

## LA ACADEMIA DEL PERFUME DESVELA LOS PERFUMES ICÓNICOS DE 2021

MADRID, 15 de septiembre de 2021

- o Los “perfumes icónicos” constituyen una de las categorías más emblemáticas en los Premios de la Academia del Perfume, reconociendo las mejores fragancias atemporales, auténticos iconos que han marcado un hito y han trascendido el paso de los años con éxito.
- o Con un jurado específico, la elección de los perfumes icónicos corresponde al grupo de élite de los Académicos. Tras una exhaustiva votación, tuvo lugar un enriquecedor debate en el que, con su afán didáctico, los expertos destacaron las cualidades y aspectos únicos por los que cada una de las creaciones seleccionadas son merecedoras de estar en el pódium.
- o La Academia del Perfume desvela ahora el top 3 de perfumes icónicos de esta XIV Edición de sus premios anuales: los finalistas masculinos son **Boss Bottled de Hugo Boss**, **Eternity for Men de Calvin Klein** y **L’Eau D’Issey pour Homme de Issey Miyake** y los femeninos son **Angel de Mugler**, **L’Air du Temps de Nina Ricci** y **Opium de Yves Saint Laurent**.
- o El ganador se revelará en la entrega de premios el próximo el 3 de noviembre, una gala que se abrirá en streaming para que los aficionados al perfume puedan seguirla en directo en la que, tras el éxito del “Smell Film” de la edición pasada, se estrenará una nueva pieza disruptiva para acercar el perfume a la sociedad.

Hay perfumes que han marcado un hito en la historia del perfume, que nos siguen acompañando a lo largo de los años y cuyos méritos artísticos los hacen merecer un puesto destacado en el paseo de la fama de los perfumes. El poder evocador del perfume se ha puesto de manifiesto más que nunca en los últimos meses y, de forma especial, los perfumes “icónicos” encapsulan un cúmulo de recuerdos, momentos felices, secretos y pasiones.



La votación del jurado de Académicos que elige los finalistas y ganadores de los perfumes icónicos tuvo lugar el 28 de junio, días antes del nombramiento de nuevos Académicos en Alcalá de Henares. La Academia ha decidido esperar al momento oportuno para desvelar quiénes son los elegidos y que reciban su merecida atención y protagonismo en esta recta final antes de la entrega de premios.

El grupo de Académicos en el momento de la votación estaba compuesto por los Académicos de Número Carlos Benaim, Olivier Cresp, Josep Feliú, Jordi Fernández, Rodrigo Flores-Roux, Ramón Monegal, Alberto Morillas, Emilio Valeros, Agustí Vidal y Elisabeth Vidal, los Académicos de Mérito Ramón Freixa, Charo Izquierdo y Covadonga O’Shea y el Académico de Honor Enrique Loewe.

La categoría “Icónico” reconoce aquellos perfumes emblemáticos, auténticos iconos, con un valor especial porque en un momento dado hayan tenido importancia histórica en el sector o sean estandarte de una familia olfativa, con un público muy fiel y con una relevancia actual

a pesar del tiempo transcurrido desde su lanzamiento, al menos quince años, en un mercado extremadamente dinámico como es el del perfume.

Para puntuarlos, los Académicos tuvieron en cuenta un criterio ponderando tres factores: su olor como factor principal y más importante, seguido de la coherencia del conjunto y la innovación que supuso en el momento de su lanzamiento. Según las bases de los premios, si se da el caso de que alguno de ellos ha participado en alguna de las creaciones presentadas, no puede votar por la misma, garantizándose la neutralidad de la votación.

## LOS "TOP 3 ICÓNICOS MASCULINOS" Y SUS CUALIDADES ÚNICAS

El jurado expuso los motivos para haber elegido estos tres finalistas en la categoría masculina, adentrándonos en el universo olfativo y creativo de cada uno de ellos.

### BOSS BOTTLED DE HUGO BOSS

Creada por **Annick Ménardo** con la inspiración del postre alemán *apfelstrudel*, se ha tenido en cuenta su compleja estructura, versátil y rica en contrastes, así como que sigue siendo tan contemporánea como cuando se lanzó en 1998, siendo hoy en día uno de los *best sellers* masculinos.

Para el jurado *"es una fragancia que ha conseguido conectar con el público a la perfección. Gusta mucho y es muy complicado conseguir que algo que gustaba hace veinte años siga gustando igualmente en la actualidad. A menudo se toma como benchmark y el mercado la reconoce como una gran fragancia, el hecho de que sea comercial no está reñido con que sea creativa. Funciona muy bien, con un sillage increíble y a nivel olfativo tiene un gran valor"*.

### ETERNITY FOR MEN DE CALVIN KLEIN

Creada por **Carlos Benaïm** en 1989, es uno de los grandes iconos de los años 90. Representa la historia eterna de amor a través de un clásico atemporal que evoca la naturaleza y transporta a la frondosidad de los bosques con sus notas amaderadas y aromáticas.

La creación olfativa se centra en un frescor energético con un sello amaderado sensual para transmitir una masculinidad con carácter, pero sin miedo a mostrar vulnerabilidad. Se creó como pareja de su variante femenina.

El jurado ha destacado que *"se trata de una interpretación del frescor muy distinta, con unas complejidades diferentes a las fragancias frescas que existían en ese momento"*.

