

scegli d'impulso

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.



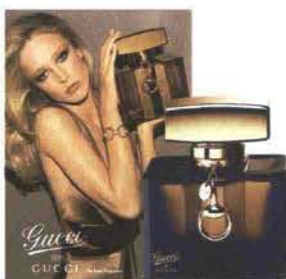
DIESEL FUEL FOR LIFE POUR FEMME

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.



EMPORIO ARMANI DIAMONDS

I migliori amici delle ragazze in versione profumo. Ovvero un flacone taglio diamante che racchiude un mix di rosa, litchi e lampone. Spirito glam, come la testimonial, Beyoncé.



GUCCI BY GUCCI

David Lynch firma la regia dello spot tra sogno e realtà. Frida Giannini, direttore creativo della Maison, il suo primo profumo: una miscela esotica-sensuale, tra lusso e innovazione.



NAF NAF

Fragranza giovane che punta su dolcezza, malizia e freschezza. Con note di mango, mela candita e lampone. Più patchouli e muschio, per strizzare l'occhio alle nuove lolite.



FENDI PALAZZO

Un profumo sensual-aristocratico costruito sulle note del fiore d'arancio, del gelsomino e della rosa bulgara. Il flacone trompe-l'œil ricorda un palazzo storico di Roma.



J'AIME LA PERLA

In un pack che ricorda la busta di una lettera d'amore, una fragranza "dichiarazione" che passa dal discreto gelsomino d'Egitto alla sensualità esplicita di patchouli, ambra e musk.



PRADA INFUSION D'IRIS

Un'interpretazione moderna del prezioso e sofisticato iris, con sentori di cedro e vetiver. Flacone tra il minimale e ricercato, in puro stile Prada, da vivere come un accessorio di lusso.



FERRÉ ROSE

Pack giocato sul rosa per sottolineare l'appel ultrafemminile della fragranza: un bouquet fiorito dove spicca la gardenia giapponese, la fresa e la rosa. Naturalmente elegante e sensuale.



KELLY CALÈCHE HERMÈS

Ispirato da una visita al caveau dei pellami Hermès, un profumo che sa di cuoio e fiori. Il nome? Un omaggio a due simboli della Maison: il calesse e la mitica borsa Kelly.



VERSACE

Un sontuoso bouquet fiorito, che sprizza sensualità da ogni nota: ninfea, fiori di loto, azalea, gelsomino, orchidea. In un flacone-scigno con il simbolo della Maison, la medusa.



FUNNY! MOSCHINO

Il nome come il pack richiama puro divertimento e gioia di vivere. Traduzione olfattiva: accordo energizzante di arancia amara e pepe rosa, che si unisce alle note tenere/sensuali di peonia.



MIDNIGHT POISON DIOR

Un lussuoso "veleno" racchiuso in una mela tentatrice, per evocare l'universo delle fiabe, tra mistero, magia e seduzione. Protagoniste, la rosa, l'ambra, la vaniglia e l'attrice Eva Green.



VIVARA EMILIO PUCCI

Un profumo che ricorda l'estate mediterranea. Da indossare, però, tutto l'anno: spumeggiante e fresco. In un flacone-ciottolo, chiuso da un tappo dall'inconfondibile stampa Pucci.

Attori e testimonial d'eccezione. Scie decisamente maschili, dandy o con richiami cyber. Un mondo tutto da scoprire, e da votare

I MASCHILI



ANTIDOTE VIKTOR & ROLF

Una fragranza fiorita-virile, per conquistare il cuore (non sempre tenero) degli uomini. Sensualità a mille, grazie a note ambrate e un mix di iris e legni preziosi. Per dandy contemporanei.



BUGATTI

Bouquet e flacone sofisticati, in omaggio alla leggenda del nome. Unisce note agrumate a orchidea, gelsomino e foglie di violetta. Con un pizzico di noce moscata, pepe nero e rosa.



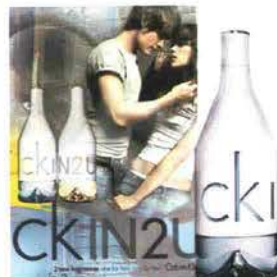
DOLCE & GABBANA LIGHT BLUE POUR HOMME

Spirito tutto mediterraneo. Dalle note di bergamotto, ginepro, mandarino al flacone che ricorda quelli dei barbieri di una volta, allo scatto rubato nel blu del mare di Capri.



