

D

DIARIO DEL DECENNIO

I fotografi che hanno raccontato il mondo come nessun altro

IDEE DA USARE

Politica, quotidianità, amore...

Avete fatto la checklist?

SEX SYMBOL

Ryan Gosling, tre film e la sua strana idea di virilità

PROGETTI PIONIERI

Dall'asilo al liceo: a Bali, nella scuola più verde che c'è



9 771128 608003

ANNO 16° N. 758 DEL 10 SETTEMBRE 2011 - SETTIMANALE - SUPPLEMENTO AL NUMERO ODDIERNO - DA VENDERSI ESCLUSIVAMENTE CON IL QUOTIDIANO "LA REPUBBLICA" - SPED. ABB. POST. ART. 1, LEGGE 46/04 DEL 27/02/2004 ROMA



SCATTI LIQUIDI

Nasce dal *social networking*, si è costruito intorno a una comunità di appassionati, ha mosso i primi passi inseguendo immagini in bianco e nero. Un iter originale per Olfactive Studio, marca di profumi ispirata alla fotografia ideata da Céline Verleure, imprenditrice francese, che nel 2010 lanciava una sfida online: creare "il profumo che non c'è". 1500 internauti hanno partecipato all'avventura, che si concretizza oggi in un trio di eau - Autoportrait, Chambre Noire e Still Life - firmate da eclettici creatori come Nathalie Lorson, Dorothée Piot e Dora Arnaud. **S.M.**

N.B.

SNIFF

*Dj, talenti inglesi e fotografi.
I nuovi dream team delle eau*

di Rita Balestriero



A FIRENZE, LE FRAGRANZE ROCK
Non basta annusarli, questi profumi vanno ascoltati. Il parallelismo tra note olfattive e musicali è il *leitmotiv* di Fragranze n. 9, il salone evento di Pitti Immagine dedicato alle novità della profumeria artistica, che torna a Firenze dal 9 all'11 settembre (Stazione Leopolda). Due giorni dedicati agli addetti ai lavori e uno (sabato 10) aperto al pubblico, per dare agli appassionati la possibilità di degustare anteprime, conoscere fino a 180 marchi (di cui 130 stranieri), partecipare a eventi che guardano la società (dall'urbanistica all'architettura) attraverso un filtro profumato. Tra gli ospiti, il talentuoso naso Francis Kurkdjian (*a lato*) e l'eclettico dj Olivier Rohrbach, autore della colonna sonora di questa edizione e di una linea di candele.



FLACONE IN PROGRESS

«Body non è altro che il trench, tradotto in note olfattive». L'audace dichiarazione è di Christopher Bailey, direttore creativo Burberry, che per il nuovo profumo ha puntato molto sui *social network*. I fan su facebook hanno testato per primi la fragranza attraverso un'applicazione che permetteva di ricevere un assaggio in anteprima di Body, mix sensuale di iris, rosa, assenzio. Sulla *fan page*, l'aggiornamento di contenuti esclusivi continua. È working progress...