



CON IL +10% DI PRESENZE CHIUDE LA DECIMA EDIZIONE DI ESXENCE – THE SCENT OF EXCELLENCE

**Buyer e stampa internazionale da ogni parte del mondo
confermano Milano capitale della Profumeria Artistica**

5 – 8 aprile 2018

The Mall, Piazza Lina Bo Bardi | Porta Nuova

Milano, 11 aprile 2018 | Con il + 10% di presenze tra Buyer, operatori del settore, stampa internazionale e pubblico arrivati da 70 paesi per la decima edizione di **Esxence**, Milano si conferma capitale del business e luogo per determinare le tendenze dei prossimi anni nel settore della Profumeria Artistica mondiale. L'Evento, che si è svolto dal 5 all'8 aprile al The Mall, nei quattro giorni di manifestazione ha accolto le eccellenze profumate create da case madri, nasi, ricercatori, insieme a distributori, retailer, buyer, professionisti e appassionati che, nel nome della cultura olfattiva più autentica e ricercata, contribuiscono a far crescere una importante fetta di mercato della profumeria alcolica. Un settore in rapidissima e costante ascesa a livello mondiale con altissimi margini di crescita.

Una mission, quella di Esxence, che continua a proporre nuovi obiettivi e sfide sempre più affascinanti e innovative. Il grande successo di presenze - +10% rispetto al 2017- conferma Esxence quale **palcoscenico internazionale per eccellenza** e appuntamento leader del settore grazie alla presenza di **220 brand** selezionati tra **profumeria artistica** e **cosmetica d'autore** e a un ricco calendario di appuntamenti aperti al pubblico che ogni anno visita il Salone.

I NUMERI DI ESXENCE 2018

- **220 marchi espositori** (+3,6% rispetto al 2017), suddivisi in 81 Main Brands, 108 Spotlight Brands e 31 brand di cosmetica (+60% rispetto al 2017) per la quarta edizione di Esxkin – The Excellence of Beauty, l'esclusiva area del Salone dedicata allo skincare di nicchia;
- **63 i brand che hanno esposto per la prima volta;**
- **5000 mq di spazio espositivo;**
- **20 i paesi di provenienza dei brand** (Italia, Arabia Saudita, Australia, Belgio, Danimarca, Emirati Arabi, Francia, Germania, Giappone, Irlanda, Olanda, Principato di Monaco, Qatar, Regno Unito, Repubblica Ceca, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera, Turchia);
- **65% gli espositori stranieri** sul totale;
- **+10% di visitatori rispetto al 2017 tra operatori e pubblico**, provenienti da **70 paesi;**
- **55% di operatori** sul totale dei visitatori del Salone;
- **18 i convegni e gli incontri offerti dal calendario eventi**, aperti al pubblico di appassionati e agli addetti ai lavori con alcuni dei più autorevoli protagonisti a livello mondiale. Tra gli eventi una tavola rotonda dedicata agli espositori e agli operatori che ha esaminato i traguardi raggiunti in questi primi 10 anni e gli obiettivi per il futuro e 2 conferenze dedicate alla distribuzione e alle opportunità di business per la profumeria artistica in estremo Oriente.

“Abbiamo creato il culto della profumeria d'autore – afferma **Maurizio Cavezzali, presidente di Equipe International e co-fondatore di Esxence.** “Oggi il mondo guarda a noi per capire quali siano le tendenze e i maggiori player del settore. Un lavoro attento, di grande ricerca per una manifestazione indipendente che ha saputo affermarsi proprio per



l'altissimo livello qualitativo delle sue proposte. Da questa manifestazione transita ogni anno l'85% dei brand più rilevanti. Non solo. Esxence costituisce il trampolino di lancio per gli emergenti che vogliono affermarsi. Solo chi ha davvero le qualità e le capacità riesce a essere ammesso per poi crescere, come i numerosi brand che, proprio partendo da Esxence, sono diventati famosi. Tutto questo in un settore che costituisce ancora una nicchia e dove, dunque, i margini di crescita e le potenzialità sono enormi".

