

«КЛЮЧ ДОСТУПА»

ТRENДЫ В ПАРФЮМЕРИИ

Парфюмерные и бьюти-бренды ежегодно пополняют свои коллекции ароматами, представляющими собой обновлённые версии уже известных линий. Какие же тренды в парфюмерии ждут нас в 2022 году?

ВВЕДЕНИЕ

Тренды в парфюмерии, как и в моде цикличны. Современная эпоха постмодерна не создает принципиально новых трендов, но предлагает новые прочтения и неожиданные комбинации трендов прошлого.

Так, остро актуальный тренд на ароматы унисекс на самом деле возвращает нас к парфюмерным традициям, бытовавшим до индустриальной революции: деление нот и парфюмов на гендеры на самом деле является недавним изобретением — еще пару столетий назад аромат фиалки был популярен в равной степени среди женщин и мужчин.

А еще ведь есть и профессиональные камеры, в настройках которых можно заблудиться и не понять их совсем.

Сейчас направление фотографии стало очень доступно. Теперь каждый может стать фотографом и запоминать важные моменты вашей истории стало куда проще.

В этом гайде команда программы «Ключ доступа» поделится с Вами тем, как можно создавать интересные кадры и привносить в них чуточку творчества, используя подручные средства.

НУ ЧТО, ПОЕХАЛИ?



Циклы моды выносят на берег и не столь давние ноты и типы ароматов: вместе с джинсами клёш возвращается нота пачули и мода на натуральные парфюмы эпохи хиппи, а вместе с бархатными спортивными костюмами — вариации свежих нот, которые в 2000-х были представлены акватиками.

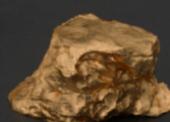
В КАКИХ ЖЕ ОБЛАСТЯХ ПРОИСХОДЯТ ИСТИННЫЕ ИННОВАЦИИ?

Прежде всего, это непосредственно ингредиенты для парфюмерии. Существуют два параллельных тренда.

ПЕРВЫЙ ТРЕНД

Первый — использование полностью натуральных, этических ингредиентов. Как крупные, так и нишевые бренды обращают все больше внимания на то, откуда и как они получают сырье. Среди потребителей растет запрос на органические продукты, запрет на тестирование на животных.

Бренды включают этическую составляющую в свою философию: так, американский бренд Clean Reserve в своем манифесте заявляет, что экологически ответственный способ производства значит для них все, и они подкрепляют свои слова делом: их продукция из органических ингредиентов производится на заводе, использующим только солнечную энергию.



ВТОРОЙ ТРЕНД

Второй тренд — это разработка новых синтетических молекул. Большинство ингредиентов животного происхождения (например, мускус — ароматическое вещество, вырабатываемое железами некоторых животных, таких как ондатра или мускусная утка) практически полностью заменены на синтетические аналоги, как в силу экономических, так и этических причин.

Синтетические молекулы ничуть не уступают натурально полученному веществу, а иногда и превосходят его по качеству. Тот же мускус, который в парфюмах может выдавать целую гамму нот от анималистических, телесных, до цветочных и металлических, в синтетическом формате гораздо более «послушен» и предсказуем при разработке парфюмерных формул.

Новые молекулы изолируются каждый год, иногда изначально не для парфюмерных целей. Так, в 1965 была изолирована и описана молекула вещества «геосмин», которое отвечает за «петрикор» — тот самый влажный запах земли после дождя.

Только 2010-х эта молекула привлекла внимание парфюмеров, которые стали выходить за рамки привычных ароматов, которые обычно строятся на цветочных нотах. Геосмин оттеняет дождливой свежестью древесный аккорд Hermann A Mes Cotes Me Paraissait Une Ombre бренда Etat Libre d'Orange, а в моно-аромате Dirt от Demeter уверенно солирует, рассказывая историю о влажной после дождя земле на фермах Пенсильвании, родине одного из основателей бренда.



