

A HONDAMORE FRANCE

GRAZIA

GRAZIA.FR
Semaine du 6 au 12 mai 2016

REPORTAGE
En Italie, dans
une prison
pour femmes

RENCONTRE
Don DeLillo
nous parle de
son nouveau
roman

**CONSTANCE
JABLONSKI**

Le top français qui
a conquis l'Amérique

**Blouses bohèmes,
denims twistés,
imprimés tropicaux,
sandales à lacets...**

**TOUT POUR
PRÉPARER**

**UN ÉTÉ
TRÈS
MODE**



BEAUTÉ
FRAGRANCES
POUDRÉES, JUS
ENSORCELANTS
36 parfums
qui vont
nous rendre
addicts

**AUGUSTIN
TRAPENARD**
*«La culture,
c'est sexy,
excitant et
jouissif»*

**Burgers, tartes
et desserts**
NOS RECETTES POUR
UN PIQUE-NIQUE
IDÉAL (ÉT RÉUSSI)

DOM: 4,6 € - S4: € - BEL: 2,30 € - CH: 3,80 FS - CAN: 4,95 \$CAN
D: 4,50 € - AND: 2,30 € - A: 4,50 € - ESP: 3 € - FIN: 4,50 €
GB: 5 £ - GR: 3,50 € - ITA: 3,50 € - LUX: 2,30 € - MAR: 40 DH
ROM SURFACE: 750 COP - PORTUGAL: 3 € - TUN: 6 DTU - USA: 4,95 \$

L 19753 - 343 - F: 1,80 €



Délicieusement ADDICTIFS

Les jus à succès jouent des ingrédients ensorcelants. De ceux qui rendent accro dans la seconde, pour nous mener gentiment par le bout du nez.

Par Lionel PAILLÈS

Tient-on là le nouveau mantra de la parfumerie, le sésame pour toucher le cœur à coup sûr? L'addiction. Rien à voir avec ces parfums de frisson inspirés de la sémantique narcotique: Opium YSL (1977) – «pour celles qui s'adonnent à Yves Saint Laurent» –, Dior Addict (2002) et tout récemment Sweet Morphine Ex Nihilo, nectar de lilas sucré de vanille qui n'a rien de bien vénéneux. Comprenez plutôt: ce besoin irrésistible de renifler sa peau et de revenir encore et toujours à un parfum après l'avoir senti ou porté une seule fois. Le mot «addiction», s'agissant du parfum, est finalement entré récemment dans le vocabulaire, il y a dix ans à peine. «Auparavant, on parlait plutôt de "waouh effect"», se souvient Serge Majoullier, parfumeur chez Mane et compositeur de l'hyper-calorique Bonbon, de Viktor & Rolf. L'addiction se nourrit de tous ces moments agréables, rassurants, heureux: sourires distillés, câlins sans fin avec un amant estival, souvenirs de vacances en famille, odeurs de l'herbe coupée du jardin de grand-père ou de la tarte aux pommes du goûter du mercredi... Pas la plus petite trace de pathologie dans cette toxicomanie-là, cette addiction «sage», garantie 100 % sans danger.

Libre EXCÈS

L'attachement particulier à un parfum est très étroitement lié à la mémoire de chacun, à son histoire personnelle et même, d'une certaine

manière, à sa culture. «On sait qu'un parfum nous touche parce qu'on l'a déjà senti, il y a parfois très longtemps. Notre répertoire de senteurs se crée dès le deuxième mois de gestation dans le ventre de notre mère. Il nous suffit de re-sentir une odeur pour être immédiatement submergé par l'émotion qui y est attachée. Cette expérience est d'autant plus forte que le souvenir revient avec tout son contexte, ce qui enrichit encore un peu plus l'émotion», analyse Roland Salesse (1), créateur de l'unité de Neurobiologie de l'Olfaction à l'INRA de Jouy-en-Josas. Rien n'étant universellement addictif, l'enjeu pour les marques est de trouver le plus grand dénominateur commun: ce souvenir olfactif qui va toucher non pas une, mais mille ou dix mille ▶

Tendres pièges

1. REMAKE. Un cœur floral solaire et envoûtant, adouci d'une vanille chaleureuse à peine épicée. Eau de parfum So First, **Van Cleef & Arpels**, 55,50 € les 50 ml.

2. INTENSE. La réminiscence d'un cœur de jasmin et d'osmanthus abricoté. Eau de parfum Hugo Woman Extreme, **Hugo Boss**, 72,50 € les 75 ml.

3. VERTIGE. Le souffle transgressif d'une rose bulgare sucrée et hyper sexy. Eau de parfum Poison Girl, **Dior**, 94 € les 50 ml.

