

The symphony of perfume

-En kvalitativ studie om hur man skapar parfym och en undersökning om skillnaden mellan Eau De Parfum och Eau De Toilette.

Camilla Björkskog

Examen för estenom (YH)-examen

Skönhetsbranschen

Vasa, 2014



EXAMENSARBETE

Författare: Camilla Björkskog

Utbildningsprogram och ort: Skönhetsbranschen Vasa

Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck och Anna-Lotta Mörk

Titel: The Symphony of Perfume - En kvalitativ studie om hur man skapar parfym och en undersökning om skillnaden mellan Eau De Parfum och Eau De Toilette.

Hösten 2014

Sidantal: 43

Bilagor: 1

Abstrakt

Syfte med denna studie var att ta reda på hur parfym skapas, samt undersöka skillnaderna mellan Eau de Parfum och Eau De Toilette och som resultat skapa en kunskapsgivande doftguide för kunder och försäljare på KICKS i Vasa.

Respondenten har genom dokumentstudier, innehållsanalys och evaluering kommit fram till att parfym skapas av parfymörer eller s.k. ”näsor” som försöker återskapa en känsla eller vision av den doft som beställs. Parfymörerna blandar doftämnen från eteriska oljor och syntetiska ämnen som sedan blandas med alkohol.

De vanligaste essenserna av parfym är Eau de Parfum och Eau De Toilette. Största skillnaden mellan dessa ligger i blandningen mellan parfymolja och alkohol. En Eau de Parfum innehåller större mängd parfymolja medan en Eau de Toilette har en svagare mängd. Vilket gör att Eau de Toilette oftast är en lättare blandning och det påverkar också priset som gör den oftast billigare.

Doftguiden ger kunskapsgivande information om doftnoter och doftfamiljer som är viktiga att känna till när man köper eller säljer parfym.

Språk: Svenska

Nyckelord: parfym, eteriska oljor, essenser, doftguide, edp, edt

Examensarbetet finns tillgängligt i webbiblioteket Theseus.fi.

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Camilla Björkskog

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Kauneudenhoitoala Vaasa

Ohjaajat: Jaana Ylimartimo-Nybäck ja Anna-Lotta Mörk

Nimike: The Symphony of perfume – kvalitatiivinen tutkimus tuoksujen luomisesta sekä Eau de Parfumin ja Eau de Toiletten vertailusta.

Syksy 2014

Sivumäärä: 43

Liitteet: 1

Tiivistelmä:

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kuinka luodaan tuoksua. Tarkoituksena oli myös vertailla Eau de Parfumin ja Eau de Toiletten eroja, ja lopputuloksena tehdä tietoa antava tuoksuopas asiakkaille ja henkilökunnalle Vaasan KICKS-myymälään.

Keruumenetelmänä tässä opinnäytetyössä oli dokumenttitutkimus ja analysointimentelmänä sisällönanalyysi, sekä tuoksuoppaan evaluointi. Tulokset osoittavat, että parfymöörit ns. ”nenät” yrittävät luoda uudelleen tunteen ja vision yhdistelemällä tuoksuaineita eteerisistä öljyistä ja synteettisistä aineista, jotka sekoitetaan alkoholiin.

Tavallisimmat tuoksuesanssit ovat Eau de Parfum ja Eau de Toilette. Näiden suurin ero on parfyymiöljyn sekä alkoholin seossuhde. Eau de Parfum sisältää suuremman määrän parfyymiöljyä kuin Eau de Toilette. Tämä tarkoittaa, että Eau de Toilette on useimmiten tuoksultaan kevyempi ja vaikuttaa myös huokeampaan hintaan.

Tuoksuopas antaa myös tietoa mm. latvatuoksuista, sydäntuoksuista ja juurituoksuista, sekä tuoksuperheistä. Nämä ovat tärkeitä yksityiskohtia, kun valitsee uuden tuoksun.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: parfyymi, tuoksut, eteeriset öljyt, esanssit, edt, edp

Opinnäytetyö on saatavilla ammattikorkeakoulujen verkkokirjastossa Theseus.fi

BACHELOR'S THESIS

Author: Camilla Björkskog

Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vasa

Supervisors: Jaana Ylimartimo-Nybäck and Anna-Lotta Mörk

Title: The Symphony of perfume – a qualitative study about the creation of perfume and a comparison of the differences between Eau de Parfum and Eau de Toilette.

Fall 2014

Number of pages: 43

Appendices: 1

Summary

The purpose of this thesis was to find out how perfume is created, and to analyze the differences between Eau de Parfum and Eau De Toilette and as a result create a perfume guide for customers and personnel at KICKS Vasa.

The respondent has through document studies, content analysis and evaluation discovered that perfume is created by perfumers, or "noses" who try to recreate a feeling or vision of a scent that is desired. The perfumers mix together different perfume oils from essential oils and synthetic materials that are blended with alcohol.

The most common essences of perfume are Eau de Parfum and Eau De Toilette. The most significant difference between these, lie in the mixture between perfume oil and alcohol. Eau de Parfum contains a larger amount of perfume oil and Eau de Toilette has a lower amount. This results in that Eau de Toilette is often a lighter version and it also effects the price which is often lower than Eau de Parfum.

The perfume guide also gives knowledge about perfume notes and olfactory groups. These are important components when you are buying or selling perfume.

Language: Swedish Key words: perfume, essential oils, fragrance, edp, edt, essence

The examination work is available at the electronic library Theseus.fi.

Innehållsförteckning

1 Inledning	1
2 Syfte och problemprecisering	3
3 Teoretisk grund	4
3.1 Parfymens historia.....	4
3.2 Parfymen idag	6
3.3 Parfymens struktur	8
3.3.1 Doftfamiljer.....	9
3.3.2 Doftnoter	10
3.4 Parfymens ingredienser.....	11
3.4.1 Eteriska oljor	12
3.4.2 De vanligaste doftämnen från naturen	13
3.4.3 Syntetiska doftämnen.....	16
3.5 De vanligaste essenserna.....	17
3.5.1 Eau de Parfum.....	18
3.5.2 Eau De Toilette	18
3.6 Tillverkning av parfym	18
3.7 Parfymens utseende.....	20
4 Tidigare forskning.....	22
5 Undersökningens genomförande.....	25
5.1 Dokumentstudier	25
5.2 Innehållsanalys.....	26
5.3 Evaluering	27
5.4 Undersökningens praktiska genomförande.....	28
6 Resultatredovisning och tolkning.....	30
6.1 Skapande av parfym.....	30
6.2 Skillnaden mellan Eau de Parfum och Eau de Toilette.....	33
6.3 Kunskapsgivande information om parfym.....	33
6.4 Evaluering av doftguiden	36
6.5 Sammanfattning	37
7 Kritisk granskning.....	39
8 Diskussion.....	42

Litteraturförteckning

Bilagor

Bilaga 1. Utvärdering

1 Inledning

”It is hard to imagine the care and concern that goes into seeking a new perfume, designing a bottle or even creating a simple packaging, This work is so absorbing that today I feel as much a perfumer as a couturier.” – Christian Dior.

Vi använder tusentals liter parfym varje dag och det är en stor del av hur vi framhäver vår personlighet och stil. Parfym är en del av vår utstyrelse, en accessoar. Vi vill dofta gott varje vår, sommar, höst och vinter och ofta har vi olika dofter till olika tillställningar, t.ex. en finare parfym som vi använder till fest eller en vardagsparfym som är lätt och fräsch. Parfym är lika vanligt för oss som att kamma håret, det hör till våra dagliga rutiner. Parfym är en flaska som innehåller en vätska eller s.k. ”juice” som doftar på ett speciellt sätt. Doften kan t.o.m. väcka minnen från ungdomen. Parfym är något unikt, det är något magiskt med hur parfym utvecklas på hyn och man får en känsla av välbehag.

Jag har alltid älskat parfym och funderat på hur man får en parfym att börja dofta på ett visst sätt. Vem skapar parfym och vad innehåller de för doftämnen? Ibland kan de ta flera år att framställa en parfym, det kan ta flera månader att lagra ett extrakt och tiotals år att designa den perfekta parfymflaskan. Det är det som gör parfymvärlden så intressant och mystisk. Den är full av överraskningar och hemligheter.

Vi lägger enormt mycket pengar på parfym och parfymindustrin växer allt starkare varje år. Både som kund och kosmetikförsäljare är parfym något som berör mig varje dag och jag har funderat på vad som gör att vissa parfym är så enormt populära. Vad är det som gör att en parfym lyckas och varför vissa säljer bättre än andra?

En annan sak som gjort mig ännu mer intresserad och fundersam på parfym är att det finns många olika versioner av samma doft. Det finns oftast en Eau de Parfum, Eau de Toilette och sen kan man hitta Eau Fraiche och Absolu i en doftserie. Vi känner en

skillnad mellan dessa även om dofterna har tydligt samma nyanser. Skillnaden ligger i blandningen, men på vilket sätt?

Jag har många gånger fått frågan vad det är för skillnad på Eau de Parfum och Eau de Toilette, och det har inte alltid varit lätt att svara på. Oftast kan man försöka förklara det på ett enkelt sätt, nämligen, Eau de Parfum är intensivare. En parfym doftar bäst på huden medan en Eau de Toilette doftar bäst på bl.a. kläder. Eftersom skillnaden mellan olika doftserier också är varierande är det inte alltid lätt att hitta ett bra svar. Jag har länge funderat på frågan och på skillnaden mellan de olika essenserna. Därför har jag bestämt att ta reda på. Jag vill veta hur en doft blir till, vilka steg det krävs för att få fram en färdig parfym. Detta är ett beställningsarbete åt kosmetikåterförsäljare KICKS i Vasa.

Syfte med denna kvalitativa studie är att undersöka hur man skapar parfym. Respondenten kommer också att undersöka och jämföra skillnaden mellan Eau de Toilette och Eau De Parfum som är de vanligaste essenserna. Respondenten vill undersöka detta eftersom hon märkt att det är en vanlig fråga bland kunder. Forskningen kommer att vara till nytta i form av en doftguide för försäljare och kunder på kosmetikaffären KICKS Vasa. Målet med doftguiden är att ge försäljare och kunder en förståelse för skapandet av parfym, skillnaden mellan Eau De Parfum och Eau De Toilette samt göra det lättare vid val av en ny doft.

Med hjälp av doftguiden ska man kunna kategorisera de olika doftfamiljerna och välja en doft som passar efterfrågan. Doftnoterna för varje doft kommer tydligt fram i guiden. I doftguiden kommer jag att satsa på att ta fram klassiska dofter eftersom dessa kommer att förbli i sortimentet. I doftguiden lyfter jag också fram klassiska dofter som eventuellt behöver mer marknadsföring.

2 Syfte och problemprecisering

Syfte med denna kvalitativa studie är att undersöka hur man skapar parfym. Respondenten kommer också att undersöka och jämföra skillnaden mellan Eau de Toilette och Eau De Parfum som är de vanligaste essenserna. Respondenten vill undersöka detta eftersom hon märkt att det är en vanlig fråga bland kunder. Forskningen kommer att vara till nytta i form av en doftguide för försäljare och kunder på kosmetikaffären Kicks Vasa. Målet med doftguiden är att ge försäljare och kunder en förståelse för skapandet av parfym, skillnaden mellan Eau De Parfum och Eau De Toilette samt göra det lättare vid val av en ny doft.

Forskningsfrågor:

1. Hur skapas en parfym?
2. Vad är skillnaden mellan Eau De Parfum och Eau De Toilette?
3. Hur skapar man en kunskapsgivande doftguide?

3 Teoretisk grund

I den teoretiska grunden har respondenten valt att ta fram parfymens historia, parfymen idag, ingredienserna i parfym, parfymens struktur, de vanligaste essenserna, själva tillverkningen av parfym och parfymens utseende. Dessa anses vara relevanta för att få den teoretiska grund som behövs för undersökningen.

