

Швейцарский парфюмер Андреас Вильгельм презентовал в екатеринбургской Cosmotheca новый аромат своей серии Perfume.Sucks. Все продукты этой линейки не имеют названий — для их различия используются случайные цвета, а весь состав можно прочесть прямо на флаконе и при желании даже попробовать воссоздать. Самого автора нередко называют панком в мире парюмерии — он раскрывает свои секреты, нарушает правила и традиции и создает ароматы, которые многие сочли бы неприятными.

Андреас также делает парфюмерные конфеты, ароматическое сопровождение к фильмам, воссоздает запахи любимых книг и мест для своих клиентов, ненавидит парфюмерную индустрию, а в рекламной кампании использует туалетную бумагу.

The Village поговорил со швейцарским парфюмером о том, почему в мире парфюмерии за ним закрепилась слава панка.



Текст

СОНЯ ГЛУХОВА



Фотографии

ЮЛЯ СТИЧ



Про отношение к парфюмерной индустрии

Мне бы хотелось добавить больше прозрачности в парфюмерную индустрию. Сейчас все производители в рекламе духов рассказывают о розе, уде (*корень больного удового дерева, — прим. ред.*) и других ингредиентах. Если бы вы читали европейский косметический регламент, то знали бы, что использование той же розы практически запрещено. Так что каждый

парфюм с запахом розы на самом деле не содержит ее — вместо этого там, например, герань. По сути, производители никого не обманывают, просто используют чуть больше фантазии, чем следовало. Многие сейчас продают рекламу, а не аромат. Если ты посмотришь даже парфюм Chanel, то его содержимое стоит не больше, чем 1 евро. Мы платим за бренд, рекламу и упаковку, но не за сам аромат. Это полный отстой и разбивает мне сердце — я живу ради запахов, ощущений, а не ради упаковки.

—
Я не хочу рассказывать сказки о содержании бутылка, вместо этого я поместил само содержание на бутылек. Меня часто предупреждают, что кто-то может скопировать мои ароматы — пожалуйста, я буду только рад этому

—
Я не хочу рассказывать сказки о содержании бутылка, вместо этого я поместил само содержание на бутылек. Меня часто предупреждают, что кто-то может скопировать мои ароматы — пожалуйста, я буду только рад этому. Вы можете даже не просто воссоздать мой аромат, но и добавить туда что-то еще, чтобы это больше подходило именно вам — для меня это будет настоящим счастьем. Если посмотреть на всю индустрию в целом, то воссоздание и копирование ароматов — это уже вполне обычное дело. Можно взять любой аромат, произвести анализ и через два часа у тебя уже будет готовая формула. Сейчас появляется много открытых лабораторий, куда приглашают людей самостоятельно создать их собственные парфюмы. В своем родном городе я тоже это практикую, это делает человека ближе к аромату.



Про химию

Для меня парфюмерия — не про деньги, а про страсть. Однажды ко мне пришел мужчина, который купил новый Aston Martin и сказал, что хочет, чтобы в его гараже пахло точно также, как внутри его машины. Мне пришлось ему отказать — мне было интересно, но между нами не произошло химии. Были и другие проекты, за которые я не брался по этой же причине. Когда мне дают бриф, то это может быть хоть что: музыка, картина, место, книга, но чтобы создать такой аромат, нужно создать связь с клиентом, а если это не получается, то клиент никогда не поймет меня, а я его.

Так работает и с крупными брендами — есть один итальянский парфюмерный дом и он кучу раз пытался меня нанять, но я не хочу с ними сотрудничать. Они создают красивые истории вокруг очень простых ароматов и мне это не нравится. Мне кажется, что если я создам для них парфюм, то в конце они добавят в его описание то, чего там и в помине нет — лишь бы это красиво звучало и лучше продавалось.

—
Даже в запахе дерьма есть что-то приятное и привлекательное,
если ты будешь честен с собой — в нем есть что-то сладкое
или что-то немного напоминающее яблоко

—

В парфюмерии можно все, в том числе соединять несочетаемые компоненты. Иногда все совсем нелогично и 1+1 сегодня дает 7, а завтра 0,5. Плохих ароматов нет в природе, они есть в нашем сознании из-за общественных ярлыков. Даже в запахе дерьма есть что-то приятное и привлекательное, если ты будешь честен с собой — в нем есть что-то сладкое или что-то немного напоминающее яблоко. Любимых запахов у меня тоже нет — они как дети, я люблю их всех. И очень этого боюсь, потому что любовь ослепляет. Иногда работа парфюмера для разных домов может почти не различаться — одни и те же компоненты. Я не хочу, чтобы кто-то мог сказать так обо мне.

У меня нет права называть какой-то запах плохим и нет права говорить кому-то, что такие ингредиенты смешивать можно, а такие нельзя — можно абсолютно все. Если ты работаешь на какой-то большой бренд, то это другой разговор — компании нужен хороший результат и поэтому она ставит тебе четкие границы. У меня же таких установок нет — если мой парфюм понравится лишь 1 % людей, то я буду рад за тех людей, кто вошел в этот процент. Я не обязан всем нравиться.

Вся моя линейка состоит из личных неудач и это не философское размышление — я говорю буквально. Когда я работаю для какого-либо проекта, то предлагаю три разных аромата. За последние три года у меня было около 20 заказов, где меня просили сделать что-то с его использованием, но каждый раз, когда я показывал готовый аромат — он никому не нравился. Не знаю почему, но всегда выбирали что-то другое, а по-моему он замечательный и я хочу поделиться им с людьми, поэтому выпускаю свой ирис в ближайшее время.



