

MEDIO	FECHA	CONCEPTO	PRODUCTO		
MUJER HOY	22/08/2015	PERFUMES	FLOWERBYKENZO		
PÁGINA	CIRCULACIÓN		CATEGORÍA	EDICIÓN	PERIODICIDAD
36 y 37	715.845		SUPLEMENTOS	NACIONAL	SEMANAL

854

22 DE AGOSTO DE 2015
MUJERHOY.COM

mujerhoy

PAREJA
**¿Por qué el
SEXO no es
para el verano?**

TENDENCIAS
**El irresistible
placer de
viajar sola**

AITANA
SÁNCHEZ-GIJÓN

REIVINDICA A LA
MUJER MADURA

**“A los 50
seguimos siendo
atractivas”**

Moda

NUEVAS CARAS
Y NUEVAS
TENDENCIAS



MEDIO	FECHA	CONCEPTO	PRODUCTO		
MUJER HOY	22/08/2015	PERFUMES	FLOWERBYKENZO		
PÁGINA	CIRCULACIÓN	CATEGORÍA	EDICIÓN	PERIODICIDAD	
36 y 37	715.845	SUPLEMENTOS	NACIONAL	SEMANTAL	

Belleza perfumes

EL PODER de una flor

Flower by Kenzo nació a partir de una foto de los años 60 contra la guerra, con la imagen de una flor sin olor, la amapola. Ahora celebra su 15 aniversario. Por G. Pérez

Cuando Patrick Guedj, director creativo de Kenzo Perfumes, vió la foto en la que Marc Ribaud retrata a una mujer, flor en mano, frente a un grupo de soldados durante una manifestación contra la guerra de Vietnam, sintió un escalofrío. La imagen, tomada junto al Pentágono, en Washington, en 1967, colgaba en la pared del despacho de una colega y Guedj se inspiró en un instante.

Ideas brillantes

Así surgió Flower by Kenzo. “Pensé en una flor fuerte, militante, que se abre paso en la ciudad”, nos cuenta ahora Guedj, cuando se cumplen 15 años de la fragancia. Pero el director creativo tuvo otra idea igual de audaz: el perfume tendría como imagen una amapola, flor que, al carecer de olor, daría más libertad al nariz a la hora de componerlo. La tercera idea brillante fue encargárselo al maestro perfumista



Original (2000)
Aroma y frasco (de Serge Mansau) continúan teniendo éxito.



sevillano Alberto Morillas. Situado en la elite mundial de la creatividad olfativa, trabaja paralelamente en tres laboratorios –en Ginebra, Nueva York y París– y es autor de unos 450 perfumes, algunos entre los más vendidos del mundo. “Es un misterio, nunca sabes si un perfume va a gustar, no hay fórmula mágica, infalible –mantiene Morillas–. Después de 15 años, Flower es un icono en muchos países, quizá

porque cuando apareció no había nada igual; quizá porque mantiene un concepto actual; pero también por su gran calidad”, continúa el maestro.

“Nunca sabes si un perfume va a gustar, es un misterio”, Alberto Morillas, nariz

“En cada perfume hacemos unas 300 pruebas o versiones; y no quiere decir que la última sea la mejor. Muchas veces nos quedamos con las

MEDIO	FECHA	CONCEPTO	PRODUCTO		
MUJER HOY	22/08/2015	PERFUMES	FLOWERBYKENZO		
PÁGINA	CIRCULACIÓN		CATEGORÍA	EDICIÓN	PERIODICIDAD
36 y 37	715.845		SUPLEMENTOS	NACIONAL	SEMANAL



FOTOS: Stenias Liban.

TRES HOMBRES Y UNA ROSA

Por primera vez en los 15 años del perfume, Mujerhoy reúne a los tres autores de Flower. Patrick Guedj (izq.), director creativo de Kenzo Perfumes, tuvo la idea. El nariz español Alberto Morillas (centro) es el autor de la fragancia y Dominique Roques (dcha.) busca los ingredientes. La imagen del perfume es la amapola, pero la rosa búlgara es el componente clave.



**BRASILIA
2015**

La imagen en blanco y negro de Marc Ribaud inspiró a Patrick Guedj para crear un perfume basado en la fuerza reivindicativa de las flores. El creativo recrea ahora aquella imagen de los años 60 en una escena de la película publicitaria (izq.), rodada en Brasilia, «una ciudad también nacida de un concepto», recuerda Guedj.

primeras. En el caso de Flower fue la prueba número 3”, concluye el nariz.

7.000 € por kilo

En la elaboración de esas fórmulas, en las que incorporan distintos componentes y cantidades, interviene otra figura, Dominique Roques, el hombre que busca los ingredientes en cualquier rincón del mundo para la empresa suiza Firmenich. “En alta perfumería utilizamos unos 170

ingredientes de unos 45 países. Con Flower, los mejores: rosa damascena, almizcle de máxima calidad... Un kilo de aceite de esta rosa cuesta 7.000 €. La calidad es más decisiva que el marketing”, defiende Roques. Para celebrar el 15 aniversario del perfume, Patrick Guedj ha rodado un spot en Brasilia: “El trabajo teórico por el que surgió la ciudad es grandioso. Es el lugar perfecto para mostrar nuestra partida conceptual”. ●



Versión 2015

L'Élixir es sensual, sofisticada y orientalista. A la esencia de rosa damascena, incorpora frambuesa, mandarina, vainilla...