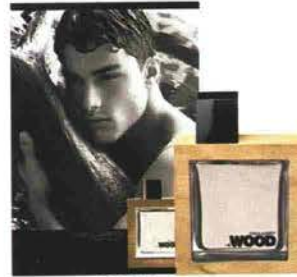
ATTITUDE GIORGIO ARMANI

In uno "zippo" di lusso, una scia misteriosa: nel cuore, l'accordo intenso di cardamomo e lavanda; dal fondo, sentori caldi ed esotici di cedro di Cina e patchouli di Indonesia.



CALVIN KLEIN IN2U HIM

Flacone-design tra effetti metallici e richiami al mondo digitale, per una fragranza fresca-legnosa-orientale che combina gin fizz al lime, cacao e peperoncino.



DSQUARED2 HE WOOD

Protagonista il legno, elemento nobile e naturale. Nel nome, nel pack e nella composizione della fragranza che evoca le foreste canadesi, con note di abete bianco, ambra vegetale e musk.



BAYRES HOMBRE LA MARTINA

Sul flacone, la staffa di metallo che evoca il gioco del polo. Nella fragranza, un mix tra l'audace e il raffinato: sentori di cuoio, ambra, caramello, magnolia e gelsomino.



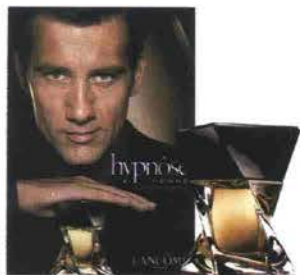
DIESEL FUEL FOR LIFE POUR HOMME

Una fragranza sexy, che sa di lampone, anice stellato, vaniglia e vetiver, racchiusa in un flacone-fiaschetta vestita di tela di sacco. Per fare il pieno di... sensualità.



F BY FERRAGAMO POUR HOMME

Lavanda, mela croccante, pepe nero del Madagascar, labdanum: un mix per tradurre in profumo il fascino di un uomo che seduce senza provocare. Anche nel vestire.



HYPNÔSE HOMME LANCÔME

Il profumo come arma di seduzione: tra sentori d'ambra e lavanda, spezie e una scia di muschio. Massiccio il flacone "a intreccio" in cristallo. Magnetico il testimonial: l'attore Clive Owen.



PAUL SMITH STORY

Flacone a forma di libro per una fragranza che parla di freschezza e seduzione. Con note agrumate, foglie d'edera, vetiver e fiori trasparenti. Nel segno del british.



TOKYO BY KENZO

Zenzero, foglie di shiso, tè verde, cedro. Ispirazione, l'energia vitale e continua della capitale giapponese, evocata anche nel pack. Dedicato ai tecno-appassionati.



NARCISO RODRIGUEZ FOR HIM

Un profumo elegante che fa il misterioso giocando con un accordo di cuoio verde e sfumature ispirate all'olio di muschio egiziano. Rigoroso il flacone color grigio asfalto.



POLO EXPLORER RALPH LAUREN

Un viaggio alla scoperta di paradisi lontani: con mandarino sudafricano, mogano cubano e sandalo australiano. Il pack? Una "borraccia" senza scritte. Da perfetto esploratore.



TOM FORD FOR MEN

Un'inedita miscela di foglie di viola e zenzero. E una targa in oro 18 K che impreziosisce il flacone. Tra il sexy e il sofisticato, un jus particolare in ogni dettaglio. Come il designer che l'ha creato.

GRANDE CONCORSO

VOTA IL TUO PROFUMO PREFERITO

Partecipa anche tu! Ci sono tantissimi premi in palio

Fatti tentare dai sensi e dall'istinto e partecipa al nostro concorso. Vota la fragranza femminile e quella maschile che più ti è piaciuta per originalità del jus, design del flacone o che più ti ha colpito nella pubblicità. Puoi vincere una bellissima macchina o il profumo vincitore del 19° Premio Internazionale Accademia del Profumo 2008.



Colore e modello della New Twingo nella foto sono indicativi.

