Легкая версия

Сара Джессика Паркер о Stash SJP Prive

Автограф-сессия в магазине «Л'Этуаль», ТЦ «Европейский», Москва

ВЛАДИМИР КОННОВ

Парфюмированная вода Stash SJP Prive

«Секс в большом городе», режиссер Майкл Патрик Кинг, 2008 год

АКТРИСА рассказала о том, как работала над ароматом, созданным специально для России.

— Это не первый ваш аромат. Почему вы решили персонально представить его в России?

— Это важный рынок, русские женщины очень любят ароматы, как и я, причем не менее сильно я люблю и Москву. И когда у меня появилась возможность приехать сюда, я немедленно ею воспользовалась. И это не просто очередной запуск аромата, а посвящение русским женщинам, и сделать это лично — большая честь для меня.

— А что значит stash?

— Когда я начала работать над этим ароматом и стала носить на себе лабораторные образцы, все спрашивали, что это за аромат. Я чувствовала себя контрабандистом, как будто я что-то запрещенное ношу, на наркоманском жаргоне это называется «заначка, тайник». Я придумала это название, и людям оно понравилось. Но мои партнеры из индустрии красоты начали говорить: «О нет, нельзя так называть аромат, могут подумать, что ты пропагандируешь наркотики», на что я отвечала, что мне все равно, это на самом деле крутое, остроумное название. Это же не просто заначка, а что-то такое сокровенное, чем ты готов поделиться с близкими.

— Какой ваш любимый ингредиент в парфюмах?

— Думаю, мускус, но не суперженственный, а тяжелый, насыщенный, он такой неоднозначный, сексуальный. Я добавила мускус и амбру в первую версию аромата Stash. В версии Prive его совсем чуть-чуть, на самом деле в такие вот стопроцентно женские ароматы его не принято добавлять, но я все же рискнула. Prive — легкий, цветочный, его легко понять и полюбить.

— А что вы персонально делали, в чем состояла ваша работа над парфюмом?

— Я правда делала все, не как эти вот бизнесы, которых сейчас пруд пруди: поставила свое имя на упаковке и ушла. Если уж аромат называется моим именем, то я и отвечаю за все. В самом начале я полагалась на информацию о вашем рынке женских ароматов — в этом вопросе я не профессионал и доверяла тем, кто разбирается. Русские женщины — совершенно особый потребитель. Поэтому я стала думать над более легкой версией аромата, оригинальный Stash в категории «женский аромат» в России вряд ли пошел бы на ура.

— Где проходила работа? Как все это выглядело?

— У меня дома, в нью-йоркской квартире. Все приходили ко мне: парфюмеры из IFF, с которыми мы работали еще над моим первым ароматом (Lovely.— *прим. ред.*), сидели, часами обсуждали ноты и их сочетаемость, потом я получала образцы, пробовала их — и возвращала как негодные (что случалось довольно часто) или одобряла, но просила подкорректировать. И так полтора года — столько времени нужно для запуска хорошего, продуманного аромата.

— Какой ингредиент в аромате самый дорогой? Или вы не думали о бюджете?

— Могу сказать точно: Stash получился более дорогим, чем Lovely. А о деньгах я думаю постоянно, и это не фигура речи: думаю о том, сколько мы инвестируем, что это значит для проекта. Я правда постоянно держу в голове бюджет, чем бы ни занималась. Но после 15 версий аромата уже не помню, какой ингредиент самый дорогой, вижу только финальную версию.

— Трудно ли быть лицом аромата?

— Нет, не очень. Что обо мне думают, как меня оценивают и что говорят — мне до этого нет никакого дела. Он отражение меня — и этого достаточно. Я осознаю, что мое лицо на рекламе парфюма — это хорошо для бизнеса, чего скрывать, но все же я чувствую себя послом, транслирующим определенные ценности людям, и для меня это важно.

Беседовала Ирина Кириенко