

Een *SIGNATURE SCENT* verraad dat je er bent, of was. Het is de geur die je *dag in, dag uit* draagt, en waaraan iedereen je herkent. Je bent er zo mee *vergroeid* dat geen enkele andere geur nog een kans maakt. Sommige vrouwen vinden hem – eventueel na een lange **speurtocht** – anderen vinden hem *nooit*. Is dat erg?

— TEKST KAREN VAN EDE

De *signature scent* stamt uit de jaren vijftig, toen parfum voor dagelijks gebruik in zwang kwam en betaalbaar werd. Geur was een luxe die de vrouw zich opeens kon permitteren, maar waar ze zeker geen collectie van in huis nam, tenzij ze Jean Harlow heette, of Marilyn Monroe (hoewel, de laatste beweerde dat ze altijd slechts gehuld in Chanel nr. 5 tussen de lakens kroop). In de jaren zestig en zeventig kreeg een meisje haar eerste geur van haar ouders of een vriendje. Dat kon Chanel nr. 19 zijn, LouLou, Anaïs Anaïs, of Tabu. En daar bleef het soms een heel leven bij. Pas in de jaren tachtig, toen de grote geurenstroom op gang kwam en ook Amerika zich ging bemoeien met de parfumindustrie, moest er plaats gemaakt worden voor een *geurgarderobe*. Een begrip dat tot op de dag van vandaag door parfumista's graag bezigd wordt. Zij doen namelijk niet aan een geur voor altijd. Ze hebben een geur voor de ochtend, de week, het weekend, een avond uit met vriendinnen, een avond met een minnaar, voor de vakantie, een *'flanker'* (variatie op een bestaande geur) en voor erbij. Van de lievelingsgeuren bezitten ze naast een lichte eau de toilette ook een eau de parfum en het intiemere 'echte' parfum zelf. Jeroen Oude Sogtoen, brein achter Mona di Orio Parfums, is geen voorstander van één geur in je leven: 'Je draagt toch ook niet iedere dag dezelfde kleren? Er zijn mensen die helemaal 'uitgestyled' zijn, altijd een donkere jeans met grijs t-shirt dragen, dat is toch saai?'

Maar wat als je vindt dat het wel wat minder mag, als je graag geurmonogaam bent, wilt ruiken naar iets dat jou ten voeten uit neerzet en al je zintuigen bevredigt? Je weg vinden in de geurlawine van nu is nog niet zo eenvoudig. Het parfum kopen dat lekker ruikt bij een vriendin werkt niet, want hoe het precies ruikt bij jou is onder andere afhankelijk van de ph-waarde en temperatuur van je huid. Die zijn van invloed op de vluchtigheid van de reukstoffen. Ook zijn er interacties tussen de geur en jouw eigen lichaamsgeur, en daardoor kan hij op de

huid anders ruiken dan op de *'blotter'*, het papieren hulpstukje (kenners sprayen overigens op een veer). Proberen op je eigen huid dus, er zit niets anders op. Per dag een of twee geuren opspuiten en ruiken wat er van komt, kan gelukkig prima in de open schappen van de parfumerie dezer dagen. Maar let op, volgens geur-expert Tanja Deurloo van Annindriya Perfume Lounge in Amsterdam is het zo dat geurvoorkeur te maken heeft met de hormonen, het humeur, de plannen, de seizoenen, de kledingstijl. Altijd nog een keer teruggaan dus, voordat je iets aanschafft.

Perfume profiling

Er zijn mensen die een geur willen als *usb*, als statement, als onderstreping van hun persoonlijkheid. En dus is er een grote nichemarkt van niet al te commerciële bedrijfjes die geuren laten maken door neuzen die de schappen van de gewone parfumerie vullen, maar ook door toegewijde hobbyisten. Voor de echte liefhebber geldt: hoe exclusiever hoe beter. Deurloo is onafhankelijk geurexpert en noemt zichzelf liefkozend 'geuren-nerd'. Ze is chemicus en maakt onder andere geuren voor bedrijven. Bovendien verkoopt ze een exclusieve collectie; modern en klassiek, synthetisch en natuurlijk. Om de klant in haar Perfume Lounge te helpen bij het vinden van een nieuwe geur, die bij een nieuwe levensfase of partner past, heeft ze een systeem ontwikkeld: *perfume profiling*. Vragen, vragen en nog eens vragen, maar vooral: ruiken. Het consult duurt anderhalf uur (95 euro), en kan alleen of met een partner gedaan worden. Deurloo: 'We kijken eerst naar de huidige geurgarderobe, want die geeft iemands *comfort zone* aan. Daar zit vaak een duidelijke lijn in; ze zijn bijvoorbeeld allemaal op basis van vanille, of oriëntaals. Belangrijk zijn de geurfamilies chypre, bloemen en aqua. Wat betekenen de geuren voor die persoon? We hebben een database waarin we alle bestaande geuren kunnen vinden. Voor het geurconsult hebben we een kit ontwikkeld waarin alle families vertegenwoordigd zijn; 24 geuren die blind geroken worden. Mocht het de klant te veel worden, dan ruikt hij of zij even aan de eigen huid, het nulpunt. Niemand ruikt namelijk zijn eigen huid.'