1° PREMIO

1 AUTOMOBILE RENAULT NEW TWINGO CONFORT 1.2 8V 60CV vernice metallizzata, urban pack. IPT, immatricolazione e messa su strada inclusi (valore indicativo al pubblico € 10.846,30).

DAL 2° AL 101° PREMIO

1 CONFEZIONE DEL PROFUMO FEMMINILE vincitore della categoria MIGLIORE FRAGRANZA 2008 (valore indicativo al pubblico € 120 cad.).

Come si partecipa

Si concorre tramite il coupon di pag. 146. Il coupon va compilato in ogni sua parte (nome, cognome, indirizzo completo, e-mail, numero di telefono), ritagliato e spedito in busta chiusa specificando: Concorso Vota il tuo profumo preferito, Casella Postale 135 - 20090 Opera (Mi). È possibile inviare il coupon dal 30 gennaio al 13 febbraio 2008 e farà fede la data del timbro postale.

I tempi

L'estrazione avverrà entro il 5 marzo 2008. I premi saranno consegnati entro 180 giorni dalla data di estrazione e le vincitrici saranno avvertite tramite comunicazione scritta. Il regolamento del concorso è depositato presso la Testoni & Testoni Promotion - Opera (Mi).

GRAZIA 145

GRANDE CONCORSO

Accademia  del Profumo

VOTA IL TUO PROFUMO PREFERITO

Per aiutarti nella scelta, nelle pagine precedenti abbiamo riportato i 15 finalisti femminili e i 15 finalisti maschili del 19° Premio Internazionale Accademia del Profumo 2008, corredati dalla campagna pubblicitaria e da una breve descrizione. Qui, invece, ecco il coupon per partecipare al Concorso Vota il tuo profumo preferito. Compilalo in ogni sua parte, ricordandoti di barrare le caselle relative al profumo, alla confezione e alla campagna pubblicitaria che preferisci, anche di marchi diversi (massimo 3 preferenze per i profumi maschili e 3 per i profumi femminili: 6 preferenze complessive per tagliando).

Nome.....Cognome.....
Via.....n.....
Cap.....Città.....Provincia.....
Telefono.....e-mail.....

I FEMMINILI



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità

I MASCHILI



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità



☐ fragranza
☐ confezione
☐ pubblicità

Informative ai sensi dell'art.13 D.Lgs n.196/2003. I Suoi dati saranno trattati da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Segrate (MI) e dalle società con esse in rapporto di controllo e collegamento ai sensi dell'art. 2359 cod. civ. - titolari del trattamento - per evadere la Sua richiesta di partecipazione al concorso "VOTA IL TUO PROFUMO PREFERITO". Nome, cognome, indirizzo completo (località e provincia) e numero di telefono sono indispensabili per il suddetto fine. Inoltre, previo Suo consenso, i Suoi dati saranno trattati dalle titolari per finalità di marketing, attività promozionali, offerte commerciali e per indagini di mercato. I Suoi dati potranno, altresì, essere comunicati a soggetti operanti nel settore editoriale, largo consumo e distribuzione, vendita a distanza, arredamento, telecomunicazioni, farmaceutico, finanziario, assicurativo, automobilistico, e a Enti pubblici e Onlus, per propri utilizzi aventi le suddette medesime finalità. Responsabile del trattamento è il Responsabile Dati presso la Direzione Periodici di Mondadori. L'elenco completo e aggiornato delle società in rapporto di controllo e collegamento ai sensi dell'art. 2359 cod. civ. con Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e dei responsabili è disponibile a richiesta, scrivendo a Mondadori all'indirizzo indicato. I Suoi dati saranno resi disponibili agli incaricati preposti alle operazioni di trattamento finalizzate all'elaborazione e alla gestione dei dati per le operazioni relative al concorso. Ai sensi dell'art. 7, D.Lgs 196/2003, potrà esercitare i relativi diritti, fra cui consultare, modificare e cancellare i Suoi dati o opporsi al loro trattamento scrivendo ad Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. all'indirizzo indicato. Acconsente che le titolari utilizzino i Suoi dati per le finalità e secondo le modalità illustrate nell'informativa? Sì ☐ NO ☐

Acconsente che i Suoi dati siano comunicati alle suddette società terze e da queste utilizzati per le finalità e secondo le modalità illustrate nell'informativa? Sì ☐ NO ☐