

شخصية جامحة أرادت أن تنحت صرحاً أنيقاً في عالم العطور فكان لها ذلك من منطلق إصرار شديد على النجاح والتفوق وعشق كبير لعالم العطور الذي لم يقدر على إشباعه فقرر أن يمنحه كل ما يمتلكه دون قيد أو شرط. بحثه المستمر في عالم الطبيعة وسحرها قاده إلى اكتشاف عالم العطور والروائح وحثه على الإبداع في تصميم روائح فريدة ومتميزة تعكس روح الحضارات وتروي الطقوس القديمة وترسم لوحات تحاكي المشاعر الإنسانية الراقية. قرر أن يطلق ماركته الخاصة التي تعبر عنه وعن فلسفته في الحياة وأراد أن يجسد الانصهار التام بين الأناقة المطلقة والراقي... فصمم ماركة تحمل اسم عائلته «كيليان» فكانت إبداعات عطوره سجلاً للعواطف والذكريات.. وانطلقت من باريس عاصمة العطور والأناقة ثم هاجرت روائحه نحو الشرق لتعكس روح الشرق المعفمة بعبير العود والعنبر والبخور. «الأنباء» انتهزت فرصة الزيارة الأولى لمصمم العطور الفرنسي هينيسي كيليان للكويت فأجرت معه حواراً حول فلسفة ماركته وسر عشقه للحضارات التي عكستها نفحات عطوره. وفي ما يلي تفاصيل الحوار:

حوار: منى الدغمي

المصمم الفرنسي لماركة كيليان للعطور في حوار خاص لـ «الأنباء»

هينيسي كيليان: دول الخليج الأكثر إقبالاً على شراء العطور في العالم



كيليان متحدثاً للزميلة منى الدغمي



هينيسي كيليان



ما الروائح الأكثر خصوصية التي اخترتها لتجذب السوق الخليجي؟

● مادة العود كانت المادة الأولية التي انطلقت منها لتصميم عطر خاص بمنطقة الخليج لأنه يرمز الى حضارة الشرق وهو الرائحة المفضلة في كل المنطقة منذ العصور القديمة فقبيل عملية تصميم أي عطر من مجموعتي تسبقه دراسة أولاً ترتكز عن البحث في عمق الحضارات التي مرت بالمكان لأن كل شعب يتميز بخصوصية وذوق خاص وعطر عنبر العود يندرج ضمن مجموعتي الرابعة «الليالي العربية» أردتها أن تكون مميزة تعكس روح الشرق المعفمة بعبير أخشاب الأطلسي والتوابل الحارة وسحر رائحة البخور. وعطر عنبر وعود بعيق وبنفحات مخملية غامضة، تلفحها هبات البخور التي لطالما قبل إنها رمز يعكس خشوع البشر تجاه خالق الكون. وهذه الهبات تأتي ممزجة مع عبق العود الثمين، والنتيجة تراث من العطر ولكن بإيقاع عصري فانت.

ما الذي يميز عطر عنبر وعود كيليان عن بقية العطور الخليجية التي تعتمد على مادة العود كمادة أولية؟

● تصميمي لعطر العنبر والعود ليس عبارة عن نسخة لما هو مطروح في السوق بل الفكرة انطلقت من تصميم عطر فريد يتميز سر أفراداه في المزيج الرائع بين حضارتي الشرق والغرب وهي خصوصية عطر كيليان عنبر وعود يتميز بها عن آلاف العطور الموجودة في السوق الخليجي التي تعتمد على العود كمادة أولية في صناعتها. وفي زيارتي الأولى لمنطقة الخليج منذ أربع سنوات والتي بدأتها بمدينة الرياض أبهرتني رائحة البخور والهفتني لتصميم عطر خاص بهذه المنطقة مادته الرئيسية خشب العود.

ما الفرص المتاحة التي تراها داخل البلدان الخليجية في ظل توافر الماركات العالمية للعطور الفاخرة لاسيما السوق الكويتي في تسويق ماركة «كيليان» التي تعتبر حديثة مقارنة بالاسماء الكبرى؟

● أرى أن السوق الخليجي تواق الى اقتناء الماركات الفاخرة المتميزة فالشعب الخليجي شعب ذواق يفضل الأناقة والفخامة لذلك أردت أن أطرح مجموعة مميزة ترضي ذوق الخليجين تحديداً واخترت خليطاً من المسود الأولية التي أفرزت رائحة تجذب الخليجين لأنها تعكس حضارتهم. وأنا على ثقة أن مجموعة عطورتي ستلقى إقبالاً من طرف الكويتيين على غرار السعوديين والإماراتيين.