Dit is echt een "mensenvak". Ik hou gelukkig van mensen, maar toen ik begon had ik niet gedacht dat een geurconsult zó persoonlijk zou zijn. Als iemand een geur niet lekker vindt is dat altijd te herleiden naar iets wat die persoon heeft meegemaakt en opgeslagen. Dat maakt het vinden van een geur zo persoonlijk. Het gekke van de huidige industrie is dat we →

Persoonlijke geur: for your nose only

Bij Cartier in Parijs kun je door parfumeur Mathilde Laurent een geur laten maken die past bij jouw unieke persoonlijkheid en die in gouden flacons wordt geleverd. Aan de geur gaan een aantal gesprekken, geur- en keursessies vooraf. Maar goed ook, want op het prijskaartje staat € 60.000.

'Jaren later kun je nog een geur ruiken, die je doet denken aan die ene prettige vakantie of die ene wel heel erg prettige persoon'

Scent of a Woman

Foto Axel Heedt

zeggen 'voor de sportieve vrouw' of 'voor de romantische vrouw'. Bij je geboorte heb je een blanco geurbibliotheek, alleen de geur van je moeder zit daar in. Dan ga je je leven leiden, reizen en geuren opslaan. Dus staan we bij *perfume profiling* stil bij herinneringen. Er komen altijd associaties op tijdens het ruiken. Bij het vinden van een nieuwe of *signature* geur komt de bodychemie er ook nog bij; hoe ruikt iets op jouw huid? Naast de zuurgraad is hydratatie belangrijk. Op een droge huid komt een geur – die voor een groot deel bestaat uit olie – niet zo goed tot ontwikkeling. En hij blijft niet zo lang hangen.

Dan is er tot slot het aspect 'stijl en persoonlijkheid'. Wie wil iemand zijn? Is ze een vrouw die alle ruimte inneemt, of is ze juist heel bescheiden? Aan die eigenschappen passen we de geur aan. We maken hem zwakker of juist sterker. Uit de *profiling* komen vervolgens zo'n tien geuren. We selecteren er uiteindelijk vier, die we op de huid testen. De uiteindelijke selectie staat in het schriftelijke *perfume profile*, met onze andere suggesties; soms ook commerciële, niet-nichegeuren. Kopen is niet verplicht. We geven proefjes mee waar mogelijk. Eén van de redenen waarom ik Perfume Lounge begonnen ben, is dat geur werd gezien als accessoire, een riempje, een ringetje. Dan missen mensen veel van wat een geur écht voor je kan betekenen, het is werkelijk je meest persoonlijke accessoire.'

Moodboard voor de juiste geur

Ook Guerlain heeft een uitgekend systeem om vrouwen te helpen tot de juiste geurkeuze te komen. Trainer en geurexpert Massaniello Bogaert werd opgeleid door Sylvaine DelaCourte, de vrouwelijke neus, die voor Guerlain in Parijs geuren op maat maakt. Massaniello werd ingewijd in de moodboards die Sylvaine ontwikkelde om tot de kern van de onuitgesproken wens van de klant te komen. Guerlain deelt de consument op in vijf karakters, en ieder moodboard met printjes staat voor een karakter. 'Welk drankje kies je als je op een terras zit? Als je thee bestelt, welke soort? Neem je er verse appeltaart bij, omdat je die zo lekker vindt ruiken? Drink je graag een fruitige wijn, of een met veel houtnoten? Al deze informatie verwerk ik, en als het goed is, vindt de klant zichzelf uiteindelijk in een van de moodboards, die weer gekoppeld is aan een geur of geurfamilie.'

