



## PITTI FRAGRANZE n.22

### HIGHLIGHTS

*Una selezione di new entries e curiosità di prodotto da scoprire alla prossima edizione del salone.*

**Ajmal** - Per la prima volta al salone Ajmal, azienda leader nella produzione di Oud a livello mondiale, che ha delle linee di fragranze proprie ed è anche specializzata nella creazione di profumi incredibilmente preziosi e raffinati. Creato nel 1951 da Haji Ajmal Ali, il marchio affonda le proprie radici in consuetudini secolari, e con una filiera produttiva interamente controllata è presente in più di 60 Paesi del mondo.

**Artisan De Mano** - Un omaggio esplicito al Rinascimento, epoca di grandi maestri ma anche di trasformazione dell'immagine femminile. La donna diventa archetipo sfaccettato e quasi divino. Ispirato all'arte rinascimentale, a Firenze e ai concetti di mascolinità e femminilità, il maestro profumiere Sileno Cheloni interpreta l'identità del marchio in tre fragranze uniche.

**Balmain Paris** - Il diamond pattern è cifra dell'Anniversary Collection, omaggio ai 50 anni del brand. Ricami a zig-zag e intrecci di perle per un dna di raffinatezza sartoriale. Fiori e frutti sono gli ingredienti della Balmain Hair Signature Fragrance. Una linea che nutre e protegge i capelli distinguendosi per le fragranze delicate o audaci, che veicolano le molecole di profumo più di quelle applicate al polso.

**Blackcliff** - Da Barbados, Tomilson Bynoe crea il suo brand ispirandosi a un paesaggio sonoro naturale fatto di flora e fauna, di oceano e surf accostati alla roccia e al suolo caraibico. Le fragranze Blackcliff armonizzano note di frutta, spezie, erbe e legni in elisir voluttuosi. Ogni essenza rappresenta una percezione unica della ricchezza indomabile e della natura di Barbados.

**BLNDR** - Una linea che celebra l'arte della mixology nel pianeta fragranze. Scomponi i cocktail in elementi olfattivi numerati, catturando ricordi di luoghi, persone e occasioni. Attraverso una miscelazione originale, ricrea la complessità di ogni cocktail. Un approccio concettuale che esalta la connessione personale ridefinendo la percezione del profumo.

**Essenzialmente Laura.** Laura Bosetti Tonatto presenta le due nuove fragranze Essenzialmente Laura: *Cioè*, le cui note creano un delicato equilibrio tra freschezza e calore, e *Marcello*, dal carattere forte e deciso. Oltre a questi, i quattro nuovi profumi dedicati alla Basilica Papale di Santa Maria Maggiore in Roma e la Collezione H, la linea per l'hotellerie di lusso dall'animo ecosostenibile.

**Hunq** - Essere profumati è una questione di chimica. Ci sono tanti profumi sorprendenti al mondo e uomini diversamente sexy. Gardener, Barman, Carpenter, Lifeguard. Sono alcune delle fragranze che raccontano la filosofia di Hunq. Un brand che è emerso nel panorama olfattivo globale per la sua ricerca delle diverse sensualità emanate da uomini che lavorano.

**Kintsugi Perfumes** - Fragranze radicate nella cultura giapponese e in particolare alla filosofia kintsugi, che si propone di curare anima e corpo insieme. È un concept legato all'essenza fragile eppure infrangibile dell'umano. Processi produttivi eco-compatibili e vegani, oli essenziali naturali e d'origine responsabile danno forma a una linea unisex di fragranze sofisticate.

**KV by Kateryna Vel'menko** - Una collezione di nicchia, quella delle fragranze che Kateryna Vel'menko ha realizzato in collaborazione con profumieri talentuosi, capaci di guardare oltre i confini della creatività. Ogni composizione olfattiva esprime una storia unica, sussurrata dall'evocazione di



mondi differenti.

**La Reine Capricieuse** - Una gamma basata su principi attivi naturali. Ultra-Care Beauté è una cura che contrasta gli effetti dannosi di make-up, inquinamento e stress. Nella tenuta di famiglia al Parco Naturale dei Vosgi, Alexandre Styker ha scoperto il necessario: dal miele delle api nere dei Vosgi all'acqua di sorgente e alle piante spontanee. Pro-Age Cellulare è un nuovo rimedio anti-età per il viso. Una formula di principi attivi brevettati e oli botanici idratanti e rigeneranti.

**MarieJeanne** - A Grasse, fin da bambino, Georges Maubert vive immerso nel mondo delle fragranze. Parte della quinta generazione Robertet - azienda leader nel settore delle materie prime naturali – apprende l'arte della lavorazione dei fiori e della composizione di essenze, collaborando con nasi prestigiosi. E da Grasse arriva una linea di fragranze uniche, basate sulla selezione delle migliori risorse in natura, trasposte in forma autentica ed essenziale.

