

Un MEMO

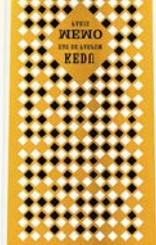
pentru emoțiile noastre

Forbes **LIFE** Parfum

Dacă ar trebui să scrii pe un post-it un mesaj către tine însuși pe care să-l recitești după ani și ani, ce ți-ai spune? Dar dacă în loc de post-it ai alege o anumită aromă? Pe acest principiu a luat naștere casa de parfumuri „Memo”, creația unui irlandez și a unei pariziene cu rădăcini catalane.

de Diana-Florina Cosmin





Clara și John

Molloy cred cu tărie în legătura dintre mirosuri și memorie, poate și fiindcă s-au cunoscut într-un telescaun, așa că prima lor amintire unul cu celălalt este mirosului aspru de zăpadă și senzația că te afli suspendat undeva în înaltul cerului. Au devenit soț și soție, apoi părinți, iar din 2007 încoace sunt parteneri în casa de parfumerie de nișă denumită, sugestiv, „Memo”. Plecând de la capacitatea aromelor de a ne transporta dintr-o parte într-alta a lumii și dintr-o epocă în cealaltă, cei doi își inspiră parfumurile din fiecare loc special care le-a marcat viața.

Quartier Latin, un amestec îndrăzneț de cedru, santal și semințe de tonka, este inspirat de mirosul cărților și atmosfera de jazz a cluburilor din Paris. Granada evocă miezul nopții în grădinile Alhambrei, Kedu te transportă în „grădina de lavă” din Indonezia - o câmpie mărginită de un vulcan - unde se spune că îți poți purifica sufletul aruncând în foc semințe de susan, iar Irish Leather evocă ținutul sălbatic irlandez.

Întâiul lor loc de întâlnire, printre nori, părea aproape predestinat, având în vedere că amândoi și-au petrecut viețile călătorind dintr-o parte într-alta: Clara

s-a născut și a copilărit la Paris, dar părinții săi sunt originari din Spania, în timp ce John și-a petrecut primii ani din viață înconjurat de cai, pe nesfârșitele câmpii verzi irlandeze, după care a făcut înconjurul lumii. În prezent, amândoi locuiesc la Geneva, dar călătoresc zilnic în toate colțurile globului odată cu fiecare miros care le aduce aminte de ceva. „Din fiecare loc în care merg adun niște mirosuri specifice, dar nu-mi dau seama de ele decât la ceva timp după ce experiența s-a încheiat”, îmi spune Clara. „E ca și cum, la un moment dat, cineva bate la ușă și toate acele amintiri strănse se revarsă peste mine”.

Din România nu a cristalizat încă un miros anume, dar știe sigur că va pleca purtând cu sine culorile extrem de puternice pe care le-a observat în ziua petrecută aici, dar mai ales formele și siluetele care i-au captat atenția. „Iubesc formele, tiparele”, îmi explică ea. „și cred că asta se vede și în sticlele noastre”. Fiecare recipient al parfumurilor Memo reprezintă o geometrie elaborată de forme și umbre dispuse sub forma unor matrice mai mult sau mai puțin exacte, care te pot duce cu gândul la nori, la crinii de pe tapetul din palatele franceze sau la dantelăria orașului Alhambra.



„Fiecare parfum este un loc, de cele mai multe ori ascuns și misterios, pe care trebuie să-l meriți mai întâi, pentru a-l găsi”, zâmbește ea. „De aceea noi considerăm parfumeria o artă a spiritului”. Deloc întâmplător, parfumurile casei Memo au în componență și un ingredient cu încărcătură profund spirituală: mirul. „Este omniprezent în parfumurile noastre, pentru că iubim mirosul lui”, zâmbește Clara. „Atât eu și John, cât și Aliénor”

Fiecare parfum este un loc, de cele mai multe ori ascuns și misterios, pe care trebuie să-l meriți mai întâi, pentru a-l găsi. De aceea, noi considerăm parfumeria o artă a spiritului.