"Esxence ha saputo dare un'identità e una consistenza alla Profumeria Artistica internazionale diventandone il più importante punto d'incontro e incubatore di opportunità. Una realtà che può contare ora su centinaia di operatori e migliaia di appassionati consumatori. Ha visto crescere i fatturati del settore a due cifre nei dieci anni in cui ne è stata la guida e l'ispiratrice" afferma **Silvio Levi co-fondatore di Esxence**. "Grazie a questo lavoro è cresciuta la conoscenza di questa profumeria di qualità, ma anche la consapevolezza del suo valore estetico e innovativo che ci fa parlare di vera Arte. Nei secoli il profumo è passato da elemento di perdizione, peccaminoso, espressione del diavolo, ad essere non solo accettato, ma a diventare un mezzo di espressione che parla di noi e del nostro stile. Gli altri ci 'riconoscono' non solo dal nostro apparire o parlare, ma anche dalla nostra fragranza. Dietro ai pochi profumi belli, tra i tanti solo buoni, spesso, si cela una complessa oltre che affascinante storia. Con sette note si può scrivere una canzonetta come una sinfonia di Beethoven. Stesse materie prime, ma risultati agli antipodi. Il solfeggio per un profumiere è molto più lungo e complicato che per un musicista perché le "note" che deve conoscere sono più di 3.000 e quelle che userà costantemente almeno 300. Forse questo spiega perché solo pochi finora hanno donato all'Umanità veri capolavori olfattivi, ma è giunta l'ora che venga data loro importanza alla stessa stregua della pittura o della musica".

I DATI DEL SETTORE

Esxence non è solo luogo di ritrovo, di scambio di idee, di contatto. È anche business. Il settore, infatti, rappresenta una significativa voce in termini economici. In Italia, nel 2016, la profumeria alcolica d'autore ha inciso circa il 12,5% sul totale della categoria per oltre 200 milioni di Euro di fatturato (prezzi al pubblico) ovvero circa il 2% dei 9 miliardi di euro del fatturato complessivo Beauty italiano, valori in costante e rapida crescita che evidenziano come il mercato da conquistare sia ancora ampio e tutto da esplorare. Se in Italia il mercato della Profumeria Artistica è ben consolidato, vi sono Paesi "vergini" che non hanno ancora visto fiorire questa fetta di mercato della profumeria alcolica. Per quanto riguarda la vendita, la Russia nel 2017 ha superato la Francia ed è diventata il terzo più importante mercato di fragranze al mondo, molto ricettivo anche per quanto riguarda la profumeria di nicchia. Negli Stati Uniti, nel 2016, il 90% dei consumatori utilizzava prodotti profumati, la fetta delle fragranze no-gender arrivava fino al 54%. Non è un caso: il mondo della Profumeria Artistica, infatti, con la quasi totalità di fragranze unisex, ha ormai influenzato il mondo della profumeria "commerciale", che sta proponendo un numero sempre maggiore di fragranze no-gender. Il mondo della Profumeria Artistica italiana, con una crescita del settore (media annua +12% tra 1995 e 2015 con un fatturato che è aumentato di ben 9,65 volte nel giro di 20 anni), ha visto sorgere numerosi nuovi brand, che iniziano il loro percorso nella cosiddetta "nicchia" ma che spesso la abbandonano presto a favore del cosiddetto mass-tige. La richiesta sempre maggiore di fragranze artistiche da parte del Medio Oriente ha inoltre influenzato negli ultimi anni le Case Madri circa la scelta delle formulazioni, che sempre più spesso incontrano i gusti di questa "nuova clientela", che è solita mixare le fragranze, indossandone fino a 7 differenti



contemporaneamente. Gli Emirati Arabi Uniti, nel 2020 saranno il primo Paese per consumo pro capite di prodotti beauty, e attualmente sono al settimo posto nella classifica dei mercati per quanto concerne l'export italiano, con un giro di affari che si aggira attorno ai 135 milioni di euro. E i dati di Euromonitor International vedono l'Iran (nel 2020) come secondo player nell'area mediorientale, al primo posto troviamo l'Arabia Saudita, per consumo di cosmetici e profumi, con un valore che arriverà a sfiorare i 2,5 miliardi di euro. Questi dati non possono non interessare anche il mondo della Profumeria Artistica, che punta a queste nuove realtà con l'intento di "colonizzarle" e dunque acquisire nuovi mercati.

