

ПАРФЮМЕРИЯ – ОТСТОЙ

АНДРЕАС ВИЛЬГЕЛЬМ НА ФЛАКОНЧИКАХ СВОИХ АРОМАТОВ ПИШЕТ ИХ ПОЛНЫЙ СОСТАВ, ДАВАЯ ПОТРЕБИТЕЛЮ ВОЗМОЖНОСТЬ УЗНАТЬ, ЧТО ОН ПОЛУЧАЕТ ПРИ ПОКУПКЕ.



АНДРЕАС ВИЛЬГЕЛЬМ,
ПАРФЮМЕР, СОЗДАТЕЛЬ
БРЕНДА PERFUME.SUCKS



Я мечтаю о том,
чтобы парфюмерия
открылась для
каждого

Мне кажется, что прозрачность и доступность информации – то, что у вас в России называют «осознанным потреблением», – это тренд новой эры. Люди хотят иметь доступ ко всему, хотят сами разбираться в каждом вопросе, чтобы делать объективный выбор. Прошло время закрытых данных, и сейчас мы все чаще видим, как компании из разных областей «рассекречиваются», выставляя в открытый доступ коды программного обеспечения, подробно прописывая составы продуктов и так далее. В парфюмерной же отрасли пока бал правит маркетинг. Я не слишком силен в нем, но вижу серьезное противоречие между тем, что сегодня бренды предлагают потребителю, и тем, что парфюмерия представляет собой на самом деле. Создание красивой «истории» идет вразрез с физическим наполнением, с самой сущностью аромата.

Я же отношусь к парфюмерии скорее как химик. И этот подход, мне кажется, более корректен. Потому что одна и та же формула для одного человека будет пахнуть как манго, а для другого – как карамель, так что, мне кажется, честнее написать формулу, чем называть запахи какими-то знакомыми понятиями. Да, люди готовы классифицировать узнаваемые натуральные ароматы – фруктов или цветов – но у каждого свое восприятие. Если на флаконе написано «роза», это не значит, что туда добавлена именно роза, а значит, что там есть ингредиент, который ее по запаху напоминает. Это же касается и тех случаев, когда потребители пытаются поделить ароматы на «мужские»

и «женские». Я имею дело с сырым материалом, а сырье и химические формулы не заявляют: «я – женское» или «я – мужское», нет. Как ученый я должен оставаться честным, мне легче быть в стороне от этого.

С химическими ингредиентами и соединениями обыватель в массе своей не знаком. А мне бы очень хотелось, чтобы это стало общедоступным знанием. Я давно выступаю за эту идею – очень хочу популяризировать парфюмерную отрасль как науку, привлечь к этому широкую публику. В Лос-Анджелесе я сотрудничаю с институтом ольфакторных исследований, куда можно прийти и получить эти знания,

ЕСТЬ У МЕНЯ ИДЕЯ, АБСОЛЮТНЫЙ ФИКШЕН! Изобрести микроорганизм, который можно съесть, и он начнет жить, источая аромат через кожу

чтобы начать уже разбираться в химических компонентах и ароматических соединениях. И мне нравится, что людей, кому это интересно, становится все больше. Популяризация этого знания выводит индустрию за рамки нишевого, закрытого движения «для избранных» и продвигает в массы. Например, в институте у нас есть библиотека ингредиентов, я знаю каждый, мне даже не обязательно снова нюхать их, чтобы придумать новый аромат – пишу ученикам формулу, а они собирают по ней композицию.

В привычном понимании, люди выбирают парфюм сердцем, это как любовь с первого взгляда, влюбленность – самая настоящая! Но ведь можно выбирать и носом, тренируя свое обоняние, умение различать составляющие, раскладывать аромат на ингредиенты. И я с надеждой отмечаю, что появляется новое поколение, которое хочет в этом углубленно разбираться и лучше

понимать нюансы аромата. При этом я не имею в виду только молодежь – скорее «внутреннего ребенка», который есть в каждом из нас, без которого невозможно жить полной, творческой жизнью и наслаждаться ею. Если же говорить, скажем, об упаковке, то она у нас очень простая, абсолютно свободная от налета роскоши, немного дерзкая в исполнении и, безусловно, апеллирует к возрастной группе помладше, к тем, кто попроще и подемократичнее, кому интереснее содержание. Мои последователи в какой-то степени идут за этой философией, но вместе с тем это люди с хорошим чувством юмора и бунтарским характером. Если они выбирают аромат с дерзким названием Perfume.Sucks («Парфюмерия – отстой»), то, надо полагать, выражают тем самым определенный протест и даже чувствуют некоторую гордость.

Вообще же, сфера применения ароматов очень широкая. Все, что касается бьюти-индустрии,



Андреас Вильгельм создал свою линейку Perfume.Sucks – это «спиртовые растворы», у которых даже нет названий, их различают по цветам, которыми напечатан текст на этикетках. В Екатеринбурге их можно купить в магазине красоты Cosmotheca

МНЕ КАЖЕТСЯ, ЧТО ПРОЗРАЧНОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ, НА ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ – ЭТО ТРЕНД НОВОЙ ЭРЫ

это понятно. Кроме того, я люблю сотрудничать с деятелями искусства – уже несколько раз создавал «ароматреки» к фильмам или спектаклям, выставкам, инсталляциям, арт-объектам и перформансам. Еще, например, как-то сотрудничал с госпиталем, создавал такой аромат, чтобы людям было немного комфортнее находиться в больнице, есть даже такой опыт. Мне кажется, нет такой отрасли, в которой нельзя было бы применить ароматы.

Я мечтаю о том, чтобы парфюмерия открылась для каждого. Чтобы любой житель планеты мог создать свой аромат – или самостоятельно, досконально погружившись в тему, или с чьей-то помощью – консультанта или даже искусственного интеллекта. Думаю, лет через 50 так оно и будет. А если говорить о совсем сумасшедшей идее – есть у меня такая, абсолютный фикшен! Я хочу изобрести какой-нибудь микроорганизм, который можно съесть, и он начнет жить внутри, источая аромат через кожу. 