

# Дмитрий Слесарев

## Парфюм должен трогать ваше сердце

Основатель  
проекта  
parfum büro

**Д**митрий, в чем отличие нишевой парфюмерии от регулярной (массовой)?

Их отличают три фактора: сложность композиции, качество ингредиентов и объемы производства. Но над всем этим стоит главное – идея. В регулярной парфюмерии основной посыл ароматов передается именем популярного бренда, за счет которого они получают мощную маркетинговую поддержку, но в тоже время лишаются свободы: создателям парфюмов приходится делать то, что от них ожидают.

Совсем другая история в высокой парфюмерии. В ней главное – концепция криэйтора, его желание задеть струны нашей души и передать частицу своей. Конечно, коммерческую составляющую никто не отменял, но объемы производства здесь намного меньше, поскольку ниша – далеко не для всех.

Считается, что ароматы высокой парфюмерии тяжелые, слишком насыщенные. Это не совсем так. В нише действительно есть красивые глубокие ароматы, но к ним нужно прийти, научиться выражать себя через них. В то же время есть и легкие, воздушные ароматы, даже целое направление – eau de Cologne. На их создание парфюмеров вдохновила легендарная «кельнская вода».

Мы решили донести культуру «колониальных» ароматов до украинской аудитории и в нашей локации – Галерее parfum büro в Киеве, в арт-квартале Воздвиженка – с 21 июня начали программу L'été de Cologne с лекториями и камерными мероприятиями. Они по-

священы как отдельным ингредиентам Cologne, так и ольфакторным дегустациям, знакомящим с изысканностью eau de Cologne.

**Так что же демонстрируют нишевые ароматы – настроение, индивидуальность или социальный статус?**

Прежде всего – индивидуальность. В нише вы никогда не встретите скучной банальности, что сплошь и рядом в регулярной парфюмерии. Нишевый аромат будет долго «играть», видоизменяться и трансформироваться, удивляя вас своими вариациями. Никогда высокий аромат не звучит одинаково на разных людях.

На второе место я поставил бы настроение – ароматом можно передать радость или злость, показать, что вы сердиты или влюблены.

Фактор социального статуса мне хотелось бы исключить из перечисленного, но создание нишевого аромата требует только высококачественного натурального сырья, что ведет к повышению стоимости готового продукта. Хотя среди наших клиентов есть парфюм-«маньяки», в том числе и студенты, месяцами откладывающие деньги на полюбившийся аромат.

**Какие бренды представлены в Галерее parfum büro?**

В нашей Галерее 22 бренда высокой парфюмерии представлены 333 произведениями ольфакторного искусства. Именно так мы воспринимаем ароматы – как арт-объекты. Ведь говоря о нише, мы всегда понимаем, что в ней аромат лишь на 50% состоит из науки и технологий, а остальные 50% – это искусство.