

Magnetismo Felino

Belve per ispirare sensualità, cavalli per evocare viaggi lontani, colombe per parlare di leggerezza: tutto tradotto in note, accordi e composizioni. E lo zoo olfattivo adesso si arricchisce di una nuova fiera. Firmata Chanel. di Valentina Debernardi

Il legame allegorico tra animali e profumi ha radici lontane: la storia dell'arte e della profumeria offrono infiniti esempi (basta citare gli oli profumati alle rose e i draghi ammansiti che accompagnavano il corteo di ancelle rinascimentali raffigurate nel *Combattimento amoroso di Polifilo in sogno*) che arrivano

fino all'attualissimo *Le Lion de Chanel*, un intreccio olfattivo tra mitologia e magia che aggiunge un nuovo capitolo alla collezione *Les Exclusifs*.

La storia inizia nel 1920, quando Gabrielle Chanel si reca a Venezia. È lì che vede il Leone di San Marco, simbolo di protezione, rinnovamento e coraggio: già suo segno zodiacale, diverrà presto anche il suo portafortuna, sigillo di un nuovo stile influenzato dall'arte bizantina. Oggi quel talismano, di cui lei stessa aveva decine di riproduzioni nella sua casa parigina di Rue Cambon 31, è stato trasformato in una fragranza firmata da Olivier Polge: un bouquet dal cuore caldo che guarda a Oriente con cisto labdano, resine dai sentori profondi e animaleschi, e un fondo vellutato di ambra e cuoio.

Gli animali, d'altronde, sono da sempre simboli e metafore di desideri: nel '36, sempre grazie a Chanel, arriva la prima immagine di un cavallo abbinato ai profumi, con l'uso di note cuoiate per esprimere viaggi avventurosi e seduzioni esotiche. Era *Cuir de Russie*. Poi, negli anni 50, è stata la volta della colomba di Nina Ricci come emblema di pace post-bellica, e anche voglia di leggerezza. È negli anni 70, invece, che la metafora della belva selvaggia, sinuosa e sensuale conquista l'immaginario femminile: arrivano

profumi ispirati a tigri (da *Tigress* di Fabergé all'odierno *Gucci The Eyes of the Tiger*), a serpenti (*Xs* di Paco Rabanne o *Hypnotic Poison* di Dior) e a pantere (*Cartier La Panthère*). «L'obiettivo dei loro compositori era evocare un certo magnetismo felino in chi li indossava. Non era tanto l'animale in sé, ma si voleva ricreare lo spirito di quell'animale e quello che suscitava», dice Marika Vecchiattini, autrice del

Manuale della Grande Profumeria Italiana patrocinato da [Accademia del Profumo](#) (Silvana Editoriale, pagg. 360). «Ecco perché nel comporli non si è ricorso a note esotiche, ma a qualcosa di conosciuto e caldo come tabacco, legni, benzoino e ambra grigia». Dettagli olfattivi che creano un link concettuale tra il nuovo *Le Lion de Chanel* e quel drago tra le ancelle nell'immagine allegorica di fine '400.



SOPRA. *Le Lion de Chanel*. Nel cuore: cuoio, vaniglia e cisto labdano, resina dalle note animali.

Fuori Dal Gregge

L'oud è ipnotico come un serpente, il cuoio è caldo e scalpitante, il brandy richiama le atmosfere della campagna inglese, con i cervi e le volpi.



PENHALIGON'S. La collezione *Portraits*, di cui *Lord George* fa parte, è un tributo allo spirito inglese tra humour e provocazione. Ogni profumo ritrae un carattere specifico e l'animale sul tappo è il suo simbolo. Sul pack le illustrazioni di Kristjana Williams.



HERMÈS. Con il suo fiasco a forma di staffa, *Galop d'Hermès* rievoca il mondo della selleria dal quale la maison ha iniziato la sua storia. Il bouquet, composto da Christine Nagel, punta a far risaltare la femminilità del cuoio accostandolo alla rosa.



GUCCI. Parte della collezione di alta profumeria *The Alchemist's Garden*, *The Voice of the Snake* è una fragranza dove l'oud si combina con il patchouli e le note di zafferano creando una miscela misteriosa e ipnotica, come appunto un serpente.

95