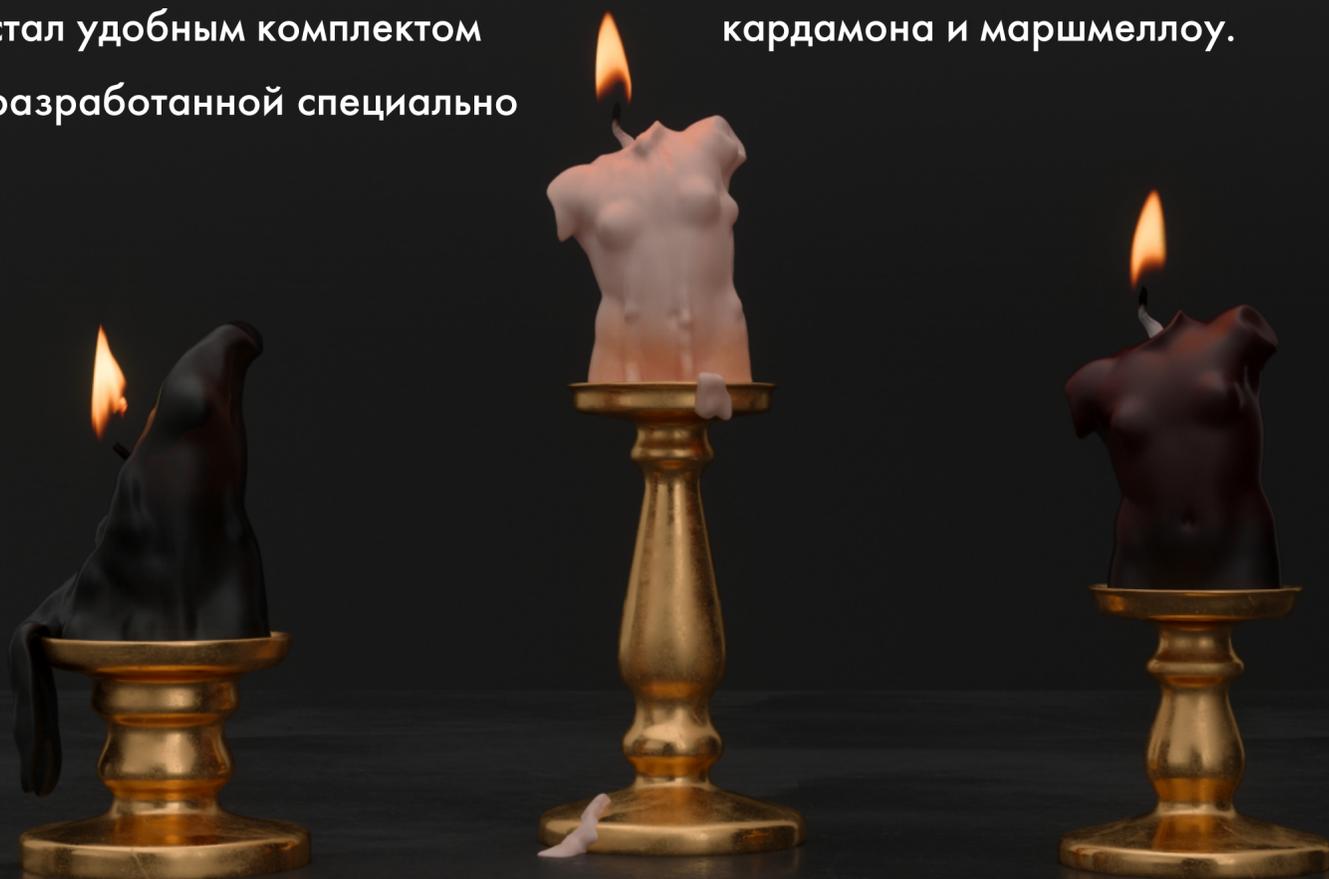
СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Вторая область в парфюмерии, которая меняется до неузнаваемости — это способы использования парфюмерных продуктов. Прежде всего, это новые носители. Парфюмы и ранее появлялись в нескольких форматах, например, непосредственно парфюмерная вода, афтер шейв и крем для рук. Свечи для дома выпускают самые именитые бренды, например, Replica принадлежащие модному дому Maison Margela сделали целую линейку парфюмированных свечей.

Также эпоха самоизоляции повлияла на саму концепцию использования парфюмерии: если раньше парфюм использовали как наряд, должный произвести определенный эффект на окружающих, то теперь, скорее, парфюм стал удобным комплектом одежды, разработанной специально

для дома — все чаще люди покупают парфюм, которым пользуются исключительно для себя. Эта концепция породила тренд на так называемые feel-good парфюмы — ароматы, которые создают настроение отдыха и радости: цветочные, фруктовые, гурманские, акватические.

