



VINTAGE

BOUQUET NOBLE

Un accord freesia, violette et mandarine, en l'honneur de la duchesse de Marlborough. Eau de Parfum, The Favourite, Penhaligon's, 100 ml, 164 €.

VERDOYANT

Des notes vertes minérales et boisées évoquant l'univers du peintre russe du début du XX^e siècle, Ivan Bilibine. Parfum de Peau à L'Eau, Eau Triple Forêt de Komi, Officine Universelle Buly, 75 ml, 130 €.

ANNÉES FOLLES

Influencé par les garçons du début du XX^e siècle, un accord oriental fruité et résineux. Eau de Parfum The Majestic Vanilla, 1920 Art Déco, Alexandre J chez Jovoy Paris, 100 ml, 125 €.





ELLE BEAUTE

PARFUMS

RÉTRO OU MODERNISTES ?

CETTE SAISON, LA PARFUMERIE DE NICHE AFFICHE DES PARTIS PRIS OLFACTIFS ET ESTHÉTIQUES OPPOSÉS. CÈDEREZ-VOUS AU CHARME DE L'ESPRIT VINTAGE OU À LA RIGUEUR MINIMALISTE ?

PAR VITORIA MOURA GUIMARAES RÉALISATION LAURIANE SEIGNIER
PHOTOGRAPHE ARNO CAUCHOIS



CONTE ROYAL

Un iris enrobé d'encens et de cèdre, pour raconter la rencontre de Madame de Pompadour et de Louis XV dans la forêt de Sénart. Eau de Parfum, Joli Bois, À Paris chez Antoinette Poisson, 100 ml, 220 €.

D'un côté un esprit rétro, marqué par des sillages floraux et poudrés qui racontent une histoire ou s'inspirent de l'Histoire avec un grand H. De l'autre, des formules courtes construites autour d'un ou deux ingrédients, dans des flacons épurés. Le skincare a épousé il y a un moment la tendance minimaliste en proposant des soins à la formule réduite, parfois centrée sur un seul ingrédient. Quant au maquillage, il a abondamment joué des emballages vintage qui multipliaient les clins d'œil aux fards d'antan. C'est désormais au tour des parfums d'explorer ces deux orientations, reflets des envies paradoxales de l'époque. « Aujourd'hui, l'achat est très motivé par la raison. On consomme moins et mieux, avec une quête de sens. On recherche de l'innovation et de la transparence, une démarche responsable. En même temps, en cette période de grands bouleversements, on a aussi l'envie et le besoin immense de rêver et qu'on nous raconte une histoire », commente Audrey Roulin, directrice beauté au cabinet de tendances NellyRodi.



LE TEMPS RETROUVÉ

La mouvance rétro rassemble des sillages à la signature poudrée, au mimosa ou à la violette qui font directement référence à une parfumerie ancienne. Ces jus opulents, miellés ou vanillés, se lovent dans des flacons dont les courbes et le design vintage évoquent une féminité affirmée, dans une ambiance boudoir revue et corrigée. « Il y a une envie de se pencher sur les formules classiques et de les mettre au goût du jour », explique le nez Aliénor Massenet, qui signe The Favourite chez Penhaligon's, inspirée par Sarah Churchill, duchesse de Marlborough, amie de la princesse Anne et femme d'influence. Ce n'est pas un hasard si le Dover Street Parfums Market, labo des tendances ouvert l'an dernier dans le Marais, à Paris, consacre une partie de son espace à des jus vénérables devenus cultes, comme Vétiver de Carven, Pour un Homme de Caron, Moustache de Rochas, Fracas de Piguët ou L'Air du Temps de Nina Ricci. Chez Celine, qui a lancé une collection de neuf parfums, le créateur Hedi Slimane aurait carrément recommandé aux nez chargés d'élaborer les jus : « Oubliez tout ce qui a été fait après les années 1970. » Pour composer The Favourite, Aliénor Massenet est, de son côté, revenue sur de grands classiques poudrés comme Iris Gris, de Jacques Fath, sorti en 1946, ou Ombre Rose, de Jean-Charles Brosseau, lancé en 1981. Chez Ladurée, Amour de Merveilleuse est un hommage à ces femmes de la noblesse qui dictèrent la mode à la fin du XVIII^e siècle. Quant à la trilogie de parfums créée par la marque Antoinette Poisson, elle s'inspire de l'idylle de Madame de Pompadour avec le roi Louis XV.

