**Советы потребителю при выборе парфюмерной продукции**

Парфюмерия(фр. *parfumerie*, от лат*. рer fumum–*сквозь запах).

Обоняние (или способность ощущать запах) – одно из пяти чувств человека. Запахи, окружающие нас, превращаются в летучие образы и живут в памяти долгие годы: запах цветущего луга, скошенной травы, летнего сада, новогодней ёлки, мандаринов и булочек с корицей.

У каждого свой набор запахов, вызывающих ассоциации и напоминающих о различных местах, событиях, людях.

Вся парфюмерная продукция составлена по принципу пирамиды. Когда мы открываем заветный флакончик, то вдыхаем довольно сильный, но быстро исчезающий вступительный букет запахов, чаще всего цитрусовых – это, так называемая, верхняя нота.

Затем, через несколько минут, на передний план ощущений выходит средняя нота – именно она является ведущей в композиции, но и она улетучивается через 15-20 минут. А уже через 30 мин после нанесения парфюма на тело, начинает звучать «нота сердца», затем идут ноты шлейфа. Продолжительность звучания нот у каждого аромата может быть разной.

**Ароматы**

Чисто условно все ароматы делятся на женские и мужские. Считается, что более резкие, сильные, агрессивные и холодные запахи отражают мужскую сущность, а легкие, нежные, фруктовые, цветочные, пряные и сладкие идеально подходят прекрасной половине человечества. Зачастую, элементы семейств женских ароматов использованы в мужской парфюмерии, а типичные представители мужских запахов находят свое место в женских запахах.

|  |
| --- |
| Ароматы |
| Шипровый | Шипровые ноты – это шалфей, лаванда, дубовый мох, пачули и др., свойственны и женским парфюмам, особенно ценят их любительницы природы |
| Цитрусовые | Эти ароматы бывают и мужскими, и женскими; включают лимон, мандарин, грейпфрут, нектарин, бергамот и пр. |
| Цветочные | Ароматы в этом семействе включают фиалку, гвоздику, розу, гардению, лилию, туберозу и нарцисс. Обычно состоят из комбинации нескольких различных цветочных ароматов |
| Фруктовые(типично женские) | Запахи в этом семействе включают яблоко, абрикос, мандарин, бергамот, нероли, ананас и папайю. Эти духи чистые и свежие как цитрусовые, мягкие и теплые, как персик |
| Ориентальные(восточные) | Насыщенные, чувственные и таинственные, с нотами янтаря, ванили, темного шоколада, имбиря и смолы |
| Цветочно-восточные | Можно представить как смесь цветочных и ориентальных ароматов. Ноты этого семейства – жасмин, гардения, мандарин, фрисия; конечные ноты сандалового дерева, мускуса, янтаря и абрикоса |
| Фужерные | Ароматы дубового мха, лаванды и герани |
| Зеленые | Розмарин, лаванда, сосна, можжевельник, гиацинт и гальбанум. Это запах зеленых листьев и свежесрезанной травы |
| Морские | Синтетические ароматы, напоминающие нам о морской стихии, путешествиях |

**Стойкость и концентрация**

Аромат раскрывается и держится на каждом индивидуально. Самый главный фактор, влияющий на стойкость – это концентрация. Обычно парфюмерные изделия представляет собой жидкие растворы летучих ароматов. Растворителями могут быть спирт, смесь спирта и воды и другие жидкости. Ароматические вещества могут быть как натурального происхождения (эфирные масла), так и искусственного (синтетические ароматизаторы). Виды парфюмерной продукции:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Парфюмерная продукция | Стойкость запаха, ч,не менее | Объемная доля этилового спирта, % об.,не менее | Сумма массовых долей душистых веществ, %,не менее |
| Духи концентрированные | 60 | 55 | 30 |
| Духи группы «Экстра» | 60 | 70 | 15 |
| Духи | 50 | 85 | 10 |
| Парфюмерная вода | 50 | 75 | 10 |
| Туалетная вода | 40 | 75 | 4 |
| Одеколон | 24 | 60 | 1,5 |
| Душистая вода | - | 20 | 1 |

**Как правильно выбрать духи**

Существует верный способ не ошибиться в выборе: если вдыхая какой-либо аромат, вы вдруг почувствовали, что у вас улучшилось настроение, значит это именно то, что вам нужно.

Наверное, вам не раз приходилось читать такие рекомендации, что парфюм необходимо выбирать исходя из цвета своих волос. В действительности лучше ориентироваться не на цвет ваших волос, а на тип вашей дермы. Чем бледнее кожа, тем она суше, и тем быстрее ароматические вещества испаряются с ее поверхности. Более темная и жирная кожа лучше удерживает и дольше сохраняет запахи. Поэтому на сухой коже даже прозрачный аромат, звучит вызывающе, а свежий и искристый цветочно-цитрусовый на жирной коже потеряется.

**Правила выбора парфюмерной продукции**

**Правило первое**

Выбирая парфюм, подумайте, в какое время суток вы намерены пользоваться этим ароматом. Если в ваши планы входит нанести его рано утром, собираясь на работу, следовательно, запах должен быть или легким, свежим, бодрящим.