3.1 Parfymens historia

Parfymens historia börjar väldigt tidigt. Redan i förhistoriska tider användes blommor, träd och oljor med andra naturliga dofter som rökelse för bl.a. njutning och för att ge en avslappnande och skön känsla för den som använde sig av parfymen. Att använda rökelse var också en fin gåva till gudarna. Genom röken for doften upp till himlarna, och det ansågs vara en av de finaste offergåvorna. Det är därifrån som parfym fått sitt namn, ”per funum” betyder genom rök. (Fransson, 2001, s. 5; Pavia, 1996, s. 8; Lodén, 2008, s 100)

Under antiken hade man redan utvecklat metoder för att skapa parfym. Blommor, kryddor och träslag kokades, pressades och torkades för att få olika dofter som kunde användas som parfym. Man ansåg att olika parfym kunde ha läkande eller helande krafter för de som använde dem. Parfymen hittade sin väg också till Grekland tack vare egyptierna och det var grekerna som påverkade hur parfymtillverkningens kurs ändrades. Grekerna använde en metod där de lät blommor, kryddor och andra väldoftande växter ligga i olja. Denna metod började användas av romarna också. Tekniken kallas *enfleurage* och betyder att man låter t.ex. blomblad ligga i kall olja tills doften dras ut. En annan metod som romarna också använde sig av var *maceration*, där man lät blomblad bada i olja eller fett för att ta vara på doften men till skillnad från *enfleurage* var oljan eller fettet varmt. (Girard-Lagorce, 2001, s, 8)

Det var inte vem som helst som fick använda parfymerna, utan det var endast det högre samhällskiktet som fick tillverka och använda dofterna, dessa var oftast präster eller läkare och de använde olika rökelser för att driva ut onda andar och för att bota

sjuka. Som läkemedel till de sjuka blandades recept av doftande oljor till salvor. (Fransson, 2001, s.5-7; Pavia, 1996, s. 8)

Historien berättar att Cleopatra var en stor dyrkare av parfym. Hon badade i parfymerat vatten och parfymerade sig med olika dofter för hud och hår. Hon använde så mycket parfym att man på flera kilometers avstånd kunde känna av hennes ankomst p.g.a. att även fartygets segel var parfymerade. Eftersom det spekuleras mycket om hennes utseende är det några historiker som påstår att den mängd parfym som hon använde påverkade människorna att uppfatta henne som en väldigt vacker kvinna. Det sägs också att det var därför hon använde så mycket parfym, för att göra sig mera attraktiv. (Aftel, 2003, s. 169; Drostel, 2006, s. 18)

Går man framåt i historien om parfym, stöter man på milstolpar som varit enormt viktiga för parfymens expanderings. På 1500-talet uppfann man destillationsapparaten. Det var araberna och folket i Mellanöstern, som var skickliga på att tillverka väldoftande puder och kryddor som uppfann tekniken att destillera. Det var också vid den här tiden man började utnyttja alkohol i samband med parfymtillverkning. Man blandade med alkohol för att doften skulle vara längre, och det är en grundpelare i dagens parfymtillverkning. (Girard-Lagorce, 2001, s, 9)

Barocken (1600-talet), var doftens århundrade. Hygienen var inte den bästa under 1600-talet. Epidemier härjade och man försökte rena och skydda sig med hjälp av parfym. Man använde mängder av bl.a. irispomada, jasminvax, ambra och mysk. Man parfymade nästan allt, kuddar, brevpapper, peruker och amuletter. De trodde på den tiden att man höll sig mera ren genom att parfyma sig, så desto mer, desto bättre. Under barocken kunde t.o.m. andedräkten lukta ambra. (Girard-Lagorce, 2001, s, 10)

Under 1800-talet hände en hel del som påverkat hur vi använder parfymen idag. Man började bl.a. urskilja på dam och herr dofter, och en av de största upptäckterna som skapade enorm påverkan för parfymindustrin, var den kemiska syntesen. På 1830-talet uppstod möjligheten att framställa dofter kemiskt. Inom parfymtillverkningen började bl.a. stora modehus använda sig av kemiskt framställda doftämnen. (Girard-Lagorce, 2001, s, 10-11; Simmons, s 34)

På 1920-talet började man använda aldehyd kemikalier i parfymtillverkning, som användes för första gången i Chanel's *No 5* år 1921. Coco Chanel var den som visade vägen för resten av parfymtillverkarna ända fram tills idag. Tack vare denna framgång blev parfymvärlden tillgänglig också för de vanliga arbetarna. (Girard-Lagorce, 2001, s, 10-11; Simmons, s 34)

3.2 Parfymen idag

Parfymtillverkningen är ännu idag en form av både konst och kemi. Konkurrensen är enorm och parfymindustrin har aldrig varit så stor som den är idag. Runtom i världen är värdet bakom parfymindustrin värt mer än 152 miljarder US dollar varje år. Parfymindustrin domineras av sex internationella företag som äger 57 % av den totala parfym marknaden och de säljer över 70 % av de parfymblandningar som finns på marknaden. Dessa är tyska Symrise, Firmenich och Givaudan från Schweits, International Flavors and Fragrances från USA, Quest från England och Takasago från Japan. (Sell, 2006, s. 2; s. 133; Tuominen, 2012, s, 27)

Idag används parfym inte endast som en kosmetikprodukt, utan parfym används också bl.a. som tillsatssämnen i olika kosmetika och t.o.m. i tvättmedel, biltillbehör och leksaker. När man tillverkar parfym används upp till 2000 olika råvaror och i en färdig parfym finns mellan 10-300 olika doftingredienser. (Lodén, 2008, s, 100)

Parfym används idag för att skapa njutning och en del parfym används för att minska stress och lugna ner, som t.ex. vanilj och jasmin. Dofter av olika citrusfrukter ska också ha en effekt att minska ångest och depression. Idag används parfym för att lyfta självförtroendet och också för att påverka sexualiteten. Med parfym vill man locka det andra könet och skapa intresse. Dofter som jasmin, ros, ylang-ylang, kanel och kardemumma har en effekt som kan effektivt skapa en romantisk stämning. Dessa är därför enormt populära i dagens parfymtillverkning. (Tuominen, 2012, s, 23-27)

Några av de mest populära parfymerna idag kommer från modehus som Dior, Guerlain, Lancôme, Calvin Klein, Chanel och Givenchy. Det är franska, italienska och amerikanska parfym som reglerar och konkurrensen mellan dessa är enorm.

Dessa parfymmärken regerar doftvärlden för både damer och herrar. (Tuominen, 2012, s.26; Niemi, 2004, s. 69-70)

Christian Dior blev känd över en natt tack vare The New Look, i samband med framgången år 1947 skapade han sin allra första parfym *Miss Dior* för att fullända sina kreationer. ”*Perfume is the indispensable complement to the personality of women, the finishing touch on a dress, the rose with which Lancret signed his canvases*” – Christian Dior. (Girard-Lagorce, 2001, s, 48-49; Dussard, 2011, s. 34.)

Guerlain är en av vår tids mest kreativa och framgångsrika parfymtillverkare. Guerlain började skapa parfymmer redan på 1800-talet och de mest berömda parfymerna är *L'Heure bleue* (”blå timmen”) som skapades 1912 och *Shalimar* som skapades 1925. Guerlain har skapat över 600 parfymmer under fyra generationer. (Girard-Lagorce, 2001, s, 72-80; Niemi, 2004, s. 80)

Lancôme började tillverka parfymmer på 1930 och mannen bakom detta var Armand Petitjean. Lancôme har en lång lista på storsäljare, bl.a. *Poème, Ô, Magie och Trésor*. År 1991 såldes över fem miljoner flaskor av *Trésor*, försäljningssumman var ca hundra miljoner och parfymen är fortfarande idag en klar stjärna i parfymhyllan. (Girard-Lagorce, 2001, s, 104-105)

Chanel är utan att tvekan en av världens populäraste parfymmärke. Coco Chanel har i flera årtionden regerat doftmarknaden med parfymmer som *Chanel No. 5* och *No. 19*. *Chanel No. 5* skapades av Ernest Beaux år 1921 och var den första i sitt slag tack vare den nya tillverkningsprocessen där man kunde använda syntetiska doftämnen i parfym, aldehyder, och i *No. 5* använde han sig av alifatiska aldehyder. Alifatiska aldehyder påverkar doftämnena som de förenas med och gör dem intensivare. Dessa Channels dofter är väldigt unika och svåra för konkurrenter att försöka återskapa. Channels *No. 5* fick också stjärnstatus efter att Marilyn Monroe sagt att det är den enda doften hon har på sig i sängen. (Girard-Lagorce, 2001, s, 44-55)

Calvin Klein är en formgivare från Amerika som föddes 19. november 1942. Han slog igenom år 1985 med sin första parfym, *Obsession*. Den blev en storsäljare och hade en väldigt sensuell, nästan erotisk karaktär. Efter det stora genombrottet började han skapa sin andra parfym, som skulle bli helt annorlunda. *Eternity* föddes. Parfymen

hyllar kärleken, den eviga kärleken och renhet. *Eternity* har blivit en klassiker och är en enkel, ren och modern parfym. (Girard-Lagorce, 2001, s, 30)

Givenchy skapade parfymen *L'Interdit* 1954. Parfymen associeras med Audrey Hepburn. Givenchy skapade parfymen speciellt för Audrey Hepburn och den hade inte något speciellt namn i början. När Givenchy började planera på att föra ut parfymen på marknaden hade Audrey ropat: ”*Nej, det är förbjudet! Det är ju min parfym!*”. Därifrån kom namnet *L'Interdit* (”det förbjudna”). (Girard-Lagorce, 2001, s, 64-65)

3.3 Parfymens struktur

Inom parfymindustrin pratar man om doftfamiljer och doftnoter. De olika doftfamiljerna förklarar parfymens karaktär och bl.a. hurudan typ av doft det är, t.ex. blommig eller orientalisk. Med doftfamiljer kan man lättare identifiera en parfym. En parfym har också precis som ett musikstycke olika noter. Dessa noter består av doftämnen som måste passa ihop för att doften ska lyckas. Detta tar tid, mycket planerande och testande innan man kommer fram till ett fungerande recept, en väldoftande parfym. (Fransson, 2001, s. 19; Denyer, 2011)

Man delar upp parfymfamiljerna i olika kategorier. Vid planering av en ny parfym har man en idé om hur parfymen ska struktureras upp och efter att man valt hurudan typ av parfym som ska skapas, börjar man undersöka vilka doftnoter man vill få fram i parfymen. Dessa doftnoter måste fungera med varandra och fånga kärnan i den idé av parfym de vill ha. (Fransson, 2001, s. 19-21; Maine, 2010)

Respondenten har valt att presentera några doftfamiljer från bl.a. den franska klassificeringen *Société française des parfumeurs*. Klassificeringen innehåller sju doftfamiljer: blommig, citrus, fougère, chypre, träig, orientalisk och läder. Respondenten har valt att tillägga några nyare doftfamiljer från den amerikanska klassificeringen som innehåller åtta doftfamiljer. Respondenten har valt en inriktning på sex doftfamiljer som är vanligare för damparfymer. Doftfamiljerna som respondenten valt är; blommig, grön, citrus, chypre, orientalisk och aldehyd. (Pavia, 1996, s. 69; Hitta parfym, 2014)

3.3.1 Doftfamiljer

Blommig. Den största parfymfamiljen är den blommiga. Parfymen inom denna familj är till största del väldigt fräscht blommiga, blommig-söt, blommig-frisk eller blommig-fruktig-frisk. Blommiga dofter ger också mjuka och bekanta dofter. Parfymen i den blommiga familjen innehåller eteriska oljor från blommor som t.ex. rosenolja eller jasminolja. Blommiga dofter brukar också kallas för buketter ifall parfymerna ger inslag av flera olika blommor. Blommiga parfymen brukar användas mest under vår och sommartid och oftast till vardag. Ett exempel på en klassisk doftserie som tillhör den blommiga familjen är Christian Diors *J'Adore* och Nina Riccis *L'Air du Temps* där nejlika får stå i fokus. (Fransson, 2001, s. 20, Tuominen, 2012, s. 123)

Grön. Inom den gröna familjen delar man in parfymen i frisk och balsamisk. De gröna dofterna ger en fräsch och ren känsla. De friska gröna parfymerna innehåller ofta gräsväxter och citrusfrukter medan de balsamiska ofta innehåller varmare och sötare nyanser av vaxer som t.ex. kåda. Parfymen som hör till denna familj ska kännas naturliga och också förknippas med den friska naturen. Gröna dofter passar bäst till vardag under sommartid. Exempel på parfym som hör till gröna parfymfamiljen är Giorgio Armanis *Acqua di Gio*. De gröna parfymerna går också ibland under citrus dofter eftersom de har egenskaper som påminner om varandra. (Fransson, 2001, s.20; Tuominen 2012, s. 122, Pavia, 1996, s. 69)

Citrus. Citrusdofter innehåller oftast noter från frukter och växter som lime, citron, apelsin, grapefrukt och mandarin. Dessa är väldigt fräscha och lätta att känna igen. De är nästan aldrig för intensiva, utan väldigt lätta, friska och uppiggande parfymen. Citron används också väldigt ofta i parfymen för män. Det är också vanligt att använda i damparfymen för dagsbruk. Dessa ger en känsla av renhet och en läskande karaktär. Vanliga citrusdofter är bl.a. Elizabeth Ardens *Green Tea Intense* som innehåller citron och Tommy Hilfigers *Tommy Girl 10* som innehåller grapefrukt. (Pavia, 1996, s. 69)

Chypre. Chypre står för parfymen som är mycket varaktiga och som kan användas både dag och kväll. Doftfamiljen chypre fick sitt namn av en mycket betydelsefull parfym som kom år 1917 och skapades av Francois Coty. Parfymen tillverkades av ingredienser som ekmossa, bergamott och patchouli. Basen på parfymen var en

intensiv doft av ekmossa. Inom chyprefamiljen delar man in parfymerna i frisk-mossig-aldehydisk, blommig-mossig-animalisk och mossig-fruktig. En typisk chypre doft som hör till frisk-mossig-aldehydisk eller grön chypre är Christian Diors *Miss Dior*. (Fransson, 2001, s. 20-21; Girard-Lagorce, 2001, s. 139)

Orientalisk. I denna familj finns parfymmer som är mycket kraftiga och exotiska. De är oftast menade för kvällsbruk. Parfymfamiljen fick sin start med doften Jicky av Guerlain år 1889. Det var den första doften av dess slag och familjen har en lång stamtavla. Orientaliska parfymmer kännetecknas av deras kryddiga karaktär med inslag av ambra, vanilj och pudriga nyanser. De lättare parfymerna inom familjen kallas för halvorientalisk-blommig. Två av de moderna orientaliska parfymerna är *Opium* av YSL som innehåller bl.a. kanel, och Calvin Klein *CK One* som innehåller bl.a. kardemumma. (Fransson, 2001, s. 21; Girard-Lagorce, 2001, s. 141; Tuominen, 2012, s. 122)

Aldehyder. En aldehyd är ett kolväte som hör till –CHO gruppen, alltså en kolatom med dubbelbindning till en syreatom och en väteatom. Desto större aldehyd molekyl har desto bättre doft. Dessa är oftast blommiga noter. Parfymmer som hör till aldehyd familjen är dofter som kan användas året runt. Undergrupperna i aldehyd familjen är aldehyd-blommig och aldehyd-blommig-träig-pudrig. En känd aldehyd doft är Chanel *No.5*. (Fransson, 2001, s. 20, Tuominen, 2012, s. 122-123)

På grund av att respondenten anser att aldehyd doftfamiljen är aningen svår att kategorisera valde hon att inte inkludera den i doftguiden, men eftersom aldehyder används ofta i parfymmer är den viktig att känna till.

