

[Leggi l'articolo su beautynews](#)

## Un viaggio chiamato Arizona



«Un viaggio interiore, un percorso quasi onirico che ti trasporta in una nuova dimensione, libera dalle regole del quotidiano e dalla frenesia della vita contemporanea» così **Jack McCollough** e **Lazaro Hernandez** descrivono **Arizona**, la prima fragranza femminile del brand. Nel 2002 a New York, dalla partnership artistica dei due ex alunni dell'accademia di moda Parsons nasce **Proenza Schouler**, brand sinonimo di femminilità cool e mai scontata. **Per tradurre la loro cifra stilistica in profumo ci sono voluti ben due anni, un viaggio indimenticabile alla scoperta di Sonora** (uno dei deserti più estesi del Far West americano) **e due nasi d'eccezione come Carlos Benaim e Loc Dong**. Il risultato? **un profumo floreale radioso e fiorito, con un'esclusiva firma minerale**. A rappresentare il cuore della fragranza un accordo cremoso di giglio fiorentino e un accordo di fiore bianco del cactus – la cui fioritura avviene una sola volta all'anno – insieme all'essenza di gelsomino, all'essenza di fiori d'arancio e a un accordo solare. **Una fragranza complessa che traduce alla perfezione l'universo rivoluzionario e anticonformista dei due designer**.

**Il mondo visivo che avete creato per il lancio della fragranza è di grande impatto. Fino a che punto la vostra passione per l'arte ha ispirato il processo creativo di Arizona?** L'idea di questa fragranza nasce proprio da una collezione di immagini e suggestioni raccolte durante il nostro viaggio nel deserto. Ci sono posti incredibili per chi ama la Landscape Art, come Marfa, il Lightning Field di Walter de Maria e le opere di James Turrell. All'improvviso ti ritrovi in mezzo al nulla, in luoghi pazzeschi e senza connessione a internet: la sensazione di essere soli con se stessi, completamente *disconnessi* è potente e liberatoria. Noi abbiamo voluto tradurre questo stato d'animo in fragranza.

**La natura è stata quindi un'importante fonte d'ispirazione?** Noi viviamo a New York, una città meravigliosa ma caotica, dove le persone vanno a un ritmo velocissimo e noi stessi abbiamo schedule serrate. Per questo stare in mezzo alla natura e prendere una pausa dalla metropoli è fondamentale, specialmente dal punto di vista creativo. Sentiamo la necessità di staccare, prendere del tempo per noi stessi. È un bisogno che in tanti hanno perché la verità è che siamo sempre connessi, 24h al giorno, ed è estenuante: ecco perché è fondamentale, ogni tanto, "fuggire" da tutto e prendersi una pausa.

**Il flacone che avete scelto per Arizona somiglia quasi ad una scultura, come avete scelto questa forma in particolare?** Dal viaggio che abbiamo fatto a Sonora abbiamo portato cristalli di ogni genere: la loro forma ci affascina, sono oggetti meravigliosi e volevamo che il profumo li ricordasse. Al primo incontro con L'Oréal Luxe abbiamo deciso di portarli con noi, come forma d'ispirazione e abbiamo letteralmente chiesto di tradurli nel packaging del profumo.

**Creare un profumo è molto diverso dal realizzare una linea di abbigliamento, quale aspetto vi ha messi più alla prova?** Sicuramente le tempistiche: ci sono voluti due anni per creare Arizona, e moltissimi step intermedi. È un processo molto più complesso perchè uno show è legato strettamente alla stagione mentre una fragranza deve durare nel tempo ed essere indipendente dai trend del momento. Deve essere timeless.

**Arizona di Proenza Schouler è disponibile in esclusiva presso le profumerie Douglas, Limoni e La Gardenia**



L'articolo [Un viaggio chiamato Arizona](#) sembra essere il primo su [Glamour.it](#).