

MONOGRAM

ISSN 2449-7924

2/2017 (11)

Cena 125 zł (w tym VAT 8%)



DOM MODY

Alchemia
zapachu

TOWARZYSTWO
PODRÓŻNICZE

Sen
na Jawie

SZTUKA
PROJEKTOWA

Miejska
dżungla

INSTYTUT
KULTURY

Nomadki
sztuki

TEKST: AGNIESZKA OWCZARSKA

Alchemia zapachu

cz. I



Błękit nieba, majowe słońce i malownicze wzniesienia
Lazurowego Wybrzeża. Powietrze jest tu eteryczne, przesycone
zapachem jaśminu, róży, mimozy i lawendy, które rosną aż po
horyzont. Spowite kwiatową wonią wzgórze nadają temu miejscu
wyjątkowy klimat i niespotykany wręcz aromat.
Witajcie w Grasse, w samym sercu stolicy perfum.

Historia perfum jest niemal tak długa jak dzieje ludzkości. Już wieki temu nacierano ciała pachnącymi substancjami, rozgniatając na nich kwiaty i inne wonne rośliny. Z czasem mieszano je także z olejami, tworząc aromatyczne olejki używane do kąpieli oraz masażu. Sięgali po nie już starożytni. Grecy atleci nacierali ramiona mięta, piersi cynamonem, a kolana tymiankiem. Podobne rytuały nie były też obce gladiatorom. Zamężni Rzymianie nie tylko kąpali się w pachnących wodach, lecz także moczyli w wonnościach swoje ubrania i sownie polewali nimi zwierzęta. Płatki róż i innych kwiatów rozrzucono także w komnatach, by wypełnić zapachem pomieszczenia.

Kleopatra tak bardzo kochała zapachy, że kazała nasączać wonnościami żagle swoich statków, by te roznosiły jej ulubione

perfumy na wszystkie strony świata. W pięknych zapachach od wieków gustowali także panowie. Aleksander Wielki wyjątkowo cenil esencję szafranową, którą nacieral ciało oraz skrapiał swoje tuniki. Do ulubionych zapachów króla Francji Ludwika XIV należały piżmo i róża. Każdego dnia zastępy służby roznosiły po jego zamku pachnidła, a dworski perfumiarz miał obowiązek codziennego komponowania nowego zapachu. Prawnuk Króla Słońce, Ludwik XV, wymagał natomiast, aby obficie perfumować... gołębie. Wypuszczano je między gości podczas dworskich zabaw, a te, trzepocząc skrzydłami, roznosiły wonności po zamkowych komnatach. W dawnych czasach perfumy miały także czysto praktyczne zastosowanie – używano ich po to, aby zatuszować braki w higienie.



Lawenda Carla i wanilia tahitańska to główne nuty kompozycji Mon Guerlain, które nadają jej zmysłowego, a jednocześnie świeżego charakteru



Odwiedzając muzea perfumiarstwa, zyskujemy możliwość poznania czystych esencji zapachowych

ZMYSŁOWA PROFESJA

Historia perfum to przede wszystkim ich twórcy. Nos, bo tak właśnie jest w środowisku perfumiarzy nazywany kompozytor pachnidel, rozpoznaje niemal cztery tysiące zapachów, podczas gdy przeciętny człowiek zaledwie kilka. Kompozytor perfum ma niewiarygodną wręcz pamięć i wyobraźnię zapachową, cechuje go też rzadko spotykana zdolność do kojarzenia i opisywania aromatów. Choć współcześnie proces tworzenia zapachów wspomaga analiza komputerowa, to cały czas zawód profesjonalnego nosa jest zarezerwowany wyłącznie dla osób z wyjątkową wrażliwością i niezwykle zmysłem węchu.

Jedną z najsłynniejszych postaci, która zapisała się na kartach historii perfumiarstwa, był Jan Maria Farina, włoski perfumiarz produkujący w Kolonii wodę zapachową stworzoną na bazie alkoholu oraz olejków eterycznych z bergamoty, cytryny, pomarańczy, lawendy i rozmarynu. Mieszanki tej, powszechnie znanej jako „woda kolońska”, używano między innymi na

dworze królowej Wiktorii czy króla Stanisława Augusta Poniatowskiego. Wyjątkowo ceniony był także Ernest Beaux, który zapoczątkował rewolucję w świecie perfum. Kiedy po I wojnie światowej słynny kreator zapachów osiadł we francuskim Grasse i dostał się pod protekcję księcia Dymitra Trubeckiego, pracował dla takich marek jak Bourjois czy Chanel. Współpraca z drugą z nich okazała się krokiem milowym w jego karierze. Używając wyjątkowo dużej ilości aldehydów, Beaux stworzył legendarne perfumy, które do dziś stanowią niedościgniony wzorzec. Mowa o Chanel N°5 – jednym z najlepiej sprzedających się zapachów w historii.