Aliénor Massenet

este „nasul” parfumurilor Memo și cel care a cristalizat inițial în gândurile Clarei ideea unui business în domeniu. Cei doi soți au intrat în lumea parfumurilor după ce Clara, pe atunci editor pentru câteva branduri de lux, a scris o carte despre „nasurile” celebre din parfumeria contemporană. Așa l-a cunoscut pe Aliénor și, tot grație cărții, a înțeles și faptul că relațiile dintre brandurile de parfumerie și „nasuri” nu sunt întotdeauna strălucite. „Să zicem că multe branduri nu au fost foarte fericite de ceea ce au avut să spună, în cartea mea, unii dintre parfumieri”, își amintește Clara.

Atunci și-a dat seama că există o oportunitate de a deschide un business în domeniul care îi plăcuse dintotdeauna și de a face lucrurile altfel decât ceilalți. „Dintotdeauna, prietenele mele își cumparam rochii și pantofi, iar eu îmi tot schimbam parfumurile”, rememorează Clara. „Pentru mine parfumul însemna să fii femeie”. Această convingere

datează de la vârsta de șase ani, când mama ei, care avea un parfum Fidji, de la Guy Laroche, a decis să i-l facă ei cadou. „Pe mine acel parfum mă ducea, la vârsta de șapte ani, cu gândul la faptul că voi fi femeie într-o zi”, zâmbește ea. „Simplul fapt că îl aveam mă făcea să mă simt altfel”.

Acesta este și sentimentul pe care și-ar dori să-l aibă fiecare persoană care cumpără o sticlă de Memo și își pulverizează câteva picături pe încheietura mâinii. „Știi, dacă ești timid și porți un parfum masculin sau care emană putere, asta îți schimbă puțin experiența”, crede Clara, care consideră pielea cel mai bun îndrumător în alegerea unui parfum. Nu contează dacă e bărbătesc sau de damă, dacă e unisex sau dacă e ceva ce nu ai fi îndrăznit să porți niciodată. Dacă te face fericit să-l ai și să-l faci parte din tine, trebuie să ai curajul să nu-ți pese de nimic altceva. „Începe întotdeauna cu parfumul”, zâmbește Clara. „Restul o să vină de la sine”. ■



Trei prietene - Anca Ignătescu, Sorana Moțoc și Oana Stan - au creat anul trecut brandul de accesorii Diorama Concept. Totul a pornit de la dorința de a pune în valoare lucrările Ancăi, absolventă a UN-ARTE București, într-o manieră mai puțin rigidă decât clasicele expoziții de artă. Mai exact printr-o linie de rochii, accesorii și decorațiuni interioare, sub titulatura „Fragments of a Painted Life”. Ideea că talentul ei trebuie să aducă bucurii mici și dese celor care-i apreciază desenele s-a îmbinat perfect cu ilustrațiile vesele care arată iubirea pentru animale și pentru viață a Ancăi Ignătescu. „Am citit, copil fiind, o poveste despre o zebra care își pierduse dungile și, văzându-se fără ele, a simțit cum își pierde identitatea”, explică ea. „Căutând să-și recâștige dungile, se redescoperă pe sine, iar zebra mea e zebra fericită care a găsit mult mai mult decât dungile pierdute”. Viziunea ei artistică s-a concretizat în colecția-capsulă pentru vara 2014, care cuprinde trei modele de rochii (The Summer Dress, The T-Shirt Dress și The Poncho Dress), toate păstrând ca element definitoriu printurile digitale. Ca element de accessorizare, Diorama propune o eșarfă supradimensionată „Butterfly Effect”, care poate fi folosită și ca rochie de plajă, sarong sau șal. DIORAMACONCEPT.COM

