



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
In Lingue e Istituzioni Economiche Giuridiche
dell'Asia e dell'Africa Mediterranea

Tesi di Laurea

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Il mondo segreto delle fragranze. Origini, evoluzione e concezione attuale, insieme agli aspetti terminografici.

Relatore

Prof. Franco Gatti

Correlatore

Prof.ssa Magda Abbiati

Laureanda

Veronika Dzinvalyuk

Matricola 836095

Anno accademico

2015 / 2016

Il mondo e i segreti dell'arte profumiera.

INDICE

前言

Introduzione

1. Nascita del mondo profumiero.....	p.8
2. I nasi compositori.....	p.19
3. Il linguaggio del profumo.....	p.28
4. L'estrazione del prodotto celestiale.....	p.42
5. L'importanza di percepire gli odori.....	p.50
6. Scegliere il profumo.....	p.56
7. Conclusione.....	p.62
8. Repertorio terminografico.....	p.64
9. Schede terminografiche.....	p.186
10. Tabella di consultazione rapida italiano-cinese.....	p.191
Bibliografia.....	p.195

前言

目前香水是我们接触的较多东西之一，无论男女，都能找到属于自己的香味。辞典解释香水为用香料，酒精和蒸馏水等制成的美容化妆品，它能散发浓郁，持久，悦人的香气，增加使用者的美感和吸引力。

最近几年，越来越多人对香水巧妙有感兴趣，香水已经变成就像吃饭，睡觉，穿衣，化妆一样，成为人们生活，工作，休闲，甚至爱情，必不可少的一部分，增添人们的色彩，提升人们的品位。全球化过程中在世界各地问世越来越多网站，博客和论坛。在这些虚拟现实平台每个用户都可以表示关于香水自己的意见和感觉，互相分享宝贵的感受。由于这些对香水感兴趣的人，所不同的批评等现在的化妆品文化影响，特别是香水的影响，越来越大。所以笔者选择了跟香水有关的题目进行研究。

在选题后，笔者查阅了大量的文献资料，对目前题目现状进行了详细的研究。本论文是以输入 TERMIT，的里雅斯特大学 SSLMIT 多语言术语资料库的编写的术语目录。此目录钻研与生产香水过程及原材料的术语。此术语录除了研究在香水生产的过程中使用的原料及相关的提取技术也尤其研究一些副作用。

本论文由二个主要部分组成：理论部分及术语目录。理论部分包括六个章。

第一章讨论关于香水的起源的历史，香水的演变及香水过去和目前的概况。笔者分析的是香水通过不同阶段从古代酬神使用方式到现在生活使用方式的演变。

第二章介绍有关香水师的信息。笔者讨论谁能称呼为香水专家，香水师的手段上的知识与巧妙的技巧。

第三章讨论于原料的分类相关的题目。根据有香物质的来源不同，香料考分为天然香料，合成香料和单离香料。天然香料可分类为动

物香料，如：麝香，灵猫香等；植物香料，如：柠檬油，留兰香油等。合成香料则是利用单离香料或化工原料通过有机合成的方法制备的香料，如：香兰素，苯甲西荃等。按照香料的型性有相关的萃取方法。笔者讲究怎么一十九世纪下半合成原料的创意发现促进了香水文化。笔者还涉及到香水的香味有三个部分组成的问题。香味可以分为头香(前调)，体香(中调)和基香(尾调)。

前调是一瓶香水最先透露的信息，当一个人接触到香水十秒到几分钟之间所嗅到的，直达鼻内的味道。前调之后就是中调了，是香水中最重要的部分，也是“香核”。中味的香味一般可持续小时或者更久一些。尾调也就是我们平常所说的“余”香，它持续的时间最长久，可达整日或者数日之久。

第四章讲究香水制造的过程。制造香水的第一步是要准备很多种类各异的精华油，有些品种可以用较长的时间提炼，有的却要在极短的时间里完成。

第五章涉及到香味与情绪的紧密关系，嗅觉重要性的问题。香味可通过鼻子中多种嗅觉感受器将信息传递给大脑，一些特殊香味分别具有促进记忆，改善情绪，提高能量和增强性欲等保健功效。

第六章包括香水使用及选择指南。从全球来看，香水是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新新品上市。笔者讨论如何正对个人的需求选购合适的香水。

香水是一个早已介入于生活各个方面的元素，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有香水行业专业的介入。希望本论文能促进大家对香水的感兴趣，开阔与香水的了解。

Il profumo ha una forza di persuasione

*più convincente delle parole,
dell'apparenza, del sentimento e della volontà.*

Patrick Suskind¹

Introduzione

All'interno di questa tesi è stato realizzato un repertorio terminografico che mira ad essere inserito in TERMit, la banca-dati terminografica multilingue della SSLMIT dell'Università di Trieste.

Tramite il seguente repertorio vengono esaminati i termini riscontrabili nel contesto della produzione dei profumi e delle materie necessarie a tale scopo. In particolare, i termini presi in esame corrispondono alla varietà delle materie prime contenute all'interno dei profumi, alle corrispettive tecniche di estrazione di queste ultime, alla successiva composizione del profumo e ai possibili effetti collaterali che possono verificarsi in seguito.

Sin dal momento che l'uomo ha scoperto di poter essere trascinato, anche solo per un attimo, in una realtà parallela, non ha più smesso di perseguire il segreto degli aromi celestiali. Spingendosi sempre più avanti nella ricerca dei metodi e del materiale vegetale nuovi, l'uomo è riuscito a dar vita ad una miscela preziosa che racchiude al suo interno dal più banale al più straordinario.

A volte la cosiddetta “acqua miracolosa” riesce ad impressionare talmente tanto da diventare un successo, talvolta un mito. Altre volte, può semplicemente continuare ad esistere senza che qualcuno la prenda in considerazione, fino a che non cesserà di esistere e nessuno sentirà la sua mancanza. Certe volte, invece, colpisce così tanto che non si riesce ad immaginare minimamente che un giorno possa non esserci più.

Negli ultimi anni, con l'evoluzione dei social network, è stata concessa la possibilità di creare dei forum e blog, collegando gli utenti in tutto il mondo ed affrontare insieme il tema del profumo, basandosi sulle esperienze e sensazioni personali. Proprio grazie alla continua crescita di queste comunità virtuali, sempre più persone restano coinvolte dalla potenza delle fragranze, che, magari inizialmente spinte da una semplice curiosità riguardo una determinata fragranza, si ritrovano di fronte ad un oceano di riflessioni, di passioni, di emozioni, che li spinge a considerare il profumo non più come un semplice bene di consumo, ma di più. Molte volte, impressionate così tanto dalle capacità che possiede un profumo ,

¹ Scarpa A. (2014): “*Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Astraea, Bologna, p.52

le persone cominciano a rivolgersi ai profumieri-compositori indipendenti, abbandonando il mondo industriale, altre volte, invece, preferiscono avviarsi verso il processo della creazione di qualcosa di nuovo e sorprendente da soli.

Il particolare interesse riservato a questo tema è dovuto soprattutto alle esperienze personali. Sin da piccoli vediamo i nostri genitori utilizzare il profumo prima di andare a lavoro, vediamo i nostri fratelli o amici spruzzare due gocce prima di uscire, sentiamo l'odore dei dolci appena sfornati e pensiamo subito ai nostri nonni, cominciando a fare in questo modo le prime associazioni. Le associazioni saranno poi quelle che ci indurranno a ricordare dei luoghi visitati non appena sentiremo un determinato odore, oppure ci faranno pensare a quelle persone che sono entrate nella nostra vita lasciando dei piacevoli ricordi. Quest'ultimo motivo rappresenta la fonte motivazionale principale che ha permesso di affrontare questo tema al fine di capire tutto il potere delle fragranze.

La tesi è articolata in due sezioni principali: la parte introduttiva e il repertorio terminografico.

Nella parte introduttiva vengono inquadrati gli aspetti generali che riguardano l'evoluzione delle essenze aromatiche sotto varie culture, fino ad arrivare ad analizzare il concetto del profumo che noi conosciamo oggi. In particolare viene studiata la scoperta delle molecole sintetiche dopo la seconda metà dell'Ottocento, e la loro influenza all'interno del settore profumiero. Viene introdotto in tale contesto anche il mestiere del "naso profumiere", poiché in base al periodo storico, tale ruolo veniva ricoperto da figure diverse.

Una particolare attenzione è stata riservata al tema delle materie prime e alle relative tecniche della loro estrazione. Sono più di seimila le materie odorose che possono essere utilizzate per la realizzazione dei profumi. Principalmente si suddividono in materie prime naturali, vegetali o animali, e materie prime sintetiche, ed è logico capire che per ciascun tipo di materia il metodo di estrazione è diverso. In questo testo, quindi, vengono fornite le definizioni delle varie tecniche per ottenere l'olio essenziale dalle materie prime e le definizioni delle famiglie olfattive alle quali appartengono determinate materie.

Nella parte finale viene introdotto il tema del sistema olfattivo. E' importante questo concetto poiché riesce a spiegare come determinati odori suscitano nelle persone emozioni diverse e riescono ad influenzare il loro successivo comportamento. Inoltre, vengono lasciati alcuni consigli riguardanti sia la scelta del profumo adatto sia la sua conservazione.

La seconda parte della tesi coincide con il repertorio terminografico, che conta un totale di 99 termini, ossia 198 schede, di cui la prima metà contiene i termini in lingua italiana, mentre la seconda contiene i termini in lingua cinese.

Lo scopo principale di tale repertorio è di mettere a confronto i termini italiani e quelli cinesi, al fine di verificare il livello di identità concettuale, che può essere totale, parziale o assente.

I termini presi in considerazione, tratti da testi specializzati in lingua italiana e in lingua cinese, sono stati identificati in base alla loro importanza e alla frequenza con cui possono essere collegati all'argomento della tesi.

1. NASCITA DEL MONDO PROFUMIERO

La storia del profumo è antica come il mondo, infatti le prime testimonianze della comparsa degli oli essenziali², unguenti³, balsami⁴, erbe aromatiche, polveri profumate⁵ risalgono a tremila anni prima di Cristo. Qui sotto, andremo ad analizzare più nello specifico di come venivano considerati i profumi sotto diverse culture e quale era il loro uso principale in varie epoche.

1.1 Le origini e la diffusione del profumo.

Sin dalla preistoria l'olfatto ha rivestito un ruolo importante non solo nel mondo animale, ma anche nel mondo degli esseri umani, poichè permetteva sia agli uni che agli altri di cogliere gli stimoli dell'ambiente circostante. Prendendo in considerazione le funzioni dei cinque sensi, l'olfatto può essere collocato a metà strada, perché è il mezzo tramite cui molto spesso si riesce a percepire quei stimoli i quali principalmente vengono riconosciuti dagli altri sensi.

L'importanza dell'olfatto nella specie umana può essere caratterizzata non solo nell'interesse per il cibo, nelle relazioni sociali oppure nel sesso, ma anche nella coloritura emotiva delle esperienze. Infatti, proprio perché l'uomo scoprì che gli odori sono capaci di suscitare libere emozioni, cominciò ad utilizzare tutto ciò che la Natura gli metteva a disposizione. Non a caso la parola profumo deriva dalla parola latina *per fumum*⁶, cioè "attraverso il fumo", poiché fu proprio bruciando alcuni legni che i nostri progenitori scoprirono che questi possono emanare sentori piacevoli e suscitare sensazioni mistiche. Tale uso di questi legni caratterizzò soprattutto i riti sacri e fu talmente forte che il mondo odierno né risentì gli effetti, infatti varie sostanze odorose continuano ad essere utilizzate come principali odori sacri di molte religioni. La viva testimonianza sull'importanza dei profumi è la Bibbia. "Non manchi mai il profumo sul tuo capo"⁷, si legge nella Bibbia, che ci insegna l'importanza dell'uso dei profumi nella vita quotidiana, dove l'igiene diventa il sinonimo di purificazione corporale e anche del piacere dell'anima.

² Sostanza o, più spesso, miscela liquida odorosa ricavata da organismi vegetali o da secrezioni di piante o da secrezioni animali.

³ Il termine unguento è il significato di pomata nel suo significato più comune.

⁴ Sono soluzioni o emulsioni di resina in oli essenziali contenenti acido benzoico e cinnamico, dotati di gradevole odore aromatico, insolubili in acqua, solubili in parte in alcol.

⁵ A partire dal XIII secolo, insieme con una nuova attenzione prestata alla toilette, in particolare alla cura del viso e dei capelli che venivano cosparsi delle polveri profumate, diffondendo il profumo nell'ambiente circostante.

⁶ L'origine etimologica va ricercata nell'utilizzo di alcuni oli e aromi essenziali, come l'incenso, che venivano bruciati in offerta a dei e antenati.

⁷ Passaro A. (2001): "Il libro del *Qohelet*", Milano, Paoline, P.278

Ci sono pagine intere di ricette di essenze estratte che permettono di connettere lo spirito con il corpo, né è l'esempio il Libro dell'Esodo, dove il Signore ordinò a Mosè di realizzare un altare dei profumi, indicando anche con quali materie doveva essere creato quest'ultimo.

Il profumo ebraico per eccellenza era l'incenso, una resina oleosa, considerata come omaggio a Dio. Altrettanto importante era il nardo, un olio essenziale ricavato dalla pianta omonima, per via del suo uso a scopo medicinale, altrettanto la Bibbia racconta che i piedi di Gesù venivano lavati con olii a base di tale pianta. Tutti gli unguenti preparati con piante e resine aromatiche, erano tra i più pregiati in uso tra gli Ebrei. Per cui si può notare che non si trattava dei profumi di come li conosciamo oggi, ma di sostanze aromatiche in composizioni oleose o solide.

I primi veri cultori delle profumazioni sono in assoluto gli egizi. Grazie alla loro maestria e alle loro scoperte in tale campo, l'arte profumiera divenne a far parte delle tradizioni e religioni diverse. Infatti, furono proprio gli egizi ad introdurre l'uso degli unguenti e balsami a scopi rituali, dove in seguito, anche nel mondo arabo e quello persiano, questi divennero la base di molte pratiche e non solo. Si narra, a tale proposito, che molte moschee arabe contenessero nei muri delle essenze particolari, come ad esempio il muschio, allo scopo di sprigionare il suo odore durante le preghiere.

Di particolare importanza fu l'uso delle essenze oleose durante l'imbalsamazione⁸, poichè i sacerdoti credevano che, cospargendo il corpo di sostanze aromatiche, l'anima venisse purificata e potesse essere presentata al cospetto degli Dei. In più, come testimoniato da geroglifici e pitture ritrovati in templi e tombe, le sostanze profumate, oltre ai riti funebri o religiosi, venivano usati nella toletta quotidiana di uomini e donne. Profumazioni accompagnavano anche banchetti sacri e processioni.

Molto volentieri gli olii e unguenti venivano usati nell'alta società egizia, per profumare il corpo e i capelli. Infatti, all'epoca, c'era l'usanza di portare sul capo un cono di grasso profumato che si scioglieva durante la giornata per rilasciare la scia aromatica.

Dato che la maggior parte delle ricette veniva tramandata oralmente e a pochissimi fidati adepti, solo un'unica ricetta è giunta fino a noi, quelle del *kyphi*⁹, che ha una specie di funzione terapeutica, rilassante, afrodisiaca, sedativa.

⁸ Operazione intesa a conservare inalterato, dopo la morte, il corpo dell'uomo o degli animali, sottraendolo ai naturali processi di putrefazione, di decomposizione e di distruzione per opera della fauna cadaverica.

⁹ Il profumo originale utilizzato dai faraoni, composto da più di 60 essenze.

Se, invece, noi spostassimo nella culla dell'induismo e del buddismo, potremmo osservare come nella cultura dell'India tuttora le divinità vengono lavate e purificate con le essenze profumate, riservando a ciascuna di esse un aroma diverso.

L'uso delle fragranze, soprattutto la loro diffusione, è profondamente legato alla civiltà ellenica. Oltre all'uso degli aromi per rivelare gli esseri divini, l'antica Grecia è considerata il cuore dell'uso delle fragranze a scopo edonistico e laico, quando gli uomini cominciarono a farne uso esclusivamente a scopo di piacere personale. Le acque odorose servirono per rinfrescare l'ambiente, divennero simbolo di raffinatezza e di bellezza femminile, durante i banchetti erano usate per lavare i piedi agli invitati in segno di ospitalità. L'importanza attribuita agli olii profumati, i quali raggiunsero il loro apogeo nell'antica Atene, può essere testimoniata dal "Trattato degli odori" di Teofrasto, considerato il testo base della profumeria antica.

Molto grande, poi, diventerà la passione dei Romani per il profumo, il quale, prima della conquista del Mediterraneo, era limitato esclusivamente alla funzione sacrale. Ma con la colonizzazione dei nuovi territori, sarà inevitabile l'incontro con diverse culture le quali influenzeranno in seguito gli usi della Roma imperiale. Fu in tale contesto che l'Impero Romano cominciò ad assimilare una nuova tradizione, soprattutto quella greca-orientale, dove il profumo sarà associato alle divinità e ai vari riti sacri, come la nascita, il matrimonio ed infine il funerale.

Ben presto i luoghi privilegiati del profumo dai Romani diventeranno le terme, dove le persone di ogni ceto sociale potevano lavarsi, spendendo ore e ore tra i bagni in piscina, chiacchiere e massaggi, il tutto a base di olii essenziali. Ed è grazie ai Romani che si diffuse l'uso del *sapo*¹⁰, antenato di sapone, susseguitasi dalla produzione di altri prodotti, come polveri odorose, profumi, unguenti etc. Tra i più appassionati di profumo era Nerone, che amava bruciare mirra e l'incenso¹¹ per profumare i palazzi imperiali, in più amava usare i petali di rosa e le acque profumate per cospargere gli ospiti durante le sue feste.

Fu in tale contesto che l'uso del profumo conobbe uno slancio formidabile, mai visto prima.

Quando l'impero cadde nel 476 d.C., l'arte del profumo continuò a fiorire nel mondo arabo. Anche qui si è di fronte all'uso tradizionale delle essenze, considerato sempre come mezzo di purificazione, ma in maniera più rigida rispetto all'Occidente. Grazie alla traduzione dei testi delle culture - maestre nell'arte del profumo, gli Arabi riuscirono a raggiungere successi in vari campi, come quello medico e quello scientifico, perfezionando al tempo stesso le tecniche già esistenti.

¹⁰Una pasta ammorbidente a base di grasso di capra e di cenere di saponaria.

¹¹ Si narra che Nerone, durante i funerali di Poppea, bruciò una quantità di incenso superiore alla produzione annua dell'Arabia, www.accademiadelprofumo.it

Inventarono, così, l'alambicco¹² (dall'arabo al-anbiq), dove, invece dei corpi grassi, il vettore del profumo divenne l'alcool. In questo modo fu possibile distillare una quantità di piante maggiore rispetto alle precedenti tecniche di distillazione. Gli odori tipici del mondo arabo, che erano e sono tuttora tra i più pregiati, sono quelli del muschio e della rosa, a differenza dell'estremo oriente, dove le fragranze principali erano il loto, le camelie e le foglie di patchouli.

Nei secoli bui Venezia rimase un'eccezione. A partire dal VIII secolo, fu la città più attiva nel commercio tra mare e terra, stimolato dall'impero bizantino e dalle colonie della Serenissima. Quando in seguito i mercanti veneziani si stabilirono a Costantinopoli e Marco Polo aprì la Via della Seta¹³, cominciarono a circolare sempre più materie prime nuove. Diventando una città cosmopolita, detentrica del monopolio delle spezie, avvolta dalla ricchezza e ammagliata dal lusso, Venezia vide nascere uno dopo l'altro i laboratori di oli, acque e polveri profumate, molti prodotti per la cura dei capelli e del corpo.

Quello che diede una spinta in più per la diffusione della produzione dei profumi a Venezia, fu l'arte del vetro, prodotto a Murano fin dal X secolo¹⁴. Nonostante, poi la concorrenza con vari paesi, ancora oggi questa produzione profumiera della città continua ad esistere.

Naturalmente l'evoluzione culturale di ogni paese fu diversa, di conseguenza fu diverso il ricorso alle fragranze, come ad esempio in Cina, dove la bellezza delle fanciulle era strettamente legata al ricco e delicato profumo del corpo, completamente opposto dalla concezione dell'Oriente, dove si prestava maggiore attenzione alla profumazione delle abitazioni e templi. In Occidente, invece, prima del Medioevo, l'uso delle essenze aveva esclusivamente una connotazione spirituale e in un certo senso magica, ma tali considerazioni furono estirpate durante l'Inquisizione.

Solo intorno al quattordicesimo secolo i profumi cominciano a ripristinare la loro concezione originale, e quindi a far parte della vita sociale degli individui. Si ritornò alle vecchie abitudini, come, ad esempio, farsi i bagni aromatizzati o di dimostrare una norma di cortesia nei confronti degli ospiti. Ma ciò che caratterizzò maggiormente tale periodo, furono le ricerche condotte dagli alchimisti allo scopo di trovare la *quinta essenza*¹⁵. Questo portò alla nascita di nuove idee per la creazione delle fragranze più complesse, accompagnate dalla scoperta di nuove materie prime e dal perfezionamento delle tecniche di estrazione. Si pensò che gli

¹² L'alambicco è un apparecchio di distillazione consistente in una caldaia collegata, mediante un tubo, ad una serpentina di raffreddamento, al fondo del quale si raccoglie il distillato.

¹³ La Via della Seta è quell'insieme di percorsi carovanieri e rotte commerciali che congiungeva l'Asia Orientale, e in particolare la Cina, al Vicino Oriente e il bacino del Mediterraneo.

¹⁴ Vetro di Murano è la denominazione che caratterizza i vetri artistici lavorati in Italia settentrionale, e in particolare a Venezia.

¹⁵ Chiamata anche come elisir di lunga vita o pietra filosofale.

alchimisti fossero in grado di creare delle “*acque miracolose*” capaci di migliorare la salute e ringiovanire la persona. Si narra a tale proposito, che la Regina Isabella d’Ungheria ispirò un alchimista a creare l’acqua distillata a base di rosmarino e lavanda che avesse le caratteristiche “miracolose” precedentemente citate. Da allora “*Acqua della Regina d’Ungheria*”¹⁶ è conosciuta come il primo nome dato ad un profumo. Ben presto cominciò a diffondersi l’uso dei profumi alla lavanda, alla violetta, al fiore d’arancio presso le dame di alto ceto sociale.

Il periodo durante il quale l’arte della profumeria ebbe la possibilità di riconquistare la sua vera identità e ad espandersi in varie direzioni, fu senza dubbio il Rinascimento. L’invenzione della stampa che accompagnò tale epoca, giocò sicuramente a favore del settore profumiero, poiché permise una rapida divulgazione delle ricette delle acque aromatiche precedentemente difficili da ottenere. Un altro fattore di pari importanza fu la scoperta di nuove rotte marittime, in quanto rese possibile l’accesso alle nuove materie prime. Vasco da Gama¹⁷ e Cristoforo Colombo, furono senza dubbio due protagonisti principali nel contribuire all’importazione di nuove spezie. In seguito alle loro spedizioni, i profumieri occidentali videro arrivare “tesoro” per poter creare qualcosa di innovativo e speciale, poiché sempre più spezie, rare e poco usate, divennero parte del processo lavorativo. Il cacao, il tabacco, la vaniglia, riportate da Cristoforo Colombo, e la cannella, il benzoino, il pepe, il garofano, lo zenzero e l’incenso, importati dall’India, erano tutti quei elementi che potevano diventare oro nelle mani giuste. Infatti, fu proprio grazie alle cosiddette “mani giuste” che il profumo rientrò definitivamente nella vita quotidiana spingendo la collettività a guardarlo da una nuova prospettiva.

In tale ambiente, dove l’utilizzo delle materie prime locali fu accompagnato dall’introduzione di quelle importate, la cultura del profumo vide il sorgere di nuove fragranze. Le acque aromatiche che presero vita in seguito a tali esperimenti, furono assai più intense rispetto alle semplici acque di fiori o di agrumi create fino a quel momento.

In tale contesto l’utilizzo del profumo cominciò ad assumere una valenza più ampia rispetto a quella originale. In particolare nasce una nuova attenzione prestata alla toilette, precisamente alla cura del corpo. A questo scopo, oltre alle botteghe dei profumieri, nascono i cosiddetti *merciers colporteur*, ambulanti¹⁸ che vendono tutto il necessario per la cura del corpo: rasoi, spazzole, nastri, pettini etc., ma anche acqua di rose e polveri profumate per viso e capelli. A tale proposito, in un

¹⁶ Vecchiattini M.(2014):”*Il linguaggio segreto del profumo*”, Roma, Castelvechi, p.13

¹⁷ La scoperta della via marittima per l’India è riconducibile all’iniziativa del principe portoghese Enrico il Navigatore, che finanziò la missione di Vasco da Gama nel 1498.

¹⁸ In Francia troviamo fino alla prima guerra mondiale la figura del *colporteur*, legata all’emigrazione stagionale delle Alpi. “Fra tutti, l’aristocrazia furono i *colporteur fleuristes* delle Alpi francesi: mercanti ambulanti di fiori che vendevano bulbi, tuberi e sementi” (Valla F. e Bertino A.(2000), “Così migravano...”, *Gardenia*, n° 196, p72).

recettario di cosmesi scritto nel Trecento, leggiamo: “E quando si pettina il capo, abbia questa polvere: recipe rose secche, garofani, noci moscade, cardamomo e galnga: tutte queste cose siano polverizzate con acqua rosata, e tale acqua li farae belli, e molto renderà grande odore”¹⁹.

Si vedono utilizzare con maggiore frequenza gli oggetti profumati come i *pomanders*²⁰ - palline odorose con all'interno le materie aromatiche – usati sotto o sopra gli abiti per scacciare cattivi odori oppure bruciati per profumare l'aria durante i banchetti. Col passare del tempo il profumo cominciò ad assumere una connotazione edonistica sempre più accesa portando a considerarlo come se fosse un bene raffinato e molto prezioso. Come risultato, indossare il profumo divenne non solo una parte integrante delle abitudini igieniche e sanitarie, ma anche l'indice di appartenenza ad un'elevata classe sociale.

Successivamente, l'uso di farsi confezionare i profumi toccò anche alla Francia. Quando, nel 1533, Caterina de' Medici andò in sposa al Duca d'Orléans, futuro re di Francia, portò con sé a Parigi il suo profumiere di fiducia Renato Bianco, battezzato dai francesi René le Florentin. Egli, stabilendo la sua bottega a Parigi, da una parte appiombò la strada a molti altri profumieri, dall'altra, invece, mise le fondamenta per l'egemonia francese nell'industria profumiera.

I francesi che prima di allora sostenevano, che:”È possibile lavarsi le mani, qualche volta i piedi, mai la testa” riconsiderarono tale punto di vista in seguito all'ingresso di Renato Bianco a Parigi. Alla corte del re Luigi XIV, il profumo divenne una parte importante dell'etichetta, a tal fine che nel Galateo stesso si raccomandava di ricorrere all'igiene ed eliminare i cattivi odori tramite l'uso dei profumi. Ben presto servirsi delle fragranze divenne un elemento di uso quotidiano, susseguitasi dal fenomeno di “personalizzazione”. In questo modo era possibile riconoscere l'individuo anche solo tramite l'olfatto.

Poco dopo, quando cominciò a fiorire l'attività dei conciatori di pelli a Grasse²¹, utilizzare le essenze di fiori per eliminare lo sgradevole odore della concia divenne molto popolare. Vennero inventate delle fragranze per ogni tipo di accessorio in pelle, dalle cinture ai guanti, fino alle scarpe. Molto spesso i guantai venivano qualificati come profumieri, infatti il loro successo era sostanzialmente dovuto dall'estensione delle colture floreali. Tra le piante più coltivate e, quindi, di conseguenza più utilizzate vi erano il gelsomino, la lavanda e la tuberosa.

¹⁹ *Libro degli adornamenti delle donne* (2002), La vita Felice, Milano, p.32

²⁰ Vecchiatti M.(2014):”*Il linguaggio segreto del profumo*”, Milano, Castelvechi, p.15

²¹ E' un comune francese.

L'incisione "*Abito del profumiere*"²² del 1691 va a mostrare di come l'operato dei guantai-profumieri divenne una parte fondamentale del processo economico provenzale.

Alla fine del '600 verrà prodotta una bevanda, *l'Aqua Mirabilis*²³, a base di bergamotto, limone, arancia e lavanda, la quale si presume fosse capace di guarire da tutti i mali. Un geniale italiano, Giovanni Maria Farina, decise di dare un tocco di originalità alle eau de parfum dell'epoca, aggiungendovi l'ingrediente principale dell'*Acqua della Regina D'Ungheria*²⁴: il rosmarino.

Nel 1693, quando si recò a Colonia, in Germania, cominciò a commercializzare quest'acqua col nome di *Acqua di Colonia*²⁵. Ben presto l'invenzione di G. M. Farina riuscì a riscuotere il successo tra gli uomini del passato come Napoleone e Voltaire. Malgrado le leggende che s'intrecciano attorno alla storia di quest'acqua aromatica nel determinare il suo vero creatore, questa, ancor'oggi continua ad essere considerata come simbolo di eleganza e di stile.

Con l'arrivo dell'Illuminismo vennero introdotte le prime consuetudini relative all'igiene personale. Poiché colpiti dalla crisi del commercio di cuoio, i guantai-profumieri di Grasse decisero di abbandonare l'attività primaria, dedicandosi esclusivamente al settore della profumeria contribuendo allo sviluppo di una nuova tendenza, ovvero quella igienista. Il concetto dell'igiene, oltre a racchiudere al suo interno i benefici per la salute, fu altrettanto paragonato alla purezza dell'animo. Molto popolare era la profumeria secca, utilizzata in modi diversi, ad esempio per il viso, per il corpo, per le parrucche. In seguito a questa tendenza, cominciano ad apparire nelle case le stanze dedicate esclusivamente alla toilette e ai trattamenti da bagno.

Si inizia a parlare di una nuova sensibilità olfattiva, dove gli aromi intensi e corposi cominciano ad essere abbandonati a favore delle fragranze più leggere e delicate. Verso la fine del Settecento fu Maria Antonietta ad introdurre alla corte francese le fragranze che suscitavano le sensazioni di freschezza, pulizia e portavano in un certo senso in simbiosi con la natura. Le fragranze più note utilizzate alla corte, di base floreale, furono *l'Eau di Bouquet di Primavera*, *L'Eau Divine*, *l'Acqua di millefiori*.

