



Progetti

Balenciaga, via al beauty con **Le Dix** in 10 fragranze

La maison di Kering sceglie il nome del primo parfum creato dal founder nel 1947. In avenue George V nella Ville lumière apre una boutique olfattiva. **Tommaso Palazzi**

Come anticipato da *MFF*, **Balenciaga** torna nel mondo delle fragranze. E lo fa con un progetto che segna una nuova era per la maison: non una ma dieci creazioni couture raccolte sotto il nome **Le Dix**. Un omaggio al primo profumo lanciato nel 1947 e al civico parigino più iconico della storia del brand, il numero 10 di avenue George V, indirizzo che ospitava il couture salon, gli atelier e la prima profumeria della griffe. In questo spazio, apre da oggi il primo **Balenciaga fragrance store**, nuovo spazio dedicato all'universo olfattivo, visitato da *MFF* in anteprima durante gli show tra giugno e luglio.

Non un semplice punto vendita, ma un'esperienza immersiva pensata come estensione della couture. L'architettura della boutique riprende i codici del vicino couture store e adotta il linguaggio del raw architecture concept, che gioca sul contrasto fra elementi industriali e materiali preziosi. A completare l'ambiente, tende in velluto grigio chiaro e sedute in alluminio e pelle pensate per un percorso di scoperta rilassato. Il cuore della proposta è la collezione di dieci fragranze: No Comment, Getaria, Twenty Four Seven, To Be

Confirmed, Muscara, Le Dix, 100%, Extra, Cristóbal e Incense Parfumum. Ognuna viene presentata in flaconi da 100 ml con possibilità di incisione personalizzata, affiancati dal formato travel spray da 15 ml e dalla ricarica da 200 ml. I flaconi sono disposti su specchi de table in stile sette-ottocentesco, con un gioco cromatico sfumato che accompagna visivamente la gradazione olfattiva. Non mancano accessori e oggetti esclusivi, dal travel case cromato ai piccoli charms a forma di mini flacone, fino a una linea di pelletteria ispirata a Le Dix. Una proposta che rilegge il concetto di lifestyle Balenciaga anche attraverso l'universo del profumo, rafforzando l'idea di una maison capace di estendere i propri codici in campi paralleli. Il progetto cade in un momento cruciale per la griffe. Alla guida dal lato manageriale c'è **Gianfranco Gianangeli**, mentre a ottobre sarà **Pierpaolo Piccioli** a firmare il suo primo défilé come direttore creativo.

Un doppio movimento che prepara la maison a una nuova fase strategica, in cui l'offerta olfattiva non rappresenta un semplice ritorno al passato ma un tassello identitario capace di allargare il dialogo con il pubblico. (riproduzione riservata)





Le fragranze Le Dix di Balenciaga

