



MIAM

# Comment les parfums sont devenus des gourmandises

La Vie est Belle, de Lancôme, caracole en tête des palmarès. Catégorie: parfums gourmands. Cette famille est née en 1992 avec la création Angel de Thierry Mugler. Des fragrances addictives et régressives qui font référence aux souvenirs d'enfance les plus doux. Et en plus, ça ne fait pas grossir. Mais comment expliquer cet engouement? **Par Isabelle Cerboneschi**

Quand Angel est sorti, ce fut comme un tremblement d'air dans le monde de la parfumerie. Une rupture. Personne n'avait osé cet accord-là, adjoindre au patchouli des notes utilisées dans l'industrie non pas des parfums, mais des arômes. Une sorte de caramel chocolaté. C'est Olivier Cresp qui en a eu l'idée (lire interview ci-après) et qui a créé, sans le savoir et sans le vouloir, une nouvelle famille de parfums: les gourmands. Depuis, ces douceurs olfactives caracolent au sommet des sondages, La Vie est Belle de Lancôme en tête.

Cela fait donc vingt-quatre ans – rien à l'aune de l'histoire de la parfumerie – que les parfumeurs font leur petite cuisine olfactive, maniant les arômes, parfois avec dextérité, parfois avec la main un peu trop lourde. Ne devient pas chef pâtissier qui veut. Tous les ingrédients

sont passés. Au fil des années et des coups de cœur, on a adoré trouver de la fève tonka dans Le Mâle de Jean Paul Gaultier, créé par Francis Kurkdjian et lancé en 1995, même si ce parfum fait officiellement partie de la famille des orientaux-fougère, et cette note de café si prégnante dans A Men de Thierry Mugler lancé en 1996. L'apparition de la réglisse à la vanille dans Lolita de Lempicka en 1997 fut une jolie manière de laisser émerger de doux souvenirs: ces fins d'après-midi, à la sortie de l'école, où l'on se ruait dans le bureau de tabac du coin pour acheter un rouleau de réglisse avec un bonbon en son centre. Les premières notes lactées, si régressives, sont apparues dans l'extraordinaire Feu d'Issey Miyaké, écrit par Jacques Cavailé, lancé en 1998 et hélas disparu. Ce parfum était à la fois réconfortant comme un lait chaud dans lequel on aurait fait

de poivre et de bois de gaïac. La même année, on faisait des gorges olfactives d'amande amère découverte dans Rahat Loukoum de Serge Lutens pour les Jardins du Palais Royal. En 2005, Boum! Une explosion de fleurs et de gourmandises avec le lancement de Flowerbomb de Viktor & Rolf. Les parfumeurs Carlos Banaïm, Domicile Berthier, et Olivier Polge voulaient «une profusion de fleurs, qui ne soit pas seulement olfactive, mais aussi gustative, un délice pour tous les sens». D'où l'accord autour de la rose, du jasmin, du patchouli, du caramel, de la vanille et des muscs blancs de ce «floriental gourmand».

La vapeur de riz dans Kenzo Amour en 2006 opposait sa douceur à un monde en mutation. Et que dire de cet étonnant accord de caviar lactescent et de figure découvert dans Womanity de Thierry Mugler, lancé en 2010? Il fallait oser... Sans oublier La Vie est Belle de Lancôme, lan-

Hors-Série

Le Temps  
1211 Genève 2  
022/ 888 58 58  
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 36'802  
Parution: irrégulière

Comment les  
parfums sont  
devenus des  
gourmandises



N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 18  
Surface: 261'579 mm²

cé en 2012 qui caracole en tête des palmarès. Avec ses notes gourmandes de fleurs d'orange, de jasmin, d'amande amère, de fève tonka, de praline et de vanille, ce dessert olfactif est le parfum préféré des Suissesses pour la seconde année consécutive: plus de 409 parfums sont vendus dans notre pays par jour et plus de 365 000 flacons depuis le lancement.