Molti profumi, freschi e leggeri, conobbero successo, favorendo così anche la prosperità della regione attorno a Grasse, dove venivano coltivate le materie prime necessarie per la profumeria. Il bisogno di un approvvigionamento costante

²² Molto celebre nella storia della profumeria, questa incisione è attribuita a Gerrit Valck e fu stampata nel 1697 da Nicholas de L'Armessin in una serie dedicata alle corporazioni dei mestieri di Parigi.

²³ Si tratta di una dicitura collettiva e non di un'espressione per acque dalla composizione nota e costante.

²⁴ Scarpa A. (2014): "*Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*", Bologna, Astraea, p.18

²⁵ Scarpa A. (2014): "*Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*", Bologna, Astraea, p.82

delle spezie e piante, dovuto specialmente dall'alta richiesta della "corte profumata"- la corte di Luigi XV- spinse i proprietari terrieri ad acquistare più terreni in Africa, Asia e Sudamerica per coltivare fiori e alberi. Nacque di conseguenza la necessità di trovare dei metodi di estrazione degli olii essenziali alternativi, e fu così che si arriva a scoprire una nuova metodologia dell'*enfleurage*²⁶. Un continuo approvvigionamento delle materie prime e l'elaborazione delle nuove tecniche fece della profumeria una vera e propria industria.

Con l'arrivo della Rivoluzione Francese l'industria del profumo subì un grande colpo, malgrado la creazione delle fragranze come "*Alla Nazione*" e "*Profumo alla ghigliottina*". Maria Antonietta stessa sarà la vittima della sua passione per i profumi. Cercando di fuggire attraverso i campi, fu scoperta, poiché solo le dame di un ceto sociale elevato potevano profumare in un determinato modo. La fragranza, "responsabile" della sua morte, era *Sillage de la Reine*, confezionata appositamente per lei da Jean Francois Hoibigant.

Ben presto la tendenza portata avanti dalla Rivoluzione, sarà soffocata dall'esplosione di una vera frenesia della società per il lusso, profumi compresi.

1.2 I primi marchi di successo

Tra la fine del XVIII e inizi del XIX, nascono nuovi marchi, i quali, oltre ai profumi, cominciano ad offrire alla clientela un'ampia gamma di prodotti (saponi, creme, pomate etc). Tra le più note vi sono *la Casa di Profumo* di Angelo Migone²⁷ a Milano e *la Maison Guerlain*²⁸ a Parigi.

Fondata nel 1778, a Milano, la Casa di Profumo di Angelo Migone, divenne molto presto l'azienda leader a livello nazionale ed internazionale, non solo nel settore profumiero, ma anche nella fornitura di articoli per le botteghe di barberia. Per quest ultimo motivo, probabilmente riuscì a sopravvivere sul mercato per ben oltre duecento anni.

Colui che diede inizio a una dinastia di profumieri, fu, invece, Pierre-Francois Guerlain, il quale dopo alcuni anni trascorsi in Inghilterra a studiare la medicina,

²⁶ Si stende uno strato di grasso animale purissimo su lastre di vetro sopra il quale si pongono i petali di fiori freschi, rinnovandoli più volte nell'arco di un mese. Al termine del procedimento si ottiene un burronmorbido profumatissimo. (Scarpa. A (2014):"*Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*", Bologna, Astraea, p.36).

²⁷ www.accademiadelprofumo.it

²⁸ Vecchiattini M. (2014):"*Il linguaggio segreto del profumo*", Roma, Castelvechi, p.16

decise di tornare in Francia e occuparsi dei articoli per la toelette. Per Pierre-Francois Guerlain il profumo ebbe un significato molto profondo, egli ebbe l'idea del profumo come se fosse un'opera d'arte. Il suo primo profumo è *l'Eau de Cologne Impérial*, creato nel 1853. Insieme alla linea di profumi e accessori creati in quell'anno, *l'Eau de Cologne Impérial* divenne famosa in tutto il mondo. Alla morte di Pierre-Francois Guerlain, il suo nipote Aimé Guerlain, creò nel 1889 *Jicky*, dove venivano racchiusi la vanillina, lo zibetto, la cumarina e il bergamotto. *Jicky* fu il primo profumo dove gli aromi naturali venivano affiancati dalle note sintetiche.

Le fragranze leggendarie Guerlain vennero prodotte dal suo terzo compositore Jacques Guerlain. Tra le più note vi sono *l'Eau de Cologne du Coq* del 1894, *Après L'Ondée* del 1906, ma particolarmente importante è *Shalimar* del 1925. Quest'ultimo prodotto divenne il segno distintivo di Guerlain, poiché era una delle primissime fragranze ad usare la vaniglia.

Finalmente, oltre la metà del XI secolo, si vede comparire per la prima volta, a Parigi, il vaporizzatore, oggi meglio conosciuto come lo spray²⁹. L'uso di spargere il profumo tramite lo spray divenne talmente pratico che fece perdere a quest'ultimo la sua connotazione originale, particolarmente quella medica e religiosa. Non era più necessario ricorrere al fuoco per mettere gli uomini in contatto con il mondo spirituale.

Questi piccoli, ma al tempo stesso significativi cambiamenti, resero l'abitudine di profumarsi popolare, non solo in Francia, ma anche in molti altri paesi europei. Nei primi anni del Novecento cominciò ad apparire sempre più aziende nel settore profumiero tra cui Guerlain, Creed, Molinard³⁰, Piver e molte altre.

Nel 1905 viene fondata a Parigi la Maison Coty³¹ da Francois Spoturno. È il primo "naso" che diede l'importanza non solo al contenuto del flacone, ma anche al flacone stesso. Con molta cura egli studiò i minimi dettagli del flacone, per riuscire a raggiungere una perfetta armonia tra la fragranza e la sua presentazione. La sua scelta cadde sui celebri vetrai René Lalique³² e Baccarat³³. Per la prima volta si vede come l'eleganza del flacone corrisponde completamente al suo contenuto altrettanto elegante e raffinato.

Insieme a questo tocco di creatività, fu geniale, da parte di Coty, l'invenzione della pubblicità. Erano i suoi profumi ad apparire per primi nelle riviste femminili dell'epoca. La sua filosofia di business si riassumeva così: "Date ad una donna il miglior prodotto che potete preparare, presentatelo in un perfetto

²⁹ E' un contenitore, in banda stagnata o alluminio, contenente del liquido la cui espulsione avviene grazie ad un gas liquefatto che ha lo scopo di diffondere il contenuto della bombetta sotto forma di aerosol.

³⁰ Vecchiattini M. (2014): "Il linguaggio segreto del profumo", Roma, Castelvechi, p.21

³¹ Vecchiattini M. (2014): "Il linguaggio segreto del profumo", Roma, Castelvechi, p.18

³² N°5 di Chanel, disegnato da René Lalique nel 1921.

³³ Le boccette di profumo di Baccarat sono quelle disegnate per Mitsuko e Shalimar di Guerlain.

flacone di bella semplicità e di gusto impeccabile, fateglielo pagare un prezzo ragionevole, e tutto ciò sarà la nascita di un gran commercio come mai il mondo ha visto”³⁴.

Immersi in un ambiente imprenditoriale, pur rimanendo comunque un bene di lusso, i profumi cominciano ad essere accessibili ad un numero di persone sempre più largo.

1.3 Il couturier-profumiere XX secolo.

In seguito alla prima guerra mondiale, la parte femminile, riuscì a mostrare di poter portare avanti le attività che precedentemente erano riservate esclusivamente alla parte maschile. Il risultato di quest’emancipazione spinse la società a guardare le donne da un nuovo punto di vista. Né è la prova le nuove linee di abbigliamento che cominciano ad apparire nelle vetrine, caratterizzate da uno stile più pratico e leggero. La trasformazione accompagnata dalle nuove esigenze non si ferma qui, e diventa chiaro che, oltre alla praticità nel vestiario, si ha il bisogno di sentire un senso di freschezza e di leggerezza nell’ambiente.

Molte case della moda riuscirono a cogliere le richieste della società in continua evoluzione, dando così il via ad un nuovo fenomeno, in cui si vede una mutazione parallela dei due mondi, ovvero quello del profumo e quello della moda - la dimostrazione di come l’odore, al pari di un abito, è in grado di imporre uno stile.

Agli inizi degli anni Venti del secolo scorso il mondo vide nascere dei grandi profumi, dei quali lo scopo principale era quello di adattarsi sia allo stile della Maison, ma altrettanto conferire alle proprie linee di abbigliamento un tocco di individualità privo di tratti distintivi.

Jeanne Lanvin, fondatrice della *Casa di moda Lanvin*³⁵, cominciò la sua carriera da stilista ancora nell’età adolescenziale. Sin dall’inizio dimostrò la sua bravura nel realizzare dei cappellini per le signore, e dopo la nascita della prima figlia decise di diventare designer degli abiti da bambini, coordinati a quelli disegnati per le loro mamme.

Con la tendenza che si andò sviluppando in quest’epoca, Jeanne Lanvine non perse l’occasione e creò la Lanvin Parfums. Il profumo più celebre è l’*Arpège*³⁶,

³⁴ Vecchiattini M.(2014):”*Il linguaggio segreto del profumo*”, Roma, Castelvecchi, p.18

³⁵ Lanvin è una casa di moda francese, fondata da Jeanne Lanvin nel 1885.

³⁶ Scarpa A.(2014):”*Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Bologna, Astrapa, p.128

creato nel 1927, in occasione del compleanno della sua figlia Maguirette. D'ispirazione fu il suono che la figlia – musicista, produceva durante le sue esercitazioni sul pianoforte.

Ma il profumo che rivoluzionò il settore profumiero fu il leggendario *Chanel n°5*³⁷. Creato nel 1921 da Ernest Beaux, rappresentò proprio un'innovazione, diventando il vero simbolo della *Casa Chanel*.

Si tratta di un profumo, risultato di una sintesi al quanto audace, in cui le essenze naturali mischiate a quelle sintetiche, riuscirono a soppiantare molte essenze floreali, inaugurando ufficialmente la categoria dei floreali aldelaidi. Il desiderio di Coco Chanel era quello di creare un qualcosa fuori dagli schemi e difficile da imitare. Non volle semplicemente la classica essenza floreale, ma un profumo che odori di donna, perché a suo parere una donna deve odorare di donna e non di una semplice rosa. Per questo motivo troviamo racchiuse al suo interno delle essenze di gelsomino e muschio, i quali, all'epoca erano attribuite generalmente alle cortigiane e prostitute.

Molte altre fragranze comparirono in questo decennio, come *Tabac Blond* di Carno oppure *Habanita* di Molinard, tutte esempio di originalità e di innovazione.

Nel decennio successivo diverse case di moda lanciarono i loro profumi, che divennero di fama internazionale, ma con la Seconda Guerra Mondiale, lo shock fu inevitabile anche per questo settore. Sempre più difficile divenne l'approvvigionamento delle materie prime, per cui molte Maison limitarono la loro produzione oppure cominciarono a produrre all'estero, nei casi peggiori chiusero l'attività. Questo trasferimento delle idee e *know how* dall'Europa, permise, soprattutto all'industria profumiera americana, di nascere e svilupparsi nei decenni successivi.

Con la fine della guerra, si percepisce nell'aria il bisogno di libertà e di spensieratezza, accompagnato dalla costruzione delle fondamenta per il boom economico degli anni successivi. Molti beni fin'ora considerati di lusso, divennero accessibili a tutti e la profumeria non era l'eccezione.

Il primo profumo economico che conobbe successo di massa fu *Youth Dew* di *Estée Lauder*³⁸. La casa cosmetica, inizialmente specializzata negli olii da bagno, talmente apprezzati dalle donne per la possibilità di poter odorare in un modo piacevole, la spinsero a farne la versione in profumo.

³⁷ Scarpa A.(2014):”*Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Bologna, Astraea, p.125

³⁸Vecchiatti M(2014):”*Il linguaggio segreto del profumo*”, Roma, Castelvechi, p.22

Da sottolineare che *Youth Dew* fu la prima fragranza creata da un compositore americano per un'azienda americana, dato che prima di allora erano i nasi creatori francesi a comporre per le aziende americane.

Gli anni Sessanta-Settanta-Ottanta caratterizzati dal movimento “*hyppie*”, dalla sperimentazione, dalla libertà sessuale, dall'apertura all'estero, fecero perdere al profumo l'allure culturale. Non si trattava più di produrre o vendere, ma di analizzare il mercato, in particolare il comportamento dei consumatori al fine di ottimizzare le vendite. Il protagonista della fragranza non è più il profumo, ma il messaggio che viene trasmesso.

Si comincia ad assistere ad una sperimentazione, in cui la fragranza come tale perde il suo valore e si concentra di più sulla sua percezione visiva. Un gran numero di consumatori comincia ad acquistare non più in base alle preferenze personali, ben più sotto l'influenza dei trend stagionali, aumentando la domanda in maniera sproporzionale. Ma le case cosmetiche seppero far fronte alla crescente domanda espandendo il loro business anche all'estero, diventando delle grandi multinazionali.

Molte case cosmetiche in seguito furono acquistate dalle varie multinazionali, desiderose di espandersi in maniera verticale.

2. I NASI COMPOSITORI

2.1 Da chi viene composto il profumo?

Il compito di tradurre l'ispirazione in profumo è svolto dal profumiere, più conosciuto come “naso”³⁹. In base al periodo storico, il ruolo di questo personaggio misterioso veniva ricoperto da figure diverse, dal sacerdote all'alchimista, dal couturier al chimico, fino ad arrivare alla figura del manager.

Fino a pochi secoli fa, i “nasi compositori” erano pochi, ed essendo perlopiù autodidatti, lavoravano su base personale per una cerchia ristretta degli individui. In linea generale le loro creazioni ruotavano attorno ad una spezia o un fiore principale, generando così degli odori abbastanza intensi.

Solo alla fine dell'Ottocento, contemporaneamente al sorgere delle prime vere e proprie aziende profumiere, vennero condotte delle ricerche nel campo scientifico, le quali portarono alla scoperta delle molecole odorose sintetiche. Questo

³⁹ Il professionista o meglio l'artista e vero maestro dell'arte profumiera.

ritrovamento, tanto importante, aprì le porte verso un mondo astratto, dove, oltre alla possibilità di ricreare gli odori delle piante, fu possibile creare una vera opera d'arte mai esistita prima.

Purtroppo col passare del tempo, la figura del *parfumeurs Maison* perse il suo valore, a causa delle aziende essenzierie, le quali cominciarono a specializzarsi nella composizione delle fragranze, per ciò molto spesso e volentieri, oltre alle materie prime, offrivano anche le basi profumiere già pronte. Nel giro di pochi anni queste aziende divennero delle multinazionali, stabilendo le sedi in varie parti del mondo. Al giorno d'oggi, molte fragranze sono create nei laboratori di queste aziende specializzate e in pochi ricorrono ancora all'aiuto dei *parfumeurs Maison*.

Un po' perché le multinazionali si sono allargate così tanto, che la figura del compositore ha perso il suo significato originale, un po' perché sin dalla nascita di questa professione artigianale questa non è mai stata classificata come una forma d'arte alla pari dell'arte artistica oppure dell'arte musicale. Probabilmente una delle ragioni principali è che i compositori, così come nel passato, tutt'ora si trovano a dover tacere e non parlare volentieri di quello che fanno. E infatti, i testi che vanno a documentare la vita dei celebri *parfumeurs Maison*, le loro considerazioni estetiche e i loro valori, rispetto alle centinaia di migliaia di volumi che raccolgono i lavori e le creatività dei scultori, musicisti e fotografi, sono molto pochi.

Nemmeno leggendo una rivista si riesce a formare un'opinione sul prodotto che abbiamo di fronte, poiché non è altro che una semplice espressione pubblicitaria, risultato di una manovra commerciale. Avendo pochi testi a disposizione e quasi nessuna rivista, per coloro che vorrebbero approfondire questo discorso è difficile affidarsi alle varie critiche ed opinioni, poiché il numero delle persone davvero dotate di un gusto e di una formazione specifica è particolarmente ridotto.

Un altro fattore negativo presente oggi in questo settore industriale, è l'assenza di diritto d'autore o di proprietà intellettuale, e il fatto che non esistano leggi in grado di tutelare gli autori di profumeria nel momento in cui questi cedono la formula all'azienda che l'ha commissionata, è molto triste. Molto spesso si scontra con la situazione in cui, una volta creato il prodotto da un certo autore, questo può essere modificato radicalmente da un altro autore ed essere venduto sotto il vecchio nome, o addirittura questo verrà attribuito a chi lo ha modificato. In molti casi si parla anche di plagio, ma nessuno può farci niente, poiché non essendo stata elaborata una forma di protezione dei profumi come "opere dell'intelletto", una volta ceduta la formula, l'autore cede anche i suoi diritti. È quasi impossibile risalire al vero nome di chi ha composto determinate fragranze, ma con il fatto che il numero delle persone che comincia ad interessarsi a tale argomento è in continua crescita, sempre più nomi stanno venendo alla luce. Grazie al fenomeno della "netgeneration", sui diversi forum e blog, si possono trovare un elenco degli autori

insieme ai loro percorsi formativi, considerati alla stregua di un'evoluzione artistica. In più, forse in seguito a questo interesse così acceso, queste figure artistiche molto spesso si vedono comparire nei show televisivi o durante le conferenze stampa, dove vengono intervistate riguardo le loro idee estetiche e il loro gusto. Per questo molte aziende decidono in alcuni casi di affidarsi a *parfumeur Maison*, o di divulgare i nomi dei compositori delle loro fragranze di successo, al fine di conferire ai propri marchi maggior prestigio ed esclusività. Ovviamente tale concetto non è applicabile a tutte le aziende: la maggioranza preferisce ricorrere ai fornitori esterni. Probabilmente questo tipo di strategia è il modo più efficiente per evitare il rischio di perdere nell'immaginario artistico legato alla creazione delle fragranze e per evitare che la clientela segua il creatore invece del marchio.

2.2 Il lavoro di composizione oggi

A differenza del passato, dove il mestiere del “naso” si tramandava da generazione a generazione, oggi questo lavoro viene svolto dai chimici-compositori che hanno la formazione in chimica, nel campo alimentare o nella profumeria di lusso. Di solito lavorano da soli, specialmente quando si tratta di un *brief*⁴⁰, o in gruppo, nel caso dei progetti più impegnativi.

Si tratta di una professione molto selettiva, dove per poter accedere, oltre alle conoscenze delle tecniche e talento, bisogna possedere un ricco bagaglio artistico-culturale. Attualmente le soluzioni per questo mestiere sono abbastanza limitate, per questo l'individuo il più delle volte è costretto a soggiornare all'estero. Una volta entrati in questo particolare settore lavorativo, si ritrovano ad affrontare dei percorsi molto impegnativi, caratterizzati da un livello di competizione abbastanza alto. Molto spesso, nonostante le capacità professionali, è facile essere allontanati dalla creazione.

Nel momento in cui un'azienda essenziera decide di lanciare un nuovo prodotto o di cambiarne il profumo, si rivolge alle case essenziere fornendo loro il cosiddetto *brief*, cioè un documento dove vengono indicate tutte le informazioni necessarie al fine di creare il profumo. Ovviamente più informazioni ci sono, meglio è.

In linea generale le indicazioni comprese al suo interno sono le seguenti:

- il costo;

⁴⁰ Vecchiattini M. (2014): "Il linguaggio segreto del profumo", Roma, Castelvechi, p.35

- l'obiettivo finale del prodotto, cioè la categoria dei consumatori ai quali è destinato ;
- l'area olfattiva, o di preciso che nota si desidera per il prodotto: floreale, agrumata, speziata etc.;
- il tipo di base che si deve profumare, ad esempio una base poco aggressiva⁴¹ o una base acida.

Una volta apprese tutte le informazioni del *brief*, il profumiere può procedere con la creazione.

A meno che non si tratta di un esclusiva del profumo, il naso creatore può ricorrere all'utilizzo delle fragranze che ci sono nel suo *shelf*⁴², a condizione che queste corrispondano alle richieste dell'azienda profumiera contenute nel *brief*. In caso contrario, se non vi sono fragranze adatte, si procede con la creazione di un nuovo profumo.

A tale proposito bisogna identificare bene le parti del profumo, poiché ciascuna di esse, svolge, in un certo senso, una funzione diversa. La nota di testa, per esempio, è quella che viene percepita non appena si sente il profumo. La nota di cuore è quella che rappresenta il fulcro del profumo. La nota di base, invece, sarà poi quella che si percepirà non appena il resto sarà evaporato. Dato che è molto facile cadere in errore, saper distinguere e identificare bene le funzioni di ogni singola parte, è molto importante, al fine di evitare qualsiasi tipo di disequilibrio tra le componenti. Quindi, l'obiettivo principale del profumiere, è quello di saper dosare bene le note.

Di solito, per verificare che il *jus* (cioè il fluido) in via di creazione soddisfi le linee guida del *brief*, il tecnico-compositore è accompagnato da una valutatrice. Questa figura, in teoria non possiede le stesse conoscenze del naso creatore, ma la sua presenza è essenziale nell'indirizzazione verso la formula più adatta.

Una volta trovata la formula, questa dovrà essere testata sulla base del cliente, dopo di che, inviata negli appositi laboratori per assicurarsi che vengano rispettate tutte le regole vigenti dei Paesi in cui si vuole vendere il prodotto. Nel momento in cui gli esiti dei test mostrano risultati positivi, il prodotto potrà essere trasferito sul mercato e sottoposto al giudizio dei clienti ai quali è destinato il prodotto finale. Tutto questo serve al fine di garantire che nessun ingrediente contenuto nella formula possa creare dei problemi al cliente. In ogni caso le aziende

⁴¹ Una base composta da materie prime in grado di annullare l'azione del profumo. Per esempio l'acido cloridico o l'acido fosforico.

⁴² Letteralmente significa mensola o scaffale.

cercano di fare del suo meglio, per non perdere nell'immagine e non deludere il consumatore.

Quando si tratta di progetti più importanti rispetto al *brief*, vengono create delle équipes di più compositori, in competizione tra loro. La ragione per cui può verificarsi un certo livello di tensione, in questo caso, è dovuto dal fatto, che molto spesso le aziende essenzierie pagano il compositore a peso. Questo vuol dire che l'azienda va a calcolare quanti kg di materie naturali e sintetiche potrà vendere il *brief* vincente.

In linea di massima, la composizione della fragranza impiega attorno ai due mesi, anche se grazie alle recenti innovazioni⁴³, è possibile accelerare l'intero processo.

Si può ben comprendere da quello che è stato spiegato fin qui, che molti profumi che si possono trovare oggi in commercio, tra cui i *best seller*⁴⁴, come ad esempio *Versace Eros pour Homme* oppure *Versace Eros pour Femme*, e molti altri, non sono altro che, il risultato di un'infinita creatività ed originalità, accompagnati dalla professionalità e il senso artistico.

2.3 Il passo finale della composizione

Chiaramente, al giorno d'oggi, il settore profumiero è molto incintivato da aspetti economici, d'altronde come la maggioranza dei altri settori lavorativi. Si punta in continuazione al raggiungimento di un determinato obiettivo finanziario, tramite la definizione dei piani di marketing di breve-medio periodo.

Nel caso del profumo, basare l'obiettivo finale esclusivamente sul fattore economico può risultare non del tutto ragionevole, poiché si tratta di una categoria dei beni di consumo che suscitano emozioni e ricordi. Purtroppo, oltre a cercare di comporre un aroma che rientri nell'investimento previsto dall'azienda, il lavoro del compositore finisce qui, e non essendo capace di influire direttamente sulla sfera emotiva dell'individuo, questo compito spetta ad enti competenti in tale campo. Ovviamente non si tratta di conoscere i gusti del cliente, ma si tratta di una serie di studi che permettono di comprendere le loro preferenze. Ed è qui che entra in gioco il Dipartimento Marketing.

⁴³ Il gas cromatografico, oggi preferito dalla maggior parte dei laboratori, perché facilita l'analisi della composizione della fragranza, riducendo notevolmente i tempi di realizzazione dei profumi.

⁴⁴ Indica un prodotto che registra un altissimo numero di vendite.

Ad un occhio non esperto, potrà sembrare che creare delle “banali” suggestioni, non ha niente a che fare con la fragranza stessa, che è un mondo a parte, ma in realtà non è così.

Prima di procedere con la parte estetica e del messaggio che questa dovrà trasmettere, si cela dietro tutto un percorso di studi che si basa su vari aspetti della società, al fine di codificare il gusto medio di quest’ultima. Si può comprendere meglio di cosa si tratta mettendo a confronto due culture completamente opposte fra loro, come l’Estremo e il Medio Oriente.

Parlando dell’evoluzione delle fragranze in varie parti del mondo, avevamo appreso quali erano le piante caratteristiche di ogni Paese. Per ciò, si può ben capire, che mentre nei paesi come il Giappone o la Cina, si dà la preferenza agli odori più soffici e delicati, nei paesi del Medio Oriente si va a favore delle fragranze molto più intense. Ed è vero che, in quest’ultimo caso, molto difficilmente le fragranze riscuoterebbero successo in Occidente. Per questa ragione, indipendentemente dal marchio, nel momento in cui si pensa ad una fragranza, bisogna essere attenti che la formula risulti abbastanza generica, al fine di poter raggiungere il target finanziario.

Dal momento in cui si comincia a progettare la presentazione della fragranza, non si parla più di essa come una cosa singola, ma di un insieme che racchiude in sé il nome, il marchio, il packaging ed il testimonial. Saranno tutti questi aspetti ad influire sulle vendite, per via del messaggio che viene trasmesso, per via del marchio prestigioso o perché si tratta di una novità etc.

Da queste manovre, che oggi caratterizzano il mondo del fashion, della bellezza ed eleganza, si può dedurre di come nella maggior parte dei casi le scelte dei consumatori vengono influenzate inconsciamente da tutt’altro che una scelta individuale. Il più delle volte si tratta di un acquisto - risultato delle suggestioni e messaggi percepiti nell’ambiente circostante, per ciò l’acquisto della fragranza come tale è solo una piccola parte.

2.4 Quello che resta dietro il sipario

Analizzando il processo della creazione, accompagnato da una serie di richieste da parte del cliente, avevamo citato la parte dei costi. Vuol dire che l’azienda deve prevedere i limiti del budget entro quali vorrebbero rientrare, per poter trasformarlo nel profitto. Ma ci siamo mai chiesti se il cosiddetto profitto reale dell’azienda dipende esclusivamente da quello che è contenuto all’interno del flacone? Abbiamo mai pensato qual’è la parte del prezzo totale che andiamo a pagare per il *ju⁴⁵s*? Come reagirebbero i consumatori se venissero a sapere che in realtà del

⁴⁵ Il fluido contenuto all’interno del flacone.

costo totale per la confezione, solo il 2-3% è attribuito al fluido all'interno del flacone?

Sarà difficile ammetterlo, ma è così, quello che si va a pagare è la parte che in realtà noi non vediamo. Il nome del brand, la pubblicità, persino la scatola, che molto probabilmente butteremo via subito dopo l'acquisto, sono i costi principali che noi andremo a coprire. Quello che in seguito resterà sulla nostra pelle e si sentirà nell'aria, sono solo quei pochi due o tre euro. In realtà, queste sono le vere cifre che vengono indicate nel brief. Contrariamente al desiderio dell'azienda essenziera, il cliente che richiede la formulazione del profumo, punta a spese minime. A priori vengono escluse tutte quelle sostanze che innanzi tutto sono sconsigliate dall'IFRA⁴⁶ e tutte quelle considerate costose.

Per capire meglio, guardiamo un attimo come la resa per chilogrammo può influire sul costo finale. Per esempio, se si utilizza una tonnellata di fiori per ottenere 1 kg di assoluta, questa costerà molto. Il prezzo varia in base al tipo di pianta. Nel caso di tuberosa, il costo si aggira intorno a sei-settemila euro al kg; nel caso di gelsomino, si parla di cifre molto più alte, che superano i ventimila euro al kg. Da non dimenticare anche la provenienza delle piante, che influisce sul prezzo finale.

Non si può più paragonare l'utilizzo delle materie prime con il passato. Ancora a pochi decenni fa, il costo della materia prima non influenzava le scelte del naso creatore, l'importante era creare qualcosa di unico ed eccezionale, d'altronde anche il numero dei clienti era molto ristretto. Inoltre, l'utilizzo delle materie sintetiche era inferiore, non per via del loro costo, ma semplicemente per aggiungere quelle note di dinamicità in più. Questa tradizione centinaria, fu interrotta solo a partire dalla metà degli anni Settanta del secolo scorso, quando è uscito l'*Opium di Yves Saint Laurent*⁴⁷. Si è intenzionalmente creato un prodotto dalla fragranza meno costosa, investendo principalmente nel settore del marketing. I risultati ottenuti in seguito alla campagna pubblicitaria, hanno dimostrato che, anche se si investe di meno nella fragranza, ma di più nell'immagine, il profumo si venderà lo stesso. Sicuramente, nel momento in cui si decide di procedere verso la riduzione dei costi, eliminando le materie più costose, bisogna stare attenti a non eliminare quello che ha dato vita e portato successo alla fragranza.

Molte fragranze leggendarie, come *Chanel n°5*, ancora fino a pochi anni fa, sono state fedeli alle formule originarie, impiegando delle materie prime molto costose, tra cui il famoso gelsomino di Grasse e la rosa. Ma con l'intervento dell'IFRA, è stato proibito l'utilizzo di alcune molecole naturali, considerate allergeniche, tra cui lo stesso gelsomino. Nella maggioranza dei casi, quelle che vengono vietate, sono appunto le sostanze-protagoniste del profumo, e vietandone

⁴⁶ International Fragrance Association. E' un Organismo internazionale creato e finanziato dalle Maison di cosmetici che ha lo scopo di condurre dei test sia sulle materie prime che sui prodotti finiti.

⁴⁷ Scarpa A.(2014):"Profumo. Piccola guida alle fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.149

l'utilizzo, non si ha la garanzia che sostituendole con quelle sintetiche si otterrà lo stesso risultato. Questo vuol dire, che molto presto spariranno le formule storiche, alle quali verranno associate strutture diverse.

Sempre più spesso si vedono le delusioni da parte dei molti appassionati dei profumi nei confronti delle grandi Maison, accompagnate dalle critiche per l'abbandono dell'eredità culturale. Essendo molte le persone, che nel corso della loro vita hanno individuato quell'unica fragranza, in grado di rappresentare la loro personalità, cominciano a chiedersi cosa stia succedendo alle loro amatissime fragranze. Nonostante le case profumiere neghino la riformulazione dei loro profumi, non serve essere esperto per comprendere le differenze fra le nuove e vecchie versioni. Né è l'esempio *Shalimar* di Guerlain, che suscita sempre più polemiche riguardo alla sua autenticità.