W panteonie wybitnych perfumiarzy znajdują także takie sławy, jak Emile Boucher, François Coty, Pierre François czy Pascal Guerlain. Pamięć o ich innowacyjnych kompozycjach przetrwała do dziś między innymi dzięki wersalskiej bibliotece woni Osmothèque, która przechowuje zapachy powstałe nawet dwa tysiące lat temu.

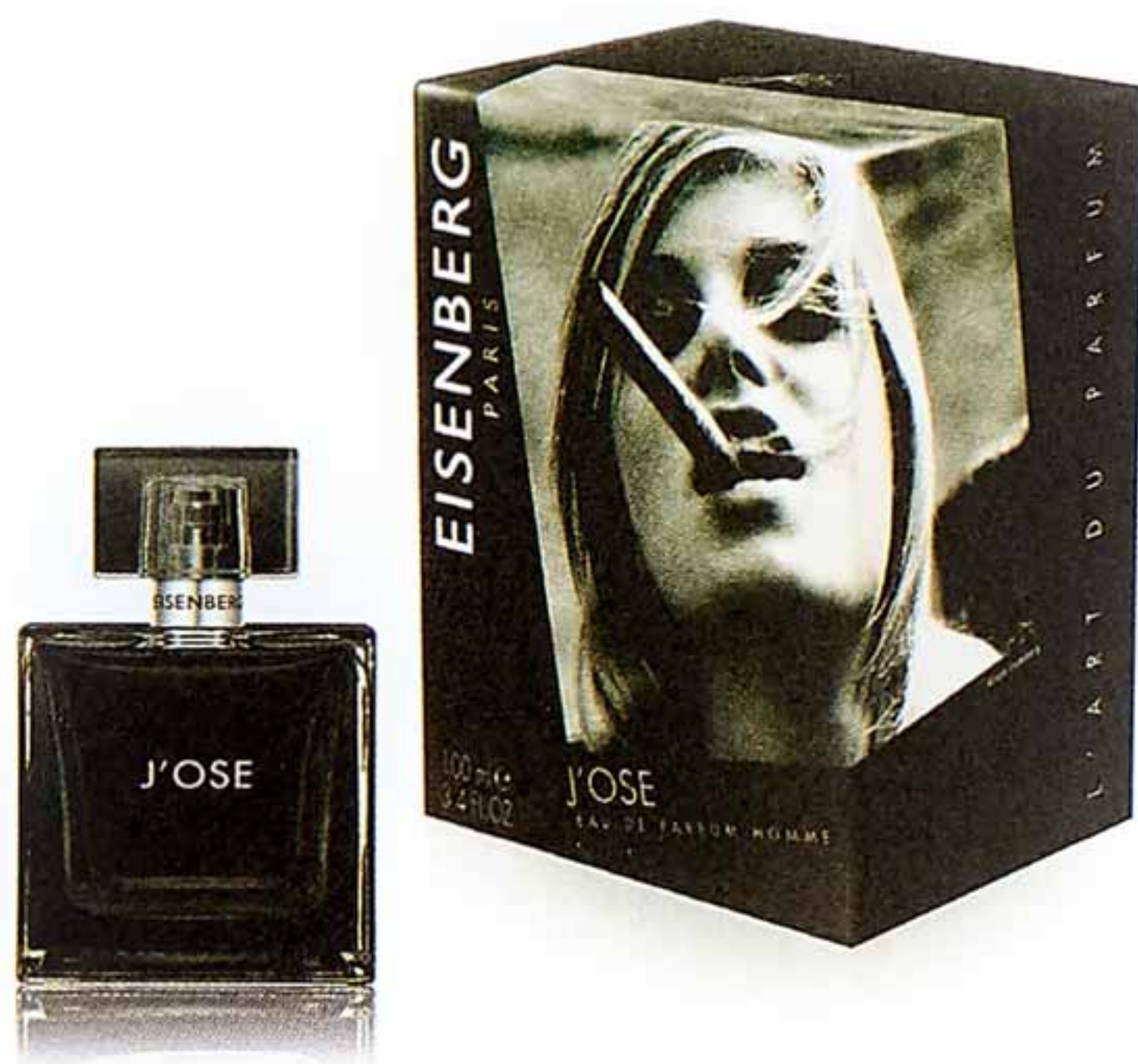


Archiwum perfum Osmothèque to ponad trzy tysiące zapachów, które są kolekcjonowane od 1900 roku

DOM KWIATÓW

Wśród słynnych perfumiarzy pojawiają się także postaci owiane złą sławą. Jedną z nich był René, nadworny nos królowej Francji Katarzyny Medycejskiej, który nasączył trucizną perfumowane rękawiczki wręczane wrogom monarchini. Skórzane rękawiczki produkowano wówczas w okolicach Grasse, dzisiejszej stolicy perfumiarstwa. Ówczesna technologia garbarska wiązała się z niezwykle nieprzyjemnymi zapachami, a żeby im przeciwdziałać, zaczęto łączyć tłuszcz do impregnacji skór z pachnącymi, kwiatowymi olejkami. Uprawy kwiatów w tym regionie odnotowały wówczas intensywny wzrost, a współcześnie są one tam hodowane na wyłączny użytek takich marek jak Chanel czy Dior. Choć kwiaty wykorzystywane w przemyśle perfumeryjnym hoduje się głównie w Turcji, Chinach, Indiach czy w krajach bałkańskich, to właśnie Grasse pozostaje kolebką świata zapachów, będąc dla perfum tym, czym Paryż dla mody. ■