Comment expliquer cet engouement pour les gourmands? De la même manière que l'on explique la passion des enfants pour les bonbons. Une attirance génétique pour commencer: le sucre générant de l'énergie, l'organisme en est friand. Un attrait culturel ensuite: le bonbon, c'est la gourmandise, mais aussi la récompense. Les parfums gourmands sont des odeurs régressives et rassurantes. «Tout le monde aime le sucre. Quand on met du sucre dans un parfum,

ça rend aussi les choses plus douces, relève le parfumeur Dominique Ropion, auteur de La Vie est Belle de Lancôme (lire interview p.22). Mais si on le fait intelligemment, on peut l'utiliser d'une façon esthétique et avec une construction cohérente. Dans la Vie est Belle ou dans Angel, les notes sucrées ont été utilisées comme un élément de construction indéniabable et indispensable, en vue d'un final esthétique voulu. Les gourmands sont une extension des semi-orientaux, des fleuris semi-orientaux, ça commence par Shalimar, Must, Obsession, souligne Dominique Ropion. Mais avec Angel, on est allé beaucoup plus loin avec les notes Velvet, ces fameuses notes caramel.»

Ces gourmandises parfumées font aussi appel à la mémoire olfactive: les adolescentes des années 70 portaient les eaux de toilette Village, premières

senteurs autorisées. Des jus ludiques et colorés qui sentaient la pomme verte, la fraise, le bubble gum et avaient des odeurs de bonbons acidulés. Passer de ces senteurs régressives à Angel leur fut facile. Leurs filles, nées dans les années 90, ont grandi avec le nez dans le cou de leur mère qui sentait le patchouli et le caramel d'Angel. L'odeur gourmande devenait symbolique de l'amour maternel (du manque d'amour, aussi parfois). Ces enfants ont désormais 24 ans, sont devenues de jeunes adultes qui achètent leur parfum, et se tournent naturellement vers ces senteurs-là, pour la douceur du souvenir.

Les parfums gourmands parlent au cœur. On s'y emmitoufle comme dans une couverture douce, ils font baisser le taux d'anxiété et remontent le moral. Des doudous invisibles, rassurants, que l'on peut emporter partout avec soi.



Comment les parfums sont devenus des gourmandises



Hors-Série

Le Temps  
1211 Genève 2  
022/ 888 58 58  
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 36'802  
Parution: irrégulière

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 18  
Surface: 261'579 mm<sup>2</sup>

GETTY IMAGES/ROOM RF



**Bulgari,**  
Omnia Paraiba,  
(cacao, fruits de la passion).



**Yves Saint Laurent,**  
Black Opium  
(café, vanille).



**Christian Dior Parfums,**  
Poison Girl,  
(fève tonka, vanille).



**Lancôme,**  
La Vie est Belle  
(Florale, fève tonka,  
praline, vanille).



**Roger & Gallet,**  
Fleur de figuier,  
(figue confite).

PHOTOS DR



**Viktor & Rolf,**  
Flowerbomb,  
(caramel,  
vanille).



**Jimmy Choo Parfums,**  
ILLICIT,  
(accord miel -  
ambre).



J'avais l'habitude installée  
De courir jadis chez l'épicier  
Accordée certes, mais plutôt excitée  
A l'idée de dévorer et fleurir  
Sans doser, ni créer  
Bouquets de roses et d'iris  
Caramels délicieux et rouleaux de réglisses  
Effluves de musc, ambre, patchoulis de Java  
Ô réel, réel comble de nirvana.  
Furieusement, bouche fine volatile  
Ce rituel gastrolâtre a duré bien des années dociles  
Et toutes mes sucreries, mes arômes préférés  
Ne m'ont pas épargnée, ô Galatée.  
A force d'être infusée, macérée  
Composition goulue aux pétales attentats  
Alambic passionnée, j'infuse avec faim  
Paradis olfactif où le sillage est roi  
Je deviens palette gourmande, parfum émotionnel.

© Carmen Campo Real - le 2 février, 2016  
Ce poème a été composé pour «Le Temps»  
par la poétesse genevoise Carmen Campo Real,  
dont l'œuvre est publiée chez Slatkine.