3.3.2 Doftnoter

Parfymmer är uppbyggda av olika doftnoter. Dessa uppdelas ofta i tre noter, toppnot, hjärtnot och basnot. Dessa tre noter eller nyanser ska komponera en doft som skapar harmoni mellan de doftämnen som används. Det krävs nästan lika mycket övning att skapa en lyckad parfym som att komponera ett stycke musik. (Fransson, 2001, s. 23)

Toppnoten är det allra första man känner av när man doftar på en parfym. Det är toppnoten som ska fånga bärarens intresse. Toppnoterna brukar vara väldigt flyktiga

kemikalier och håller i ca 10-15 minuter och skapar oftast ett minnesvärt intryck. Topppnoten lyfter fram parfymen och ger den personlighet. Typiska toppnoter är citronolja och olika blomdofter. Topppnoten kan hålla i upp till fem timmar, men efter ca 15-30 minuter kommer hjärtnoten in i bilden som skapar ett bredare och ofta mjukare tema på parfymen. (Fransson, 2001, s, 23-24, Lodén, 2008, s. 100-101; Tuominen, 2012, s. 122)

Hjärtnoten kommer fram när toppnoten sakta börjar avta utan att försvinna helt. Hjärtnoten eller mellannoten skapar parfymens karaktär och det är den som påverkar hur parfymen börjar dofta på din hud. Hjärtdoften påverkas av din egen hud och värme som gör att den kan dofta lite annorlunda på olika människor. Hjärtnoten varar några timmar på huden och utgör tillsammans med basnoten, parfymens huvudtema. Oftast är hjärtnoten någon form av blomdoft eftersom t.ex. fruktiga dofter försvinner fortare. (Fransson, 2001, s, 23-24, Lodén, 2008, s. 100-101; Tuominen, 2012, s. 122)

Basnoten ges oftast av de mest långlivade substanserna. Basnoten kännetecknas som ”den lägsta noten” eftersom parfymören använder de doftämnen som ska vara längst. Det är basnoten som ger grunden för hur länge en parfym hålls på huden. Den är bäraren på toppnoten och hjärtnoten och ska skapa grunden för parfymen. Dessa dofter som används har medvetet blivit framställda och modifierade för att avdunsta långsammare samt hållas längre på huden. Basnoten kan i vissa finare parfymmer hålla upp till ett par dagar på huden. (Fransson, 2001, s, 23-24, Lodén, 2008, s. 100-101; Tuominen, 2012, s. 123)

3.4 Parfymens ingredienser

Ingredienser som används inom parfymtillverkning är oftast en blandning av eteriska oljor och syntetiska doftämnen. En parfym kan innehålla ca 10-300 olika doftämnen. Syntetiska doftämnen, eteriska oljor och andra ingredienser behövs för att skapa den typ av parfym som önskas. En parfym innehåller oftast aromatiska växter som t.ex. blommor, olika kryddor men också träd och gräs är vanliga växter som används i framställningen. Dessa utvinns till eteriska oljor av växtens blomma, blad, kvistar, ved eller stam. Många parfymingredienser har naturligt ursprung medan en del framställs

syntetiskt. I parfymer finns också doftämnen från djurriket. De vanligaste bland dessa är mysk och ambra. Idag används animaliska doftämnen väldigt sällan eftersom de är svåra att få tag på, väldigt dyra och en del av dem är förbjudna. (Lodén, 2008, s, 100)

3.4.1 Eteriska oljor

En parfym skapas till stor del av eteriska oljor, d.v.s. oljor som finns i växter. Eteriska oljor utvinns ur olika växtdelar eller beståndsdelar av en växt. Det kan vara t.ex. blommans kronblad, skal av en frukt, frön av en växt eller veden av ett träd. Dessa oljor finns naturligt i växten som måste utvinnas för att kunna ta vara på den. Det finns flera olika sätta att utvinna eteriska oljor, bl.a. genom destillering, extrahering, pressning, enfleurage eller maceration. De tre vanligaste och lönsammaste metoderna att utvinna eteriska oljor är genom destillering, pressning eller extrahering. (Lodén, 2008, s, 100; Simmons, 1995, s. 204-205)

Destillering sker med hjälp av en stor behållare eller tank som har en sil i botten. Växtens beståndsdel som ska destilleras läggs i behållaren och en mycket kraftig ånga pressas underifrån som tränger igenom beståndsdelarna. Det varma trycket öppnar växten och oljan frigörs. Ångan överför den eteriska oljan till ett avkylningssystem. När ångan kyls ner blir den till vatten. Eftersom vattnet väger mer än den eteriska oljan, samlas den på ytan. Man silar sedan bort vattnet och den eteriska oljan renas genom filtrering. (Salvesen, 2001, s. 4; Simmons, 1995, s. 204)

Pressning sker oftast med olika citrusfrukter som t.ex. apelsin, mandarin och citron. Det betyder att frukten eller fruktens skal pressas med mycket hög kraft så att fruktens vätska eller olja kan tas tillvara och lagras. Frukten tvättas och pressas i jättelika spolar där oljorna separeras från vattnet med hjälp av cirkulerande rörelser med hög hastighet. De flesta citrus oljor som används till kosmetika utvinns genom pressning. (Salvesen, 2001, s. 4, Sell, 2006, s, 33)

Det finns både varm och kall pressning. Det är vanligare att det sker med kallpressning där värme uppstår endast via friktionen i pressningen. Vid varmpressning värmer man upp råvaran till 80-100 grader celsius så att cellväggarna går sönder. Via varmpressning kan man utvinna mer olja. (Andersen, 2004, s. 6.)

Extrahering betyder att man lägger växten eller växtens beståndsdel i en lösning, t.ex. *hexan*, som utvinnet den eteriska oljan. När man extraherar en växt kallas slutprodukten av den eteriska oljan för *absolut* eller *resinoid* d.v.s. det mest äkta aromämne. Vid extrahering får man också biprodukter av växten t.ex. vaxer som i fastform kallas *concrète*. Extrahering är en bra metod för bl.a. sköra växter som annars kan skadas vid destillation. (Salvesen, 2001, s. 4; Simmons, 1995, s. 205)

3.4.2 De vanligaste doftämnen från naturen

Den vita jasminten är en av de dyrbaraste blommorna som används inom parfymindustrin. Upp till 80 % av kvalitetsparfym som finns innehåller just denna eftertraktade blomma och är oftast kärnan i en parfym, en fyllig hjärtnot. Jasminten odlas i mycket stor skala bl.a. i Grasse södra Frankrike, Indien och Marocko för parfymtillverkning. Jasmin är ingen enkel blomma att skörda eftersom man måste plocka varje blomma för hand. Till 1 kg jasminabsolut behövs ca 8 miljoner blommor. Jasminten extraheras, d.v.s. den dränks i en lösning som tar vara på blomdoften. (Fransson, 2001, s. 11-12; Pavia, 1996, s. 37; Aftel, 2003, s. 121-122, 126)

Rosen är en annan välbekant och mycket omtyckt eterisk olja som används i dagens parfymtillverkning för dess romantiska och feminina karaktär. Rosen eller ”blommornas drottning” som den grekiska poeten Sapfo kallade den, blir genom extrahering av rosenolja (från kronbladen) till ett väldoftande rosenvatten. Den vanligaste rosen som används i parfymtillverkning är *damascenerros*. Av kvalitetsparfymerna innehåller ca tre av fyra parfym rosenolja och används för det mesta som hjärtnot. Den starkt doftande rosen är mycket eftertraktad eftersom det behövs 5 ton blommor för att pressa 1 kg rosenolja. Rosen odlas i mycket stor skala i Grasse södra Frankrike, Marocko, Bulgarien och Turkiet. (Fransson, 2001, s.14-15; Pavia, 1996, s. 36-37, Aftel, 2003, s. 120)

Lavendel användes redan av romarna under antiken där de badade i vatten som var parfymerat av lavendel. Lavendel används ofta i parfym och kosmetika p.g.a. dess rena doft och är en örtigare karaktär till hjärtnoten. Lavendelolja utvinns genom destillering. Innan man destillerar lavendelplantan bör den först torkas och sedan knyts den ihop till buntar. Idag odlas lavendel i största del i södra Frankrike och

Jugoslavien. För att skapa 8-10 kg lavendelolja behövs 1 000 kg lavendelplantor. (Fransson, 2001 s. 13, Aftel, 2003, s. 119)

Ylang-ylang blommar i ylang-ylangträdet i den tropiska sydöstra delen av Asien och Filippinerna. Ylang-ylang eller den s.k. "fattigmansjasmin" -blommans doft är lik jasmin. Skillnaden mellan dessa är att ylang-ylang blommans intensiva doft uppträder först 2-3 veckor efter att den slagit ut i blom. Vill man ta tillvara på doften bör man plocka och utvinna oljan i rask takt genom destillering. Från ett träd får man ca 10 kg blommor per år och för att kunna utvinna 1kg eterisk olja behövs upp till 40 träd. Ylang-ylang används mest i kvalitetsparfymmer som både toppnot och hjärtnot. (Fransson, 2001, s.17; Pavia, 1996, s. 39; Aftel, 2001, s. 122-123)

Tuberos eller natthyacint som den också kallas, är en av de mest värdefulla blommorna som används i parfymtillverkning idag. Tuberosen har en tyngre, mera fyllig och varm honungslignande doft som blir starkare när solen gått ner. Därifrån kallas den natthyacint. Tuberosen odlas flitigt i Frankrike, Italien och Marocko. Det behövs ca 1200 kg blommor för att producera 200 g tuberosolja. Tuberos används i en femtedel av de lyxigaste parfymerna på marknaden och det påverkar också priset på parfymen. (Fransson, 2001, s. 16; Pavia, 1996, s. 38)

Sandelträd är ett av de vanligaste trädslagen som används i parfymtillverkning idag. Den används flitigt i parfym för både kvinnor och män. Sandeloljan ger en mycket varm och lyxig nyans i en träig karaktär. Sandeloljan utvinns genom destillering av träflis. Träfliset får man av trädets ved och rot. Sandelträd växer i Indien och Indonesien och p.g.a. dess kvalité och användning i lyxparfymmer är sandelträd ett av världens mest dyrbara träd. Det som gör sandelträdet enormt värdefullt är att de behöver växa i över 30 år innan man kan utvinna en fullt utvecklad olja. Sandelträd är en väldigt bra basnot i parfymmer eftersom den bär upp andra dofter. (Fransson, 2001, s. 15; Pavia, 1996, s. 42; Aftel, 2003, s. 90-91)

Kanel används också i parfymmer, speciellt i den orientaliska familjen där det är vanligare att man använder kryddor. Kanel kommer från kanelträdet och man kan utvinna eteriska oljor från barken, löven och roten. Barken är dyrbaraste av dessa. Den typ som används mest inom parfymtillverkningen är *Cinnamomum zeylanicum* som växer i Sri Lanka och Malaysia. Kanel har en varm men intensiv doft som övergår i kryddiga men söta toner som utgör en mild hjärtnot. Eftersom vi förknippar

kanel också med bakverk ställer den stora krav på parfymörens kreativitet att arbeta med kryddan. (Pavia, 1996, s 42; Aftel, 2003, s. 118)

Kardemumma är en annan krydda som används i bl.a. orientaliska parfymer. Kardemumma kommer från frön av *Elettaria cardamomum* som är en planta. Fröna destilleras och oljan som utvinns av fröna har en gulaktig nästan genomskinlig konsistens. Plantan växer i Indien, Sri Lanka, Indonesien och Central Amerika. Kardemumma som eterisk olja har en väldigt varm aromatisk doft med nästan söta och fruktiga inslag, därför passar den bra som toppnot och hjärtnot. (Pavia, 1996, s. 45; Wildwood, 1995, s. 60, Aftel, 2003, s. 137)