Parfumvoorkeuren zijn vaak een kwestie van herinneringen, die opgeslagen liggen in het limbische systeem. Ze prikkelen de rechterhersenhelft, daar waar ons taalcentrum niet ligt. Daarom is het zo moeilijk in woorden te vangen wat je ruikt, of zou willen ruiken. Behalve een langetermijn- en kortetermijngeheugen hebben we een episodisch geheugen, een geheugen voor gebeurtenissen. Als je iets ruikt, hecht je ook betekenis aan de emotionele associaties van die geur. De geur wordt opgeslagen bij al het andere dat je onbewust opslaat en onthoudt. Dat heet het Proust-effect, omdat Proust als eerste omschreef hoe hij door geur werd teruggevoerd in de tijd. Geuren mogen

'Als iemand een geur niet lekker vindt, is dat altijd te herleiden naar iets wat die persoon heeft meegemaakt en onbewust heeft opgeslagen'

dan gemakkelijk worden opgeslagen, het zijn moeilijk uitwisbare impressies. Daardoor kun je jaren later nog een geur ruiken die je doet denken aan die ene prettige vakantie of die ene wel heel prettige persoon. Geuren kunnen aldus een sturende invloed hebben op doen en laten, en op gevoelens. Ze kunnen angst reduceren, prestaties verbeteren en soms zelfs lichamelijke klachten verminderen. Geuren kunnen ontspannend werken. Daarom zijn parfumeurs altijd op zoek naar iets dat naar zee ruikt, naar strand, zon of regen. Zo'n stressreducerende geur vinden veel mensen lekker en wordt als ontspannend ervaren.

Digitaal je favoriet vinden

Je kunt ook online een poging doen je *signature scent* te vinden. De liefhebbers van winkel en site Nose (nose.fr) begonnen met het maken van een digitale geurbibliotheek waarin duizenden commerciële en nichegeuren liggen opgeslagen. Vul de online vragenlijst in (Engels) en Nose presenteert vijf geuren die dicht bij jouw lievelingsgeur liggen. Gebaseerd op de geurfamilie, of een specifiek ingrediënt. Vervolgens kun je de geur bij hun kopen, dat spreekt vanzelf.

Familiewapen

Een geur als familiewapen, dat klinkt middeleeuws, maar is het niet.

Scent of a Family is een project van Family Matters (familymatters-box.nl) en Tanja Deurloo van Annindriya Perfume Lounge (perfumelounge.nl). Family Matters noteert het verhaal van een familie en verpakt dat in een fraaie doos. Zes herinneringsgeuren in snuifdoosjes onderstrepen het. De kosten kunnen gedeeld worden: vanaf € 7.000 per persoon. Een familiegeur alleen kan ook, v.a. € 14.000.

Euforisch moment

Geur heeft invloed op de ontwikkeling van sociale en seksuele relaties. Feromonen – de geurstoffen die invloed uitoefenen buiten het lichaam – kunnen een rol spelen bij seksueel gedrag (maar dan moeten ook andere zintuigen geprikkeld worden) en kunnen een communicatieve functie hebben. Ze zijn belangrijk voor het ontstaan van een band tussen mens en kind en ook tussen mens en dier. Een feromoon is dus geen hormoon, maar een geurstof.

Geur is belangrijk voor gevoelens van veiligheid en zekerheid. Onze eigen 'huisgeur' die steeds om ons heen hangt, schijnen we altijd direct te herkennen. Het is niet voor niets dat astronauten de ruimte in worden gestuurd met geurtjes van hun huis, om heimwee te voorkomen. Het gekke is dat je die geurtjes zelf vaak niet bewust ruikt. En dat is ook het lot van de *signature scent*. Want geuren zijn belangrijke signalen van gevaar; ze hebben een alarmfunctie. Bij een brandvlucht slaan we op de vlucht. Een onprettige geur wekt stress en irritatie op en kan ziekmakend zijn (denk maar aan een vieze kantoorklucht, dag in, dag uit). Maar na een tijdje, een dag of wat, kalmeren de hersenen. Er wordt immers niet echt op het gevaar gereageerd, dus het zal wel loos alarm zijn. Vanaf dat moment negeert de neus de geurnoten. Pas als je een andere geur opspuit, reageert het brein weer. En daar komt de geurgarderobe mooi van pas. Het vinden van een *signature scent* kan hoe dan ook een euforisch moment zijn. Een moment van herkenning. —