Французский парфюмер Клемент Гаварри рассказал, что в двух парфюмах, созданных им для бренда BROWN GIRL Jane ингредиенты рассчитаны в соответствии с нейробиологией, чтобы произвести на человека расслабляющий, повышающий настроение эффект: цветочный аромат Bahia окутывает невесомым облаком белых цветов, смягченных персиковым нектаром и ванилью, а чувственная Casablanca раскрепощает благодаря теплоте, сексуальному контрапункту амбры, кардамона и маршмеллоу.



ПАРФЮМЕРНЫЙ ЭТИКЕТ

Также изменения претерпевает парфюмерный этикет. Уходят в прошлое «шлейфовые» духи, слышные на ощутимом расстоянии от человека, плотные запахи и суперстойкие формулы, их место занимают деликатные, прозрачные и тихие ароматы.

«Вторая кожа», «парфюм без парфюма» — так называют категорию ароматов, которые словно встраиваются в естественных запах кожи. Такой эффект позволяют создать в основном древесные и мускусные ноты, а также белые цветы, создающие ощущение чистоты.

Один из иконических ароматов этой категории — Blanche от Byredo, созданный основателем бренда Беном Горхамом для своей жены, которая не любила парфюмерию. Аромат похож на только что выстиранную белую рубашку и на солнечный ветреный день.

В свою очередь, композиция с говорящим названием Not A Perfume от Juliette Has A Gun с простой мускусно-амбровой композицией напоминает аромат чистой кожи.



“ ПАРФЮМЕРНЫЙ ЭТИКЕТ – НЕГЛАСНО ПРИНЯТЫЙ СВОД ПРАВИЛ, КОТОРЫЙ ПРЕДУСМАТРИВАЕТ, КАКИЕ АРОМАТЫ НОСИТЬ В РАЗНЫХ СИТУАЦИЯХ.

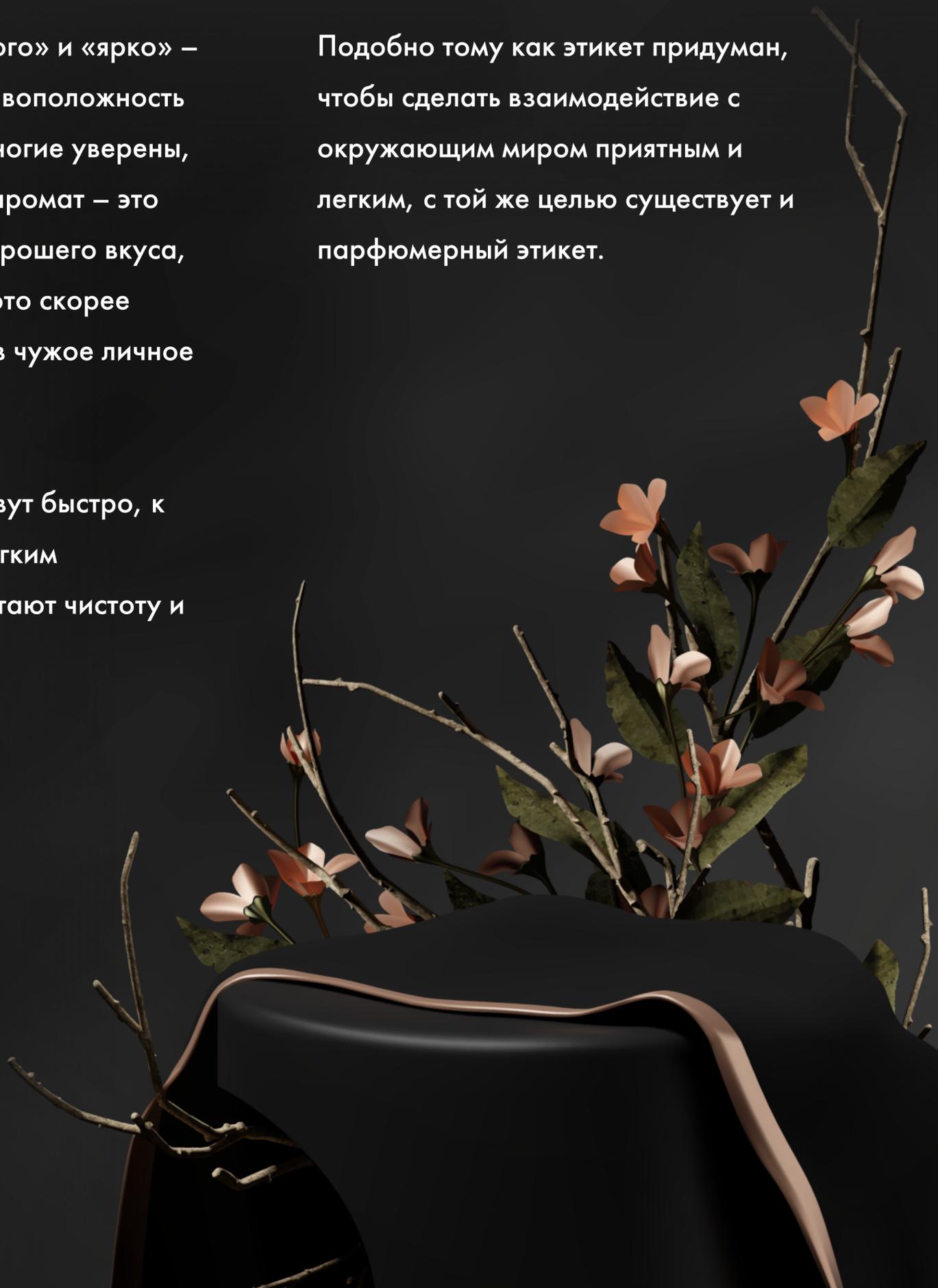
Подобно тому как в оперу неприлично явиться в кроссовках, а на собеседовании неуместно платье в пол, с духами та же история: каждая ситуация предполагает свой дресс-код, только ольфакторный.

