Запах денег

Ароматы становятся предметом инвестиций

Ксения Голованова

ПОСЛЕДНИЕ несколько лет парфюмерия агрессивно играет на повышение: тяжелеют хрустальные флаконы, растут концентрации ароматов, удлиняется шлейф — след аромата, ощутимый на расстоянии. Все реже выходят туалетные воды и все чаще — воды парфюмированные, а также духи. Даже марки, когда-то сделавшие имя на летучих вещицах, например, Jo Malone London, переходят в тяжелый вес, выпуская линейки с названиями вроде Cologne Intense, Haute Couture и Metal. «Сегодня покупатель ищет духи, которые пахнут не только хорошо, но и долго»,— комментирует основатель Atelier Cologne Кристоф Сервасель, чьи композиции теперь зовутся «экстрактами» и содержат до 22% так называемого компаунда, то есть парфюмерного концентрата. «И еще дорого»,— добавляет парфюмерный критик Патрисия Уайт, автор блога Perfume Posse (она использует слово «rich»). «Легче всего внушить покупателю, что у духов "богатый" запах, если предварительно накормить его байками о самых редких натуральных ингредиентах»,— резюмирует она.

Неудивительно, что предложение парфюмерных брендов сегодня формирует мода на ирисы, майскую розу и ваниль — по-настоящему дорогое парфюмерное сырье. Благодаря лирическим роликам на Youtube, в которых парфюмеры и довольные сборщики встречают рассвет на далеких островных плантациях, мы навсегда запомнили, что килограмм абсолюта чего-нибудь островного и экзотического обходится марке в десятки тысяч евро. Для чего нам это знание? Во-первых, оно помогает расставаться с деньгами на кассе, куда мы несем флакон с воображаемой каплей баснословных островов. Во-вторых, оно же внушает нам мысль о ценности запаха. У ванильной Majaïna Sin от The Different Company аромат «благородный, дорогой», пишет пользователь русскоязычного парфюмерного форума Fragrantica. «Дорогая сладость», «божественная жидкость»,— вторят другие. Президент The Different Company Люк Габриэль активно поддерживает легенду о дорогом сырье: «Ваниль, которую мы используем в Majaïna, называется "золотым экстрактом",— сообщает он.— Лучше ее не существует в природе». Роже Дав, парфюмер, чьи ароматы чаще других описывают как «шикарные», «дорогие», с удовольствием развивает золотую тему: «Серая амбра в моих композициях стоит 100 тыс. фунтов за килограмм, что в семь раз дороже золота, а мой грасский жасмин — 34 тыс. за килограмм».

SHUTTERSTOCK PREMIER /FOTODOM.RU

Роже Дав не единственный в мире парфюмер, который работает с серой амброй и жасмином из Граса, но в некоторых вещах он действительно вне всякой конкуренции. Мало кто, во всяком случае, в кругу европейских производителей, с тем же шикарным ухарством инкрустирует свои пузырьки хрусталями и каменьями — все они так и просятся в банковскую ячейку. Как и флаконы французской марки Atelier des Ors: на крышке выгравирован морской конек, символ, которым во Франции помечают золото высшей пробы, оно же переливается за стеклом — настоящие частицы золота, погруженные в жидкость. Солидно выглядит и линия ароматов Onyrico с декоративными крышками, вырезанными из итальянского камня: для Unguentum это травертин — светлый туф, из которого построен Колизей, а флакон Empireo украшает цилиндрический набалдашник из оникса, чей оттенок напоминает цвет неба на закате. «Человек, вручную полирующий наши крышки, делает не больше ста штук в месяц»,— с гордостью рассказывает Джорджо Бьелла, один из основателей Onyrico.

Но что кроме шикарной упаковки и рассказов про сырье определяет наше представление о дорогом запахе? В первую очередь — обновленные вкусы покупателей. «Новое поколение покупает не товары, а услуги, не вещи, а впечатления,— пишет парфюмер Анна Зворыкина в своем Telegram-канале.— Тяжелый люкс останется — всегда будут люди, которые покупают золотой ларец в бриллиантах. Но ниша? Думаю, та ниша, которая шагает с ларцами под мышкой, уйдет в люкс, а настоящая — во что-то более фантазийное, но бюджетное в плане упаковки». Новое поколение успешных людей, будучи воспитанными на кофейных микролотах и авторских купажах виски, хочет, чтобы главным в рыночной цепочке было звено «создатель—покупатель». Они ценят не рассказы о редком сырье, а скорее тот факт, что Виктор Вонг, владелец парфюмерной марки Zoologist, лично отвечает на их вопросы в Facebook, а парфюмер Энди Тауэр к каждому заказу прикладывает открытку, которую сделал сам.

Новые мужские парфюмы

01 *Парфюмерная вода Oud For Greatness, Initio*

02 *Туалетная вода Hot Pepper, Azzaro Pour Homme*

03 *Парфюмерная вода Fougère d'Argent, Tom Ford*

04 *Духи Nebulous, Boadicea The Victorious*

05 *Парфюмерная вода En Terrasse, Alex Simone*

06 *Туалетная вода Uomo Salvatore Holiday Limited Edition, Ferragamo*

07 *Парфюмерная вода-спрей Dark Lord, Kilian*

08 *Парфюмерная вода Habit Rouge Dress Code, Guerlain*

01 02 03 04

05 06 07 08