

NEWS

ICONE

# QUELL'ERRORE DA CUI NACQUE CHANEL N°5

di Elena Banfi

Un numero magico, un dosaggio sbagliato, un racconto che si confonde con la leggenda. La prima fragranza creata da una donna per le donne compie 100 anni e la sua scia non accenna ad affievolirsi. Ecco la storia del profumo dei profumi



**R**osa di maggio colta a mano nelle ore del mattino. Ylang ylang delle isole Comore. Vetiver di Haiti. Olio essenziale di neroli. Gelsomino di Grasse. Chanel N°5 conquistò le donne grazie a questi e altri ingredienti (80 in tutto). Ma le dosi che calibrano la miscela del *Monstre*, come lo definiscono gli esperti, restano il segreto meglio custodito al 31 di rue Cambon, a Parigi, sede della Maison dove, il 5 maggio 1921, si battezzò il rivoluzionario profumo che rese obsolete le fragranze nate prima. Nessun altro è stato capace di attraversare indenne un secolo di gusti, mode, donne. Il motivo? La leggenda che lo avvolge, fatti reali o immaginari (chi lo sa) che hanno tratteggiato una storia tra le più ammalianti. Forse perché intrecciata con la vita della sovversiva Coco Chanel, la prima couturière a lanciare un profumo da donna che sapesse di donna. Ecco come andò.

**COCO CHANEL SPIEGÒ COSÌ IL NOME DEL SUO PRIMO PROFUMO: «PRESENTO LA MIA COLLEZIONE IL 5° GIORNO DEL 5° MESE DELL'ANNO, LASCERÒ CHE QUESTO NUMERO GLI PORTI FORTUNA»**

**Negli anni '20, Mademoiselle mette scompiglio nei guardaroba delle signore,** sostituendo la costrizione dei corsetti con la libertà

NEWS



Coco Chanel al Ritz nel 1937: N°5 era già un successo.



Marilyn Monroe e il suo "pigiamina", nel 1960.



Nel 1985 Andy Warhol interpreta il flacone in chiave pop.



Catherine Deneuve, volto N°5 negli anni '70.



IN SFILATA

Per la Haute Couture Chanel autunno-inverno 2009/2010, la scenografia erano flaconi XL di N°5.

di morbidi tailleur. Ma non solo: decreta anche la fine di quei profumi di mugugno, rosa e violetta così poco adatti alla nuova generazione che si affacciava al mondo. «La donna dovrebbe indossarlo ovunque voglia essere baciata» dice lei del suo elisir visionario, indecifrabile, sensuale ma anche fresco, evocativo di quel sentore di bucato che le ricorda le mani di sua madre, lavandaia della Provenza. È un'essenza che, per la prima volta, resta per ore nell'aria e sulla pelle grazie a un'inedita componente sintetica: le aldeidi utilizzate da Ernest Beaux, il "naso" degli zar che Coco Chanel conosce a Grasse, patria dei profumi, mentre trascorre una romantica vacanza con il granduca Dmitrij Pavlovič Romanov.

«Voglio un profumo elaborato, che sappia di donna» ordina. E Monsieur Beaux si mette al lavoro. Dopo 2 mesi le sottopone 10 campioni: Coco sceglie il numero 5, quello "sbagliato". Pare infatti che la boccetta contenesse il risultato di un errore commesso da un assistente distratto, che aveva aggiunto una dose eccessiva di aldeidi



NEWS



LE ANNATE MIGLIORI

Le campagne pubblicitarie di Chanel n°5 sono un susseguirsi di testimonial mozzafiato. Qui, da sinistra, vedi Gisele Bündchen, Brad Pitt (primo uomo associato a un profumo femminile), Nicole Kidman e Marion Cotillard.



e che sprigionava un sentore simile a quello del sapone, sublimando le fragranze a cui è accostato. Mai errore fu più propizio: questo stravolgimento alchemico corrispondeva, secondo Mademoiselle, al profumo della donna. Che, con quel mix di sentori agli antipodi, sa essere pura e seducente allo stesso tempo. Il primo profumo di Coco, infatti, è votato ai contrasti. A partire dal nome, che non è poetico o solenne, ma un codice scarno: il semplice numero del campione presentato da Beaux. Il 5 per Chanel è scaramantico, fin dall'infanzia. «Presento la mia collezione il quinto giorno del quinto mese dell'anno: lascerò che questo numero gli porti fortuna» disse. Anche la forma del flacone è l'antitesi di quelle dell'epoca: un parallelepipedo essenziale, modernista, simile a quelli usati in laboratorio (pare anche che ricordasse a Coco le bottiglie di whiskey di cui era estimatore Boy Capel, suo grande amore). Eccentrica pure l'etichetta in bianco e nero e quel tappo cabochon tagliato come un diamante, che riproduce la pianta ottagonale di Place Vendôme, su cui si affaccia la suite all'Hotel Ritz dove Chanel visse quasi tutta la sua esistenza. Si dice che per testare la fragranza, Coco avesse dato appuntamento a Beaux in un ristorante di Cannes e quando, al tavolo, ne spruzzò un po' nell'aria, tutte le donne presenti fossero andate in visibilio.

PER SAPERNE DI PIÙ

**Chanel N°5. Il profumo del secolo di Chiara Pasquetti Johnson (White Star), appena arrivato in libreria, racconta la storia dell'essenza creata da Coco, attraverso 64 pagine ricche di curiosità (sai che esiste una rarissima versione del flacone con etichetta rossa?). Sul sito della Maison ([www.inside-chanel.com](http://www.inside-chanel.com)), invece, trovi, tra i tanti, 3 video dedicati al profumo dei profumi.**

**Da quel 5 maggio il successo fu inarrestabile.** Il nome di Chanel N°5 si lega a quello di tante celebrità che hanno enfatizzato la sua aura di mistero e gloria. Marilyn Monroe svelò di andare a letto vestita solo di N°5. Andy Warhol lo trasformò in icona pop, facendone il protagonista delle sue litografie. Il MoMA di New York gli aprì le porte, ospitandolo come pezzo di storia del design. Per non parlare dello stuolo di dive che negli anni ha prestato il volto alle campagne pubblicitarie firmate da grandi fotografi. Catherine Deneuve, Carole Bouquet, Nicole Kidman - solo per citarne alcune - e perfino Brad Pitt, primo testimonial maschile di una fragranza femminile. L'ultima è Marion Cotillard, che danza sulla Luna lasciando l'impronta del mitico flacone anche lassù. Intanto lui, Chanel N°5, non è invecchiato. Da 100 anni è il più richiesto al mondo, si stima ne siano stati venduti oltre 80 milioni di flaconi, un record. È un mito che si autoalimenta di generazione in generazione grazie alla carica rivoluzionaria che porta con sé fin dall'inizio. Piace sempre perché è il manifesto delle donne all'avanguardia, audaci, eleganti, decise a infrangere le regole. È come se Coco Chanel avesse trovato la formula dell'eterna femminilità e l'avesse racchiusa in un'essenza, un "mostro" controcorrente destinato a resistere al tempo, alle mode. Dimostrando che davvero la classe non è acqua. È profumo.