## Le jour où Angel est apparu...

Lorsque le parfum Angel de Thierry Mugler fut lancé en 1992, une nouvelle famille de parfums est née: les gourmands. Son créateur, Olivier Cresp, raconte cette naissance.

### Le Temps: comment est née cette idée de note gourmande?

**Olivier Cresp:** J'ai commencé à travailler sur ce projet en 1989 déjà, avec Véra Strubi. Elle venait de quitter Montana pour entrer chez Thierry Mugler dont elle est devenue la présidente, engagée par le groupe Clarins. A l'époque, elle était seule dans le service. C'est formidable d'imaginer que petit à petit elle a monté un empire, créé une success story, et réalisé un chiffre d'affaires phénoménal. Elle avait demandé à cinq ou six parfumeurs de chez Quest, dont moi, de lui présenter notre meilleure idée, notre plus beau joyau caché dans le tiroir. Elle ne nous a pas donné de projet spécifique.



Hors-Série

Le Temps  
1211 Genève 2  
022/ 888 58 58  
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 36'802  
Parution: irrégulière

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 18  
Surface: 261'579 mm<sup>2</sup>

Je lui ai donc montré une jolie note que je travaillais qui s'appelait «Patchou», une espèce de patchouli très vanillé. C'est le projet sur lequel elle a voulu se concentrer: le Patchou OJC (mes initiales: Olivier Jacques Crest). Et on a travaillé main dans la main, ensemble, pendant plusieurs mois, à développer le parfum. Je n'avais pas vu le flacon, elle ne m'avait pas parlé du nom, ni de quoi que ce soit, elle voulait simplement développer un très grand jus féminin. Je savais que c'était pour Thierry Mugler, mais c'était tout. Elle trouvait mon parfum extraordinaire, parce que très puissant, mais qu'il manquait de féminité, qu'il était très androgyne et qu'il faudrait quand même lui apporter des fleurs. Ajouter des fleurs, c'est ce que j'ai essayé de faire entre la note 50-52 et la note 120-130...

#### La note 52, qu'est-ce que c'est ?

La modification: chaque fois que je fais une formule, je lui donne un numéro différent. Pour Angel, j'ai fait 620 essais, 620 formules différentes.

#### C'est beaucoup pour un parfum ?

Oui. Parfois, il m'arrive de faire 40, 50 modifications sur le thème, mais d'autres fois je peux en faire 1000 ou 2000, ça dépend. Aujourd'hui, on travaille beaucoup plus vite qu'il y a 20 ans parce qu'on a des robots qui pèsent nos formules. Mais le processus est le même. Entre l'essai 50, celui qui avait plu à Véra Strubi, et l'essai 120, elle me disait «rajoutez de la féminité». Elle voulait que j'ajoute de la rose, du jasmin, de la pivoine, etc., mais chaque fois que j'essayais ces accords fleuris dans mon parfum, ça ne marchait pas. On était au pied du mur.

#### Comment le projet est-il reparti ?

Elle a eu l'idée de me faire rencontrer Thierry Mugler! Il est venu dans mon bureau un après-midi, il est resté quatre heures, et il m'a parlé de lui, de sa vie, de ses grands-parents, de ses parents, de ses voyages. Il m'a raconté qu'il aimait les fêtes foraines, qu'il était Alsacien. A un certain moment, il m'a confié qu'il était gourmand et que quand il était gamin, il buvait des chocolats chauds que sa grand-mère lui préparait, dans lesquels il trempait des gâteaux aux raisins. On a beaucoup parlé de Russie, il m'a montré qu'il photographiait beaucoup de toits avec des étoiles, parce qu'il adore les étoiles. Je lui ai fait sentir mes essais et quand il est parti, je me suis dit que j'allais créer un accord qui soit sa madeleine de Proust autour du chocolat de son enfance.

