

Парфюмерные товары

Факторы, формирующие качество парфюмерных товаров

Основные факторы, влияющие на формирование качества парфюмерных товаров:

1. Создание и составление рецептуры парфюмерной продукции;
2. Сырье для производства парфюмерии;
3. Технология приготовления парфюмерных жидкостей;
4. Фасовка и упаковка парфюмерных товаров.

Создание и составление рецептуры

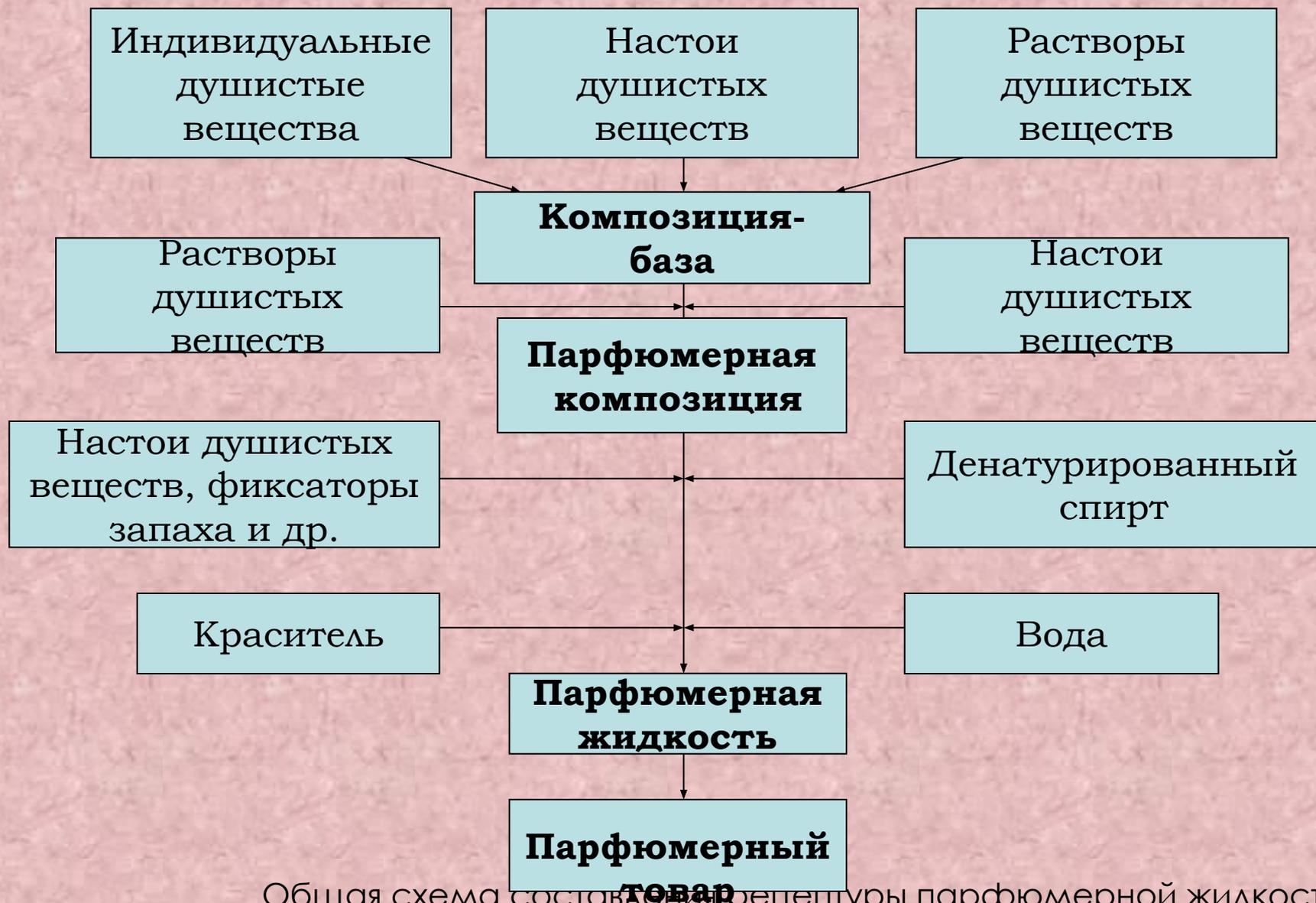
Идея создания новой парфюмерной продукции часто возникает под влиянием моды, а также новых тенденций.