**Monom** - Permeato di mistero, l'universo Monom cattura la poesia del passato intrecciata a tecniche innovative. Indaga le profondità di ambra e vaniglia, patchouli e musk su preziosi blend in purezza, fusioni di materie e forme antiche. Essenze certificate IFRA, custodite in minuti flaconi: la boccetta in vetro nero esprime questa elegante semplicità.

**Réserve en Afrique** - Le fragranze della collezione Afrique Extraordinaire nascono da esperienze naturali uniche, legate alla diversità di paesaggi ed ecosistemi tipici del continente africano. Ogni creazione rivela l'autenticità degli ingredienti nativi, con specifici aspetti olfattivi che raccontano un clima e un territorio, attivando la profonda connessione con la natura.

**Salle Privée** - House of design di Amsterdam, nasce come luogo in cui arte, architettura, musica e design dialogano su fragranze prodotte a Grasse e oggetti design. Il profumo diventa elemento generatore di stati d'animo e spazi privati: dalla casa all'ufficio, all'intimità interiore. Packaging responsabile per fragranze da indossare anche in forma stratificata.

**Santa Eulalia** – Celebre luxury store multimarca di Barcellona, negli anni '40 lancia una fresca eau de cologne destinata a diventare un cult. Nel 2014 nasce la linea di fragranze dedicate all'anima mediterranea e cosmopolita della città di Barcellona e dintorni. Una miscela di design e savoir-faire, oggi interamente gestita da Santa Eulalia con la propria azienda di profumeria.

**Sisology** - Scattare una foto per custodire ricordi di attimi vissuti. Come il clic di un'istantanea, il brand sudcoreano cattura momenti speciali del quotidiano attraverso il profumo. Deep Down, Overflowing, On the Sofa, L'Eau Delà - e adesso Être Toi - sono già fragranze iconiche dal design total white e minimale.

**Siuno** – Dalla collaborazione con artisti e botanici all'esplorazione di materie prime eccellenti. Profumi che svelano storie in forma di miti, ingredienti naturali al 100% disciplinati da una luce interiore, per costruire profili olfattivi complessi. La novità si chiama Kalyptos: un omaggio agli alberi di eucalipto australiani che attecchiscono nel Sud Italia.

**Stéphane Humbert Lucas** – Stéphane studia pittura nel sud della Francia e si specializza nella tempera, riflettendo sulla combinazione dei pigmenti. Convinto che ogni colore sia associabile ad un profumo, scopre la sinestesia. Mescolare colori diventa strumento per realizzare fragranze uniche, sperimentando nuove combinazioni. Come un couturier dell'invisibile.

**Woha Parfums** – Lo studio Word of Holistic Architecture ricerca l'armonica fusione tra architettura e mondo delle essenze. Un profumato mezzo espressivo che evoca spazi e situazioni sulla scia di



concrete esperienze sensoriali. È la connessione di mondi diversi con un punto di partenza comune. La collezione Arquitectura Líquida si compone di 10 fragranze modellate su 10 progetti.

### **VIAGGIO AL CENTRO DEL PROFUMO**

*Presenze consolidate e prestigiosi rientri. Un percorso che spazia dalle eccellenze della profumeria artistica globale alle punte della sperimentazione olfattiva.*

**Calaj Perfume** - Creazioni olfattive memorabili, realizzate con profumieri di fama mondiale. La Silver Collection è una collezione che porta alla ribalta la tradizione unita all'artigianalità. Ogni flacone è preparato singolarmente, ogni confezione è cucita a mano. Tra le punte di diamante oggi, le fragranze Delizia Fruttata e GymRat.

**Carola fra i Trulli** – La tecnica pugliese del disegno spontaneo, il macchiato, esprime la gioiosa imperfezione naturale. La Home Fragrance Collection, con otto fragranze botaniche mediterranee, è un omaggio all'infanzia di Carola, ai ricordi olfattivi del giardino di famiglia. Scelte sostenibili ritmano "La casa incantata", la nuova Lifestyle Collection dove fragranze d'ambiente fanno da cornice a oggetti olfattivi ed esclusivi inserti tessili.

**Coreterno** - Lifestyle brand con sede a Roma e a New York, Coreterno proviene da famiglie che annoverano alchimisti, incisori, santi, ribelli e poeti. Una rilettura contemporanea di simboli, tra rock'n'roll, inflessioni pop e cultura underground, tra cornici e incisioni o dipinti dimenticati.

**Danhera Italy** - Prendendo in prestito leggende e miti antichi, la ricerca celebra elementi di un passato primordiale per nuove realtà olfattive. La Mythia Collection presenta estratti di profumo disegnati su leggende che incantano. Narrazioni di dei, uomini ed eroi, tra paesaggi incontaminati e città millenarie.

