



Naso

Chiedi mai aiuto al senso dell'olfatto?

I nasi sono i "ghost writer" del profumo perché traducono in una scia olfattiva un'idea, un'esperienza, una personalità, o l'essenza di un brand. Concentrano per poi sprigionare.

Chiudi gli occhi: quale fragranza ha la capacità di trasportarti lontano? L'intensità pungente dell'incenso? La delicatezza della rosa? Il magnetismo del patchouli? La freschezza del bergamotto? La dolcezza del gelsomino?

Anche quello che progetti lascia una scia?

Ogni profumo ha la sua piramide olfattiva, suddivisa in tre livelli: le note di testa, che senti appena metti il profumo e volano via dopo poco; le note di cuore, il nucleo della fragranza, che durano diverse ore; le note di base, la parte più persistente.

Per il tuo prodotto, servizio, luogo, cosa vorresti che rimanesse più a lungo insieme all'utente?

Quanto ti affidi alla tua memoria?

Non a caso i maestri profumieri sono chiamati "nasi": la loro memoria olfattiva riesce a ricordare e distinguere 3.000 sentori, contro i nostri 1.000.

Dove è più forte la tua memoria e come ti aiuta nel lavoro?

Quanto contano per te i dettagli invisibili?

"È l'accessorio di moda basilare, indimenticabile, non visto, quello che preannuncia il tuo arrivo e prolunga la tua partenza" diceva del profumo Coco Chanel, una che se ne intendeva parecchio (ha creato il rivoluzionario Chanel n°5).

Pensa a un piccolo dettaglio di un prodotto o di un servizio, invisibile ma determinante per il suo successo.

Ti piacciono le collezioni originali?

I profumi sono opere d'arte: Andy Warhol ne era talmente convinto da creare una sua personale Permanent Smell Collection, centinaia di ampole tuttora conservate nella sua casa museo di Pittsburgh.

Hai anche tu una collezione eccentrica, che alimenti con passione e che ti offre spunti professionali?