

0 SHARES

FORBESLIFE / АРОМАТЫ

04.10.2019 15:00

## Чем пахнут динозавры и Польша: основатель бренда Perfume.Sucks о том, как быть панком в парфюмерии



Марина Анциперова Forbes Staff

Фото DR.

Однажды Hyundai Genesis отвергли духи, которые им придумал парфюмер Андреас Вильгельм. Тогда он решил продать их иначе – в рамках своей марки с панк-эстетикой Perfume.Sucks. Специально для Forbes Life он рассказывает о том, как устанавливать справедливый ценник на флакон и почему за ароматами производства искусственного интеллекта будущее

*Андреас Вильгельм, основатель марок Perfume.Sucks и Wilhelm Perfume, работал для Weleda, придумал ароматы для таких марок, как Gisada, L'Adoné, Sentiifique. Он создает ароматические треки к фильмам Уэса Андерсона и работает с музеями, для которых, например, сейчас придумывает запах динозавра.*

**Что происходит сегодня на рынке так называемой нишевой парфюмерии? Кажется, что спрос достиг своего пика и за ним неминуемо последует спад интереса. Вы согласитесь со мной? Чтобы купить набор ваших духов в маленьких флаконах, пришлось записаться в очередь на три месяца, – это какое-то безумие.**

Рынок действительно перенасыщен. Только посмотрите, сколько новых запусков происходит каждый год – сотни, а то и тысячи. В будущем, как мне кажется, будет не так легко продавать эти флаконы за €150–200. Мои духи стоят в два раза меньше, я хочу, чтобы парфюмерия не была элитарной и ее мог позволить себе каждый. Не могу раскрыть, сколько стоил каждый ингредиент, но половина стоимости точно ушла на них. Меня смущает, что в случае с духами покупатели редко представляют себе, что они покупают: я всегда пишу на этикетке, что внутри этого флакона. Люди заслуживают возможности знать правду, и почему-то я сейчас единственный парфюмер, который раскрывает свои карты. А еще многие духи начинают напоминать уже существующие. И креативность перестала быть для нишевых ароматов такой важной, какой она была раньше.

Уже в 2016 году 16% всех продаж парфюмерии по миру приходились на так называемую нишу. Если честно, я не следил за этими цифрами, по моим ощущениям, рост нишевой парфюмерии точно произошел не в разы. Для меня нишевой продукт – это тот, который создается независимыми парфюмерами без больших бюджетов и без поддержки серьезной парфюмерной компании. Tom Ford, например, это уже не вполне ниша: их купил L'Oreal. Juliette has a Gun, как мне кажется, уже больше, чем ниша. У них серьезный бюджет и большая команда. Сегодня есть такое явление, как «массниша», мне кажется.



Проект художника Волонтека Земчакса, советора запаха  
Польша

### Какая бизнес-модель у вас? Вы себя относите к независимым парфюмерам?

Абсолютно. Perfume.Sucks – это мое хобби. Кроме этого, я, например, создаю запахи для Национального театра в Праге, занимаюсь – как я это называю – драматургией запахов. Создаю по десять запахов для фильмов – всего на одну ночь для альтернативного фестиваля кино в Цюрихе. Это может быть запах, связанный с определенным персонажем или сценой. Мне очень нравится, что в этом случае я могу видеть реакцию людей: так-то парфюмер всегда находится за кулисами. Я работаю с художниками и, конечно, тружусь на благо собственно парфюмерной индустрии. Сейчас у меня много проектов в Турции. Мне хочется делиться своими историями со всем миром – запахи для Perfume.Sucks, например, были первоначально созданы для клиентов, которые их отвергли. Фиолетовый Perfume.Sucks изначально был создан для Hyundai.

