



# O aură de celebritate

**Pe Yosh, japoneza care creează esențe tari pentru vedetele de la Hollywood, o poți privi ca pe un strălucit om de marketing sau ca pe un parfumiер înzestrat cu haruri spirituale. După ce o cunoști mai bine, ești tentat să înclini spre a doua variantă.**

de Diana-Florina Cosmin

**T**răim într-o lume în care puține lucruri au mai rămas de inventat, descoperit sau cartografiat, astfel încât mașinăria de marketing a zilelor noastre s-a perfecționat până la extremis în arta de a împacheta lucruri deja cunoscute într-un ambalaj nou-nouț. Poate unica invenție notabilă a contemporaneității rămâne componenta de emoție: o imagine suficient de strălucitoare și un mesaj îndeajuns de personal încât să ne facă inima să bată mai tare decât în fața produselor concurenței.

Ce industrie și-a însușit mai bine această lecție decât cea a parfumurilor, domeniul în care fiecare marcă promite, cu zecile de arome și versiuni de arome lansate anual, să deruteze simțurile celor din jur astfel încât să părem și să ne simțim mai frumoși, mai seducători și mai puternici?

În drum spre lansarea pe pământ românesc a parfumurilor semnate de Yosh Han, am încercat să vâslesc, mental, printre tot CV-ul ieșit din comun al parfumierei preferate a starurilor de la Hollywood. Japoneza stabilită în San Francisco este specialistă în medicină și filosofie asiatică, expertă în numerologie, clarvăzătoare și, nu în ultimul rând, creatoare de parfumuri care acționează asupra „chakrelor”, punctele energetice ale corpului uman. La intrarea în sala de conferințe a hotelului Vega din Mamaia, aveam deja rada-rul pornit pentru a detecta fără milă toate elementele de marketing care susțineau pe linia de plutire această construcție de un echilibru suspect de fragil.

Mică de statură, brunetă și nu excesiv de zâmbitoare pentru cineva venit direct din înșorita Coastă de Vest, Yosh Han s-a așezat, însă, cu seninătatea celei care nu încearcă să-ți vândă un produs, ci să se ofere pe ea, întreagă, cu filosofie cu tot. A început prezentarea cu câteva minute de meditație de grup, după care ne-a vorbit despre destinul care a adus-o în ipostaza de a crea, de 17 ani încoace, parfumuri personalizate pentru staruri, despre modul în care fiecare esență acționează asupra unei „chakre” (fără a fi un „tratament”, ci



ÎNAINTE DE A SE APUCA DE PARFUMERIE, ÎN 1994, **YOSH** A LUCRAT ÎNTR-UN MAGAZIN CARE  
VINDEA ACCESORII INSPIRATE DE VIAȚA PIRAȚILOR.

doar un mod de a activa un anumit punct energetic) și despre numerele inscripționate pe sticlele sale de parfum, ca un fel de „dată a nașterii” a fiecărei esențe în parte.

Testarea efectivă a parfumurilor ar putea fi numită mai curând „degustare”: fiecare fragranță a fost plasată într-un pahar, trecut apoi din mână-în-mână pentru ca toți cei prezenți să simtă „bucetul” de ingrediente.

Biblioteca olfactivă „Evanescent” a lui Yosh cuprinde șase parfumuri, cu texturi și finisaje diferite. Primul, Sottile, este feminin și dulce, din lăcrămioară și trandafir de ceai. Este parfumul preferat al lui Kate Hudson și acționează asupra chakrei responsabilă pentru creativitate.

## Pentru parfumurile sale, Yosh folosește și ingrediente precum castravetele sau rodia.

Cel de-al doilea, White Flowers, este un buchet olfactiv de flori albe, fațetat cu note verzi. „Ca un vin sec, de bună calitate” nuanțează Yosh, ducând și mai departe metafora paharelor. Ingredientele sunt la fel de eclectice: violetă, gardenie, liliac, trandafir de Maroc, iasomie de Egipt, tuberoză egipteană, mazăre dulce, narcisă, lăcrămioară, frezie și brad de Siberia. Folosirea de elemente ieșite din comun este, de altfel, caracteristica parfumurilor lui Yosh: pentru U4eaah!, cea de-a treia fragranță, printre ingrediente se află rodia, castravetele, para, aloe vera și nufărul. Următoarele arome: Stargazer, din crin imperial și ginger alb, și Ginger Ciao (preferatul lui Yosh), din cocos negru, regina nopții, crin imperial, neroli, ylang-ylang, ghimbir, busuioc și santal de Arabia. Acesta din urmă acționează asupra chakrei inimii.

Ultima fragranță, Omniscent, poartă acest nume pentru că Yosh n-a putut-o integra într-o categorie clară: „Are ceva din toate și, în plus, multă magie...”. Ingredientele sunt gardenia, tuberoza de

Egipt, vanilia de Madagascar, plus o consistentă cantitate de opium care te face să te gândești de două ori înainte de a da prea multe fâs-uri de parfum. De la bun început m-au cucerit Sottile și Ginger Ciao, în timp ce foarte mulți din audiență s-au arătat vrăjiți de Omniscent. Încercând să comparăm mirosuri am descoperit, însă, că parfumurile lui Yosh (fără alcool, doar cu uleiuri naturale) păreau, în funcție de „purător”, esențe complet diferite.

Odată cu interviurile individuale, am fost informați că vom avea parte și de un „bonus”: o citire a „aurei” noastre individuale de către Yosh. Chiar dacă vestea a născut pe chipurile tuturor zâmbete de o discretă condescendență, rând pe rând ne-am întors purtând un alt fel de zâmbet și un pic mai multă smerenie vizavi de cinismul nostru corporatist.