Molte sono le discussioni su tale argomento, dove, da un lato si trova un numero di clienti insoddisfatti sempre in aumento, e dall'altro, le aziende che cercano di mascherare la verità, negando le manipolazioni delle fragranze. Ma con l'espansione dei social network, il confronto tra gli individui provenienti da diverse parti del mondo è inevitabile, come diventa inevitabile per le aziende il giudizio negativo indirizzato verso l'allure lussuoso del loro marchio .

2.5 Gli effetti del marketing

Osservando la società odierna, dove si presta attenzione allo status, allo stile, insomma, al modo di apparire in una determinata maniera, si può affermare che il lavoro del marketing ha fatto e continua a fare il suo dovere. Creando delle suggestioni, le quali come delle formule magiche catturano l'attenzione della società e suscitano tanto interesse, si è riusciti a spostare l'importanza della fragranza sul secondo piano rispetto al messaggio che viene trasmesso. Ormai il più delle volte le scelte vengono fatte in base a quello che si vede e non in base a quello che viene percepito tramite il nostro olfatto. E' interessante osservare di come oggi, non solo la parte femminile, ma anche la parte maschile corrono dietro ai brand, dietro alle novità, dietro alle esclusive, pur di trasformarsi in quel tipo di persona che la suggestione di un specifico messaggio ci promette.

Può sembrare assurdo, ma l'affermarsi di queste nuove abitudini che caratterizzano il mondo degli odori, alla società va più che bene. Quante persone adesso entrando in un negozio, escono fuori in giro di qualche minuto con la busta in mano? Quante persone corrono a comprare un nuovo profumo sentito addosso ad un'amica/o, senza pensare che su di sé potrebbe essere percepito in maniera diversa?

Un uso molto comune che si è affermato negli ultimi tempi, è quello di annusare il tappo del contenitore, senza addirittura spruzzarlo su un *touche*⁴⁸. Qual'è il risultato? Che le aziende riservano più attenzione alle note di testa, rispetto a tutto il resto. Molto spesso, in questo modo possiamo scoprire, solo dopo aver acquistato il profumo, che questo presenta delle banali note di cuore e di base, se non addirittura sgradevoli.

Purtroppo, la visione che caratterizza il profumo oggi, lascia sempre meno spazio a qualcosa di intimo, di profondo. Ma sicuramente è rimasto ancora spazio per coloro che riescono a cogliere la creatività, il mistero, le sensazioni trasmessi dalla fragranza e di immergersi nel mondo dei ricordi e dei desideri.

2.6 Una doppia realtà

Risulta evidente di come nel ventunesimo secolo i compositori si trovano in continuazione a dover lottare in più direzioni per far ascoltare alle aziende le proprie idee, ed è al quanto frustrante. Si trovano sotto pressione a causa degli altri profumieri della stessa azienda che vorrebbero lavorare per lo stesso cliente, ma è altrettanto pesante la presenza delle valutatrici che non lasciano spazio all'immaginazione e riportano l'autore dal loro mondo fantastico in quello reale, dove non si può osare se non entro i limiti indicati nello *brief*.

In un breve futuro, questo stato di fatti può portare al verificarsi delle conseguenze di varia natura. In primo luogo, questo può generale una nuova fase, in cui i veri maestri che lavorano sui brief, verranno sostituiti dai giovani inesperti, non dotati dell'esperienza e dell'ispirazione necessaria per riuscire a dar vita ad un prodotto che potrà in qualche modo superare almeno quelli che sono presenti sul mercato odierno. Nei casi peggiori, è alta la probabilità che il mercato sarà sommerso dalle fragranze di una qualità talmente scarsa che porterebbe l'azienda a continue perdite.

Un altro possibile scenario, è che per recuperare il prestigio di una volta e la fiducia dei consumatori, le aziende si rivolgano a dei veri nasi compositori, lasciando loro la libertà di manovrare la composizione della fragranza a loro piacimento, sperando di riuscire a realizzare in questo modo un bene di consumo senza precedenti. Magari, in seguito a quest'ultima ipotesi il profumo riuscirebbe a ripristinare il suo status di oggetto artistico, e a stimolare i *perfumeurs Maison* ad introdurre i marchi di profumeria artistica, abbandonando le direttive dell'industria tradizionale.

⁴⁸ Strisciolina di carta dove versare le fragranze ottenute per testare la creazione.

Chissà, forse un giorno vedremo altrettanto sorgere delle Accademie d'arte profumiere, in grado di formare dei nuovi talenti e di tramandare le conoscenze preziose da generazione a generazione.

Sfortunatamente, per ora questa rimane solo una speranza, dove nella dura realtà risulta difficile ottenere una preparazione adeguata, lasciando inespresi molti talenti.

Oggi se si vuole immergersi nel mondo profumiero, le sedi dove poter apprendere le tecniche e le conoscenze necessarie sono davvero poche, le tre principali sono: il *Gip*, l'*Isipca* e le scuole che si trovano direttamente all'interno delle multinazionali. *L'Isipca (Institut Supérieur International du Parfum de la Cosmétique et de l'Aromatique Alimentaire)*⁴⁹ ha la sede a Parigi, dove per accedervi bisogna possedere il diploma in chimica, ed è necessario saper parlare la lingua francese. Di solito il percorso dura da uno a tre anni, che permette di svolgere dei lavori sia in aula che nei laboratori di qualche azienda partner. In seguito si può scegliere in quale campo specializzarsi, quello profumiero, alimentare o quella della profumeria funzionale (detergenti).

Il *Grasse Institute of Perfumery*⁵⁰ è una scuola privata, che offre dei corsi annuali di formazione in profumeria industriale ed è a numero chiuso. In seguito prevede uno stage in azienda.

L'ultimo tipo di studi è riservato esclusivamente ai dipendenti che lavorano all'interno della multinazionale, o ai stagisti oppure a coloro che sono in possesso della borsa di studio, dei quali i criteri di selezione sono poco chiari.

In Italia è presente la filiale francese di *Mouillettes&Co* che offre una formazione ad alto livello a chi desidera approfondire i diversi aspetti del mondo profumiero.

3. IL LINGUAGGIO DEL PROFUMO

Il mondo del profumo, avvolto sin dalle sue origini da un mistero, ha rappresentato, in ogni sua fase evolutiva, un mezzo tramite cui poter realizzare tutto ciò che il cuore e la mente desiderino.

Ma quali sono le caratteristiche fondamentali del profumo?

3.1 Le materie prime naturali

⁴⁹ Vecchiattini M.(2014):"Il linguaggio segreto del profumo", Roma, Castelvechi, p.96

⁵⁰ Vecchiattini M.(2014):"Il linguaggio segreto del profumo", Roma, Castelvechi, p.96

Le materie che hanno dato vita al profumo, sono le materie prime naturali. Le proprietà odoranti di questi materiali vengono ricavate da:

- semi di alcune piante: ambretta, sedano, coriandolo;
- frutti(la buccia degli agrumi): limone, arance, bergamotto, cedro;
- foglie: patchouli, alloro, verbena;
- alcuni legni: sandalo, legno di rosa, cedro
- bacche di alcuni alberi: pepe e peperoncino
- fave: tonka e cacao e così via.

Per le loro proprietà benefiche scientificamente dimostrate, gli olii essenziali possono essere definiti come uno dei più sorprendenti prodotti che la natura ci ha messo a disposizione. Oltre ad essere stati utilizzati a scopi spirituali nel passato, oggi dimostrano di avere le capacità rilassanti, stimolanti, benefiche, nonché antibatteriche, antivirali etc.

Durante la creazione di un profumo, nel momento in cui si desidera raggiungere un certo livello di concentrazione, bisogna prestare attenzione a diversi fattori che possano influire sulla composizione chimica. Queste variazioni possono essere riconducibili alla pianta stessa oppure all'ambiente circostante. In seguito alle modificazioni subite, bisogna controllare se sono stati influenzati i fattori biologici oppure quelli tossici.

I fattori principali che possono portare a dei mutamenti quali-quantitativi, sono:

- specie botanica, ovvero bisogna capire la specie di appartenenza della pianta, perché, ad esempio, l'essenza di *lavandula vera* è diversa da quella della *lavandula spica*;
- fattori ambientali, si riferisce in generale agli aspetti dell'ambiente, quali l'altezza, il clima, la latitudine etc. Infatti, il gelsomino di Grasse, è molto più pregiato rispetto a quello dell'India proprio per via delle circostanze;
- conservazione, è chiaro che dopo la raccolta delle piante queste cominciano a subire delle trasformazioni interne, per ciò, dato che, generalmente per estrarre l'olio essenziale, vengono utilizzate le piante allo stato fresco, bisogna sottoporle al quanto prima ai trattamenti necessari, onde evitare eventuali fermentazioni. Da non escludere, però le piante appassite, poiché questo non è per forza sinonimo di "inutilizzabile", anzi, qualche volta i principi attivi delle determinate piante, durante la fase di appassimento raddoppiano.

Naturalmente la mutazione può avvenire anche dopo l'estrazione, a causa della conservazione sbagliata. Questo può dipendere dal tipo di flacone, dal luogo e così via. Se, ad esempio, il flacone è esposto al sole, avvengono una serie di reazioni chimiche che possano cambiare il colore del fluido, l'aroma, la sua composizione. In più, se il flacone è stato chiuso male, c'è il rischio di evaporazione di alcuni componenti, se non addirittura la formazione delle resine o l'ossidazione.

Una volta che l'olio essenziale è stato ottenuto, si è di fronte ad un liquido molto lipofilo, il quale potrà essere miscelato insieme ad alcol etilico oppure un olio vegetale.

Al fine di ricavare il materiale tanto pregiato, sono state elaborate nel corso dei secoli una serie di tecniche, con lo scopo di facilitare la lavorazione delle materie naturali e di ricavarne delle quantità sempre maggiori. Quelle più diffuse sono la distillazione e l'espressione. Mentre il metodo dell'espressione funziona esclusivamente a freddo, per trattare le piante più delicate, il secondo fa utilizzo del vapore. Da sottolineare che tramite quest'ultimo metodo, è possibile ricavare dalla stessa pianta solo alcune note e non altre, basta raccogliere in contenitori diversi, e soprattutto in momenti diversi, l'olio essenziale che esce dal tubo di raffreddamento. Non staremo qui a trattare ora nel dettaglio tutte le tecniche di estrazione, basterà solo comprendere, che la materia prima può essere trattata in modi diversi, in base al risultato che si desidera ottenere.

Comunque sia, quando pensiamo alle materie prime naturali, è vero che, da un lato parliamo delle sostanze in grado di conferire al nostro corpo e alla nostra pelle un odore imparagonabile e quasi magico, ma dall'altro lato ci si scontra con la dura realtà, quando il cosiddetto piacere temporaneo può essere non accessibile a tutti. Fortunatamente, la profumeria contemporanea ha trovato la soluzione anche a questo problema, introducendo quelle sostanze, che molto spesso e volentieri non cedono a quelle naturali.

3.2 Le materie prime sintetiche

Fino alla metà dell'Ottocento, il profumo veniva realizzato esclusivamente miscelando olii vegetali o alcol con essenze naturali. Ma a partire dalla seconda metà del medesimo secolo, grazie ai progressi della chimica organica, furono scoperte le prime molecole di sintesi.

Le primissime materie sintetiche furono la cumarina, la vanillina, l'acetato di benzile, gli iononi, i quali, in breve, non sono altro che delle molecole chimiche composte da più atomi. Molte delle molecole sintetiche non assomigliano a niente di quello che esiste in natura, anzi, si potrebbe dire che posseggono un odore proprio,

talvolta persino sgradevole da annusare, ma usate in combinazione con le materie naturali, conferiscono al profumo quelle note di unicità in più.

Dal momento in cui i compositori dell'Ottocento compresero di poter creare qualcosa di innovativo e di particolare, in seguito alla scoperta di tali molecole, presero ad usarle insieme alle materie prime naturali. Da allora in poi, questo uso che si affermò nel mondo profumiero non venne più abbandonato. Difatti, si può vedere come nel corso degli anni, la percentuale delle materie prime rispetto a quelle sintetiche diminuì progressivamente. Particolarmente importanti furono le ricerche nel campo chimico che accelerarono tale processo, fino a diminuire la percentuale delle materie prime naturali in maniera sproporzionale. Oggi si può vedere come i materiali naturali costituiscono introno al 5% del flacone, se non di meno.

Le molecole sintetiche vengono create nei laboratori chimici derivate dai diversi materiali, come il carbone, il petrolio, oppure il catrame minerale dal quale derivano la vanillina e la cumarina. Possono essere derivate dalle molecole di alcuni oli essenziali.

Come è stato precedentemente detto, le molecole sintetiche oltre a rappresentare l'imitazione delle materie naturali, molto spesso si differenziano del tutto da quello che conosciamo. Per questo, possiamo categorizzare queste molecole in due gruppi: *“natural-identici”*⁵¹ e *“isolati”*⁵².

Per quanto riguarda il primo tipo di molecole, queste sono quasi “identiche” a quelle naturali, con la differenza, che invece di essere estratte tramite la distillazione delle piante, vengono ricreate nei laboratori in maniera artificiale.

Molti sono i punti a favore di questo metodo. Innanzi tutto, già il fatto che da la possibilità di evocare l'odore dei fiori che non possono essere lavorati a causa della loro delicatezza e fragilità, lo rendono perfetto. In secondo luogo, è conveniente per i compositori, al fine di risparmiare sia sui costi, ma anche sui tempi, che invece richiedono la lavorazione e la trasformazione delle materie naturali.

Una delle ragioni non di poca importanza, è che il verificarsi delle situazioni nuove, difficili da prevedere, possono danneggiare le piantaggioni, riducendo la quantità delle sostanze naturali. Così come può trattarsi degli eventi atmosferici, può trattarsi anche delle guerre o eventi catastrofici che possono interrompere l'approvvigionamento del prodotto. L'utilizzo delle molecole sintetiche rappresenta la soluzione ideale a questo problema.

Un altro punto a favore delle molecole *“natural-identiche”*, è che si evita in tale modo di sacrificare le vite degli animali. Alcune materie prime naturali di derivazione animale sono: il muschio estratto dalle ghiandole sessuali del camoscio

⁵¹Vecchiattini M.(2014):*“Il linguaggio segreto del profumo”*, Roma, Castelvecchi, p.113

⁵² Vecchiattini M.(2014):*“Il linguaggio segreto del profumo”*, Roma, Castelvecchi, p.115

tibetano oppure lo zibetto estratto dalla vivera. Quando si è tentato di allevare questi animali e di anestizzarli, si è scoperto che smettevano di produrre il materiale essenziale, e le continue ricerche di queste materie ha quasi portato alla loro estinzione. Per ciò si può contestare che la sintesi rappresenta un modo alternativo di gran importanza.

Oltre all'estinzione di alcuni animali, portatori del materiale prezioso, anche l'esaurimento delle scorte di alcune risorse naturali è stato risolto grazie alla loro sostituzione con le materie sintetiche. Ad esempio, nel caso del legno di sandalo, con lo sfruttamento eccessivo da parte dell'uomo delle foreste, le scorte di questo materiale sono diminuite drasticamente.

Il secondo tipo di molecole sintetiche, "*isolati*", è caratterizzato dal fatto di poter rappresentare solo una parte dell'odore di una certa materia prima. Ad esempio, la vanillina è la molecola che conferisce alla vaniglia il suo tipico odore, mentre il mentolo è responsabile del profumo della menta. In entrambi i casi si può decidere se utilizzare l'olio essenziale della pianta intera o solo la parte che contribuisce all'odore di quest'ultimo. Il tutto si può stabilire in base all'effetto che si vuole ottenere.

Queste due categorie di molecole sintetiche, sono quelle che in qualche modo rappresentano completamente o almeno si assomigliano alle risorse naturali. Ma sono state create delle molecole sintetiche che non si ricollegano ad alcun sentore già conosciuto. Annusandole, non si riesce nemmeno a descriverle, o si riesce a farlo solo parzialmente.

Quest'ultimo tipo di molecole sopracitate, le quali è difficile attribuire ad una categoria aromatica, può essere addirittura definito come senza odore. Di solito, vengono utilizzate per smorzare le note di testa, magari un po' troppo aspre, o al contrario, per arricchire la fragranza, accentuando le note di cuore o di base, rendendola più dinamica.

Queste molecole "*neutrali*", vengono create nei laboratori di Ricerca e di Sviluppo, i quali tutt'ora continuano a fare esperimenti e scoprire delle nuove molecole. Nel giro di un anno, di solito ne vengono scoperte all'incirca 10, ma di quelle che andranno utilizzate saranno due o tre, se non nessuna, poiché è alto il rischio di creare delle molecole potenzialmente pericolose per la salute, o creare delle molecole che invece di profumare, avranno l'effetto opposto.

Nel momento in cui viene scoperta una molecola nuova, che potrà essere utilizzata per creare un nuovo profumo, l'azienda essenziera che lo ha scoperto, in primo luogo la brevetta, e in secondo luogo, se ha successo, crea un trend (come l'IsoESuper nel Fahrenheit di Dior). Col passare del tempo, quando questa scoperta

non sarà più una novità, l'azienda la metterà a disposizione dentro una base pronta, per farla usare ad altri produttori.

3.3 Cosa prevale di più, naturale o sintetico?

È molto in voga ultimamente di promuovere l'idea del “*naturale*”, contrapponendola a tutto ciò che, invece, è “chimico”. Alcune persone sono tutt'ora convinte che “*naturale*” per forza è il sinonimo del benessere e di qualità, affermando che i profumi composti con ingredienti esclusivamente naturali siano anche più ecologici e meno inquinanti. Ma trarre tali conclusioni affrettate, specialmente condizionati dai media, si cade semplicemente in generalizzazioni.

Prima di tutto è da sottolineare che non è l'origine di una sostanza a conferirle determinate proprietà, siano esse benefiche oppure tossiche, perché analizzandole da un'ottica chimico-fisica, in entrambi i casi si tratta di un insieme di atomi che avrà sempre e comunque la stessa attività. In più, le molecole naturali richiedono dei procedimenti lunghi e sofisticati, in laboratori che impiegano gli strumenti e tecnologie moderne. Per cui, anche l'impatto ambientale dei due procedimenti sarà uguale. Da ricordare a tale proposito, la risposta di James Heelay alla domanda: “Meglio il naturale o meglio il sintetico?”, la risposta fu al quanto spettacolare: “Meglio per l'ambiente!”⁵³. Vuol dire che, ricorrere alla sintesi, è il modo migliore per salvare l'ambiente, perché le richieste eccessive di alcune materie prime, stanno portando alla loro scomparsa. Si tratta sicuramente delle convinzioni infondate dai vecchi stereotipi, perciò prima di lanciare delle critiche contro la sintesi, è consigliabile prima informarsi.

Alcune persone, che probabilmente appartengono alla categoria dei collezionisti o dei veri appassionati del profumo, molto spesso affermano che l'utilizzo delle materie naturali, conferisce alla fragranza un tocco artistico, rendendola così migliore. Direi, che in questo caso si tratta di un paradosso, poiché se il profumo è concepito come l'arte, come si fa a limitare un artista nell'utilizzo dei strumenti per poter creare? In fin dei conti, una rosa è pur sempre una rosa, per cui, estrarre l'assoluta dalle rose naturali o ricrearla sinteticamente, non cambia un granché, anzi, la sintesi ha ampliato i modi possibili in cui una rosa può essere una rosa.

Avendo a disposizione tutti gli strumenti che sono presenti oggi, sarebbe davvero un peccato non utilizzarli. Sperimentando con le materie naturali e una vasta gamma di quelle sintetiche in continua evoluzione, è importante per il compositore mettere in pratica la creatività e comunicare la propria visione della stessa rosa.

⁵³ Vecchiattini M.(2014): “*Il linguaggio segreto del profumo*”, Roma, Castelvechi, p.118

È vero che, grazie alla sintesi il settore profumiero ha regalato alla società delle fragranze e delle emozioni nuove, ma soprattutto, per via del basso costo, ha regalato la possibilità a più persone di poter definire una determinata fragranza come la “sua”. Ma bisogna essere anche realisti ed ammettere che, l’accesso alle nuove materie dal costo inferiore, ha portato a privare molte composizioni classiche delle loro note preziose naturali, perdendo così in qualità. Infatti, spinte sempre di più dai motivi concorrenziali, le multinazionali si concentrano maggiormente sul budget, trascurando la qualità. Con questo si spiega il fatto, perché il costo del fluido contenuto nel flacone è una parte minima del costo totale del prodotto.

3.4 Classificazione delle fragranze

Fin ora abbiamo visto che ogni fragranza è composta da note odorose sia naturali che di origine sintetica. Scoprire quali sono gli ingredienti principali che li caratterizzano e a che famiglia appartengono i determinati sentori, potrebbe essere molto interessante anche per coloro che indossano il profumo senza farsi tante domande.

Nel momento della creazione di una fragranza, il compositore la compone intorno ad un tema, ossia una miscela di componenti la cui proporzione definisce la nota dominante dell’insieme che, appunto, rappresenta la famiglia olfattiva. Ogni *scent*⁵⁴ poi ha le sue sfaccettature che ne definiscono il carattere e l’originalità.

Ad esempio, se la nota odorosa dominante è il legno, affiancata da una sensazione fiorita, allora la fragranza sarà definita legnosa/fiorita, analogo il ragionamento se si tratta di una fragranza dominata dalla componente di fiori, affiancata da quella di frutta – fiorita/fruttata.

Poiché di famiglie olfattive ne esistono di diverse nature, simili tra loro e in continuo aumento, in generale vengono individuate sette categorie principali, che si distinguono tra di loro.

La famiglia “agrumata” o “esperidata”⁵⁵, “si riferisce alle composizioni ricche di agrumi, come bergamotto, mandarino, arancia, pompelmo e limone. La parte che viene utilizzata è la scorza del frutto, trattata per spremitura o pressione. In generale sono delle fragranze abbastanza intense, accompagnate dalla sensazione di freschezza.

La tradizione racconta che il primo profumo dai cui la famiglia agrumata ha preso vita sia *Aqua Mirabilis*, più conosciuta come *Acqua di Colonia 4711*⁵⁶. Gli

⁵⁴ Letteralmente profumo, fragranza, odore.

⁵⁵ www.accademiadelprofumo.it

⁵⁶ Scarpa A. (2014): “*Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Bologna, Astraea, p.83

ingredienti principali sono le essenze di limone, bergamotto, arancio e rosmarino, alle quali si aggiungono altre sfaccettature.

Parliamo di famiglia “aromatica”⁵⁷ quando prevale una sensazione di freschezza tonica, vivace, legata agli aromi del giardino (lavanda, verbena, timo, basilico, anice, origano etc). E’ una famiglia dedicata soprattutto alle Eau de Toilette maschili, poiché molto spesso abbinata alle note marine, conferisce alla fragranza un’impronta sportiva.

Quando prevale, invece, la sensazione fiorita, si parla della famiglia “floreale”⁵⁸, detta anche “fiorita”. È la famiglia delle fragranze dedicata maggiormente al lato femminile.

In genere, oltre alla stragrande varietà di fiori offerti dalla natura (rosa, ylang ylang, garofano, mimosa, violetta, tuberosa, iris) vengono utilizzate le molecole sintetiche dei fiori rari o difficili da trattare.

Così come la fragranza può essere caratterizzata da una nota dominante (soliflore), molto spesso viene accompagnata da una combinazione di fiori, generando così un’infinità di sfumature, dalle più soffuse a quelle più decise.

Quando una fragranza floreale viene affiancata da una sensazione orientale o legnosa, nascono fragranze molto avvolgenti, ad alto carico sensuale, come ad esempio *L’air du Temps* di Nina Ricci o *Amarige* di Givenchy.

Un’altra famiglia olfattiva, specialmente maschile, è “fougère”⁵⁹. Si tratta di una categoria olfattiva dove prevale la sensazione aromatica e morbida, che si traduce in un’armonia tra opposti, intensa e leggera, fresca e calda. La base dominante di questo tipo di fragranze può essere lavanda, muschio di quercia, cumarina, vetiver, ai quali possono essere aggiunte delle sfumature di freschezza per esaltarne la personalità.

Nel momento in cui prevale la sensazione di freschezza, accompagnata dalle note di cuore e di base molto più profonde e ombrose, ci si riferisce alla famiglia di “chypre”⁶⁰.

A creare la prima fragranza chypre è stato Francois Coty, che ha cercato di evocare la stessa atmosfera di Cipro. In questo profumo ha ricreato tutte le emozioni e sensazioni provate durante il viaggio sull’isola, all’epoca la meta turistica preferita per l’alta società.

⁵⁷ www.accademiadelprofumo.it

⁵⁸ www.accademiadelprofumo.it

⁵⁹ www.accademiadelprofumo.it

⁶⁰ www.accademiadelprofumo.it

La base tipica di questa famiglia olfattiva è composta da bergamotto, muschio di quercia, alghe, quioio, patchouli.

Fragranze che hanno trovato successo nell'universo femminile sono: Mitsouko di Guerlain, Aromatics Elisir di Clinique, fino ad arrivare alla fragranza più moderna, quale Narciso Rodriguez per Her.

Quando immaginiamo il suono del legno che brucia nel camino, soprattutto durante la stagione invernale, pensiamo subito ad una sensazione calda, avvolgente, molto profonda, altrettanto rassicurante. Sono queste le caratteristiche della famiglia “legnosa”⁶¹.

La fragranza dominata da questa famiglia olfattiva, contiene al suo interno delle note come patchouli, benzoino, alghe, muschio di quercia, sandalo, cedro, vetiver.

È una famiglia olfattiva sia maschile che femminile, anche se, originariamente ha rappresentato il vettore per le fragranze maschili, attorno al quale poter sviluppare tutto il resto. Ricordiamo *Pino Silvestre* di Vidal che avviò la stirpe dei legnosi freschi, fino ad arrivare a *Fahrenheit* di Dior, che ha avuto grande successo.

Un'ultima categoria tra quelle più importanti, è quella “orientale”⁶², dove vengono racchiuse delle sensazioni olfattive ricche, sensuali, molto intense e avvolgenti, in grado di evocare le note dei mondi lontani, quasi sconosciuti.

Nelle composizione di questo genere prevalgono le note di legno, resina, tabacco, labdano, vaniglia e ambra grigia, con sfumature speziate e legnose, apprezzate sia dalla parte maschile che femminile.

I primi profumi appartenenti a questa famiglia olfattiva, sono quelli che tutt'ora vengono considerati di gran successo, come *Habanita* di Molinard e *Shalimar* di Guerlain, seguiti da *Opium* di YSL e molti altri che hanno trovato grande riscontro.

Molto spesso, anche se non sempre, possono essere affiancate alle sette categorie principali, qui sopra citate, altre due, come: la famiglia olfattiva “cuoiata”, rappresentata da una sensazione di pelle, secca, morbida o soffice, spesso accompagnata da leggere note di tabacco o liquore (alghe, muschio di quercia, castoreo ecc.); in fine, vi è la famiglia olfattiva “gourmand”, dove la parola stessa ci fa pensare subito a qualcosa di alimentare, capace di creare l'acquolina in bocca (vaniglia, caffè, cocco, frutta, mandorle).

⁶¹ www.accademiadelprofumo.it

⁶² www.accademiadelprofumo.it

Tutte queste famiglie possono essere utilizzate come le sfaccettature di un'altra famiglia, ad esempio, la famiglia legnosa accompagnata da quella fiorita, o quella fiorita accompagnata da quella orientale ecc. Ma solitamente la nota predominante del profumo è affiancata da alcune note secondarie non comprese tra quelle elencate sopra.

Ecco alcune note secondarie⁶³:

- Marina o ozonica: ricorda l'aria e l'odore del mare, quando questo è accarezzato dalla brezza;
- Verde: quando prevale la sensazione dell'erba appena tagliata;
- Fruttata: evoca la sensazione della frutta matura;
- Speziata: è una nota calda e piccante, con un sottofondo medicinale, data da pepe, cannella, chiodi di garofano e molte altre.
- Aldeidata: è una nota smaltata e brillante, che apporta degli effetti cristallini, poiché sono delle molecole sintetiche utilizzate insieme a quelle naturali, per accentuare le altre componenti della formula.
- Muschiata: è una nota piuttosto persistente, poiché avvolge il profumo dall'inizio alla fine. A seconda del desiderio del profumiere, è in grado di evocare una sfaccettatura del sottobosco o del profumo animale.
- Cipriata (poudrée): ricorda un profumo polveroso e impalpabile come cipria e talco. Siamo in presenza di iris, fava tonka, cumarina e eliotropio. È una sensazione piuttosto retro ed elegante al tempo stesso, caratteristica delle nostre nonne e bisnonne.

3.5 La piramide olfattiva

Così come nell'arte, anche in profumeria si può decidere di creare delle opere monotone o quelle dinamiche, ciascuna con la sua particolare forma di bellezza. Ma se nel primo caso una fragranza lineare e stabile, nasce e muore sulla pelle nello stesso modo, il che potrebbe annoiare molto velocemente, nel secondo caso, invece, le fragranze hanno da raccontare tutta una storia olfattiva, con la sua nascita, sviluppo e tradursi in una fase finale.

Quando il compositore decide di creare quest'ultimo genere di storia, sta a lui decidere come scrivere il copione. Prendendo l'ispirazione dalle esperienze passate, ricordi, emozioni, si dà vita al protagonista della fragranza, che entra in

⁶³ Tra le note secondarie ci sono anche altre sfaccettature oltre a quelle delle sette famiglie olfattive. (Scarpa A. "Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.46).

scena nei momenti esatti, per il tempo necessario, fino a che non si decide di chiudere il sipario. Quante volte, infatti, abbiamo percepito la mutazione dell'odore nel tempo, che si apre con una profumazione fresca di piante aromatiche o di qualcosa di marino, e col trascorrere di alcuni minuti si sente l'emergere di fiori più intensi, di frutti o di spezie. Nelle ore successive il profumo cambia ancora, e si sentono degli odori che persistono poi per ore e giorni nella pelle, sui vestiti, che ci accompagnano persino nell'intimità.

Queste tre fasi dell'evoluzione del profumo sono nell'ordine le note di testa, di cuore e di fondo, ciascuna con una durata diversa. Le note di testa durante 10-15 minuti, le note di cuore restano nell'aria un paio di ore e sono quelle che lasciano la nostra scia, e in fine le note di fondo, che rimangono per più ore e possono essere percepite anche nei giorni seguenti. Con queste tre fasi si indica la piramide olfattiva che rappresenta l'evoluzione della fragranza nel tempo.

Alcune aziende descrivono le note di testa, di cuore e di fondo direttamente sulla confezione, dove vengono elencati tutti gli elementi di ciascuna nota o solo la parte predominante. Se non vi si trovano le indicazioni, si può andare direttamente sul sito internet del profumo che vi piace e trovare tutte le informazioni necessarie, per poter orientarsi meglio nella scelta.

