

ОК!

ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

Я 2

ДЖЕССИКА БИЛ
МИЛЛА ЙОВОВИЧ, ЕЛЕНА ТЕМНИКОВА
И ДРУГИЕ БУДУЩИЕ МАМА
В СПЕЦПРОЕКТЕ

ИРИНА ДУБЦОВА

**ВПЕРВЫЕ ПРОВЕЛА ОТПУСК СО СВОИМ ВОЗЛЮБЛЕННЫМ
ЛЕОНИДОМ РУДЕНКО И СЫНОМ АРТЁМОМ**

РЕКОМЕНДОВАННАЯ
ЦЕНА 49 РУБЛЕЙ 16+



WWW.OK.MAGAZINE.RU



UMA2RMAN
СЕРГЕЙ И ВЛАДИМИР
КРИСТОВСКИЕ
ОТМЕЧАЮТ 10-ЛЕТНИЕ
ГРУППЫ



**КИРА
НАЙТЛИ**
«РАНЬШЕ
Я ЧАСТО МОГЛА
УЙТИ В ОТРЫВ



Парфюмерная вода Junky, Jardins d'Écrivains

Парфюмерная вода Vanilla Marble, Agonist

EAU DE PARFUM MIXT
JUNKY
JARDINS D'ÉCRIVAINS

D'ÂME DE PIQUE
Collection d'Ailleurs
EVODY
PARFUMS - PARIS

Парфюмерная вода L'Intrigante, D'Orsay
L'Intrigante

Парфюмерная вода D'Âme de Pique, Evodi

Парфюмерная вода Une Belle Journée, Paul Emilien

Paul Emilien

Une Belle Journée

LAURENT MAZZONE
PARFUMS
ARMY OF LOVERS
EXTRAIT DE PARFUM

Парфюмированный экстракт Army of Lovers, Laurent Mazzone

NOËL AU BALCON
ETAT LIBRE D'ORANGE

Парфюмерная вода Noël Au Balcon, Etat Libre d'Orange

НОВЫХ нишевых ароматов

“ ПОРОЙ МЫ СОЗДАЕМ ДВА АРОМАТА, ОДИН ИЗ КОТОРЫХ ЗВУЧИТ НЕСКОЛЬКО ПРОЩЕ И ПОНЯТНЕЕ

Думаю, если бы Фредерик Маль присутствовал при нашем разговоре, то он бы с вами поспорил.

Справедливости ради замечу, что он вышел на рынок спустя два месяца после нас.

А Серж Лютенс?

Парфюмерия Serge Lutens — образец яркого авторского стиля. Это ароматы, которые способны дополнить образ, явить вас обществу как обладателя прекрасного вкуса. Та же история и с ароматами Diptyque и Creed. Они являются образчиками старых парфюмерных домов, со своими традициями и своей историей. Пользоваться их духами — это как жить в элитном районе и ездить на выпущенном ограниченной серией автомобиле. Мы другие. Мы из XXI века и не намерены воссоздавать прошлое. Напротив, мы используем вековые традиции для создания современных ароматов без бесконечной ностальгии по пыльному прошлому. Мне бы хотелось, чтобы духи снова обрели способность вызывать новые эмоции, как это было когда-то с парфюмерным домом Guerlain. Уникальность ароматов именно в этом и заключается. Если вам это удалось, тогда это победа.

А как же бренд Atelier Cologne, возрождающий традиционные одеколоны?

Мы свою линейку запустили за несколько месяцев до них. Не подумайте, что это соревнование, просто так получается, что мы всегда опережаем время. Atelier Cologne выпускают прекрасный традиционный продукт, мы же придаем ему современное звучание. Порой мы создаем два аромата, один из которых звучит несколько проще и понятнее. Это как с вином: люди ведь не сразу начинают со сложных купажей, а выбирают простые, понятные вина, легко сочетающиеся с едой, а уже потом усложняют задачу, пытаются определить их состав, вслушиваясь во вкус первого глотка и ловя оттенки послевкуся. Так же и с ароматами: от линейных конструкций мы постепенно ведем человека к сложным комбинациям, но всегда стараемся сохранить и шлейф, и верхние ноты.

Как вы определяете конечную цель? Это ведь не просто коммерческий успех бренда?

Аромат — это визитная карточка человека. Духи порождают образы, которые, я верю, должны приносить в этот мир радость. Существуют ароматы, которые будят в человеке лишь жи-

вотное начало. Зачем искусственно создавать негатив, если его в нашей жизни и так предостаточно?

Можете привести пример таких ароматов?

Blood Concept. Бренд интересен с точки зрения арт-объекта, но мне непонятно, зачем его создатели вышли за рамки искусства. Знаю одну парижанку, у которой дела шли из рук вон плохо; ее уволили с работы, ей нечем было платить за квартиру, еле-еле хватало денег на еду. Но она всегда находила средства для покупки новых духов, так как они впускали в ее жизнь лучик света, лучик надежды. В этом сакральный смысл духов!

Вы работали с Тьерри де Башмакофф и Жан-Клодом Эллена. Что они значили для вашей марки?

Им не нужно объяснять, что такое качество. Столкнувшись с их парфюмерным видением, начинаешь отвергать всё остальное. Это как однажды завернувшись в кашемировую шаль, носить шерстяную ты уже не захочешь. Вместе мы работали довольно долго, но потом Жан-Клод получил приглашение от Hermès, от которого, как вы понимаете, не стоило отказываться. Мы пополнили свою команду парфюмеров, и в 2012 году я вывел на рынок одеколоны The Different Company. И закончу тем, с чего начал: к тому моменту на рынке почти не было настоящих одеколонов, за исключением традиционных Acqua di Parma.

OK!