



EN PLEINE NATURE

Avec leurs dernières créations,
les parfumeurs cherchent à restituer
les sensations olfactives des fleurs, du bois
ou de la mousse. L'objectif ?
Nous inviter dans un environnement
frais, originel et ressourçant. De quoi s'en
imprégner en pleine (et bonne) conscience.

TEXTE: MONIQUE LE DOLÉDEC
PHOTOS: CHRISTOPHE COËNON POUR L'EXPRESS DIX

« Il n'y a rien de purement humain, il y a du végétal dans tout ce qui est humain », prophétise le philosophe Emanuele Coccia, conseiller de l'exposition *Nous les arbres** et auteur de *La Vie des plantes. Une métaphysique du mélange* (Payot). Et de préciser: « Les végétaux incarnent le lien le plus étroit et élémentaire que la vie puisse établir avec le monde. Sous le soleil et les nuages, en se mêlant à l'eau et au vent, leur existence est une interminable contemplation cosmique. » Et une inépuisable source d'inspiration pour nos parfumeurs. Ces derniers auraient-ils été missionnés (par les dieux?) pour nous faire communier avec notre environnement? C'était, rappelons-le, le rôle sacré que s'attribuaient les prêtres chargés de concocter les onguents odorants du temps des pharaons... A l'aube du XXI^e siècle, la notion même de luxe semble changer d'épicentre. Le lien avec le végétal et la terre qui le fertilise apparaît comme une nécessité pour notre avenir. Les maisons de parfums, en pleine révolution, expérimentent de nouveaux écosystèmes respectueux et vertueux qui auraient comme outils les savoir-faire, les biotechnologies et l'upcycling. Et si on creusait un peu?

FLEURS DE COMPTOIR

Quand l'Italien Alessandro Michele lance sa première collection de parfums pour Gucci en ce début d'année, il la nomme *The Alchemist's Garden*, le jardin de l'alchimiste. Aux frontières du passé, du présent et du futur, rose, violette, mimosa et bois sont les notes de cœur de ces eaux de parfum et huiles contenues dans des flacons de porcelaine peinte, tendance apothicaire rétro.

Ces jours-ci, la maison Chloé, connue pour ses imprimés floraux et ses mousselines aux tonalités de pétales et d'automne, propose dans ses boutiques une gamme charmante appelée *Atelier des fleurs*. Neuf senteurs à porter seules ou à combiner entre elles, comme le ferait un fleuriste pour composer un bouquet. A chaque fragrance son parfumeur, qui a travaillé l'une de ses fleurs fétiches: Amandine Clerc-Marie avec *Rose Damascena*, imaginée comme une infusion de feuilles froissées; Quentin Bisch pour *Lavande de Provence*, comme chauffée au soleil ou encore Louise Turner et son *Magnolia*, frais comme aux premiers jours du printemps. Pour enfoncer le clou en direct de *Melrose Avenue*, Eric Buterbaugh, le



Photo: Tony / Renaissance Gallery



... fleuriste – pardon, le *floral designer* des stars (Demi Moore, Courteney Cox, Kate Hudson...) –, implante ses eaux de parfum sur les étagères du Bon Marché, déclinant ses fleurs préférées – jacinthe, muguet ou tubéreuse – dans de lourds flacons en verre très chic. Dernier exemple de passion jardinière olfactive, nettement plus conceptuelle mais enracinée dans le sol, le directeur artistique des parfums Comme des Garçons, Christian Astugueville, présente Clash, série 10. S'inspirant des collages surréalistes, il fait se juxtaposer des matières « crues ». On retiendra la Radish Vetiver (radis-vétiver), deux racines qui s'entremêlent pour une sensation de terre humide, radicale et brute.

ÉCRITURES FIGURATIVES

« Les gens ont besoin de sensations proches du naturel, d'écritures plus littérales, simples et fraîches, constate Pierre Bisseuil, directeur de recherche à l'agence de tendance Peclers. Une façon d'aller à l'essentiel, vers des ressentis plus spontanés, plus authentiques. On doit presque sentir la beauté du geste. » Et de citer l'exposition *L'esprit commence et finit au bout des doigts*, présentée au Palais de Tokyo, à Paris, cet automne, qui magnifie les métiers d'art, la précision et le temps qu'il faut pour faire les choses, la valorisation de la matière par les mains. Ce n'est pas le parfumeur Aurélien Guichard qui contredira cette manière presque artisanale de concevoir, lui qui vient de lancer sa propre maison, baptisée Matière première. « La nature fait du bien. On cherche aujourd'hui à retranscrire des tonalités vertes, un peu mouillées, du croquant avec de la transparence et de la fluidité, et même avec une certaine abstraction. Les gens ont besoin de comprendre ce qu'ils portent. J'ai simplement cherché à magnifier ces matières premières dont on entend toujours parler sans forcément les retrouver, à les embellir et à les faire durer, sans tromper. » Cela donne une magnifique Cologne Cédric qui tient plus longtemps qu'un baiser frais sur la peau, un Nérolol Oranger tout en rondeurs avec des facettes lumineuses et un Bois d'Ebène fumé divin.