**Essenzialmente Laura di L. Bosetti Tonatto** - Sono quattro, le nuove fragranze dedicate alla Basilica Papale di Santa Maria Maggiore. Nives accosta bergamotto, muschio bianco e ambra per rievocare il Miracolo della Neve. In Aurum, incenso e mirra ancestrali rimandano ai Re Magi. In Mater, la rosa e l'ambra più rare raccontano la maternità in uno dei più antichi santuari mariani. Vita è l'equilibrio terrestre di un giardino di camelie, gelsomini e gardenie soffuso di ambra e incenso.

**Fragonard** - Profumi gioiello e design esclusivo. Nuove fragranze intese come abiti per una gamma di acque profumate iper-femminili: la linea Les Féminines guarda alla collezione di tessuti provenzali della maison. E ancora, Lilas è un fiore perlato dall'anima fresca, verde e insieme polverosa.

**FUMparFUM** – Aistis Mickevičius, artista e DJ, si burla dello scetticismo lituano verso i creatori autoctoni con la linea Alchemist Charlatan. Sleeping Quechua è una fragranza animalesca che guida nella pampa argentina. Yerba mate, angelica, pepe bianco animano il sogno di un cacciatore. Fragranze purificate che mixano molecole sintetiche al tocco della tradizione.

**Kajal Perfumes** - Āican è un termine arabo che designa l'oro purificato da ogni imperfezione. Ottimismo, forza d'animo e desiderio di migliorarsi erodono strati d'impurità liberando un tesoro interiore. Una fragranza che invita ad un nuovo inizio. Per risplendere di nuova luce.

**Nissaba** – Estratti naturali monorigine, selezionati tra i terroir più preziosi. Ogni fragranza esalta specifiche piante aromatiche. Da Ginevra, Nissaba punta a ridurre l'impatto ambientale dei suoi prodotti: dalla bottiglia di vetro al tappo in legno certificato, privo di plastica o metallo. E ancora, progetti dedicati all'ambito agroforestale, come il supporto prestato ad agricoltori locali.



**Ohtop** - Marchio franco-coreano fondato a Parigi da Romeo Oh, Ohtop esplora le connessioni tra moda e bellezza. Fragranze e prodotti beauty, risultato di una ricerca personale. Un invito al viaggio sensoriale: fragranze oniriche ma minimali, dal savoir-vivre francese. Romeo lavora con i migliori nasi al mondo per enfatizzare l'originalità e l'armonia. Tutto fuso con l'identità di ogni pelle.

**Olivier Durbano** - Nelle gemme Olivier Durbano è abituato a trovare storie. Secondo Durbano, ognuna delle sue fragranze mette in contatto chi la indossa e chi ne ammira il profumo con una pietra preziosa: Cristallo di Rocca, Tormalina, Ametista, Quarzo rosa, Giada, Turchese, Citrina, Eliotropio, Pietra Filosofale, Prometeo, Lapislazzuli, Labradorite, Aram, Quartz Quantic.

**Rito** - Esperienza sensoriale e coinvolgente abbraccio italiano. Tra arte, ricerca e tecnologia, si fa strada un senso di identità che diventa rito, un legame tra gestualità ed emozioni. Le linee sfaccettate della bottiglia avvolgono l'essenza, il bianco e il nero la proteggono dalla luce. Il tappo è un gioiello geometrico. Come un viaggio in evoluzione, Rito trasporta in mondi inesplorati.

**Spiritus Paris** – Un marchio che attinge ad antiche saggezze per trascrivere il linguaggio segreto dei profumi e armonizzare corpo e spirito. Numerus è la prima collezione ispirata alla numerologia e al simbolismo dei numeri. Vettori di un'impalpabile forza cosmica, i numeri influenzano tutti gli aspetti della vita: veri e propri talismani, calmano, ispirano, energizzano, attirano protezione e fortuna.

**The Spirit of Dubai** - Un omaggio al ricco e diversificato patrimonio culturale di Dubai, con fragranze che invitano ad avventure sensoriali. The Second Generation espande la narrativa del brand con temi ispirati alle sette meraviglie della città: il Mare, il Deserto, il Panorama, i Cavalli Arabi, gli Ingredienti Naturali, il Lusso, l'Ospitalità Araba.

**Tobba Parfums** - Jasper Li vede il profumo come opera d'arte: traduce il visivo in olfattivo con una varietà di ingredienti per costruire strati, aggiungere profondità, evocare ricordi. I dipinti di Jasper sono spesso definiti dalla giustapposizione tra figurativo e astratto. Così accade nelle fragranze Tobba, dove il contrasto tra ingredienti naturali e parti sintetiche libera la soggettività.

