



## ESXENCE – THE ART PERFUMERY EVENT

**Si è chiusa ieri la più importante manifestazione a livello mondiale dedicata alla Profumeria Artistica con un'affluenza record di più di 10.000 visitatori**

*Milano, 3 aprile 2023* – Si è chiusa ieri la 13esima edizione di **Esxence – The Art Perfumery Event**, l'evento internazionale di riferimento della profumeria artistica, che ha confermato **Milano** come **capitale** del business della profumeria d'autore e **fucina delle nuove tendenze**.

Grande successo per questa edizione: affluenza record di **10.300 visitatori provenienti da tutto il mondo**, grande partecipazione di **fragrance lovers**, un parterre selezionato di **298 brand (di cui 95 italiani)** e un **ricco calendario di eventi e incontri** aperti al pubblico.

Inaugurato alla presenza di **Maurizio Forte, Direttore dell'Ufficio Coordinamento Promozione Made in Italy dell'Agenzia ICE** e **Barbara Mazzali, Assessore al Turismo, Marketing territoriale e Moda**, l'evento si è svolto dal 30 marzo al 2 aprile e ha presentato **le migliori eccellenze del settore** a buyer, retailer, distributori, professionisti e appassionati che ogni anno si riuniscono a Milano nel nome della cultura olfattiva più autentica e ricercata.

Di seguito **alcune tendenze del settore emerse ad Esxence**. Le nuove fragranze parlano all'anima; alcune hanno la parola "soul" nel naming oppure suggeriscono questo concept, inserendo nella formulazione note vivificanti o rilassanti ('mood enhancing').

A proposito di note olfattive emerge il legame con la musica, quasi a cercare una sinestesia tra olfatto e udito, coinvolgendo anche la vista con flaconi e nomi che fanno riferimento a canzoni o generi musicali.

Molti brand hanno creato nuovi packaging più attenti alla sostenibilità. In generale emerge la tendenza a riscoprire i pilastri della profumeria classica e tradizionale e ad esplorare nuovi accordi vegetali, in perfetta sintonia con il percorso verso tutto ciò che è buono con noi e con il pianeta.

Le **novità dei brand** sono disponibili al seguente link:

[https://www.dropbox.com/sh/3se1f1vhly8yti4/AAB6vOz\\_8MesCSa0dAzgprDza?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/3se1f1vhly8yti4/AAB6vOz_8MesCSa0dAzgprDza?dl=0)

Grande partecipazione anche alla terza edizione di **Experience Lab**, il primo evento italiano dedicato al beauty di nicchia che negli spazi di Allianz MiCo ha ospitato **un parterre dei brand più innovativi** all'interno del panorama italiano e internazionale.

### I NUMERI DI QUESTA EDIZIONE DI ESXENCE

- **10.300 visitatori** tra operatori, buyer, beauty e fragrance lovers
- **298 brand**, suddivisi in 98 Main Brands e 200 Spotlight Brands
- **30 i paesi di provenienza dei brand** (tra cui alcune new entry: Singapore, Ucraina, Romania, Croazia)
- **11.000 mq di spazio espositivo**
- **70% gli espositori stranieri** sul totale
- **10.300 visitatori**
- **67% di operatori** sul totale dei visitatori
- **26 i convegni e gli incontri offerti dal calendario eventi** di Esxence, aperti al pubblico di appassionati e agli addetti ai lavori, che hanno visto la partecipazione di alcuni dei più autorevoli protagonisti del settore a livello mondiale.

"Ogni anno, grazie a un accurato lavoro di ricerca e selezione svolto dal Comitato Tecnico formato da nove esperti provenienti da cinque continenti diversi, offriamo ai nostri visitatori solo le eccellenze della



produzione della profumeria artistica – afferma **Maurizio Cavezzali, co-fondatore di Esxence e Amministratore Delegato di Equipe Exhibit**. “Esxence è l’evento di riferimento a livello mondiale: qui si incontrano i più importanti player del settore, qui si decidono le tendenze, qui esordiscono i brand emergenti destinati al successo. Edizione dopo edizione puntiamo sempre a rinnovarci analizzando i trend del futuro”.