**VIETI
MULTICÔLORE**

Forbes **LIFE** COOL DE IUNIE

Care sunt brandurile și experiențele care ne-au convins, luna aceasta, de coeficientul lor de „cool”?

de Diana-Florina Cosmin



AROME ȘI PORȚELANURI

„Jardin des Arômes” este un proiect ce a luat naștere odată cu călătoriile de studiu și documentare pe care surorile Wagner, creatoarele „Wagner Arte Frumoase și Povești”, le-au făcut în sudul Franței. Adesea, Ana Wagner aduce în lucrările sale plante și flori din regiunea Provence, o zonă bogată în grădini frumoase și plante mediteraneene. Astfel regăsim pe multe dintre colecțiile din porțelan ale atelierului Wagner palmieri, flori de lavandă, iriși, flori de portocal, pini marini, frunze de ienupăr. Lucrând cu un atelier de parfumerie din apropierea orașului Grasse, capitala internațională a esențelor fine, surorile Wagner au creat șase arome naturale pentru înprospătarea aerului din încăpere. Pentru primăvară-vară Ana și Irina propun „Bois d’Olivier” un parfum proaspăt lemnos, creat din esența de floare și frunze de măsline, „Gingembre” un parfum proaspăt extras din ghimbir și „Lavande” extras din florile de lavandă cu proprietăți relaxante. Pentru perioade reci de toamnă-iarnă există „Ambre noir”, un parfum lemnos-dulce extras din ambră, „Santal” cu esențe extrase din lemnul de santal, cu un aer lemnos și fresh totodată și „Cannelle Orange”, din flori de portocal și scorțișoară, excelent pentru serile răcoroase. Pentru fiecare parfum în parte există un recipient creat de Ana Wagner din porțelan de Limoges, decorul fiecărei piese fiind inspirat de plantele mediteraneene și parfumurile din colecția „Jardins des Arômes”. Toate recipientele sunt pictate manual și înobilate cu aur și platină pură și se găsesc într-o serie limitată de 100 de bucăți.

WAGNERARTE.RO



DEPARTE DE LUMEA DEZLĂNȚUITĂ

Pentru cei care nu au timp să se retragă cu totul din tumultul vieții de zi cu zi pentru o sesiune de relaxare la un spa din afara Bucureștiului a apărut, de curând, o oază de liniște chiar în mijlocul orașului. Noul „Elysée Retreat” – imaginat de Cristina Balan, creatoarea parfumeriilor Elysée - face parte din galeriile comerciale „The Grand Avenue” ale hotelului JW Marriott și oferă în exclusivitate celebrele tratamente Bellefontaine, dar și masaje asiatice complexe. Una dintre terapiile-semnătură ale spa-ului este „Asian blend”, un masaj care implică tehnici tradiționale asiatice menite să îmbunătățească circulația, să stimuleze sistemul limfatic și să elimine tensiunile și durerile. „Shiatsu body&mind” constă într-o serie de tehnici care implică întreaga structură osoasă, cu rol în purificarea sistemului circulator, în timp ce tratamentul „Golden Caviar” se bazează pe extractul de caviar negru care activează și regenerează membrana celulară, pentru ca tenul să-și recapete suplețea. ELYSÉE RETREAT, GRAND AVENUE SHOPPING GALLERY, J.W.MARRIOTT





