

Ожидание праздника бывает лучше, чем сам праздник | Le parfum des fêtes est doux...

Auteur: Светлана Виндиш, [Цюрих](#) , 15.12.2011.



Les Parfums de Rosine, Aladin, 1919; Cristalleries de Baccarat S.A. GS Collection; Photo © gscollection

Настоящим рождественским приключением может стать посещение выставки «Духи - упакованные обольщения» («Parfum - verpackte verführung»), которая проходит в Музее дизайна (Museum Bellerive) в Цюрихе до начала апреля.

|
Le Musée du design Bellerive à Zurich présente une exposition extravagante "Parfum, une séduction emballée".

Le parfum des fêtes est doux...

Искусство парфюмерии прекрасно и удивительно. Таинственный и сладостный мир ароматов неудержимо влечет нас к себе. Впечатление от запаха мимолетно и невесомо. Оно волнует, позволяя приподняться над повседневностью и оставляя ощущение счастья. Совершенно необычная атмосфера выставки — торжественная и загадочная — окутывает вас с первых же минут и ведет в таинственный мир истории запахов, неразрывно связанной с историей всего человечества.

Церковные кадила для раскуривания ладана, древний сосуд для дистилляции розового масла, надушенные перчатки и шелковые кружевные платки, первые замысловатые емкости для хранения парфюма... Двигаясь от экспоната к экспонату, можно легко проследить распространение духов во времени и пространстве.

В 1612 году в монастыре Санта Мария Новелла во Флоренции была произведена душистая вода на основе лилии. Это послужило началом производства цветочных ароматов из натуральных растительных компонентов.

Любопытной была и первая реклама парфюмов для женщин, в которой подчеркивалось, что «пахнуть необходимо приятно и натурально». И для этого нужно «взять все лучшее у природы и окружать себя этим, как цветок». При этом культивировался образ чувствительной и застенчивой женщины, постепенно превращавшейся в кокетку, использующую парфюм, как средство обольщения.

Доказав, что с помощью духов можно обрести магическую силу притяжения мужчин, парфюм начинает пользоваться безумной популярностью. Об этом же красноречиво свидетельствует парфюмерная упаковка, которая начинает активно развиваться и совершенствоваться. Развитие отрасли парфюма, как предмета роскоши, требовало новых решений в создании упаковки для ароматов.

Флакон становится важнейшей составляющей имиджа запаха и продолжателем его идеи. Стекланные и керамические, из кожи и металла, дерева или атласа, инкрустированные драгоценными камнями или костью, украшенные ручной росписью и сверкающими кристаллами, они поражают своим разнообразием и неповторимостью.

Словно сказочные персонажи предстают перед вами маленькие произведения искусства великого французского мастера Рене Лалика (Rene Lalique), талантливого ювелира, который с еще большим успехом применял свой талант для создания стекланных парфюмерных флаконов. Работы Рене Лалика считаются классикой стиля Ар Нуво. Ему первому удалось наладить массовое производство стекланных емкостей, используя последние дизайнерские разработки, которые для того времени были поистине уникальными. На выставке представлена пресс-форма 1929 года, с помощью которой в течение нескольких десятилетий, исследуя и используя все возможности стекла, мастер выпускает более тысячи превосходных флаконов из прозрачного, а со временем и цветного, стекла для лучших парижских Домов моды: Coty, Nina Ricci, Lancôme, Louis Vuitton, Christian Dior, Chanel.

Стекланные флаконы от компании Baccarat открывают новое измерение в дизайне, так как она создает упаковку для первой именной линии духов «Le Parfum de Rosines», которую выпустил кутюрье Поль Пуаре (Paul Poiret), чтобы подчеркнуть уникальность стиля своего Дома моды. Так была создана традиция, которая с успехом была продолжена Домом Chanel.

Но мадам Шанель пошла дальше. Ее первый аромат наряду с натуральными компонентами впервые содержал синтетические, что позволило ему получить абстрактное имя - № 5 в сочетании с именем дизайнерского Дома - Шанель. Так появились легендарные, известные всему миру духи «Шанель № 5». Образцы этого поистине революционного парфюма и его упаковки из самой первой партии,

произведенной в 1921 году, вы также можете увидеть здесь. Они и сегодня поражают своей простотой и элегантной изысканностью, впрочем, как и все от мадам Коко.

Все представленные на выставке парфюмы из прошлого можно по праву назвать шедеврами. Они обладают какой-то невероятной энергетикой и притягивают ваш взгляд снова и снова.

Центральное место на выставке занимает флакон «J'appartiens à Miss Dior», выпущенный к пятилетнему юбилею Дома Christian Dior. Флакон выполнен из стекла в форме любимой собачки мэтра, а домик собачки (упаковка парфюма) - из специального, еще тогда нового синтетического материала. Парфюм, вышедший ограниченным тиражом, был распространен среди узкого круга особо важных клиентов и имел ошеломительный успех.

Легенда моды 20 века, дизайнер, создательница стиля прет-а-порте Эльза Скиапарелли (Elsa Schiaparelli) также экспериментировала с парфюмерной упаковкой. В 1946 году ею был создан флакон духов в соавторстве с самим Сальвадором Дали! Светящаяся крышка флакона в форме солнца стала новой вехой в дизайне упаковки парфюма, явившись примером того, как сложная оригинальная упаковка может активизировать спрос на продукт.

Аромат от Caron Paris в стильном флаконе из матового черного хрусталя - символа торжества и бесконечности рождественской ночи - имел большой успех в Нью-Йорке среди американцев разных социальных слоев: от посетителей престижнейшего «Cotton Club» до завсегдатаев мюзик-холлов. Дизайн был навеян модным в начале 20-го века японским стилем и получил среди поклонников название «Christmas Eve».

Мужской парфюм долгое время ограничивался всемирно известной «кельнской водой» Eau de Cologne и средствами по уходу за кожей после бритья на основе лаванды. Но в 1922 году парфюмерный Дом D'Orsay принес на рынок специфический, впервые довольно сладкий, но с базовой нотой дерева, мужской аромат «Le Dendy». В 1960-ые же годы, наконец, пришел «бум» и на ароматы для мужчин.

Изменение и развитие парфюма и его упаковки влекут за собой изменение и фактически диктуют новые социальные роли его обладателям: от женщины, нуждающейся в защите, до богини и соблазнительницы; от джентльмена-обольстителя до преуспевающего бизнесмена.

У каждого парфюма своя история, а каждый флакон - это целая эпоха. Создание незабываемого аромата и достойного для него обрамления - занятие сродни волшебству.

А чтобы подольше сохранить это возникшее ощущение волшебной магии, вы можете унести с собой его частичку, купив в магазине музея ароматическую свечу, масло для тела и ванны, парфюмированную воду или саше из трав, чтобы затем поделиться этой магией с близким человеком. Ведь «в аромате есть убедительность, которая сильнее слов, очевидности, чувства и воли... Она входит в нас подобно тому, как входит в наши легкие воздух, которым мы дышим...Аромат - это брат дыхания...», как писал Патрик Зюскинд в своем знаменитом «Парфюмере».

Source URL:

<http://www.nashagazeta.ch/news/style/ozhidanie-prazdnika-byvaet-luchshe-chem-sam-prazdnik>