Первое правило: «дорого» и «ярко» – зачастую прямая противоположность понятию «хорошо». Многие уверены, что яркий шлейфовый аромат – это признак богатства и хорошего вкуса, но в действительности это скорее считается вторжением в чужое личное пространство.

Современные люди живут быстро, к роскоши относятся с легким презрением, предпочитают чистоту и минимализм.

Идеальный аромат жителя мегаполиса – несложный, понятный, но вместе с тем интересный, не вторгается в чужое пространство, и никому не мешает жить, в том числе и своему обладателю.

Подобно тому как этикет придуман, чтобы сделать взаимодействие с окружающим миром приятным и легким, с той же целью существует и парфюмерный этикет.



КЛАССИФИКАЦИЯ АРОМАТОВ

Начнём с основ, в французской классификации выделяются семь ольфактивных семейств:

ЦИТРУСОВЫЕ (ЭСПЕРИДНЫЕ)

Довольно летучие, свежие, нестойкие композиции, в которых преобладают цитрусовые ноты.

ЦВЕТОЧНЫЕ

Одно из самых больших семейств, доминирующим в парфюмах этой группы является аромат какого-либо цветка, самые популярные – жасмин и роза.

ФУЖЕРНЫЕ

Источником для названия семейства послужил аромат Fougere Royale созданный в 1882 году. Запах таких парфюмов свежий и горьковатый, а его главные ноты - дубовый мох, лаванда, бергамот, кумарин, древесные оттенки.

ДРЕВЕСНЫЕ

В этом семействе доминируют масла сандала, пачули, кедра, дерева уд, ветивера, мирта и других деревьев.

ШИПРОВЫЕ

Базируется на бергамоте, дубовом мхе (ныне синтетические заменители) и лабдануме, к этой основе добавляются остальные ноты.

КОЖАНЫЕ

Одно из самых маленьких семейств. По сути, это древесные ароматы, потому что за создание аромата кожи отвечает берёза и смола стиракса.

ВОСТОЧНЫЕ

Объёмные, глубокие ароматы с животными нотами и смолами, такие ароматы подходят для торжественных мероприятий.

Ещё важно понимать в чем разница между парфюмом, одеколоном и туалетной водой:



ОДЕКОЛОН (EAU DE COLOGNE)

Одеколон – самая низкая концентрация душистых веществ – 4-5% (в 70–80% спирте). Это легкий, ненавязчивый будничной вариант.



ТУАЛЕТНАЯ ВОДА (EAU DE TOILETTE)

В туалетной воде концентрация душистых веществ составляет 11-12% (крепость спирта от 70 до 85%). Композиция будет звучать в среднем 2-3 часа. Это удобно, если после работы захочется сменить офисный аромат на вечерний. Кроме того, концентрация туалетной воды позволяет сделать более «политкорректным» слишком яркий запах.