SOURCING LOCAL

Même si les matières premières naturelles ne représentent jamais plus de

30 à 40 % d'une formule, la qualité des ingrédients savamment sélectionnés se cultive dès la source. Et sur le terrain. Rose de mai de chez Mul à Pégomas pour Chanel, jasmin grandiflorum du domaine de Manon pour Dior...

Le terroir d'origine des essences est autant un argument de vente qu'un gage de filière et de maîtrise de la qualité pour les grandes maisons, qui en ont fait leur priorité. Les « savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse » viennent d'être inscrits par l'Unesco au patrimoine culturel immatériel de l'humanité : autant dire que la ville berceau du parfum made in France n'a jamais été autant courtisée. François Demachy chez Dior et Jacques Cavallier-Belletrud chez Louis Vuitton y installent leurs laboratoires dans un lieu historique, l'atelier de création olfactive les Fontaines parfumées, où convergent les journalistes et influenceurs du monde entier. A quelques kilomètres de là, la société de créations parfumées IFF aménage un nouvel espace où le temps et le stress n'ont pas de prise, « une sorte de Villa Médicis pour parfumeurs en besoin d'inspiration », confie Judith Gross, directrice marketing, innovation et création IFF. Il est lui-même situé en face de la société LMR (Laboratoire Monique Remy), garante de la qualité et de l'éthique de la production de ses « ateliers de haute joaillerie du naturel », comme les qualifie Judith Gross.

NOUVEAUX CHAMPS DES POSSIBLES

Et pour extraire de la nature les huiles essentielles et les absolues odorantes, les process ont-ils évolué ? La distillation par entraînement à la vapeur d'eau et les solvants sont toujours d'actualité, mais l'heure est à la responsabilité environnementale et éthique. Chaque maison développe ses secrets de fabrication pour élargir la palette des possibles et affiner les propositions. Par exemple, la distillation fractionnée permet de retirer certaines facettes olfactives qui assombrissent (dans les patchoulis trop terreux, par exemple), la biotechnologie reproduit à moindre risque de nouvelles matières odorantes. Quant à l'upcycling, il a le vent en poupe, l'idée étant d'utiliser tous les produits de la transformation, notamment ce que l'on considérait autrefois comme des déchets.

Fabien Durand, directeur de l'innovation chez Givaudan, donne les exemples de résidus de pommes transformés après extraction des jus pour obtenir une huile essentielle, de récupération de copeaux de bois ou d'exploitation de la chair des agrumes (et pas seulement de la peau). Le dernier mot sera pour le maître parfumeur Jacques Cavallier-Belletrud, à propos de sa nouvelle création, Cœur battant. « Pour donner l'impression de croquer le fruit, sa fraîcheur, et faire naître immédiatement le sourire, j'ai sélectionné une poire obtenue par biotechnologie, je l'ai associée à un jasmin un peu fumé, un patchouli cœur et une belle mousse de chêne. Le résultat est une sorte de nouveau chypre, comme une rosée de nuit, qui procure volume et émotion à celui qui le découvre. » Tout l'art du parfum.

* A la Fondation Cartier (Paris, XIV^e) jusqu'au 5 janvier 2020. L'exposition, qui invite à ressentir l'imaginaire des forêts, réunit un collectif de botanistes, d'artistes et de philosophes.

DES SENTEURS
À PORTER
SEULES OU
À COMBINER
ENTRE ELLES,
COMME LE
FERAIT UN
FLEURISTE POUR
COMPOSER
UN BOUQUET



En haut en bas :
eau de parfum
Joyeux Noël de
Maurice Roucel,
MAISON MARTIN MARGIELA,
98 € les 50 ml.
Eau de parfum
Atelier des Herbes,
Magnolia Alba, CHLOÉ,
38 € les 50 ml.
Eau de parfum
Splendeur, BVLGARI,
55 € les 30 ml.
Eau de parfum
Parfums Magnolia,
ERIC CARTERBAUGH,
210 € les 100 ml.
Eau de parfum
Moïst Mimosa,
VILHELM PARFUMERIE,
165 € les 100 ml.

Design : Isabelle Casanova