Для получения желаемого запаха парфюмер может использовать индивидуальные душистые вещества и эфирные масла, но может также комбинировать композиции-базы.

Парфюмерная композиция – сложная совокупность различных душистых веществ, составленная из настоев, растворов индивидуальных душистых веществ.

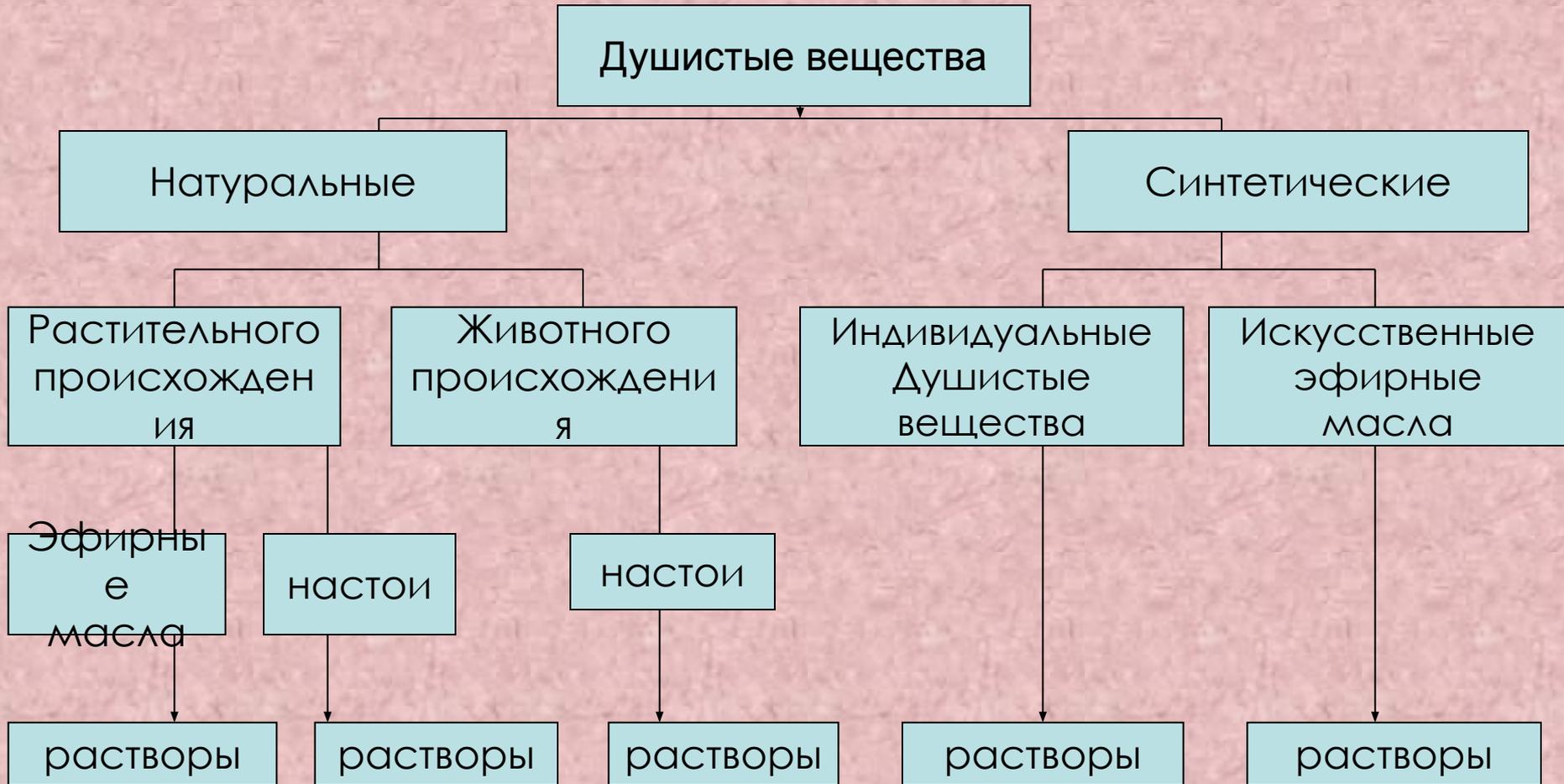
Каждому наименованию парфюмерного изделия соответствует строго определенная рецептура *парфюмерной жидкости*.

