

Flower power i flasken

Gode hensigter skaber gode produkter. Det er filosofien bag det økologiske skønhedsmærke, Aveda, der er affødt af en idealistisk hippie og baserer sine produkter på planter og blomster, der plukkes af oprindelige befolkningsgrupper verden over. Vi gik Aveda i lavendelbedene i Bulgarien.





»DETTE ER VORES LAND NU – VI TAGER HÅND OM DET, FORDI DET TAGER HÅND OM OS. MARKERNE ER VORES FRIHED, VORES HJEM, OG VORES HELSE – ALT HVAD VI BEHØVER«

En skarpsleben krumkniv er stadig det vigtigste redskab, når romaerne høster lavendlen i de bulgarske bjergdale, hvor æseltrukne kærre er et dagligt syn. Det må ikke blæse for meget – så ryger de velduftende olier ned i lavendlens rødder. Hvis arbejderne får en rift eller brænder sig i solen, gnider de huden med lavendelblomsterne, fordi de er kendt for deres antibakterielle og helende egenskaber.

Vi er i Bulgarien på besøg hos Filipe Lissicharov og hans enorme blomstermarker, der ligger nær den lille by, Tarmichene. Området var engang kendt som Europas have. Rundt omkring i det bølgende landskab af lavendel, står der romaer i blomstrede kjoler og falmede t-shirts, og skærer blomsterne af buskene.

For snart 100 år siden plantede Lissicharovs svigerfar, Enio Bonchev, sine første roser, som han pressede, distillerede og solgte til parfumerier og sæbefabrikanter rundt omkring i Europa. Men produktionen ophørte, da kommunisterne overtog landområderne. Destilleriet lukkede, og familien Bonchev emigrerede til USA, mens blomsterne fik lov til at vokse vildt i de følgende godt 50 år. Først da der blæste nye politiske vinde, flyttede familien tilbage til Bulgarien og overtog markerne og de gamle destilleringsstanke, som stadig er i brug.

Høstarbejderne er stadig byens lokale romaere, som nu tjener det samme på et par måneders arbejde, som de tjente under det kommunistiske styre i et helt år. Arbejdsgangen er også den samme. Blomsterne sprøjtes ikke, og Enio Bonchev-destilleriets hvide roser er de eneste økologiske i Europa. Deres karakteristiske søde duft stammer fra regnstormene, som på vej ned til bjergdalene passerer en myriade af botaniske varianter, blandt andre kaneltræer.

BONCHEV-DESTILLERIETS HISTORIE FORTÆLLES på den internationale scene af det amerikanske skønhedsfirma Aveda gennem initiativet »Fra jord til flaske«, der redegør for ingrediensernes oprindelse og de mennesker, der står bag dem. Aveda er i dag hovedaftager af de bulgarske lavendler, og lavendel indgår i flere end 150 forskellige Aveda-produkter.

Og Aveda oplever et boom i disse økobevidste tider. Mærket blev grundlagt for 30 år siden af en østrigsk frisør og hippie, der drømte om at skabe et grønt alternativ til en kemisk branche. Aveda betyder »viden om« på sanskrit, og Avedas produkter er derfor baseret på viden fra alle de lande og regioner, hvor man endnu ikke har industrialiseret naturområderne og udvisket de oprindelige befolkningers viden om naturen.

Sandeltræsoliene er således indsamlet og destilleret af australske aboriginals, mens Brasiliens Yawanawa-indianere arbejder sammen med firmaets makeup artist for at skabe produkter baseret på regnskovens fauna – farver, de gennem århundreder har brugt til sig selv.

Sourcing-partnerne, som Aveda selv kalder sit netværk, kommer fra Sydafrika, Sydamerika, Europa, Nepal og Australien og er fundet af den amerikanske professor, David Hircocock, gennem hans arbejde som global miljø- og planteekspert. Planter og blomster i Avedas sortiment skal være 100 procent økologiske. Målet er at respektere lokalsamfundene og deres naturomgivelser, og Avedas engagement skaber således opmærksomhed om nogle værdier, som ikke altid er lige fremherskende i udviklingslandene.

DA AVEDA I 1997 blev opkøbt af den amerikanske kosmetikgigant, Estée Lauder, gav det yderligere finansielle muskler til den grønne idealisme. Emballagerne består af genbrugsmaterialer, og Aveda bruger kun vindenergi på hovedkvarteret i staten Minnesota. Og så afholder Avedas mere end 65.000 saloner og spa'er verden over en årlig Earth Month-kampagne, der sætter fokus på miljøproblemer. »Save Plants, Save Yourself«-kampagnen for to år siden, indsamlede over en million dollar til Canadas truede plantearter. Dette års tema handler om retten til frisk drikkevand. Vand i plastflasker var således skiftet ud med postevand til de nyligt overståede modeshows i New York, hvor Aveda var sponsor.

Og traditionen med at sætte ord på miljøproblemer er ikke ny. Selv Bill Clinton refererede til Aveda under sin præsidenttid, da han forsøgte at få miljølove igennem i senatet.

For Aveda handler det hele nemlig om planter og om blomster. Hvis det er sundt for kloden, er det sundt for mennesket – og vice versa, lyder firmaets filosofi. Derfor er selve bæredygtigheden omdrejningspunkt.

For at forbedre romaernes arbejdsvilkår modtog Enio Bonchev-destilleriet 20.000 dollar fra Earth Month-indsamlingerne til at bygge nye bade faciliteter. Alle er dog ikke lige tilfredse med den idealistiske indblanding. Den bulgarske stat, som udlejer jorderne, afviste således at give tilladelse til at opføre bade faciliteterne.

Ifølge Filipe Lissicharov er beslutningen en del af en systematisk undertrykkelse af en befolkningsgruppe, som regeringen ikke vil anerkende. Pengene er derfor brugt til at give dem nye beboelseskvarterer.

For Bonchev-destilleriet er de lokale romaer nemlig uundværlige. Mens bulgarerne i stor stil flytter ind til byerne for at gøre karriere, er romaerne blevet på landet, fortæller Lissicharov. »Dette er vores land nu – vi tager hånd om det, fordi det tager hånd om os. Markerne er vores frihed, vores hjem, og vores helse – alt hvad vi behøver.«



www.aveda.com

ms@berlingske.dk