Vanilj används också flitigt i orientaliska parfymer. Vanilj har en kraftig, nästan balsamisk arom som omfamnas av en söt karaktär. Vanilj utvinns genom extrahering av vaniljböner eller vaniljstänger. Vaniljplantan är en klätterväxt som hör till örtväxter och dessa är orkidéer. Plantan kommer huvudsakligen från Madagaskar, Tahiti, Mexiko och Komodo öarna. Vanilj passar utmärkt som både hjärtnot och basnot i en parfym. (Wildwood, 1996, s. 82, Aftel, 2003, s. 104-105)

Animaliska doftämnen är också väldigt kända inom parfymtillverkning. Mysk, ambra, sivet och bävergäll är de fyra animaliska doftämnen. Dessa användes ofta förr i tiden som naturliga doftämnen, men idag används kemiskt framställda doftämnen för att ersätta de animaliska. Animaliska doftämnen i parfym sägs ha en beroendeframkallande karaktär, dessa är s.k. väldigt unika afrodisiakum. Dessa doftämnen används som basnoter. (Hess, 2012, Aftel. 2003, s 93-98)

Mysk kommer från små hjortar som lever i Asien. Mysken produceras i hanens buk där det finns en s.k. mysksäck. Mysk är ett sekret som färskt är rödaktig och liknar honung, men torkat är det svart. Den har en väldigt intensiv doft som är svår att undvika och betraktas på många håll som ett afrodisiakum. I parfym är myskens uppgift att skapa en sammanhängande täthet och välbalanserat hittas den i bl.a. orientaliska dofter. Mysken i dagens parfymer tillverkas oftast syntetiskt, men är inte lika aromatisk, eller hållbar som äkta mysk. (Girard-Lagorce, 2001, s, 141;)

Ambergris eller ambra är ett ämne som kommer från kaskelottvalen. Ämnet kommer från djurets tarmsystem som den hostar upp. Flera ton ambergris kan samlas

vid stränder och det kan ta år innan man upptäcker den. Den har en väldigt speciell doft som påverkats av en kombination av havet och solen. Ambrans doft kan kännetecknas som en mysk doft med inslag av bl.a. tobak, hav och mylla. Idag används oftast syntetiskt framställt amber men är ingenting likt den ursprungliga karaktäristiska doften. (Girard-Lagorce, 2001, s, 138; Aftel, 2003, s. 94)

Sibet eller sibetextrakt kommer från sibetkatten som är ett litet däggdjur i Afrika. Sibetkatten utsöndrar ett sekret, sibetsekret som är ett otroligt starkt luktande ämne. Ämnet är gult och nästan flytande men i kontakt med syre blir det mörkare och konsistensen blir mer som en salva. För att kunna ta tillvara på sibetextrakt behöver man hålla sibetkatten i fångenskap, där man retar djuret för att den ska utsöndra sekretet. Per vecka ger det endast 3-4 g sekret. Idag framställs sibetextrakt syntetiskt eftersom det är förbjudet att använda naturligt sibetextrakt p.g.a. den plågsamma processen som djuret utsätts för. (Girard-Lagorce, 2001, s, 142; Aftel, 2003, s. 96-98)

Bävergäll användes förr i tiden i parfymer, bl.a. *Kouros* och *Fidji* är kända klassiska parfymer som innehåller detta animaliska doftämne. Bävergäll har en oljig konsistens som bävern använder för att skydda sin päls. Doften påminner om läder och bläck. Idag är det mera sällsynt och också bävergäll som doftämne framställs mer syntetiskt. Bävergäll eller castoreum kommer från bäverns analkörtlar. (Hess, 2012; Pavia, 1996, s. 34-35; Girard-Lagorce, 2001, s. 138)

3.4.3 Syntetiska doftämnen

Syntetiska material började användas under 1800-talet och var en enorm framgång i parfymtillverkningen. Syntetiskt betyder att det är ett kemiskt framställt doftämne i laboratorium, det är alltså inte naturligt i sig, utan man har försökt återskapa en molekyl som liknar en naturlig molekyl. På detta sätt kan man skapa doftämnen som doftar nästan likadant som naturliga doftämnen som utvinns av bl.a. frukter och andra växter. Genom att kemiskt framställa syntetiska doftämnen kan man skapa parfymer med förmånligare ingredienser. (Simmons, 1995, s. 206-207; Lodén, 2008, s. 61)

Idag finns det tusentals olika syntetiska ämnen som används i parfym. I parfymer som tillverkas innehåller 85 % syntetiska doftämnen. Syntetiska ämnen är viktiga eftersom

de erbjuder ett bredare sortiment av dofter, det är förmånligare att använda, kvaliteten är konsekvent och det finns pålitliga mängder av material. (Simmons, 1995, s. 206-207; Lodén, 2008, s. 61)

Syntetiska ämnen kan delas in i olika klasser när det gäller aromatiska kemikalier och de vanligaste är alkoholer som har blommiga noter. Exempel på alkoholer är geraniol som utvinns från citronella oljan och påminner om rosens doft, och linalool som påminner om doften av liljor. Aldehyder kan också ha blommiga noter men det är mycket vanligt att de doftar citron. En vanlig aldehyd som används i parfymer är citronellal. (Simmons, 1995, s. 206-207; Wildwood, 1995, s. 37)

Acetat är en blandning av en aldehyd och en alkohol, dessa blir oftast mera gröna doftnoter. Acetater kan också användas för att skapa en träig nyans i doften.

Ketoner används i parfymer där man vill skapa en tyngre blommig doft. En vanlig keton som används i parfymer är dihydrojasmon som är en syntetisk version av jasmin. (Simmons, 1995, s. 206-207; Wildwood, 1995, s. 38; Sell, 2006, s. 48-50)

Estrar används vid skapande av fruktigare dofter. Dessa kan också ha en blommig nyans. En ester inom parfymtillverkning är benzyl acetate som har en doft som påminner om jasmin, men det är vanligare att fruktestrar används i parfymer. Fruktesenser som t.ex. benzyl propionate påminner om ananas. Estrar används också som mjukgörare och de sprider sig väldigt bra på huden. Dessa är kemiska föreningar mellan syror och alkoholer som också har antibakteriella egenskaper. (Simmons, 1995, s. 206-207; Andersen, 2004, s. 11; Lodén, 2008, s. 61)

3.5 De vanligaste essenserna

Det finns flera olika varianter av parfymer eller koncentrationer av blandningar. Det är oftast så att desto mer parfymessens parfymen innehåller, desto värdefullare parfym. Alkohol blandas sedan med varje koncentrat och framställs på ett sätt som ska utlösa doften vid normala temperaturer. (Fransson, 2001, s.5; Pavia, 1996, s. 8)

De vanligaste doftessenserna som används idag är Eau De Parfum, Eau De Toilette, Eau De Cologne och Eau Fraiche. Eau betyder vatten fastän doftessenserna innehåller

endast en mycket liten del vatten. Respondenten kommer att beskriva, jämföra och få en förståelse för skillnaden mellan de två vanligaste av dessa, d.v.s. Eau De Parfum och Eau De Toilette. (Fransson, 2001, s. 29-30)

3.5.1 Eau de Parfum

Eau de Parfum är kanske den vanligaste doftessensen som tillverkas i dagens parfymindustri. Eau de parfum innehåller en större mängd doftämnen än andra essenser. Eau de parfum innehåller oftast dyrare ingredienser eller doftoljor som påverkar priset i hyllan (jämför t.ex. *J'Adore EdP* och *EdT*). Blandningen brukar innehålla 8-15 % parfymolja, men det varierar. En s.k. äkta parfym kan innehålla upp till 50 % parfymolja. Det som tydligast kännetecknar Eau de Parfum är blandningen med alkohol. Vanligaste lösningsmedlet är etanol och spädningen sker vid 90 grader celsius. Även om Eau de Parfum är det vi anser vara dyrbar parfym är essensen inte lika värdefull som äkta extrakt. (Lodén, 2008, s. 100-102; Girard-Lagorce, 2001, s. 140; Drostel, 2007, s. 85)

3.5.2 Eau De Toilette

En annan vanlig parfymessens som hittas i parfymhyllorna är Eau De Toilette, den tillverkas också flitigt och är en av de populärare versionerna av en doftblandning. Eau de Toilette innehåller också rikligt med doftämnen. I Eau de Toilette varierar parfymoljan från 4-8% vilket är mindre än i eau de parfum. Det finns också en skillnad i blandningen av alkohol. Eau de Toilette innehåller alkohol och ibland också vatten som lösningsmedel. (Lodén, 2008, s. 101, Drostel, 2007, s. 85)

3.6 Tillverkning av parfym

Innan man kan börja framställa en parfym, behövs en klar idé om vad parfymen ska ge för intryck. Det är inte lätt att blanda ihop en lyckad parfym, därför krävs det en bra näsa, perfekt kunskap om olika råmaterial och tålamod. Det finns en del s.k.

”näsor” eller parfymörer i världen som har skapat en lyckad parfym. Dessa är kända inom branschen och blir genast eftertraktade parfymörer. En av världens mest kända parfymörer är Francois Demachy som skapat en lång lista parfymmer för modehuset Christian Dior, men också för Givenchy, Kenzo och Fendi. (Denyer, 2011; Maine, 2010; Fragantica, 2013)

Givaudan som är världens största företag inom parfym, skolar upp framtida parfymörer som drömmer om att skapa den nästa storsäljaren. Det är väldigt få som har lyckan att bli antagen till Givaudans utbildningsprogram för parfymörer. Ibland tar de in ca 5 studeranden och vissa år inga alls. Dessa elever går igenom hårda utmaningar och test för att ge dem den grund de behöver för att kunna lyckas i branschen där konkurrensen är hög. (Denyer, 2011)

Parfymtillverkningen börjar med att en beställare presenterar sin idé på en parfym som de t.ex. vill få ut på marknaden till jul. Oftast har beställaren en färdig vision av hur marknadsföringen och parfymen kommer att se ut innan parfymen eller juicen är färdig. (Maine, 2010; Denyer, 2011)

Inom parfymtillverkningen krävs det en hel del planering och förberedelse innan man har ett färdigt parfymrecept. Det kan ta väldigt lång tid innan man har ett godkänt recept. När man väl har fått ihop de komponenter som behövs kan man börja tillverkningen och göra tester med receptet. Parfymerna tillverkas i toppmoderna laboratorier där maskineri återskapar de mest invecklade recept in i minsta detalj. Ingredienserna som man valt, blandas ihop till en parfymolja som sedan lagras i flera veckor, ibland månader för att mogna. När blandningen av alla kemiska substanser har förenats späds koncentratet ut med alkohol, oftast etanol. (Fransson, 2001, s. 26-27; Maine, 2010)

När man blandar en parfym brukar man börja med basnoterna eftersom dessa ger doftens grund. Parfymören antecknar noga exakt hur många droppar han eller hon använder av doftolja. Sedan tillsätts hjärtnoterna, dessa ska försköna doftens basnoter och ge doftens karaktär som en bra övergång mellan toppnot och basnot. Till sist blandar parfymören toppnoterna som ska ge doftens första intryck, det kan vara friska noter eller t.ex. sötare noter, beroende på hurdan parfym som skapas. (Aftel, 2001, s. 162-163)

Det ställs höga krav på parfymören, tidspress och strikt budget är något som är vanligt i parfymtillverkningen idag. Det lönar sig alltså inte att bara på må få blanda ihop några ingredienser i hopp om att lyckas. Parfymören måste i förväg kunna känna av hur dofterna kommer att anpassa sig, vilka som passar ihop och vilka man ska undvika för att kunna skapa den doft som beställaren vill ha. Efter en tid av testande och planerande har parfymören blandat ihop några exemplar som motsvarar det som beställaren söker. Beställaren i sin tur godkänner eller underkänner dessa. Det gäller för en skicklig parfymör att genast eller väldigt snabbt få det rätt, annars står hans eller hennes rykte på spel. Om beställaren underkänner exemplaren måste parfymören börja om från början eller fortsätta jobba på blandningarna och försöka få det rätt. (Simmons, 1995, s. 207-208; Maine, 2010)

Produktionen av parfym ser lite ut som ett spindelnät, allting och alla berörs och påverkas av varandra. Först har man en idé, en parfym som man vill sälja, som ska vara billig att tillverka så att företaget kan göra vinst. Parfymören måste se till att ingredienserna som används ska vara av hög kvalitet men ändå till ett förmånligt pris. Parfymören och beställaren bör ha ett fullt partnerskap eftersom parfymören får ta del av bl.a. företagets marknadsföringsplaner, budgeter och annan information som kan vara sensitiv för företaget.

