



► 27 Marzo 2015

Unscent in vetrina da Avery

● «Celebriamo e valorizziamo il profumo rispetto a tutto il resto: packaging, marchio e marketing»: così Celso Fadelli, ceo di Intertrade Group racconta l'obiettivo di Unscent, la manifestazione dedicata alla profumeria di nicchia che va in scena fino a domenica a Milano nel nuovo spazio Avery Perfume Gallery all'interno dello store multibrand Excelsior, un progetto ideato e sviluppato da Fadelli e Cristiano Seganfredo, creative director di Avery Perfume Gallery e business partner di Intertrade Group.

«Siamo partiti tre anni fa - racconta Fadelli - e da subito abbiamo riscontrato un grande entusiasmo tanto che abbiamo portato Unscent anche all'estero, da Londra a Johannesburg passando per Bucarest, a dimostrazione che il made in Italy all'estero è sempre apprezzato. E con questa galleria innovativa dell'olfatto abbiamo oggi rotto gli schemi e risolto il dilemma: non esiste alcuna profumeria artistica, d'autore o di nicchia. La profumeria con la "p" maiuscola è una sola: quella della qualità delle essenze, del talento e della passione nel farle amare. E l'Italia in questo ha molto da dire».

Tra i circa 25 marchi in esposizione gli italianissimi Acqua di Stresa, i profumi dei laghi d'Italia; Fornasetti, Blood Concept in una nuova veste di pack e identità olfattiva, Lorenzo Villorosi, Culti, Etro e la collezione di Re Profumo arricchita da una nuova fragranza, Meraviglia. Ma anche Agonist, con le sue essenze scandinave realizzate anche in versione haute couture con boccette di vetro artistico; Annemarie Börlind e i suoi prodotti skin care naturali; Azagury, le fragranze esclusive dello stilista amato da Lady D che tornano in una nuova versione; i progetti Six Scents e Science for Peace e so-Oud con una speciale edizione di llham in una boccetta in oro rosa. In anteprima assoluta il brand di ricerca newyorchese A Lab On Fire by Carlos Kusubayashi con una collezione di otto fragranze e Tfk-The Fragrance Kitchen dello sceicco Majed Al-Sabah.

«L'esperienza d'acquisto - conclude Fadelli - è molto importante. I negozi Avery sono tutti molto caratterizzati, diversi uno dall'altro proprio per dare loro maggiore personalità, con prodotti selezionati. Al momento ne abbiamo dodici in tutto il mondo, di cui quattro in Italia, ma entro un anno arriveremo a quota 20».

– Ma.Ge.



Dal lago Maggiore. La collezione di fragranze firmate Acqua di Stresa