

**Πώς τα αρώματα εξηγούν τον κόσμο!**



Σήμερα, οι αρωματοποιοί έχουν δημιουργήσει ακόμη πιο ασυνήθιστες και ιδιαίτερες ευωδιές δημιουργώντας μία νέα σκηνή για τον 21ο αιώνα

Τι λέει το άρωμά σας για εσάς; Και πώς συνδέεται με τον κόσμο στον οποίο ζούμε σήμερα; Από τον Ιούνιο στο Λονδίνο λειτουργεί μία πολύ ενδιαφέρουσα έκθεση που εξηγεί ότι τα πράγματα στον χώρο των αρωμάτων δεν είναι και τόσο απλά! Από τα χλιδάτα 80s στα ανάλαφρα 90s και την επιθυμία για μοναδικότητα εν έτει 2017, ο τρόπος που μυρίζουμε έχει να πει πολλά.

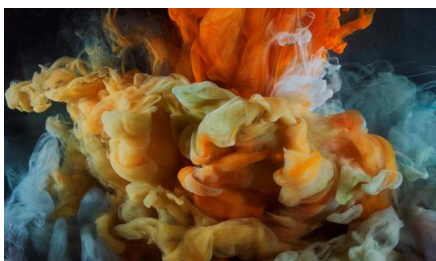
Αν ρωτήσουμε τους γύρω μας ποιο άρωμα φορούσαν πριν από 10 χρόνια, σίγουρα οι απαντήσεις θα είναι ποικίλες, από το J' Adore του Dior μέχρι το Angel του Thierry Mugler και το Pleasures της Estée Lauder ανάλογα με το στιλ και την προσωπικότητα της καθεμίας μας. Σήμερα, οι αρωματοποιοί έχουν δημιουργήσει ακόμη πιο ασυνήθιστες και ιδιαίτερες ευωδιές δημιουργώντας μία νέα σκηνή για τον 21ο αιώνα. Τα αρώματα και τους αρωματοποιούς πίσω από αυτά διερευνά η έκθεση στο Somerset House του Λονδίνου εστιάζοντας στα σύγχρονα αρώματα και ταξιδεύοντας τους επισκέπτες στην έμπνευση αλλά και τον ανταγωνισμό τους. Τα αρώματα παίρνουν τη θέση τους σε ένα ερωτικό μπουντουάρ, σε μία αφρικανική έρημο αλλά και σε ένα πάρκο νερού με οπτικά, ακουστικά μέσα αλλά και μέσω της αφής.



Μπουκάλια διάσημων αρωμάτων στο Somerset House

Η Κλερ Κάτεραλ, επιμελήτρια της έκθεσης "Αρώματα : Ένα ταξίδι των αισθήσεων μέσα από τα σύγχρονα αρώματα", τα περιγράφει ως "την πιο δημοκρατική μορφή τέχνης". Σε συνεργασία με τη συγγραφέα Λίζι Οστρόμ, η οποία ειδικεύεται στα αρώματα, η Κάτεραλ επιχειρεί να επεκτείνει τη "γλώσσα" των αρωμάτων, ξεφεύγοντας από τους κλασικούς χαρακτηρισμούς όπως "βασικές" ή "μεσαιές" νότες, και να ανακαλύψει κάτι πολύ βαθύτερο.

"Τα αρώματα είναι παντού. Είναι στην τέχνη και στο εμπόριο. Είναι στην οικειότητα και τις σχέσεις μας, και στο πού ανήκουμε σε αυτό τον κόσμο. Βρίσκεται στις προσδοκίες, την έμπνευση, τις αναμνήσεις και τις ελπίδες μας" Για παράδειγμα, το installation Secretions Magnifique, το περιβόητο άρωμα που κλείνει φέτος μια δεκαετία, φτιαγμένο από τον αρωματοποιό Αντουάν Λι, αναπαριστά ένα ανάστατο κρεβάτι πάνω στο οποίο καλούνται να καθίσουν οι επισκέπτες και να μυρίσουν τα εμποτισμένα με το εν λόγω άρωμα σεντόνια. Οι νότες του αρώματος περιλαμβάνουν σπέρμα, αίμα, ιδρώτα, σάλιο και μητρικό γάλα. "Ολόκληρο το ταξίδι της αγάπης δηλαδή", σημειώνει η Κάτεραλ.



Η έκθεση Perfume: A Sensory Journey Through Contemporary Scent μέσω οπτικών και ακουστικών μέσων μεταφέρει τον επισκέπτη στον κόσμο του αρώματος

Όπως φαίνεται, η ιστορία των αρωμάτων είναι μία ιστορία κουλτούρας και πολιτισμού. Ο Χοσέ Αιζενμπεργκ, ιδρυτής του πολυτελούς οίκου αρωμάτων Eisenberg Paris,, τονίζει ότι το άρωμα είναι «η αντανάκλαση της κοινωνίας στην εκάστοτε χρονική περίοδο. Το πατσουλί είναι το σύμβολο της θηλυκότητας, και αντιπροσωπεύει τα 70s, τη γυναικεία απελευθέρωση, την αισιοδοξία και μία νέα αδελφoσύνη μεταξύ των ανθρώπων. Οι καθαρές, αλμυρές μυρωδιές των 90s εμπεριέχουν την επιθυμία του κόσμου να απαλλαγεί από την υπερβολή της προηγούμενης δεκαετίας».

