



Parfumens

Det, der sælger parfume allerbedst er drømme og magi. Man skal tro på, at den smukkeste inspiration og vision er grunden til at lige præcis den parfume, du bruger, er blevet til. Sandheden er dog en lidt anden... Mikkel Hyldebrandt har taget et kig på parfumeverdenens skjulte kunstnere.

bagmænd - de skjulte kunstnere

parfumens skabelsesproces. Så det at Demachy i Biarritz er på lige inden hovedattraktionen vidner om et skift i forholdet til dem, der er de egentlige skjulte kunstnere bag parfumehusenes mure. Hidtil har der bestået en stiltiende overenskomst mellem parfumehus og parfumør om ikke at afsløre illusionen om skabelsen af en parfume. Eller nærmere ikke at ødelægge drømmen om parfumen som produkt af en designers eller et modehus' vision og fantasi. For forestillingen om en parfume som et enestående kreativt produkt, der er opstået ud fra ren inspiration og summen af drømme, der endelig har fået en fysisk form, går bedre ind hos forbrugeren end realitetens stramme produktionsplaner og marketingbudgetter, der skal overholdes. En verden, hvor parfumekunst også er ensbetydende med kalkuleret forretning, hvor dufte ikke bare skabes ud fra inspiration, men også ud fra hvad der forhåbentlig bliver den nye bestseller med et tydeligt resultat på bundlinjen.

Hvis ikke duften skabes inden for koncernens egne mure af en parfumør, findes der en række firmaer, der overtager processen fra start til slut baseret på parfumehusets specifikke ønsker. I modsætning til in-house parfumørerne er der selvfølgelig en fare for at parfumehusets karakter og 'sjæl' ikke bliver ordentligt videregivet, men ikke desto mindre stammer flere parfume-hittere fra nogle af de store internationale duftfirmaer – forbindelsen mellem parfumehus og duftfirma tales der dog ikke meget om.

Og lige præcis derfor er en parfumør som Demachy vigtig, fordi han tilhører en lille eksklusiv gruppe af parfumører, der er såkaldt in-house parfumør for et bestemt hus eller en koncern. Nogle af de mest markante in-house parfumører, der har været med til at forme de største dufttendenser lige nu er blandt andet Demachy, der er hos LVMH-gruppen (Louis Vuitton Moët Hennessey), hos Chanel er det Jacques Polge, og Hermès har Jean-Claude Ellena. Udover at skabe dufte i samarbejde med et hold af laboratorieteknikere, så er parfumørens funktion også at danne en bro mellem den vidtløftige vision om den ultimative parfume og den mere jordnære forretningsdel af en duft. Han er på en gang kunstneren, men også håndværkeren, der kan kategorisere tusindvis af dufte i duftmolekuler og konstruere duftsammensætninger i hovedet, før de overhovedet får en fysisk form. Og fremtrylle en duft, der har det rette miks af en kunstnerisk vision og af et produkt, der gerne skal sælge.

Demachy og Miss Dior

Hvad enten der er tale om parfumekunst eller marketing, så er François Demachy endnu en gang på banen som Diors hovedparfumør. Demachy er også tydeligt profileret, når det gælder Diors næste store lancering, Miss Dior Chérie L'Eau – en friskere og grønnere version af Miss Dior Chérie fra 2005 - i en ny duftkategori i Dior-universet: L'Eau.

Udadtil har duften skiftet farve og er blevet en køligere grøn, og den velkendte sløjfe er blevet frosted, hvilket også passer til duften, der ligeledes er 'kølet lidt ned' af hvide musknoter på trods af, at den markante gardenia-akkord har fået tydeligere blomsternuancer. Demachy har formået at bibeholde originalen og Miss Dior Chérie ånden, men også at tilføje duften et skud af den vilde friskhed, som han er kendt for. Og frem for alt har han bibeholdt en umiskendelig 'Dior-hed', der nok skal få en masse kvinder til et øjeblik at drømme sig væk til en perfekt verden fyldt med Dior couture. For selv om en ny duft på den ene side er hård 'business' på et marked, der nærmest oversvømmes af nye lanceringer, så er det stadig drømmen, magien, der er en parfumens allerstørste trumfkort.



Et udvalg af François Demachys kendteste dufte

- Dior Homme Cologne (2007)
- Dior Eau Sauvage Fraicheur Cuir (2007)
- Dior Fahrenheit 32 (2007)
- Miss Dior Chérie (Eau de Toilette version, 2006)
- Acqua di Parma Colonia Intensa (2007)
- Pucci Vivara (2007)
- Midnight Poison (2007)
- Fendi Palazzo (2007)
- Miss Dior Chérie L'Eau (2008)



Af Mikkel Hyldebrandt

Vi sidder spændt og venter på dagens hovedperson, Jude Law, der om få øjeblikke betræder det enkelt møblerede hvide podium som Diors nye og første maskuline profil for en Dior-duft, Dior Homme Sport. Ved det storslåede middagsarrangement aftenen inden sad han godt nok med ved et af bordene i salen sammen med den øverste ledelse af Dior og LVMH, men her frabad han sig enhver form for kommunikation eller *photo op*, så nu hvor de omkring 100 indbudte journalister fra hele Europa endelig får muligheden for i det mindste at tale direkte med Mr. Law, er stemningen selvfølgelig spændt. Ikke en gang udsigten ud over stranden i sydfranske Biarritz med gråblåt Atlanterhav i baggrunden formår at tiltrække mange blikke. Men inden nærkontakten med en af tidens største mandlige celebrities, præsenterer Diors direktør, Claude Martinez os for Diors (og LVMH-koncernens) 'in-house' parfumør, der efterfølgende får lov at tale til os i næsten 10 minutter om sin nye kreation. Manden hedder François Demachy og er intet mindre end Diors officielle næse – manden, der omsætter mesteren Christian Diors oprindelige og originale tanke om, at parfume og tøjkunst er uløseligt forbundet med hinanden. Og han forstår at besnære sit publikum. Ikke så meget på grund af hans næsten anonyme fremtræden, men fordi man straks mærker, at her er en mand, der taler med lidenskab om sin lidenskab. Han fortæller om, hvordan han fandt inspirationen til Dior Homme Sport i amerikansk kanelilik, på én gang stærkt og friskt, og hvordan han matchede smagsoplevelsen med en duft i Afrika, hvor han fandt lige præcis den type ingefær, der på én gang er heftigt stærk, men også har en superfrisk kølighed. I al den tid Demachy taler, bliver der lyttet intenst, og vi glemmer et øjeblik, at Jude Law er den egentlige grund til, at vi sidder her, og lever os ind i et magisk duftunivers.

Mesteren bag værket og mærket

Overhovedet at gøre et stort nummer ud af den egentlige kunstner bag en duft er en indtil nu næsten uset gestus ved store duftlanceringer, hvor det har været brandet og parfumens berømte ansigt, der har stjålet det absolutte fokus. Ved lanceringen af Aqua di Parma Colonia Intensa (også en del af LVMH) i Parma forrige år var François Demachy også til stede, og ganske ekstraordinært var der arrangeret en Q&A med parfumøren som en slags ekstra bonus for de virkelig parfumenørkede. Det var en del af programmet, men ikke en del af den officielle præsentation i Parmas operahus om aftenen. Det var da også kun en lille håndfuld af journalister, der mødte op den eftermiddag i mødelokalet på hotellet for at høre mesteren tale om