ПАРФЮМИРОВАННАЯ ВОДА (EAU DE PARFUM)

В парфюмированной воде концентрация душистых веществ составляет от 15 до 18% (80–85% спирта). Это самая популярная ароматная концентрация, поскольку композиция долго звучит на коже – от 4 до 6 часов. Eau de parfum называют дневными духами, но их вполне можно использовать как вечерний вариант. Именно поэтому парфюмированная вода всегда стоит дороже туалетной воды.



ДУХИ (PARFUM)

Концентрация душистых веществ в духах может достигать 30%, для духов используется более крепкий спирт – не менее 85%. Это самый стойкий вариант парфюмерной композиции. Духи, особенно винтажные, созданные с использованием бальзамических нот, могут звучать на коже практически целый день. Как правило, это вечерний, праздничный вариант, не подходящий для каждодневного использования. Духи выпускаются в меньшем объеме, главным образом из-за их высокой цены.

ТЕПЕРЬ ДАВАЙТЕ ПОЙМЁМ, КАКОЙ АРОМАТ И КОГДА УМЕСТЕН.

Для каждого случая подойдет своя категория ароматов. Но есть общее правило: там, где громко не говорят, громко не пахнут – в больнице, в библиотеке, на деловых встречах. Исключение – музеи и галереи, в которых можно надеть необычный аромат под стать выставке: классический шедевр на экспозицию признанного гения прошлого или же авангардный парфюмерный этюд на выставку современного искусства.

• ДЛЯ РАБОТЫ

Сегодня деловой этикет проповедует вежливость, уважение и диктует тенденцию пахнуть «ничем»: аромат чистоты, который является аккуратным продолжением утреннего душа, создает впечатление свежести и заботы о гигиене. Яркие ароматы могут создать вам негативный, навязчивый образ, а сдержанность всегда производит положительное впечатление, особенно если это собеседование или деловая встреча.

Конечно, существуют сферы, где допустимы парфюмерные вольности, такие как искусство, но всегда держите в голове правило: человек должен носить аромат, а не аромат человека, не позволяйте запаху перебивать ваше природное обаяние.

• ДЛЯ ВЕЧЕРИНКИ

Вечерний аромат подбирается в зависимости от мероприятия и локации. Так, если заявлено открытие художественной галереи – большое пространство, богемная публика, много людей – можно отдать предпочтение эксцентричному, громкому, шлейфовому аромату.

Если предстоит вечер в опере, филармонии, театре, то нельзя пахнуть пронзительно. Выберите сдержанный аромат, чтобы не мешать окружающим вам людям.

На вечеринку можно позволить себе вызывающие варианты, именно в этом случае будет уместно блеснуть своим нетривиальным выбором.

- ДЛЯ СВИДАНИЯ

На первом свидании вряд ли есть смысл пытаться ошеломить партнера ароматом: можно не угадать. Но чем ближе отношения, тем больше самовыражения можно себе позволить. Но, также как и в случае с работой, знайте меру и ориентируйтесь на предполагаемый сценарий и место вашего рандеву.

- ДЛЯ УЖИНА

Высокая гастрономия и хорошие вина не любят конкуренции, поэтому лучше отдать предпочтение максимально близким к коже ароматам, иначе вы проявите к окружающим неуважение и парфюмерный эгоизм. К примеру, в 80-е, когда появился Poison Dior, на некоторых ресторанах висела табличка: 'No Poison, please'.

- ДЛЯ СПОРТА

Тут два варианта: или вовсе никакого аромата, или одеколон. Последний хорош тем, что сидит близко к коже, а вдобавок тонизирует и бодрит. Цитрусовая ароматерапия дает заряд энергии и стимулирует выносливость, спортивный азарт.

- ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

Правило жестко и незыблемо: никакого парфюма в самолете. Просто представьте себя на месте вашего соседа, которому придется на протяжении всего полёта «наслаждаться» вашим ароматом (каким бы изысканным он ни был), лучше избегать лишних раздражителей в замкнутом пространстве.



ПО КАКИМ ПРИНЦИПАМ СОЗДАТЬ СВОЙ ПАРФЮМЕРНЫЙ ГАРДЕРОБ?