Сырье для производства парфюмерии



Общая схема составной рецептуры парфюмерной жидкости

Классификация душистых веществ по происхождению и виду продукта, применяемого в парфюмерном производстве



Растительные душистые вещества



МЯТА, ЭВКАЛИПТ, ЧЕРНАЯ СМОРОДИНА

ЛИМОН



АПЕЛЬСИН

ТМИН



КОРИАНДР

БАЗИЛИК



САНДАЛОВОЕ ДЕРЕВО



КЕДР

ИРИС



АИР



ГВОЗДИКА

РОЗА,



НАРЦИСС, ЖАСМИН, АКАЦИЯ

ЖИВОТНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ



- АМБРА – образуется в кишечнике кашалота



- Цибет – продукт внутренней секреции цибетовой кошки

- МУСКУС – гормон оленя-кабарги



- БОБРОВАЯ СТРУЯ – гормон бобра



Технология приготовления парфюмерных жидкостей

Технологический процесс приготовления парфюмерной продукции состоит из операций:

1. Дозирование компонентов, входящих в рецептуру;
2. Смешивание компонентов;
3. Отстаивание жидкости;
4. Охлаждение;
5. Выстаивание;
6. Фильтрация;
7. Фасовка и упаковка.

Этот процесс длится около месяца.

В течение трех месяцев после розлива во флаконы духи созревают.

Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных товаров

По ГОСТу 17237-93 парфюмерные товары подразделяются на:

- Духи «экстра»
- Духи
- Туалетные воды
- Одеколоны «экстра»
- Одеколоны
- Душистые воды

Классификация ассортимента парфюмерных товаров

Признак классификации	Классификационная группировка
Наименование (вид)	Духи Вода парфюмерная Вода туалетная Одеколоры Душистые воды Дезодоранты
Качество	Класс «Люкс» Группа «Экстра» Обычного качества Духи-аналоги
Комплектность	Отдельный вид Серия Набор
Характер запаха	Цветочные Шипровые Амбровые Кожные

Продолжение таблицы

Пол и возраст потребителя	Женские Мужские Унисекс Детские
Место происхождения	Французские Русские Американские и т.д.
Фирма-изготовитель	«К. Диор», «Ланком», «Ив Роше», «Л^Ореаль», «Калина», «Свобода», «Новая заря», «Северное сияние» и т.д.
Консистенция	Жидкие Масляные Кремообразные Воскообразные Твердые
Способ нанесения (для жидких)	Без распыления Аэрозольное распыление Механическое распыление



ДУХИ «ЭКСТРА»

- Содержание душистых веществ от 10 до 50%.
- Цветочно-пряный аромат с нотами экзотических фруктов с оттенками пряных трав и мускуса, магнолии и личи

Направление: цветочно-пряное

Тип: повседневные

Верхние ноты: зелень, фрукты, личи

Ноты «сердца»: магнолия, пряные травы, имбирь, перец, жасмин

Базовые ноты: мускус, древесные ноты

Характеристика: радостный, чувственный, современный

Стойкость цветочных духов группы экстра не менее 50 ч, фантазийных - не менее 60 ч. Духи этой группы - триумф, сонет, только ты, торжество, ярославна, шарм, сардоникс, незнакомка и др. Выпускают эти духи только в художественно оформленных футлярах и коробках. ,



Духи

- По **консистенции** духи подразделяют на жидкие и сухие. Сухие духи ("саше") - измельченные пахучие растения или смесь сухих душистых веществ с наполнителями. Их помещают в мешочки из вязкой ткани и используют для ароматизации белья и платья. По характеру запаха духи делятся на духи **цветочного и фантазийного** направления. Духи цветочного направления имитируют запах какого-либо растения, чаще всего цветка или букета цветков и носят соответствующее название.