**Вы тот человек, который придумал, как пахнет знакомый каждому крем Weleda. Но их отдушка пахнет едва заметно. А вот с Perfume.Sucks другая история: они из тех запахов, которые слышны так сильно, что как будто первые входят в комнату. Великий парфюмер Жан-Клод Эллена недавно на выставке во Флоренции обсуждал, что многие считают критерием качества хорошего аромата его стойкость: что запах должен быть с вами дня два. Вы как считаете?**

Я работаю по-разному, когда занимаюсь разными клиентами. И совсем не уверен, что здесь все так просто: обязательно тот парфюм, что будет с вами два дня, окажется лучше. Такие стойкие парфюмы могут задействовать грубые материалы, которые будут крепко держаться на коже. Я много работал с рынком Ближнего Востока, вот уж кто любит сильные запахи. Им нравится, когда за ними остается шлейф, когда на улице спрашивают, что это за аромат. Для меня аромат идеален, если я больше не чувствую, какой ингредиент в нем главный. В тот момент, когда вы придумываете что-то новое, чего раньше люди не чувствовали раньше, – вы выиграли.

**Что случится с большими модными домами в будущем? За последние десять лет у одного J'adore от Dior появилось несколько десятков версий. Кажется, что большие модные дома каждые пять месяцев только и делают, что добавляют к старому запаху условную ноту огурца. Но мы понимаем, что это больше не работает. С другой стороны, именно ароматы сегодня обеспечивают доход большим домам. Вы думаете, они смогут поменять стратегию, чтобы выжить?**

В индустрии все сегодня, к сожалению, именно так и работает: приходится действовать так, чтобы не потерять место на своей полке в магазине. Большие дома вынуждены запускать новые ароматы каждые 3–6 месяцев. Иначе их продажи будут падать. Они играют с шармом оригинального продукта. Если он нравился вам в старом исполнении, точно понравится и в новом. А новых покупателей может привлечь и новая нота, например свежесть. Универсальный рецепт, как мне кажется, все стиральные порошки замечательно продаются с запахами вроде «Летнего бриза», отвечающая на ваш вопрос, скажу, что оольшие Дома уже вовсю заходят на нишевый рынок. Посмотрите, что делает Dior: они тратят на разработку духов намного больше денег, чем раньше. В будущем они наверняка придумают какие-то новые технологии, например запустят ароматические патчи, которые вы сможете приклеивать и отклеивать, а затем снова использовать. Сейчас вообще происходит очень много технологических инноваций: я работаю с компанией, которая привлекает искусственный интеллект к разработке запахов. Такая машина может создавать кастомизированные запахи в соответствии с пожеланиями каждого: за 8 дней она смешивает 100 000 разных ароматов, в зависимости от того, как вы ответите на ее вопросы. Она спросит вас, считаете ли вы себя спортивным, хотите ли пахнуть сексуально или строго? Длинный опросник займет у вас час, а короткий состоит всего из трех вопросов. Для меня будущее связано с такими разработками, а большие модные дома как будто погрузились в спячку, раз пытаются это игнорировать. Они застряли как будто бы на 30–40 лет и как будто не понимают, что игра на этом поле закончена.



Проект машины для ароматов, которые смешивает  
искусственный интеллект – япония

**У наших родителей дома стоял один флакон духов. А сегодня вдруг появилось понятие «парфюмерного гардероба» – у каждого стоит на полке по несколько духов. Эта тенденция продолжится, как вам кажется?**

Парфюм перестал быть роскошью. Мы выросли в мире, где у нас есть выбор. И горизонты, как мне кажется, куда шире, чем у поколения до нас. У меня вот есть духи, которые я нюхаю, когда болею. Они помогают мне чувствовать себя лучше.

