



BEAUTÉ

CE FLACON DE PARFUM N'EST PAS CELUI AUQUEL VOUS PENSEZ

POUR S'ADAPTER À LA DEMANDE INTERNATIONALE,
LES PARFUMEUR.EUSE.S LANCENT DES COLLECTIONS
RÉGIONALES QUI SONT LE LABORATOIRE
DE LA PARFUMERIE DE DEMAIN.

PAR BLANCHE BRONSTEIN



BEAUTÉ

Au commencement, étaient les parfums légers aux odeurs printanières. Enfin, vous je ne sais pas, mais dans mon jardin d'Eden à moi, aka les années 1990, tout le monde sentait la brise marine et le fruit frais... Sauf les filles au caractère trempé dans une marmite de fèves tonka nommée Angel, qu'on admirait beaucoup. Si vous fermez les yeux et que vous pensez fort aux 2Be3, vous serez peut-être frappé.e.s par la double injonction contradictoire de leur répertoire musical dans lequel *Partir un jour* côtoyait *Toujours là pour toi* sans aucun souci de cohérence. Mais surtout, vous aurez une furieuse envie de vous éclabousser le torse de CK One en hurlant : « Je suis frais.îche et ça se voit. » Si les années 1990 étaient l'Eden de nos vies, les années 2010 en sont sans aucun doute le purgatoire. Une décennie expiatoire dont l'odeur tient en trois lettres opulentes et capiteuses : O.U.D. L'influence de cette résine de bois infecté sur la parfumerie mondiale n'est plus à démontrer, tant les marques en ont fait l'étendard olfactif de notre époque. Le oud est au parfum ce que l'auto-tune est à la musique : il transforme n'importe quel jus insipide en tube. Avec tout ce que ça comporte d'épuisant. Mais attention,

respirez-y à deux fois avant de le jeter avec l'eau du Nil. De plus en plus de parfumeur.euse.s, soucieux.euses de satisfaire les attentes savantes de la clientèle moyen-orientale, développent des collections exigeantes inspirées par leur répertoire olfactif riche et tranchant.

FLACON PREMIUM

« On a un corner chez Selfridges, nous explique Etienne de Swardt, créateur d'État Libre d'Orange. Là-bas, 99% des client.e.s viennent du Moyen-Orient : si on leur propose un flacon d'un de nos best-sellers comme I am Trash, ça ne marche pas. Alors nous avons travaillé sur trois jus un peu plus "in your face" avec des matières plus organiques, opulentes. » Le résultat : une collection baptisée Orange Extraordinaire, aux flacons sertis de métal doré et des notes de rose, oud, patchouli, encens, santal... plus proche sur le fond comme sur la forme du boudoir oriental et des attentes des amateur.rice.s dubaïotes. Des collections spéciales Middle East dans ce goût-là, on en retrouve un peu partout dans la parfumerie de luxe : chez Guerlain, ce sont Les Absolus d'Orient, chez Kilian : les Middle East Exclusives, chez Micallef :

Secrets of Love, chez Frédéric Malle : les Desert Gems. Avec, à chaque fois, un packaging adapté, avec moucharabiés, couleurs sombres ou alphabet arabe. Si vous ne les connaissez pas toujours, c'est parce qu'elles n'ont pas été développées pour le marché français et qu'elles attendent parfois sous le comptoir l'arrivée des touristes qui sauront en apprécier tout l'arôme. « Face à un marché occidental atone, les marques se sont tournées vers Dubaï, où elles ont trouvé une clientèle avec un fort pouvoir d'achat et une culture du parfum très ancrée, explique le parfumeur Pierre Constantin Guéros, senior parfumeur chez Symrise, mais même si les consommateur.rice.s sont très sensibles au branding occidental, l'offre ne correspondait pas à leurs attentes. Un parfum comme Angel y sera perçu comme bien trop gourmand. Alors les marques, en misant sur leur aura, ont commencé à développer des gammes spécifiques, s'inspirant pour la première fois des matières premières locales et des structures de la parfumerie orientale en termes de puissance et de concentration. » Exit donc les fantômes entêtants des années 1980 comme Shalimar et Poison et bonjour le oud, qui fait son apparition dans la parfumerie française en 2002 avec le M7 de Saint Laurent.

ODEURS FAMILIÈRES

Il n'y a pas que l'Orient qui inspire les parfumeur.euse.s, il y a aussi le coin de la rue.



PARIS-18^E

EDP Odeur du Théâtre du Châtelet Acte I, Comme des Garçons

Ça sent quoi une mise en scène ? La parfumeuse Caroline Dumur a tranché pour du poivre noir, de la rose, du café, de la fleur d'orange et du cèdre de Virginie. Lancé en octobre pour la réouverture du Théâtre en rénovation depuis deux ans, le parfum est aussi en vente à Dover Street Parfums Market, la parfumerie de niche ouverte par Comme des Garçons rue Elzevir la même semaine.

110 \$ - 200 ml,
shop.doverstreetmarket.com



PARIS-18^E

EDP L'Air Barbès, 19-69

La marque du Suédois Johan Bergelin (on dit nineteen sixty nine) a choisi la no-go zone préférée de CNN pour encapsuler l'âme de Paris entre la Goutte d'Or et la butte Montmartre avec des notes d'ylang-ylang, d'encre et de béton.

155 € - 100 ml, nineteen-sixtynine.com



PARIS-7^E

EDP 24 rue de l'Université, Yves Saint Laurent

Les parfumeur.euse.s ont-ils peur de se perdre dans l'ivresse des flacons ? En tout cas, le flacon « Adresse de la maison » est un must auquel ont succombé les meilleur.e.s. Yves Saint Laurent avec l'Hôtel de Sénecterre, hôtel particulier du XVII^e siècle où sont installés ses ateliers, lancé la même année que 37 rue de Bellechasse, inspiré du siège de la maison.

