



— Творческая мысль не может содержаться взаперти и подчиняться законам маркетинга — именно в этом парфюмерные критики зачастую обвиняют некоторых ваших коллег, выпускающих очень похожие друг на друга ароматы под разными именами...

— Вы совершенно правы. Духи — это любовь, а не брак по расчету. Они рождаются так же, как рождаются чувства. Вы не всегда можете объяснить природу чувств. И все же нужно искать баланс между эмоцией, интуицией и рациональностью — в этом залог успеха. Мне с моим опытом уже легче находить такой баланс. Самое сложное — не придумать парфюмерную историю, а транслировать образ из головы создателя аромата в голову его будущего обладателя, передать этот невидимый и различимый только на уровне обоняния образ. Апеллировать к чувствам того, кто откроет флакон и попробует созданный тобой аромат — архисложная, но архиинтересная задача.

— В вашем портфолио множество бестселлеров, таких как Armani Acqua di Giou pour Homme, Jean Paul Gaultier Classique, Lancome Poeme и Yves Saint Laurent Cinema, но есть и духи, бесследно пропавшие с прилавков — Alexander McQueen Kingdom, Calvin Klein Truth, Giorgio Armani Mania, Issey Miyake Le Feu d'Issey... Сожалеете ли вы об этих пропавших?

— Как только запах превращается в продукт, он больше не принадлежит мне. На его дальнейшую судьбу оказывает влияние все: сама марка, дизайн флакона, упаковка, реклама. У каждого аромата своя судьба, и не всегда счастливая — как и у человека. Несмотря на это, я горжусь ими и люблю их. Часто «провал» того или иного запаха на рынке объясняется совсем не тем, что духи недостаточно хороши, а тем, что они опередили свое время. Спонтанность, о которой я говорил ранее, может увести творца в неправильном направлении, а может и просто завести его слишком далеко. Ваш бывший вождь Ленин говорил, что нужно быть на шаг впереди народа, чтобы вести его за собой. А когда ты оказываешься на два шага впереди, то теряешь контакт с массами, люди перестают тебя слышать и могут расправиться с тобой. Так же в каждом из названных вами ароматов содержалась та или иная инновация, слишком смелая для времени выпуска. Спустя годы появлялись другие похожие на эти запахи, как, например, в случае с Le Feu d'Issey, с характерным древесно-лактоническим ориентальным аккордом, но первопроходцы, как разведчики на войне, иногда приносятся в жертву.

— Наверное, отчасти поэтому создание духов для таких знаменитых домов, как Louis Vuitton, — не только большая честь, но и большая ответственность?

— Мне повезло работать для Louis Vuitton на своей родной земле, в Грассе. Здесь мой дом в Кабрисе, который вот уже 500 лет владеет моя семья, здесь мой чудесный сад, в котором я выращиваю цветы, непреодолимый источник наслаждения для меня, здесь мои любимые дети и моя прекрасная жена, которая дарит мне вдохновение и одновременно возвращает на землю каждый раз, когда я отрываюсь от реальности в поисках эфемерного идеала. Марки, для которых я работаю, это иконы, они сильнее, чем любая идея дизайнера или парфюмера.

— Что еще вдохновляет вас? Я слышал, что вы отличный кулинар и обожаете средиземноморскую кухню.

— Меня вдохновляет все: семья, прекрасные глаза женщины, еда, растения, цветы и — вот сейчас — обожаемая мной Красная площадь за окном. Я нахожу, что от отлично сложенного аромата, пусть даже всего из нескольких ингредиентов, можно получить такое же наслаждение, как от небольшой порции изысканного блюда в мишленовском ресторане. В обоих случаях огромную роль играет не количество компонентов, а мастерство повара (или парфюмера) и качество продуктов (или сырья).

— Наверное, именно поэтому ароматы Louis Vuitton обозначены всего несколькими ключевыми составляющими, а пресс-релиз не пестрит заумными названиями парфюмерных нот?

— Я несколько старомоден и в вопросе создания ароматов — не люблю напыщенной болтовни о «редких ингредиентах» и «уникальных молекулах», — и в определении их половой принадлежности. Терпеть не могу бесполой запахов! Безусловно, любой мужчина может купить для себя аромат от Louis Vuitton, если испытает к нему симпатию — ведь на каждой коже запах раскрывается по-своему, — но эта коллекция задумана мной как посвящение женщине, и, создавая ее, я представлял себе духи с «гендерным признаком» на флаконе.

— Это довольно интересный подход, учитывая, что большинство марок-люкс в настоящее время как раз пропагандируют идею селективных ароматов унисекс, не обращенных к определенному возрасту или полу.

— Louis Vuitton — это не все остальные марки, это особенная марка. Возможно, мы выпустим и коллекцию ароматов для мужчин, но то, что вы видите сегодня, предназначается только прекрасным дамам. Конечно, все они разные. Одной понравится чистый и графичный, как икебана, ландышево-сандаलो-гваяковый Arogee, другой — наркотический Turbulences, в котором трепещут жасмин и тубероза, третьей — кожанно-шафрановый Mille Feux, направленный легким абрикосовым благоуханием османтуса и яркой нотой спелой малины.

— Я заметил, что запахи разнятся друг с другом, но тем не менее для меня они сливаются в какую-то удивительную гармонию, как отдельные музыкальные фрагменты составляют прекрасную симфонию. Возможно ли смешивать созданные вами ароматы между собой?

— Это очень интересный вопрос! Моя жена экспериментировала с запахами, и я был поражен, какой фантастический результат у нее получился, когда поверх Rose des Vents она нанесла небольшое количество Mille Feux. На самом деле, именно Rose des Vents, союз трех роз — грасской, турецкой и болгарской, аромат легкий и воздушный, как благоухание свежих розовых лепестков, представляет собой лучшую основу для любого другого аромата коллекции, не считая Turbulences: тубероза не дружит с остальными цветами. Разница в происхождении цветов придает им разную тональность и насыщенность. Так, вместо пьянящего ночного жасмина в Turbulences аромат Dans la Peau представляет деликатный грасский жасмин и жасмин самбак из Китая — в точности тот, который мы привыкли пробовать на вкус в лучших сортах жасминового чая. В соединении с кожей и теплым мускусом эти цветочные ноты передают в Dans la Peau дыхание человеческой кожи. Это очень интимный, эротический аромат.

— То, как вы описываете запахи, вызывает желание близкого знакомства с каждым из них, но как быть мужчине, который хочет признаться в любви женщине посредством аромата?

— Я думаю, что лучший выбор в таком случае — Contre Moi, аромат радости и наслаждения. Майская роза, магнолия, флердоранж, мадагаскарская и тайская ваниль, а также горькое какао — это настоящее послание во флаконе, чувственное и страстное.

— Кто отвечал за дизайн флаконов?

— Марк Ньюсон создал настоящие шедевры — на вид это старомодные аптекарские пузырьки с черными притертыми пробками, а на самом деле идеальных пропорций флаконы массивного стекла с безупречно интегрированными спреями и магнитными крышками с латунной монограммой LV. К тому же все духи представлены в двух объемах и могут дозавражаться, а в поездку можно брать с собой стильные дорожные пульверизаторы. Даже упаковка содержит свой секрет: она воспроизводит легендарный цилиндрический силуэт Je Tu II — духов, созданных домом Louis Vuitton в 1928 году и ставших сенсацией.

Беседовал Майк Шилов