

THE MAGIC OF THE SCENT OF YOUR OWN

„I want Hungarians to smell nice”

Szöveg Text **Lami Juli**
Fotó Photography **Hamarits Zsolt**

A Le Parfum Croisette korántsem szokványos parfüméria. Még csak nem is az. „Parfümériának látszó tárgy, az én költséges hobbim” – ahogy tulajdonosa, Zólyomi Zsolt, Magyarország egyetlen orra, azaz parfümőre fogalmaz. „Meg akartam mutatni, hogy a luxusiparban mi az, ami még különleges. Amikor végeztem Versailles-ban, és bejutottam a Guerlain kommunikációs igazgatójához és más élvonalbeli helyekre, összeharagítottam Sir Roger Moore-ral és Cindy Crawforddal. Kezdtém rájönni, egy magyar ember milyen messzire eljuthat a luxusiparban” – kezd bele történetébe.

Ma a parfümipar nem ugyanaz, mint a nyolcvanas években volt. A jól ismert márkák színvonala sokat romlott, az előállítási ár nagyon leest, a világcégek inkább reklámra költenek vagyonokat. Zsolt ezzel szemben a kicsi manufaktúrákat keresi, a kevésbé ismert márkákat preferálja. Üzletében, amelyet a belga *Elle* egyébként a legszebb butiknak választott, és amelynek designját a Cannes-i tengerpart ihlette, kicsivel drágább parfümököt árúsít, mint a mindenki által ismert termékek. A különbséget azonban

elmondani sem lehet. „Ez a bolt képviseli a világ legkülönlegesebb luxusmárkáit, és képvisel engem is. Magyarországon egykor létezett parfümipar, és én azt szeretném, ha ez az üzlet szellemi műhely is lenne, ahol találkozik a hazai parfümközösség” – mondja Zsolt. Az üzletben épp ezért szakkönyvek kölcsönzésre is lehetőség van, valamint alapanyagokat is lehet szagolgatni. Az igazi különlegesség azonban a személyes tanácsadás. „A parfümvásárlók 75 százaléka nem tudja, milyen parfümöt szeretne, és az emberek értékelik, ha egy szakember segít nekik választani. Márpedig én azt akarom, hogy a magyaroknak jó illata legyen.”

A személyes tanácsadás úgy működik, hogy a vásárló előre egyeztetett időpontban érkezik az üzletbe, és először kitölt egy kérdőívet. Zsoltot azonban igazából nem a konkrét válaszok érdeklik, ez inkább afféle összehangolódás. Valamint szükség is van erre az 5-10 percre, amíg a vásárló bőre lenyugszik. Ekkor jön a lényeg: Zsolt megszagolja az illét. Szerinte az aktuális testillatunknál semmi sem jellemez minket jobban,

ZSOLT ZÓLYOMI HAS PRETTY EXTRA-ORDINARY GOALS. HE WANTS TO SHOW SOMETHING THAT IS SPECIAL EVEN IN THE LUXURY BUSINESS, AS THERE IS NOT MANY THINGS AS LUXURIOUS AS HAVING A PERFUME NO ONE ELSE OWNS.

The Le Parfum Croisette is not a usual perfumery, not the least. It is not even a perfumery – „Something that looks like a perfumery, an expensive hobby of mine” – as the owner, Zsolt Zólyomi, puts it who is the only nose (perfumer) in Hungary. “I wanted to show something special in the luxury business. When I graduated in Versailles and got to meet Guerlain’s communications director, made friends with Sir Roger Moore and Cindy Crawford, I started to realize how far a Hungarian can get” – he starts his story.

The perfume business today is very different to what it used to be in the 80s. The quality of the well-known brands is much lower, the production prices got very cheap and the big companies rather spend fortunes on advertising. Zsolt, on the other hand, is looking for smaller manufactures, prefers smaller brands. In his shop, which by the way was chosen the prettiest boutique by the Belgian *Elle* and the design of which was inspired by the Cannes beach, he sells perfumes

a little more expensive than the brands everybody knows. The difference though is huge. “This shop represents the most special luxury brands of the world and represents me as well. There used to be a perfume industry in Hungary and my aim is to establish kind of a workshop for the local perfume audience.” – tells Zsolt. This is why customers can borrow specialized books at the shop and can also smell ingredients. The real specialty is personal perfume consulting though. “People usually have no idea what perfume they would like and they appreciate having a professional helping them. And luckily I want all Hungarians to smell nice.”

