

Ja, livet ER skønt

Af Anne Jydby Absalonson

ONE, HOME, ECO og FUNCTIONAL er de store trends, der gentages i årets mange duftlanceringer. For vi VIL duftes til igen, mærke os selv igen, og vi vil gerne bruge duftene til at undersøge, hvem vi er nu, både ude blandt andre og hjemme i den trygge rede.



Selvfølge duftede du også engang af CK One, for hvem gjorde ikke det, hvis man var ung, urban og lidt usikker på, hvem man var i 1994. I slipstrømmen af ungdomsoprør og fattigfirsere og med blikket fæstnet på Y2K var både kønsroller, samfundsnormer og teknologi i bevægelse – præcis som nu. Her, en generation og en pandemi senere og midt i en klimakatastrofe, er parfume så integreret en del af moderne menneskers identitet og personlige udtryk, at vi kun tænker over det, når vi har mistet eller fået forvrænget lugtesansen af covid.

Da vi blev hjemme i 2020, faldt salget af dufte, men da vi kunne komme ud igen i 2021, steg det med 50% i USA og cirka det halve i Danmark. Og lige nu boomer duftene:

“Efter Covid og pandemien tror vi, at duft er blevet endnu vigtigere for mennesker, for deres daglige rutiner”, siger Josephine Vornefeld, CEO for parfumehuset Givaudans partner i Norden, det svenske Parfusale AB, der i over 50 år har fungeret som bindeled mellem råvareproducenter og kosmetikbrands i Skandinavien, og som derfor holder sig godt orienteret på markedet for dufte. Hun fortsætter:

“Vi ser en stigning i nye duftlanceringer i løbet af 2022, ikke kun i Europa og resten af verden, men også lokalt her i Skandinavien.”

Men ikke nok med, at der kommer flere dufte – både helt nye formuleringer og versioner eller flankere af allerede etablerede – det er som om de seneste tre års vilde tur med spøgelsestøget har lagret sig i vores bevidsthed og præger vores næser. Vi vil dufte til noget trygt, vi vil gøre det med god samvittighed, og vi vil have en oplevelse ud af duften.

Vores nye arbejdsvaner, woke-bevægelsen og klimaangst kan aflæses i den type dufte, der lanceres nu. **HOME Sweet**

Trends som især ONE for All, ECO not Ego og til dels FUNCTIONAL Fragrance drives i høj grad af Generation Z (født mellem 1995 og 2015), de digitalt indfødte, der er besatte af hudpleje (særligt renseprodukter), naturlig makeup og økologiske eller veganske ingredienser, men tag ikke fejl: Modsat hvad man måske skulle tro, er de også interesserede i komplekse dufte, og de er nysgerrige efter at “uddanne” sig i parfume på samme måde, som de har uddannet sig i hudpleje og alt muligt andet, takket være TikTok.

Hold øje med... parfumeuren **Caroline Dumur** fra IFF, der forener det topmoderne med det klassiske parfumehåndværk fra Grasse. Hun er ung, fransk, men gift ind i en tunesisk familie og henter en del af sin inspiration fra Nordafrika og Asien. Hun er næsen bag **Yves Rocher's Sur La Lande, Mon Rouge og Bloom in Love**, og hun er også udvalgt som næse for to dufte fra det nybrydende, franske parfumehus **Bastille Parfums**, der lanceres netop nu i Danmark. Bastille Parfums er et 100% transparent brand, der laver no-gender parfumer med 95% naturlige ingredienser og 5% rene, syntetiske ingredienser. Total gennemsigtighed i forhold til parfumernes ingredienslister er helt nyt i parfumens verden, hvor der stadig er meget tys-tys. For Bastille Parfums, der lancerer seks dufte har Caroline skabt **Rayon Verte** og **Demain Promis**.



Home er en af de fire store trends, vi ser blandt årets duftlanceringer. De andre tre, du bør lægge mærke til nu, er **ECO not Ego, FUNCTIONAL Fragrance** og ikke mindst **ONE for All**, de kønsneutrale dufte. Og således vender vi tilbage til 1994 og CK One, for det var første gang, en unisex-duft blev en bestseller og desuden en af de dufte, der definerede 90'erne.

ONE for All

Når CK One popper op i tankerne nu, er det, fordi vi i år oplever en mærkbar stigning i kønsneutrale dufte. De har skam været der hele tiden, tænk blot på Molecules eller État Libre d'Orange, der på hjemmesiden har et kønsbarometer på hver duft, hvor en lille pil indikerer, om duften flyder i retning af mere maskulin eller feminin på det binære spektrum. Det nye er især kommunikationen, der i år er blevet

ONE for All



klare, mere direkte. Hen står ved at være hen, og sjældent har vi oplevet noget så privat blive så politisk. Både parfume-huse, modehuse, modemagasiner og andre popkulturelle trendsættere insisterer på, at køn er flydende, og det trækker både store overskrifter og giver mange likes. I tal drejer det sig om en forholdsvis lille del af befolkningen, der langt fra er stor nok til at drive salget på kønsflydende dufte, men signalværdien er vigtig, flydende køn er ganske enkelt mode, og vi har behov for at finde ud af, hvem vi egentlig er.

