the packaging of this fragrance draws strength from metal and gold, letting the elementary energy of the sun and vegetation vibrate in the transparency of glass, distilled in the green jus, like the oily nectar of the olive tree. Distinctive of Bulgari men's fragrances, overlooked by the low, wide stopper, the bottle stands out in a monolithic rectangular block, evoking the austere, monumental geometries of ancient Rome. From the heaviness of the glass, warmed by an

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
062835
Accademia del profumo

[ACCADEMIA DEL PROFUMO]

amber tinge, to the lettering of the brand that displays the Roman "V" dear to the designer, everything recalls a classical image of strength. The same style dominates the case, dressed in the same green and gold Mediterranean palette, and embellished with a slight embossing that frames the volumes.
Distributor: Bulgari Italia

Gorgeous Bulgari Tubereuse Mystique

The bottle of Tubereuse Mystique from the Splendida Bulgari collection is inspired by the moment of twilight, the so-called "blue hour", when the night flower begins to offer its most voluptuous notes emanating an aphrodisiac aura. And it is a mysterious midnight blue that dresses the iconic Bulgari design lines, which revisit the sumptuous aesthetics of Romanity in a modern key: the low bottle is cut at the top by two oblique semi-sections that meet on the sharp line of the shoulder, highlighting the long gold neck. The "crown" of the stopper dominate the whole. On the front inclined like that of a stele, the name of the fragrance shines in golden characters.
Distributor: Bulgari Italia

Best Packaging

Technical Jury (2)

The first impact with the product is always visual. It is no coincidence that the packaging is one of the elements that contribute to the success of a fragrance. A beautiful package must be able to attract attention, it must stand out thanks to its shape, color, type of material, and above all it must be in line with the fragrance it contains. Best packaging was won by women's **Idôle Lancôme** and men's **Montblanc Explorer**.

Montblanc Explorer

Losing oneself to discover new horizons. It's an invitation to "mindful" and sustainable travel, the new Montblanc men's fragrance, dominated by the masterful "international" blend of Italian bergamot, Haitian vetiver and Indonesian patchouli (the latter are the result of Givaudan's sourcing for Shared Value program in support of local producers).
The "scratched-like" saffiano pattern on the coating protecting the thick glass bottle is the unmistakable signature of Montblanc creations from 1926 to the present day, as is the shining star (evocative of the six glaciers of Europe's highest mountain), made in Hamburg and assembled by hand in the Montblanc Pelleteria in Florence. The die also shows the saffiano motif playing on shades of grey, and completes a design of refined elegance.
Distributor: Beauty & Luxury

Lancôme Idôle

With a name that has been present in the universe of the fashion house for decades, Idôle embodies the values of a new generation of women, capable of achieving success without giving up their femininity. And to pay homage to their courage in achieving what seems impossible, one of the thinnest bottles in the world was born: 1.5 mm thick, they emphasize a perfect geometric shape, to be held naturally*. Light as if it were virtual, more transparent than ever in its metal frame, it is a page yet to be written, on which to project the reality and dreams of each one. In the centre of the perfectly smooth facade, a circular halo carved into the glass draws a vibrant heart in the rectangle containing the warm, joyful pink juice. The same nuance tints the metallic reflections of the minimal cap, with its original "T" shape to facilitate opening. The die proposes the formal elements and tone on tone colours of the bottle.
Distributor: L'Oréal Italia Luxe

* Available in three refillable sizes to reduce environmental impact, the bottle can be customized with protective covers.

Best Affiliated, Independent and Big Brand Artistic Perfume

Technical Jury (2)

Like a painting, a book, or indeed any art work, perfume is an artistic expression. The creations of the so-called artistic perfumery draw on history, they are rich in suggestions, they venture in the discovery of original ingredients, often rare, that can excite with unique, precious, sometimes revolutionary notes.
In some cases the search for new fragrances springs from independent perfumery brands, which undertake innovative, or simply different paths to give life to olfactory renditions that reward the desire for exclusivity and uniqueness. At other times the desire for distinction has pushed the great international brands to create exclusive

062835

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

and refined collections for lovers of artistic perfumery, which are an unmistakable detail for those who wear them...
Three fragrances without distinction of genre have been awarded: **Tom Ford Lavender Extreme**, best exclusive big brand perfume collection; **Poppy&Barley Jo Malone London**, affiliated brand best artistic perfume; **Arancia di Sicilia Perris Monte Carlo**, best independent brand artistic perfume.

Jo Malone Poppy & Barley
A cologne that embodies all the pillars of the London perfumery Jo Malone: the ingredients that give body to the fragrance - poppy and barley - are among the most beloved symbols of English culture, as well as an expression of naturalness and authenticity. Equally iconic, and ideal to contain it, Poppy & Barley's elegant bottle combines stylish elements, balanced between modern and classically British. The harmoniously sized parallelepiped is softened by the geometric facets on the corners, and finds lightness in the crystalline transparency of the glass and the jus. Inscribed in a double golden frame, the label with its sober and retro taste is applied to the centre of the bottle, whose proportions it follows. The rounded and sparkling cap, the density of the glass at the base that enhances the curved profile of the recess, convey a sense of refined luxury.
Distributor: Estée Lauder Companies

Tom Ford Levander Extréme
Worked like never before to become something unique, lavender is the protagonist of Levander Extréme. For this bold, charismatic and extraordinarily luxurious fragrance, the iconic bottle from the Private Blend collection, recognizable for its exclusive architectural silhouette inspired by a chess piece, comes in a silver edition.
Visible among reflections and strokes of light, the brand and the name of the fragrance engraved on a sculpted relief plate in the same silver shade, make the bottle even more elegant and enigmatic in its metallic and monochromatic cladding.
Distributor: Estée Lauder Companies

Perris Monte Carlo Orange of Sicily
Perris Monte Carlo's journey continues among the excellence of its Italian Collection and Arancia di Sicilia is the new fragrance dedicated to the island's most iconic citrus fruit: sanguinella.
An olfactory synthesis of naturalness, sweetness and energy, this fragrance is also made in collaboration with the Capua company which, since 1880, has distinguished itself for the quality of its production of citrus essential oils.
The classic elegance of the bottle is well suited to the personality of the fragrance, balanced between freshness, atmosphere and aromas of the territory, revisited in a modern key.
The slender rectangular bottle is coloured with the straw yellow of the jus, enhanced by the golden cap and label. The logo of the brand becomes a decorative leitmotiv, multiplying in the geometric pattern on the glass and on the white cardboard of the die; its warm gilding in relief personalizes the whole package.
Distributor: IPD

062835

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Accademia del profumo