



autoclub

OTOÑO 2010

Revista del Real Automóvil Club de España

Aniversario
Jaguar: un felino de 75 años

Gurú
Muhammad Yunus, el
banquero de los pobres



Volvo V60

Diseño minimalista

Esencias de interior

Anular un mal olor e impregnar el ambiente del aroma más adecuado a nuestra forma de ser o a nuestras intenciones se ha convertido en un arte en el que los perfumistas franceses demuestran su supremacía.

Texto: Elena Llamazares

Con buen balance, pero el verano se acabó y el descenso de las temperaturas invita a disfrutar más de la intimidad de la casa, a solas o en compañía. Un aroma puede incitar a la relajación o al amor, evocar un poético paisaje, eliminar el olor del tabaco o el de una mascota, dar una identidad a cada estancia de la casa e incluso a una empresa, agradando a sus trabajadores y sus clientes para que se sientan más motivados. Toda una exclusiva gama de esencias para el hogar trata de conquistar al sentido humano que más perdura en la memoria: el olfato.

No es que hayan perdido vigencia los viejos remedios como eliminar el olor a humedad con harina de mostaza, absorber el olor a tabaco con una esponja empapada en agua fría, perfumar una habitación rociando una bombilla con el perfume favorito o componiendo un popurrí casero con piel de naranja y varitas de canela. Tampoco han pasado de moda dos clásicos del sector: la patentada Lampe Berger, diseñada hace 112 años para sanear por catálisis el aire de los hospitales, y el Papier d'Arménie, creado en 1885 en París después de que el químico Auguste Ponsot descubriese la resina aromática llamada benjuí en Armenia. Nuevos y elegantes diseños de los frascos de Lampe Berger –como una edición limitada del modelo Athena creada en colaboración con Swarovski para esta Navidad– y un surtido catálogo de esencias, que van desde las más exóticas hasta las florales y afrutadas, pasando por las que recuerdan a delicias gastronómicas como la crème brûlée y

otras más funcionales con acción antimosquitos, renuevan el compromiso de la firma con su creciente número de adeptos. Por su parte, el Papier d'Arménie, aunque fiel a su presentación original de librillo, ha estrenado una versión más femenina con notas de rosa de Irán y de Turquía, y el kit de viaje, con caja de baquelita que incluye un departamento destinado a funcionar como quemador. Y si estos veteranos se han renovado, firmas como Point à la ligne, L'Artisan Parfumeur, Esteban, Geodesis y Fauchon añaden un grado de sofisticación al mercado de los aromas para el hogar con sus productos de alta calidad.

Este otoño-invierno, Point à la ligne propone velas de té con aromas a higos y a jazmines, velas bougie y mikados de esencias originales tales como hierba recién cortada, leche caliente, ciprés de la Toscana y vainilla exquisita, además de botes luminosos con fragancias de mermelada de cereza, de naranja, de melocotones de viña y frambuesas salvajes, de tomates verdes con flores capuchinas o con aroma a miel de pino y de castaño, ideales para la cocina.

Crabtree and Evelyn suma a su catálogo de productos corporales unos spray para la casa con esencias de rosa y de lavanda, borlas decorativas con un saquito de piedras aromáticas y un artículo diferenciador, papeles perfumados para forrar los cajones del armario con aromas a rosa, a una mezcla de flores y frutas, incluso a talco, ideal para la habitación de un bebé. Gianna Rose también trabaja estos papeles asociando olores como el de la pera y la vainilla.

La boutique parisina Esteban añade, como toque personal, unos bodegones a base de pequeñas piezas de cerámica perfumada con aromas específicos tan dispares como orquídea blanca, sándalo y madera de teca, frente a otros más evocadores, denominados tierra de ocre, bajo las hojas y leyendas de oriente. Y entre sus bouquet, que constan de un estuche, un jarrón y las varillas difusoras o mikados, sorprende el olor a bizcocho de chocolate cociéndose en el horno. Por su parte, la casa Fauchon, dedicada desde hace más de 100 años a la excelencia gastronómica, también se propone abrir boca con su propio catálogo



de velas, vaporizadores, diluciones para quemador, incienso en bastones, bouquet perfumados y recargas para bouquet con aromas a especias, té y frutos rojos, que parecen despertar las papilas gustativas.