I FINALISTI DELLA 5^ EDIZIONE DEGLI ART AND OLFACTION AWARDS

Anche quest'anno Esxence è stato il palcoscenico per l'annuncio dei finalisti della quinta edizione degli **Art and Olfaction Awards**, il prestigioso riconoscimento internazionale rivolto alle realtà indipendenti del settore con sede a Los Angeles. I vincitori saranno premiati il prossimo 21 aprile, durante la cerimonia che si terrà al The Tabernacle di Londra.

Categoria Artisan:

Bee's Bliss by Sonoma Scent Studio, Stati Uniti – naso: Laurie Erickson; Chienoir by BedeauX, Regno Unito – naso: Amanda Beadle; Cigar Rum by Strangers Parfumerie, Tailandia – naso: Prim Lomros; Club Design by The Zoo, Stati Uniti/Germania – naso: Christophe Laudamiel; Impressions de Giverny by Fort and Manlé, Australia – naso: Rasei Fort; Morah by Pryn Parfum, Tailandia – naso: Prim Lomros; Silphium by Stora Skuggan, Svezia – naso: Tomas Hempel & Olle Hemmendorff; Touchstone by Aether Arts Perfume, Stati Uniti – naso: Amber Jobin; Villa M by Paul Schütze Perfume, Regno Unito – naso: Paul Schütze; Wonderly by The House of Oud, Italia – naso: Andrea Casotti.

Categoria Independent:

A.E.O.M. by Bijon, Germania – naso: Cécile Zarokian per Oliver Babic; Ankh Sun Amon by Anima Mundi, Svizzera – naso: Cristian Calabrò con Andrea Casotti per Emilia Cinigò; Cacao Aztèque by Perris Monte Carlo, Principato di Monaco – naso: Mathieu Nardin per Gian Luca Perris; Elephant by Zoologist, Canada – naso: Chris Bartlett per Victor Wong; Eau de Virginie by Au Pays de la Fleur d'Oranger, Francia – naso: Jean-Claude Gigodot per Virginie Roux; London by Gallivant, Regno Unito – naso: Karine Chevallier per Nick Steward; Nuit de Bakélite by Naomi Goodsir, Francia/Australia – naso: Isabelle Doyen per Naomi Goodsir e Renaud Coutaudier; Osang by Talimans Collezione Preziosa, Italia – naso: Giovanni Festa per Stefania Squeglia; Pink Heart V.6 by Map of the Heart, Australia – naso: Jacques Huclier e Nisrine Bouazzaoui Grillie per Sarah, Jeffrey Darling e Giovanna Aicardi; Rose Olivier by Bastide, Francia – naso: Mathieu Nardin per Frédéric Fekkai e Pierre Jeand'heure.

Sadakichi Award, dedicato ai progetti sperimentali con le essenze:

Olfactory Games, Giappone/Olanda – Maki Ueda; Under the Horizon, Colombia/Regno Unito – Oswaldo Macià; Smoke Flowers, Belgio – Peter de Cupere con IFF; Whoa! (Pineapple Nails), Canada – Aleesa Cohene; The Library of Smell, Giappone/Germania – Hisako Inoue con Anne Marr.



www.esxence.com

CARTELLA STAMPA:

La cartella stampa digitale è disponibile a questo link: <ftp://ftp.esxence.com/>

User: press@esxence.com

Password: esxence2018

Esxence è un evento organizzato da: Equipe International

Con il contributo di: In Lombardia e Regione Lombardia

Con il patrocinio di: Comune di Milano e Città Metropolitana di Milano

Sponsor: CFF Creative Flavour Fragrances | Grafiche Edicta | Les Parfumables | Moellhausen S.p.A.

Main Partner: Business France

Partner: Air France

Content Partner: Osmotheque | Mouillettes and Co.

UFFICIO STAMPA EQUIPE INTERNATIONAL – Tel. +39 0234538354

Maria Grazia Vernuccio mariagrazia.vernuccio@equipemilano.com

Agnese Paris agnese.paris@equipemilano.com