Nu, Yosh nu prezice și nu ghicește nimic, însă reușește să facă, în câteva fraze, sinteza tuturor bucaților din care se compun viața și planurile tale de viitor. Inclusiv a celor pe care nu le-ai discutat niciodată cu altcineva în afara propriei reflecții în oglindă. La nivel rațional, pot să-mi imaginez harul ei ca pe un mod de a privi viețile altora de la mare depărtare, astfel încât toată esența lor se strânge într-un singur punct.

„Acum da, îl văd ca pe un dar” mi-a explicat ea, la finalul „lecției” noastre spirituale. „Dar în copilărie, imaginile și senzațiile pe care mi le trezeau oamenii cu care intram în contact mă făceau să mă simt ciudată, altfel decât toți ceilalți”.

În final, pentru a testa pentru ultima oară harul olfactiv al lui Yosh, am întrebat-o ce parfum mi s-ar potrivi, după ceea ce a „văzut” în aura mea. „Sottile și Ginger Ciao, primul pentru creativitate și al doilea pentru inimă” a venit răspunsul ei, însoțit de un zâmbet. „Nu astea două ți-au plăcut și cel mai mult?”. Am zâmbit și mi-am luat rămas bun. Există momente în care e bine să nu pui prea multe întrebări. Câteodată, atât în marketing cât și în viață, modul în care te face să te simți un loc, un produs sau o persoană...poate fi mai mult decât suficient. ■



# MIRELA BUCOVICEAN

PROPRIETAR: **MOLECULE-F.COM**



## INSPIRAȚIA

Cea mai frumoasă descoperire: **viața submarină**

Cea mai dulce „mică bucurie a vieții”: **visatul**

Bucata muzicală preferată: **Bethoven, sonata Clar de lună.**

Muzeul preferat: **Albertina din Viena și Victoria & Albert din Londra.**

Cauza socială cea mai apropiată de suflet: **IRSCA Gifted Education, deși nu este o cauză socială propriu-zisă, ar trebui tratată ca atare.**

Magazinul-concept: **Merci, Paris**

Carte: **„Profețiile de la Celestine”**

Personalitate: **Dinu Patriciu**

Film: **Coco Chanel meet Victor Stravinsky**

Pictură: **Ștefan Câlția - Noaptea căutătorului de apă**

Locul preferat: **oriunde la mare.**

Miros: **mirosul de crud.**

Citat: **„Aș vrea să trăiesc ca un om sărac, dar cu o grămadă de bani” - Pablo Picasso**

Replica preferată dintr-un film: **„I'll stop telling the truth about you, if you stop telling lies about me”**

Formație: **U2**

Instrument muzical: **pianul**

Principiul de business: **„Investește atât cât îți permiți să pierzi”**

Momentul preferat al zilei: **apusul, pentru că răsăritul nu-l prea prind.**



## STILUL DE VIAȚĂ

Domiciliul: **București**

Designer de interior: **Venera Arapu (foto)**

Obiect preferat din casă: **covorul vechi de peste 100 de ani**

Papetărie: **stiloul**

Gadget: **MacBook Air**

Designer: **Chanel**

Parfum: **Jo Malone - Wild Fig & Cassis**

Mașină: **a mea**

Restaurant: **L'Ottava Isola, Magdalena Isola**

Desert: **Thai mango cu fructul pasiunii**

Pantofii: **Christian Louboutin**

Cafea: **Illy**

Bautură: **în funcție de moment, șampanie sau whiskey**

Floare: **orhidea**

Accesoriu: **broșa**

Viața Mirelei Bucovicean se desfășoară într-o lume a artiștilor. Este concluzia inevitabilă care îți trece prin minte după ce afli natura „jobului” său: descoperirea de tineri designeri talentați, cu viziune și croieli avangardiste, ale căror creații să reprezinte o gură de aer proaspăt în moda românească. Povestea a început în 2010, când Mirela pune bazele primului magazin virtual care comercializează exclusiv creații ale designerilor români. Molecule-F.com s-a născut dintr-o concluzie de client dezamăgit: românii nu aveau de unde să cumpere creațiile propriilor conaționali. Într-un an de la lansare, „molecula de fashion” a ajuns la puțin peste 20 de creatori de modă, inclusiv nume bine-cunoscute precum Adelina Ivan, Corina Vlădescu, Rozalb de Mura, Ana Alexe sau Silvia Șerban. „Vând modă românească, dar mă deranjează îmbrățișarea necondiționată a designului românesc” recunoaște Mirela, pentru care succesul stă, în primul rând, în selecția drastică a numelor prezente pe site.

Până să ajungă să ducă moda românească pe internet, Mirela a trecut prin domenii dintre cele mai variate: transport maritim, radio, televiziune, publicitate marketing, asigurări și, cum altfel?, producție vestimentară. Businessul pe care îl conduce în prezent este unul pragmatic și riguros, pentru că, dincolo de strălucirea blițurilor și compania artiștilor cu personalitate, finalitatea este una clară: profitabilitatea afacerii. Am provocat-o pe Mirela, omul care selectează tendințele modei autohtone și le propune spre vânzare clienților Molecule-F, să ne dezvăluie propria sa listă de gusturi, preferințe și surse de inspirație. ■  
**de Diana-Florina Cosmin**

SEGMENTUL CARE MERGE CEL MAI BINE PE **MOLECULE-F.COM** ESTE CEL HIGH-END. PIESE UNICATE SAU ÎN SERIE LIMITATĂ