Parfymen som ska säljas måste också genomgå olika säkerhetstester innan den kan godkännas för försäljning. Alla ingredienser i en parfym måste testas, granskas och godkännas av RIFM (*Research Institute for Fragrance Material*) eller IFRA (*International Fragrance Association*) och de måste kunna hänvisas till COLIPAS (*Cosmetics Europe*) rekommendationer. REACH (*Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals*) trädde i kraft 2007 som ser till att kemikalierna som används är tillåtna för användning i bl.a. kosmetika. (Sell, 2006, s. 140-141; Cosmetics Europe, 2014; Anttonen, 2011, s. 33)

3.7 Parfymens utseende

Förr i tiden användes bl.a. sten, lera, porslin och ädelmetaller som behållare av parfym, medan i dagens läge används för det mesta glas. Tillverkningen av

glasflaskor utvecklades på 1900-talet när det blev allt viktigare att satsa på marknadsföring och grafisk design. Art Deco stilen kännetecknar parfymflaskor på 1920-talet, d.v.s. färggranna och modigt formade skapelser. Tillverkningen av parfymflaskor blev mer innovativ och modern. Modehusen satsade enormt på parfymens utseende för att påverka försäljningen. Från och med 1930-talet kunde man tillverka parfymflaskor i glas med hjälp av maskiner tack vare mekaniseringen. (Pavia, 1996, s. 8-28; Parfymtorget, 2012; Lersjö, 2008, s 29).

Glas består av sand, soda och kalksten. Glas används eftersom det går bra att återvinna, och den största fördelen med att förvara parfym i glas, är att det är inert. Inert betyder att det inte reagerar med innehållet. Glas är ogenomträngligt och produkter i glasförpackning oxiderar inte lika lätt. Glas kan man kreativt forma och färga, och på detta sätt kan man påverka på vilket sätt den ska tilltala oss eller vilket budskap man vill medföra med parfymen. Nackdelar med glas är att det är tyngre än andra material och ifall de går sönder kan det skada miljön och omgivningen. (Fransson, 2001, s. 37-38, Lodén, 2008, s. 112.)

När man designar en parfym eller annan kosmetisk produkt vill man framföra ett budskap till den kund man vill nå. En parfym ska man kunna kategorisera genom att titta på utseendet. Färgen, formen och texten på produkten påverkar konsumenter enormt. Vanliga färger som används på kosmetikaprodukter är guld, vitt och rosa eftersom dessa ger känsla av kvinnlighet, lyx och renhet. Designen på förpackningen är väldigt viktigt eftersom parfymflaskor är också en del av personligheten. Man vill med hjälp av parfymflaskorna och annan kosmetika framhäva personligheten och ha lite lyx i vardagen där kosmetiska produkter fyller oss med välmående av känslor och upplevelser. (Niemi, 2004, s. 50, s. 101-106;)

4 Tidigare forskning

Respondenten har sökt tidigare forskning på databaser som Google Scholar, ALLÄRS, Metalib och Melinda. Sökord som använts är perfume, fragrance, doft och eteriska oljor. Sökningar har också gjorts på Yrkeshögskolan Novias bibliotek i Roparnäs, Vasa stadsbibliotek och Tritonia på brändö. Hon har hittat resultat från Vasa stadsbibliotek, på Yrkeshögskolan Novias bibliotek, MetaLib och Google Scholar.

Sell (2006) har gjort en undersökning om kemin bakom dofter. Undersökningen som han gjort för företaget Quest International behandlar dofters uppbyggnad, hur det utvecklas och på vilket sätt de uppfattas av olika människor. Han lyfter fram den tekniska sidan av parfym, men också den artistiska sidan som krävs för att en parfymör ska kunna lyckas i parfymbranschen. I hans undersökning får man ta del av hur ingredienser utvecklas och tillverkas. Hur en parfym utvecklas och analyseras innan den marknadsförs. Han undersöker också på hurdana sätt parfym påverkar oss, inte bara luktsinnet utan också från en psykologisk synvinkel. I hans undersökning kommer det bl.a. fram att ingredienserna i parfym är en blandning av eteriska oljor, syntetiska doftämnen och alkoholer. Han beskriver också skillnaden mellan eteriska oljor och syntetiska doftämnen med hjälp av kemiska formler.

Christel Lindman (2007) har skrivit ett examensarbete om vad naturliga hudvårdsprodukter innehåller och deras ursprung och funktion. I arbetet har respondenten klargjort skillnaden mellan två hudvårdsserier och där hon undersökt hur pass naturliga ingredienser som använts. Lindman skriver att den kvalitativa studien visar ett slutresultat där naturlig kosmetika inte innehåller endast naturliga ingredienser utan också en del semisyntetiska och syntetiska.

Vivi Brandt (2010) har undersökt hur kosmetikmarknaden inom huvudstadsregionen ser ut. På vilket sätt den finska kosmetikkonsumenten beter sig samt hur Finlands kosmetikmarknad ser ut idag. Hon har bl.a. undersökt vilka faktorer påverkar kunden då hon handlar. Resultatet av hennes enkätundersökning visar att kosmetikamarknaden expanderar varje år. Hudvård och makeup produkter är populära, men parfym går mer sällan åt. Hon nämner att kosmetikaföretag kunde öka parfym försäljningen genom att skicka hem parfymprover med kombination av

erbjudanden av olika slag. Detta examensarbete har hon gjort i samarbete med Kicks Kosmetikkedjan.

Kaarlo Virtanen (2009) har gjort en undersökning om hur dofter påverkar vid marknadsföring av någon produkt. Studiens syfte var att ta reda på hur mycket försäljningstillväxt påverkas procentuellt genom att använda dofter vid marknadsföringen. Undersökningen gav positiva resultat och försäljningen av produkten i fråga förbättrades tydligt. Slutresultatet med undersökningen är att dofter påverkar vid köp av vara.

Luca Turin och Tania Sanchez (2008) har undersökt och kategoriserat olika typer av dofter. De har med hjälp av undersökningen kunnat forma en parfym guide för alla, både män och kvinnor i alla åldrar. Undersökningen ger en bred kunskap om hurdana dofter finns på marknaden och hur man ska välja dofter, eftersom de har räknat upp de vanligaste dofterna som finns på marknaden, beskrivit dessa och gett dem betyg. De lyfter också fram viktiga element som användningen av ingredienser, ingrediensernas säkerhet och skillnaden mellan innehåll och olika parfymmer. Det är den enda undersökningen av sitt slag hittills.

Hellsten (2011) har gjort en studie kring parfymförpackningar. I hennes undersökning har hon studerat bl.a. parfymförpackningens historia, mode- och konsumentbeteende. Syftet med hennes undersökning var att utveckla en ny parfymförpackning som en accessoar. Hon ville också skapa en sammanhängande och fungerande helhet där material och färger stöder varandra. Resultatet av hennes undersökning blev en färdig modell av en parfymflaska som man enkelt kan bära med sig. Hon nämner i sitt resultat att tillverkningen av prototyperna och val av material var undersökningens mest utmanande del.

Hämäläinen (2011) har grundligt forskat i den antika Egyptens skönhetsvård och kosmetik. Hon har riktat in sig på skönhetsrutiner, kosmetikprodukter, råmaterial, tillverkningsprocesser, förpackningar och andra redskap som användes. Hon har samlat information via dokument samt analyserat innehållet. Hennes resultat visar att kosmetik användes flitigt under antiken och man tillverkade kosmetika av flera olika ingredienser. Kosmetikan tillverkades relativt enkelt men på ett artistiskt sätt som förvarades i fina behållare. Kosmetik var en mycket viktig sak och de brydde sig om sitt utseende.

Sammanfattningsvist beskriver Sell (2006) tillverkningsprocessen samt förklarar den kemiska sidan av parfymer, bl.a. eteriska oljor, syntetiska ämnen och parfymindustrin ur ett företags synvinkel. Lindman (2007) bevisar också att naturkosmetika innehåller inte enbart naturliga ingredienser utan en blandning av naturliga, syntetiska och semisyntetiska ingredienser. Brandt (2010) har gjort en marknadsundersökning via en enkätundersökning med inriktning på kosmetikkonsumenter där resultatet visar att marknaden växer men parfymer går mer sällan åt. Virtanen (2009) visar att dofter har stor betydelse för kunder, dofter förbättrar försäljning. Turin & Sanchez (2008) har framställt en doftguide där de beskriver lyckade dofter och vilka ingredienser som använts. Hellsten (2011) utvecklade en parfymflaska och förklarade att processen att tillverka prototypen och val av material var utmanande. Hämäläinen (2011) beskriver att redan under antiken tillverkades skönhetsprodukter som parfymer där förpackningen hade stor betydelse.

5 Undersökningens genomförande

I denna kvalitativa undersökning kommer respondenten att använda sig av dokumentstudier som datainsamlingsmetod. Hon kommer att använda innehållsanalys som dataanalysmetod och även en evaluering av den praktiska delen. Enligt Sörensen & Olsson (2007, s. 65) syftar kvalitativ undersökning på en forskning som ger beskrivande data. I en kvalitativ forskning vill man undersöka hur något är beskaffat, en egenskap eller karaktärisera en undersökning. Man försöker finna modeller eller beskrivningar som förklarar ett fenomen eller sammanhang. I en kvalitativ undersökning bör datainsamlingsmetoderna grundas på hur de uppfyller det problem eller syfte som ställs. Kvalitativa metoder innebär att man har ett förstående syfte och med hjälp av att samla in data och information kan få en djupare förståelse för det vi undersöker. Kvalitativ metod behandlar och kombinerar bl.a. direkt observation, deltagande observation, informantintervjuer och analys av källor. I utvärderingen planeras vad som ska utvärderas, på vilket sätt och i vilket skede. (Sörensen & Olsson, 2007, s. 65-66; Carlström & Hagman, 1995, s. 102; Holme & Solvang, 1997, s. 91)

Respondenten kommer att använda sig av evaluering av slutprodukten i studien. Slutprodukten i arbetet är doftguiden.

5.1 Dokumentstudier

Med dokumentstudier avses att man med hjälp av litteratur från bl.a. böcker och vetenskapliga artiklar samlar in data som behövs för forskningen. Det som är relevant för den undersökning respondenten gör. Respondenten använder sig främst av böcker och artiklar som är uppdaterade inom ämnet, det är viktigt att dokumenten som används inte är för gamla. (Bell, 2000, s. 62)

Dokument är information som skrivits och tryckts, men kan även bevaras på andra sätt p.g.a. den tekniska framgången. Hit räknas nu också bl.a. filmer och fotografier. Det finns alltså olika kategorier av dokument och kan vara allt från officiella handlingar, privata handlingar som t.ex. dagböcker, biografier, facklitteratur och annan litteratur till bild-dokument och ljud-dokument. När man väljer

insamlingsmaterial för sin studie bör man försöka få ett så brett perspektiv av ämnet som möjligt. Det lönar sig också att vara kritisk till allt man läser för att kunna fastställa och presentera den mest sannolika fakta. (Patel & Davidson, 1994, s. 54-55)

Olsson & Sörensen (2007) beskriver att allt som är skrivet av en författare kring ett ämne klassas som dokument. Dokument kan vara tryckt eller skrivet för hand. Dokument finns också i olika format som t.ex. privata handlingar, statistik och litteratur. I ett examensarbete är det syftet som styr hurudant material och litteratur som ska användas. (Olsson & Sörensen. 2007, s. 86-87)

5.2 Innehållsanalys

För att vetenskapligt kunna analysera ett dokument används innehållsanalys. Innehållsanalys betyder att man analyserar det innehåll som är dokumenterat, skrivet, eller uttalat. Med detta kan man beskriva dokumentets betydelse eller innehåll. (Carlsson, 1984, 2, 85)

När man gör en innehållsanalys bör man kategorisera den data man samlar d.v.s. man analysera innehållet i t.ex. ett dokument. Det betyder i sin tur att man försöker hitta samband mellan de olika kategorierna i innehållet. Med hjälp av innehållsanalys kan man dra slutsatser och röda trådar som anknyter till forskningen som sammankopplas och analyseras. Inom den kvalitativa innehållsanalysen syftar man på att beskriva en text eller ett dokument från olika synpunkter. Metoden beskriver att man analyserar, tolkar och granskar de dokument som man använder som datainsamling i studien. Kvalitativ innehållsanalys kan innefatta en s.k. manifest metod vilket betyder att man analyserar det som direkt står skrivet i dokumentet. (Jakobsson, 2007, s. 67; Eriksson, 1992, s. 282-283)

5.3 Evaluering

Evaluering som undersökningsmetod innebär att man mäter om kraven eller syftet med undersökning eller studien uppnåtts. Den grundas på mätningar av innehållet och genom att tolka materialet i samband med de uppställda målen. Denna process handlar om att man granskar innehållet i studien, respondenten tolkar sedan resultatet från mätningen för att sedan jämföra dessa resultat med studiens syfte. (Carlström & Hagman, 1995, s. 13)

Man bedömer slutresultatet eller en produkt och den utvärderas med hjälp av frågeställningar. Utvärdering handlar också om att man uttalar sig om det som är bra eller om det som kan förbättras. För att kunna utvärdera bör man också ha en uppställd föreställning av det som ska utvärderas som i detta fall är syftet med studien. Via utvärderingen får respondenten oftast också utvecklingsförslag till bl.a. vidare forskning. Genom utvärdering utreder man hur slutresultatet av en produkt blev. (Carlström & Hagman, 1995, s. 13-15)

Att utvärdera innebär att man beskriver, förklarar och värderar processen. Man ska kunna bedöma värdet av insatsen utifrån resultaten. Med utvärdering som metod kan man värdera och förklara befintliga förhållanden. I utvärderingen är det viktigt att grunden till slutresultatet vilar på vetenskaplig metodik så att resultaten har validitet. (Olsson & Sörensen, 2007, s. 26)

Utvärdering betyder också att man beskriver och förklarar en process eller befintliga förhållanden. Man utvärderar en produkt eller ett resultats värde och dess användbarhet. Syftet med att använda utvärdering som metod är att fånga kunskap som genast kan användas. Via utvärdering undersöker man om man uppnått syfte och mål med forskningen. (Jakobsson, 2011, s. 142)

Val av expertpanel

Respondenten har valt en expertpanel som ska utvärdera eller evaluera doftguiden. Hon har valt försäljarna på KICKS i Vasa till detta eftersom det är de i första hand som kommer att arbeta med den. De är utbildade estenomer, kosmetologer och

makeup artister samt erfarna försäljare av kosmetikprodukter som hudvård, makeup, parfymer och anses därför passande till expertpanelen. En expertpanel ska noggrant utvärdera doftguiden, ge förbättringsförslag och ärligt evaluera innehållet. Expertpanelen består av 6 personer som utvärderar doftguiden.