Det kønsneutrale duftmarked drives især af generation Z, der er overraskende interesserede i komplekse parfumer, og for hvem også dufte er en måde at udtrykke værdier og holdninger på. **D by Diesel** betegner sig selv som gender-fluid, og er den første unisex parfume fra modehuset under den nye kreative direktør, Glenn Martens, der skal puste nyt liv i gamle jeans og bringe Diesel tilbage til 90ernes storhed. Bæredygtige lavendler og vanille samt en denimnote og ingefær signalerer noget meget ungt og dynamisk, noget sundt og helseagtigt, men på en TikTok-agtig måde.

Der sker spændende ting i Oslo, for her har Dag Laska hjemme. Han har en baggrund inden for identitetsdesign og inspireres af "duftminder, nordisk arv og skandinavernes demokratiske mindset" i sit brand, **Son Venin**, der er et "no-gender" brand, for Dag Laska mener, at alle skal have friheden til at vælge den duft, der passer dem uanset køn,

men i overensstemmelse med deres værdier. Derfor er alle dufte veganske, uden kunstige farvestoffer, og baseret på naturlige og syntetiske ingredienser med så få tilsætningsstoffer som muligt. Der er foreløbig syv duftkompositioner, hvoraf de mest komplekse består af cirka 70 komponenter, og Son Venin opfylder Generation Z's ønske om at dykke ned i parfumehåndværkets komplekse natur.

Også fra Norge kommer **Sprekenhus**, der siden 2010 har lavet hudpleje og dufte i luksussegmentet. **Bois Clair**, **Cedarwood**, **Dark Amber** og **Beau Nord** er de nyeste dufte, der henvender sig til alle køn. Derfor er emballagen også kønsneutral, i enkle brune apotekerflasker, der ligesom alle andre emballager fra Sprekenhus er stilrene og behagelige at se på.

The Body Shop tapper også ind i ONE for All-trenden med de to nye unisex duftserier **Blue Musk** og **Blue Musk Zest**. Førstnævnte er en ny version af den tidligere klassiker White Musk for Men, som nu byder på en frisk blanding af lavendel, bergamot, sandeltræ og musk og går lige godt til alle køn.

HOME Sweet Home

Nok er den offentlige fremtoning mindre kønnet, mere neutral, men derhjemme kan man have behov for afgrænsning. Vores hjem blev vores tilflugtssted og skulle pludselig være både kontor, hjemmeskole, fitnesscenter og biograf, og det



bonner nu ud med masser af duftlys, duftpinde, duftsprays og diffusere. Danske **GoSense** har netop lanceret en hel kollektion duft diffusere og sojaly, håndlavet på Falster. "Produkterne hos GoSense handler om at komplimentere det rum, de står i – ikke at overtage," siger stifter Christa Sommer, som fortæller, at produkterne er lavet med så få ingredienser som muligt og med en kontrolleret mængde duft, så de ikke virker for voldsomme i hjemmet.

Der er ingen, der siger, at samme duft skal gælde på hele matriklen: Dufttableauer i afgrænsede områder vinder frem og bliver en fast del af indretningen.

Damerne bag hudplejeserien Votary laver også hjemme-dufte under navnet **Verden**, og da det ikke er alle lunger, der tåler levende lys, kommer de tre signaturdufte **Arborealist** (skovbund), **D'Orangerie** (opløftende citrus) og **Herbanum** (frisk græs og urter) nu også som duftpinde i glas, der er nydelige og diskrete at have stående fremme.

Rituals var nogle af de første til at lancere hele serier af rumdufte, og med deres omfattende lanceringer dette efterår beviser Rituals, at de om nogen formår at aflæse tiden. Rituals relancerer nemlig sine **gavesæt**, pakket ind i origami, af alle de klassiske kollektioner – for værtindegaven har heldigvis overlevet alle de mange måltider foran Zoom, og nu mødes vi til middage igen! Desuden kommer der en hel **Comfort Collection** på tre dufte: **Suede Vanilla**, **Smooth Violet** og **Cotton Blossom**, alle sammen skabt til at få os til at føle os trygge og behageligt til mode, hvilket bliver nødvendigt, da vi kun behersket kan skrue op for varmen eller lyset denne vinter. Ja, Rituals ved godt, at mange af os

snart ikke orker mere, men med minikollektionerne **Soulful Rituals** ønsker de os **Love**, **Happiness** og **Good Fortune**. Igen er duftene (jasmin og vild rose, neroli og sandeltræ samt patchouli og mandarin) de trygge og velkendte, så der er ingen ubehagelige overraskelser her, kun de bløde kram, vi af og til har brug for at læne os tilbage i, hvis vi skal komme gennem vinteren.