Personal consulting follows the usual agenda. The customer gets an appointment and first fills in a form. Zsolt is not particularly interested in the answers, he needs some time to get the vibes and also the skin of the customer needs this time to calm down. This is when they get to the point, Zsolt smells the customer. He thinks that the actual body odor is the most important message we all

A SAJÁT ILLAT VARÁZSA

ZÓLYOMI ZSOLTNAK NEM MINDEN-NAPI CÉLJAI VANNAK. AZT AKARJA MEGMUTATNI, MI AZ, AMI MÉG A LUXUS-IPARBAN IS KÜLÖNLEGES. HISZEN KEVÉS NAGYOBB LUXUS LÉTEZIK, MINT AMIKOR VALAKINEK OLYAN PARFÜMJE VAN, AMI SENKI MÁSNAK A VILÁGON.

CSEMPÉ ÉLETT

és ez egyéni szintű beazonosításra alkalmas. „Ha a megnyugodott testillatot megszagolom, az olyan, mint a festőnek a vászón. Ezek után teszem fel a kérdést: mire akarja használni az illatot? A sarki fűszeres fiú tetszik, vagy egy százmilliót szerződést kell aláírnod?” Általában a vásárlók három-féle „alkalomra” keresnek maguknak illatot: sokan szeretnének valakit meghódítani az ellenkező nem képviselői közül, egyre több az üzleti jellegű igény is, sokan olyan illatot szeretnének, ami a saját védjegyükké válhat. A célkitűzés után közösen elkezdik szaglászni a parfümöket. Zsolt nem azt nézi, hogy kliensének az adott parfüm tetszik-e, hanem azt, hogy a benne lévő akkordokra hogyan reagál. Olyan ez, mint egy vezetett borkóstoló egy nemzetközileg elismert szakember segítségével. Zsolt szerint ez annyira egyedülálló, mintha valaki Räikkönen segítségével szerezne jogosítványt. „14-15 éves korom óta játszom ezt a játékot, hogy segítsek embereknek megtalálni azt az illatot, amivel elérhetik céljaikat, és szerencsére nagyon nagy a találati arányom. Abból indulok ki, a vásárló reagál az illatokra, meghallgatom az emlékeit, asszociációit szagoltság közben. Ismernem kell az érzelmeit, mert az illatok elsősorban érzelmek” – mondja a parfümőr.

A luxusszolgáltatások sora azonban itt nem áll meg, sőt inkább itt kezdődik. Zsolt ugyanis teljesen egyedi, személyre szabott illatokat is készít. E

„AZT AKAROM, HOGY A MAGYAROKNAK JÓ ILLATA LEGYEN”

szolgáltatását Szaúd-Arábiától Norvégiáig mindenhol igénybe veszik, de akadnak magyar megrendelők is. Egy kreált illat 2-3 millió forintnál kezdődik, és elkészítése hónapokba, akár egy évbe is beletelhet. Zsoltnak a világ számos pontján áll rendelkezésére labor. A személyre szabott parfüm-készítés nem más, mint a teljes absztrakcióból új esztétikai minőséget alkotni. A parfümőr szerint ennek a munkafolyamatnak az a legfontosabb része, amikor kialakul az ihlet. Ha ez nem történik meg, visszaadja a megbízást. Ezután megkezdődik a labormunka, a hosszú kísérletezés szakasza, ami sokszor nagyon unalmas és rengeteg a kudarc benne. Zsolt havonta, kéthavonta találkozik az ügyfeleivel, és folyamatosan alakítgat az illaton. Itt nincs határidő, általában az történik, hogy a vevő beleszeret az egyik kifinomult verzióba, és így lesz kész a parfüm. Az ár egyharmadát az elején kell kifizetni, ezt már nem lehet visszakérni, a második kétharmadot azonban csak akkor kell odaadni, ha tetszik a végeredmény.

