



Six encens évoquant différentes heures de la journée ont été élaborés par l'agence Cinnamon Projects. Apparatus a quant à lui imaginé Censer pour les accueillir. PHOTO FOURNIE PAR INGALLS PHOTOGRAPHY, COURTOISIE D'APPARATUS

Parfumer l'ambiance

Publié le 23 juin 2015 à 10h17



CLAUDIA GUERRA

Collaboration spéciale

La Presse

Diffuseurs à roseaux, palettes aromatiques pour tiroirs, vaporisateurs d'ambiance... Une tendance se confirme dans nos intérieurs: le nez est à la recherche de perceptions. « On est passé d'un mode anti-odeur au «parfumage» de l'espace», croit l'expert indépendant du parfum Nicolas Olczyk. Le parfum serait-il devenu le nouveau chouchou de la déco ?



De Melbourne, le diffuseur à roseau d'Alchemy Produx fait un clin d'oeil à la chimie nécessaire à la confection d'un parfum. Il faut dire aussi que l'une des créatrices est justement chimiste!

PHOTO FOURNIE PAR
ALCHEMY PRODUX

«Le consommateur se fait plus exigeant qu'auparavant», poursuit Nicolas Olczyk, de l'agence française Rouge Curacao. Odeurs de cuir, senteurs boisées, ambrées, fumées... on embaume nos pièces comme dans les grands hôtels et les boutiques chics qui emploient les fragrances pour se donner une signature.

D'après Lucie Bernier, cofondatrice de Pure Living et créatrice des parfums Lucia et Rue de Marli, la situation économique défavorable et la tendance du retour aux sources et aux valeurs plus authentiques expliqueraient en partie le grand intérêt pour la parfumerie d'intérieur.

«On dépense moins, mais on mise sur des objets durables. La clientèle s'est élargie avec les hommes qui veulent aussi du raffinement et est plus individuelle, avec l'éclatement des familles», ajoute-t-elle.

En fait, la maison est devenue le lieu pour se faire du bien. D'où l'envie de modeler des univers odorants qui évoquent des souvenirs agréables et des émotions, de combiner différents parfums pour mieux se composer un espace sur mesure et personnalisé, ou même d'adopter des notes différentes pour chaque pièce.

DU MÊME AUTEUR

Une maison dans l'air du temps

Design Zola: l'Inde à nos portes

Nouveau bohème: «Tout est dans les couleurs, les motifs et les plantes!»

Une terrasse pour accueillir les amis

Boucle & Papier: retrouver le plaisir d'écrire à la main



Dissipant des senteurs douces de lavande, de rose et d'aloès, ce jus floral fait partie de la nouvelle gamme pour le corps L Purement & Simplement de La Maison Lavande. 44,95\$ pour 235 ml dans les boutiques La Maison Lavande.

PHOTO FOURNIE PAR LA
MAISON LAVANDE

«Les gens ont un goût plus prononcé pour les produits spécialisés, bien formulés, avec de beaux ingrédients. Ils ont du plaisir à redécouvrir leur nez!», constate d'ailleurs Nancie Ferron, de La Maison Lavande.

L'objet de luxe

Synonyme de relaxation et de cocooning, la bougie reste un rituel incontournable et les diffuseurs par capillarité, les fameuses tiges de roseau, continuent de plaire à plusieurs pour leur gestuelle différente.

Petites et grandes marques n'ont pas manqué de flairer la tendance et d'explorer ce nouveau territoire avec des objets luxueux, dont Hermès, qui s'est associé à la respectée parfumeuse Céline Ellena et au créateur Guillaume Bardet pour la confection des bougies estivales Parfum de la maison.

Kartell s'est également lancé dans l'aventure avec le double objectif de combiner technologie et design industriel à la parfumerie d'intérieur. «C'est tout un défi d'innover avec l'olfaction», confie d'ailleurs Claudio Luti, président de l'entreprise italienne.

Éditions limitées, collaborations, utilisation de matériaux nobles... les arômes inspirent aussi les créateurs chez Tom Dixon et Apparatus. Le studio new-yorkais a joué sur la spiritualité et les pratiques anciennes pour la conception de Censer, un brûleur d'encens en laiton cuivré et porcelaine. «Il ne faut pas oublier que les premiers parfums étaient des encens», rappelle la parfumeuse de Monsillage, Isabelle Michaud.

Bonnes pratiques d'utilisation

On vaporise le parfum dans les airs, et non pas sur les objets et les tissus. Quelles odeurs choisir? «On y va selon où on se trouve plutôt que selon les aires de vie: des jus floraux si on est en ville, des boisés si on est en campagne, des senteurs végétales et aquatiques si on est près de l'eau», propose Claudio Luti, président de Kartell.

Quant à la bougie, on la laisse se consumer environ une heure et on l'éteint ensuite. «Il ne faut pas employer la bougie comme lumière. La mèche risque de brûler le parfum», prévient également Lucie Bernier. On ne s'en sert pas non plus quand on passe à table pour ne pas interférer avec les odeurs de nourriture. «Avant d'allumer, on coupe la mèche de quelques millimètres, pour permettre d'optimiser sa durée », dit Christopher Yu, directeur général chez United Perfumes, une société anglaise qui élabore les collections de Fornasetti Profumi. Enfin, mieux vaut renoncer à l'utilisation de parfums en présence de personnes souffrant d'asthme et d'enfants de moins de 5 ans.

Conseils d'achat et d'utilisation

Comment savoir si le produit convoité honorera ses promesses ? Voici quelques critères à considérer.

Les besoins

Si on veut parfumer un grand espace, la lampe Berger et le vaporisateur seront efficaces, tandis que la bougie va libérer un arôme plus léger, nous dit la parfumeuse Isabelle Michaud. Les roseaux sont plus discrets et seront parfaits pour des petites pièces comme la salle de bains, la chambre à coucher ou le bureau. «Le choix dépend aussi de ce qu'on est à l'aise de manipuler. Le diffuseur électrique est génial pour les gens qui n'aiment pas le feu», ajoute Nancie Ferron, de La Maison Lavande.

La concentration et la durée

«Avec une même revendication de notes, un parfum n'aura pas le même effet si le concentré est de 4 à 5% ou de 8 à 10% » explique l'expert Nicolas Olczyk. Avec un dosage élevé, il sentira pendant environ trois heures et sera perceptible les deux heures suivantes. Un mauvais parfum se dissipe en 20 minutes, dit Lucie Bernier, de Pure Living. On reconnaît aussi la qualité à la pyramide olfactive plus créative et moins sucrée.

L'origine du produit

On évite les pays qui n'ont pas d'histoire de fabrication et on privilégie les ingrédients biologiques. «On a plus de chances de tomber sur un bon produit du côté de l'Europe, du Canada, des États-Unis», conseille Lucie Bernier. L'astuce d'Isabelle Michaud? On s'en tient aux petites entreprises qui font preuve de transparence! On écarte donc les désodorisants commerciaux, les formulations composées de substances chimiques (phtalates, formaldéhyde, toluène, xylène...) et de colorants.