Και φυσικά, δεν παίζει ρόλο μόνο το άρωμα, αλλά και το οπτικό ερέθισμα. Για παράδειγμα, το μπουκάλι της αγαπημένης κολόνιας των 90s CK One μοιάζει με μπουκάλι της Absolut Vodka. Η απίθανη ιδιότητα του Chanel no5 να διατηρεί μια διαχρονική μυρωδιά φαίνεται και στον σχεδιασμό του μπουκαλιού, ο οποίος και μετά από σχεδόν έναν αιώνα παραμένει σύγχρονος.

Αυτό που ζητάμε και εκτιμάμε ως καταναλωτές είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με αυτό που ζητάμε και εκτιμάμε ως άνθρωποι από την κοινωνία μας. Η δίψα για νέες εμπειρίες, η σύγχρονη έμφαση στην αυθεντικότητα, η πιο διαφοροποιημένη αντίληψη σχετικά με τα δύο φύλα: όλα αυτά αντανakλώ νται στα αρώματα που αγοράζουμε. Το νέο κύμα αρωμάτων που είναι περισσότερο πρωτοποριακά και λιγότερο "όμορφα", που σε μεταφέρουν σε ένα τροπικό μέρος, μια δροσερή παραλία ή μια νύχτα δίπλα στο τζάκι, είναι κυριολεκτικά η ουσία του να πληρώ νεις για μια εμπειρία.

Τα Salons de Parfums, στα πρότυπα των πολυτελών μπουτίκ, άνοιξαν πριν δύο χρόνια στο Harrod's, ακολουθώντας την επιθυμία των καταναλωτών για μια πιο έντονη αγοραστική εμπειρία. Η Μελίσα ΜακΓκίνις, υπεύθυνη πωλήσεων στο πολυκατάστημα Selfridges αναφέρει ότι "οι καταναλωτές πλέον είναι πιο τολμηροί, ψάχνοντας βάθος, ποικιλία και κυρίως μοναδικότητα μέσω του αρώματός τους". Συγκεκριμένα στο Selfridges, οι ανεξάρτητες ειδικευμένες σε αρώματα μάρκες αποτελούν το 45% των πωλήσεων.

Ο σύγχρονος καταναλωτής αρωμάτων δεν ψάχνει ένα καθιερωμένο άρωμα για να ταυτιστεί, αλλά ένα άρωμα που να καθρεφτίζει την προσωπικότητά του. Σήμερα η προσωπική μάρκα κάποιου είναι το παν, ειδικά εφ' όσον η επιθυμία του καταναλωτή για επώνυμα προϊόντα έχει μειωθεί αισθητά. "Το άρωμα που επιλέγουμε δεν επηρεάζεται πλέον από το φύλο", μας λέει η Κάτεραλ. "Η εποχή που τα γυναικεία αρώματα κυκλοφορούσαν σε μπουκάλια- κλεψύδρες και τα αντρικά σε μεταλλικά κουτιά, έχουν περάσει ανεπιστρεπτί. Τα αρώματα σήμερα προωθούνται με βάση την προσωπικότητα και όχι το αν είσαι άντρας ή γυναίκα".



"Τα αρώματα είναι παντού. Είναι στην τέχνη και στο εμπόριο. Είναι στην οικειότητα και τις σχέσεις μας, και στο πού ανήκουμε σε αυτό τον κόσμο. Βρίσκεται στις προσδοκίες, την έμπνευση, τις αναμνήσεις και τις ελπίδες μας"

**"Σήμερα, η τάση είναι τα λεγόμενα "συναισθηματικά προστατευτικά" αρώματα. Δροσερές νότες όπως η μέντα, το αγγούρι και το λάιμ λειτουργούν ως ένα είδος αντίδρασης ενάντια στην αβεβαιότητα του έξω κόσμου". Σκεφτείτε πως με τον ίδιο τρόπο που επιθυμούμε αυτές τις γεύσεις μια ζεστή ημέρα, επιθυμούμε και τις αντίστοιχες μυρωδιές.**

**Γι' αυτό ξεχάστε την εποχή που αγοράζατε ένα άρωμα για να νιώσετε σέξι ή σοφιστικέ. Είναι βέβαιο ότι τα πράγματα πλέον έχουν αλλάξει και την επόμενη φορά που θα πρέπει να διαλέξετε, θα έχετε πολλά να σκεφτείτε!**



Το υπέροχο κτίριο του Somerset House του Λονδίνου

**Η έκθεση Perfume: A Sensory Journey Through Contemporary Scent  παρουσιάζεται στο Somerset House του Λονδίνου έως τις 17 Σεπτεμβρίου 2017**

**Επιμέλεια: Σοφία Κροκιδά**  
**φωτογραφίες: © Givaudan**

**womanidol.com**