

# D

la Repubblica

**FUTURO PROSSIMO**  
Voglio vivere  
con un robot

**LADY OPEC**  
La signora  
del petrolio

**LA MIA MUSICA, I MIEI AMORI**

# LA FATA BJÖRK

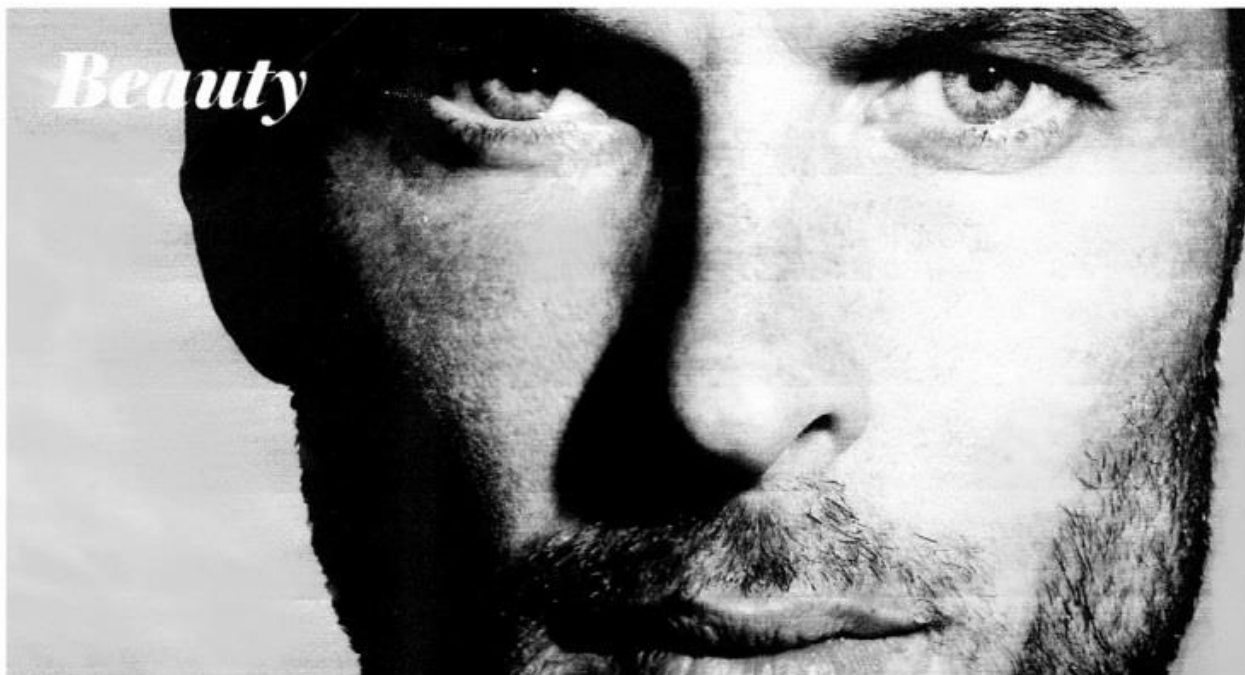
**STRATEGIE DEL DESIDERIO**

Nuova attrazione per  
il porno raffinato e chic

ANNO 20° N.927 - 21 FEBBRAIO 2015 - SERVIZIO... MOVIMENTO AL NUMERO OGGIERNO - DA VENDERSI ESCLUSIVAMENTE PRESSO LE EDICOLE E I PUNTI DI VENDITA - PER INFORMAZIONI SU "LA REPUBBLICA" - SPED. ABB. POST. ART. 1, LEGGE 46/04 DEL 27/02/2004-ROMA



Beauty



# Notizie sexy

Flaconi artigianali, ingredienti preziosi e tipici del territorio. Ecco il segreto del successo dei profumi maschili italiani di Silvia Manzoni

**N**on più di 4 vaporizzazioni se si tratta di un'eau de toilette, 3 al massimo per un'eau de parfum. È il consiglio che una rivista americana dà ai suoi lettori e, soprattutto, alle sue lettrici fan dei profumi: pare infatti che oltre questa misura gli uomini rischiano di non apprezzare, né su se stessi né sulla partner, una fragranza. Regole dettate da un pubblico maschile sempre più esperto e appassionato, che sa modulare le concentrazioni. Una sorta di galateo spray, perfetto per introdurre le nuove fragranze italiane che esprimono un'eleganza senza affettazione e il ricorso a materie prime preziose. «Senza alcun dubbio si sente il *savoir-vivre* e l'artigianalità tipica del paese», spiega Nicolas Olczyk, esperto e fondatore dell'agenzia Parfums-tendances-inspirations. «E queste sono caratteristiche di molti profumi made in Italy. Anche quando sono destinati a un largo pubblico, sono concepiti come lussuosi accessori del guardaroba maschile: i flaconi sono curati e la qualità degli ingredienti è indiscutibile; spesso sono legati al territorio, un po' come già avviene per il cibo». La nuova Acqua di Giò Profumo racconta il mare, una spiaggia nera di sabbia vulcanica, con incenso, geranio e la calonne, preziosa molecola sintetica che sprigiona un aroma di brezza marina. «Sono componenti legati al sex appeal tipico dell'uomo italiano ma hanno il potere di essere apprezzati da tutti gli altri», continua Olczyk. Con il nuovo Blue Land, Ferragamo lavora con lavanda, zenzero e un accordo di cuoio per dare un'emozione più vivace e sensoriale.



## La bella è social

Soffia vento di novità nel rapporto tra consumatrici, case cosmetiche e testimonial. Ad aprire le danze, Estée Lauder, che dopo aver scelto la giovane Kendall Jenner, volto tv negli Usa e sorellastra della più nota Kim Kardashian, ha annunciato che le affideranno anche la produzione dei video sul loro sito. Uno spazio d'incontro virtuale dove commenterà le tendenze moda e le novità trucco. Insomma non si limiterà a sorridere.



Da sinistra: Un concentrato di freschezza con lavanda, arancia amara e cuoio. Blue Land di Ferragamo (43 euro). Ambra per un'eau calda, avvolgente e sexy. Soul di Costume National (100 ml, 98 euro). Elegante, discreta, con note balsamiche e di cuoio invecchiato. Pour Homme Extreme di Bottega Veneta (68 euro). Il naso Alberto Morillas gioca sui contrasti di incenso e bergamotto. Acqua di Giò Profumo di Giorgio Armani (60 euro).