لماذا اخترت شركة وهران التجارية لتكون الوكيل حصري لماركة «كيليان»؟

● اخترت شركة وهران التجارية كوكيل حصري لتسويق مجموعة عطورتي لأنها قد فهمت فلسفة ماركة «كيليان». لذلك وثقت في حرفيتها في تسويق الماركة.

حدثنا عن فلسفة ماركة «كيليان»؟

● أرى أن كل قطعة قيصة لا يمكن الاستغناء عنها وكل ما يتم الاستغناء عنه لا يعتبر قيماً لذلك كانت هذه القاعدة الأولى لمنطلق فلسفتي في تصميم مجموعة عطوري لذلك كان اهتمامي بقينسة العطر لتكون مميزة من حيث الشكل والمادة المستخدمة في عملية صنعها وكذلك شددت على أن تكون القينينة تحفة فنية يعاد استخدامها ويحافظ عليها وتكون لها استخدامات متعددة وبذلك يكون اسم الماركة موجوداً حتى بخفاء العطر فيالنسبة لي الاسم هو الأهم ثم يأتي في المرتبة الثانية العطر.

والعنصر الثاني الذي ترتكز عليه فلسفة ماركة كيليان واعتبره هاماً جداً هو أن العطر المميز يعكس تاريخاً مميزاً قبل أن يكون شيئاً جميلاً.

هل لك نية لتسويق ماركة

كيليان في دول الشرق الأوسط وتصميم مجموعة عطور جديدة خاصة بهذه البلدان وتعكس حضاراتهم لاسيما مصر؟

● بالنسبة لي هذا يتوقف على الفرص المتاحة والبيئة الملائمة لاستعراض مجموعة عطوري فإذا وجدت فرصة داخل مصر أو أي بلد شرقي له خصوصية حضارية لا أمانع في طرح مجموعتي داخله. فانا أعشق القاهرة والأقصر واعتبر مصر ملهمة المبدعين.

ما المنطقة التي زرتها وتركت لك تذكراً رائحة جميلة ومميزة؟

● أكيد اسبانيا لأنها منطقة متوجة بأجمل الزهور الفواحة ووهيها الله حدائق خلابة تحتوي على زهور فريدة من نوعها وأعشق في هذا البلد الجميل رائحة الياسمين وزهرة ملكة الليل «Queen of the night» التي اعتبرها من الزهور الملهمة التي تخاطب العقل والروح معا ويمكن استنشاق عبقها على بعد 100 متر.

صرحت في احد حواراتك بأنه «لا توجد رائحة كريهة» هل لك ان تشرح لنا رؤيتك؟

● أنا أرى انه لا وجود لرائحة كريهة لان الإنسان قادر على تحويل الروائح وجعلها ساحرة تخاطب المشاعر والأحاسيس والجدير بالذكر أن غالبية المواد الأولية لاختلاف العطور لا يمكن شمها أو تبتدو لنا كريهة. ولكن مع مزجها بمجموعة من المواد تتحول وتعطينا روائح جذابة.



كيليان والزميلة منى الدغمي في لقطة تذكارية مع مجموعة عطوره

أفضل أن أنفق على العطر أكثر من إنفاقي على الإعلانات الترويجية

مجموعة كيليان - «الليالي العربية»

أردتها أن تكون مميزة تعكس روح الشرق المعفمة بعبير

أخشاب الاطلسي

والتوابل الحارة وسحر رائحة البخور

السوق الخليجي تواق إلى اقتناء الماركات

الفاخرة المميزة

وشعبه ذواق يفضل الأناقة والفخامة

أنا على ثقة بأن مجموعة عطوري

ستلقى إقبالاً من الكويتيين على

غرار السعوديين والإماراتيين

فهم الثقافات والتعمق في فك رموزها عامل مهم في عملية تصميم مادة العطور

لماذا تفضل الشمع المعطر بزهره الخزامى والعود؟

● أعتقد أن عالم الجمال مرتبط ارتباطاً كبيراً بالمشاعر التي يدورها ترتعكس على الفكر وتفضيلي لرائحة العود لأنه عند استنشاقها توحى بعالم الشرق وسحره وزهره الخزامى أو الأقدندر عطرها يعكس عالم الغرب الجميل فكل العطورين مصدر إلهامي لمجموعة عطوري والمزيج بين الشرق والغرب مميزة تنفرد بها ماركة كيليان. لذلك صممت شمعا معطرا برائحة العود اطلقت عليه اسم Oud de la Hausse وشمعا معطرا بزهره الخزامى اطلقت عليه اسم «la Lavande de Barème».

