

Câtă chimie mai este în spatele unui parfum?

Interviu realizat de Isabela Vasile

“ Ambră, chiparos, iasomie, bergamotă – mai delicat sau mai greu, parfumul stârnește reacții pe pielea noastră, în noi, în ceilalți. RALUCA VASILE, parfumier de lux, tester senzorialist autentic și o prezentă exotică în această lume – noi nefiind o țară cu tradiție sau școli în arta parfumeriei –, a avut amabilitatea de a răspunde întrebărilor revistei Practica Farmaceutică. ”

– Jean Claude Hellena spunea că trebuie să lași parfumul să te seducă, adică să îi dai timp, să nu-l judeci de la început. Un parfum e o descoperire profundă. Cum aleg femeile un parfum?

Există un criteriu comun și acela este dominantă olfactivă, adică acea amprentă olfactivă pe care o purtăm fiecare de la naștere, mirosul mamei, casei, dulapului bunicii, mirosul copilăriei și al momentelor importante, pentru că simțul mirosului este cel mai conectat cu memoria și ne teleportează instant în timp. Apoi,



Foto: Doru Amăriucăi, make-up: Sinziana Iaru

Isabela Vasile, owner Rouge Media, este specialist în comunicare, management organizațional și al resurselor umane, fiind fondatorul unor evenimente profesionale de estetică aplicată (CosmoBeauty, Termalia, Make-up Fest) și al publicației Jurnalul de Estetică.

Raluca Vasile, parfumiер de lux, consultant în branding multisenzorial și scent designer pentru branduri de ambient, s-a specializat în parfumerie de lux la Perfumery Art School UK, cu stagii în parfumerie exotică la Paris, Milano, Florența, Dubai și Qatar. Este singurul parfumiер român premiat de A' Design Awards Milano, invitat să expună la Congresul de Parfumerie de la Nisa, Exsence Milano și la FIS Arabia Dubai.



www.yourpersonalaroma.com

sunt aspecte care țin de așteptările și personalitatea fiecăruia.

– De ce avem preferințe atunci când alegem un parfum și cum se explică aceste preferințe?

Suntem diferiți, ne naștem cu o moștenire olfactivă unică. Putem însă să ne cunoaștem mai bine și să ne stilizăm așteptările și gusturile către cele care ne fac bine și sunt în perfectă armonie cu noi. În acest demers, un parfumiер ne poate ajuta să ne autodescoperim. De aceea ne și alegem partenerul

instinctual după miros. Poate ne place cum arată, dar, dacă nu ne place cum miroase, nu vom rămâne alături de el/ea (există astăzi și aromaterapie de cuplu, programe de self-discovery pentru parteneri etc.).

– Cum se naște un parfum memorabil?

Prin muncă multă, uneori de câțiva ani. Cel mai mult eu am lucrat la un concept 4 ani, pentru Cubano Allegria, pentru că am folosit esențe noi precum tabac cubanez

Cohiba, diluții din rom, vanilie de Madagascar și Mariposa, floarea națională a Cubei. Sunt o privilegată, pentru că doar Ramon Monegal, celebra casă spaniolă,

O femeie trebuie să aibă minimum 3 parfumi-semnătură, unul pentru zi cu zi, pe care să îl poarte și la job, unul de seară, care să îi sublinieze unicitatea, și unul de călătorie, care să o reconecteze cu ea însăși.



mai are parfum cu Mariposa în portofoliu, în ediție limitată.

– Există tendințe în parfumerie așa cum există în fashion&beauty. Ce parfumuri sunt în tendințe?

Da, există tendințe, dar nu neapărat legate de sezon. Într-adevăr, vara preferăm parfumuri fresh, iar iarna – mai vanilate și mai grele.

Tendințele în parfumerie sunt legate de lifestyle, mai nou. Se observă de la an la an dorința de personalizare, de întoarcere la natură, la un stil de viață în armonie cu natura.

Apoi, există o altă tendință spre minimalismul etichetei. Se pune mult mai mare accent pe calitatea esențelor folosite, a parfumului final, a conținutului decât a formei. Parfumul este o carte de vizită și o primă impresie pe care nu o poți schimba, te apropie sau distanțează de oameni. Cu toții am trăit momente de genul: colegul dat cu parfum de seară la job sau mirosul parfumului înecăcios lăsat de cineva în lift dimineața, la prima oră.

– Ce ne poți spune despre parfumurile naturale de ambient?

Acestea sunt folosite în țările occidentale încă din anii '50, de marile branduri de rețea, pentru a crește energia pozitivă a magazinelor, hotelurilor, a cazinourilor, a locațiilor de timp liber și relaxare, precum mall-uri, hipermarketuri, spa-uri, săli de sport, clinici, saloane de înfrumusețare. Un miros de ambient în magazin, bine ales, natural și profesional va rămâne în memoria consumatorului ca fabulos, în locul unui brand mediu, anost și neremarcabil. Energia și vibrația brandului tău vor crește natural și organic.

În România, fiind mai balcanici, ne plac mirosurile grele, oud-urile arăbești și rășinoase.

Parfumiarii sunt artiști ai mirosului și alchimiști. E o dualitate fără de care creația și arta nu pot exista. Un parfum memorabil este arta desăvârșită. Încapsulează un mesaj nescris și nevăzut, experiențe, călătorii, istorii ale parfumiului și viziunea sa despre lume.