Про то, как делать ароматическое сопровождение для фильмов и театра

В моем городе есть кинотеатры, где используются ароматы. Для того чтобы создать ароматическое сопровождение к фильму, мне нужно посмотреть этот фильм 20 раз. Я ищу какие-то места и людей, для которых я могу создать запахи. Чтобы подготовить ароматические составы для одного фильма, мне требуется где-то две недели работы и за это время я готовлю 16-20 составов: какие-то проще, какие-то сложнее. Во время самого показа у меня есть команда из 4-6 человек с большими вентиляторами — в нужные моменты я как диджей говорю им начинать распылять специальные составы. Такая работа — сплошное удовольствие, обычно я всегда остаюсь в тени, а тут вижу людей и наслаждаюсь их реакциями.

Во время самого показа у меня есть команда из 4-6 человек с большими вентиляторами — в нужные моменты я как диджей говорю им начинать распылять специальные составы

Например в фильме «Отель „Гранд Будапешт“» консьерж мсье Густав постоянно пользуется парфюмом L'Air de Panache и каждый раз, когда он появляется на сцене, зрители ощущают этот аромат. Через какое-то время его начинают узнавать только по запаху и это забавно — иногда я начинаю распылять этот аромат еще до того, как он появляется на экране и все заранее понимают, что это он. Сложнее всего мне было работать над фильмом про вампиров — воссоздать запах крови довольно непросто.

Мой ближайший проект — ароматическое сопровождение для драматической постановки национального театра Праги. Сейчас готово три аромата: для начала, середины и конца.



Про то, как духи могут сосать

Когда я запускал Perfume.Sucks, то вместо блоттеров использовал туалетную бумагу с моим логотипом. Показывать свои ароматы на блоттерах скучно — так делают все, а иногда мне хочется быть провокационным и так мне в голову пришла эта идея. Люди были в шоке, но всем понравилось.

Я вообще не хотел давать духам линейки Perfume.Sucks названия и думал просто написать на флаконах составы — если кому-то понравится аромат, то он прочтет состав и запомнит, запах чего ему больше всего нравится. Но мне сказали, что я сумасшедший и никогда не смогу ничего продать, поэтому пришлось искать компромисс. Так я решил выбирать случайные цвета и называть ими свои ароматы, но, к сожалению, некоторые названия и правда подошли своим ароматам, например Blue — это действительно морской парфюм. Это была случайность, которой я не рад, поэтому теперь названием парфюма становится тот цвет, который Pantone объявляет цветом года — так я снял с себя обязанность давать имена. В 2018 году цветом года был ультра-фиолетовый, а цвет 2019 года — это живой коралл. Возможно он стал им из экологических соображений: из-за повышения температуры воды в мировом океане видов кораллов становится меньше, а в тот момент, когда кораллы умирают, они теряют свой цвет. Я также не рад этому цвету — он подходит аромату.

—
В какой-то период мне перестали поступать брифы от парфюмерных домов — нужно было найти новую интерпретацию этого названия. И я решил сделать сосательные конфеты

—
Я нередко вижу, что люди раздражены названием «Духи сосут». Когда компании, для которых я создавал парфюм, увидели название моего бренда, то восприняли это как «ваш парфюм сосет». Конечно, смысл был не таким. Наверное мне стоило назвать серию моего парфюма не Perfume.Sucks, а Perfume Industry Sucks, потому что парфюмы я люблю — это то, чем я дышу каждый день. Единственная страсть моей жизни — это запахи.

В какой-то период мне перестали поступать брифы от парфюмерных домов — нужно было найти новую интерпретацию этого названия. И я решил сделать сосательные конфеты с

мыслью, что если я дам этим компаниям такие маленькие подарки, то они снова захотят со мной сотрудничать. Новинку хорошо покупают, особенно в США, так как там в государственных учреждениях запрещено носить духи, а эти конфеты как парфюм, только на полчаса. Я хотел сделать что-то с ирисом и получились леденцы с ароматом ириса, кокоса, фиалки и ванили. Особенно их должны оценить влюбленные парочки.

Еще мы запустили футболки с нашим слоганом «духи сосут» на русском и на английском, которые можно купить у нас на сайте. Оказалось, что на русском это имеет более сексуальный подтекст, чем на английском, но мне очень нравится. Может быть и название следующего парфюма тоже будет на русском.



Про важность бэкграунда и запах Екатеринбурга

За 150 лет развития современной парфюмерии мы до сих пор сравниваем все с природой. Когда ты не даешь парфюму название и не сравниваешь его с чем-то знакомым человеку, то он может сам решить, что это. Кто-то почувствует травяной запах и скажет, что это запах манго, а кому-то это напомнит карамель. И по факту правильного ответа и нет.

В понимании парфюма каждый полагается только на собственные ассоциации и ощущения. Например, если я дам попробовать какой-то свой аромат и потом этот человек выйдет из лаборатории и его собьет машина, то он никогда не сможет полюбить этот парфюм, ведь в тот момент, когда он впервые его услышал — попал в аварию. А если бы тот же человек после выхода из моей лаборатории встретился бы со своим возлюбленным и провел с ним чудесную ночь, то он бы вернулся за этим парфюмом, потому что этот запах вызывал бы у него приятные ассоциации. Магия ароматов и заключается в том, что они могут зажигать в нашей памяти какие-то воспоминания. Так что когда ты слышишь какой-то аромат впервые — дай ему шанс.

Мое самое первое впечатление о Екатеринбурге — это его запах. Из окна самолета я видел много лесов вокруг, но очень удивился тому, что когда я вышел из самолета, то смог ощутить резкий сухой сосновый аромат. До этого я никогда так четко не ощущал этот запах. Когда я сказал об этом своей сопровождающей, она ответила, что так пахнет уральская осень. Могу сказать, что это довольно специфический аромат, мне стоит вернуться сюда в другое время года, чтобы почувствовать этот город наверняка.