Appena si spruzza il profumo, quelle che si avvertono per prime nell'aria, sono le note di testa: agrumi, fiori, erba. Avendo il peso specifico inferiore al resto delle componenti, queste minuscole molecole impiegano un lasso di tempo davvero minimo per scaldarsi e staccarsi dall'epidermide, e colpire il nostro olfatto. Quei pochissimi minuti, comunque, sono sufficienti per introdurre il protagonista del profumo, e non appena la loro presenza comincia a sentirsi sempre di meno, ecco che si cominciano a percepire le note di cuore: fiori, legni e spezie. Paragonate alle note di testa, questo accordo di note risulta ben più definito e intenso, e date le loro caratteristiche, prima che queste cominceranno a staccarsi dalla pelle per raggiungere il nostro naso, bisognerà attendere un po' di più.

Col trascorrere di un paio d'ore, le note di cuore cominceranno a prendere il volo, e mano a mano si riusciranno a percepire con chiarezza delle note delicate e sensuali - le note di fondo. Essendo il loro peso specifico maggiore rispetto ai due precedenti accordi, son più lunghi i tempi che queste molecole impiegano per raggiungere le temperature necessarie per vaporizzarsi e lasciare una leggera brezza.

Per renderci conto di come effettivamente funziona il processo di vaporizzazione di un specifico accordo, si può semplicemente spruzzare separatamente ciascuna nota su una cartina ed annusarla in momenti diversi. Sarà facile notare di come all'inizio si sentirà benissimo la nota di testa, leggermente la nota di cuore, e quasi per niente la nota di fondo. Basterà aspettare un po' ed

annusare nuovamente le cartine, per scoprire che il comportamento di ciascuna nota è opposto a quello precedentemente descritto.

Grazie a questo mutamento graduale, che rende il passaggio da una fase all'altra imprevedibile, e quindi senza buchi, il gioco delle note che si riesce a percepire è davvero geniale. Si sveglia la nostra immaginazione, davanti ad un'attesa che risulta al quanto piacevole e soprattutto gradita al nostro olfatto.

Per poter padroneggiare il tempo di sviluppo delle note e sapere quale sarà l'effetto durante le transizioni, bisogna avere una ricca esperienza per poter prevedere ogni singolo passaggio e riuscire ad ottenere il risultato finale quello sperato. È fondamentale saper manovrare le singole sfaccettature per poter dar vita a un qualcosa non semplicemente piacevole, ma da meritare di poter essere definito come una vera opera artistica.

Come è stato accennato all'inizio di questo paragrafo, alcuni autori preferiscono utilizzare esclusivamente un solo accordo. Utilizzare unicamente le note di testa, vuol dire creare una Colonia, una fragranza al quanto leggera e fresca, ad alta velocità di vaporizzazione, che offre semplicemente una sensazione piacevole e rinfrescante.

Ci sono autori che, invece, preferiscono arrivare subito al nocciolo della storia, emergendo le loro creazioni in un oceano di note di cuore o di base. Dunque, si tratta di una scelta stilistica, caratterizzata dalla voglia di dar vita ad una fragranza molto intensa da una persistenza infinita. L'esempio di una tale creazione è *Ten (Knize, 1924)*.

Se chiede ad un qualsiasi compositore, vero appassionato del suo mestiere: "Cos'è per te il profumo?", verrà fornita una risposta che potrà sembrare di abbracciare tutto ciò che madre Natura ci ha messo a disposizione, una risposta in grado di farci vivere, almeno per un secondo, nel mondo dell'artista, e a guardarlo con i suoi occhi. In fin dei conti, è la sua visione estetica a conferire al profumo quel segno distintivo, che lo rende riconoscibile in mezzo ad un'infinità di creazioni.

Oggi, purtroppo, nell'ambito industriale, la composizione dei profumi, limita le capacità dei nasi, i quali si ritrovano costretti a dover seguire le indicazioni del brief e ad eliminare quasi il 90% di tutto quello con cui amerebbero lavorare.

3.6 Gli organi di controllo delle materie prime.

A differenza del passato, quando, il numero delle materie prime a disposizione dei profumieri era abbastanza limitato, oggi, invece, di materie odorose per elaborare un profumo c'è ne una miriade. Sè ne contano all'incirca seimila, ma in realtà, di

quelle che vengono utilizzate sono meno di quattromila, e di quelle che poi verranno utilizzate per la creazione della fragranza sono all'incirca sessanta-settanta.

Ovviamente si tratta non solo di sostanze di origine naturale, ma anche quelle di derivazione sintetica, la maggioranza delle quali viene ottenuta nei laboratori. La scelta dell'una o dell'altra varia in base al costo.

In linea generale, le persone poco esperte in tale campo, quando vedono scritto "naturale", pensano subito ad un prodotto di alta qualità e poco dannoso. Invece, bisogna stare attenti, perchè "naturale" non per forza significa sicuro. Ad esempio nel caso del muschio, si tratta di una fragranza fra le più buone e delicate, presente in vari prodotti, sottoforma di liquido o polvere. Molti di noi forse non lo sanno, ma in natura non esiste una pianta del genere, ma si tratta di una sostanza di derivazione animale.

Si tratta di una secrezione prodotta dalle ghiandole odorifere di un cervo, il cervo muschiato (*Moschus Moschiferus*)⁶⁴. Per estrarre questo olio essenziale di "muschio bianco", per centinaia di anni, questi animali sono stati uccisi.

Fortunatamente, sempre meno si verifica tale fenomeno, dato che si può produrre il muschio sinteticamente, anche se tutt'ora in alcune aree avviene la mattanza.

Normalmente queste sostanze, se sono ottenute per via naturale, hanno un costo elevato, per questo sono stati studiati dei sostituti sintetici a basso costo. In ogni caso, si tratta di sostanze che possono causare dei problemi che vanno dalle semplici allergie a dermatiti, se non peggio.

Quando si è di fronte alla scelta tra una materia naturale e quella sintetica, oltre al costo, bisogna tenere in considerazione le leggi elaborate apposta per questo specifico campo, dato che la commercializzazione dei profumi non è sottoposta ad alcuna legge nazionale. La società responsabile della sicurezza in settore profumiero è l'IFRA (International Fragrance Association).

Fondata nel 1973, l'IFRA è un organismo internazionale creato e finanziato dalle Maison di cosmetici, rappresenta oggi gli interessi ed è la voce dell'industria dei profumi in tutto il mondo. Quest'associazione è stata creata fondamentalmente per due scopi: dirigere una documentazione sulle materie responsabili delle reazioni allergiche alle fragranze, e in secondo luogo analizzare le materie prime per assicurarsi che queste non causino delle reazioni cutanee, danneggiando così l'immagine dei prodotti messi in commercio.

I test condotti dall'IFRA riguardano non solo le materie prime, ma anche i prodotti finiti: vengono testati eventuali effetti di tossicità cutanea o di allergia.

⁶⁴ www.verdevero.it

Questi test sono molto severi, proprio per garantire alle aziende finanziatrici di poter investire nel loro prodotto senza rischiare di danneggiare la reputazione delle stesse e di evitare di dover sottoporsi ai processi giudiziari.

Non passa un anno che l'IFRA non metta a bando delle sostanze oppure ne limiti la percentuale d'impiego. In seguito a questi test, negli ultimi anni sono scomparsi dalle formule dei profumi decine di ingredienti, soprattutto naturali, e sono stati imposti dei limiti ad una cinquantina. Le liste dei risultati delle analisi sono disponibili sul sito <http://www.ifraorg.org/>.

Anche l'Unione Europea ha elaborato alcune direttive⁶⁵ relative alle fragranze. Innanzi tutto le fragranze devono seguire le normative dei cosmetici, come:

- I cosmetici immessi sul mercato all'interno dell'Unione Europea devono riportare sull'etichetta l'elenco degli ingredienti utilizzando denominazioni internazionali secondo il sistema INCI (International Nomenclature Cosmetic Ingredients).
- Le sostanze devono essere elencate ad una ad una in ordine quantitativo decrescente, subito dopo la parola "ingredienti". Questo elenco può trovarsi direttamente sulla confezione oppure su un foglietto allegato.

Con la pubblicazione, nel marzo 2003, di una nuova direttiva (Direttiva 76/768/CEE)⁶⁶, l'UE ha regolamentato l'uso di 26 materie prime ritenute potenzialmente "allergeniche", l'etichettatura e l'imballaggio dei prodotti cosmetici. Queste 26 materie prime segnalate dal Comitato Scientifico per i prodotti destinati al consumatore (SCCP), possono essere usate nei profumi in maniera sicura solo entro le concentrazioni definite dalla normativa. Nel caso in cui queste vengano utilizzate in percentuali maggiori, bisogna specificarlo sull'imballaggio.

In ogni caso, la specificazione delle materie contenute all'interno del prodotto è al quanto utile per le persone allergiche, poiché in questo modo possono con tranquillità riconoscere la presenza di un eventuale allergene prima dell'acquisto.

Sotto è riportato l'elenco dei nomi degli ingredienti vietati all'utilizzo, salvo in determinati limiti e condizioni⁶⁷.

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1) Alpha-isomethyl ionone | 14) Coumarin |
| 2) Amyl cinnamal | 15) Eugenol |
| 3) Amylcinnamyl alcohol | 16) Evernia furfuracea |
| 4) Anise alcohol | 17) Everni prunastri |
| 5) Benzyl alcohol | 18) Farnesol |

⁶⁵ www.abc-cosmetics.it

⁶⁶ www.eur-lex.europa.eu

⁶⁷ www.farmacovigilanza.org

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 6) Benzyl benzoate | 19) Geraniol |
| 7) Benzyl cinnamate | 20) Hexyl cinnamal |
| 8) Benzyl salicylate | 21) Hydroxyisohexyl
3-cyclohexene |
| 9) Butylphenyl methylpropional
carboxaldehyde | |
| 10) Cinnamal | 22) Hydroxycitronellal |
| 11) Cinnamal alcohol | 23) Isoeugenol |
| 12) Citral | 24) Limonene |
| 13) Citronellol | 25) Linalool |
| | 26) Methyl 2-octynoate |

4. ESTRAZIONE DEL PRODOTTO CELESTIALE

*Distillare non è altro che separare
il sottile da grossolano e il grossolano
dal sottile, è rendere indistruttibile
il fragile e il delicato,
immateriale il concreto,
spirituale il corporeo,
è rendere bello il volgare.*

Cit. Hieronymus Brunschwig⁶⁸

Da sempre, la ricerca del metodo per imprigionare il contenuto prezioso all'interno delle piante, ha rappresentato per l'uomo un grande desiderio. Non appena si apre una boccetta profumata, quante sensazioni e ricordi tornano in galla! Sembra subito di essere trascinati in un mondo parallelo, pieno di magia, in grado di trasformarci in tutto quello che vogliamo, da una principessa ad una donna provocante e sensuale, da un uomo carismatico a quello romanico.

Olio essenziale, significa “*celestiale*”, perché per le sue capacità sembra davvero essere un dono del cielo. Ma come si possono separare le essenze dal resto della pianta? Come vengono conservate? Oramai questo mistero è stato svelato dai

⁶⁸ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): “*Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente*, Milano, Tecniche Nuove, p.11

nostri progenitori tantissimi anni fa, anche se sembra che molte volte il segreto dell'estrazione era stato perduto per essere riscoperto di nuovo.

Il primo apparecchio per distillare, è stato rinvenuto dagli archeologi, ed è databile intorno a 3000 a.C. Si vede comparire questa tecnica poi con gli egizi, i quali usavano le essenze per imbalsamare le mummie, in medicina e in cosmesi. Anche i greci e i romani conservarono queste metodiche, fino a che non sono scomparse, per poi riapparire nel X secolo presso gli alchimisti e i medici arabi: si dice, infatti, che la distillazione sia stata scoperta dal famoso medico arabo, dal nome Avicenna (930-1037).

In seguito, molte volte, a causa delle varie invasioni, l'arte essenziera fu rigettata nel dimenticatoio per riapparire di nuovo, finché non si affermò definitivamente nel XIX secolo accompagnata dallo sviluppo delle tecniche di estrazione innovative.

4.1 Metodi di estrazione.

Come è stato citato nei capitoli precedenti, durante l'estrazione dell'olio essenziale, salvo pochi casi, le piante vengono utilizzate allo stato fresco e sottoposte il prima possibile ai trattamenti necessari, allo scopo di evitare eventuali fermentazioni. Le parti della pianta possono essere pulite e triturate se si tratta dei legni, radici, cortecce, oppure sottoposte ai processi di lavorazione molto più delicati, onde evitare di danneggiare il materiale prezioso.

L'estrazione per distillazione a vapore⁶⁹ è una tecnica assai antica, probabilmente dell'origine mesopotamica. Dal momento in cui è diventato abbastanza popolare come metodo, sotto gli egizi, è stato ripetutamente perduto e riscoperto nuovamente. La tecnica consiste nell'utilizzare il vapore acqueo, per estrarre l'olio essenziale dalle piante. Bisogna, semplicemente, mettere le piante e l'acqua bollente in un contenitore, detto alambicco: il vapore che sale ne scioglie le parti aromatiche, che vengono convogliate in una serpentina raffreddata. Il passo successivo, prevede la raccolta del distillato in un recipiente, insieme all'acqua. Date le proprietà chimiche dell'olio essenziale, questo galleggerà sulla superficie dell'acqua. In pochissimi casi può succedere il contrario, quando le molecole dell'olio sono più pesanti, per cui si troveranno sul fondo invece che sulla superficie. In quest'ultimo caso, il tutto viene raccolto con un'apposita beuta. Il metodo di distillazione a vapore rappresenta tutt'ora il metodo più diffuso per l'estrazione delle essenze.

⁶⁹ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p13

Rispetto al metodo tradizionale vi è anche la distillazione molecolare che, grazie all'uso del sottovuoto con un circuito di vapore ridotto e a basse temperature, permette di trattare le piante, fiori, petali a elevato punto di ebollizione senza danneggiare il loro odore. Mentre, invece, i classici metodi di produzione degli oli essenziali o assoluti, tendono a tradurre solo una parte dell'odore naturale della pianta. Da sottolineare il fatto che, con questo metodo non vengono distillati i materiali colorati, permettendo così di creare prodotti incolori.

Un'altra tecnica di distillazione, sempre più diffusa, è il frazionamento o estrapolazione tecnologica. È possibile grazie a questa tecnica, di frazionare un olio essenziale eliminando o conservando una parte meno o più gradevole. Ad esempio, il processo di deterpenazione, serve ad eliminare dei terpeni, la rettificazione, serve invece a separare l'olio dalle resine, in questo modo è possibile ottenere un'essenza di qualità superiore.

L'estrazione per pressione a freddo⁷⁰ è il metodo tipicamente usato per l'estrazione delle essenze dagli agrumi. Un tempo l'essenza veniva ricavata spremendo le bucce contro una spugna, oggi, invece, si utilizza una pressa meccanica, a freddo, sminuzzando e spremendo le bucce con l'aggiunta di poca acqua. Il composto ottenuto, di olio e di acqua, verrà separato con una centrifuga. In questo caso, bisogna stare attenti a non superare una certa temperatura, altrimenti si rischia di perdere alcuni dei componenti essenziali.

L'estrazione per *enfleurage*⁷¹ è un metodo, originariamente incompleto, poiché mettendo le piante nelle sostanze lipidiche come l'olio o il grasso, non si sapeva come separarli. Solo nel XIX secolo si svilupperà il vero *enfleurage* che conosciamo oggi, utilizzato per estrarre l'olio essenziale dalle piante molto delicate, come quella di gelsomino o di tuberosa, i quali non è possibile distillare. Bisogna spalmare il grasso su una lastra di vetro, detta telaio, e mettere su di esso uno strato di fiori, petali o altre parti di pianta che, appassendo, impregnano il grasso di essenza. Dopo un paio di giorni i fiori vengono rinnovati, andando avanti così per settimane poiché il processo viene ripetuto circa 30 volte, finché il grasso non diventi saturo di essenza. In seguito si ottiene una pomata profumata, che dovrà essere raschiata via dal telaio, e durante la fase finale l'olio essenziale verrà estratto per mezzo dell'alcol. Con questo metodo si possono ottenere degli oli di ottima qualità, ma essendo un metodo abbastanza dispendioso, oggi viene usato generalmente a scopo dimostrativo.

Nel caso dell'*enfleurage* a caldo le piante vengono immerse nel grasso fuso a bagnomaria e mescolate per due ore. Dopo circa una settimana, o dieci giorni,

⁷⁰ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p14

⁷¹ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p14

durante i quali i fiori vengono rinnovati ogni giorno, dopo che il grasso è diventato saturo, viene filtrato in base al procedimento dell'enflourage a freddo.

In tempi relativamente recenti è diventato abbastanza popolare il metodo di estrazione per solventi⁷². Questo metodo di estrazione a freddo è adatto per fiori delicati (rosa, violetta, gelsomino etc.) i quali alterebbero le loro proprietà se sottoposti al calore, ma anche per le materie prime secche (legno di sandalo, cannella, legno di cedro etc.). In questo caso le piante vengono fatte attraversare da un solvente idoneo che ne consente l'estrazione. Si usano etere di petrolio, tetracloruro di metano, esano, tutti questi solventi vengono poi separati in condizioni di sottovuoto, ma non possono essere eliminati completamente.

Tramite questo procedimento si ottiene il *concrète*, dal quale, separando ancora con l'alcol la parte cerosa e pigmentata della pianta, si ottiene l'*absolute*.

Comunque, è un metodo non del tutto sicuro, dato che i solventi sono molto velenosi, per ciò è facile provocare delle reazioni allergiche di ogni tipo, nonché una diminuita difesa organica.

Quando l'olio essenziale viene ricavato dalle resine si parla di estrazione delle resine⁷³. Possono essere le resine dell'incenso, del larice, del benzoino e molte altre.

Per separare le parti pesanti e inodori, la resina viene trattata con toluolo e con l'alcol come solventi, l'olio essenziale si scioglie e il solvente viene recuperato di nuovo, ma non del tutto.

Abbastanza recentemente si è sviluppato un'altro metodo ovvero quello di estrazione con anidride carbonica⁷⁴. L'anidride carbonica o il butano, dopo che sono stati sottoposti a pressione, si liquefano e separano gli oli essenziali dalle piante. Le essenze estratte per via di questa tecnica si differenziano molto da quelle ottenute per distillazione: hanno più note di testa e meno terpeni.

Nel momento in cui le foglie o i petali profumati vengono messi a contatto con un olio (ad esempio quello di mandorle) si parla di macerazione⁷⁵. Il contenitore è tenuto in un luogo caldo e asciutto per un tempo sufficientemente lungo, per permettere ai composti aromatici di passare nell'olio. Una volta ottenuta la miscela, questa deve essere filtrata, dopo di che è pronta all'uso. L'olio ottenuto in questo modo, conservato al buio e al chiuso, si mantiene per mesi.

⁷² Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p14

⁷³ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p15

⁷⁴ Fischer-Rizzi, Susanne (1995): "Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove, p15

⁷⁵ In linguaggio comune si parla di diluizione in oli grassi e in altri fluidi.

4.2 Il principio olfattivo delle materie prime

La fonte principale delle sostanze odorose naturali è Madre Natura, che ci ha messo a disposizione una miriade di strumenti per poter creare. Grazie a questa ricchezza infinita dei principi olfattivi contenuti nelle piante o negli animali, si ha la possibilità di soddisfare ogni tipo di naso.

Le materie prime naturali appartenenti al regno vegetale, provengono da diverse parti delle piante, fiori, semi, radici, foglie, alberi, legni ecc. Se si tratta degli agrumi, che si possono trovare specialmente nelle regioni mediterranee, sono arance, limoni, bergamotto, pompelmo, mandarino e alcune specie esotiche come *limette* e *yuzu*. La caratteristica che li accomuna, è il fatto che il loro olio essenziale si trova direttamente nella scorza, detta zeste, che viene ricavato per via della spremitura. Dato che le note di questi olii essenziali sono molto fresche, in linea generale si utilizzano nella preparazione delle *eau de cologne*⁷⁶.

Altro tipo di piante aromatiche in grado di conferire il senso di freschezza e vivacità, sono quelle che si possono trovare direttamente nei nostri orti, come il basilico, l'alloro, il rosmarino ecc.

Per quanto riguarda i *fiori*, quelli che vengono utilizzati da secoli nella profumeria sono la rosa, il gelsomino di Grasse, il narciso, la tuberosa oppure l'ylang-ylang. Sono tutti i principali protagonisti della profumeria femminile in grado di suggerire le sfumature della seduzione in ogni suo aspetto. Per dare un maggior tocco di creatività alla composizione, questa può essere accompagnata dalle note delle molecole che sono state scoperte nel corso degli anni dai chimici, conferendo così delle sfumature acquatiche o marine.

Anche i *semi* vengono utilizzati in profumeria perché sono quelle che riescono a conferire alla fragranza il senso di piccantezza e di dinamismo nel vero senso della parola. Principalmente vengono importati dai paesi molto lontani, soprattutto dall'Asia, come il pepe nero, i chiodi di garofano, la cannella, il zafferano, la noce moscata e molto altre che non sono ancora tanto popolari quanto quelle precedentemente citate (cumino, cardamomo ecc).

Il simbolo della sensualità orientale nei profumi sia maschili che femminili, è la *fava tonka*, utilizzata anche per aromatizzare le sigarette e il cacao. È originaria della valle del Rio delle Amazzoni, ed è stata sintetizzata nel 1868. Principalmente viene usata in forma essiccata e tritata in polvere per poter ricavare il suo principio odoroso tramite la distillazione a vapore oppure quella molecolare.

⁷⁶ È un'acqua di Colonia.

Importante è il *baccello della vaniglia*, una sostanza ricca di profumo, ricavata tramite l'estrazione con solventi e tramite l'infusione. Date le difficoltà del passato per poter riuscire a impollinare la pianta che dà vita alle baccelle della vaniglia, è considerata tutt'ora una sostanza preziosa.

Da non dimenticare i *rizomi*, ovvero le radici che si sviluppano vicino alla superficie. Tra i rizomi più preziosi per la profumeria è quello dell'Iris di Firenze. È molto lungo il procedimento di estrazione dell'olio essenziale, poiché prima di tutto bisogna decorticare la radice, dopo di che lasciarla a seccare per un anno intero, e in seguito tritarla prima dell'estrazione, al fine di ottenere il "burro di iris", molto pregiato. Anche lo zenzero è un altro rizoma, utilizzato non solo in profumeria, ma anche in cucina e a scopi farmacologici, appartiene alla categoria delle spezie fresche.

In fine ci sono gli *alberi*, una fonte unica in grado di conferire una gamma di sostanze odorose dalle molteplici sfumature. Nel caso dei tronchi, come il sandalo o il legno di cedro, si ottengono delle note più secche, se, invece si tratta delle radici, come il vetiver, vengono ricavate delle note da tonalità umide, terrose. C'è ne sono molte altre parti dei diversi alberi che riescono ad apportare le note di sottobosco, intrise da mistero. Fatto sta, che i profumi con queste note al suo interno sono avvolti da una sensazione di eleganza e raffinatezza.

Per quel che riguarda il regno animale, sempre meno rispetto al passato vengono utilizzate le molecole prime naturali, anzi, il loro utilizzo è regolamentato in quasi tutti i paesi del mondo, portando il loro costo a cifre molto elevate.

Grazie alle molecole di sintesi, non serve più ricorrere agli estremi per procurare gli odori provenienti dalle secrezioni ghiandolari di alcuni animali o dalle loro concrezioni intestinali. Anche se non al cento per cento originale, ma si riesce comunque di conferire al profumo un determinato fascino e sensualità tramite la riproduzione sintetica.

4.3 Tipi di fragranza

Eau de Toilette, Eau de Parfum o Parfum? In continuazione le varie riviste, televisione e post pubblicitari cercano di attirare la nostra attenzione e sedurre con le fragranze *pour femme*⁷⁷ e *pour homme*⁷⁸, oppure con le fragranze *unisex*⁷⁹-profumi senza caratterizzazioni femminili o maschili. L'esempio di quest'ultima categoria sono i francesi Pierre Montale e L'Artisan Parfumeur, oppure italiane Eau d'Italie, Santa Maria Novella, Maria Candida Gentile, e molti profumieri

⁷⁷ Prodotti cosmetici, profumi e simili per donna.

⁷⁸ Prodotti cosmetici, profumi e simili per uomo.

⁷⁹ Prodotti cosmetici, profumi e simili sia per donna che per uomo.

inglesi che non fanno alcuna distinzione di sesso. Sicuramente nella scelta del profumo adatto, si può trascurare la distinzione del maschile o femminile, e affidarsi al proprio olfatto, identificando la fragranza più vicina a voi.

È importante sapere che le fragranze si distinguono secondo la loro concentrazione di essenze naturali e di molecole sintetiche contenute all'interno, dato che vengono diluite con l'acqua o l'alcol in proporzioni diverse. Come risultato si possono ottenere i seguenti prodotti, andando dal livello di concentrazione più basso a quello più elevato: *cologne*, *eau de toilette*, *eau de parfum* e *parfum*. Va da sé che minor concentrazione rappresenta le fragranze meno costose e viceversa.

Di solito, quando si vuole sapere di che tipo di fragranza si tratta, un'acqua di colonia o un'*eau de toilette* basta rivolgersi al personale, che vi fornirà tutte le informazioni, sennò basta leggere sui flaconi dei tester esposti sugli scaffali.

*Acqua profumata*⁸⁰, è un tipo di profumazione che contiene al suo interno dal 2 al 4 per cento di essenze di profumo, diluita in acqua distillata, che aiuta a “spingere in su” le molecole odorose, e poco alcol. Sicuramente sarà una fragranza ottima per la stagione estiva, fresca e leggera, nulla che ci appesantisce quando c'è il caldo e la maggiore sudorazione. Alcune di queste acque sono state create appositamente per essere indossate al sole, infatti si può leggere sulla confezione “acque solari”.

La *cologne*⁸¹ o acqua di Cologne, contiene all'incirca 2-5 per cento di essenze di profumo, sempre diluite in acqua distillata o alcol. Anche in questo caso, la minima concentrazione conferisce una sensazione piacevole e di freschezza. L'ingrediente principale di questo tipo di fragranze è il bergamotto, che può essere accompagnato dalle note agrumate come il limone, il mandarino, oppure dalle note floreali e quelle legnose di fondo.

È un genere di acqua aromatica che non obbliga a niente, può essere maschile, femminile o unisex, può essere utilizzata la mattina prima di uscire e andare a lavoro, può essere utilizzata di pomeriggio, durante gli allenamenti sportivi ed emanare le note energizzanti, ma è adatta anche di sera per uscire con gli amici per un aperitivo ed essere avvolti da una sensazione rinfrescante e rigenerante.

Fra le colonie che si posso provare, oltre a quella già citata – Acqua di Colonia 4711, ci sono quelle inglesi: Lime di Floris di Jo Malone, Old English Lavender di Yardley; quelle francesi: Eau impériale di Guerlain, Eau d'Orange Vert di Hermes; quelle italiane: Acqua di Parma, Acqua di Santa Maria Novella,

⁸⁰ Scarpa A.(2014):”*Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Bologna, Astraea, p.78

⁸¹ Scarpa A.(2014):”*Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate*”, Bologna, Astraea, p.79

Acqua di Colonia di Villosesi, Acqua di Biella, Acqua di Genova; infine quelle americane: Royal Lime Bermuda e Number Six di Casweel&Massey.

L'*Eau de Toilette*⁸² ha una concentrazione tra il 5 e il 10% in una miscela di alcol e acqua. È il tipo di fragranza migliore da usare per tutta la giornata, poiché la sua intensità e persistenza sono molto discrete. Di solito le note più accentuate sono quelle di testa, rispetto alle note di cuore e di fondo. Data la sua persistenza, il profumo tende a scomparire nel giro di 3-4 ore, per cui si ha bisogno di un ritocco se si vuole a continuare a lasciare la propria scia.

Per quanto riguarda la ricerca dell'*eau de toilette* c'è l'imbarazzo della scelta tra i numerosissimi marchi internazionali presenti nelle profumerie. Spesso la fragranza proposta si può trovare in versione *Eau de Parfum* di cui l'espressione più delicata.

L'*Eau de Parfum*⁸³ ha una concentrazione tra il 10-20% in alcol a 90°(di solito i profumieri quando studiano una nuova fragranza, la concentrazione su cui lavorano è quella dell'EDP o del Parfum), e rappresenta un'idea verosimile di quello che il compositore ha immaginato inizialmente.

È una versione di fragranze con la più alta concentrazione di essenze rispetto a quelle precedentemente menzionate, con note di cuore più accentuate rispetto a quelle di testa e di fondo. Indossare questo genere di fragranza, vuol dire voler comunicare in modo chiaro e forte la vostra personalità, di come vi sentite, ed accentuare la vostra femminilità o maschilità. È adatta da essere indossata durante tutto il giorno per rivelare la vostra presenza negli ambienti in cui vi trovate.

Dato che alcuni compositori propongono esclusivamente la versione *eau de parfum*, è sempre meglio chiedere in profumerie se sono state realizzate diverse *eau*, da scegliere quella più adatta a voi.

Il *Parfum*⁸⁴ o estratto, contiene dal 25 al 35 per cento di essenze di profumo diluito in alcol a 95°. Grazie alla concentrazione maggiore, si dà vita ad un aroma più intenso, ricco e vibrante, con la nota di fondo più corposa e rotonda, ed è prevedibilmente, la versione di fragranza più costosa. Essendo più persistente a tutto il resto, il *parfum* viene proposto in flaconi senza vaporizzatori, perché per via della sua pienezza è sufficiente indossare poche gocce affinché la fragranza si faccia sentire per molte ore.

È perfetta da essere indossata durante il tempo libero, soprattutto la sera, quando si può osare un pò di più rispetto al solito, e a differenza dell'ambiente

⁸² Scarpa A.(2014):"Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.81

⁸³ Scarpa A.(2014):"Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.84

⁸⁴ Scarpa A.(2014):"Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.85

lavorativo, dove potrebbe risultare fastidioso, le persone non sono obbligate a straci vicino e a respirare il nostro profumo. Sarà questo tipo di fragranza che poi riuscirete a precepire il giorno successivo, sui vostri capelli, vestiti, lenzuola, testimoniando così il vostro vivere in un luogo.

5. L'IMPORTANZA DI PERCEPIRE GLI ODORI

In continuazione abbiamo specificato di come sia importante l'abilità dei compositori nell'individuare le molecole odorose adatte per la creazione di una nuova fragranza, e abbiamo compreso di come lo è anche durante la sintesi molecolare visto che si possono ottenere dai cattivi ai buoni odori. Ma quale sia l'organo responsabile dell'identificazione della concentrazione, della qualità e dell'identità delle molecole volatili presenti nell'aria?