Kultowy, męski zapach
EISENBERG - niezapomniany,
wzruszający i prowokujący
nadmierzającym bukietem

Jaśmin z plantacji w Grasse to jeden
ze składników wykorzystywanych do
produkcji perfum Chanel



Z pasji do sztuki i z szacunku do tradycji

Historia marki EISENBERG



Miłośnik sztuki, prawdziwy pasjonat urody, perfekcjonista - José Eisenberg.

Przez piętnaście lat bez reszty poświęcił się opracowywaniu innowacyjnych produktów i udoskonalaniu ich receptur. Założona przez niego w 2000 roku marka ekskluzywnych kosmetyków stanowi efekt kilkunastu lat pracy, odzwierciedlenie wielkiej pasji oraz – jak przyznaje sam Eisenberg – spełnienie jego marzeń.

Marka EISENBERG to projekt, który zrodził się z fascynacji sztuką i potrzeby tworzenia piękna, a sam jej założyciel jest jednym z niewielu kreatorów świata urody, który całkowicie poświęca się tworzeniu każdego z produktów. W portfolio firmy znajdują się kosmetyki, które dzięki specjalnie wyselekcjonowanym składnikom aktywnym, rewolucyjnej formule Trio-Moléculaire® oraz nowoczesnej technologii zastosowanej w procesie produkcji odznaczają się niezwykle wysoką jakością. To produkty prestiżowe, które odzwierciedlają filozofię oraz poczucie estetyki José Eisenberga, w tym innowacyjność, ponadczasową elegancję oraz zmysłową przyjemność.

Rozwój marki nie byłby możliwy bez relacji łączącej José Eisenberga z jego synem Edmondem. Edmond Eisenberg to syn słynnego kreatora, który podobnie jak ojciec został obdarzony niezwykle wrażliwością na piękno i sztukę. Swoją talent muzyczny wykorzystuje tworząc własne kompozycje oraz wspierając ojca w projektach artystycznych dotyczących marki. Film promujący zapach I Am powstał właśnie według jego koncepcji – Edmond nie tylko wyreżyserował obraz, ale też napisał do niego muzykę.

José i Edmond stanowią twórczy duet, który wzajemnie się inspiruje. Współpraca dwóch różnych pokoleń łączy w sobie tradycję z aktualnymi trendami na rynku kosmetyków, a wyznawany w firmie system wartości od lat pozostaje niezmienny. Szczególnie ważna jest w nim pasja, unikalność, kreatywność oraz przekazywanie twórczych emocji.

Portfolio marki EISENBERG to kompleksowe podejście do idei piękna. Wieloletnie badania i testy pozwoliły na opracowanie rewolucyjnej Formuły Trio-Moléculaire®, która regeneruje, stymuluje i dotlenia skórę. Oferta marki obejmuje wiele segmentów, poczynając od pielęgnacji dla kobiet i mężczyzn, poprzez kosmetyki do makijażu czy opalania, a kończąc na wyjątkowej linii zapachowej L'art du Parfum – kolekcji zapachów dla niej i dla niego, którą wyróżniają nie tylko unikatowe kompozycje nut aromatycznych, ale także jej efektowna oprawa. Zapachy zostały zamknięte w minimalistycznych i eleganckich szklanych flakonach, a następnie w dekoracyjnych, specjalnie zaprojektowanych pudełkach. Na każdym z nich znajduje się wizualizacja obrazu brazylijskiego malarza Juareza Machado, który stworzył z José Eisenbergiem nie-



zwykle ciekawą, artystyczną kolaborację – w jednym projekcie udało im się połączyć luksus i piękno, a za pomocą sztuki przekazać emocje, jakie skrywa w sobie każdy z zapachów. Co ciekawe, są elementy które łączą wszystkie obrazy, dla przykładu na każdym z nich Machado ukrył flakon perfum, przez co projekt L'art du Parfum jest spójny i tym bardziej interesujący. Uwodzi, łącząc w sobie sensoryczną i nieoczywistą podróż, aż w końcu - w tajemniczy i intrygujący świat sztuki.

Marka EISENBERG jest firmą rodzinną, pełną pasji i entuzjazmu, która nieustannie dąży do perfekcji ukazując szlachetny sekret naszej osobowości. Powstała z marzeń i wieloletniej pracy nad innowacyjnymi rozwiązaniami, rozwija się dzięki ludziom, którzy ją tworzą. Jest kluczem do unikalnego świata piękna, który dostępny jest dla każdego, kto ceni sobie wysoką jakość, naturalne składniki oraz poczucie wyjątkowości. ■