**Правило второе**

В различных ситуациях следует выбирать и разные ароматы – на работе и дома, в театре и в спортивном зале, на природе и в закрытом помещении. Меняется роль – меняется парфюм! Кроме того, необходимо учитывать и время года: чем выше температура воздуха, тем осторожнее следует применять парфюмерию, отдавая предпочтение цитрусовым, фруктовым и океаническим ароматам. Зимой же напротив хороши теплые и обволакивающие композиции.

**Правило третье**

Помимо чисто физиологических моментов при выборе аромата нельзя не учитывать темперамент человека. Так энергичной женщине, как правило, ближе свежие цитрусовые и прозрачные цветочно-фруктовые композиции. Женщинам прагматического склада интереснее цветочно-древесные ароматы и модные легкие шипры. Нежные, романтичные натуры интуитивно выбирают мягкий цветочно-пудровый флер или флориентальные прозрачные ароматы.

**Правило четвертое**

Правильно ли выбран аромат – точно ответит только проба на коже! Существенное влияние на выбор аромата оказывает собственный запах кожи, так как имеет индивидуальные отличия, в частности, из-за химического и микробиологического состава ее поверхности. Вся жирная, острая пища придает коже более интенсивный запах. Еще более на свойства вашей кожи могут повлиять принимаемые лекарственные препараты, витамины и прочие фармакологические вещества.

Единственный способ проверить, как «звучит» парфюмерная вода на ваше коже – это проба, а единственный человек, который может сказать, как вы себя чувствуете с этой парфюмерной водой, – вы сами.

Не следует пытаться сразу оценивать качество запаха. Начальные ноты, как правило, не отражают заложенной концепции. Необходимо дождаться раскрытия и момента слияния аромата с кожей. Именно так будет звучать ароматический дуэт в течение длительного периода (2-3 часа). Если возникает какое-либо неприятие отдельных нот или оттенков, то от аромата следует отказаться.

В процессе выбора запах наносится на запястье – место, где сосуды близко подходят к поверхности кожи, нагревая ее. Одновременно можно исследовать звучание на коже не более двух ароматов, нанеся их на оба запястья. До того, как нанести капельку духов на кожу, убедитесь в том, что это место не обладает посторонним запахом.

**Правило пятое**

Никогда не употребляйте ароматы, от которых вам хоть чуть-чуть не по себе! Ведь кроме морального дискомфорта, может развиться физический – головная боль и даже аллергия.

**Правило шестое**

Насколько сильно вы подушились – самостоятельно определить невозможно. Кроме того, чем правильнее выбран запах, тем быстрее наступает «привыкание», нос перестает воспринимать аромат. Не следует наносить парфюм в больших количествах. Лучше иметь с собой небольшой флакончик, чтобы изредка «подновлять» ароматический образ.

Продажа парфюмерно-косметической регулируется **Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»** (ТР ТС 009/2011) и **Правилами продажи отдельных видов товаров**, утвержденных постановлением Правительства РФ от 19.01.98 № 55.

Согласно ТР ТС 009/2011 на упаковку парфюмерно-косметической продукции обязательно должна быть нанесена маркировка (информация для потребителей).

К основной информации можно отнести:

* наименование продукции;
* страна происхождения, наименование и адрес изготовителя;
* объем продукции;
* дата изготовления (месяц, год) и срок годности (месяцев, лет) или надпись «годен до» (месяц, год) или «использовать до» (месяц, год);
* срок годности;
* номер партии или специальный код, позволяющие идентифицировать партию парфюмерно-косметической продукции;
* список ингредиентов;
* единый знак обращения продукции на рынке государств - членов Таможенного Союза.

Наименование изготовителя, местонахождения изготовителя и название продукции могут быть написаны с использованием букв латинского алфавита.

Если вы сомневаетесь в той или иной продукции, можете попросить продавца предъявить вам декларацию о соответствии (сведения о декларации могут быть вписаны в товарно-сопроводительные документы).

**Как должны продавать**

До подачи в торговый зал парфюмерно-косметические товары распаковываются и осматриваются, проверяется качество (по внешним признакам) каждой единицы товара и наличие о нем необходимой информации.

Покупателю должна быть предоставлена возможность ознакомиться с запахом духов, одеколонов, туалетной воды с использованием для этого лакмусовых бумажек, пропитанных душистой жидкостью, образцов-понюшек, представляемых изготовителями товаров, а также с другими свойствами и характеристиками предлагаемых к продаже товаров.

При передаче товаров в упаковке с целлофановой оберткой или фирменной лентой покупателю должно быть предложено проверить содержимое упаковки путем снятия целлофана или фирменной ленты. Аэрозольная упаковка товара проверяется лицом, осуществляющим продажу, на функционирование упаковки в присутствии покупателя.

И еще очень важно помнить: парфюмерно-косметические товары надлежащего качества обмену и возврату не подлежат, поэтому очень важно сразу сделать правильный выбор!