5.1 L'olfatto

Si tratta di un organo di senso posto nel naso, detto l'olfatto, sinonimo di odorato. Grazie alle sue cellule nervose, noi riusciamo a percepire le molecole volatili⁸⁵ degli odori presenti nell'aria, i quali vengono identificati dai recettori delle cellule dell'epitelio olfattivo, che si trovano subito al di sotto del cervello. Una volta colto il messaggio fragrante, questo raggiunge direttamente, senza intermediari, il cervello nei bulbi olfattivi e quindi il sistema limbico, responsabile della memoria e delle nostre emozioni. Da qui le molecole odorose si dirigono verso la neocorteccia⁸⁶ dove i segnali ricevuti dall'ambiente vengono elaborati e decodificati. In base al tipo di messaggio ricevuto, questo indurrà l'individuo ai comportamenti particolari.

Se si vuole osservare il processo un pò più nel dettaglio, ecco qui una breve spiegazione di come il nostro cervello riesce a percepire l'odore.

Il nostro senso dell'olfatto si trova in due regioni della mucosa nasale, sulle pareti della parte superiore della cavità nasale. Questa regione è caratterizzata dalle cellule che producono il muco, in modo tale che, la membrana dove le cellule nervose dell'olfatto terminano in numerose ciglia, circa diecimilioni, viene costantemente bagnata da queste secrezioni.

⁸⁵ Si tratta di diversi composti chimici formati da molecole dotate di gruppi funzionali diversi, aventi comportamenti fisici e chimici diversi, ma caratterizzati da una certa volatilità.

⁸⁶ È la sede delle funzioni cognitive superiori e la sua complessità anatomica rispecchia l'importanza del compito che essa svolge nell'adattamento all'ambiente.

Non appena viene percepita una molecola di aroma, questa penetra nello strato mucoso, dove poi viene catturata dalle minuscole depressioni - recettori, che si trovano sulla superficie delle ciglia e sono in grado di percepire moltissime qualità differenti di odori e fragranze. I recettori agendo direttamente sulla cellula nervosa tramite le ciglia, fanno sì che le cellule olfattive si riuniscono in fasci più grandi per andare oltre il setto nasale e raggiungere la parete interna del cranio. Qui esse penetrano nella parte interna del cervello, definita bulbo olfattivo. Grazie a questa piccola parte che inizia l'elaborazione del messaggio appena ricevuto.

Una volta decodificate le impressioni, queste si muovono verso una regione del cervello che qualche volta viene definita col termine "*cervello olfattivo*". Questa, è la regione che oltre ad essere responsabile del senso dell'odorato, è anche responsabile delle nostre emozioni e sentimenti.

Dato che i neuroni specializzati nel passaggio dell'informazione dal naso al cervello sono gli unici in tutto il sistema nervoso in grado di rigenerarsi nel caso in cui vengano danneggiati, per questa ragione le malettie legate alla sfera dell'olfatto sono molto rare. Principalmente si tratta di non riuscire a riconoscere gli odori in modo razionale e dar loro il nome corretto. La causa di queste modificazioni può dipendere dalle infezioni delle vie respiratorie superiori, dall'assunzione di alcuni farmaci. In generale sono dei disturbi temporanei, a meno che, un grave trauma cranico non abbia coinvolto anche i nervi olfattivi, a quel punto potrà trattarsi di una perdita olfattiva permanente.

5.2 Psicologia del profumo.

Se, ad esempio, una persona sa di pulito e di fresco, sarà sicuramente piacevole trovarsi in sua compagnia, se, invece, l'odore è sgradevole, questo respingerà le persone che le si trovano attorno e le farà allontanare. Ma come mai un determinato profumo ci attira o ci respinge?

La nostra fisiologia è fatta in modo tale da poter rinunciare ad altri sensi, come l'udito o la vista, ma è raro che qualcosa ci impeisca di sentire gli odori. Alcuni studiosi lo spiegano affermando che, il fatto che il nostro cervello sappia avvertire gli odori e comportarsi in modo corretto è una questione di vita o di morte. La dimostrazione di questo è di come sia la specie umana che quella animale, siano profondamente legate al senso di sopravvivenza. Pensiamo un attimo a cosa accadrebbe se ci nutrissimo del cibo avariato, o ignorassimo l'odore del bruciato che arriva dalla cucina. Infatti, anche nel mondo animale l'olfatto svolge un ruolo fondamentale, caratterizzando il rapporto fra prede e predatori, aiutando alcuni uccelli a migrare nella direzione specifica, aiuta anche a

riconoscere i territori marcati oppure il sesso di chi ha lasciato le tracce odorose. Da non dimenticare che il nostro odorato si differenzia da quello degli animali poiché è meno sensibile.

Un ricercatore israeliano, Noah Sobel, ci spiega che, nel momento in cui il nostro naso riconosce un cattivo o buon odore, il suo comportamento verrà determinato non dalle singole molecole presenti nell'aria, ma dalla storia della nostra specie che si è evoluta per milioni di anni classificando le molecole odorose ed agendo in base a quello che è stato imparato.

Per questo l'olfatto è considerato come il più enigmatico dei sensi, perché in effetti è quello di cui si sa meno e non si riesce a capire ancora con precisione come funziona. Molte ricerche, critiche, affermazioni, discussioni e informazioni si possono trovare riguardo al tema in questione.

Alcuni studiosi che si occupano delle caratteristiche dei due emisferi cerebrali, affermano che: "È vero che inizialmente una situazione può sembrare irrilevante, ma le sensazioni olfattive sono in grado di rievocarla a distanza di parecchio tempo. L'odore di una cioccolata calda ci suggerisce una sensazione piacevole, tenera, facendo subito pensare al periodo natalizio, oppure l'odore del sangue che può richiamare dei ricordi che abbiamo cercato di rimuovere. Nel caso dell'emisfero destro saranno le sensazioni olfattive ad avere la precedenza, completamente opposto alla funzione di quello sinistro, per il quale è molto difficile comprenderle. Per questo si possono provare nello stesso momento due emozioni contrastanti fra loro". Se si va a vedere i testi di alcuni studiosi come Bandler, Goleman, Freeman e molti altri, si potranno leggere le loro tesi riguardo allo stretto contratto tra l'emisfero destro cerebrale, le emozioni e la percezione olfattiva. Infatti molte aziende profumiere, a conoscenza di questo fenomeno, elaborano le loro strategie in modo tale da poter coinvolgere tale emisfero. Come dice Packard: "I consumatori sono molto emotivi e poco razionali nella scelta del prodotto da acquistare"⁸⁷.

Tra gli studi più curiosi che riguardano l'olfatto, è quello delle lacrime femminili. Secondo Noah Sobel, queste possiedono delle proprietà chimiche in grado di inibire il livello dell'eccitazione sessuale e del testosterone nei maschi, scoraggiando l'aggressione sessuale. Si può menzionare a tale proposito un'altro canale di comunicazione olfattiva, quello del sudore. Nella maggioranza dei casi si intende di come il sudore maschile viene percepito dalle donne, e non viceversa, poiché sin dalla preistoria fu questo il mezzo del quale si serviva la parte femminile per riconoscere lo stato di salute di un maschio, in grado di dare vita ad

⁸⁷ www.ocula.it

una generazione forte e sana. Questa non è altro che un'ulteriore conferma di come il sistema olfativo sia complicato e c'è ancora molto da studiare.

5.3 Sfera emotiva

Ormai è facile rendersi conto di come possono essere evocativi i profumi: il ricordo di un avvenimento, di un luogo o di una persona che ci ha colpiti, tutto questo molto spesso è legato ad un particolare odore. Per questo si può definire l'olfatto come il senso della memoria, poiché ci permette di sognare, di ricordare, di viaggiare nel tempo, rievocando le sensazioni precedentemente provate.

Quante volte è successo di percepire nell'aria un odore e di ricordarsi subito un parente, una cara amica, un vecchio amore, oppure essere trascinati per un secondo in quell'atmosfera natalizia o pasquale della nostra infanzia. Perché questo risultato così potente?

Oltre al fatto che l'olfatto è il primo dei sensi che è stato sviluppato, questo sta a dimostrare anche che il sistema limbico svolge una funzione di collegamento tra i profumi, la memoria e la sfera emotiva. Per questo i recenti studi medici e psicologici hanno rivalutato l'importanza dell'olfatto nella specie umana, poiché hanno capito che oltre a caratterizzare i rapporti sociali, l'interesse per il cibo o altri vari oggetti, l'olfatto svolge un ruolo importante anche nella sfera emotiva dell'individuo, ed è per questo, quelli che possono risultare sgradevoli come odori ad alcune persone, risultano molto gradevoli agli altri. Il tutto dipende dalle esperienze, dalla cultura e le tradizioni di ciascuno.

Inoltre, ormai è chiaro anche che l'olfatto è legato al gusto. Non tanto perché nel momento in cui abbiamo il raffreddore, non riusciamo a percepire il gusto di quello che mangiamo, ma se cercheremo di descrivere quello che mangiamo con il linguaggio verbale, è facile rendersi conto che utilizziamo le stesse parole che utilizzeremmo per descrivere un odore.

Abbiamo detto anche che molte aziende sfruttano gli odori nel marketing per indurre le persone inconsciamente a determinati comportamenti. Possiamo accorgerci facilmente di questo trucco, quando, ad esempio, entrando in un hotel, in qualche salone, chiudiamo gli occhi per un attimo. Si aprirà davanti a noi un giardino degli aromi, quali: gelsomino, vaniglia, lavanda o limone, sono tutti quelli che hanno in comune le proprietà tranquillizzanti ed armonizzatrici. Ognuno di questi aromi è in grado di influire sul nostro umore e di renderci disponibili

all'acquisto, infatti, è nata una disciplina chiamata “*scent marketing*”⁸⁸ che ha le sue regole e i suoi trucchi.

Non essendo mai certi che una creazione potrà riscuotere il successo desiderato, perché in ogni caso si tratta di un giudizio soggettivo, la ricerca scientifica nel campo delle fragranze e degli aromi sta diventando sempre più attiva. Si cerca di specializzarsi sempre di più e di individuare il gusto dei consumatori, che varia da paese a paese. In Usa, è stata condotta un'indagine, in base alla quale sono stati registrati gli effetti dei consumatori a determinati odori. Ecco alcuni esempi: il talco provoca le sensazioni di nostalgia e di protezione; la lavanda, vaniglia e camomilla, fanno sentire più rilassati; odori di fiori e limone inducono a maggiori acquisti; il cuoio e cedro fanno comprare mobili costosi; quello dei cibi appena sfornati mettono voglia di comperare una casa e così via. Ovviamente, come è stato appena detto, le preferenze dei consumatori e degli effetti che hanno su di loro determinati odori, variano in base alla cultura e le tradizioni dei diversi paesi.

5.4 Arte che evapora

Quando si annusa una fragranza, il mezzo di cui noi ci serviamo è l'olfatto e non la vista. Sembra ovvio, no? Ma in realtà non lo è.

Purtroppo con le confusioni che il marketing crea attorno alle fragranze, quando viene menzionato un determinato profumo, nella maggioranza dei casi l'individuo è propenso a pensare all'immagine di quest'ultimo e non alla fragranza come tale. Quindi è inutile spiegare che con la parola profumo si indica quello che noi possiamo annusare, poiché coloro che non hanno mai annusato nulla di diverso da quello che offre l'industria tradizionale, è difficile pensare a qualcos'altro che non sia la bottiglia, la scatola, la pubblicità o l'associazione con un personaggio celebre.

Quello che ci siamo dimenticati è che sin dalla comparsa dell'uomo sulla terra, l'olfatto ha rappresentato una risorsa strategica nell'individuazione del pericolo, della preda o nel raccoglimento delle informazioni necessarie. Il motivo per cui questo senso non occupa più la posizione centrale nell'esperienza umana, c'è lo spiega chiaramente Sigmund Freud nel suo saggio *Il disagio della civiltà* (1929).

Egli afferma che, da quando l'uomo ha deciso di organizzarsi in una civiltà formata da più individui, automaticamente ha creato delle regole e imposto dei limiti per una migliore integrazione. Questa trasformazione ha portato con sé

⁸⁸ Si tratta delle aziende specializzate in grado di creare il riconoscimento strategico del marchio. Questo contribuisce ad aumentare le vendite, ad aumentare il numero e la fedeltà dei clienti.

all'inibizione di alcuni stimoli come la sessualità e l'aggressività, che sono legate al senso dell'olfatto. Non era più necessario aggredire e accoppiarsi con chiunque. Ma Freud è altrettanto convinto che, nonostante la marginalizzazione dell'odorato, questo comunque resta il senso più attivo, poiché è legato ai margini della coscienza.

Sarebbe difficile cambiare questo stato di cose, poiché la priorità che noi attribuiamo all'udito e alla vista sono diventati una parte della quotidianità di tutti noi. Sin da piccoli i nostri genitori ci abituanano a sviluppare il senso visivo facendo osservare i libri ricchi di illustrazioni, magari accompagnati da effetti musicali per sviluppare l'udito, ma nulla a che fare con l'olfatto. È quello che in seguito ci insegnano all'asilo e durante il periodo scolastico, fino a che non si viene a formare il nostro codice personale che ci aiuterà ad elaborare le immagini e suoni, ai quali attribuiremo il gusto individuale che si formerà in base alle singole esperienze.

Sicuramente queste conoscenze ci renderanno in grado di saper riconoscere le opere artistiche e saperle descrivere in tutti i suoi minimi dettagli, senza lasciare spazio, però alla capacità di dare un giudizio nel momento in cui ci dovessimo trovare a dover annusare un profumo. Quello che sapremo dire sarà probabilmente il nome della fragranza e la nota principale, floreale o agrumata, intorno alla quale gira la composizione. Ci mancheranno tutti i riferimenti per poter farlo, e la cultura visiva non ci permetterà di descrivere quello che passa attraverso le narici.

Se un giorno dovessimo ricevere un bouquet di fiori, riusciremmo ad annusare l'aroma che questi sprigionano, ma probabilmente le nostre conoscenze si fermeranno lì. Il fatto di non conoscere l'odorato di molte materie prime che ci circondano è considerato normale, eppure sono quelle che ci circondano ogni giorno e sono fondamentali in profumeria.

Questa mancanza di vocabolario per poter esprimere le esperienze olfattive, ci conduce ad usare i termini di varia natura, ma quasi mai quelli giusti per descrivere la stessa cosa, rendendo all'interlocutore difficile comprendere quello che vogliamo comunicare. Invece, saper usare le parole in maniera appropriata, è importante per evitare di rendere monotono un discorso e di riuscire a parlare dell'esperienza con gli altri.

Sembra, dunque, che negli ultimi decenni il dialogo sulle fragranze sta risorgendo di nuovo, e grazie alle informazioni rese disponibili su Internet, sempre più persone cominciano ad essere coinvolte nella cultura profumiera. Sempre più volumi e riviste cominciano ad essere disponibili dove gli autori cercano di comunicare la propria storia, mettendo a disposizione le conoscenze raccolte, permettendo in questo modo ad un numero maggiore di persone di avvicinarsi anche minimamente al discorso sulle fragranze. Sempre più opinioni, ricordi, sensazioni vengono scambiati sui diversi forum, fino ad affrontare le scelte

commerciali, evoluzione dei marchi e design, il che è al quanto sorprendente per una società che è poco abituata a parlare di odori.

Grazie a queste comunità di appassionati, ogni giorno si incontrano le opinioni dei veri esperti e dei semplici curiosi, generando dei rapporti di amicizia e di relazioni tra coloro che si trovano nei continenti diversi, dove ciascuno, anche nel suo piccolo contribuisce alla storia della profumeria.

6. SCEGLIERE IL PROFUMO

Cosa indosso per dormire?

Due gocce di Chanel N°5, naturalmente!

Marilyn Monroe⁸⁹

Non a caso ho citato qui sopra la frase di Marilyn Monroe, perché aveva proprio ragione quando affermava che indossare un profumo è come indossare un vestito. Può essere quello da giorno, quello da sera, quello da ufficio o da tempo libero, quello estivo o quello invernale: il profumo davvero può essere scelto come un abito. Sta a noi decidere se restare fedeli sempre allo stesso profumo che ci ha accompagnati a lungo, o di cambiare qualcosa nella vita, e perché non iniziare proprio dalla ricerca di un nuovo profumo?

In ogni nostra scelta il fattore importante rimane comunque fare quello che ci fa sentire a proprio agio e in armonia con sé stessi, tale concetto è sicuramente applicabile all'acquisto del profumo. Continuare ad usare sempre la stessa fragranza o assecondare la vostra scelta con l'umore, le varie situazioni e occasioni, la stagione dell'anno o il momento della giornata, sta a voi, l'importante è che vi faccia sentire bene. Una volta selezionato il profumo capace di esprimere la vostra personalità, non vi serve altro.

6.1 Il gusto personale

Quando noi decidiamo di avvicinarsi alla profumeria, è importante educare un minimo l'olfatto e affinare un gusto personale, solo così riusciremo a incontrare l'armonia nelle forme che incontriamo. Ci vorrà un po' di pratica prima che saremo in grado di comprendere le varie forme in cui si presenta la fragranza e di apprezzare come un profumo è composto. Ma non appena saprete farlo vi si aprirà un mondo nuovo, ricco di sensazioni nuove.

⁸⁹ Scarpa A.(2014):”Profumo.Piccola guida a fragranze e essenze profumate”, Bologna, Astraea, p.72

Innanzitutto bisogna affidarsi al gusto personale, per capire se una fragranza ci piace o meno. Lo si può percepire in base alla piacevolezza dell'odore e in base alla nostra familiarità con esso. Soprattutto per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, vari studi scientifici affermano che, sin dalla nascita noi abbiamo una predisposizione innata per determinati odori a scapito degli altri. Questo succede perché l'apprendimento del codice sociale comincia già nell'utero, poiché tutte le componenti necessarie al senso dell'olfatto cominciano a formarsi entro i primi tre mesi nel ventre materno. È stato osservato come alcuni bambini mostrano le loro preferenze per gli odori che sono stati consumati dalle loro madri durante la gravidanza. Ovviamente mano a mano che si cresce, lo spettro delle sostanze odorose aumenta, sottoponendo noi ad analizzarle e di decidere in un momento successivo se queste risultano piacevoli o meno. Un esempio banale, gli italiani che mangerebbero volentieri la pizza, e gli americani che sceglierebbero invece, le patatine fritte e l'hamburger. Per cui è ovvio che ciascun Paese ha dei codici e gusti diversi.

Per quel che riguarda il gusto personale, è naturale che ognuno di noi lo possiede, ed è normale che questo si affianchi a quello sociale. Nel momento in cui noi incontriamo un odore nuovo sembrerebbe che la reazione si forma in seguito ad un'associazione tra l'odore in sé e la valenza emotiva che ne attribuiamo. Dato che inizialmente l'odore risulta sconosciuto e privo di qualsiasi senso, se questo evoca un'emozione positiva, probabilmente sarà gradito, se evoca un'emozione negativa, potrà provocarci solo fastidio. Il motivo di questo risultato l'avevamo affrontato precedentemente, spiegando che gli stimoli olfattivi giungono prima al sistema limbico-responsabile delle emozioni e ricordi, per poi arrivare alla neocorteccia per decodificare il messaggio. Quindi, prima che l'individuo comprenda appieno cosa stia succedendo, in realtà sta già reagendo ai stimoli dell'ambiente.

Ad ogni modo, i motivi per cui noi dimostriamo la predisposizione verso un odore invece che ad un altro, possono essere diversi. Magari perché ci ricorda il nostro datore di lavoro che non è mai stato simpatico, per cui tendiamo ad escludere a priori una fragranza, o perché la possiede una nostra cara amica, quindi eviteremo di copiarla, o viceversa, l'odore caratteristico del nostro partner, che influenzerà in continuazione la nostra scelta.

6.2 Una piccola guida nella ricerca personale

Una volta analizzato cosa sia il gusto personale e come funziona, è giunto il momento di immergerci nel regno dei profumi e di trovare quello giusto.

Al giorno d'oggi le grandi catene di distribuzione e le profumerie mettono a disposizione un'infinità di prodotti, talvolta simili, talvolta completamente diversi

tra loro, rendendo al decisione nella scelta di una fragranza abbastanza complicata. Ma non bisogna assolutamente scoraggiarsi, poiché dopo aver individuato la famiglia olfattiva con le sue varie sfaccettature, non resta altro che fare il passo successivo, ovvero quello di provare il profumo.

In realtà, poco importa se comprenderete nuovamente la fragranza che avete utilizzato da sempre o se siete nella ricerca di qualcosa di diverso, è importante provare il profumo. Se si evita di fare questo procedimento, si rischia di scoprire solo dopo aver acquistato la fragranza preferita, che questa è stata leggermente modificata. Onde evitare possibili delusioni è meglio annusare il profumo prima dell'acquisto. Lo è altrettanto importante anche se si tratta di un semplice regalo, perché annusando il prodotto sarà più semplice rendersi conto se questo corrisponderà o meno alla personalità e allo stile di quella persona a cui andrete a regalarlo.

Non abbiate mai fretta. Una volta entrati in profumeria concedetevi tutto il tempo che vi serve, poiché è un processo che richiede qualche minuto se non qualche ora. È stato già spiegato nel capitolo tre, che la piramide olfattiva ha bisogno di qualche minuto per esprimersi, per ciò prendetevela col comodo per riuscire ad assaporare tutte le note del profumo. Inoltre, non bisogna esagerare, annusate fino ad un massimo di tre profumi, poiché dopo un po' i recettori olfattivi tendono a saturarsi e quindi a perdere la capacità di riconoscere le caratteristiche della fragranza.

In questo caso si può ricorrere al metodo tradizionale, soffiando il naso o semplicemente annusando la propria pelle per restituire al senso dell'olfatto la sua funzione. Altrimenti, molto spesso, nelle profumerie che prestano attenzione alle esigenze del cliente, si possono trovare delle ciotoline con i granelli di caffè, che aiutano a riequilibrare l'olfatto.

Esistono due modi per testare il profumo: sulla vostra pelle o sulla *mouillettes*⁹⁰, la strisciolina di carta che di solito si trova sugli scaffali. In questo modo sarà possibile apprezzare la composizione che c'è all'interno del flacone, ma bisogna tener conto del fatto che, il profumo interagisce con l'odore della nostra pelle, per cui può accadere che quello che si sente sulla moillette non vi stia bene addosso. È inutile spiegare che non serve sprecare il tempo per annusare il profumo direttamente dal flacone, perché si sentirà solo l'odore dell'alcol mischiato alle note di testa e nient'altro. Per ciò spruzzatelo, annusatelo, e date il tempo affinché il profumo vi dimostri l'intera bellezza del suo bouquet.

Il più delle volte succede che alla fine il consumatore si trova confuso e non riesce a capire come gli sta addosso il profumo. In questo caso la soluzione ideale è

⁹⁰ Scarpa A. (2014): "Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate", Bologna, Astraea, p.56

di uscire dalla profumeria e osservare di come il profumo si comporterà all'aria aperta. Meglio ancora, chiedete all'assistente un campioncino, così da poter testarlo nei giorni seguenti, in questo modo avrete tutto il tempo necessario per chiarire le vostre idee e le impressioni.

L'ideale sarebbe, prima di andare in profumeria, di portarsi con sé un blocco notes e una penna, da annotare tutto quello che avete annusato, le vostre impressioni, le caratteristiche delle fragranze, o di scrivere sopra ai mouillettes per non confondersi. Prendere gli appunti sulle fragranze che testate potrà aiutare a procedere durante la selezione. In più, dopo aver preso le annotazioni potrete andare a ricercare le piramidi olfattive sui siti internet, dove leggendo le recensioni o le opinioni di altre persone, deciderete in seguito se abbandonare quest'idea o di ritestare la fragranza.

Se vi doveste trovare in disaccordo tra quello che sentite e quello che viene elencato nella piramide, non dimenticate che si tratta delle liste puramente indicative. La piramide non elenca mai tutte le componenti presenti nella formula, ma cerca semplicemente di offrire un'idea generale sulla fragranza che abbiamo davanti. Molto spesso succede anche che, avendo utilizzato le materie sintetiche, si cerca di evitare di precisarlo sulla confezione, dando spazio, invece, a quelle naturali. Per ciò, l'unica cosa che resta da fare in questo caso, è affidarsi al nostro naso.

Un altro metodo per procedere nella ricerca del profumo è rappresentato dal percorso in base alle note odorose, ovvero in base a quello che già conosciamo. Ad esempio, se qualcuno è un grande appassionato della rosa e sta cercando una fragranza che ha al suo interno questa specifica nota, restringerà notevolmente il campo della sua ricerca. Probabilmente una volta raggiunto l'obiettivo si accontenterà oppure incuriosito, continuerà le ricerche delle altre fragranze alla rosa. In seguito a queste esplorazioni, potremo restare sorpresi nel scoprire di come questa nota può evolversi nel tempo e di differenziarsi in varie tonalità. Così facendo prima o poi l'aroma della rosa si immagazinerà nel nostro cervello e saremo in grado di riconoscerla in ogni sua forma.

6.3 Come usare e conservare il profumo

Normalmente tutti noi utilizziamo il profumo prima di andare a lavoro, prima di uscire, in qualche occasione speciale, per aggiungere al nostro aspetto un pizzico di eleganza o di sessualità in più. Ma non tutti sanno che spruzzando qualche piccola goccia c'è un'etichetta da rispettare, perché così come l'effetto profumato potrebbe risultare piacevole a noi, dovrebbe risultarlo anche per coloro che ci stanno intorno.

Molto spesso capita di incontrare delle persone che hanno addosso una quantità di profumo immaginabile da non poter starci vicino, e son convinti che sia giusto così. Questo vuol dire che loro semplicemente non sanno che esistono le buone maniere anche in fatto di profumo, perché se siete abituati ad indossare lo stesso profumo da tanto tempo e non lo percepite dopo qualche minuto dalla sua vaporizzazione, siate sicuri che chi vi sta vicino lo percepisce distintamente. Bisogna tenere sempre conto di coloro che vi circondano, perché non è detto che tutti gradiranno il vostro odore, anzi, molte volte succede che possa far venire la nausea oppure rievocare dei ricordi sgradevoli. Quindi saper dosare il profumo in modo tale da renderlo noto ma non invadente, è fondamentale.

Immaginate solo per un attimo se in un'ambiente chiuso, come l'ufficio, tutti colleghi spruzzassero il profumo su tutte le parti del corpo e del vestiario, sarebbe impossibile resistere a tutta questa confusione di odori presenti nell'aria. Per ciò è consigliabile, nel caso del vaporizzatore di spruzzarlo sul collo e magari su una parte lontana da esso, come i polsi, in modo tale da riuscire a sentirlo e di lasciare al tempo stesso una leggera scia.

Pochi sapranno che nei luoghi dedicati agli eventi artistici e culturali è riservata una particolare discrezione nell'uso del profumo, ad esempio il teatro o il cinema. È meglio evitare di abusare dei profumi in queste occasioni, per non obbligare coloro che vi sono vicino a respirare il vostro profumo e di non distrarsi durante lo spettacolo. La stessa regola è applicabile anche se si tratta di una semplice cena fuori con i vostri amici o con i vostri colleghi, poiché il mix tra il vostro profumo e l'odore del cibo potrebbe al quanto infastidire.

Se proprio volete esagerare e farvi riconoscere a distanza, l'unico momento adatto è la sera. Quando andate al bar con gli amici, in discoteca o qualche lounge, potrete spruzzare il profumo dove volete, mani, collo, vestiti, perché ad ogni modo vi troverete in un ambiente informale, dove anche se dovrebbe esserci qualcuno che non gradisce il vostro odore, potrà allontanarsi in qualsiasi momento. Ricordate anche di non spruzzare più profumi contemporaneamente, poiché il mix potrebbe solo disorientare oltre a risultare sgradevole.

In linea generale, le regole alle quali bisogna attenersi sono: se state utilizzando un *parfum*, avrete un flacone senza il vaporizzatore, ed essendo molto intenso basterà versare qualche goccia su collo, polsi, dietro alle orecchie oppure sui capelli, nella piega dei gomiti, badate solo a non superare due o tre parti tra quelle elencate. Nel caso dell'*eau de parfum* o *eau de toilette* che vengono spruzzati, i posti e il loro numero sono gli stessi. Seguendo queste semplici regole, sarà facile non esagerare nel dosaggio.

Un piccolo trucco, rivolto soprattutto alle donne, è di spruzzare il profumo sulle punte dei capelli oppure, anche sull'orlo della gonna o dietro le ginocchia, in

modo tale da lasciare la vostra scia mentre camminate, rendendo i vostri movimenti più eleganti e sensuali.

Ricordatevi inoltre di non spruzzare il profumo sulle parti esposte al sole, perché c'è il rischio che si formeranno delle macchie scure sulla pelle. Non se ne parla proprio se dovete andare al mare, in quel caso è consigliabile usare una qualche acqua aromatica che avrà il basso contenuto alcolico.

6.4 Come conservare al meglio il profumo

Se si vuole mantenere inalterata la fragranza e conservarla più tempo possibile, bisogna sapere qualche semplice regola. Innanzi tutto tenete il profumo lontano dalla luce diretta, e quindi al buio-magari dentro la sua scatola o dentro l'armadio, in più tenetelo al riparo da fonti di calore, a una temperatura stabile fra 5 ai 20 gradi.

La situazione migliore è quella in cui il profumo non è stato mai aperto, quindi l'aria non è mai entrata nel flacone, per ciò si posticipa il processo di ossidazione. Una volta che, invece, è stato aperto, ricordate di richiuderlo subito e non lasciarlo senza il tappo. In più evitate il contatto del flacone con la pelle, per evitare che le molecole lipidiche presenti sull'epidermide alterino l'equilibrio della fragranza. Un consiglio personale, è di comprare le confezioni da 30 o 50 ml in modo tale da consumarle più velocemente.

Quasi al 90% dei casi, a priori si comprerà un profumo già relativamente rovinato, a causa della luce violenta che viene puntata sulle vetrine. Non vi spaventate nel caso il profumo cambi colore e diventi più scuro, o nel caso in cui sentirete le note di testa più acide e aspre del solito, è del tutto normale. È una situazione a cui non c'è rimedio, ma basterà aspettare qualche minuto e tutto tornerà come prima.

Ad ogni modo, il profumo ben conservato dura anni, per ciò prende cura di esso e sarete ripagati.

