



au jus

PAR YASMINE MEURISSE

Parfums « d'après »

Et si notre envie de plus de naturel, de liberté et de rêve était une nouvelle source d'inspiration pour les parfumeurs ? Embarquement immédiat pour de nouveaux voyages olfactifs.

Vous ne « sentez » plus votre parfum, votre odorat semble émoussé par des senteurs mille fois « vues et revues » ? Cela va changer. La génération de parfumeurs « post-masque » s'est en effet mis en tête de chambouler nos émotions olfactives. Non pas avec des fragrances plus puissantes, mais avec des accords qui surprennent parce qu'ils modifient nos repères. Des créations qui répondent aux besoins du monde fantasmé « d'après », plus authentique, plus essentiel, plus naturel, et en même temps plus audacieux, quitte à révolutionner l'univers de la parfumerie.

Quand le potager s'invite dans les flacons

Il faut dire que depuis la sortie d'Angel, de Thierry Mugler, en 1992, la majorité d'entre nous porte principalement des parfums gourmands et fruités, soit 70 % du marché mondial de la parfumerie. Sans abandonner ces notes sucrées si addictives, certains parfumeurs s'emploient à les faire évoluer. Ainsi, les équipes de Takasago, fabricant nippon de matières premières pour la parfumerie, conçoivent des friandises olfactives inédites dans cette industrie, comme des notes de racines aromatiques, de farine de châtaigne ou de « lait d'amande ». Pour accentuer ou moduler les caractéristiques d'un autre ingrédient, ou créer une rupture sensorielle qui émoustille le cerveau, à la manière d'un cuisinier qui associe saveurs amères et douces pour les renforcer mutuellement. La nouvelle parfumerie ne se prive d'ailleurs pas de puiser ses inspirations dans les registres ali-



Sur l'herbe, Fabrice Pellerin (L'Artisan Parfumeur, 150 €).



La fleur de Claude, Andréa Berger (Les Fleurs de l'Art, 68 €).



Santal Austral, Aurélien Guichard (Matière Première, 190 €).



Fabulous Me, Alienor Massenet (Paco Rabanne, 69 €).

mentaires en lien avec la santé, l'énergie et la naturalité, tels que les notes fermentées que l'on apprécie déjà dans notre assiette. Et de faire du potager un nouveau terrain de jeu. À l'image de Symrise, autre géant des matières premières pour la parfumerie, qui enrichit l'orgue à parfums d'une collection de cinq essences de légumes « ordinaires ». Humées séparément, elles sentent exactement les végétaux que l'on connaît. Mais combinées à des ingrédients parfumés classiques, elles enrichissent la palette des parfumeurs. Ainsi, avec son côté « foin » et vert, l'artichaut apporté une note aromatique et de la « chair » : l'oignon, lui, ajoute une odeur de peau moite très sensuelle, et le chou, une facette animale cuirée et épicée. À venir ? La tomate et la carotte !

Des interprétations olfactives d'œuvres d'art

Plus hardie, enfin, est la démarche d'Andréa Berger, parfumeuse et fondatrice de la marque Les Fleurs de l'Art, qui s'inspire des tableaux des grands maîtres. « C'est en imaginant observer Claude Monet peindre ses nénuphars à Giverny que j'ai su que mon premier parfum devait célébrer son œuvre », se souvient la jeune femme, qui traduit en senteurs, l'émotion, les couleurs, le style et l'âme d'une toile ! Ainsi, dans La fleur de Claude, évocation des *Nymphéas*, les fleurs de printemps aux tons pastel révélant un jardin aquatique s'expriment par des fleurs d'eau, des agrumes, des freesias, de la pivoine et du magnolia, des muscs et des bois blonds. Une expérience émotionnelle exceptionnelle, la promesse d'un voyage vraiment inédit, et une belle idée de cadeau pour la fête des mères. ●

DORIS SEF