

СТИЛЬ ПОДАРОК

— **Bamboo Harmony, Kilian:** яркий пример нишевой «будуарной» упаковки



— Редкий пример рекламы нишевого бренда: **Puredistance**, созданный голландским фотографом и философом **Яном Эвудом Воссом**



— **Romantina, Juliette Has A Gun:** белые цветы и мускус



москва переживает «нишевый бум», мы вырастаем из мейнстрима и учимся мыслить самостоятельно



Чем примечателен «нишевый бум» в мире? Тем, что некогда славные парфюмерные дома, поглощенные большими корпорациями, отвлеклись от творчества и увлеклись коммерцией, и ниша «парфюмерное искусство» в очередной раз оказалась свободна. Чем обусловлен «нишевый бум» в Москве? Тем, что мы вырастаем из мейнстрима и мы учимся мыслить самостоятельно. Приметы этого непростого процесса можно отследить везде — от Болотной площади до парфюмерного прилавка. Возможно, что дистанция между ними не так уж и велика. Поэтому именно у нас в ЦУМе открылся второй в мире после лондонского Harrod's корнер ароматов Roja Dove великого Роже Дава, парфюмера с бэкграундом дома Guerlain, аристократическими повадками и рокерским прикидом. Ароматы Roja Dove стоят под 30 тыс. рублей, но с ними у носителя действительно есть шанс почувствовать себя исключением из общего правила. Контрапунктом к Roja Dove появился незамысловатый, как Ikea и весь шведский дизайн, но ясный, лаконичный, понятный и «носибельный» бренд Byredo, придуманный красавцем (а также баскетболистом и еще полуцыганом) Бэнном Горхемом. У нас стал снова продаваться Puredistance — бренд, созданный голландским фотографом, мечтателем и философом Яном Эвудом Воссом, чья изначальная идея была вернуть миру утраченную чистоту, и одному только Богу известно, отчего он решил начать это с такого хлопотного дела, как производство дорогостоящих ароматов?.. Но тем не менее стоит отыскать Puredistance на четвертом этаже «Цветного». Вернулся к нам и Histoire de Parfums, не слишком удачно запущенный ранее бренд нос-сказочника Джеральда Гилена. Он посвящает свои ароматы то туберозе, то Жюлю Верну, настаивая, что и те, и другие можно читать

как истинный длинный роман. Проверить свою способность к подобному чтению можно, посетив корнер Histoire de Parfums в ЦУМе. Ароматы Mona di Orio, созданные удивительной женщиной-лютиком Моной ди Орио, продаются в крошечном магазине «Арома-тека» в совсем неторговом бизнес-центре «Знаменка». Они сочные, крепко сбитые, полновесные, с прочной конструкцией и длинным шлейфом. Сама Мона, молодая и прекрасная, внезапно умерла в конце 2011 года, но бренд же, судя по заверениям его хозяев, обязательно будет жить. Однако те ароматы, которые были созданы еще при жизни Моны, уже стали объектом поклонения парфюмерных маньяков. Баловень фортуны и наследник империи Hennessy, внук своего деда Килиана Хенесси и любитель белых и черных рубашек, Килиан Хенесси придумал бренд Kilian, поклоняться которому обречены все продвинутые модницы. Его тоже можно найти в ЦУМе, но лучше отправиться в бутик Kilian в гостинице «Украина». Там меньше суеты и спешки и больше небанальных ароматов сгруппировано на одном метре квадратной площади. И, наконец, последнее приобретение нашего нишевого рынка, Le Labo — бренд, придуманный в 2006 году двумя молодыми энтузиастами Эдди Роши и Фабрисом Пено, уставшими корпеть над коммерческими ароматами в корпорации L'Oréal. Ароматы Le Labo псевдомоногамны, то есть, будучи названными по одному ключевому ингредиенту, на самом деле представляют собой довольно сложные оркестровые композиции, где туберозы-розы-фиалки и прочие вторые скрипки позволяют солировать одному ингредиенту, скажем, жасмину или лилии. Флаконы Le Labo — ни дать ни взять лабораторные склянки. Коробки Le Labo — это просто картонные коробки, на которых — какая милая деталь! — напечатано тем не менее имя владельца. То есть ваше.

— Сермяжные склянки и картонная упаковка **Le Labo:** ароматы псевдомоногамны