5.4 Undersökningens praktiska genomförande

Respondenten valde att skapa en informativ doftguide där hon förklarar kort om skapandet av parfym, skillnaden mellan de olika doftessenserna och annat som anses vara relevant vid val av ny doft. Hon valde också att ta med sådan information som kan vara bra för kunden när man är på jakt efter ny parfym, t.ex. var på huden man applicerar doften. Respondenten valde att ta med detta eftersom hon ville skapa en kunskapsgivande doftguide för både kunder och försäljare.

Eftersom det finns flera tusentals dofter på marknaden valde respondenten ut 20 st. dofter som hon ansåg passande i doftguiden, både kända och mer okända klassiska dofter. Efter att hon valt alla dofter som skulle komma i guiden, kontaktade hon marknadsföringsavdelningen på KICKS för eventuella bilder. Heli Fleetwood var till stor hjälp i processen. Bilder och annan information som Fleetwood inte kunde hjälpa till med fick respondenten genom att ta kontakt med leverantörer. Transmeri Oy och Berner Oy har också varit till stor hjälp. Respondenten valde att satsa på 20 st. parfymer för att få ett brett urval med olika dofter, men ändå inte för många. Att ha för många dofter i guiden skulle i värsta fall kunna göra den ointressant p.g.a. för många dofter att välja mellan.

Respondenten har valt att inte ta med Chanel eller Guerlains dofter eftersom dessa inte hör till sortimentet i KICKS Vasa. Hon beslöt att ändå ta med dem i studien eftersom de är viktiga inom parfymens historia och utveckling.

Doftguiden skapades med hjälp av programmet *ifolor designer*, där respondenten själv formade doftguidens utseende på ett sätt som hon ansåg var tilltalande. Hon fokuserade på att skapa en lättläst text med bra innehåll samt bilder som passade temat.

När doftguiden var klar ordnades ett möte med expertpanelen för utvärdering av slutresultatet. Utvärderingen ordnades en kväll i samband med en doftskolning där expertpanelen fick i lugn och ro läsa doftguiden och svara på utvärderingsfrågor. Utvärderingen gjordes både muntligt och skriftligt för att respondenten skulle lättare komma ihåg feedbacken. Evalueringen gjordes både i grupp och via enskilda diskussioner. Frågeställningarna som respondenten valde att ställa expert panelen kan ni se i bilaga 1.

6 Resultatredovisning och tolkning

Slutprodukten eller resultatet av detta examensarbete är doftguiden. Doftguiden kommer att finnas på KICKS Vasa och på Novias Bibliotek i Roparnäs. Doftguidens innehåll har utvärderats och tolkas tillbaka till litteratur för att redogöra att slutresultatet svarar på syftet och problemprecisering. Enligt Olsson & Sörensen (2007) skall resultatet sättas in i sammanhang. Med resultatet ska man kunna dra slutsatser och besvara syfte och de frågeställningar som ställts i undersökningen. Resultatredovisningen följer guidens innehåll samt evalueringen från expert panelen. Doftguidens innehåll har uppdelats i *"Hur skapas parfym?"*, *"Vad innehåller parfym?"*, *"Parfymens doftnoter"*, *"Vad är skillnaden mellan EdP och EdT"*, *"De vanligaste doftfamiljerna"*, därpå följer presentation av parfymer. Respondenten har valt att göra tolkningen i samband med resultatredovisningen för att på ett mera tydligt sätt kunna redovisa resultatet. Resultatet presenteras enligt frågeställningarna som presenteras i problemprecisering.

6.1 Skapande av parfym

Respondenten valde att fokusera på det viktigaste för att doftguiden skulle vara lättläst och rolig att bläddra genom. Doftguiden innehåller en kort och innehållsrik förklaring på skapandet av parfym. Doftguiden förklarar att parfym tillverkas av artistiska parfymörer som kallas för "näsor". Dessa parfymörer försöker återskapa en känsla eller vision genom att blanda olika doftoljor. Det krävs mycket talang och förberedelse att skapa en doft och ibland kan det ta flera år innan man har en lyckad parfym. Doftguiden beskriver att det därför inte lönar sig att på må få blanda ihop olika doftoljor i hopp om att lyckas. I doftguiden förekommer inte desto mer om själva tillverkningsprocessen eftersom det inte känns relevant för guidens syfte.

Respondenten anser att det kunde göra guiden ointressant om den innehöll för mycket teori om tillverkningsprocessen. Det skulle ta bort lite av den magiska och harmoniska känsla som respondenten ville dela med av själva skapandet. Respondenten ville lyfta fram den artistiska sidan av parfym, d.v.s. konsten att skapa. Respondentens

uppfattning är att parfym tillverkas av parfymörer som blandar ihop olika doftoljor för att återskapa det som önskas eller beställs. Parfymtillverkning och skapandet av dofter är en mångsidig form av konst och att tillverka parfym kan vara en långsam process som kräver tålamod och bra kunskap om vilka doftoljor som fungerar ihop.

Enligt Maines (2011) dokumentärfilm om parfym där han intervjuar två parfymörer, skapas parfym av artistiska ”näsor”. Det är en tidskrävande process där parfymörens kunskap om råmaterial och talang står i fokus. Parfymörerna måste ha bred kunskap om råämnen, och ett väldigt bra luktsinne. Simmons (1996) beskriver också att parfym skapas av talangfulla parfymörer som har bred kunskap om dofter och råmaterial.

Aftel (2003) förklarar att man börjar skapandet av parfym med basnoten, det är den som ska fixera doften. Sedan väljer man parfymens hjärta, de blommor eller andra doftämnen som ska bära doftens hjärt noter. Sist inom skapandet väljer man toppnoterna. Dessa ska ge parfymens förföriska första intryck. Parfymören väljer de dofter som passar in bäst på den parfym som skapas. Topppnoten kan vara t.ex. söt eller frisk. Allting måste hänga ihop för att det ska bli en harmoni i doften, alla dofter måste fungera överens för att skapa en lyckad parfym. Allt in i minsta lilla droppe påverkar slutresultatet.

Denyers (2011) dokumentär berättar hur skapandet kan ta flera år och man gör flera test på samma dofter tills det lyckas. Beställaren har sista ordet och beskriver om parfymen motsvarar det som söks, eller om parfymören ännu måste jobba för att komma till rätt resultat. ”Näsorna” som lyckas blir väldigt kända parfymörer och eftertraktade för framtida beställningar. Francois Demachy som är parfymskapare åt Christian Dior, är en av världens mest eftertraktade parfymörer. Han har skapat doftserier som bl.a. *Miss Dior*, *J'Adore*, *Addict* och *Homme*.

Respondenten anser att det ur kundens synvinkel är intressantare att läsa om själva skapandet än om tillverkningsprocessen i laboratorier. Respondenten anser att det blir klarare för kunden om varför det finns skillnader i priser och kvalité på dofter. Doftguiden förklarar på ett förenklat sätt vad skapandet handlar om och vad innehållet i en parfym kan bestå av, detta kan ge kunder större förståelse och uppskattning för parfymen i fråga. I doftguiden kunde det förekomma mer om ”näsorna” bakom parfym för att lyfta fram deras artistiska talanger ännu mer.

Parfymens innehåll

Doftguiden berättar att en parfym kan innehålla 10-300 olika ingredienser samt att dessa är oftast en blandning av eteriska oljor, syntetiska ämnen samt alkohol. Doftguiden förklarar att eteriska oljor är naturliga oljor som utvinns genom destillering, pressning eller extrahering och vanliga blommor och växter som används inom parfymtillverkning är rosor, jasmin och lavendel, men också citrusfrukter och kryddor är vanliga.

Respondentens analys är att parfym innehåller allt från naturliga oljor till syntetiska ämnen. Desto fler naturliga ingredienser som används desto dyrbarare parfym eftersom syntetiska ämnen är billigare att tillverka. Alkoholen som blandas med doftoljorna används för att parfymen ska vara mer hållbar. I doftguiden förklaras inte syntetiska ämnen desto mer. Respondenten anser att eteriska oljor är de viktigaste ingredienserna och de är lättast att känna igen. (Björkskog, 2014)

Enligt Simmons (1995) och Lodén (2008) innehåller parfym en blandning av både eteriska oljor, syntetiska ämnen och alkoholer. De förklarar att eteriska oljor har naturligt ursprung och att det är blandningen mellan dessa olika komponenter som utgör doften. Syntetiska ämnen framställs i laboratorier och alkohol blandas för att parfymen ska vara längre. Aftel (2003) förklarar att vanliga eteriska oljor som används inom parfymtillverkning är blommor som ros, jasmin och lavendel. Dessa utvinns genom destillering, pressning eller extrahering. Andra ingredienser som används inom parfym är animaliska doftämnen som mysk och ambra. Dessa används som syntetiska ämnen idag eftersom de är väldigt svåra att få ta på och mycket dyra doftämnen. Girard-Lagorce (2001) berättar av man började använda syntetiska material i början av 1830-talet. Med syntes kan man framställa dofter som finns i naturen kemiskt, dessa har mycket invecklade namn och är svåra att känna igen på ingredienslistan. En vanlig syntetisk blomdoft som används är dihydrojasmone, som påminner om jasmin.

6.2 Skillnaden mellan Eau de Parfum och Eau de Toilette

Doftguiden förklarar att skillnaden mellan Eau de Parfum och Eau de Toilette ligger i blandningen mellan parfymolja och alkohol. Respondenten redogör i doftguiden att Eau de Parfum innehåller mer doftolja än Eau de Toilette som gör den intensivare. En Eau de Toilette är alltså fräschare eftersom blandningen med doftolja och alkohol är svagare, ibland kan också en Eau de Toilette innehålla vatten. Doftguiden berättar att den största skillnaden ligger i blandningen med parfymolja. En Eau de Parfum kan innehålla 8-15 % parfymolja medan en Eau de Toilette innehåller 4-8 % parfymolja.

Respondenten anser att en EdP är intensivare och kraftigare eftersom dessa innehåller större mängd parfymolja. Allt beror på blandningen mellan doftolja och alkohol och allting påverkas av de doftämnen som använts eftersom vissa kan vara kraftigare i doften än andra. Eau de Parfum håller bättre på huden, den är varaktigare och utvecklas mer på huden p.g.a. den starkare blandningen. Respondentens analys är att flyktigheten i en Eau de Toilette kan påverka hur länge essensen varar på huden samt att den kan förändras t.ex. om man svettas. (Björkskog, 2014)

Enligt Girard-Lagorce (2001) beskriver att Eau de Toilette är flyktigare i blandningen. Hon skriver att blandningen innehåller mindre parfymolja än eau de parfum som består av ca 8-15 % parfymolja och resten av blandningen består av alkohol, oftast används etanol som lösningsmedel i parfym. Eau de parfum späds ut med alkohol vid 90 grader. Lodén (2008) beskriver att edp innehåller mera parfymolja i den färdiga blandningen. Det är som regel att en edt bör innehålla mindre än 10 % doftolja för att kunna klassas som en eau de toilette. Ibland innehåller essensen också vatten och en svagare alkoholblandning. Spädningen sker vid 80 eller upp till 90 grader. Allt detta påverkar priset också som gör att en svagare blandning av parfymolja har lägre pris.