6.5 Profumo personale o profumi di nicchia

Se vi rendete conto che tutto quello che offre il mercato non vi colpisce e sembra che tutti indossano lo stesso profumo, c'è una via alternativa, potete trovare un profumo di nicchia, o addirittura creare una fragranza unicamente per voi.

Quello che vi offre un profumo di nicchia, è tanta originalità e creatività. Vi permette di percepire tutta l'arte racchiusa all'interno di un piccolo flacone.

Si tratta dei maestri profumieri, i quali a partire dagli anni Settanta si sono dedicati alla creazione libera, non vincolata dalle leggi del marketing del profumo industriale. Sorsero così un'infinità di profumieri indipendenti che crearono fragranze per vera passione, dando vita ad un prodotto di alta qualità.

Oggi a livello internazionale i profumi di nicchia leader, restano quelli francesi: L'Artisan Parfumeur, Antonio Visconti Parfums, Etat Libre d'Orange, Mona di Orio, Annick Goutal e molti altri. A seguirli poi ci sono quelli inglesi, come Miller Harris, Penhaligon's Floris; quelli degli Stati Uniti, Caswell-Massey e Crabtree&Evelyn, Bond n°9; e in fine le fragranze italiane, come Acqua di Genova, Acqua di Biella etc.

È logico pensare che i negozi indipendenti che raccolgono queste opere artistiche di solito si trovano nelle grandi città, quindi molte volte sono difficili da raggiungere. Ma non bisogna scoraggiarsi, poiché l'internet dà la possibilità a chiunque di entrare in possesso dei piccoli campioncini e di poter testarli per un po' di tempo, per vedere di cosa si tratta e se questo è gradito al nostro olfatto.

La cosa fantastica del mondo profumiero è che non smette mai di stupire, non c'è mai fine alla creatività e alla sua bellezza astratta. Il fatto che si può realizzare un profumo unico e personalizzato per chiunque, è semplicemente meraviglioso.

I *maitre parfumeur* non hanno una distribuzione commerciale, per ciò, quando desiderate una fragranza in grado di rappresentare la vostra individualità, oppure state pensando ad una persona che vi è particolarmente cara e volete stupirla con una sorpresa del genere, dovete andare a rivolgervi direttamente a un creatore. Dopo un breve colloquio, durante il quale esprimerete il vostro desiderio e le vostre aspettative, il maestro profumiere cercherà di elaborare e di tradurre il vostro sentire in una fragranza.

Pensate a come dovrebbe essere bello creare un profumo che avete solo voi e nessun altro, quando solo voi conoscete il suo significato profondo. O a come dovrebbe essere gratificante, vedere la reazione della persona che riceve un simile regalo, speciale, e al tempo stesso originale.

7.CONCLUSIONE

A partire dalle origini del mondo aromatico, analizzando il suo processo evolutivo, e arrivando all'epoca moderna, prendendo in considerazione tutti quei

aspetti fondamentali al fine di comprendere minimamente l'oggetto in questione, spero di aver riuscito a tramandare ai cari lettori tutta la bellezza che si nasconde dietro la cultura del profumo: la sua storia, le figure protagoniste che hanno contribuito all'evoluzione di questa arte, diversi metodi di estrazione, la differenziazione tra le materie prime e soprattutto la composizione del profumo.

Magari per qualcuno in questo testo non verrà detto niente di nuovo, qualcun'altro resterà indifferente, ma mi auguro profondamente che per il resto dei lettori questo potrà diventare, almeno in parte, una fonte di ispirazione che li condurrà ad approfondire le loro future conoscenze riguardo a tale argomento, ma soprattutto risulterà utile nell'acquisto delle nuove fragranze.

8. REPERTORIO TERMINOGRAFICO

Repertorio terminografico di 99 termini

<Subject>化妆品/cosmesi
<Subfield>香水/profumeria
<it>infusione
<Morphosyntax>noun, f
<Source>^garzantilinguistica.it^
<Lexica>Attestato in ^ Zanicelli 1996^
<Definition>E' il processo di macerazione in acqua bollente di erbe medicinali o radici, per portare in soluzione i principi attivi.
<Source>^Zanicelli 1996^:923
<Concept field>tecniche di estrazione
<Related words>estrazione principi attivi
<Type of relation>super
<Equivalence it-zh>Tra i termini ”浸出” e “infusione” esiste totale identità concettuale.

<zh>浸出

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:212

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>用有机溶剂浸提香料植物器官的过程.

<Source>^林翔云 2006^:212

<Concept field>萃取技术

<Related words>活性成分的萃取

<Type of relation>super

<Synonymus>抽提

**

<Subject>化妆品/cosmesi
<Subfield>香水/profumeria
<it>essenza
<Morphosyntax>noun, f
<Usage label>main term
<Source>^Zanichelli 1996^641
<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^
<Definition> Sostanza volatile di odore acquato, usata in medicina, farmacia e profumeria.
<Source>^Zanichelli 1996^:641
<Concept field>materie prime
<Related words>^materie prime naturali^
<Type of relation>super
<Related words>^materie prime sintetiche^
<Type of relation>coord
<Synonymus>olio essenziale
<Note>Il significato di essenza differisce da quello di olio essenziale solo per le tecniche di produzione. La differenza risiede in un semplice tecnicismo quindi nel gergo comune i due termini possono essere usati come sinonimi.
<Equivalence it-zh>Tra i termini ”精油” e “essenza” esiste totale identità concettuale.

<it>olio essenziale
<Morphosyntax>noun group
<Usage label>main term
<Source>^Vechiattini 2014^

<zh>精油

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:213

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>用于配制各种香精.

<Source>^林翔云 2006^:213

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>solvente

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Zanichelli 1996^:1739

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' una sostanza solvente. I solventi più usati sonol'acqua e l'alcol etilico.

<Source>^Zanichelli 1996^:1739

<Concept field>tecniche di estrazione

<Related words>estrazione con solvente

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini” 溶剂 ” e “solvente” esiste totale identità concettuale.

<zh>溶剂

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:267

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>是指在溶液中能够溶解溶质的液体

<Source>^黄仲涛 2004^:55

<Concept field>萃取技术

<Related words>溶剂抽提

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>aldeide

<Morphosyntax>noun,f

<Source>^Zanichelli 1996^:57

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' un composto organico che contiene il gruppo funzionale -CHO

<Source>^Zanichelli 1996^:57

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “醛” e “aldeide” esiste totale identità concettuale.

<zh>醛

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:12

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>含有醛基的有机化合物的总称.

<Source>^林翔云 2006^:285

<Concept field>原材料

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>alcaloide

<Morphosyntax>noun,m

<Source>^Zanichelli 1996^:55

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' un composto organico ozotato, complesso, di natura basica.

<Source>^Zanichelli 1996^:55

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Related words>^aldeide^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini ”生物碱” e “alcalode” esiste totale identità concettuale.

<zh>生物碱

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:13

<Lexica>按 ^黄仲涛 2004^

<Definition>是一类含有一个或几个杂环氮原子的有机化合物

<Source>^黄仲涛 2004^:428

<Concept field>原材料

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

<Related words>^醛^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>allergia

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Zanichelli 1996^:66

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' una reazione dell'organismo a particolari sostanze esogene.

<Source>^Zanichelli 1996^:66

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>reazione allergica

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “过敏症” e “allergia” esiste totale identità concettuale.

<zh>过敏症

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:17

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>人体对某些化合物或外界刺激的感受性不正常地增高的现象

<Source>^林翔云 2006^:142

<Concept field>副作用

<Related words>过敏反应

<Type of relation>super

<Synonymus>变应性

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>mandorla

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Zanichelli 1996^:1104

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Seme contenuto nel frutto di mandorla.

<Source>^Zanichelli 1996^: 1104

<Concept field>materie prime

<Related words>olio di mandorla

<Type of relation>sub

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini ”杏仁” e “mandorla” esiste totale identità concettuale.

<zh>杏仁

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:18

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>杏核中扁圆如心脏形的果仁.

<Source>^龚学胜败乃兵家常事 2015^:1637

<Concept field>原材料

<Related words>杏仁油

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation> super

<Synonymus>苦扁桃油

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>mela

<Morphosyntax>noun,f

<Source>^Zanichelli 1996^:1143

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Falso frutto del melo, sferico od ovale, commestibile.

<Source>^Zanichelli 1996^:1143

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>concrete di mele

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini ”苹果” e “mela” esiste totale identità concettuale.

<zh>苹果

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:32

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>苹果的香气成分大量存在于果肉部和果实部.

<Source>^林翔云 2006^:273

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>苹果萃取液

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio animale

<Morphosyntax>noun group,m

<Source>^Zanichelli 1996^:268

<Lexica>^Zanichelli 1996^

<Definition>Trigliceride liquido ottenuto per estrazione dalle parti grasse degli animali.

<Source>^Zanichelli 1996^:1280

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “动物油” e “olio animale” esiste totale identità concettuale.

<zh>动物油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^王理中 2002^:27

<Lexica>按^王理中 2002^

<Definition>从动物肪组织, 内脏,骨髓等得到的油脂.

<Source>^林翔云 2006^:88

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>bergamotto

<Morphosyntax> noun,m

<Source>^my-personaltrainer.it^ , ^www.accademiadelprofumo.it^

<Lexica>Attestato in^Zanichelli 1996^

<Definition>Piccolo albero delle rutacee, tipico della regione mediterranea.

<Source>^Zanichelli 1996^:223

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “香柠檬” e “bergamotto” esiste totale identità concettuale.

<zh>香柠檬

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^: 369

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>天然食用香料,存在于香柠檬中.

<Source>^林翔中 2006^:369

<Concept field>原材料

<Related words>香柠檬油

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>assoluta

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^B.Munier 2003^:84

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>L'essenza assoluta è ricavata da resinoidi o dalla concreta diluita in alcol etilico.

<Source>^B.Munier 2003^:84

<Concept field>materie prime vegetali

<Related words>assoluta di rosa

<Type of relation>sub

<Related words>assoluta di gelsomino

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “净油” e “assoluta” esiste totale identità concettuale.

<zh>净油

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:213

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>浸膏的乙醇抽提物,去除了蜡,萜烯和倍萜烯烃类.

<Source>^林翔云 2006^:213

<Concept field>植物性原料

<Related words>玫瑰净油

<Type of relation>sub

<Related words>大花茉莉净油

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>ambra grigia

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Zanichelli 1996^:75

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Sostanza profumata, leggera, cerosa, prodotta come escrezione del capodoglio (calcolo intestinale).

<Source>^Zanichelli 1996^:75

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “龙涎香” e “ambra grigia” esiste totale identità concettuale.

<zh>龙涎香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:242

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>抹香鲸吃了章鱼等带硬壳质的动物后,由于这些硬壳质不能消化,鲸胆分泌大量胆固醇包裹硬壳质满满排出体外,即形成了龙涎香.

<Source>^林翔云 2006^:242

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

<Synonymus>琥珀

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>aroma

<Morphosyntax>noun, m

<Usage label>uncommon

<Source>^Zanichelli 1996^:134

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' un composto chimico che determina la gradevole azione olfattiva o gustative di una sostanza.

<Source>^Zanichelli 1996^:134

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>fragola

<Type of relation>coord

<Related words>^mela^

<Type of relation>coord

<Synonymus>^profumo^

<Equivalence it-zh>Tra i termini “香味” e ”aroma” esiste totale identità concettuale.

<it>profumo

<Morphosyntax>noun, m.

<Usage label>main term

<Source>^Vechiattini 2014^

<zh>香味

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:372

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>香味是人们的嗅觉和味觉器官分别感受到的.

<Source>^林翔云 2006^:372

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>草莓

<Type of relation>sub

<Related words>^苹果^

<Type of relation>sub

<Synonymus>香气味

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>estratto

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Zanichelli 1996^:644

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Prodotto che si ricava da sostanze animali o vegetali per estrazione con opportuni solventi o con altri metodi.

<Source>^Zanichelli 1996^:644

<Concept field>materie prime

<Related words>estratto di rose

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “浸膏” e “estratto” esiste una piena identità concettuale.

<zh>浸膏

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:212

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>植物活组织的抽提物;含有全部烃类，可溶性物质，通常是固体，蜡状物。

<Source>^林翔云 2006^:212

<Concept field>原材料

<Related words>玫瑰浸出物

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>anice

<Morphosyntax>noun,m

<Source>^Mazzocchi 1985^:26

<Lexica>Attestato in ^Mazzocchi 1985^

<Definition>Pianta erbacea, i cui frutti aromatici sono usati in farmacia, pasticceria e liquoreria.

<Source>^Mazzocchi 1985^:26

<Concept field>materie prime

<Related words>olio vegetale

<Type of relation>super

<Related words>olio di anice

<Type of relation>coord

<Related words>olio sintetico

<Type of relation>super

<Note>In profumeria vengono utilizzati i semi di anice, visto la grande concentrazione di anetolo al suo interno. Hanno un chiaro, caldo odore pungente e per questo devono essere usati con moderazione in profumeria.

<Equivalence it-zh>Tra i termini “茴香” e “anice” esiste parziale identità concettuale.

<zh>茴香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:166

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>将茴香籽进行萃取可得含有固定油和具有茴香香味物的油树脂。

<Source>^林翔云 2006^:166

<Concept field>原材料

<Related words>洋茴香油

<Type of relation>sub

<Related words>植物油

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>accordo

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Zanichelli 1996^:21

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Un'armonia cromatica attraverso l'associazione di oli essenziali dotati di affinità con le lunghezze d'onda dei vari colori.

<Source>^Chiazzari 2003^:54

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^note di testa^

<Type of relation>sub

<Related words>^note di cuore^

<Type of relation>sub

<Related words>^note di fondo^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “调和” e “accordo” esiste totale identità concettuale.

<zh>调和

<Morphosyntax>noun

<Source>^王理中 2002^:2

<Lexica>按 ^王理中 2002^

<Definition>由于种香料在一定的配比下所形成的个既和谐而又有一定特征性的香气，它是香精中体香的基本。

<Source>^林翔云 2006^:377

<Concept field>香水的成分

<Related words>^头香^

<Type of relation>sub

<Related words>^体香^

<Type of relation>sub

<Related words>^基香^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>fraganza sintetica

<Morphosyntax>noun group, f

<Source>^Tadiello 2006^:53

<Lexica>Attestato in ^Tadiello 2006^

<Definition>Si tratta di composti ottenuti in laboratorio e derivati dagli idrocarburi(petrolio e gas naturali), che consentono all'industria di riprodurre nei vari prodotti tutti gli aromi del mondo.

<Source>^Tadiello 2006^:53

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Related words>^alcaloide^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini ”合成香料化合物” e “fragranza sintetica” esiste totale identità concettuale.

<zh>合成香料化合物

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:145

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>用化工原料通过化学合成的方法制取的香料化合物。

<Source>^林翔云 2006^:145

<Concept field>原材料

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

<Related words>^醛^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>alcool

<Morphosyntax>noun, m

<Usage label>main term

<Source>^Mazzocchi 1985^:17

<Lexica>Attestato in^Zanichelli 1996^

<Definition>E' un composto organico con uno o più ossidrili nella molecola.

<Source>^Mazzocchi 1985^:17

<Concept field>materie prime

<Related words>^solvente^

<Type of relation>sub

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Synonymus>etanolo

<Equivalence it-zh>Tra i termini “庚醇” e “alcol” esiste parziale identità concettuale.

<it>etanolo

<Morphosyntax>noun, m

<Usage label>uncommon

<Source>^treccani.it^

<zh>庚醇

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:129

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>无色油状液体。

<Source>^林翔云 2006^:129

<Concept field>原材料

<Related words>^溶剂^

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>aloe

<Morphosyntax>noun, m, f, inv.

<Source>^Zanichelli 1996^:68

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Pianta esotica, con foglie grasse e succulente.

<Source>^Mazzocchi 1985^:20

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>gel di aloe vera

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “芦荟” e “aloe” esiste una totale identità concettuale

<zh>芦荟

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:243

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>多年生草本植物，茎极培，叶簇生于茎顶，直立或近于直立，肥厚多汁，呈狭披针形。

<Source>^林翔云 2006^:243

<Concept field>原材料

<Related words>芦荟胶

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>balsamo

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Mazzocchi 1985^:48

<Lexica>Attestato in^Mazzocchi 1985^

<Definition>Liquido medicamentoso, contenente resine e oli.

<Source>^Mazzocchi 1985^:48

<Concept field>materie prime

<Related words>resina

<Type of relation>sub

<Related words>olio

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “香膏” e “balsamo” esiste una totale identità concettuale

<zh>香膏

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:363

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>香料植物由于生理或病理的原因而渗出带有香气成分的树脂样物质。

<Source>^林翔云 2006^:363

<Concept field>原材料

<Related words>油

<Type of relation>sub

<Related words>树脂

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>note di base

<Morphosyntax>noun group,f

<Usage label>main term

<Source>^Tadiello 2006^:115

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Le note di base sono i bassi, e hanno la funzione di impostare il “sottofondo” della fragranza: vigorose, profonde, intense e piene di mistero, le loro vibrazioni rimangono impresse nella memoria olfattiva più a lungo di tutte le altre note.

<Source>^Tadiello 2006^:115

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^nota di testa^

<Type of relation>coord

<Related words>^nota di cuore^

<Type of relation>coord

<Synonymus>base

<Equivalence it-zh>Tra i termini “基香” e “note di base” esiste totale identità concettuale.

<it>base

<Morphosyntax>noun,f.

<Usage label>uncommon

<Source>^Vecchiattini 2014^

<zh>基香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:169

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>这种香气一般由挥发性较差的香料或定香剂所产生。基香香精不但可以使香精香气持久，同时也是构成香精香气特征的一个部分。

<Source>^林翔云 2006^:169

<Concept field>香水的分成

<Related words>^头香^

<Type of relation>sub

<Related words>^体香^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>piante aromatiche

<Morphosyntax>noun group, f

<Source>^Zanichelli 1996^:134

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Piante ricche di oli essenziali appartenenti soprattutto alle famiglie delle ombrellifere, delle labiate e delle lauracee; trovano impiego in medicina, cosmetica, liquoreria, cucina etc.

<Source>^Zanichelli 1996^:134

<Concept field>materie prime

<Related words>menta

<Type of relation>sub

<Related words>^anice^

<Type of relation>sub

<Related words>basilico

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “芳香物质” e “piante aromatiche” esiste totale identità concettuale.

<zh>芳香物质

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:479

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>例如各种香花，水果，蔬菜，辛香料以及从这些有香物体提取出来的精油，单离香料等。

<Source>^林翔云 2006^:479

<Concept field>原材料

<Related words>薄荷

<Type of relation>sub

<Related words>^茴香^

<Type of relation>sub

<Related words>罗勒

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>aromi di derivazione animale

<Morphosyntax>noun group, m

<Source>^Tadiello 2006^:15

<Lexica>Attestato in ^Tadiello 2006^

<Definition>Aromi estratti da particolari ghiandole sudoripare, in grado di stimolare la recettività sessuale.

<Source>^Tadiello 2006^:15

<Concept field>materie prime

<Related words>^olio animale^

<Type of relation>sub

<Related words>materie prime naturali

<Type of relation>super

<Related words>materie prime sintetiche

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “动物性天然香料” e “aroma di derivazione animale” esiste totale identità concettuale.

<zh>动物性天然香料

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:479

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>动物性天然香料的主要品种有麝香，灵猫香，海狸香，龙涎香和麝鼠香五种。

<Source>^林翔云 2006^:88

<Concept field>原材料

<Related words>^动物油^

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>benzoino

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Lawless 1992^:89

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>E' un prodotto patologico che si forma in seguito a tagli praticati sul tronco; l'albero essuda una resina balsamic ache si indurisce a contatto con l'aria e la luce solare.

<Source>^Lawless 1992^:89

<Concept field>materie prime

<Related words>assoluta di benzoino

<Type of relation>sub

<Related words>materie prime naturali

<Type of relation> super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “安息香” e “benzoino” esiste totale identità concettuale.

<zh>安息香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:481

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition> 安息香是从树干的切口处流出。

<Source>^林翔云 2006^:3

<Concept field>原材料

<Related words>安息香精油

<Type of relation>sub

<Related words>天然香料

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>amaro

<Morphosyntax>adj., m

<Source>^Mazzocchi 1985^:22

<Lexica>Attestato in ^Mazzocchi 1985^

<Definition>Qualcosa di sapore contrario al dolce.

<Source>^Mazzocchi 1985^:22

<Concept field>materie prime

<Related words>caffè

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “苦味” e “amaro” esiste totale identità concettuale.

<zh>苦味

<Morphosyntax>adj.

<Source>^林翔云 2006^:481

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>有某些物质产生一种基本味道。

<Source>^林翔云 2006^:224

<Concept field>原材料

<Related words>咖啡

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>garofano

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^Mazzocchi 1985^:185

<Lexica>Attestato in ^Mazzocchi 1985^

<Definition>Pianta erbacea ornamentale, con foglie sottili e lineari e fiori profumati di vari colori.

<Source>^Mazzocchi 1985^:185

<Concept field>materie prime

<Related words>assoluta di garofano

<Type of relation>sub

<Related words>materie prime naturali

<Type of relation> super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “麝香石竹” e “garofano” esiste una totale identità concettuale.

<zh>麝香石竹

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:484

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>簇生草本，基部近于木质化。花朵可用。

<Source>^林翔云 2006^:309

<Concept field>原材料

<Related words>香石竹净油

<Type of relation>sub

<Related words>天然原料

<Type of relation>super

<Synonymus>康乃馨

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio di camomilla

<Morphosyntax> noun group, m

<Source>^www.lifegate.it^

<Definition>Si tratta di una pianta erbacea annuale fortemente aromatica di cui l'olio essenziale trova impiego in unguenti farmaceutici antisettici e in preparazioni

carminative, antispasmodiche e toniche. E' largamente usato per cosmetici, saponi, detergenti, profumi pregiati e prodotti per i capelli e per il bagno.

<Source>^www.lifegate.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>camomilla

<Type of relation>sub

<Related words>assoluta di camomilla

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh> Tra i termini “洋甘菊油” e “olio di camomilla” esiste totale identità concettuale.

<zh>洋甘菊油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:485

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>多用于化妆品香精，少量用于香水香精中，可赋予温和新鲜的天然感和愉快柔和的格调，亦可少量用于果香型食品香精;医药中用来发汗，祛风，健胃，治烧伤等。水蒸气蒸馏干花或鲜花得油，也可以用浸提方法加工。

<Source>^林翔云 2006^:393

<Concept field>原材料

<Related words>洋甘菊

<Type of relation>sub

<Related words>母菊净油

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>chanel n°5

<Morphosyntax>noun group, f., inv.

<Source>^Scarpa 2014^:125

<Lexica>Attestato in^Scarpa 2014^

<Definition>E' il primo profumo della storia nel quale sono state usate in maniera importante le aldeidi. Nelle note di testa si sentono gli agrumi: bergamotto, limone, neroli; nella nota di cuore i fiori: gelsomino, rosa, mugugno e iris; in quelle di fondo, sandalo, vetiver, vaniglia e ambra.

<Source>^Scarpa 2014^:125

<Concept field>materie prime

<Related words>^aldeide^

<Type of relation>sub

<Related words>materie prime sintetiche

<Type of relation>super

<Related words>profumo di lusso

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “香奈儿 5 号” e “chanel n°5” esiste una totale identità concettuale.

<zh>香奈儿 5 号

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:485

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>头香为依兰，橙花油，脂肪醛;体香为茉莉，玫瑰，康乃馨，百合;基香为檀香，香根，麝香，香草，灵猫香，橡苔。

<Source>^林翔云 2006^:369

<Concept field>原材料

<Related words>^醛香

<Type of relation>sub

<Related words>合成原料

<Type of relation>super

<Related words>品牌香水

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>mouillettes

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Scarpa 2014^:56

<Lexica>Attestato in ^www.garzantilinguistica.it^

<Definition>Strisciolina di carta dove versare le fragranze ottenute per testare la creazione.

<Source>^Scarpa 2014^:56

<Concept field>система olfattivo

<Related words>^annusare^

<Type of relation>coord

<Related words>^aroma^

<Type of relation>coord

<Related words>^mela^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “闻香纸条” e “mouillettes” esiste totale identità concettuale.

<zh>闻香纸条

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:482

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>调香师，评香人员用来品评香气的一种纸条。

<Source>^林翔云 2006^:351

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^嗅^

<Type of relation>coord

<Related words>^香味^

<Type of relation>super

<Related words>^苹果^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>distillazione

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Vecchiattini 2014^:108

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^, ^www.garzantilinguistica.it^

<Definition>La distillazione consente di separare i componenti di una soluzione sfruttando la loro diversa volatilità, ovvero la tendenza di una sostanza a evaporare: i liquidi a basso punto di ebollizione possiedono un'alta volatilità. E' una tecnica di separazione molto utilizzata sia nei laboratori di chimica che a livello industriale e viene spesso usata per separare due liquidi miscibili che hanno diverse temperature di ebollizione.

<Source>^chimica-online.it^

<Concept field>tecniche di estrazione

<Related words>^distillazione a vapore^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “蒸馏” e “distillazione” esiste totale identità concettuale.

<zh>蒸馏

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:492

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>利用液体化合物中各组分挥发度的不同以分离组分的方法。

<Source>^林翔云 2006^:462

<Concept field>萃取技术

<Related words>^蒸气蒸馏^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/parfumeria

<it>distillazione a vapore

<Morphosyntax>noun group, m., inv.

<Lexica>Attestato in ^www.chimica-online.it^, ^www.accademiadelprofumo.it^

<Source>^Vecchiattini 2014^:108

<Definition>E' il procedimento per cui i fiori vengono introdotti in un alambicco attraverso cui viene fatto passare il vapore, che col suo calore apre i pori della pianta o del fiore e permette all'olio lì immagazzinato di uscire.

<Source>^Vecchiattini 2014^:108

<Concept field>tecniche di estrazione

<Related words>^distillazione^

<Type of relation>super

<Related words>^eunflaurage^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “蒸气蒸馏” e “distillazione a vapore” esiste totale identità concettuale.

<zh>蒸气蒸馏

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:463

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>一般都是指水蒸气蒸馏，从各种植物器官提取天然香料最常用的方法。

<Source>^林翔云 2006^:463

<Concept field>萃取技术

<Related words>^蒸馏^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/parfumeria

<it>concrète

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Vecchiattini 2014^:109

<Lexica>Attestato in ^www.treccani.it^

<Definition>Sono delle paste cerose profumatissime che si ottengono tramite enflaurage o estrazione con solvente volatile.

<Source>^Vecchiattini 2014^:109

<Concept field>materie prime

<Related words>concrète floreale

<Type of relation>super

<Related words>^garofano^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “香液” e “concrète” esiste totale identità concettuale.

<zh>香液

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:374

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>树或草木渗出的天然原材料。

<Source>^林翔云 2006^:374

<Concept field>原材料

<Related words>花香液

<Type of relation>super

<Related words>^麝香石竹^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>enfleurage

<Morphosyntax>noun, m., inv.

<Source>^Vecchiattini 2014^:109

<Lexica>Attestato in ^www.treccani.it^

<Definition>E' il porcedimento per cui si stende uno strato di grasso animale purissimo su lastre di vetro sopra il quale si pongono i petali di fiori freschi.

<Source>^Scarpa 2014^:36

<Concept field>tecniche di estrazione

<Related words>estrazione principi attivi

<Type of relation>super

<Related words>^essenza^

<Type of relation>sub

<Related words>^concrète^

<Type of relation>sub

<Related words>^distillazione^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “冷脂吸法” e “eunflaurage” esiste totale identità concettuale.

<zh>冷脂吸法

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>一种只能用在采收后会持续制造净油的花朵的方法。

<Source>^林翔云 2006^:231

<Concept field>萃取技术

<Related words>活性成分的萃取

<Type of relation>super

<Related words>^净油^

<Type of relation>sub

<Related words> ^香液^

<Type of relation>sub

<Related words>^蒸馏^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>distillato

<Morphosyntax>adj, m., s.

<Source>^Zanichelli 1996^:560

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Di liquido che è stato prodotto per condensazione dei suoi vapori durante un'operazione di distillazione.

<Source>^www.treccani.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>frutta

<Type of relation>super

<Related words>^essenza^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “蒸馏液” e “distillate” esiste totale identità concettuale.

<zh>蒸馏液

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:492

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>蒸馏气体冷凝后产生的液体。

<Source>^林翔云 2006^:463

<Concept field>原材料

<Related words>水果

<Type of relation>super

<Related words>^精油^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>incenso

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Vecchiattini 2014^:14

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Gommaresina ottenuta per incisione della corteccia di Boswellia Carteri.

<Source>^Zanichelli 1996^:907

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i “熏香” e “incenso” termini esiste totale identità concettuale.

<zh>熏香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:503

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>烧香和用各种办法使香料或香精的香气飘散开来三种含义。对熏香剂来说，能够散发出香气的制剂，其香气可以通过加热，熏燃，纤维材料汲引等方式散发。

<Source>^林翔云 2006^:385

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Synonymus>熏香剂

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>anosmia

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Schleiner 2000^:131

<Lexica>Attestato in ^Schleiner 2000^

<Definition>E' la perdita totale dell'olfatto che può essere provocata da tumori al lobo frontale, al nervo olfattivo e alla zona della sella turcica, da traumi al cervello e anche da raffreddori.

<Source>^Schleiner 2000^:131

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>perdita dell'olfatto

<Type of relation>sub

<Related words>^allergia^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “嗅觉缺失” e “anosmia” esiste totale identità concettuale.

<zh>嗅觉缺失

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:384

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>对嗅刺激缺乏敏感性。嗅觉缺失可能是全部的或部分的，永久的或暂时的。

<Source>^林翔云 2006^:384

<Concept field>副作用

<Related words>嗅觉失灵

<Type of relation>sub

<Related words>嗅觉减退

<Type of relation>coord

<Synonymus>嗅盲

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>iposmia

<Morphosyntax> noun, f.

<Source>^Enciclopedia medica italiana 1980^:88

<Lexica>Attestato in ^Enciclopedia medica italiana 1980^

<Definition>Con questo termine s'intende un indebolimento della capacità olfattoria.

<Source^Enciclopedia medica italiana 1980^

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>perdita dell'olfatto

<Type of relation> sub

<Related words>^anosmia^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “嗅觉减退” e “iposmia” esiste totale identità concettuale.

<zh>嗅觉减退

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:384

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>对一种或多种嗅刺激的敏感性减退。

<Source>^林翔云 2006^:384

<Concept field>副作用

<Related words>嗅觉失灵

<Type of relation>sub

<Related words>^嗅觉缺失^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>iperosmia

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Enciclopedia medica italiana 1980^:88

<Lexica>Attestato in ^Enciclopedia medica italiana 1980^

<Definition>E' un'esagerazione della sensibilità specifica olfattiva.

