

# IMAGINE

**ANCHE IL  
BEAUTY  
CORRE  
VERSO GLI  
OUTLET**

**OCCHI  
PUNTATI  
SULLA  
PROFUMERIA  
ARTISTICA**

**STRATEGIE  
CORPO  
DALLA TESTA  
AI PIEDI**

PIVISTA DELLA PROFUMERIA FONDATA NEL 1975 DA TENAPPO - MENSILE - ANNO 45 - N. 4 2019 - 4,50

**n**  
natural style  
**PUPA**

parliamo di profumeria di lusso, di nicchia o se ci spingiamo in altri ambiti. Spesso assistiamo a uno shopping sfrenato di marchi della profumeria artistica da parte di colossi della cosmesi, del lusso o del fashion. Pur restando fermo il percorso creativo, si amplia la clientela potenziale e si aumenta la produzione. Il termine artistico o di nicchia ritengo debba perlomeno presupporre una distribuzione (e quindi una reperibilità) limitata, a prescindere dalla tiratura».

**6** «Tanti profumi che si spacciano per artistici... artistici non lo sono affatto. Le logiche economiche sono discriminante tra commerciale e nicchia? Assolutamente sì: nel commerciale, i budget sono destinati al marketing. Nella nicchia, i budget sono modesti e quasi totalmente indirizzati alla qualità del prodotto».

**7** «Abbiamo convinto la multinazionale che l'unico modo per sopravvivere per un marchio artistico fosse continuare a mantenersi coerente. Se si snatura, scompare come marchio o comunque si va a riposizionare in un settore diverso che non ci riguarda più». ■



## NO PREJUDICES!

SORPRENDERE, AFFASCINARE, INCURIOSIRE. REGALARE UN'ESPERIENZA SENSORIALE SENZA PREGIUDIZI, IDEALE PER CHI AMA STUPIRE SENZA RINUNCIARE ALL'ALCHIMIA DI ESSENZE UNICHE. NASCE CON QUESTO PRECISO INTENTO BOIS 1920 CANNABIS, LA NUOVA COLLEZIONE DI FRAGRANZE CHE VIVE DI UNA FRIZZANTE FUSIONE OLFATTIVA PIENA DI ORIGINALITÀ, VITALITÀ ED ENERGIA. DUE LE VERSIONI PROPOSTE, CANNABIS E CANNABIS FRUTTATA. LA PRIMA, ESPRESSIONE MASSIMA DELLE GEMME, HA NOTE DI TESTA PURISSIME E UN CUORE VOLUTTUOSO, PER UNA CREAZIONE PENETRANTE, A TRATTI SFRONTATA. LA SECONDA, SEDUCENTE, MORBIDA, INTRIGANTE, PALPITA DEI SENSORI FRUTTATI DEL MIRTILLO, ACCOMPAGNATI DA UNA SFUMATURA AMBRATA, INTRODUCENDO A UN'ESPERIENZA SENSORIALE UNICA.

## NON SOLO FRAGRANZE...

ANCHE LO SKINCARE, IN ASCOLTO A UN TREND SEMPRE PIÙ FORTE, DIVENTA 100% ECOSOSTENIBILE. COME NEL CASO DELLA NUOVA LINEA DI AGENOV, AMAZONIAN INGREDIENTS, CHE ATTNIGGE ALLA RICCHEZZA DEL POLMONE VERDE DEL MONDO PER RESTITUIRLA SOTTO FORMA DI ATTIVI NATURALI EFFICACI E INCONTAMINATI, TOCCASANA PER LA PELLE. NELLE FORMULE, UN MIX DI OLI CHE TRASPORTANO DIRETTAMENTE NEL CUORE DELLA FORESTA AMAZZONICA: L'OLIO DI ACAI, CHE SI ESTRAE DALLA POLPA DEL FRUTTO, IDRATANTE E NUTRIENTE, MA ANCHE QUELLO DI BRAZIL NUT, EMOLLIENTE E DELICATO, DI ANDIROBA, RICCO DI ACIDI GRASSI ESSENZIALI, OMEGA 3 E 6, OLTRE AL BURRO DI MURUMURU, RICAVATO DAI SEMI DELL'OMONIMA PALMA, UNO SCRIGNO DI VITAMINA A. TUTTI ATTIVI CON EFFICACIA DOCUMENTATA, PROVENIENTI DA FRUTTI E PIANTE SANE E INTEGRE, OTTENUTI CON PROCESSI ESTRATTIVI CHE NE ASSICURANO LA MASSIMA QUALITÀ. DISTRIBUITO DA NOBLE 1942.



## UNA STORIA TUTTA ITALIANA

SE C'È UN'AZIENDA CHE PIÙ DI ALTRE IN ITALIA VANTA UNA LUNGA TRADIZIONE NEL CAMPO DELLA PROFUMERIA ARTISTICA, QUELLA È SICURAMENTE PROFUMITALIA L'ARTE DEL PROFUMO. LE SUE ORIGINI AFFONDANO NELLA COLLABORAZIONE CON LA FAMIGLIA CERIZZA CHE FIN DAL 1946 HA SERVITO INTERE GENERAZIONI DI ITALIANI. UNO DEI SUOI ULTIMI PROGETTI - QUELLO CHE FORSE SI CONTRADDISTINGUE COME UNO DEI PIÙ INTIMI PER I CERIZZA - SI CHIAMA ESSE STRIKES THE NOTES E NASCE PROPRIO DALLA VOGLIA DELLA TERZA GENERAZIONE DELLA FAMIGLIA DI RACCONTARE LE PROPRIE TRADIZIONI ATTRAVERSO I PROFUMI.