6.3 Kunskapsgivande information om parfym

Förutom skapande av parfym, innehåll och skillnaden mellan edp och edt innehåller guiden också information om doftfamiljer och doftnoter och man kan bl.a. se exempel på parfym som tillhör en specifik familj. Dofterna beskrivs och toppnoten,

hjärtnoten och basnoten kommer fram för varje doft. För att kunna skapa den kunskapsgivande doftguiden behövde respondenten en grundligare kunskap om vad kunder och försäljare behöver känna till om parfym. Skapandet, innehållet och skillnader mellan essenser anses vara kärnan i doftguiden, men att tillägga information om doftnoter och doftfamiljer är en mycket viktig del av doftguiden för att den ska kunna uppfylla målet.

Doftnoter

Doftguiden förklarar att parfym är uppbyggd på samma sätt som musik, med noter. I guiden får man ta del av hur toppnoten ska vara förförande och väcka intresse. Topppnoten varar ungefär 10-30 minuter och sedan träder hjärtnoten fram som tillsammans med basnoten utgör parfymens tema. Hjärtnoten påverkas av din egen doft och värme som kan göra att den doftar annorlunda på olika människor. Basnoten är den lägsta noten som avgör hur länge parfymen håller på huden.

Enligt respondenten är alltså toppnoten ganska lätt och håller inte speciellt länge på huden. Hjärtnoten som ofta är blomnoter, utgör tillsammans med basnoten det som klassas som parfymens kärna. Basnoten innehåller doftoljor som kan hålla längre på huden samt att dessa blir unika på varje individ. Basnoterna innehåller ofta mysk, kryddor eller trädslag.

Lodén (2008) och Tuominen (2012) beskriver att toppnoten är den första man känner av när man sprayar en parfym, den är flyktig och ger parfymen ett första intryck. Efter ca 10-15 minuter börjar den sakta avta och hjärtnoten träder fram. Hjärtnoten består ofta av blommor och det är vid det här skedet som doften kan påverkas av din egen doft och värme. Basnoten är den lägsta noten som oftast innehåller ämnen som ska vara längst. Vanliga basnoter är patchouli, sandelträd och mysk. Drostel (2007) beskriver att toppnoten är den som påverkar mest vid köpbeslut. Hon beskriver också att hjärtnoten kan vara från 3-4 h beroende på doftblandning. Enligt Drostel innehåller hjärtnoterna oftast blommor som ylang-ylang, jasmin och ros. Basnoten är den drygaste av dessa och fixerar andra doftämnen i parfymen som gör dem mer varaktiga. Sandelträd är en vanlig basnot blandat med cederträd och andra träiga och mysk karaktärer.

I doftguiden får kunden direkt kunskap om doftnoter, respondenten anser att det är viktigt att känna till de olika noterna för att förstå hur parfym utvecklas på huden. Att endast dofta parfymen på en papperslapp räcker inte för att kunna förutspå hur parfymen blir på huden. En kund bör alltså testa en parfym på huden för att se om det är den doften hon är ute efter. En parfym kan dofta gott på en kompis, men det kan hända att doften blir annorlunda på din hud.

Doftfamiljer

Doftguiden lyfter fram doftfamiljer och presenterar parfymerna från respektive doftfamilj. I doftguiden får man ta del av de vanligaste doftfamiljerna för parfymerna anpassade till damer. Doftguiden presenterar det som karaktäriserar varje doftfamilj och förklarar vad som är speciellt med dessa. Doftguiden hänvisar med symboler till vilken doftfamilj parfymerna som presenteras hör till. Därmed är det lätt att söka upp en parfym som hör t.ex. till citrusfamiljen.

Respondentens analys av doftfamiljer är att dessa kan variera mellan olika klassificeringar och att en parfym kan höra till flera doftfamiljer. De vanligaste doftfamiljerna som finns i parfymhyllan för damer är blommig, chypre, citrus, grön och orientalisk. (Björkskog, 2014)

Den blommiga doftfamiljen innehåller ofta flera olika blommor som gör att de också kallas för buketter. *J'Adore* av Christian Dior hör till blommiga familjen. Chypre är parfymerna som passar både till vardag och fest och är varaktiga och de brukar passa året runt, *Miss Dior* av Dior är en typisk chypre parfym. Citrus är fräscha och lätta vardagsparfymerna som innehåller citrusfrukter. En vanlig citrus parfym är t.ex. *Ô de Lancôme* av Lancôme. Gröna är också fräscha och friska dofter som innehåller naturliga dofter av grönsaker och frukter. En typisk grön parfym är Elizabeth Ardens *Green Tea*. Orientaliska parfymerna är mer kryddiga och innehåller mer varma nyanser som t.ex. vanilj, vilket gör dem mera passande för kvällsbruk. Dolce & Gabbanas *The One Eau De Parfum* är en klassisk orientalisk parfym.

Enligt Girard-Lagorce (2001) är doftfamiljerna det som klassificerar hurudan parfym det handlar om. Den blommiga familjen innehåller flest stjärnor i parfymhyllan och dessa innehåller oftast flera olika blommor. Chypre familjen är den som omfattas mycket av blommor men också blandat med t.ex. mossa, frukter eller läderkaraktärer. Citrusdofter innehåller som namnet avslöjar ganska långt citrusfrukter. Vanliga citrusfrukter är citron, apelsin och mandarin. Gröna dofter ger en känsla av fräscha och örtiga parfym. Basilika, mint och gurka är vanliga doftämnen som används. Orientaliska parfym innehåller ofta kryddiga noter med vanilj och ambra som ger dessa en mera exotisk doft.

Respondenten valde att utforma doftguiden enligt klassiska dofter uppräknade genom doftfamiljerna för att försöka göra guiden så tydlig som möjligt. Klassiska dofter valdes eftersom dessa är mycket unika parfym som kommer att finnas kvar i framtiden också.

Klassiska dofter känns relevanta eftersom de står som en grundpelare för de dofter som finns på marknaden och för nya dofter som utvecklas. En klassisk doft kännetecknas av den tidlösa doftens innehåll, utseende och historien som ligger bakom skapandet. Några av parfymerna som respondenten har valt att lyfta fram är Christian Diors *Miss Dior Eau de Parfum*, *Miss Dior Eau de Toilette*, Lancômes *Ô de Lancôme*, Oscar de la Rentas *Oscar for women* m.fl.

I kategorin klassiska dofter förekommer också nyare versioner och skapelser som respondenten ville inkludera i guiden. Största orsaken till detta var att doftguiden skulle få ett bredare urval som kan anpassas för kvinnor i alla åldrar.

6.4 Evaluering av doftguiden

Enligt expert panelen är de ense om att doftguiden förklarar skapandet av parfym kortfattat, lättförståeligt och att det skapar intresse. Resultatet visar också att den är lätt att läsa och innehåller informativ text om hur man skapar parfym. Enligt utvärderingen kom det också fram att helheten är bra för kunder, om det vore för mycket text och teori skulle kunderna eventuellt inte orka läsa allt.

Utvärderingen av doftguiden berättar att den presenterar skillnaden mellan Eau de Parfum och Eau de Toilette på ett enkelt sätt så att även de som är mindre insatta också lätt kan förstå. Expert panelen beskrev att skillnaden mellan dessa kommer fram enkelt och tydligt och rakt på sak.

Vad gäller den kunskapsgivande delen av doftguiden utvärderades den av expert panelen att vara kunskapsgivande för både kunder och försäljare eftersom den innehåller information om det som är aktuellt vid val av en ny parfym. Enligt expert panelen är det viktigaste förklaringen av doftnoter, doftfamiljerna som presenteras samt parfymernas doftnoter eftersom det efterfrågas ofta. Expert panelen ansåg att doftguiden är en nödvändig guide. Med hjälp av doftguiden får man en bättre insikt själv av hurudan parfym som söks.

Övriga kommentarer som doftguiden fick av expert panelen var att den innehåller fina bilder och att den känns lyxig. Stilren uppbyggnad och lättare att komma ihåg doftfamiljerna med hjälp av bilderna. Citaten uppskattades och doftguiden ger en större förståelse för de olika märken och deras koncept.

Enligt utvärderingen av expert panelen, försäljarna på KICKS i Vasa ger doftguiden en lättläst och enkel beskrivning på hur man skapar parfym. Innehållet, eller ingredienserna i en parfym förklaras tydligt utan att göra det för invecklat samt att den ger kunskapsgivande information om doftnoter och doftfamiljer som gör det lättare vid val av en ny doft. Utvecklingsförslag från expert panelen var att doftguiden kunde innehålla mer om "näsorna" bakom parfym, samt att doftguiden kunde innehålla en förklaring på vad som gör att en parfym klassas som klassisk och tidlös. Expert panelen gav också utvecklingsförslag på att den kunde innehålla mer om historien bakom parfym. Respondenten håller med om detta men vill hänvisa till att man kan läsa om dessa i examensarbetet.

6.5 Sammanfattning

Syfte med denna studie var att ta reda på hur parfym skapas, samt undersöka skillnaderna mellan Eau de Parfum och Eau De Toilette och som resultat skapa en kunskapsgivande doftguide för kunder och försäljare på KICKS i Vasa. Respondenten

har genom dokumentstudier och innehållsanalys kommit fram till att parfym skapas av parfymörer eller s.k. ”näsor” som försöker återskapa en känsla eller vision av doft som beställs. Parfymörerna blandar doftämnen från eteriska oljor och syntetiska ämnen som sedan blandas med alkohol. De vanligaste essenserna av parfym är Eau de Parfum och Eau De Toilette. Största skillnaden mellan dessa ligger i blandningen mellan parfymolja och alkohol. En Eau de Parfum innehåller större mängd parfymolja medan en Eau de Toilette innehåller svagare mängd. Vilket gör att Eau de Toilette har oftast en lättare blandning och det påverkar också priset som gör den billigare. Doftguiden ger kunskapsgivande information om bl.a. skapandet av parfym, doftnoter och doftfamiljer som är bra att känna till när man köper eller säljer parfym.

7 Kritisk granskning

Respondenten har valt att kritiskt granska sitt examensarbete med kvalitetskriterier baserade på de utgångspunkter som Larsson (1994) presenterar. Respondenten har valt att utgå ifrån kvalitetskriterier som hon anser på bästa sätt kan kritiskt granska arbetet. Larsson (1994) skriver att en forskare inte kan göra ett fullständigt arbete utan att kritiskt granska det med hjälp av kvalitetskriterier. Med bedömningarna får man en uppfattning om vad som är bra och vad som är dåligt i en undersökning eller forskning. Kriterierna som respondenten valt är intern logik, innebördsrikedom och struktur.

Larsson (1994) förklarar att den interna logiken beskriver att studien bör ha en sammansatt helhet där allting hör logiskt ihop. Det betyder att frågeställningarna som presenteras, syfte med arbetet, val av datainsamlingsmetoderna samt hur man analyserar innehållet och slutresultatet ska fungera med varandra för att kunna få en fungerande helhet i arbetet. Han påpekar också att tanken bygger på att ett vetenskapligt arbete skall ha en bra sammanhängande uppbyggnad. Det är alltså frågeställningarna som ska leda studien och valen av metoderna. När man väljer metoderna ska man utgå ifrån studiens eller forskningens frågeställningar och syfte för att på bästa sätt kunna komma fram till ett resultat med bra kvalitet.

I denna studie har respondenten valt att använda metoder som dokumentstudier, innehållsanalys och evaluering. Respondenten anser att det råder en sammanhörande helhet mellan forskningsfrågorna och dessa metoder. Hon har i sin studie valt att söka reda på litteratur och sett på dokumentärfilmer för att få en djupare förståelse för allt vad som berör skapandet av parfym, själva parfymtillverkningen, råmaterial som används och kunskap som man behöver känna till för att förstå basen av skapandet.

Detta behövde respondenten för att kunna svara på frågeställningarna. Respondenten har analyserat innehållet och med den kunskap hon fått har hon kunnat framställa doftguiden, som i sin tur ska dela med sig av kunskapsgivande information om parfym. Slutprodukten, alltså doftguiden evaluerades eller utvärderades kritiskt utifrån frågor som respondenten presenterade. Evalueringen gjordes av försäljarna på KICKS som granskade slutprodukten för att se om frågeställningarna blivit uppfyllda.

Respondenten anser att genom utvärderingen fick hon både konstruktiv och positiv feedback av expert panelen. Respondenten hade kunnat göra en skild evaluering av en kundgrupp för att testa doftguiden i praktiken. Hon konstaterade att syfte och frågeställningarna blivit svarade på ett sammanhängande sätt genom de metoder som använts, medan utvecklingsförslag på arbetet uppstod.

Enligt Larsson (1994) är innebördsrikedom en avgörande kvalitet om resultatet i en studie ska framställa något så att nya innebörder uppstår. D.v.s. nya betydelser eller uppfattningar uppstår till följd av studien. Det betyder i sin tur att resultatet i en forskning eller studie är grundläggande för tolkningens värde.

Respondenten har analyserat innehållet och framställt en doftguide utifrån den kunskap hon fått via dokumentstudier. Hon har tagit fasta på den information som hon anser vara något som kunder och försäljare bör känna till när man köper eller säljer parfym. Den nya betydelsen blir att läsaren får via doftguiden direkt information och konkreta exempel på parfymer som tillhör en viss doftfamilj samt vilka doftnoter som framkommer. Att använda doftguiden vid parfymhyllan ger genast kunskap om olika parfymer och parfymfamiljer, samt skapandet som konstform vilket troligtvis är något många inte känner till. Respondenten hade eventuellt kunnat lyfta fram själva utseendet på parfymer också, alltså flaskdesignen för att ge doftguiden en komplett förklaring på hela skapande processen som konstform.