EN QUÊTE D'EXPÉRIENCES

Minimalistes ou rétro, malgré leur opposition esthétique, ces nouveaux jus témoignent, dans la façon dont ils se racontent, d'une même évolution dans notre façon d'aborder le parfum et la beauté en général. « Le storytelling va de plus en plus loin. Les consommateurs ont besoin de vivre une expérience qui peut être online ou physique, mais qui leur permette de connaître le processus créatif qui a conduit à la naissance d'un jus, qu'il s'agisse de s'initier au sourcing des ingrédients, de découvrir la personnalité historique à l'origine du parfum, ou de saisir l'engagement social de la marque. C'est ce qu'on appelle le story living », poursuit Audrey Roulin. Quel que soit leur parti pris, les marques semblent l'avoir compris. Byredo a ainsi créé une série de short stories sur la mémoire olfactive, invitant ses followers à partager la leur. Essential Parfums, qui met en avant les créateurs de ses parfums sur ses flacons, les met aussi en scène grâce à des lives sur les réseaux sociaux. Aurélien Guichard a choisi pour sa marque Matière Première des fioles imitées de celles utilisées par les parfumeurs pour leurs essais et a réalisé des vidéos dévoilant son univers de travail. Penhaligon's et Ladurée, tous deux inspirés par des femmes du passé artisanes d'une nouvelle féminité, font connaître l'itinéraire de leurs figures tutélaires et découvrir les particularités de leur personnalité à coups de récits colorés et d'images à l'esthétique bien trempée. De quoi, pour chacune d'entre nous, choisir le récit qui la (trans-)porte le mieux. ■

NOTRE SÉLECTION

Percutante. De la vanille de Madagascar avec une touche pralinée et un accord de musc, dans un flacon Art déco.

Eau de Parfum, Vanille Rouge, Atelier Versace aux Galeries Lafayette, 100 ml, 34,5 €.

Fraîche et fumée.

Des touches de gingembre énergisant, des notes de papyrus et du bois de cèdre, en écho à la première encyclopédie d'histoire naturelle. Eau de Parfum, Hortus Sanitatis, The Alchemist's Garden, Gucci, 100 ml, 295 €.

Ambiance boudoir.

Un parfum du soir, ode à la tubéreuse, qui mêle épices et agrumes, composé en hommage aux élégantes de la fin du XVIII^e. Eau de Parfum, Amour de Merveilleuse, Ladurée, 50 ml, 78 €.

Mythique. Une composition

centrée sur la violette, fleur préférée de Napoléon et de Joséphine, et qui, dans la mythologie grecque, aurait été créée par Zeus par amour pour Io. Eau de Cologne, Violeta, Granada, 300 ml, 75 €.

Enivrante. Une belle rose

mise en vedette par un soupçon de pamplemousse et de menthe poivrée. Eau de Parfum, Rose Magnetic by Sophie Labbé, Essential Parfums, 100 ml, 72 €.

Façon sirop. Des notes

orientales et gourmandes (fève tonka, amande, vanille, framboise) aux accents épicés. Eau Concentrée, Tonka & Amande, 100 Bon, 50 ml, 45 €.

Terreuse. Des écorces

d'agrumes, des graines de céleri et la richesse du vétiver haïtien. Eau de Parfum, Vétiver, Malin+Goetz, 50 ml, 85 €.

Enveloppante. Des fleurs

d'iris nées en bordure de désert, habillées d'un manteau vanillé. Eau de Parfum, Iris Malikhân, Maison Crivelli, 100 ml, 180 €.





MINIMALISTES



VIVIFIANTE

Un mariage entre l'aromatique sauge et la chaleur de la fève tonka, dans une formule à 87% naturelle. Eau Aromatique Sauge + Tonka, Do Not Drink chez Sephora, 50 ml, 30 €.



ANIMALE

Des effluves épicés et fleuris, aux notes sensuelles d'encens, de cuir et de fève tonka. Eau de Parfum, 603 Cuir Encens Tonka, Bon Parfumeur, 100 ml, 118 €.



TENACE

« Un hespéridé qui tient », selon son créateur, qui a exalté la fraîcheur du citron d'Italie avec du poivre noir, de la bergamote, des baies roses et du maté. Eau de Parfum, Cologne Cédral, Matière Première, 100 ml, 190 €.



CONTRASTÉ

L'opposition du citrus et de notes fumées, reflets du port de Tanger de jour et de nuit. Extrait de Parfum, Tobacco Mandarin, Byredo, 50 ml, 245 €.