4. GUSTATIF. Un beau vétiver qui flirte sans honte avec un accord crème de noisette. Eau de parfum Angel Muse, **Mugler**, 65,50 € les 50 ml.



► personnes. Est-ce l'odeur du sable des vacances qui s'imisce partout, dans les pages du roman de plage comme dans *Prodigieux*, de Nuxe, parfum aux effluves ensoleillés de tiaré, frangipanier, vanille et lait de coco? Ou serait-ce plutôt l'odeur d'une poire acidulée ramassée dans le jardin familial qui a inspiré *Pera Granita Aqua Allegoria* de Guerlain?

Plaisir SUR MESURE

Derrière l'addiction, il y a avant tout une notion d'hédonisme. «*Se faire plaisir en portant son parfum, c'est devenu l'exigence principale des femmes*», analyse Serge Majoullier. Ces compositions qui déclenchent l'addiction sont probablement des parfums plus «entiers», sans fioritures ni maniérisme, un peu moins conceptuels ou cérébraux que ceux des années 70 ou 80. Des essences très physiques au fond. On trouve cette saison dans leur formule un paquet de vanille et de fève tonka, ingrédients délectables qui ont le don de tourner la tête à n'importe qui. Autre substance addictive par excellence: le musc et sa texture

vaporeuse. «*Si l'on est fou de lui, c'est qu'il sait créer ce lien très intime avec la peau, ce plaisir tactile, cet effet "caresse" qui rappelle une présence entêtante*», analyse Nathalie Lorson, parfumeur chez Firmenich. Le projet HU-MANE, piloté par Olivier Bachelet, de la société Mane, a proposé récemment à treize parfumeurs de la maison d'explorer de nouvelles pistes d'addiction «*bors gourmandise*» (accords cuirés ou de bois ambrés). Mais ces notes sensuelles et désirables ne suffisent pas à nous mettre en transe. «*Pour que l'addiction opère, il faut une référence à un souvenir, certes, mais aussi une petite touche de mystère, un élément qu'on ne comprend pas et qui donne envie de revenir à ce parfum et d'en percevoir, pourquoi pas, le secret*», analyse Nicolas Olczyk, expert indépendant du parfum. C'est le cas de *Super Cedar* de Byredo, boisé addictif d'une délicatesse infinie qui fleure bon la mine de crayon du fond de la classe et d'où l'on sent poindre les effluves mystérieux d'un feu de cheminée.

(1) Auteur de *Faut-il sentir bon pour séduire?* (Editions Quae, 2015).

Attraction animale

- 1. CORSÉ.** Un café noir éclairé de vanille, de riz basmati et de lait d'amande. Eau de parfum *Black Opium Nuit Blanche*, Yves Saint Laurent, 61,50 € les 30 ml.
- 2. PEAU DOUCE.** Un bel accord masculin-féminin lavande-géranium, souvenir de la peau de l'autre, qui sème le trouble. Eau de parfum *Boy*, Chanel, 175 € les 75 ml.
- 3. CHARNELLE.** Une rhubarbe croquante baignée dans un océan de musc. Eau de Cologne *Eau de Rhubarbe Ecarlate*, Hermès, 92 € les 100 ml.
- 4. NARCOTIQUE.** Un riz au lait de coco rafraîchi de mangue juteuse. Eau de parfum *Moonlight In Heaven*, By Kilian, 225 € les 50 ml.
- 5. PLAISIR GLACÉ.** Une bombe de fraîcheur addictive, qui mène tout droit à l'accoutumance. Eau de toilette pour homme *Spicebomb Fresh*, Viktor & Rolf, 79,50 € les 90 ml.

L'odeur DU RISQUE

Certaines marques de niche frôlent l'interdit et se risquent à traiter l'addiction compulsive de façon littérale. Au rayon des parfums pour les «*bad girls*», on se souvient de *Black Afgano* (Nasomatto), parfum brutal qui reproduit l'odeur de «*la meilleure qualité de haschisch*», dit le créateur Alessandro Gualtieri. Kilian Hennessy s'était déjà confronté à l'absinthe, la «*drogue des poètes*», avec *A Taste of Heaven*, Absinthe Verte, et il revient aux substances sulfureuses avec sa collection *Addictive State of Mind*, où il évoque le café turc, le cigare et le cannabis (*Smoke For The Soul* et son accord maté-eucalyptus-tabac blond). Aujourd'hui, c'est le parfumeur néo-punk Mark Buxton qui crée le parfum crépusculaire *Enter The Void* (pour Folies à Plusieurs), inspiré du film déjanté de Gaspar Noé et travaillé autour d'une base cannabis plus vraie que nature (disponible fin mai sur Nose.fr).



1



2



3



4



5