У **духов фантазийного направления** нет конкретного запаха, существующего в природе. Запах таких духов - плод творчества парфюмера.

По цвету духи бывают **бесцветные и окрашенные**.

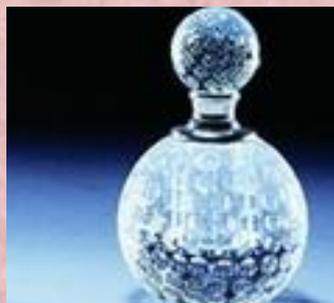
Духи группы А содержат от 7,5 до 50% композиции и имеют стойкость запаха более 40 ч. Некоторые духи этой группы - Ориган, Шипр, Эллада, Белая сирень - могут содержать и меньше композиции (5-9%).

Духи группы Б содержат от 5 до 10% композиции и имеют стойкость не менее 30 ч.

Духи группы В содержат не менее 5% композиции и не более 23% воды. Стойкость их запаха не менее 30 ч.

Духи группы **Б и В** выпускают как в футлярах, так и без них.

Для популяризации основных сортов духов, а также для облегчения выбора выпускают так называемые «пробные» духи в небольших флаконах до 15 мл и с простым оформлением.



ОДЕКОЛОНЫ



- **Одеколоны** - это водно-спиртовые растворы душистых веществ, содержащие не менее 2% композиции и не менее 60% спирта. Одеколоны имеют более слабый и менее стойкий по сравнению с духами запах и применяются как ароматические, освежающие и гигиенические средства. Различают одеколоны с запахом **цветочного и фантазийного** направления, а по содержанию композиции - **группы экстра, А, Б, В**.
- **Одеколоны группы экстра** содержат от 3 до 5% высокостойких оригинальных композиций и не менее 80% спирта.
- **Одеколоны группы А** содержат от 3 до 5% композиции и не менее 70% спирта. Некоторые одеколоны этой группы могут содержать и больше композиции. Стойкость одеколонов групп экстра и А не менее 24 ч.
- **Одеколоны группы Б** имеют от 3 до 4% композиции и не менее 70% спирта.
- **Одеколоны группы В** содержат от 2 до 3% композиции и не менее 60% спирта, за исключением одеколонов «Новый» и «Экстра», которые включают 1,5-1,7% композиции. В композицию большинства одеколонов этой группы входят цитрусовые масла, которые сообщают одеколону освежающие свойства. Стойкость запаха одеколонов групп **Б и В** не нормируется.

ТУАЛЕТНЫЕ ВОДЫ



В туалетной воде концентрация ароматических масел составляет 5-10% на 80-90% спиртосодержащих веществ.

Туалетная вода, простая и понятная, как правило, предназначена для дневного применения. Имеет легкий, сдержанный аромат, который идеально подходит для использования в рабочей обстановке, для занятий спортом, во время летних прогулок, походов по магазинам, посещения кафе.

Туалетная вода обладает более тонким ароматом, который держится примерно 2-3 часа и предполагает повторное нанесение в течение дня.



ДУШИСТЫЕ ВОДЫ

- Парфюмированная вода имеет более насыщенный аромат и содержит 10-20 % парфюмерного экстракта на 90% спирта.
- Парфюмированная вода держится на теле и волосах от трех до семи часов. Однако ее стойкость не зависит от количества единоразового нанесения, перебор с которым ничего не даст, кроме излишне резкого, и даже неприятного запаха в течение нескольких часов.