**Toni Cabal** - Marchio di nicchia da Barcellona, Toni Cabal rappresenta la passione del fondatore per la scienza, la musica classica e i viaggi. Una confezione minimale incontra la delicata selezione di materie prime. Il Bergamotto italiano, il Gelsomino Sambac e il Fiore d'arancio della Tunisia creano fragranze complesse, dalla durata ineguagliabile.

**Voskanian Parfums** – Ancestrali tradizioni profumiere e rare fragranze della natura armena. Un viaggio tra esperimenti alchemici e interpretazioni della filosofia di Nietzsche. Histoire d'une rose inizia con note fresche di bergamotto, mandarino, cedro, zenzero e radice di angelica. Poi una rosa damascena si diffonde al pari della lavanda.

## **CREATING BEAUTY**

*Skincare all'avanguardia e formulazioni tra scienza e antiche ricette. Referenze sempre più personalizzate per trattamenti viso, corpo e capelli. E ancora, Home fragrances, candele e oggetti design belli da vedere e buoni da annusare.*

**Avere la Barba** – Look vintage e vocazione ecosostenibile per un brand che è oggi sinonimo di grooming raffinato. Fra i cult, la fragranza che mescola caldi sentori orientali all'antico aroma della laguna veneta. L'estratto di radicchio rosso di Treviso emerge tra gli ingredienti, ricco di proprietà antiossidanti e rigeneranti. Prodotti Made in Italy, lavorati artigianalmente.



**Edward Bess** - Dopo gli inizi da modello, Edward Bess crea la linea di rossetti "The lip wardrobe". Un successo che lo spinge ad ampliare la collezione con tonalità per occhi e viso e una linea skincare e haircare. "Less is more" è il motto del brand, apprezzato da una lunga lista di celebrities. Focus sulla ricerca di un make-up in grado di illuminare il volto, giocando con luci e ombre.

**EviDenS de Beauté** – Leader nella cosmetologia di nicchia, la maison declina un perfetto connubio di expertise giapponese e savoir-faire francese. Un'ampia gamma di prodotti premium, formulati per rispondere a specifiche problematiche dermatologiche, come combattere i segni dell'invecchiamento. L'arte del Saho, tra ancestrali rituali giapponesi di bellezza e filosofia Kaizen (ricerca della perfezione) è assoluto fil rouge.

**Extra Virgo** - Una famiglia di fragranze a base di ingredienti antichi e controversi. Ingredienti proibiti, che nella storia sono stati veleno e antidoto: cannabis, funghi, tabacco, cacao e caffè. Elisir creati usando materiali rari, in concentrazioni elevate, ottenuti da piccoli produttori artigianali. L'ideatore è un principe fiorentino, nelle cui vene scorre sangue reale birmano.

**Kysh Cosmetics** – Kysh è il primo luxury brand italiano di skincare intima. Una nuova esperienza di benessere che coniuga formule sicure, ingredienti attivi e delicati bouquet floreali. Un gesto di self-care lontano dagli stereotipi, che punta su referenze nate dalla ricerca scientifica e principi attivi di origine naturale, dermatologicamente testati e privi di ormoni.

**Pisterzi Italian Grooming Art** – Una linea sostenibile e Made in Italy che rievoca le atmosfere e i luoghi delle barberie. Si avvale di materiali riciclabili e flaconi ricaricabili, senza tralasciare la classicità degli accordi cologne e dell'eleganza italiana. Il flacone vitreo è decorato da motivi botanici, l'etichetta è una moderna cornice. Rimandi cromatici sul packaging in carta 100% riciclata.

**Step Aboard** - Step Aboard si ispira a Milano ricreando una linea speciale di profumi per capelli e corpo. Jus contemporanei dall'anima versatile, e dalla ricercata modalità di erogazione. Il target è ageless e unisex ma cerca un utilizzo intuitivo, compatibile con capelli e corpo. La cultura urbana ritma una proposta tra funzionalità, graffiti design ed emozioni.

**Surratt** - Essenzialità giapponese, sensibilità newyorkese. Brand nato in Giappone, coniuga il design e la cura artigianale alle influenze dei trend contemporanei. Fondato dal make-up artist Roy Surratt e dall'imprenditrice Heleyne Mishan-Tamir, attinge a texture e tecnologie ricercate per offrire una gamma di prodotti personalizzabili.

**Tiny Associates** – Luxury skincare sostenibile e proiettato al futuro. Fondato a Stoccolma da David Koo, declina una linea genderless di prodotti naturali per la cura della pelle, rispettosi del pianeta e realizzati con pratiche ecoresponsabili. Un mix di design ricercato, ingredienti naturali e formule delicate a servizio del microbioma della pelle.

***Ringraziamo gli espositori che hanno contribuito alla realizzazione di questo servizio.***