

SENSAI

Seide auf der Haut.

Der erste Duft von SENSAI umarmt die Haut wie Seide
und enthüllt die natürliche Schönheit der Frau.



THE SILK

Silk on Skin

The first fragrance



DIE INSPIRATION

Seide und Duft sind in der japanischen Kultur seit langem miteinander verbunden. Damals ließen Japanerinnen ihre Seidengewänder von aromatischen Mischungen durchfluten. Durch die Wärme der Haut wurden sinnliche und verführerische Düfte verströmt. So verschmolzen Seide und Aromen zu einem ganz persönlichen Duft. SENSAL THE SILK ist eine moderne Interpretation dieser traditionellen Kultur. THE SILK verwandelt sich auf der Haut zu einem sinnlichen Duft und unterstreicht die persönliche Schönheit jeder Frau.



SENSAI THE SILK

Ein weicher, femininer Duft, welcher seiner Trägerin die Eleganz reiner Seide verleiht.
In Verbindung mit der Haut entwickelt sich ein Duft, der ihre Einzigartigkeit unterstreicht.



SENSAI THE SILK EAU DE PARFUM 50 mL

Ein eleganter, gehaltvoller Duft. Seine aromatischen Noten umhüllen die Haut wie sinnlicher Amber.



SENSAI THE SILK EAU DE TOILETTE 50 mL

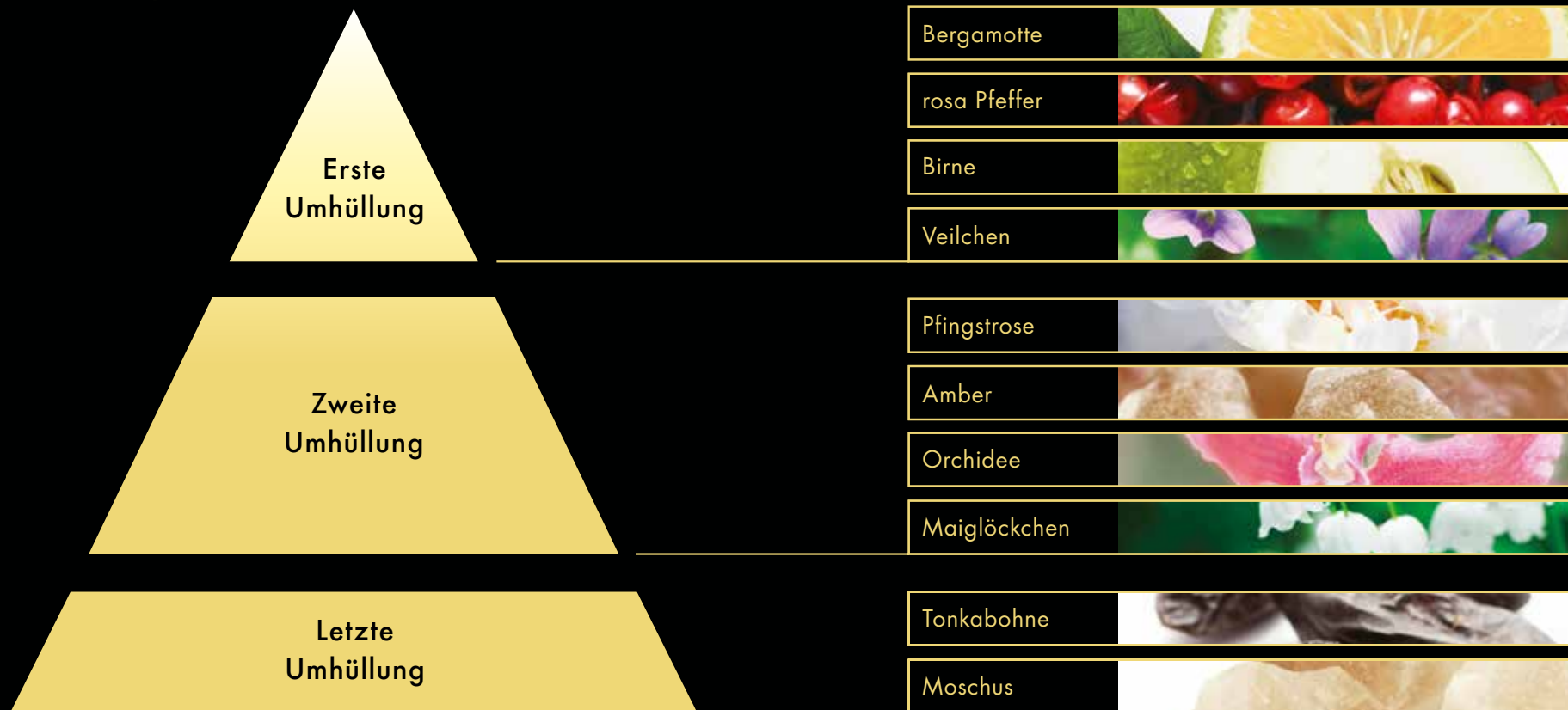
Ein klarer, strahlender Duft mit samtigen Veilchen in der ersten Wahrnehmung. Dieser geht über in ein Bouquet von weißen Blüten, während sinnliche Nuancen von Amber die Haut umhüllen.