“Questa edizione ha sancito in modo molto chiaro quale sia stato fondamentale il ruolo svolto da Esxence in questi anni a livello internazionale” afferma **Silvio Levi, co-fondatore di Esxence e Direttore del Centro Studi Essencional** che ha curato e coordinato, assieme a Equipe Exhibit, la parte delle presentazioni e lecture. “Sono molto lieto che la 13esima edizione di Esxence abbia confermato l’estrema vitalità del settore a livello internazionale. Mi ha particolarmente fatto piacere che vi sia stato un chiaro **riconoscimento del nostro ruolo da importanti protagonisti della filiera del beauty** e che i nostri workshop abbiano avuto un ottimo seguito e abbiano affrontato temi di estrema rilevanza per lo sviluppo del settore, non solo dal punto di vista del business ma anche e soprattutto sul fronte della conoscenza, della creatività e della migliore comprensione del valore della comunicazione olfattiva”.

Dal punto di vista istituzionale **continua l’impegno dell’Agenzia ICE per lo sviluppo dell’internazionalizzazione di Esxence e delle aziende italiane produttrici di profumeria artistica** e sono stati invitati 22 operatori esteri provenienti da Angola, Brasile, Corea del Sud, Giappone, India, Messico, Turchia e USA, aree prioritarie per il settore, e realizzando azioni di social media promotion sulle principali riviste del comparto in Giappone e Stati Uniti per affermare l’Italia come Paese di eccellenza nella cultura imprenditoriale del benessere e della bellezza.

Esxence è il luogo in cui la profumeria artistica condivide la propria energia e le proprie ispirazioni ed è il punto di incontro e scambio di idee, ma è anche luogo d’elezione per il business.

A livello mondiale l’incidenza della Profumeria Artistica sul mercato globale del beauty è ancor al di sotto del 2%, ma la sua incidenza sulla profumeria alcolica è in continuo incremento, toccando punti che in media si aggirano attorno al 10% in molti paesi. Nel nostro mercato, quello che certamente ha la più lunga attività specifica nel settore, ha raggiunto livelli importanti. **In Italia, infatti, nel 2022 il volume di fatturato della profumeria d’autore si stima di oltre 310 milioni di euro**, corrispondente al 2,7% del beauty business italiano sul mercato interno, a oltre il 14% del fatturato del canale profumeria e a poco più del 30% delle vendite di fragranze. **La profumeria “di nicchia” è nel pieno di una radicale e rapida trasformazione**, talmente profonda da alterarne il modo stesso con cui la si nomina; si preferisce infatti oggi definirla come profumeria “artistica e di ricerca”.

Anche per questa XIII edizione Esxence ha potuto contare su partner d’eccellenza come **Osmothèque**, unica ed esclusiva Conservatoria Internazionale dei profumi, **Mouillettes & Co.**, una nota realtà italiana che sviluppa percorsi di formazione e consulenza legati all’olfatto, **Accademia del Profumo** che ha realizzato un’installazione interattiva sulle famiglie olfattive e **Art & Olfaction Awards**, i premi internazionali dedicati alla profumeria artistica e indipendente.

*Un ringraziamento a ICE Italian Trade Agency per il supporto nel processo di internazionalizzazione di Esxence e a Business France, l’Agenzia Nazionale Francese al servizio dell’internazionalizzazione dell’economia francese che da anni è a fianco della manifestazione.*

**Con il patrocinio di:** Regione Lombardia, Comune di Milano

**Con il supporto di:** Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

**Sponsor:** CFF Creative Flavour Fragrances, Les Parfumables

**Partner:** Business France



**Strategic Partner:** Essencional

Il Centro Studi Essencional è stato fondato da Silvio Levi nel 2019 con l'obiettivo di contribuire alla ricerca e allo sviluppo del settore della Profumeria Artistica e come naturale prosecuzione dei workshop di Esxence. Nel 2019 il Centro Studi ha presentato "Whispers about Artistic Perfumery" uno studio sulla percezione online della Profumeria Artistica. Nel 2020 ha lanciato il suo sito internet [www.essencional.com](http://www.essencional.com) che pubblica contenuti editoriali originali quali interviste a brand, nasi, protagonisti e approfondimenti sulla profumeria artistica offrendo un servizio di osservatorio di settore, pubblicando articoli provenienti da altri siti e identificati come autorevoli da un board di advisor. Collabora con Essencional un advisory board di professionisti italiani e internazionali. Dal 2019 è partner di Esxence per la definizione del programma di eventi della manifestazione.

**Technical supplier:** Art Coffee

#esxence2023

[www.esxence.com](http://www.esxence.com)

Facebook: Esxence – The Art Perfumery Event

Instagram: @esxenceofficial

**UFFICIO STAMPA EQUIPE INTERNATIONAL** – Tel. +39 0234538354

Antonella Nasini [antonella.nasini@equipemilano.com](mailto:antonella.nasini@equipemilano.com)

Giuditta Amisano [giuditta.amisano@equipemilano.com](mailto:giuditta.amisano@equipemilano.com)