### L'EAU D'ISSEY POUR HOMME DE ISSEY MIYAKE

Creada por **Jacques Cavallier** en 1994, eligiendo el agua como elemento universal y como metáfora de la transformación, el equilibrio y la vida en una fragancia floral acuática.

El jurado ha valorado *"su rareza, una creación extraordinaria dentro de las fragancias acuáticas que en ese momento era un "ovni"; tiene una entidad muy reconocible, polarizante y arriesgada que se ha estudiado mucho porque es muy compleja, no busca la perfección en sus notas."*

## LAS "TOP 3 ICÓNICAS FEMENINAS" Y SUS CUALIDADES ÚNICAS

Los Académicos expresaron la dificultad a la hora de elegir una fragancia ganadora porque, siendo muy diferentes entre sí, las tres finalistas icónicas femeninas son magníficas creaciones con numerosas razones para merecer el premio, desarrollándose un debate muy interesante.

### ANGEL DE MUGLER

Creada por **Olivier Cresp** e **Yves de Chiris** fue pionera en 1992 por marcar un camino sin flores y con una sobredosis de materias primas sensuales y adictivas.

Para el jurado, *"marcó el inicio de la perfumería gourmand, muy innovadora por no llevar flor y por la nota praliné gourmand, así como por la cantidad de patchouli, generando una adicción por la fusión de gusto y olor. Es salvaje en su concepto, la perfumería femenina de los últimos 40 años no se podría explicar sin ella, es historia de la perfumería"*.



## L'AIR DU TEMPS DE NINA RICCI

Creada en 1948 por **Francis Fabron**, es una fragancia emblemática que evoca la magia de un momento más allá del tiempo pues la guerra había llegado a su fin y nace como la primera fragancia floral especiada en la historia de la alta perfumería, en un instante de explosión de alegría y creatividad como un símbolo de paz y juventud eterna.



### LOS TOP 3 Icónicos Femeninos

Premios Academia del Perfume 2021



El jurado ha valorado que *"es una revolución a nivel compositivo, antes no se componía con ese acorde tan preciso y con esa armonía. Inició la perfumería contemporánea con el uso del clavel con una estructura minimalista de alto concepto y muchas fragancias siguieron con su tendencia olfativa. Tiene una gran memorabilidad y sillage, un perfil siempre reconocible.*

*Es un auténtico icono que no puede faltar en el imaginario clásico, así por el momento histórico en el que se creó, un perfume seminal del regreso de la perfumería, símbolo de la posguerra, que tiene cierta similitud con el momento actual de reapertura de puertas y fronteras".*

### OPIUM DE YVES SAINT LAURENT

Creada por **Jean Amic** y **Jean-Louis Sieuzac de Roure** en 1977, presenta una asociación de notas orientales, florales y especiadas muy impactante.

El jurado ha valorado que *"a mediados de los 70, con la tendencia de florales verdes y chipres, llegó el opulante Opium con un contraste muy fuerte, dulce, pesado, sexual, dando paso a una fuerza mayor y una sexualidad liberadora para la mujer.*

*Es perfecto en su ejecución y se completa con un concepto de comunicación muy potente en su conjunto por su nombre, su botella, su color y resto de elementos que lo rodean. Algunos perfumistas actuales han crecido intentando aprender de las personas que crearon Opium y de todo lo que es capaz de transmitir".*

## LA RECTA FINAL DE LOS PREMIOS 2021

Tras la elección de los perfumes icónicos, se han completado todas las fases de votaciones. Los Académicos validaron también el **"Premio a la Innovación y Sostenibilidad"**, que se desvelará en la entrega de premios, un galardón para una iniciativa muy diferente y que tiene en cuenta su impacto y relevancia en el momento actual.

Comienza la recta final y las semanas previas a la esperada entrega de premios. Con un aforo adaptado a las circunstancias actuales, la Academia apuesta por una gala presencial en directo, deseado punto de encuentro de patronos, Académicos y representantes de los jurados participantes. Al mismo tiempo, la gala podrá seguirse minuto a minuto en streaming por los equipos de las diferentes marcas participantes y los amigos del perfume.

La fecha prevista es el 3 de noviembre en un acto de tarde y, siguiendo con la expectación que se generó el año pasado con su "Smell Film", la Academia del Perfume estrenará una nueva pieza disruptiva con la intención de acercar el perfume a la sociedad y a todos los públicos. Se irá informando puntualmente en las redes sociales y web de la Academia.

#PremiosPerfumeADP2021

 [www.academiadelperfume.com](http://www.academiadelperfume.com)  [@Fundación Academia del Perfume](https://www.linkedin.com/company/fundacion-academia-del-perfume)  [@AdPerfume](https://twitter.com/AdPerfume)   [@AcademiaDelPerfume](https://www.facebook.com/AcademiaDelPerfume)

Para más información:

ACADEMIA DEL PERFUME  
Tel. 649 018 184

Cristina de Catalina  
Alba Alarcón

cristina.decatalina@academiadelperfume.com  
alba.alarcon@academiadelperfume.com

La Academia del Perfume es una Fundación cultural sin ánimo de lucro dedicada a la difusión y promoción de la cultura del perfume. Impulsada por las principales empresas del sector, busca fomentar el descubrimiento y divulgación del universo perfume, su ciencia y su creación artística a través del conocimiento, experiencias, educación e innovación.