București, Vancouver, Toronto, Paris, New York, Londra. Aceasta ar fi geografia existențială a unei românce de 26 de ani care face design romantico-industrial. Alăturarea aparent improbabilă a celor două stiluri descrie semnătura Cristinei, respectiv concepțiile boeme și vaporease, realizate cu mijloace ușor industriale, sugerând conexiunea dintre natură și mâna omului. Cum ar fi imbrăcămintea inspirate de cristalele de sare din salina Turda, transpuse în creații din mătase, cu magneti în loc de nasturi. Pentru linia de toamnă-iarnă 2014, româncea a colaborat cu fotografa Jo Holland, transformând elemente cât se poate de prozaice – detergenți, oțet balsamic sau sticle de lichid pentru curățat ferestrele – în mici simboluri artistice sub formă de imprimeuri digitale. Produsele au fost înghețate și apoi fotografiate într-una dintre etapele procesului de dezgheț, mizând pe ideea frumuseților mărunte și efemere care devin permanente prin integrarea într-o formă de artă. Cristina a locuit la Vancouver (unde trăiesc și astăzi părinții ei), la Toronto (a terminat aceeași școală cu Erdem și Todd Lynn), la New York (unde a făcut un stagiu la Carolina Herrera), la Paris și, din 2010, la Londra, unde își are și atelierul. „Eu nu călătoresc, ci mă mut cu totul”, glumește ea. Și, indiferent cât de avangardist este designul hainelor ei, în prim-plan rămâne croiala. „Cel mai mult lucrez la tipar”, explică ea. „Vreau ca hainele să cadă bine pe corpul femeilor”.

CRISTINASABAUDUC.COM

MODĂ ȘI FOTOGRAFIE



De patru ani încoace, de când a fondat școala de bijuterie contemporană Assamblage, artistul David Sandu se poate lăuda deja cu câteva generații de „elevi” deveniți designeri în adevăratul sens al cuvântului. La început de iunie, expoziția „This is NOT a JEWELRY” deschide și prima ediție a „Project A”, un târg de bijuterie contemporană bianual, dedicat în exclusivitate absolvenților Assamblage. Tema „This is NOT a JEWELRY” este inspirată din celebrul tablou al lui René Magritte, „Ceci n'est pas une pipe”, devenit un simbol al artei moderne, și este o provocare de reinterpretare a conceptului de bijuterie contemporană. Pentru că și David marșează tot mai mult pe simbioza dintre bijuterie și sculptură, anulând delimitările dintre diferitele categorii estetice, tema invită la un proces de liberă exprimare artistică, dincolo de limitele convenționalului și comercialului. Nu mai puțin de 28 de designeri fac parte din manifestul de exprimare a bijuteriei contemporane ca formă de artă independentă, „Project A” fiind organizat în colaborare cu Galeria Galateca. PROJECT-ASSAMBLAGE.RO

**NIMIC NU E
CEEĂ CE PARE**

Palatul „Noblesse” a fost achiziționat de către galeriile de mobilier cu același nume la finalul anului 2012, din 2013 până în prezent fiind derulate lucrări majore de consolidare și restaurare a diferitelor elemente arhitecturale din interiorul și exteriorul acestuia. Investiția totală se ridică la peste 1,5 milioane de euro, clădirea urmând să găzduiască și diferite evenimente: vernisaje, expoziții, lansări de produse, petreceri exclusiviste cu meniu personalizat la cerere, dar și reuniuni de business, conferințe sau cursuri. Punctul forte al noului Palat deschis în centrul Bucureștiului, între Piața Universității și Piața C.A. Rosetti, îl reprezintă detaliile clasice, recondiționate: săli placate cu marmură, tavane pictate și suflate cu foită de aur, pereți îmbrăcați în stucaturi realizate după tehnicile de la 1900, sobe elegante, ferestre înalte cu lemnărie sculptată, dar și piese de mobilier de la cei mai importanți producători din portofoliul Galeriei Noblesse. Așezat pe Strada Sfintilor nr.7, actualul Palat Noblesse a fost, din 1903 până în anii '50, proprietatea bancherului Leonid Berkovitz. Odată intrat în posesia Partidului Comunist, a devenit „Cercul Pionierilor și Șoimilor Patriei”, sectorul 2, fiind ulterior retrocedat moștenitorilor legali, apoi vândut și, în final, intrat în posesia unei bănci. Imobilul a intrat în portofoliul Grupului Noblesse după mai bine de 20 de ani în care a fost complet nelocuit.

PALATUL MOBILIERULUI DE LUX