<Source>^Enciclopedia medica italiana 1980^:88

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>perdita dell'olfatto

<Type of relation>sub

<Related words>^anosmia^

<Type of relation>ant

<Equivalence it-zh> Tra i termini “嗅觉过敏” e “iperosmia” esiste una totale identità concettuale.

<zh>嗅觉过敏

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:384

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>对一种或多种嗅刺激超常的敏感或由于生理上因素，对某些香气或气息的嗅感不正常，或是特别迟钝。

<Source>^林翔云 2006^:384

<Concept field>副作用

<Related words>嗅觉失灵

<Type of relation>sub

<Related words>^嗅觉缺失^

<Type of relation>ant

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>anais-anais

<Morphosyntax>noun, f., inv.

<Source>^Scarpa 2014^:150

<Definition> E' un profumo composto da note di testa con bergamotto, note verdi di galbano, giacinto e caprifoglio. Nel cuore, mughetto, rosa, giglio. Nelle note di fondo, legno di cedro, sandalo e ambra.

<Source>^Scarpa 2014^:151

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^nota di testa^

<Type of relation>super

<Related words>^bergamotto^

<Type of relation>coord

<Related words>^nota di cuore^

<Type of relation>super

<Related words>rosa

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “安奈斯” e “anais-anais” esiste totale identità concettuale.

<zh>安奈斯

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:478

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>一种名牌香水的商品名。头香为橘花油，熏衣草，柠檬，风信子；体香为晚香玉，茉莉，忍冬，百合，玫瑰，麝香，石竹，丁香，依兰；基香是麝香，杉木，香根，琥珀，熏香，皮革，橡苔，广藿香。

<Source>^林翔云 2006^:3

<Concept field>香水的分成

<Related words>^头香^

<Type of relation>super

<Related words>^香柠檬^

<Type of relation>coord

<Related words>^体香^

<Type of relation>super

<Related words>玫瑰

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>caffaina

<Morphosyntax>noun, f

<Source>^Canino 2008^:24

<Lexica>Attestato in ^Canino 2008^

<Definition>La caffeina è una sostanza appartenente alla famiglia degli alcaloidi, un gruppo di composti assai diffusi nelle piante.

<Source>^www.my-personaltrainer.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>caffè

<Type of relation>sub

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>^alcaloide^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “咖啡因” e “caffeina” esiste totale identità concettuale.

<zh>咖啡因

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:483

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>天然物，存在于咖啡中。无明显的香气。具有持久不散的苦味，尝后有些金属的味道通常从茶水中提取。

<Source>^林翔云 2006^:217

<Concept field>原材料

<Related words>咖啡

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^生物碱^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>muschio

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Vecchiattini 2014^:12

<Lexica> Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Sostanza di forte odore secreta nelle speciali ghiandole di vari mammiferi

<Source>^Zanichelli 1996^:1218

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>materie prime animali

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “麝香” e “muschio” esiste una totale identità concettuale.

<zh>麝香

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>一种哺乳动物产生的香味分泌物，属鹿科动物中的雄麝的肚脐和生殖器之间的腺囊可以产生麝香。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>动物性原料

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>zibetto

<Morphosyntax>noun, m

<Source>^www.treccani.it^

<Lexica>Attestato in ^www.treccani.it^, ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Zibetto (dall'arabo Zabad) è un piccolo felino africano. L'assoluta di Zibetto è ricavata filtrando la secrezione delle ghiandole peri-anali dell'animale in alcool. L'esportazione olfattiva del suo odore, fortemente fecale al primo approccio, rivela un mondo di emozioni uniche: la persona che lo indossa suscita un timoroso rispetto.

<Source>^www.accademiadelprofumo.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>materie prime animali

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “灵猫香” e “zibetto” esiste una totale identità concettuale.

<zh>灵猫香

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>大灵猫是食肉哺乳动物，属灵猫科，是东南亚地区的一种野猫，皮毛灰色，有黑色条状和点状花纹。灵猫肛门附近的香囊能产生香味分泌物，可以通过刮取得到，近嗅带粪便味。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>动物性原料

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>castoro

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^www.accademiadelprofumo.it^

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Il castoro, dall'aroma massiccio, forte e robusto, è un odore più prettamente maschile. L'assoluto di castoro viene estratto nello stesso modo dell'assoluto di zibetto. Il suo profumo è molto "animale" ed evoca il castoro selvatico, ma col tempo evolve sulla pelle in un profumo di cuoio delicato e molto persistente.

<Source>^www.accademiadelprofumo.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>^materie prime sintetiche^

<Type of relation>super

<Related words>materie prime animali

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “海狸香” e “castorio” esiste una totale identità concettuale.

<zh>海狸香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^ : 143

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>有强烈腥臭的动物香气，介于灵猫香与麝香之间。广泛用于日用香精中，可用于烟草和食品香精。从海狸的哺乳动物中取得的干燥香囊和腺的分泌液。

<Source>^林翔云 2006^ : 143

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^合成香料^

<Type of relation>super

<Related words>动物性原料

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>mandarino

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Zanichelli 1996^:1103

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Pianta arbosa delle rutacee.

<Source>^Zanichelli 1996^:1103

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>olio di mandarino

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “红橘” e “mandarino” esiste totale identità concettuale.

<zh>红橘

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:509

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>常绿小乔木，利用部位枝，叶，果皮。

<Source>^林翔云 2006^:150

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>红橘油

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>balsamo del tolù

<Morphosyntax> noun group, m.

<Source>^Capasso 2011^:168

<Lexica>Attestato in ^www.my-personaltrainer.it^

<Definition>Il balsamo del Tolù si ricava da Myroxylon balsamun, leguminosa del Venezuela e della Colombia. La raccolta del balsamo si effettua dopo aver praticato incisioni a forma di V sulla corteccia del tronco. Il balsamo del Tolù si presenta come un liquido sciropposo, quasi trasparente, di colore giallo, di odore di vaniglia e di benzoine, di sapore aromatico, debolmente acre. E' solubile in alcol e in altri solventi organici.

<Source>^Capasso 2011^:168

<Concept field>materie prime

<Related words>albero

<Type of relation>super

<Related words>^balsamo^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “妥卢香纸” e “balsamo del tolù” esiste una totale identità concettuale.

<zh>妥卢香纸

<Morphosyntax>noun group

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition> 通过切割哥伦比亚妥卢地区一种叫做”balsamo”或者”oeil de vermeil”的树木的树皮得到的树脂，经过蒸馏之后可以获得带有柔和温热的香草味妥卢香脂。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Concept field>原材料

<Related words>树木

<Type of relation>super

<Related words>^香纸^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>balsamo del perù

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Capasso 2011^:168

<Lexica>Attestato in ^Capasso 2011^

<Definition>Il balsamo del Perù si ricava da Myroxylon balsamum, leguminosa dell’America centrale. Il balsamo si presenta come un liquido sciropposo di colore marrone, di odore simile a quello della vaniglia, di sapore amore, acre.Dà una soluzione limpida con alcol mentre con solfuro di carbonio mescolato con acqua impartisce a questa miscela una reazione acida.

<Source>^Capasso 2011^:168

<Concept field>materie prime

<Related words>albero

<Type of relation>super

<Related words>nahema

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “秘鲁” e “balsamo del perù” esiste una totale identità concettuale.

<zh>秘鲁

<Morphosyntax>noun group

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Lexica>按^林翔云 2006 ^

<Definition>生长在南美地区(墨西哥，萨尔瓦多，危地马拉)的秘鲁香脂书分泌物。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:208

<Concept field>原材料

<Related words>树木

<Type of relation>super

<Related words>娜希玛

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>cedro

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Zanichelli 1996^:363

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Una pianta arbustiva delle rutacee.

<Source>^Zanichelli 1996^:363

<Concept field>materie prime

<Related words>limone

<Type of relation>sub

<Related words>^mandarino^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “枸橼” e “cedro” esiste una totale identità concettuale.

<zh>枸橼

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>枸橼树的果实。个头比柠檬大，皮便厚。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Concept field>原材料

<Related words>柠檬

<Type of relation>sub

<Related words>^红橘^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>bucco

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Lawless 1992 ^:100

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>Piccolo arbusto con semplici foglie rugose lunghe circa 1-2cm, mentre le altre foglie sono molto più piccole, di color verde lucente, con margini finemente dentellati. La pianta ha un forte odore aromatico simile a quello del ribes europeo.

<Source>^Lawless 1992^:100

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Note>Il bucco ha un impiego limitato negli aromi di ribes europeo e in profumeria, ad esempio in cologne e basi chypre.

<Equivalence it-zh>Tra i termini “不格叶” e ”bucco” esiste una totale identità concettuale.

<zh>不格叶

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Lexica>按 ^弗耶-加洛 2012^

<Definition>非洲南部野生植物”Barosma Betulina”树叶的名字。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Concept field>原材料

<Related words>天然原料

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>cardamomo

<Morphosyntax>noun,m

<Usage label>main term

<Source>^Lawless 1992^:117

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>E' una pianta erbacea perenne originaria dell'Asia tropicale. L'olio viene estratto soprattutto in India, Europa, Sri Lanka e Guetemala.

<Source>^Lawless 1992^:117

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>olio essenziale

<Type of relation>coord

<Synonymus>cardamomo di Mysore

<Equivalence it-zh>Tra i termini “小豆蔻” e “caradamomo” esiste una totale identità concettuale.

<it>cardamomo di Mysore

<Morphosyntax>noun group

<Usage label>uncommon

<Source>^Lawless 1992^

<zh>小豆蔻

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>亚洲植物，属姜科，其香味亲辣锋利的籽粒在某些地区还会被用于熏香咖啡。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^净油^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>cascarilla

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Lawless 1992^:121

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>Grande arbusto originario delle Indie Occidentali. L'olio essenziale viene prodotto principalmente nelle Bahamas e a Cuba.

<Source>^Lawless 1992^:121

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>olio essenziale

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “苦香树” e “cascarilla” esiste una totale identità concettuale.

<zh>苦香树

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>一种生长在安地列斯群岛和佛罗里达地区的灌木，树皮带有亲香味。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^净油^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>elemi

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Fischer-Rizzi 1995^:205

<Lexica>Attestato in ^Fisher-Rizzi 1995^

<Definition>Per estrazione della resina si ricava il resinoide, da cui si ottiene, per successive distillazione, l'olio essenziale.

<Source>^Fischer-Rizzi 1995^:205

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>olio essenziale

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh> Tra i termini “榄香” e “elemi” esiste una totale identità concettuale.

<zh>榄香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>榄香树脂是从树干皮上做的切口流出的渗出物。

<Source>^林翔云 2006^:229

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^净油^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>balsamo di copaiba

<Morphosyntax>noun group, m

<Source>^www.terraemadre.com^

<Lexica>Attestato in ^www.terraemadre.it^

<Definition>Il balsamo di copaiba è un'oleoresina secreta da un albero della fascia tropicale del genere Copaifera, comprendente una ventina di specie nella fascia amazzonica.

<Source>^www.terraemadre.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation> super

<Related words>albero

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “苦配巴香膏” e ”balsamo di copaiba” esiste una totale identità concettuale.

<zh>苦配巴香膏

<Morphosyntax>noun group

<Source>^弗耶-加洛 2012^:209

<Definition>生长在亚马逊流域的苦配巴树的含油树脂，过滤之后可得到苦配巴香脂。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>树木

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水 /profumeria

<it>davana

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Fischer-Rizzi 1995^:205

<Lexica>Attestato in ^Fischer-Rizzi 1995^

<Definition>Distillato per corrente di vapore della pianta, originaria dell'India.

<Source>^Fischer-Rizzi 1995^:205

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie pirme naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “印蒿” e ”davan” esiste una totale identità concettuale.

<zh>印蒿

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:450

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>印度南部迈索尔地区的植物，叶子为蓝绿色，特别美艳。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>resina mastice

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Fischer-Rizzi 2001^:77

<Lexica>Attestato in ^Fischer-Rizzi 2001^

<Definition>La resina mastice si presenta composta da sferette gialle o trasparenti che bruciando emanano un profumo agrumato, leggero, balsamico, fresco e dolcemente etereo.

<Source>^Fischer-Rizzi 2001^:78

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie pirme naturali^

<Type of relation>super

<Synonymus>resina pistacchio

<Equivalence it-zh>Tra i termini “乳香” e “resina mastice” esiste una totale totale concettuale.

<zh>乳香

<Morphosyntax>noun group

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Definition>从阿拉伯和埃塞俄比亚的一种植物中提取的方香树脂，属橄榄科乳香提取物，燃烧之后可产生强烈的宜人气息。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品 /cosmesi

<Subfield>香水 /profumeria

<it>tonka

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Lawless 1992^:261

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>Albero tropicale con frutti contenenti un solo seme nero o “fava tonka”.

<Source>^Lawless 1992^

<Concept field>materie prime

<Related words>^essenza^

<Type of relation>super

<Related words>^assoluta^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “吨加豆” e ”tonka” esiste una totale identità concettuale.

<zh>吨加豆

<Morphosyntax>noun

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>亚马逊森林一种名叫”coumarouna odorata”的树木的芳香籽粒，香豆属，豆科。

<Source>^弗耶-加洛 2012^:210

<Concept field>原材料

<Related words>^精油^

<Type of relation>super

<Related words>^净油^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品 /cosmesi

<Subfield>香水 /profumeria

<it>olio di cocco

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Tadiello 2006^:118

<Lexica>Attestato in ^Tadiello 2006^

<Definition>Olio vegetale leggero, inodore e resistente all'ossidazione. Una base semplice per i profumi liquidi fatti in casa.

<Source>^Tadiello 2006^:118

<Concept field>materie prime

<Related words>cocco

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “椰子油” e ”olio di cocco” esiste una totale identità concettuale.

<zh>椰子油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:487

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition> 白色腊状半固体。可以作食品，肥皂，蜡烛等工业。

<Source>^林翔云 2006^:396

<Concept field> 原材料

<Related words> 椰子

<Type of relation> sub

**

<Subject> 化妆品 /cosmesi

<Subfield> 香水 /profumeria

<it>concreta di gelsomino

<Morphosyntax> noun group, f.

<Source>^Valussi 2005^:378

<Lexica> Attestato in ^Valussi 2005^

<Definition> Dopo la raccolta i fiori vengono fatti macerare in solvent vari. Il liquido che risulta è filtrato e portato alla consistenza di una massa grassa appiccicosa detta concreta.

<Source>^Valussi 2005^:378

<Concept field> materie prime

<Related words> jelsomino

<Type of relation> sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “大花茉莉浸膏” e “concreta di gelsomino” esiste una totale identità concettuale.

<zh> 大花茉莉浸膏

<Morphosyntax> noun group

<Source>^林翔云 2006^:70

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>大花茉莉浸膏是调配各种高级香精的重要原料，香气优雅，浓厚，留香长久。用有机溶剂浸取含苞欲放或刚开放的大花茉莉花朵，滤出后蒸去溶剂而得。

<Source>^林翔云 2006^:70

<Concept field>原材料

<Related words>^茉莉^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品 /cosmesi

<Subfield>香水 /profumeria

<it>acido

<Morphosyntax>adj.

<Usage label>main term

<Source>^Zanichelli 1996^:23

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Di sapore acre, agro, aspro.

<Source>^Zanichelli 199^:23

<Concept field>materie prime

<Related words>limone

<Type of relation> sub

<Synonymus>Anche se tra “acido”, ”aspro” e “agro” non vi è una sostanziale differenza, comunque, nella descrizione degli odori è preferibile far riferimento a “acido”.

<Equivalence it-zh> Tra i termini “酸感” e “aspro” esiste una totale identità concettuale.

<it>aspro

<Morphosyntax>adj.

<Usage label>main term

<Source>^Zanichelli 1996^

<it>agro

<Morphosyntax>adj.

<Usage label>uncommon

<Source>^Zanichelli 1996^

<zh>酸感

<Morphosyntax>adj

<Source>^林翔云 2006^:333

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>嗅觉和味觉的复合感觉。

<Source>^林翔云 2006^:333

<Concept field>原材料

<Related words>柠檬

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia chypre

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Vecchiattini 2014^:123

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>E' rappresentata dal contrasto tra sentori agrumati e sentori di muschio di quercia, patchouli e labdano.

<Source>^Scarpa 2014^:44

<Concept field>materie prime

<Related words>agrumi

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “素心兰香型” e “famiglia cypre” esiste una totale identità concettuale.

<zh>素心兰香型

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:333

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>属重香型的非话香型，留香特久，体香以青滋香，木箱果香，动物香和花香组分而成。

<Source>^林翔云 2006^:333

<Concept field>原材料

<Related words>柑橘

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>nota

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Chiazzari 2003^:57

<Lexica>Attestato in ^Chiazzari 2003^

<Definition>Tecnica utilizzata in profumeria che suddivide il profumo in note di testa, di cuore e di fondo.

<Source>^Chiazzari 2003^:57

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^note di testa^

<Type of relation>super

<Related words>^note di cuore^

<Type of relation>super

<Related words>^note di fondo^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “特征” e “nota” esiste una totale identità concettuale.

<zh>特征

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:517

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>感官分析技术。可区别及可识别的气味或风味特色。

<Source>^林翔云 2006^:338

<Concept field>香料的成分

<Related words>^头香^

<Type of relation>super

<Related words>^体香^

<Type of relation>super

<Related words>^基香^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>profumo

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Bruni 1999^:228

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' una miscela di sostanze odorose, generalmente di origine vegetale, o animale.

<Source>^Bruni 1999^:228

<Concept field>materie prime

<Related words>materie prime animali

<Type of relation>super

<Related words>materie prime vegetali

<Type of relation>super

<Related words>profumo floreale

<Type of relation>sub

<Related words>^anais anais^

<Type of relation>coord

<Related words>^chanel n°5^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “香水” e “profumo” esiste una totale identità concettuale.

<zh>香水

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^林翔云 2006^:372

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>有时根据需要，还可加入微量色素，抗氧化剂，杀菌可，甘油，表面活性剂等添加剂。

<Source>^林翔云 2006^:372

<Concept field>原材料

<Related words>动物性原料

<Type of relation>super

<Related words>植物性原料

<Type of relation>super

<Related words>花香型香水

<Type of relation>sub

<Related words>^香奈儿 5 号^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>resinoide

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Bovero 2011^:147

<Lexica>Attestato in ^Bovero 1997^

<Definition>Generalmente deriva da materiale vegetale resinoso per estrazione con solventi organici e si usa in profumeria come fissatore per prolungare la tenuta dei profumi.

<Source>^Bovero 2011^:147

<Concept field>materie prime

<Related words>materie prime vegetali

<Type of relation>super

<Related words>albero

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “香树脂” e ”resinoide” esiste una totale identità concettuale.

<zh>香树脂

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:372

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>是指用有机溶剂浸提植物树脂类或香膏类物质而得到的具有特征香气的浓缩萃取物。

<Source>^林翔云 2006^:372

<Concept field>原材料

<Related words>植物原料

<Type of relation>super

<Related words>树木

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>norme di buona fabbricazione

<Morphosyntax>noun group, f., pl.

<Standardisation>NBF

<Source>^Lanati 2010^:131

<Lexica>Attestato in ^Lanati 2010^

<Definition>Le NBF costituiscono una linea guida definite in regole e indicazioni relative alla qualità di un prodotto.

<Source>^Lanati 2010^:131

<Concept field>materie prime

<Related words>qualità materie prime

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “良好制造实践” e “norme di buona fabbricazione” esiste una totale identità concettuale.

<zh>良好制造实践

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:233

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>基本标准有制造者的个人卫生要求，生产环境的卫生要求，香味成分及原料的质量要求，生产操作要求，包装要求及质量监督等。

<Source>^林翔云 2006^:233

<Concept field>原材料

<Related words>原料的质量

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>deterioramento

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^www.treccani.it^

<Lexica>Attestato in ^www.treccani.it^

<Definition>L'atto, il fatto di deteriorare, cioè di guastare o danneggiare.

<Source>^www.treccani.it^

<Concept field>effetto collaterale

<Related words>ossidazione profumo

<Type of relation>sub

<Note>In questo caso il deterioramento si riferisce ad un cambiamento della fragranza causato nella maggior parte dei casi da lungo periodo trascorso dalla data di apertura.

<Equivalence it-zh> Tra i termini “劣化” e “deterioramento” esiste una totale identità concettuale.

<zh>劣化

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:233

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>香水或香产品在放置一段时间后气味，外观变坏。

<Source>^林翔云 2006^:233

<Concept field>副作用

<Related words>香料氧化

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>odore

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^www.treccani.it^

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>La sensazione specifica dell'organo dell'olfatto, diversa a seconda delle sostanze da cui è provocata.

<Source>^www.treccani.it^

<Concept field>Sistema olfattivo

<Related words>^annusare^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “气味” e “odore” esiste una totale identità concettuale.

<zh>气味

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:275

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>嗅觉器官感受到的感官特性。

<Source>^林翔云 2006^:275

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^嗅^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>emulsione

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Fumagalli 2000^:83

<Lexica>Attestato in ^Fumagalli 2000^

<Definition>Liquido acquoso di colore e di consistenza lattiginosa che tiene in sospensione un principio attivo.

<Source>^Fumagalli 2000^:83

<Concept field>materie prime

<Related words>acqua

<Type of relation>sub

<Related words>olio

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “乳化作用” e “emulsione” esiste una totale identità concettuale.

<zh>乳化作用

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:296

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>在乳化剂的作用下，油脂等不溶于水的植物可以粉碎成细小的油滴，均匀地分散在水里形成稳定的乳状液的过程。

<Source>^林翔云 2006^:296

<Concept field>原材料

<Related words>水

<Type of relation>sub

<Related words>油

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>acqua di colonia

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:79

<Lexica>Attestato in^www.treccanilinguistica.it^

<Definition>Noto profumo, consiste in una soluzione alcolica di oli essenziali(di bergamotto, di lavanda, di garofani, di fiori d'arancio e di limoni).

<Source>^www.treccanilinguistica.it^

<Concept field>materie prime

<Related words>^garofano^

<Type of relation>sub

<Related words>^alcol^

<Type of relation>sub

<Related words>4711 acqua di colonia

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “古龙香水” e “acqua di colonia” esiste una totale identità concettuale.

<zh>古龙香水

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>香精含量 3%-5%的香水，留香一般都不长。主要用作洗澡后喷酒于身上让身体短时间带点香气。

<Source>^林翔云 2006^:133

<Concept field>原材料

<Related words>^麝香石竹^

<Type of relation>sub

<Related words>^庚酒^

<Type of relation>sub

<Related words>龙香水 4711

<Type of relation>coord

<Synonymus> 科隆香水

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>eau de toilette

<Morphosyntax>noun group, f

<Source>^Scarpa 2014^:81

<Definition> Contiene dal 5 al 10 per cento di essenze profumate diluite in acqua e alcol. E' il tipo di fragranza da usare per tutta la giornata, dal mattino alla sera. Intensità e persistenza sono discrete, con le note di testa più accentuate rispetto alle note di cuore e di fondo.

<Source>^Scarpa 2014^:81

<Concept field>materie prime

<Related words>acqua

<Type of relation>sub

<Related words>^alcol^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “盥洗用古龙香水” e “eau de toilette” esiste una totale identità concettuale.

<zh>盥洗用古龙香水

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>香精含量 5%-15%的香水。

<Source>^林翔云 2006^:135

<Concept field>原材料

<Related words>水

<Type of relation>sub

<Related words>^庚酒^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>reazione fototossica

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^G.Leone 1999^:65

<Lexica>Attestato in ^G.Leone 1999^

<Definition>E' una reazione dovuta dalla presenza a livello della pelle di una sostanza o molecola fotosensibilizzante e dalla successive esposizione al sole.

<Source>^G.Leone 1999^:65

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>reazione allergica

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “光毒反应” e “reazione fototossica” esiste una totale identità concettuale.

<zh>光毒反应

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:135

<Lexica> 按^林翔云 2006^

<Definition>一种非免疫性反应，任何人都能患。受强烈日光暴晒的局部，短时间内会产生红斑，水肿，水泡等皮损。

<Source>^林翔云 2006^:135

<Concept field>副作用

<Related words>过敏反应

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>fotosensibilità

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Meroni 2014^:19

<Lexica>Attestato in ^Meroni 2014^

<Definition>Le malattie fotosensibili sono un gruppo di affezioni dermatologiche le cui manifestazioni possono essere causate, mantenute o aggravate dall'esposizione alla luce solare.

<Source>^Meroni 2014^:19

<Concept field>effetti collaterali

<Related words>^reazione fototossica^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “光敏毒性” e “fotosensibilità” esiste una totale identità concettuale.

<zh>光敏毒性

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:135

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>一种光敏毒性物质，在阳光中紫外线的照射下会引起皮肤产生光毒或光敏性皮炎。

<Source>^林翔云 2006^:135

<Concept field>副作用

<Related words>^光毒反应^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>eau de parfum

<Morphosyntax>noun group, m

<Source>^Scarpa 2014^:84

<Definition>Contiene dal 10 al 20 per cento di essenze di profumo diluite in alcol a 90 gradi. La più alta concentrazione di essenze rispetto alle cologne e eau de toilette la rende più importante e persistente. Le note di cuore sono spesso più marcate di quelle di testa e di fondo.

<Source>^Scarpa 2014^:84

<Concept field>materie prime

<Related words>^alcol^

<Type of relation>sub

<Related words>^profumo^

<Type of relation>coord

<Related words>^chanel n°5^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “高级香水” e “eau de parfum” esiste una totale identità concettuale.

<zh>高级香水

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>香精含量 15% 以上的香水。一般要求有个性，留香较长久，头香，体香，基香差别较小。

<Source>^林翔云 2006^:126

<Concept field>原材料

<Related words>^庚酒^

<Type of relation>sub

<Related words>^香水^

<Type of relation>coord

<Related words>^香奈儿 5 号^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>adattamento sensoriale

<Morphosyntax>noun group, m., inv.

<Source>^Hilgard 1989^:126

<Lexica Attestato in^Hilgard 1989^

<Definition>Si tratta della riduzione della sensibilità allo stimolo quando la stimolazione perdura nel tempo, e dell'aumento della sensibilità in mancanza di stimolazione.

<Source>^Hilgard 1989^:126

<Concept field>sistema olfattivo

<Related words>^odore^

<Type of relation>sub

<Related words>^annusare^

<Type of relation>sub

<Note> Il fenomeno dell'adattamento sensoriale non si riferisce esclusivamente al senso dell'olfatto, ma anche alla vista, alla sensibilità termica, sebbene non limitato a questi sensi.

<Equivalence it-zh>Tra i termini “感官适应” e “adattamento sensoriale” esiste una totale parziale concettuale.

<zh>感官适应

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:126

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>由于受连续的和重复制激而使感觉器官的敏感性暂时改变。“居芝兰之室，久而不闻其香;人鲍鱼之肆，久而不闻其臭”就是感官适应的例子。离开连续，重复制激该感觉器官的场所一段时间，感觉就能回复正常。

<Source>^林翔云 2006^:126

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^气味^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>analisi sensoriale

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Bovero 2011^:112

<Lexica>Attestato in ^Bovero 2011^

<Definition>E' fondamentale per interpretare le sensazioni evocate dai prodotti nei consumatori. Lo strumento di misurazione usato nell'analisi sensoriale è l'uomo e i parametri che vengono presi in considerazione sono tutti gli elementi in grado di stimolare i sensi.

<Source>^Bovero 2011^:122

<Concept field>система olfattivo

<Related words>^odore^

<Type of relation>sub

<Related words>^annusare^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “感官分析” e ”analisi sensoriale” esiste una totale identità concettuale.

<zh>感官分析

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:126

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>用感觉器官检查产品的感官特性。利用人的感官进行分析试验，现代感官分析包括以人的感官测定物品的特性(分析性感官分析) 和以物品来获知人的特性(偏爱型感官分析)。

<Source>^林翔云 2006^:126

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^气味^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia agrumata

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:42

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>In una fragranza agrumata predominano gli agrumi come il limone, il bergamotto, il mandarino, il cedro, l'arancio amaro, il pompelmo:insomma gli agrumi, perlopiù mediterranei ma anche con incursioni esotiche

<Source>^Scarpa 2014^:42

<Concept field>materie prime

<Related words>limone

<Type of relation>sub

<Related words>^bergamotto^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “柑橘” e “famiglia agrumata” esiste una totale identità concettuale.

<zh>柑橘香型

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:126

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>包括各种柑，橘，柚，柠檬，香柠檬，橙，等香型。这些水果内的肉与果皮香味有时相差甚大，但都属于柑橘香型。香气都比较透发，扩散，但留香期都不长。

<Source>^林翔云 2006^:126

<Concept field>原材料

<Related words>柠檬

<Type of relation>sub

<Related words>^香柠檬^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>memoria olfattiva

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Valussi 2005^:216

<Lexica>Attestato in ^Valussi 2005^

<Definition>Significa che gli odori ci informano sull'ambiente circostante ed evocano ricordi.

<Source>^Valussi 2005^:216

<Concept field>система olfattivo

<Related words>^odore^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “嗅觉记忆” e “memoria olfattiva” esiste una totale identità concettuale.

<zh>嗅觉记忆

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:384

<Lexica>按^林翔云 2006^

<Definition>由嗅觉引起的记忆，也分成短期记忆和长期记忆里两种。经常闻到的，引起恐慌的和闻到某种气味的同时发生重大事件的气味会进入长期记忆。

<Source>^林翔云 2006^:384

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^气味^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>eau sauvage

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Scarpa 2014^:144

<Definition> Una fragranza rivoluzionaria con le note di testa iniziali verdi e fresche, le note di cuore di lavanda e gelsomino e le note di fondo di legno e cuoio.

<Source>^Scarpa 2014^:144

<Concept field>tipo di profumo

<Related words>profumo maschile

<Type of relation>sub

<Related words>^profumo^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “野蛮人之水” e ”eau sauvage” esiste una totale identità concettuale.

<zh>野蛮人之水

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>一种名牌香水的商品名，其衍变的香型用于某些化妆品，气雾剂和洗涤剂的加香。

<Source>^林翔云 2006^:396

<Concept field>香水的分类

<Related words>男士香水

<Type of relation>sub

<Related words>^香水^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio di tea tree

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Lawless 1992^:256

<Lexica>Attestato in ^Lawless 1992^

<Definition>L'olio essenziale viene estratto da foglie e ramoscelli mediante distillazione a vapore o acqua.

<Source>^Lawless 1992^:256

<Concept field>materie prime

<Related words>tea tree

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “茶树油” e “olio di tea tree” esiste una totale identità concettuale.

