Почему на парфюмерном рынке столько подделок и как их избежать?

Духи всегда пользовались огромной популярностью. Неудивительно, запах – неотъемлемая часть образа. Но, к сожалению, заветный флакончик может не только разочаровать покупателя, но и привести к проблемам со здоровьем. Я имею в виду подделки, которыми завалены рынки и киоски.

Парфюмерия традиционно относится к той группе товаров, где самый большой процент подделок. Такой же высокий процент товаров неизвестного происхождения.

Около 60 процентов пахучих изделий, реализуемых в России, не имеют ничего общего с товарным знаком, изображенным на упаковке. В Беларуси положение такое же, всевозможные «торговые точки», рынки, киоски и палатки предлагают знаменитые «бренды» по цене 10-15 долларов.

Основная масса фальсификата – это подделки с полным копированием торговой марки или с сознательными ошибками, незаметными на первый, неискушенный взгляд. Например, перестановка или замена букв и, пожалуйста, Chenal вместо Chanel. И покупатель «доволен», и от претензий правообладателя есть шанс отбиться.

Обычно такие ароматы похожи на оригиналы, но никогда не смогут повторить многослойность и стойкость, присущие настоящим дорогим духам.

Качественная композиция открывает свои секреты постепенно, меняя со временем оттенки запаха. Это как музыкальная мелодия. Сначала верхняя нота, потом основная, или сердце аромата. А спустя время проявляется конечная.

Пройдет несколько часов, прежде чем аромат окончательно раскроется и улетучится. А иногда запах остается на одежде даже после стирки! Вряд ли такими свойствами может похвастать какая-либо подделка.

Почему на парфюмерном рынке столько подделок и как их избежать

Автор: admin
29.04.2011 10:40 -

Для снижения стоимости производства в подделках обычно используют дешевые синтетические ингредиенты. Многие из них были запрещены Международной ассоциацией аромата IFRA (International Fragrance Association) еще в 90-х годах по причине высокой аллергенности и фототоксичности.

Часть фальсифицированной продукции попадает на рынки вполне легально. Изменение названия, о котором шла речь выше, дает формальные юридические основания продавать продукт как самостоятельный бренд. Это не самый плохой случай, так как производитель и поставщик существуют в реальной жизни и теоретически к ним можно предъявить претензии.

Хуже, если продукт контрафактный, т.е. ввезен в страну или произведен без соблюдения необходимых формальностей. Такие производства процветают в Сирии, Египте, Малайзии. Россия – не исключение. По Подмоскovieю колесят несколько передвижных заводов, меняющих свое местоположение время от времени. Их продукция – «фирменный парфюм», предназначенный для оптового и розничного сбыта через рынки столицы.

Дельцов не смущает никакая ответственность. По доходам рынок поддельной парфюмерии сравним с наркотиками и торговлей оружием. Себестоимость флакона жидкости, выдаваемой за оригинал, – не более трех долларов. При продаже по цене в пять-шесть раз превышающей затраты рентабельность производства зашкаливает. Никакому официально созданному и работающему предприятию такие показатели и не снились.

Официальный производитель должен соблюдать все формальности. Приобрести дорогой концентрат, изготовить качественную упаковку, проверить качество продукции и сертифицировать ее и только потом выпустить в продажу. Я уж не говорю о фискальных проблемах. Затраты велики, и продукт на выходе никак не может вписаться в рамки 15-20 долларов, которые просят за контрафакт.

В заключение позволю себе несколько «народных примет», которые помогут избежать подделки.

1. Оригинальная парфюмерия не продается на рынках и в ларьках и не бывает дешевой.

Почему на парфюмерном рынке столько подделок и как их избежать

Автор: admin
29.04.2011 10:40 -

2. Швы полиэтиленовой упаковки (если она есть) аккуратные и узкие, с захлестом не более 5 миллиметров.

3. На упаковке не должно быть наклеек. Только типографские оттиски непосредственно на картоне.

4. Картон упаковки может быть только белого цвета, без сероватого оттенка.

5. Надписи типа «Париж-Лондон-Нью-Йорк» – признак фальшивки.

6. В стекле флакона не должно быть пузырьков и вкраплений.

7. Надписи на флаконе всегда выпуклые, нестираемые и без ошибок. Слово *parfum* во Франции пишут без буквы «е» в конце.

8. На стекло дна флакона оригинальной продукции наносится номерной знак. Именно на стекло, а не на этикетку.

9. Аромат не должен содержать запаха спирта, не может быть резким, никогда не вызовет неприятные ощущения ни у вас, ни у окружающих.

Приятных ароматных покупок!

Автор - **Алексей Норкин**
[Источник](#)