„Az illat bűbájosan manipulatív dolog – mondja Zsolt –, és egy életre szól. Ha valaki vagy valami megfog az illatával, az örökre bevésődik. Ezért tartom igen fontosnak a Magyarországon egyelőre gyerekcipőben járó illat-marketinget. Szerencsére egyre több ilyen típusú felkérésem is van, tereket, rendezvényeket is illatosítok. Az Operabálon például illatosítottuk a bejáratnál a teret és a búcsúajándékot. Az illatokkal nagyon lehet hatni.”

Zsolt magának nem csinált parfümöt, mindössze egyszer, a Versailles-i évek alatt, amikor honvágya és szerelmi bánata volt, kreált magának egy Balaton-felvidéki nyári illatot. „Nekem az a munkám, hogy szagolok, nagyon ritkán veszek fel illatot saját célra, inkább csak tesztelek. És szerencsére kellemes a testillatom” – teszi hozzá nevetve.

carry on ourselves and this message is capable to identify us on a personal level. “When I smell the calm body odor, it is like a clean canvas for a painter. Then I ask the customer what they would like to use the perfume for. Do they like the waiter at their local coffee shop or do they want to sign a billion-dollar contract?” People usually have three kinds of purposes with their scent. Many would like to get the heart of someone from the opposite sex, another group has business purposes and many search a smell that becomes their trademark. When they find the purpose, they start smelling perfumes together. Zsolt is not interested in how the customer likes the scent, rather in how they react to the accords hidden in them. The process is like a led wine tasting or as Zsolt puts it, it is like making the driving licence with Kimi Raikkonen’s instructions.

„I have been playing with the scents since I was 14 years old, I have been helping people to find the scent they can get to their goals with and luckily my record is pretty successful. I start with the reactions a customer is giving to a scent, I listen to their memories, associations during the smelling session. I get to know their feelings because scents are basically feelings and emotions.” – says the perfumer.

The range of the luxury services does not stop here, in fact this is just the beginning. Zsolt is also creating unique, personal perfumes. His luxury services have been provided all over the world from Norway to Saudi Arabia and there are a few Hungarian customers as well. A personal scent creation costs around HUF 2-3 million and it takes months, sometimes even a year to create. There are many laboratories available for Zsolt all over the world and he thinks creating a personal scent is to create a new aesthetic quality out of abstraction. The perfumer says that the most important part of the creation process is when he gets the first inspiration. If he does not get there, he gives the job back. Then the long experimental period starts, the lab work, which is often boring and is full of failures. Zsolt meets the client every second month and keeps fine-tuning the scent. There is no deadline here, usually the customer falls in love with one of the versions and so the perfume is ready. One third of the price has to be paid in advance the rest is only due though if the customer likes the scent.

„Scents are charmingly manipulative – says Zsolt –, it is for a lifetime. When someone makes a mark with a scent, it imprints forever. So I think scent marketing is of extreme importance, although it is very rarely used in Hungary. I hope in the future I will get even more orders for scenting spaces and events. For example for the Opera Ball we sent out scented invitation cards and also scented the entrance and the gift bags. Scents are very effective.”

Zsolt does not create a perfume for himself. It happened only once when he was homesick and lovesick at once in Versailles, he created a summer scent reminiscent of the Balaton highlands. „My work is to smell, I very rarely wear perfume, I rather test them. And luckily my body scent is very nice” – he adds laughing.



Annick Goutal – Petite Chérie

*Az örök ártatlanság illata
The scent of eternal innocence*



Les Parfums de Rosine – Roseberry

*Friss, zöld, könnyed, harmatos illat az üde és okos lányoknak
Fresh, green, light, dewy scent for bright and smart girls*



Les Parfums de Rosine – Un Zest de Rose

*Az őszinte nő illata, aki nem „viselkedik”
The scent of the honest woman who never „acts”*



ETRO Paisley

Orientalis fűszerbomba, friss citrusokkal, a híres Paisley mintás tüvegben
Oriental spice bomb with fresh citrus, in the famous Paisley phial



The Different Company – After Midnight

Egy illat, amit éjjel érdemes feltenni, hogy feltárbassa minden varázsát
A scent that should be used by night when it shows all its magic



RÉMINISENCE – Rem

*A világ legeslegfinomabb tengerillata
The world's most beautiful sea scent*



Juliette Has a Gun – Anyway

*Minimalista remekmű, rockos tisztelegés az örök Júliák előtt
Minimalist masterpiece, a rocky tribute to eternal Julias*