NOT A COLLECTION fra **Juliette has a Gun**, der i forvejen består af parfume og plejeprodukter, strækker nu sit duftunivers ud til også at omfavne hjemmet med en diffuser og kroppen med en bodylotion. Hermed bygges broen mellem ude og hjemme, og det kan vi have brug for, da det at bevæge sig i det offentlige rum for mange stadig er mere krævende end ellers.

ECO, not Ego

Mange af navnene på lanceringer rummer direkte referencer til de vilde blomster, himlen, skovene og landskaberne: **Creed Wind Flowers**, **Goldfield & Banks Sunset Hour**, **Tom Ford Bois Marocain**, **Yves Rocher Pleines Nature Sur La Lande**, alt det vi har lært at opfatte som rekreativt, og som vi nu frygter at miste for altid. Men også på ingrediensiden har kærligheden til naturen fået fat i os, for flere og

En undersøgelse offentliggjort i "Journal of Internal Medicine" viste, at olfaktorisk dysfunktion, altså nedsat eller forstyrret lugtesans, blev rapporteret i næsten 86% af milde coronavirus-tilfælde.

Rebiome

Styrk hudens naturlige mikrobiom

Rebiome er en banebrydende mikrobiom hudplejeserie med state-of-the-art præ-og probiotiske stimulerende ingredienser, der afbalancerer din hud.



#NoRetouch

NOSCOMED
Your Patients • Our Concern

Kreativiteten kan duftes nu

I Hyskenstræde i København ligger en af Danmarks ganske få butikker for niche-parfumer og parfumehåndværk. Aivaras Stanevicius har i butikken Crime Passionnel gennem de seneste otte år sat dufte på hylderne fra uafhængige parfumehuse, som ofte ikke fås andre steder:

"Mange parfumebrands havde under nedlukningerne al den kreative tid, de kunne ønske sig, så for dem det var en god tid bruge til at dykke ned i den kreative proces. Det er det, vi ser resultaterne af nu", siger Aivaras Stanevicius, der samtidig også oplever, at der lige nu kommer mange nye kunder, fordi deres lugtesans har været væk eller er blevet forandret af covid.

"Jeg har talt med virkelig mange kunder om det, og det er faktisk rimelig uhyggeligt, hvad mange har oplevet. Omvendt ved folk nu, hvor vigtig lugtesansen er, og hvor meget livet mister uden dufte. Lugtesansen bruger man jo, når man spiser, socialiserer og kommunikerer, og det er mange blevet opmærksomme på nu.

I denne uge kom en kunde ind, som har brugt den samme parfume i 20 år, men nu var det tid at finde en ny duft. Hun fik lov at lege og gik hjem med to dufte på håndleddene og yderligere nogle dufte på papir. Dagen efter kom hun igen, og fortalte, at hun nu kunne dufte parken på en anden måde end før. Dufte gør os sensitive og bedre til at absorbere nye indtryk. Hvis vi tør følge vores næse, giver den os mange nye oplevelser."

Nogle af nyhederne hos Crime Passionnel i år er bl.a. italienske **Francesca Bianchi**, der godt kan lide at chokere med sine meget animalske noter og fx bruger neroli på en vintage måde, der ligger langt væk fra den mere luftige neroli, vi oftest præsenteres for. **Nishane-huset** i Istanbul lancerer også en ny kollektion af såkaldte tidskapsler, skabt til kommende generationer, af de fire parfumerer Dominique Ropion, Anne Flipo, Carlos Benaim, and Jean-Louis Siuzeac.



ECO, not Ego



flere dufte anvender genanvendte ingredienser (som vi skrev detaljeret om i artiklen om upcycling i sidste nummer af Fagbladet KOSMETIK) og bæredygtige ingredienser. Naturligt er ikke længere nok, hvis vi skal redde naturen og os selv.

"Et velduftende postkort, som fanger essensen af den uendelige og vilde hede, der former Bretagnes landskab. Et sted fuldt af karakter og med havet som baggrund," udtaler parfumeuren Caroline Dumur, der har skabt **Pleines Natures Sur La Lande**, hendes tredje parfume for **Yves Rocher** på 100% vegetabilsk alkohol og 93% naturlige ingredienser. Parfumerne er fremstillet lokalt i Bretagne og både æsker og flasker er genanvendelige.