**Вы думаете, в будущем деление ароматов на мужские и женские полностью исчезнет? История с вашими «фиолетовыми» духами Perfume Sucks кажется безумной: изначально вы их делали для Hyundai Genesis, которые от них отказались, потому что сочли слишком женственными.**

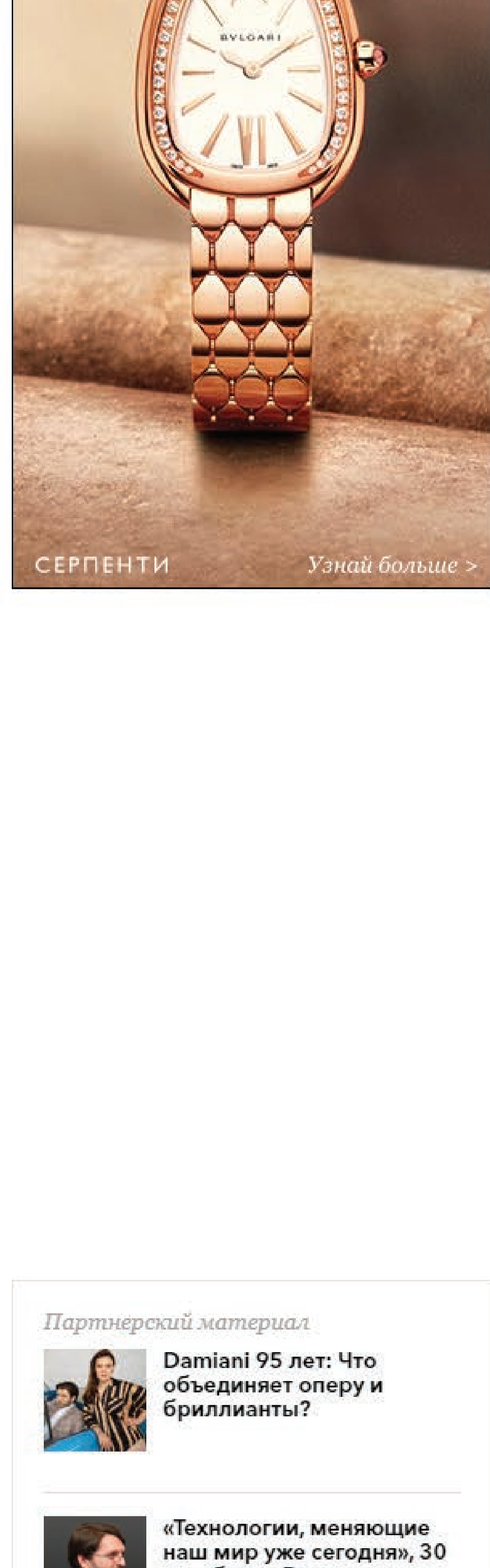
Hyundai – это все-таки компания старомодных мужчин. И они попросили придумать андрогинный запах, который бы подошел даже старомодным клиентам. Я думаю, что останутся романтические клиенты будут выбирать традиционно женские и традиционно мужские духи. Но в будущем баланс изменится, как мне кажется. Еще 20 лет назад женщины перестали носить только условно женственные запахи и решили пахнуть не цветами и ягодами, а, например, деревом, которое раньше считалось мужским ароматом.

А вообще это очень интересная тема – то, как многие люди выбирают духи, которые считают привлекательными для кого-то другого. В мире, конечно, очень много всего связано с сексом, но мысль о том, что ты все время делаешь что-то, чтобы быть привлекательным, кажется мне очень устаревшей. Мне кажется современным выбирать запах просто потому, что он нравится вам самой, но всегда будут разные люди, которым нравятся разные истории.

**Какими проектами вы занимаетесь сейчас?**

Недавно я вместе с одним художником сделал запах Польши. Я работаю для Национального музея в Лондоне, делаю запах динозавра для выставки у них. Сейчас много общаюсь для этого с учеными, изучаю метаболизм динозавров, думаю, как они могли бы пахнуть. Недавно вот ходил в зоопарк и внимательно изучал ящериц: ученые мне сказали, что динозавры чем-то были похожи на ящериц, а чем-то на куриц, и пахли примерно так.