هل لك تصميم جديد لعطور ستطرح قريباً في الأسواق؟

● سأطرح مجموعة جديدة من العطور في 5 أسواق وسأطرحها في الكويت السنة القادمة.

لماذا تعتبر أسعار عطور «كيليان» مرتفعة مقارنة بالعطور ذات الماركات

العالية الفاخرة؟

● أعتمد علىها كثيراً وموادها الأساسية لها تكلفة كبيرة وفي التركيبة الأساسية لكل عطر اعتمد على نسبة تقارب 80 وحتى 90٪ من المركز منها، أما بقية العطور المصنفة من الماركات الكبرى فهي تنفق كثيراً على الإعلانات الترويجية أكثر من إنفاقها على تركيبة العطر نفسه. وأنا أفضل أن أنفق على العطر أكثر من إنفاقي على الإعلانات الترويجية المكلفة والسياسة التي أتوخاها في شركة كيليان هي توجيه رأس المال نحو تصميم العطر لا ترويجه وأنا على ثقة بأن سياستني تلاقى نجاحاً، وذلك بالمبيعات التي تسجلها ماركة كيليان على مستوى العالم والاعتراف بجودة تصميمها.

هل تعتقد أن ماركة «كيليان» صممت خصوصاً للنخبة وتستحق لقب العطر النخبوي؟

● أنا لا أفكر بهذه الطريقة ولا أحمذ أن تكون ماركة «كيليان» نخبوية لاني لا أرى أن سعر عطر من عطورتي الذي يساوي تقريبا 200 يورو يعد نخبويًا في حين أن سعر «بنطلون جينز، يساوي هذا السعر أو أكثر ويقبل على اقتنائه الشباب فلا أعتقد أن «الجينز» يصنف على أساس لباس النخبة.

من منطلق ماركة كيليان، أريد أن أعيد للعطر مكانته الحقيقية لأنه في العصور القديمة كانت قنينسة العطر عبارة عن تحفة فنية واليوم تغيرت هذه الثقافة وأصبحت تهتمش القينينة التي تعكس محتواها وتوجه مسوقو العطور نحو التركيز على الإعلانات الترويجية وإهمال المادة الأساسية وطريقة تقديمها واعتبر أن قنينسة العطر بما تحتويه هي عبارة عن جوهرة ثمينة تستحق علبه فاخرة تعكس محتواها.

هل تعتقد أن البلدان الخليجية جانباً لسوق العطور؟

● أرى أن دول الخليج الأكثر إقبالاً على شراء العطور في العالم عموماً في حين أن بلدان آسيا لا تولي اهتماماً كبيراً بالعطور سوى 5٪ من اهتماماتها والعكس تماماً في بلدان الخليج الذين يمنحون 80٪ من اهتماماتهم نحو العطور و15٪ للمكياج.

هل تعتقد انه قبل أن تفكر في تصميم أي عطر جديد عليك أن تفكر أولاً في البلد الذي ستسوق فيه؟

● أرى أن فهم الثقافات والتعمق في فك رموزها عامل مهم في عملية تصميم مادة العطور لان كل ثقافة يجب أن تفهم وتحترم، وهذا بدوره سيسهل عملية تسويق اي منتج من منتجات كيليان والدليل على ذلك ان مجموعة كيليان «الليالي العربية» كانت الأكثر رواجا في بلدان الخليج دون غيرها من بقية بلدان العالم لان روائحها تعكس ثقافتهم فهي ليست غريبة عنهم أو دخيلة.

كيف تحلم بسوق العطور في المستقبل؟

● أمنيستي أن تتواجد فضاءات تجارية كبرى مصممة خصوصاً للعطور الفاخرة وتصمم متاجرها بطريقة فنية تعكس قيمة العطور المعروضة.