ДЕЗОДОРАНТЫ

- Дезодоранты – водно-спиртовые или спирто-водные растворы душистых веществ с антимикробными добавками; применяются как ароматизирующие, гигиенические и антимикробные средства



Потребительские свойства и показатели качества парфюмерных товаров

Качество парфюмерных товаров определяется совокупностью их потребительских свойств.

Функциональные: придание запаха; интенсивность запаха; стойкость запаха, ч; дезодорирующая способность, ч (для дезодорантов); крепость, %; сумма массовых долей душистых веществ, %; прозрачность.

Сохраняемость: срок годности.

Эстетические: 1. Парфюмерия: внешний вид, цвет; характер запаха: гармоничность, оригинальность, соответствие моде.

2. Внешний вид флакона и упаковки: выразительность оформления; оригинальность.

Эргономические: психофизиологическое воздействие; удобство пользования.

Безопасность: Водородный показатель (для дезодорантов);

Токсикологические показатели: класс опасности, хроническая токсичность, кожно-раздражающее действие;

Клинические показатели: раздражающее действие; сенсибилизирующее действие.

СЕМЕЙСТВО ЗАПАХОВ

- Семейство **цветочных** – одноцветочные и цветочный букет
- Семейство **шипра** – близкие к древесным, на основе ладана, сандалового дерева («Шипр» – создан в 1917г.ф. «Коти»)
- Семейство **амбры** (восточные запахи) объединяет сладкие запахи с теплотой
- Семейство **кож** - сухие, с оттенками дыма, табака (мужские)



ТИПЫ ЗАПАХОВ ДУХОВ



- ТЕПЛЫЕ (Ромео)

- СВЕЖИЕ (Вечер)

- СЛАДКИЕ (Жасмин)

- ХОЛОДНЫЕ (Белая
ночь)

- СУХИЕ



Показатели качества, относящиеся к запаху, являются наиболее важными для парфюмерии. Именно характер запаха, имеющий свое направление, гармоничность и оригинальность сопровождающих его оттенков определяют выбор товара потребителем.

При оценке качества также учитывают соответствие запаха моде.

Таким образом, качество парфюмерных товаров, в понятие которого входит и безопасность, определяется комплексом как объективных, так и субъективных показателей.

Особенности и материалы применяемые для упаковки парфюмерных товаров

К наиболее важным факторам, влияющим на сохранение качества парфюмерных товаров, относятся упаковка и хранение.

Виды упаковок из различных материалов:

1. Металлические – тубы, аэрозольные баллоны;
2. Стеклянные – флаконы;
3. Полимерные – флаконы, тубы;

Основные требования к упаковке

- Отсутствие взаимодействия материала упаковки с содержимым;
- Отсутствие миграции компонентов упаковки в содержимое;
- Создание герметичности при хранении, транспортировании и пользовании (футляры духов группы «Экстра» обтягивают целлофаном или полиэтиленовой пленкой);
- Экологичность;
- Экономичность.

Требования нормируются в ГОСТ 27429-87.

Особенности хранения парфюмерных товаров

Климатические: температура (от 5 до 25⁰С), относительная влажность воздуха (65-70%), воздухообмен, освещение.

Санитарно-гигиенические: чистота, биологическая загрязненность, микробиологическая загрязненность.

Размещение: защита от механических воздействий, товарное соседство, механизация работ.

Срок хранения: отечественные духи и одеколоны – 1 год;

духи, одеколоны группы «Экстра» и туалетные воды – 15 месяцев;

французская парфюмерия – до 3 лет.

МАРКИРОВКА

- Маркируются изделия согласно ГОСТ Р 57391-99: наименование изделия, страны-изготовителя и фирмы – изготовителя с указанием юридического адреса, наименование группы изделия, информация об обязательной сертификации, месяц и год выработки, состав, объем продукции, обозначение стандарта, срок хранения, штриховой код товара.
- Наименование указывается на лицевой стороне этикетки, остальные обозначения – на футляре изделия.