Dufterlebnis

SENSAI THE SILK versprüht frische, fruchtige und klare Noten, welche die Sinne beleben:

Bergamotte, rosa Pfeffer, Birne und Veilchen. Danach entfaltet sich ein Bouquet aus weißen Blumen, das den Sinnen schmeichelt. In der Vollendung kommen cremig-reichhaltige Aromen der Tonkabohne und sinnlicher Amber zum Tragen.

Olfaktorische Pyramide



Die Parfümeurin



©Anaël Dang

Profil von Marie Salamagne

Bereits als Kind war Marie Salamagne von Düften fasziniert. Das Schicksal führte sie zur Parfümeurschule ISIPCA in Versailles, wo sie Chemie studierte. Bevor sie zu Firmenich ging, machte sie eine Ausbildung bei Charabot. Bei Firmenich studierte sie unter Anleitung der Parfümeurmeister Olivier Cresp, Jacques Cavallier und Alberto Morillas, die zur Ausformung ihres Stils beitrugen. Oft verbindet sie Düfte mit Farben oder Texturen. Sie liebt Rohstoffe mit starkem Charakter, insbesondere maskuliner Noten wie Bernstein und Holz. Sie schuf zahlreiche maskuline Duftkreationen für Luxusmarken wie Guerlain, Giorgio Armani und Yves Saint Laurent.

Was war Ihre erste Reaktion, als Sie gebeten wurden SENSAL THE SILK zu entwickeln?

Als ich von dem Projekt hörte, hatte ich sogleich Lust, das Parfum als eine Textur umzusetzen, die das Gefühl von Seide auf der Haut erweckt. Was mich auch inspirierte, war die SENSAL Frau: was und wie sie sein kann und wie ihre innere Schönheit erstrahlen würde. Ich wollte, dass diese Schönheit zu einem modernen, zurückhaltenden Ausdruck der Sinnlichkeit wird.

Wie kommt die Seide in diesem Duft zum Ausdruck und was war die Herausforderung bei seiner Entwicklung?

Ich habe das Parfum auf Kontrasten aufgebaut wie etwa dem zwischen Amber, einem edlen und emblematischen Rohstoff, und einem Bouquet aus weißen Blumen in einer Explosion von leichten, wirbelnden Blütenblättern. Es ist immer eine große Herausforderung, eine Farbe oder eine Textur in einem Duft zum Ausdruck zu bringen. Für mich steht Seide für eine besondere Leichtigkeit – sie ist ein zartes, feines und zugleich leuchtendes Gewebe. Die Herausforderung war, das Gleichgewicht zu finden, einen Duft zu schaffen, der ebenso Leichtigkeit wie Leuchtkraft vermittelt.

Was ist das Besondere an SENSAL THE SILK?

Das Einzigartige an diesem Duft ist die Verbindung aus Tradition und Modernität. Die Tradition kommt im Amber zum Ausdruck, einer emblematischen Substanz mit einer starken, jedoch zugleich zarten Präsenz. Die Modernität wiederum beruht auf dem Gefühl der Leichtigkeit, die mit Amber einhergeht und dem Duft seine Transparenz und Weichheit verleiht.

Was können Sie über die Inhaltsstoffe und das Gleichgewicht zwischen den Duftnoten von SENSAL THE SILK sagen?

Um diese Verbindung aus Modernität und Tradition zu schaffen, habe ich den Duft rund um einen glänzenden Amberakkord aufgebaut. Amber ist ein Klassiker in der Parfümerstellung, doch wird er wegen seiner Exklusivität nur noch selten verwendet. Daher habe ich ihn mit Ambrox gemischt, einem ähnlichen Molekül, das aus der modernen Wissenschaft hervorgegangen ist. Es sorgt für einen länger anhaltenden Duft und verleiht dem Parfum eine weiche, unvergleichliche Sinnlichkeit. Sein Aroma ist sehr komplex mit moschusartigen, holzigen und fast animalischen Nuancen.

