

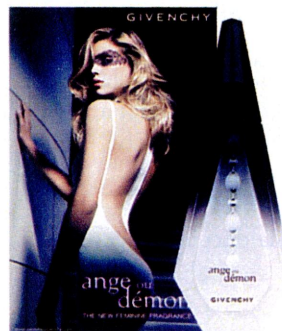
# VOTA IL TUO PROFUMO PREFERITO

Ti fai sempre tentare dall'ultima scia? Sei un'appassionata di flaconi-design? Scegli la fragranza anche per lui? Ecco un'occasione unica: partecipa a un concorso speciale. In tutti i sensi

Il primo ad avere la geniale intuizione è stato il rapper Jovanotti, simbolo di una generazione: un tour - "Capo Horn" - profumato! Cinque fragranze diffuse tra il pubblico in delirio per rendere le canzoni ancor più evocative: arancio per "Dolce far niente", borotalco durante "Per te", patchouli con "L'ombelico del mondo", rosa nel bel mezzo di "Bella" e cappuccino sul finale di "Gente della notte". Un modo per restituire all'olfatto il posto che merita nella percezione della realtà. «A lungo sottovalutato a favore di vista e udito, il "quinto senso" è oggi in grande rimonta», conferma **Stefania Cicoria**, tecnica pubblicitaria e autrice del volume *La pubblicità sulla punta del naso* (ed. Franco Angeli). «Oltre a essere riconosciuto come un insostituibile strumento di conoscenza, è tra le leve di marketing più innovative, fa capolino nelle campagne pubblicitarie e, per la prima volta, si prepara a viaggiare in internet. E-mail, film, videogiochi e pubblicità on-line avranno presto un odore». Del resto, il magnetismo del profumo ha radici antiche. «Non ha bisogno delle parole per esprimersi,

ma "raggira" la ragione», continua **Stefania Cicoria**. «Gli impulsi olfattivi provengono, infatti, da una particolare zona del cervello, il sistema limbico, che controlla le emozioni». Saranno, dunque, componenti inconscie a guidarvi nella scelta (o, in questo caso nella votazione) della miglior fragranza, del miglior packaging e della migliore comunicazione tra i maschili e i femminili finalisti del 19° Premio Internazionale Accademia del Profumo 2008. Oltre al bouquet, va valutata infatti anche la carica seduttiva dei flaconi. Sfoggiano design sofisticati, alternano linee geometriche a dettagli barocchi o a originali fantasie cromatiche. E contribuiscono a trasformare un semplice gesto della beauty routine in una sorta di rito. E la comunicazione? Spesso veri e propri film d'autore, interpretati da top model o star hollywoodiane, narrano storie romantiche o incontri appassionati, accesi da una scintilla olfattiva. E ora via libera al voto, d'impulso. Sarà proprio l'istinto a guidarvi verso il profumo... fortunato. Quello che vi farà vincere meravigliosi premi. ■ (M. Caiti)

## I FEMMINILI



**ANGE OU DÉMON GIVENCHY**

Una donna mascherata avanza misteriosa nello spot girato dal regista inglese Mike Figgis. La fragranza? Una pozione conturbante tra l'angelico e il diabolico, con note fiorite-orientali.



**BVLGARI OMNIA AMÉTHYSTE**

Ispirazione: un giardino di iris e di rose bagnato dalla prima rugiada del mattino. L'ametista, evocata nel nome e nel colore del flacone-gioiello, è simbolo di equilibrio e nobiltà.



**DIESEL FUEL FOR LIFE POUR FEMME**

Flacone sexy-vintage, rivestito da una sottile rete di pizzo. Fragranza inebriante, che sa di patchouli, cassis e gelsomino. Dedicata a una nuova generazione di edoniste.