1. Начните свою коллекцию с «визитной карточки». Найти такой запах не просто, но все усилия будут компенсированы с лихвой, когда у окружающих вы начнете ассоциироваться с определённым ароматом. И для того, чтобы эти ассоциации были только положительными, постарайтесь найти такой запах, который будет созвучен с вашим образом.
2. Имейте под рукой нейтральный аромат, который можно носить ежедневно и в любых случаях. Не знаете, что готовит вам день грядущий? Лучше не рисковать и воспользоваться тем, что будет уместно при любом стечении обстоятельств.
3. При формировании «парфюмерного гардероба» не пускайте это дело на самотек. Покупая ароматы по наитию, вы рискуете потратить целое состояние на разные парфюмы, но так и не собрать тот необходимый базовый комплект, который вам действительно необходим.
4. Не позволяйте моде навязывать вам свои правила. мода изменчива, в то время как предпочтения в ароматах обычно довольно устойчивые. И если вы купите парфюм только потому, что он моден в этом сезоне, то в вашем парфюмерном гардеробе надолго он не задержится.
5. Не спешите с покупкой. Аромат нужно покупать осознанно и не за один раз. Если после затеста на блоттере вы решили, что запах вам нравится, обязательно сделайте затест на коже, обычно это делают на запястье. На разных людях ароматы могут раскрываться по-разному, зависит от личного запаха, температуры кожи и многих других факторов. После затеста на коже «поживите» немного с ароматом, дайте ему время раскрыться и уйти в базу, если на протяжении нескольких часов аромат продолжает вам нравиться, то, вероятно, вы нашли то, что искали, и можно смело возвращаться в магазин за покупкой.
6. Не превращайте «полки» своего парфюмерного гардероба в склад, духи – это не скоропортящийся продукт, но и у них есть свои сроки годности.

И ЕЩЁ НЕМНОГО ПРАВИЛ...

1. Избегайте масс-маркета: лучше совсем не пахнуть, чем пахнуть банально.
2. В человеке должна быть загадка, и этой загадкой может стать ваш аромат. Не нужно лишний раз распространяться о марке и стоимости ваших духов, если дело не касается очень близких людей. Также не стоит спрашивать у других людей, чем они пахнут: это довольно интимный момент, связанный с индивидуальностью и личными границами. Если вам задали вопрос напрямую, и красиво уйти от ответа нет возможности, то, конечно, вежливо с вашей стороны будет ответить, но сами постарайтесь не ставить людей в такое неловкое положение.
3. Говорить комплименты аромату человека нужно аккуратно, и так же аккуратно на них отвечать. Будьте сдержаны в эмоциях и эпитетах, и тогда ваш комплимент попадет точно в цель.
4. Дарить духи можно только в том случае, если это очень близкий вам человек, и точно известно, какой аромат он предпочитает. Если вы не уверены на 100%, то лучше этого не делать или купить подарочный сертификат и позволить человеку самому выбрать себе новый запах. Малоознакомым людям, коллегам или свежеспеченному возлюбленному или возлюбленной лучше таких подарков не делать, это может быть воспринято неоднозначно.

ЕСЛИ НЕ ЗНАЕТЕ С ЧЕГО НАЧАТЬ ФОРМИРОВАТЬ СВОЙ ОЛЬФАКТОРНЫЙ ГАРДЕРОБ, ТО ВОТ СОВЕТЫ ДЛЯ НОВИЧКОВ:

- ОБЗАВЕДИТЕСЬ НЕЙТРАЛЬНЫМ АРОМАТОМ

Здесь идеально подойдут запахи «чистоты». Этот вариант будет уместен везде и всегда.

- ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Всё очень индивидуально, трудно посоветовать что-то конкретное. Пробуйте, ищите, познавайте себя и свои реакции.

- ВЕЧЕРНИЙ АРОМАТ

Вечерний аромат – духи или парфюмированная вода. Как в каждом гардеробе должен быть наряд для выхода в свет, например смокинг или платье в пол, так и в парфюмерном гардеробе необходимо иметь что-то роскошное. Обратите внимание на классику. Ароматы проверенные временем – это беспроигрышный вариант.

- ДЛЯ ЗАНЯТИЙ СПОРТОМ

Свежий цитрусовый одеколон или туалетная вода, подойдут для занятий спортом, в жаркое летнее время, или в течение дня, когда хочется взбодриться.

Соблюдайте эти несложные правила, и ваше погружение в мир парфюмерии пройдет с максимальным комфортом и подарит только приятные впечатления вам и окружающим вас людям.