<zh>茶树油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:529

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>从茶油树的叶子，枝条中提取出来。

<Source>^林翔云 2006^:58

<Concept field>原材料

<Related words>茶树

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia floreale

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:43

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Fanno parte della famiglia fiorita le fragranze dedicate a un solo fiore, chiamate solifiore, o a un bouquet. Molto apprezzati dal pubblico femminile, i profumi floreali evocano le essenze dei nostri giardini come la rosa, la violetta, il mughetto, il gelsomino, la mimosa etc.

<Source>^Scarpa 2014^:43

<Concept field>materie prime

<Related words>fiori

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “花香” e “famiglia floreale” esiste una totale identità concettuale.

<zh>花香

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:497

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>自然界各种花的香气。对调香师来说比较重要的花香有茉莉花，玫瑰花，白兰花，树兰花等。

<Source>^林翔云 2006^:155

<Concept field>原材料

<Related words>花朵

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>international fragrance association

<Morphosyntax>noun group

<Standardisation>IFRA

<Source>^Vecchiattini 2014^:37

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>E' un organismo internazionale che ha lo scopo di mantenere una documentazione relativa ai casi di reazioni allergiche alle fragranze, e analizzare le materie prime per assicurarsi che non causino reazioni cutanee.

<Source>^Vecchiattini 2014^:38

<Concept field>materie prime

<Related words>qualità materie prime

<Type of relation>sub

<Related words>^norme di buona fabbricazione^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh> Tra i termini “国际日用香料协会” e “international fragrance association” esiste una totale identità concettuale.

<zh>国际日用香料协会

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:503

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>这种组成的目的是在日用香料工业内部建立一个自我调节规定，对其会员国有个一致的规定。

<Source>^林翔云 2006^:142

<Concept field>原材料

<Related words>原料质量

<Type of relation>sub

<Related words>^良好制造实践^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia fruttata

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:46

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Ha il sentore della frutta matura.

<Source>^Scarpa 2014^:46

<Concept field>materie prime

<Related words>frutta

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “famiglia fruttata” e “果香型” esiste una totale identità concettuale.

<zh>果香型

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:142

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>寒温带水果如苹果，葡萄，西瓜等和热带水果如草莓。

<Source>^林翔云 2006^:142

<Concept field>原材料

<Related words>水果

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia legnosa

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:43

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition> Le note profumate provengono dai legni di cedro e di vetiver, da quello di sandalo, di guaiaco e da altri legni.

<Source>^Scarpa 2014^

<Concept field>materie prime

<Related words>^cedro^

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “木香型” e “famiglia legnosa” esiste una totale identità concettuale.

<zh>木香型

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:534

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>香气不一，一般指的是檀香和柏木香。

<Source>^林翔云 2006^:259

<Concept field>原材料

<Related words>^枸橼^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>famiglia orientale

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Scarpa 2014^:44

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Legni, muschio, spezie, vaniglia e patchouli sono alcune delle note che si trovano nei profumidi questa famiglia olfattiva.

<Source>^Scarpa 2014^:44

<Concept field>materie prime

<Related words>vaniglia

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “东方香型” e “famiglia orientale” esiste una totale identità concettuale.

<zh>东方香型

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:519

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>配制东方型香精的香料，主要是木香，豆香，动物香和膏香类香料如香根油，柏木油等。

<Source>^林翔云 2006^:87

<Concept field>原材料

<Related words>香荚兰

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>note di cuore

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Vecchiattini 2014^:129

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelp profumo.it^

<Definition>Le note di cuore hanno i tempi medi di evaporazione. Risuonano di voci da contralto: morbide, rotonde, sensuali, esprimono il vero carattere dell'armonia evocando sensazioni intime e segrete.

<Source>^Tadiello 2006^:115

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^nota^

<Type of relation>sub

<Related words>^note di base^

<Type of relation>coord

<Related words>^note di testa^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “体香” e “体香” esiste una totale identità concettuale.

<zh>体香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:515

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>是香精的主体香气，也是香精的主要组成部部分。

<Source>^林翔云 2006^:338

<Concept field>香水的分成

<Related words>^特征^

<Type of relation>sub

<Related words>^头香^

<Type of relation>coord

<Related worda>^基香^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>oleoresina naturale

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Silano 2006^:37

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Essudato consistente principalmente di costituenti volatile e resinosi.

<Source>^Silano 2006^:37

<Concept field>materie prime

<Related words>resina

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “天然油树脂” e “oleoresina naturale” esiste una totale identità concettuale.

<zh>天然油树脂

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:516

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>主要由挥发性精油及树脂成分组成的植物渗出物。

<Source>^林翔云 2006^:341

<Concept field>原材料

<Related words>树脂香

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio essenziale rettificato

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:38

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale il quale è stato sottoposto a distillazione frazionata al fine di modificare il contenuto di certi costituenti.

<Source>^Silano 2006^:38

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “精馏精油”“olio essenziale rettificato” esiste una totale identità concettuale.

<zh>精馏精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:524

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>用真空精馏法处理过的精油，目的是除去其中某些香气不宜的成分，但不改变该精油原有的主要性质。

<Source>^林翔云 2006^:213

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio essenziale pressato a freddo

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:38

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale ottenuto dall'epicarpo di frutti di Citrus mediante mezzi meccanici a temperatura ambiente.

<Source>^Silano 2006^:38

<Concept field>materie prime

<Related words>frutta

<Type of relation>super

<Relate words>^mela^

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh> Tra i termini “olio essenziale pressato a freddo” e “冷榨精油” esiste una totale identità concettuale.

<zh>冷榨精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:487

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>由于植物精油中的含砜化合物，在高温下或长期放置会发生氧化聚合等反应而导致变质。

<Source>^林翔云 2006^:231

<Concept field>原材料

<Related words>水果

<Type of relation>super

<Related words>^苹果^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio essenziale deterpenato

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale dal quale sono stati rimossi principalmente gli idrocarburi monoterpenici.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>olio essenziale

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “olio essenziale deterpenato” e “除萜精油” esiste una totale identità concettuale.

<zh>除萜精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:529

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>采用减压分馏法，选择性溶剂萃取法或分馏-萃取联用法。

<Source>^林翔云 2006^:65

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>^精油^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio essenziale senza il componente x

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale dal quale è stato rimosso parzialmente o completamente il component x.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh> Tra i termini “olio essenziale senza il componente x” e “无 X 精油” esiste una totale identità concettuale.

<zh>无 X 精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:534

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>除去精油中一部分或全部某种组成的精油。

<Source>^林翔云 2006^:353

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio concentrato

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale il quale è stato trattato per concentrare i component di interesse mediante mezzi fisici.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>olio essenziale

<Related words>olio d'aracia concentrato

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh> Tra i termini “olio concentrato” e “浓缩精油” esiste una totale identità concettuale.

<zh>浓缩精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:487

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>采用真空分馏或萃取或制备性层析等方法，除去精油中某些无香气或香味价值低的成分的精油成品。

<Source>^林翔云 2006^:266

<Concept field>精油

<Related words>浓缩橙油

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>olio distillato a secco

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Olio essenziale ottenuto per distillazione a secco di legni, cortecce o radici senza aggiunta di acqua o vapore.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>olio essenziale

<Related words>olio di legno

<Type of relation>sub

<Equivalence it-zh>Tra i termini “干馏精油” e “olio distillato a secco” esiste una totale identità concettuale.

<zh>干馏精油

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:493

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>木材或果壳，果核加热干馏所制得的精油。如木馏油，桦焦木精油等。

<Source>^林翔云 2006^:124

<Concept field>精油

<Related words>桐花油

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>concentrato volatile

<Morphosyntax>noun group, m.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Sostanza volatile idrosolubile concentrate recuperate dall'acqua evaporate o dai succhi di frutti o di vegetali.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Related words>materie prime vegetali

<Type of relation>coord

<Equivalence it-zh>Tra i termini “concentrato volatile” e “挥发性浓缩物” esiste una totale identità concettuale.

<zh>挥发性浓缩物

<Morphosyntax>noun group

<Source>^林翔云 2006^:533

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>浓缩果汁加工后获得的一种具有某种香气，香味特征的挥发性浓缩水溶液。

<Source>^林翔云 2006^:166

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

<Related words>植物性原料

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>tintura

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Silano 2006^:39

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Soluzione ottenuta per macerazione di una materia prima naturale o droga in presenza di etanolo a concentrazioni variabili.

<Source>^Silano 2006^:39

<Concept field>materie prime

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “tintura” e “酊剂” esiste una totale identità concettuale.

<zh>酊剂

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:530

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>用一定浓度的乙醇在室温下浸提天然香料所得的乙醇浸出液，经过澄清过滤的制品。

<Source>^林翔云 2006^:86

<Concept field>原材料

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>pomata

<Morphosyntax>noun, f.

<Source>^Silano 2006^:40

<Lexica>Attestato in ^Silano 2006^

<Definition>Grasso profumato in modo caratteristico ottenuto dai fiori mediante cold enfleurage o mediante hot enfleurage.

<Source>^Silano 2006^:40

<Concept field>materie prime

<Related words>fiori

<Type of relation>super

<Equivalence it-zh>Tra i termini “pomata” e “香脂” esiste una totale identità concettuale.

<zh>香脂

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:522

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>采用精制的动物脂肪或精制的植物油脂吸收鲜花中的芳香成分，这种被芳香成分所饱和的脂肪或油脂统称为香脂。

<Source>^林翔云 2006^:375

<Concept field>原材料

<Related words>花朵

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>annusare

<Morphosyntax>verb. tr.

<Usage label>main term

<Source>^Zanichelli 1996^:102

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Aspirare aria col naso per sentire un odore.

<Source>^Zanichelli 1996^:102

<Concept field>система olfattivo

<Related words>^odore^

<Type of relation>sub

<Synonymus>fiutare

<Equivalence it-zh> Tra i termini “annusare” e ”嗅” esiste una totale identità concettuale.

<zh>嗅

<Morphosyntax>verb.

<Source>^林翔云 2006^:531

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>感受或试图感受某种气味。

<Source>^林翔云 2006^:384

<Concept field>嗅觉系统

<Related words>^气味^

<Type of relation>sub

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>gusto

<Morphosyntax>noun, m.

<Source>^Zanichelli 1996^:859

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Uno dei cinque sensi, grazie al quale vengono percepiti i sapori.

<Source>^Zanichelli 1996^:859

<Concept field>система gustativo

<Related words>dolce

<Type of relation>super

Note: Nel campo profumiero quando si parla di gusto, si intende più che altro il modo soggettivo di sentire, apprezzare, giudicare le cose.

<Equivalence it-zh>Tra i termini “gusto” e “味道” esiste una piena identità concettuale.

<zh>味道

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:351

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>口腔内味蕾对味道刺激的感觉.

<Source>^林翔云 2006^:351

<Concept field>味觉系统

<Related words>甜

<Type of relation>super

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>scia

<Morphosyntax>noun, f.

<Usage label>common

<Source>^Zanichelli 1996^:1660

<Lexica>Attestato in ^Zanichelli 1996^

<Definition>Traccia, odore, profumo e simili che una persona o una cosa lasciano dietro di sè nel passare.

<Source>^Zanichelli 1996^:1660

<Concept field>система olfattivo

<Related words>^annusare^

<Type of relation>sub

<Synonymus>^profumo^

<Synonymus> ^odore^

<Equivalence it-zh>Tra i termini “scia” e “香气” esiste una totale identità concettuale.

<it>profumo

<Morphosyntax>noun, m.

<Usage label>main term

<Source>^Zanichelli 1996^

<zh>香气

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:526

<Usage label>common

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>香气是对由人类的嗅觉器官感受到的有香物质散发出来的令人舒适愉快的气息的总称。

<Source>^林翔云 2006^:370

<Concept field>味觉系统

<Related words>^嗅^

<Type of relation>sub

<Synonymus>称香

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>note di testa

<Morphosyntax>noun group, f.

<Source>^Tadiello 2006^:115

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Le note di testa sono classificate come quelle meno persistenti. Come trombe e ottaviani, trillano prepotentemente al di sopra di tutto con toni pungenti, freschi e stimolanti, sebbene meno persistenti.

<Source>^Tadiello 2006^:115

<Concept field>struttura del profumo

<Related words>^base^

<Type of relation>coord.

<Equivalence>Tra i termini “note di testa” e “头香” esiste totale identità concettuale.

<zh>头香

<Morphosyntax>noun

<Source>^林翔云 2006^:345

<Lexica>按 ^林翔云 2006^

<Definition>嗅闻一个有香物质刚开始得到的感觉，一般持续时间都比较短。头香是香水，香精，香基及加香产品给人的“第一印象”，直接影响到人们对这些产品的香气评价，在调配香精时，对头香千万不能掉以轻心。

<Source>^林翔云 2006^:345

<Concept field>香水的分成

<Related words>^基香^

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>materie prime naturali

<Morphosyntax>noun group

<Source>^Vecchiattini 2014^:107

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Materie prime naturali sono ottenute da radici, cortecce, foglie, resine, fiori, bucce e così via per le loro proprietà odoranti. La lavorazione avviene con metodi diversi in base alla parte di pianta da cui si desidera ottenere l'aroma.

<Source>^Vecchiattini 2014^:107

<Concept field>materie prime

<Related words>materie prime vegetali

<Type of relation>super

<Related words>materie prime animali

<Type of relation>super

<Equivalence>Tra i termini “materie prime naturali” e “天然香料” esiste totale identità concettuale.

<zh>天然香料

<Morphosyntax>noun group

<Source>^高瑞英 2015^:143

<Definition>天然香料是从天然含香动植物的某些器官或分泌物中提取出来，经加工处理而含有发香成分的物质。

<Source>^高瑞英 2015^:143

<Concept field>原材料

<Related words>植物性原料

<Type of relation>coord

<Related words>动物性原料

<Type of relation>coord

**

<Subject>化妆品/cosmesi

<Subfield>香水/profumeria

<it>materie prime sintetiche

<Morphosyntax>noun group

<Source>^Vechiattini 2014^:111

<Lexica>Attestato in ^www.accademiadelprofumo.it^

<Definition>Materie prime sintetiche sono molecole chimiche composte da più atomi, che possiedono un odore utilizzabile nei profumi. La scoperta delle molecole di sintesi risale alla seconda metà dell'Ottocento: le primissime furono l'acetato di benzile, la cumarina, la vanillina, le aldeidi etc.

<Source>^Vecchiattini 2014^:111

<Concept field>materie prime

<Related words>^aldeide^

<Type of relation>sub

<Related words>^materie prime naturali^

<Type of relation>coord

<Equivalence>Tra i termini “materie prime sintetiche” e “合成香料” esiste totale identità concettuale.

<zh>合成香料

<Morphosyntax>noun group

<Source>^高瑞英 2015^:143

<Definition>合成香料是利用单离香料或化工原料通过有机合成的方法制备的香料。

<Source>^高瑞英 2015^:143

<Concept field>原材料

<Related words>^醛香^

<Type of relation>sub

<Related words>^天然香料^

<Type of relation>coord

**

9. SCHEDE BIBLIOGRAFICHE

<source>treccani.it

<Reference>www.treccani.it

**

<source>garzantilinguistica.it

<Reference>www.garzantilinguistica.it

**

<source>lifegate.it

<Reference>www.lifegate.it

**

<source>my-personaltrainer.it

<Reference>www.my-personaltrainer.it

**

<source>accademiadelprofumo.it

<Reference>www.accademiadelprofumo.it

**

<source>chimica-online.it

<Reference>www.chimica-online.it

**

<source>terraemare.it

<Reference>www.terraemare.it

**

<source>高瑞英 2015

<Reference>高瑞英 (2015) : 化妆品质量检验技术 , 北京 , 化学工业出版社

**

<source>弗耶-加洛 2012

<Reference>丽贝卡·弗耶-加洛 (2012) : 世界知名香水指南 , 北京 : 人民邮电出版社

**

<source>林翔云 2007

<Reference>林翔云 (2007) : 香料香精辞典 , 化学工业出版社

**

<source>王理中 2002

<Reference>王理中 (2002) : 英汉化妆品词典 , 北京 , 化学工业出版社

**

<source>黄仲涛 2004

<Reference>黄仲涛 (2004) : 现代化工词典 , 科学出版社

**

<source>龚学胜 2015

<Reference>龚学胜 (2015) : 现代汉语大词典 , 商务印书馆

**

<source>Hilgard 1989

<Reference>Ernest R., Atkinson R.C. (1989):Psicologia. Corso introduttivo, seconda edizione, Giunti.

**

<source>Bovero 2011

<Reference>Bovero A. (2011):Dermocosmetologia. Dall' inestetismo al trattamento cosmetico, Milano, Feltrinelli.

**

<source>Bruni 1999

<Reference>Bruni A. (1999):Farmacognosia generale e applicata, Padova, Piccin.

**

<source>Canino 2008

<Reference>Canino G.D. (2008): Nuove sostanze dopanti. Effetti sull'organismo e rilevamente nei liquidi biologici, Roma, Edizioni Universitarie Romane.

**

<source>Capasso 2011

<Reference>Capasso F.(2011):Farmacognosia. Botanica, chimica e farmacologia delle piante medicinali, Milano, Springer-Verlag.

**

<source>Chiazzari 2003

<Reference>Chiazzari S. (2003):Guarire con i colori e le essenze, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>enciclopedia medica italiana 1980

<Reference>encyclopedia medica italiana (1980), volume 8, Firenze, USES

**

<source>Edigeo 1996

<Reference>Edigeo(1996):Enciclopedia Zanichelli 1997. Dizionario enciclopedico di arti, scienze, tecniche, lettere, filosofia, storia, geografia, diritto, economia, Bologna, Zanichelli.

**

<source>Fischer-Rizzi 2001

<Reference>Fischer-Rizzi S.(2001):Incensi e profumi. L'uso, le proprietà e la storia, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>Fischer-Rizzi 1995

<Reference>Fischer-Rizzi S. (1995):Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>Fumagalli 2000

<Reference>Fumagalli M. (2000):Dizionario di alchimia e di chimica farmaceutica antiquaria, Roma, Edizioni Mediterranee.

**

<source>Lanati 2010

<Reference>Lanati A. (2010):Qualità in biotech e pharma, Milano, Spinger.

**

<source>Lawless 1992

<Reference>Lawless J. (1992):Enciclopedia degli oli essenziali, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>Leone 1999

<Reference>Leone G. (1999):La pelle al sole, Roma, L'Airone editrice.

**

<source>Mazzocchi 1985

<Reference>Mazzocchi A. (1985):Dizionario moderno della lingua italiana, Milano, Mondadori

**

<source>Meroni 2014

<Reference>Meroni P.L. (2014): Lupus eritematoso sistemico. Una patologia declinata al femminile, Milano, FrancoAngeli.

**

<source>Munier 2003

<Reference>Munier B. (2003): Storia dei profumi. Dagli dèi dell'olimpio al cyber-profumo, Bari, Dedalo.

**

<source>Scarpa 2015

<Reference>Scarpa A. (2014):Piccola guida a fragranze e essenze profumate, Bologna, Astraea

**

<source>Schleiner 2000

<Reference>Schleiner J. (2000): I sali della vita: i principi della biochimica secondo Schussler, con notazioni omeopatiche, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>Silano 2006

<Reference>Silano V., Silano M. (2006):Prodotti di origine vegetale, in medicina alimentazione, erboristeria e cosmetica, Milano, Tecniche Nuove.

**

<source>Tadiello 2006

<Reference>Tadiello M., Garzena P. (2006):Aromi, profumi e balsami naturali, Milano, Edizioni FAG

**

<source>Valussi 2005

<Reference>Valussi M. (2005):Il grande manuale dell'aromaterapia, Milano, Tecniche Nuove

**

<source>Vecchiattini 2014

<Reference>Vecchiattini M. (2014):Il linguaggio segreto del profumo, Roma, Castelvechi

**

10. TABELLA CONSULTAZIONE RAPIDA ITALIANO-CINESE

Accord	tiáohé	调和
Acido	suāngǎn	酸感
acqua di colonia	gǔlóng xiāngshuǐ	古龙香水
adattamento sensoriale	gǎngōng shìyìng	感官适应
Alcaloide	shēngwùjiǎn	生物碱
Alcol	gēngchún	庚醇
Aldeide	quán	醛
Allergia	guòmǐnzhèng	过敏症
Aloe	lúhuì	芦荟
Amaro	kǔwèi	苦味
ambra grigia	yóuxiánxiāng	尤涎香
anais-anais	ānnàisī	安奈斯
analisi sensoriale	gǎngōng fēnxī	感官分析
Anosmia	xiùjuéquēshī	嗅觉缺失
Anice	huíxiāng	茴香
Annusare	xiù	嗅
Aroma	xiāngwèi	香味
aromi di determinazione animale	dòngwùxìng xiāngliào tiānrán	动物性天然香料
assoluta	jìngyóu	净油
Balsamo	xiānggāo	香膏
balsamo di copaiba	kǔpèibā xiānggāo	苦配巴香膏
balsamo del perù	mìlù xiāngzhǐ	秘鲁香纸
balsamo del tolù	tuǒhù xiāngzhǐ	妥户香纸
Benzoino	ānxīxiāng	安息香
Bergamotto	xiāngníngméng	香柠檬
Bucco	bùgéyè	不格叶
Caffeine	kāfēiyīn	咖啡因
Cardamom	xiǎodòukòu	小豆蔻
Cascarilla	kǔxiāngshù	苦香树
Castorio	hǎilíxiāng	海狸香
Cedro	gōuyuán	枸橼

chanel n 5	xiāngnàier 5 hào	香奈儿 5 号
concreta di gelsomino	dàhuāmólijìngāo	大华茉莉浸膏
Concrete	xiāngyè	香液
concentrato volatile	huīfāxìng nóngsuōwù	挥发性浓缩物
Davana	yìnhāo	印蒿
Deterioramento	lièhuà	劣化
Distillate	zhēngliúyè	蒸馏液
Distillazione	zhēngliú	蒸馏
distillazione a vapore	zhēngqìzhēngliú	蒸汽蒸馏
eau de parfum	gāojíxiāngshuǐ	高级香水
eau sauvage	yěmán rǔzhīshuǐ	野蛮入之水
eau de toilette	guǎnxǐyònggǔdàxiāngshuǐ	盥洗用古大香水
Elemi	lǎnxiāng	榄香
Emulsion	rǔhuà zuòyòng	乳化作用
Essenza	Jìngyóu	净油
Estratto	jìngāo	浸膏
Eunflaurage	lěngzhīxīfǎ	冷脂吸法
famiglia agrumata	gānjúxiāngxíng	柑橘香型
famiglia chypre	sùxīnlán xiāngxíng	素心兰香型
famiglia floreale	Huāxiāng	花香
famiglia fruttata	guǒxiāngxíng	果香型
famiglia legnosa	Mùxiāngxíng	木香型
famiglia orientale	dōngfāngxāngxíng	东方香型
fotosensibilità	guāngmǐndúxìng	光敏毒性
fragranza sintetica	héchéng xiāngliào héwù	合成香料化合物
IFRA	guójì rìyòng xiāngliào xiéhuì	国际日用香料协会
Incenso	Xūnxiāng	熏香
Infusione	jìnchū	浸出
Iperosmia	xiùjué guòmǐn	嗅觉过敏
Iposmia	xiùjué jiǎntuì	嗅觉减退
Garofano	shèxiāng shízhú	麝香石竹
Gusto	wèidào	味道
Mandarino	hóngjú	红橘

Mandorla	xìngrén	杏仁
materie prime naturali	tiānrán xiāngliào	天然香料
materie prime sintetiche	héchéng xiāngliào	合成香料
Mela	pīngguǒ	苹果
memoria olfattiva	xiùjué jìyì	嗅觉记忆
Mouillette	wénxiāng zhǐtiào	闻香纸条
Muschio	shèxiāng	麝香
NBF	liánghǎo zhìzào shíjiàn	良好制造实践
Nota	tèzhèng	特征
note di base	jīxiāng	基香
note di cuore	tíxiāng	体香
note di testa	tóuxiāng	头香
Odore	qìwèi	气味
oleoresina naturale	tiānrán yòushùzhī	天然油树脂
olio animale	dòngwùyóu	动物油
olio concentrato	nóngsuō jīngyóu	浓缩精油
olio distillato a secco	gānliú jīngyóu	干馏精油
olio di camomilla	yánggān júyóu	洋甘菊油
olio di cocco	yēziyóu	椰子油
olio di tea tree	cháshùyóu	茶树油
olio essenziale deterpenato	chútiē jīngyóu	除萜精油
olio essenziale pressato a freddo	lěngzhà jīngyóu	冷榨精油
olio essenziale rettificato	jīngliú jīngyóu	精馏精油
olio essenziale senza il componente x	wú X jīngyóu	无 X 精油
piante aromatiche	fāngxiāng wùzhì	芳香物质
Pomata	xiāngzhī	香脂
Profumo	xiāngshuǐ	香水
reazione fototossica	guāngdú fǎnyìng	光毒反应
resina mastice	rǔxiāng	乳香
Resinoide	xiāngshùzhī	香树脂
Scia	xiāngqì	香气
Solvente	róngjì	溶剂
Tintura	dǐngjì	酊剂

Tonka	dūnjiādòu	吨加豆
Zibetto	língmāoxiāng	灵猫香

Bibliografia:

- Bovero, Andrea, *Dermocometologia. Dall'ineestetismo al trattamento cosmetico*, Milano, Feltrinelli, 2011.
- Bruni, Alessandro, *Farmacognosia generale e applicata*, Padova, Piccin, 1999.
- Canino, Giovanna D, *Nuove sostanze dopanti. Effetti sull'organismo e rilevamento dei liquidi biologici*, Roma, Edizioni Universitarie Romane, 1999.
- Capasso, Francesco, *Farmacognosia. Botanica, chimica e farmacologia delle piante mediche*, Milano, Springer-Verlag, 2011.
- Chiazzari, Suzy, *Guarire con i colori e le essenze*, Milano, Tecniche Nuove, 2003.
- Enciclopedia medica italiana*, Volume 8, Firenze, USES, 1980.
- Enciclopedia Zanichelli 1997. Dizionario enciclopedico di arti, scienze, tecniche, lettere, filosofia, storia, geografia, diritto, economia*, a cura di Edigeo, 1996.
- Fischer-Rizzi, Susanne, *Incensi e profumi: l'uso, le proprietà e la storia*, Milano, Tecniche Nuove, 2001.
- Fischer-Rizzi, Susanne, *Profumi celestiali. Uso delle essenze naturali e loro azione sul corpo e sulla mente*, Milano, Tecniche Nuove, 1995.
- Fumagalli, Marcello, *Dizionario di alchimia e di chimica farmaceutica antiquaria*, Roma, Edizioni Mediterranee, 2000.
- Gao Ruiying 高瑞英, *Huazhuangpin zhiliang jianyan jishu* 化妆品质量检验技术 (Tecniche per la valutazione della qualità dei prodotti cosmetici), Beijing, Huaxue gognye chubanshe, 2011.
- Gong Xuesheng, 龚学胜, *Xiandai Hanyu cidian* 现代汉语大词典 (Dizionario del cinese moderno), Beijing, Shangwu yinshuguan, 2004.
- Hilgard, Ernest R. E Rita C. Atkinson, *Psicologia. Corso introduttivo*, Milano, Giunti, 1986.
- Huang Zhongtao 黄仲涛, *Xiandai huagong cidian* 现代化工词典, Beijing, Kexue chubanshe, 2004.
- Lanati, Antonella, *Qualità in biotech e pharma*, Milano, Springer, 2010.
- Lawless, Julia, *Enciclopedia degli oli essenziali*, Milano, Tecniche nuove, 1992.
- Leone, Giovanni, *La pelle al sole*, Roma, L'airone editrice, 1999.

- Libeka Fuer-jialuo 丽贝卡·弗耶-加洛 [Rebecca Veuillet-Gallot], *Shijie zhimingxiangshui zhinan* 世界知名香水指南, Beijing, Renmin Youdian chubanshe, 2012.
- Lin Xiangyun 林翔云, *Xiangliao xiangjing cidian* 香料香精辞典- Dictionary of Flavor&Fragrances, Beijing, Huaxue gongye chubanshe, 2006.
- Mazzocchi, Alfredo, *Dizionario moderno della lingua italia*, Milano, Mondadori, 1985.
- Meroni, Pier Luigi, *Lupus eritematoso sistemico. Una patologia declinata al femminile*, Milano, Franco Angeli, 2014.
- Munier, Brigitte, *Storia dei profumi. Dagli dèi dell'olimpò al cyber-profumo*, Roma, Dedalo, 2006.
- Pastorelli, Ornella, *Il profumo dello spazio*, Milano, Franco Angeli, 2003.
- Scarpa, Arianna, *Profumo. Piccola guida a fragranze e essenze profumate*, Bologna, Astraea, 2014.
- Schleimer, Jochen, *I sali della vita: i principi della biochimica secondo Schussler, con notazioni omeopatiche*, Milano, Tecniche Nuove, 2006.
- Silano, Vittorio e Marco Silano, *Prodotti di origine vegetale in medicina, alimentazione, erboristeria e cosmetica*, Milano, Tecniche Nuove, 2006.
- Tadiello, Marina e Patrizia Garzena, *Aromi, profumi e balsami naturali*, Milano, Feltrinelli, 2006.
- Tadiello, Marina e Patrizia Garzena, *Aromi, profumi e balsami naturali*, Milano, Edizioni FAG, 2006.
- Tadiello, Marina e Patrizia Garzena, *Il tuo sapore naturale. Metodi, ingredienti, ricette*, Milano, Edizioni FAG, 2006.
- Valussi, Marco, *Il grande manuale dell'aromaterapia*, Milano, Tecniche Nuove, 2005.
- Vecchiattini, Marika, *Il linguaggio segreto del profumo*, Milano, Tecniche Nuove, 2014.
- Wang Lizhong 王理中 *Ying-Han Huazhuanpin cidian* 英汉化妆品词典- Cosmetic English-Chinese dictionary, Beijing, Huaxue gongye chubanshe, 2002.

SITI INTERNET

Abc-cosmetics.it, www.abc-cosmetics.it

Accademiadelprofumo.it, www.accademiadelprofumo.it

Chimica-online.it, www.chimica-online.it

Enciclopedia Treccani: www.treccani.it

Eur-lex.europa.eu, www.eur-lex.europa.eu

Farmacovigianza.org, www.farmacovigianza.org

Garzantilinguistica.it, www.garzantilinguistica.it

Ifraorg.org, <http://www.ifraorg.org>

Lifegate.it, www.lafegate.it

My-personaltrainer.it, www.my-personaltrainer.it

Ocula.it, www.ocula.it

Terraemadre.it, www.terraemadre.it

Verdedero.it, www.verdevero.it