Larsson (1994) skriver att resultaten i en studie också ska ha god struktur. Resultaten ska vara enkla och tydligt överskådliga. Han skriver att resultaten bör ha klar struktur som lyfter fram och tydliggör slutprodukten av studien. En undersökning ska innehålla en ”röd tråd”, som i sin tur betyder att studiens egenskaper ska vara tydliga, relevanta och där frågeställningarna är uppbyggda på ett omsorgsfullt sätt för att stöda resultatet.

Respondenten anser att studien har en röd tråd mellan syfte och resultatredovisningen. Hon bygger upp resultatet med frågeställningarna som presenteras i början av studien för att göra det tydligt för läsaren och för att resultatredovisningen och tolkningen skulle bli så klar som möjligt. Respondenten kan förstå att det blir mycket upprepningar och mycket text i resultatet samt tolkningen, vilket kan leda till att läsaren har svårt att se sammanhanget eftersom det inte finns bilder från doftguiden.

Hon anser att det vore bäst att läsa doftguiden vid sidan om själva examensarbetet för att tydligare förstå resultatredovisningen.

Larsson (1994) beskriver att ett arbete som denna kvalitativa studie, handlar om att man försöker hitta eller upptäcka en ny sanning eller mening. Via kunskapen man får och genom resultatet ska man med nya ögon kunna se på verkligheten.

Respondenten tror att studien ska kunna påverka läsarna att se på skapandet av parfym ur den konstnärliga synvinkeln och att allt arbete bakom slutprodukten är en tidskrävande process. Läsaren får förhoppningsvist en bredare förståelse för hur invecklat det är att skapa en lyckad parfym och att det bidrar till att de uppskattas mer.

8 Diskussion

Efter att ha läst in mig på parfymindustrin kan jag konstatera att min kunskap når endast en bråkdel av allt vad parfymvärlden innehåller. Det är verkligen en unik form av konst och jag har under examensarbetets gång funnit en djupare kärlek för klassiska, antika och s.k. äkta parfymer. Dessa är fantastiska kreationer och jag hoppas att jag med hjälp av doftguiden kan dela med mig ens lite av min passion för dofter.

Under arbetets gång har jag känt att själva skapandet är väldigt obekant och att jag verkligen lärt mig massor också om det som ligger bakom parfymtillverkning. Det vi ser är en glamorös och lyxig värld med sexiga reklamfilmer och exceptionella designer på parfymflaskor. Idag är brandet det viktigaste och det som marknadsförs på rätt tidpunkt och på rätt sätt, säljer bäst. Det känns som att själva parfymskapandet lyfter man sällan fram.

Parfymvärlden är gigantisk och skapandet känns lite oupptäckt ännu, eller kanske snarare mindre forskad. Det har ibland varit svårt att hitta pålitliga källor eftersom dessa inte alltid stämde överens med varandra. Det känns som om själva parfymvärlden inte har allt på klart, och så är det väl med de flesta konstformer. Det är lite som med musik, det finns några givna regler, men man kan eventuellt tänja på dessa för att lyfta fram ens egna personliga ”touch”.

Jag hade önskat att få ännu mer kunskap om skillnaden mellan essenserna, och en annan sak som gjorde mig lite förvirrad var doftfamiljerna. Jag hade inte förväntat mig att en parfym kan tillhöra flera olika parfymfamiljer. Här kan man också hänvisa till musik, det finns olika genrer men dessa går att blanda för att göra dem mer intressanta och unika. Aldehyd-familjen kändes väldigt diffus, även om aldehyder finns i många parfymer på marknaden, finns det väldigt få som klassas som aldehyd parfymer. Jag hade inte förväntat mig att det skulle vara så svårt att hitta exempel på parfymer som hör till den gruppen eftersom den ändå klassas som en doftfamilj enligt den amerikanska indelningen. Doftfamiljen började kännas mer och mer avlägsen ju oftare jag satt och försökte förstå mig på den, därför beslöt jag att inte ta den med i doftguiden.

Jag visste inte förut att parfym skapandet är en så pass mångsidig konstform, jag hade kanske mera den uppfattningen att det är inom modehusen som de själva blandar parfymerna. Jag var helt blåögd vad gäller kunskapen som behövs för att kunna blanda parfymmer. Skaparna bakom lyckade parfymmer är genier. Jag har lärt mig mycket om parfym, mer än jag någonsin kunnat föreställa mig. Det har varit enormt givande och jag är nöjd med det jag skapat. Jag känner mig nöjd med slutresultatet men alltid finns det förbättringsförslag.

Doftguiden var ett projekt som tog längre tid än jag föreställt mig, allt från att fixa bilder till att sätta ihop texten. Slutresultatet blev ganska långt som jag hade tänkt mig i en början, men eftersom jag var begränsad med bilder o.s.v. var det några detaljer som jag måste göra annorlunda. Jag hade bl.a. önskat en annan pärm och kanske ännu skild lista på fler parfymmer som hör till respektive doftfamilj. Jag hade också velat ta med mer om ”näsorna” bakom de parfymmer som finns i doftguiden samt tillägga flaskdesign.

Utvecklingsförslag är t.ex. en doftguide för endast försäljare, män, eller en doftguide på säsongsparfymmer. Vidare forskningsförslag är att man kunde göra en undersökning på skillnaden mellan kvinnors och mäns användning av parfym och hur mycket pengar de lägger på parfym. Man kunde också göra en undersökning om ingredienser i parfym och deras påverkan på huden och vid inandning, eftersom det finns väldigt lite studier om detta.

Parfym är något jag verkligen brinner för, jag älskar dofter och de kommer alltid att på ett eller annat sätt att finnas med mig. Det är någonting magiskt med parfym. En perfekt parfym är som en symfoni på din hud, den är unik på alla sätt och med den kan du framhäva vem du är och hur du vill bli uppfattad, den kan vara mäktig och framhäva femininitet. Jag hoppas att jag kunnat dela med mig lite av det genom mitt examensarbete.

”For a perfume to ”take hold” it first has to have taken hold in the hearts of those who created it.” –Christian Dior.

Litteraturförteckning

About perfume. 2014. *All you need to know about perfumes and fragrances*. [Online] <http://perfumeknowledge.wordpress.com/> [hämtat: 17.8.2014]

Andersen, F. (2004) *Guldet från växterna. Vegetabiliska oljor och fetter för hudens skönhet, egenvård och välmående*. Kristianstad: Artaromaförlaget 2004

Anttonen, T. (2011). *Kemikaalit kulutuksessa*. Tampere: Hämeen Kirjapaino Oy

Bell, J. (2000). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur

Brandt, V. (2010). *Kosmetikmarknaden inom huvudstadsregionen i Finland*. Tikkurila: examensarbete för skönhetsbranschen. Laurea Ammattikorkeakoulu.

Carlsson, B. (1984). *Grundläggande forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur

Carlsström, I. & Hagman, L-P. (1995). *Metodik för utvecklingsarbete & utvärdering*. Göteborg AB: Akademiförlaget

Cosmetics Europe. (2014). *The personal care association*. [Online] <https://www.cosmeticseurope.eu/about-cosmetics-europe.html> [hämtat: 14.9]

Denyer, I. (2011). *Perfume Episode 1: Something new something old*. [Online] <http://www.iandenyer.co.uk/films/clip/perfume-episode-1-something-old-something-new> [hämtat: 25.9.2014]

Denyer, I. (2011). *Perfume Episode 2: Bottling the memory*. [Online] http://www.youtube.com/watch?v=Cz3_tY6Ld5I [hämtat: 25.9.2014]

Denyer, I. (2011). *Perfume Episode 3: The smell of the future* [Online] <http://www.youtube.com/watch?v=f3A9g5Eoz2Y> [hämtat: 25.9.2014]

Drostel, J. (2006). *Laventeli, kaneli ja ruusupuu. Aistillisten tuoksujen maailma*. Helsinki: Kustannus Oy Arkki

Dussard, T. (2011). *Christian Dior Quotations*. Paris: Éditions du Palais.

Eriksson, K. (1992). *Broar, Introduktion i vårdvetenskaplig metod*. Vasa: Arkmedia.

Fragantica. (2013). Fragantica.com Perfumes Magazine. [Online]
http://www.fragantica.com/noses/Francois_Demachy.html [hämtat: 7.10.2014]

Fransson, O. (2001). *Parfym. Det ljuva livet*. Stockholm: Wahlströms Bokförlag AB

Girard-Lagorce, S. (2001). *100 legendariska parfym*. Paris: Copyright Studios.
Svensk utgåva: Wahlströms Bokförlag AB 2001.

Hellsten, S. (2011). 1Day: on-the-go pakkausmallisto hajuedelle. Lahti:
Opinnäytetyö. Muotoilu- ja taidetstituutti. Lahden ammattikorkeakoulu.

Hess, V. (2012). *The world's scent/L'Odeur de monde*. [Online]
<http://www.youtube.com/watch?v=FQPmvWiRaic> [hämtat: 26.9.2014]

Hitta Parfym. (2014). *Parfymfamiljerna*. [Online]
<http://www.hittaparfym.se/parfymfamiljerna/> [hämtat: 26.9.2014]

Holme, I.M. & Solvang, B.K. (1997). *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur

Hämäläinen, R. (2011). *Kaunetutta e.a.a. – kauneudenhoito ja kosmetiikka muinaisessa Egyptissä*. Tikkurila: opinnäytetyö. Kauneudenhoidon koulutusohjelma. Laurea Ammattikorkeakoulu.

Kennett, F. (1975). *History of perfume*. London: George G. Harrap & CO. LTD

Larsson, S. (1994). Om kvalitetskriterier i kvalitativa studier. Ingår i: Starrin, B. & Svensson, P-G. (Red.) *Kvalitativ metod och vetenskapsteori* (ss 163-189). Lund: Studentlitteratur

Lersjö, G. (2008). *Färgat glas*. Shengtong: Gunnar Lersjö och Ica Bokförlag, Forma Publishing Group Ab

Lindman, C. (2007) *Naturen på burk. En kvalitativ studie av naturliga hudvårdsprodukters innehåll, ursprung och funktion*. Vasa: lärdomsprov för hälsovård och det sociala området. Svenska Yrkershögskolan.

Lodén, M. (2008). *Ren, mjuk och vacker. Kemi och funktion hos kosmetika*. Stockholm: Apotekarsocieten

Maine, A-O. (2010). *Inspirations: How perfume is created*. [Online] http://www.youtube.com/watch?v=0_pMDTji3aM&index=9&list=PL310F1692A20A1406 [hämtat: 11.9.2014]

Niemi, L. (2004). Brandien kilpailu kosmetiikan markkinoilla –erilaistumisen kautta menestykseen. Turku: Turun kaupungin painatuspalvelut

Olsson, H. & Sörensen, S. (2007). *Forskningsprocessen. Kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. Stockholm: Liber.

Parfymtorget. 2012. *Parfymflaskor*. [Online] <http://www.parfymtorget.se> [hämtat: 11.9.2014].

Patel, R. & Davidson, B. (1994). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur

Pavia, F. (1996). *The world of perfume*. New York: Knickerbocker press

Salvesen, A. (2001). *Hudvård med eteriska oljor*. Kristianstad: Artaromaförlaget

Sell, C. S. (2006). *The Chemistry of Fragrance. From Perfumer to Consumer. 2nd Edition*. Cambridge: The Royal Society of Chemistry

Simmons, J. V. (1995). *The Science of Cosmetics. Second Edition*. (u.o): Macmillan Press Ltd:

Sonntag, L. (2003). *Be Beautiful*. London: Quantum Publishing Ltd.

Tuominen, J. (2012). *Tuoksujen ihmeellinen maailma*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Kureeri

Turin, L. & Sanchez, T. (2008). *Perfumes : The Guide*. New York: Penguin Group

Virtanen, K. (2010). *Tuoksun rooli tuotteen markkinoinnissa*. Leppävaara: Opinnäytetyö. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Laurea Ammattikorkeakoulu.

Wildwood, C. (1995). *Tuoksujen lumoa. Luo yksilöllisiä tuoksuja eteerisistä öljyistä*. Hämeenlinna: Karisto Oy

Bilaga 1

Utvärdering

1. Hur upplever du att doftguiden förklarar skapandet av parfym?
2. Hur skulle du beskriva presentationen av doftnoterna?
3. Förklara hur du upplever kapitlet där jag presenterar skillnaden mellan Eau de Toilette och Eau de Parfum.
4. Hur upplever du presentationen av doftfamiljerna?
5. Hurudan nytta har du av doftguiden som försäljare?
6. Upplever du att doftguiden är kunskapsgivande för kunder och försäljare?
7. Har du förbättringsförslag eller övriga kommentarer?