Dadurch konnte ich leuchtendere Noten hinzufügen, die im Einklang mit dem Geist von SENSAL stehen. Außerdem erhielt die Kreation so eine erstklassige Signatur durch die Immortelle. Dabei handelt es sich um einen selten verwendeten Rohstoff, der dem Parfum eine luxuriöse Note schenkt und es damit zu etwas ganz Besonderem macht.

Welcher Aspekt des Dufts ist besonders mit dem Bild von Seide verbunden?

Die beiden Rohstoffe, die am meisten zum Eindruck von Seide beitragen, sind Orchidee und rosa Pfeffer. Die Orchidee schenkt dem Duft und seiner Textur Leichtigkeit, während rosa Pfeffer für einen glitzernden, schimmernden Effekt sorgt. Die Symbiose zwischen diesen beiden Elementen vermittelt das Bild von Seide.

Was bedeutet Parfum für Sie?

Ich verbinde Duft mit Gefühlen. Eine unkontrollierbare Regung. Wenn er ein Lächeln oder eine Emotion auslöst, dann ist er für mich ein Erfolg. Emotion ist der beste Ausdruck für wahre Duftschnheit.

Der Designer



Profil von Gwenaël Nicolas

Gwenaël Nicolas ist ein französischer Designer, der in Tokio lebt. Er gründete das Unternehmen Curiosity Inc. Nach seinem Abschluss in Industriedesign hat er bereits mit vielen international renommierten Unternehmen in den Bereichen Parfum, Store-Konzepte, Installationen und Architektur zusammengearbeitet. Zu seinen jüngsten Projekten zählen das Store-Design für Fendi und die Louis Vuitton Boutiquen in London und Tokio sowie die neuen weltweiten Konzept-Stores von Berluti.

Welcher Gedanke kam bei Ihnen auf, als man Sie bat, den Flakon für den SENSAL Duft zu entwerfen?

Das erste Bild, welches mir in den Sinn kam, war jemand, der etwas Kostbares seinen Händen hielt. Etwas, das zart, zerbrechlich und einzigartig ist wie ein filigraner Seidenkokon, welcher sich der Form der Hand anschmiegt.

Wie haben Sie das Konzept „Silk on Skin“ interpretiert und wie haben Sie das in Ihrem Design zum Ausdruck gebracht?

SENSALs Ansatz „Silk on Skin“ ruft für mich das Bild „Schichten aus zarter Seide auf der Haut“ hervor. Dies war die Inspiration für die Form des Flakons sowie für seine Struktur. Seine Oberfläche ist so zart, als könne sie mit der Haut verschmelzen.

Gab es Objekte, Bilder oder persönliche Erfahrungen, die Sie im Designprozess inspiriert haben?

Einen Parfumflakon zu gestalten ist eine anspruchsvolle Aufgabe, denn es geht darum, etwas Individuelles zu schaffen. Doch zugleich soll das Design das Konzept

der Marke oder des Produkts selbst zum Ausdruck bringen. Wenn man sich dafür entscheidet, wird das Objekt zu einem Teil des täglichen Lebens.

Welches Designkonzept liegt SENSAL THE SILK zugrunde?

Ich wollte, dass der Flakon etwas Einzigartiges und Persönliches darstellt. Das ursprüngliche Bild war eine Hand, die einen Seidenkokon schützend hält. Wir haben ein Produkt erschaffen, das eine innere Präsenz besitzt, aus dem ein Leuchten hervorgeht. Um dies zu erreichen, haben wir verschiedene Materialien in Betracht gezogen. Die feinen Linien auf dem Flakon sollen den Eindruck eines zarten und empfindlichen Gewebes vermitteln.

Von welchem Typ Frau und zu welchem Anlass wird dieser Duft Ihrer Meinung nach getragen?

Beim Tragen eines Parfums geht es darum, der eigenen Persönlichkeit Ausdruck zu verleihen. Doch was bei diesem Duft besonders fasziniert, ist, dass es um innere Schönheit geht. Nach der Anwendung von SENSAL Pflege ist der Duft der krönende Abschluss, das letzte Element, welches SENSAL vollendet.

Was ist die Absicht eines Designers?

Der Designer zielt darauf ab, Emotionen auszulösen wie Leidenschaft oder Neugier. Ich beschreibe meinen Schaffensprozess immer als die Kunst der Begegnung. Ich denke stets an den Augenblick, wenn jemand das Produkt entdeckt oder einen Raum betritt. Der Designer schafft mehr als nur Form, Farbe und Material. Er kreiert etwas Virtuelles. Den Raum selbst kann man nicht kontrollieren, doch man kann die Gefühle beeinflussen, die jemand empfindet, wenn er dem Design begegnet.