Danske **Ærlig**, der skaber hudvenlige dufte i håbet om, at også duftallergikere har en chance for at få en parfume, sender nu deres femte duft på hylden. **Ærlig P05** er en eksotisk, krydret cedertræsduft, der egner sig godt til aftenbrug. 90% af ingredienserne er økologiske, alle fra Europa, og duften er fremstillet i Danmark.

Også de klassiske parfumehuse har næse for naturen: Lancôme's La Vie Est Belle fejrer 10 års jubilæum, og det blev fejret med en ny Eau de Parfum-version med navnet **Oui, La Vie Est Belle**. Duften – der er tilsat bæredygtig iris og vegetabilsk alkohol hældt på genanvendelig flakon, der også er lavet af 15% genbrugsglas – blev lanceret i en limited edition, der blev så populær, at den hurtigt blev udsolgt og derfor ikke fås længere. Men heldigvis er der også for nylig lanceret en opdateret version af den klassiske LVEB-duft. Duften er den samme, men formelen er gjort mere miljøvenlig med bæredygtig iris og patchouli samt vegetabilsk alkohol. Flakonen er 100% genanvendelig, indeholder 15% mindre glas og er produceret med 10% genbrugsglas.

Rituals introducerer nu **The Iconic Collection**, hvor alle parfumerne er af mindst 80% naturlig oprindelse. Hver duft er tilgængelig som rejsestørrelse på 15 ml og kan nemt fyldes igen, når flasken er tom. Flaskerne, som parfumerne kom-

mer i, kan skilles ad og er 100% genanvendelige. Duftene, der er en relancering af Eau de Parfum-kollektionen i ny bæredygtig emballage, er inddelt i hovedgrupperne Fresh (3 dufte), Floral (2 dufte), Amber (3 dufte) og Woody (2 dufte).

FUNCTIONAL Fragrance

"Næsten en tredjedel af forbrugerne køber oftere dufte til sig selv nu, og tre ud af fire forbrugere føler, at duft hjælper med at løfte og forbedre deres humør eller bringe minder om glade tider, steder og oplevelser tilbage", skriver Sarah Barnes, journalist på Stylesage, et teknologidrevet trendbureau, der analyserer markedet for parfumer. Dufte skal kunne noget, de skal berøre og bevæge os på et dybere plan ved at løfte humøret, fjerne negative tanker eller hjælpe os til at centrere og fokusere vores tanker.

Australian Bush Flower er forholdsvis nyt i Danmark, men har eksisteret i over 30 år i Australien, hvor naturopat, Ian White, der er femte generation af australske urteterapeuter, står bag olier, cremer og mists, der er baseret på australske bushplanter. Det er her, det bliver spændende, fordi vilde planter, der vokser under de barskeste vilkår, er væsentligt mere potente end kunstigt fremdrevne. Alle essenserne er udvundet af planter, der indsamles etisk under hensyntagen til naturen. Nogle af planterne er selvsåede, og op til 92% af ingredienserne er økologiske. Nyheden lige nu er aromaterapi i mini roll-ons, fem varianter, der bl.a. hedder **Emergency, Focus samt Calm & Clear**. Ryst godt og rul på pulspunkter, nakke og tindinger, og ånd dybt ind. Blandt ingredienserne er der mange eksotiske så som Waratah, Black Eyed Susan og Old Man Banksia, men den australske bush er da også hjemsted for ufatteligt mange og gamle sorter af blomstrende planter.

Danske **Miqura** lancerer tre aromaterapeutiske dufte i en **ZEN kollektion**, som består af tre linjer, **Energy, Harmony** og **Sleep**. Rigtig spændende er Aroma Crystal Oil Roller'ne, der rulles på pulspunkterne og ud over aromaterapi også indeholder velgørende krystaller, en anden kæmpe trend lige nu.

N.C.P., parfumerens svar på lego, hvor man selv lægger parfume lag-på-lag frem til den duft, man vil have, lancerer nu **703 Tonka Bean & Moka N.C.P.** Unisex som alle deres andre dufte, varm og sensuel og parat til at indtage nattelivet og efterårets mange festlige begivenheder. ■

FUNCTIONAL Fragrance



PRESSETEKSTER OVERSÆTTELSER KORREKTUR WEB TEKSTER PRESS RELEASES TRANSLATIONS PROOFREADING WEB TEXTS

Har du brug for sproglig assistance til dine presstekster, produktbeskrivelser, web content, undervisningsmateriale og lignende, så kontakt mig og få et tilbud på opgaven. Med en sproglig baggrund og mere end 20 års erfaring med formidling i kosmetikbranchen, kan jeg hjælpe dig.

If you need linguistic assistance for your press releases, product descriptions, web content, educational material etc., please contact me, and I will give you an offer. With a linguistic background and more than 20 years of experience in communication in the cosmetics industry, I can help you.



Nina H. Kluge
Mail: nina@fagbladetkosmetik.dk
Tel.: +45 6168 4180