#### Comment crée-t-on une note de chocolat ?

Quand j'habitais aux Etats-Unis, j'avais fait un stage dans les arômes alimentaires et j'avais créé un tas d'accords à base de caramel, de miel, de chocolat. En France, à l'époque, aucun parfumeur n'avait osé penser à travailler sur des accords caramel, chocolat, miellés,

amandés, de façon à les incorporer en parfumerie. Aujourd'hui, c'est monnaie courante. Je savais que

j'avais un très bon jus et je me suis dit que j'allais ressortir mes petites recettes d'accords que je travaillais aux USA pour voir si ces facettes allaient fonctionner sur mon patchouli vanillé. Je les ai montrées à Véra. Elle voulait un jus confidentiel. Elle ne voulait pas le lancer dans les parfumeries du monde entier, juste dans les meilleurs points de vente. J'avais l'impression de faire un parfum de niche avant même que ceux-ci n'existent. Elle voulait un jus bleu, parce que Thierry Mugler adore le bleu, mais pas une odeur marine. Elle aimait l'idée du contraste entre le bleu et la note gourmande. Avec un nom comme Angel, on s'attend à quelque chose de gentil et de romantique alors qu'en fait, c'est un parfum sensuel, chaud, torride, à double lecture.

#### Avez-vous imaginé alors qu'Angel donnerait naissance à une nouvelle famille olfactive ?

On savait que le jus était très bon, tout le monde se retournait sur ma femme qui le portait pour le tester et lui demandait «qu'est-ce que vous portez, est-ce qu'il est en vente?» Je savais que j'avais une pépite, mais je ne me doutais pas que ça allait être une nouvelle famille olfactive puisque c'est involontairement que j'ai créé la famille des gourmands.

#### Ces notes Veltol, qui sentent le caramel, qu'on trouve maintenant dans de nombreux parfums, étaient-elles déjà utilisées dans la parfumerie avant Angel ?

Non, vous n'en trouvez dans aucun parfum avant 1992. Les parfumeurs la connaissaient, mais ne l'utilisaient pas.

#### Comment définissez-vous les parfums gourmands ?

Ils sont appétants, on a envie de les manger, ils donnent envie de croquer. Ils sont gourmands parce qu'ils sont sucrés, vanillés, opulents. Prenez par exemple Loverdose de Diesel: il est gourmand parce qu'il sent

la réglisse. Et puis c'est un genre régressif. J'aime bien puiser ma parfumerie dans des souvenirs d'enfance liés aux recettes de cuisine. J'avais fait un parfum pour Kenzo, Kenzoki, qui sentait la vapeur de riz. Je m'étais rendu à Genève, chez Firmenich, pour chercher des idées au département des arômes alimentaires et j'avais demandé à un aromaticien comment il faisait le muesli. Je suis reparti à Paris, j'ai écrit ma formule en mettant justement des notes vanillées, lactées, laiteuses, un peu musquées, avec des départs un peu noisette, un peu de pomme et du riz, j'ai rajouté un nature-print de riz basmati.

#### Un nature-print ?

C'est un petit appareil qui nous permet de capter

Hors-Série

Le Temps  
1211 Genève 2  
022/ 888 58 58  
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 36'802  
Parution: irrégulière

Comment les  
parfums sont  
devenus des  
gourmandises



N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 18  
Surface: 261'579 mm<sup>2</sup>

les odeurs et de les restituer. C'est comme un «head space». Ce qui est important en parfumerie, c'est d'avoir des idées et de les réaliser.

### Etes-vous gourmand?

Oui, mais je fais très attention à ce que je mange. Ça m'évite d'être gros.

### Comment expliquez-vous que la famille des gourmands soit en tête de tous les classements?

Parce qu'ils sont régressifs. Ils font appel à la petite enfance, une période où l'on a tous été heureux, c'était un

monde protégé, où l'on connaissait nos grands-mères, nos mamans qui nous fabriquaient des gâteaux et des plats succulents. Et chaque fois qu'on respire ce genre de notes, on se sent bien. Les odeurs qu'on a connues dans le passé et qui resurgissent, c'est comme entendre une musique ancienne qui donne envie d'acheter le CD. Pareil avec les odeurs lactées, crémeuses, celles qui sentent la peau, une peau charnelle... Un sociologue ou un psychiatre pourrait l'expliquer mieux que moi.

Propos recueillis par Isabelle Cerboneschi



Olivier  
Cresp,  
le «père»  
d'Angel.