280 € - 125 ml, yslbeauty.fr

PHOTOS : PIERRE SABATIER - DR



BOÎTE À IDÉES

Ensuite il s'est passé la même chose qu'avec les peintres orientalistes du XIX^e siècle. Les meilleur.e.s d'entre eux.elles sont allé.e.s confronter leur Orient fictif basé sur les récits de voyageur.euse.s à la réalité du terrain pour y forger leur propre vision. « Nous étions, au lancement de notre marque, mon mari et moi, souvent à Dubai pour accompagner le développement de M. Micallef, nous écrit Martine Micallef, la co-fondatrice de la maison qui a été pionnière sur ce type de parfums. Lors d'une de ces visites, nous avons exploré les souks et découvert les Huiles Aoud. Très intrigué.e.s par ces effluves forts et particuliers, nous avons rapporté des échantillons que nous avons confiés à notre ami et mentor Jean-Claude Astier. Nous avons échangé de nombreuses heures avec lui et décidé de créer des formules en mariant les deux cultures. C'est ainsi que sont nés les deux premiers parfums de notre collection Orientale : Micallef Aoud man et Rose Aoud. » Frédéric Malle qui est à l'origine de The Night, un parfum à la teneur en oud inégalée (si vous voulez savoir ce que sent vraiment le oud, c'est par ici que ça se passe) a lui aussi fait son pèlerinage au Levant : « Avec Dominique Ropion [maître parfumeur rockstar du game, ndlr], nous sommes allés nous confronter aux matières premières de la région pour proposer notre interprétation. Ce qui est intéressant au Moyen-Orient, c'est que le public connaît la parfumerie mieux que personne au monde, mais il n'y a pas, à proprement parler, de parfumeur.euse.s locaux.ales. » En revanche, aujourd'hui, toutes les entreprises de création de parfums ont un bureau à Dubai où s'invente une nouvelle grammaire de la parfumerie à mesure que les attentes évoluent. Et les attentes évoluent aussi bien en Europe qu'au Moyen-Orient. D'un côté : « Le développement de parfums de niche avec des ingrédients rares, des flacons précieux et un story-telling puissant a séduit le marché européen en quête d'expérience premium », explique Pierre Constantin Guéros. De l'autre : « Le Middle East en a marre des notes brutales, les client.e.s veulent des choses adaptées à leur culture olfactive mais faites de manière européenne, moins animale, avec plus de délicatesse, explique

LA SHORT LIST PARIS - DUBAÏ



1. EDP Black Afgano, **Nasomatto**, 124 € - 30 ml, noseparis.com
2. EDP Woodissime, **Mugler**, 180 € - 80 ml, mugler.fr
3. EDP Spice Must Flow, **État Libre d'Orange**, 200 € - 100 ml, etatlibredorange.com
4. EDP Cuir Intense, **Guerlain**, 155 € - 125 ml, guerlain.com
5. EDP The Moon, **Frédéric Malle**, 575 € - 100 ml, fredericmalle.eu
6. EDP Enflammé, **Givenchy**, 195 € - 100 ml, disponible à partir de mars, givenchybeauty.com
7. EDP Black Oud, **Kilian**, 365 € - 50 ml, bykilian.fr
8. EDP Rouge Malachite, **Armani Privé**, 180 € - 50 ml, armanibeauty.com

Pierre Aulas, D.A. olfactif et fondateur de la marque Egofacto. Le développement du marché moyen-oriental a donné un coup d'accélérateur, et ça fait du bien.»

QUAND LA CHINE S'ÉVEILLE

« L'autre jour, j'étais en Russie, et en faisant ma valise j'ai mis Promise par réflexe, un parfum sorti en 2017 dans la collection Desert Gems, sans oud naturel mais basé sur un ambre sec très fort. Au fond, c'est le parfum de ma collection que je connais le moins bien, nous raconte Frédéric Malle au téléphone depuis New York. C'était un flacon de 100 ml, je l'ai vidé en dix jours. J'étais obsédé par sa puissance vertigineuse. Tout à coup, j'ai compris, j'ai vu le truc. Quand on fait un parfum, on est dedans, puis il y a une période de recul pendant laquelle on s'en détache, ce qui nous permet ensuite de le porter avec une certaine innocence, presque comme un.e client.e. En mettant Promise, j'ai compris le ressort. Ce mystère profond et sensuel des parfums orientaux. À quel point c'était bien. Ça m'a donné plein d'idées. » Et des idées, il va en falloir, car le prochain coup d'accélérateur est déjà bien enclenché. La Chine, à qui le communisme avait bouché le nez pendant un siècle, a désormais les narines grandes ouvertes. « Les Chinois.es ont eu un moment d'absence olfactive totale et à l'exception de quelques hits internationaux, ils.elles ne connaissaient rien. En plus, il y a une certaine réticence à envahir le territoire de l'autre, explique Pierre Aulas, mais ça change très vite, même si les client.e.s sont encore à la recherche de choses très fraîches, florales, fruitées, reliées à la nature, facilement identifiables à une plante, un fruit, une fleur. » Du coup, les marques qui proposent ce genre de produit (à dessein) cartonnent, comme Jo Malone et ses Cologne, Parco Palladiano et son Quadrifoglio ou le très fleuri et niche APSU de Ulrich Lang New York. « Tout le monde est parti avec l'idée qu'il fallait proposer des choses légères en Chine, à base de fleur blanche et de jasmin, raconte Frédéric Malle, mais Musc Ravageur et Rose sont des best-sellers là-bas. À mon avis, on va au-devant de surprises énormes. » ■