

«Я пишу ароматы, как музыку» Килиан Хеннесси о деле своей жизни

ОДИН из самых известных парфюмеров своего поколения, создатель нишевых ароматов Kilian 46-летний Килиан Хеннесси рассказал Лидии Агеевой о том, как он построил свою парфюмерную империю.

Килиан встречается меня в своем офисе, который называет L'Appartement (квартира) — за версальский паркет, белые стены, камин, резьбу на потолке и розовые мраморные лестницы. Это помещение занимает три этажа османовского особняка в восьмом округе на Rue de la Voetie, неподалеку от галерей на улице Матиньон, отеля Bristol и Елисейского дворца. Теперь это главный офис марки: после продажи бренда американскому бьюти-гиганту Estee Lauder два года тому назад Килиан закрыл нью-йоркский офис и отныне руководит всем из Парижа.

Кабинет Килиана уставлен книгами об ар-деко и искусстве 20–30-х годов XX века, альбомами с работами Климта и фотографиями Аведона и Ньютона, есть здесь и коллекция бабочек в деревянных боксах.



«Я помню звучание каждой ноты

и постоянно прокручиваю в голове аккорды, призванные передать мои эмоции и историю, которую я хочу рассказать»

А еще кругом расставлены маленькие флаконы с первичными материями и проектами будущих ароматов: «Мой кабинет — это моя маленькая лаборатория».

Рабочий день Килиана чрезвычайно насыщен: переговоры с важными инвесторами и клиентами, летучки с командой — с директором по мерчендайзингу нужно обсудить оформление новых торговых пространств марки, с директором разработки продукта — поговорить о планах на ближайшее время и на год вперед. А на конец дня намечена поездка в парижскую парфюмерную лабораторию Givaudan для встречи с идейным наставником и напарницей по любимому делу — легендарным парфюмером русского происхождения Калис Беккер (это она создала хиты J'adore Dior и Lola Marc Jacobs).

Между делом Килиан Хеннесси (представитель восьмого поколения коньячной династии Хеннесси) рассказывает, как стал парфюмером. Все вышло почти случайно. Он учился в высшей школе коммуникаций CELSA при Сорбонне, прошел пару стажировок в парфюмерном направлении марки Kenzo и, когда пришло время выбирать тему дипломного проекта, решил заняться семантикой ароматов. Он говорит, что это был самый простой вариант: «После стажировки я уже знал команду Kenzo и примерно понимал, как это работает, но главное — у меня был доступ к документации». Однако, начав работу над проектом, он обнаружил, что все исследователи вопроса не разобрались с тем, как доступно расшифровать язык парфюма. «Язык музыки универсален, все знают, что в нем семь нот. А в мире парфюма их 3 тыс., и знают их только парфюмеры и те, кто хочет ими стать». Чтобы научиться говорить на этом языке, Килиан, учась на последнем курсе, поступил в школу парфюмеров Cinquieme

sens. «С первой ноты я знал, что нашел дело своей жизни».

Потом последовали работа в Нью-Йорке на Parfums Christian Dior (его пригласил тогдашний глава компании Морис Роже, который был в дипломной комиссии) и возвращение в Париж, чтобы создавать ароматы для Paco Rabanne (Puig), Alexander McQueen (Gucci Group — нынешний Kering), Armani (L'Oreal). После 12 лет работы на крупных игроках бьюти-индустрии Килиан был готов сменить парфюмерию на моду и даже записался на собеседования к Тому Форду и Эди Слиману в Dior, но в его судьбу опять вмешался случай. На этот раз — ужин в музее Vassarat, где проходила выставка, посвященная лучшим парфюмам XX века: многие из них были выпущены во флаконах знаменитой хрустальной мануфактуры.

«У моей бабушки был огромный флакон с выгравированными инициалами Tubereuse Le Galion. Когда аромат заканчивался, она наполняла флакон у своего парфюмера. У дедушки тоже был большущий флакон Eau Sauvage Dior, каждое утро он макал в него расческу и несколько раз проводил ею по волосам». Экспозиция напомнила Килиану о временах, когда парфюмы были не главным мотором коммерческого успеха модных брендов, а произведением искусства и предметом роскоши. И он решил создать собственное дело, «чтобы вернуть парфюм на его пьедестал». Так в 2007 году появилась марка Kilian.

Парфюмы Kilian сразу привлекают к себе внимание. В отличие от других нишевых брендов (сам Килиан предпочитает определение «альтернативные»), таких как Labo и Frederic Malle, Хеннесси делает ставку не только на содержание, но и на форму. Никаких бумажных этикеток, только гравировка на металлических табличках. И никаких пластиковых колпаков, только металл. Флаконы из черного и белого стекла — тоже своего рода произведения искусства. Их лаконичную прямоугольную форму парфюмер придумал сам и украсил их круговыми узорами, напоминающими рисунки на щите греческого воина Ахилла, потому что парфюм — «это не только инструмент соблазна, но и лучшая защита». Каждый флакон можно пополнять при помощи рефиллеров, ведь «настоящий люкс не создан для того, чтобы его выбрасывали, его следует передавать из поколения в поколение». К тому же к флаконам всегда прилагается деревянный бокс для хранения