РЕКЛАМА



**Партнерский материал**

**Damiani 95 лет: Что объединяет оперу и бриллианты?**

«Технологии, меняющие наш мир уже сегодня», 30 октября, г. Воронеж

**Партнерский материал**

**Сам себе ресторатор: 10 ошибок, которые приводят к закрытию заведений**

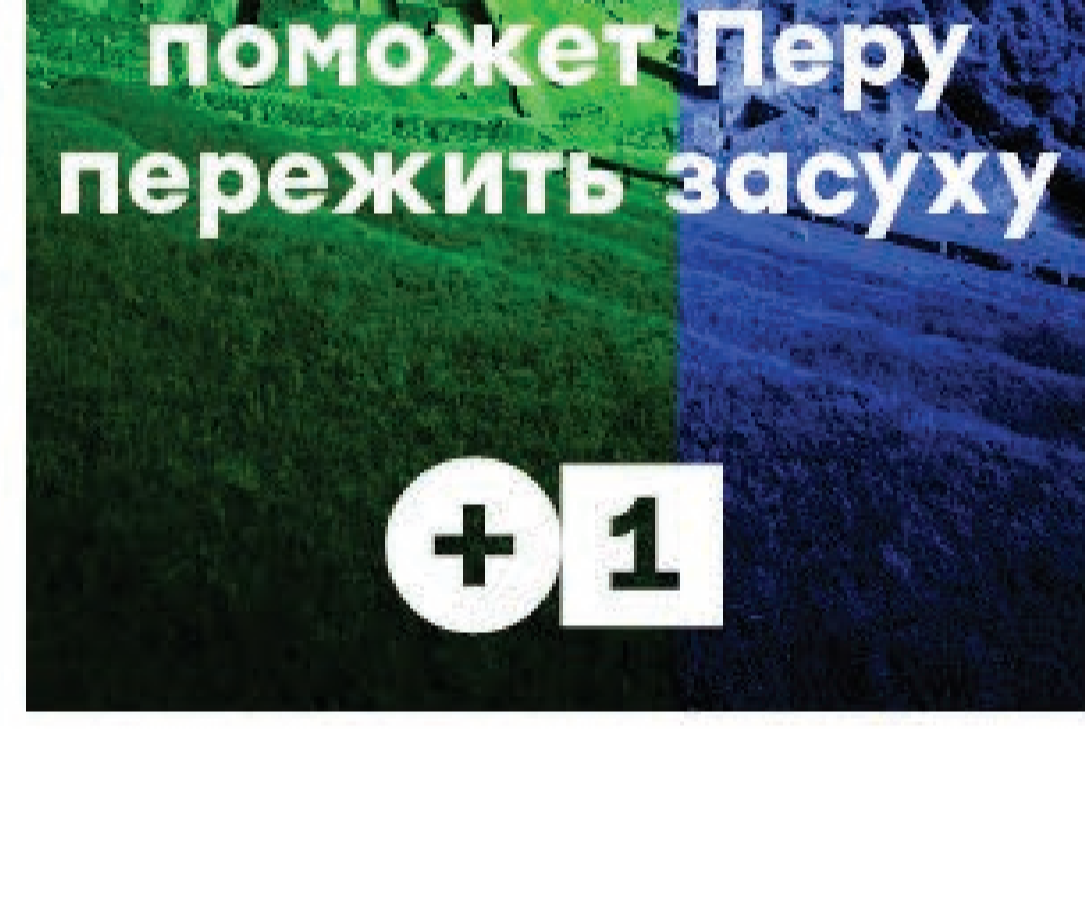
29 октября состоится четвертая встреча «Инженерной школы Forbes»

РЕЙТИНГИ FORBES &lt; &gt;

## 50 КРУПНЕЙШИХ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ–2019. РЕЙТИНГ FORBES

1		АШАН, АТАК/GROUPE AUCHAN 327.7 МЛРД РУБ.
2		ТОЙОТА МОТОР/TOYOTA MOTOR 313.2 МЛРД РУБ.
3		ДЖ.ТИ. РОССИЯ/JAPAN TOBACCO INTERNATIONAL 303.4 МЛРД РУБ.

[ВСЕ РЕЙТИНГ](#)



РЕКЛАМА

n