El equipo de perfumistas de L'Artisan Parfumeur recorre el mundo capturando olores que recuerden a lugares tan distantes como China o Panamá. Los encapsula en bolas de ámbar en terracota tallada o velas inspiradas en la naturaleza: naranjo en flor, tilos al viento, invitación criolla (aroma de piña),... Su primera apuesta en el campo de la biocosmética se llama Jatamansi, el nombre en sánscrito del nardo del Himalaya que figura como componente clave en esta línea de cuidados corporales que viene acompañada de una vela a la que se atribuyen propiedades relajantes. Además, esta firma ha creado unas velas para Burberry inspirándose en las estaciones del año. De ellas, Hearth (que significa chimenea en inglés) y Woods Embers (brasas de madera) son perfectas para ambientar un salón en esta época del año.

Geodesis propone un recorrido alrededor del mundo. Sus spray, estampados con un sello postal vintage, asocian, por ejemplo, a Francia con la mimosa y la lavanda; a Marruecos, con el aroma a neroli; y a la Polinesia, con el tiaré que adornaba las melenas de las musas de Gauguin.

Con el mismo espíritu viajero, Les encens du monde está especializada en incienso que comercializa en varitas, conos, polvos, resinas e incluso cuerdas elaboradas con papel de arroz impregnado en un extracto de plantas. Los aromas están inspirados principalmente en Asia (Japón, Tíbet, China e India), los ingredientes son cien por cien naturales y existe una evidente influencia de la antigua medicina india ayurvédica por la que el eucalipto y el clavo se combinan para purificar y el geranio y el anís, para calmar.

Las labores domésticas también pueden beneficiarse de estos productos. Algunos trucos caseros pasan por añadir al agua de la plancha esencia de higuera y tomillo de la Compagnie de Provence, lavar la ropa a mano con jabón de lavanda de

Panier des senses, añadir al aspirador arena con notas cítricas de Esteban, introducir piezas de madera de cedro o de enebro aromáticas en los zapateros, colgar saquitos de lavanda de L'Occitane en el armario y rociar la almohada con una bruma de Lothantique o de Florame.

Muchos de estos productos pueden adquirirse en España en comercios como Point à la ligne, Ramas y L'Occitane. ■

PROPUESTAS DE AUTOR.

La nariz de Myrurgia, Ramón Monegal, ha lanzado una línea propia de spray y velas inspiradas en experiencias del perfumista catalán: Lago di Como (Italia), Cedros de Azrou (Marruecos), Bambú de Anji en China, la Feria de Abril (Sevilla), Puesta de sol en Ibiza, Bosque de Malvasía y Ruta de las Especias. La británica Miller Harris firma las velas con aromas Citron Citron, Coeur de Fleur, Terre de Bois y Fleur Oriental que la esposa del primer ministro británico, Samantha Cameron, ha obsequiado a su homóloga estadounidense, Michelle Obama. Mientras que Rami Mekdachi, perfumista asentado en París que ha diseñado aromas para decenas de empresas, ha creado la identidad olfativa del glamuroso hotel Arts de Barcelona, que estará presente en todos sus rincones y que cuenta con una base de almizcle, madera de cedro y sándalo, mezclada con incienso, flor de iris, pachulí y notas de vetiver.

A un nivel más estratégico, la empresa española Aromarketing está desarrollando esta novedosa área de negocio creando auténticos 'logos' olfativos y comercializando la maquinaria difusora. Un olor puede identificarse con un banco, asociarse al de las palomitas de maíz en cines o al chicle, en tiendas de niños, y reproducir el aroma de una pizza recién hecha junto a la sección de congelados del supermercado. Los objetivos: agrandar, incentivar el consumo, incluso estimular a los trabajadores. La revolución olfativa ya está aquí.

