



## Tous les parfums sont-ils mixtes ?

### A l'heure du no gender, les sillages contemporains s'affranchissent des conventions. Entre androgynie et hypersexualisation, le champ est libre pour assumer son parfum.

9 heures, dans le métro. Mon regard s'arrête sur un jeune homme, châtain clair, grand, costaud, en conversation avec deux amies. Il porte des boucles d'oreilles en forme de gouttes qui s'agitent à chacun de ses mouvements. Ses cheveux longs liés en queue-de-cheval basse, il est vêtu d'une veste déstructurée en tweed et d'un ample tee-shirt. Serrée sur la barre métallique, sa main d'homme se prolonge de longs ongles bordeaux taillés en amandes. Ces détails me troublent légèrement, pas davantage. Il se dégage de lui une forme de tranquillité, et je me mets à imaginer le parfum qu'il porte. Sauvage de Dior ? Jicky de Guerlain ? Ambre Sultan de Lutens ? Un des derniers : Gentle Fluidity lancé cette saison par la Maison Francis Kurkdjian ? Ou encore une des nouvelles colognes de Mugler qui promettent "liberté, subversion, sensualité" ?

#### Fluidité des genres

Plus que jamais, les codes des genres masculin-féminin circulent de l'un à l'autre. Dans la mode ou la beauté, il n'y a pas un magazine, une publicité, un compte Instagram ou une collection qui ne propose sa vision 2019 du "no gender". Vogue fait sa couverture de février sur la "nouvelle identité", photographiant la top Erika Linder en costume-cravate ou encore l'énigmatique Oslo Grace, pull jacquard de soie Chloé et pantalon de satin Etro. Bilal Hassani représente la France au concours de l'Eurovision et parle avec naturel de sa routine beauté sur les réseaux sociaux, tandis que l'élégante maison Chanel lance sa ligne de maquillage discret, Boy. Les frontières s'abolissent, les personnalités s'expriment, la parole de chacun compte, les goûts s'affinent, les accessoires de l'apparence s'échangent.

Des fleurs & des racines : eau de parfum Un jardin sur la lagune, HERMÈS, 113 € les 100 ml.  
Une fleur d'oranger pétillante : eau de cologne Take Me Out, MUGLER, 60 € les 100 ml.

Brice Chatenoud

#### Conditionnement social

Pour autant, s'il est très rare qu'un homme achète son parfum au rayon féminin, le contraire est assez courant. Quelle femme n'a jamais porté un masculin, attirée par des notes boisées ou un sillage cuiré ? Tout est une affaire de conditionnement social. Et il est temps de le détricoter, jugent les oracles du XXI<sup>e</sup> siècle naissant. "Les femmes n'ont pas de problème pour assumer cela, constate le parfumeur Francis Kurkdjian. Elles portent des pantalons et des vestes épaulées", mais si Jean Paul Gaultier a invité les hommes à croiser les jambes sous la jupe, ils sont peu à le faire dans la vie courante. "On est soumis à une distribution très archaïque, fait remarquer Frédéric Appaire, general manager des parfums Paco Rabanne : dans les magasins, les hommes sont d'un côté, les femmes de l'autre. Et même si on joue chez nous avec succès sur les couples de grands archétypes - par exemple, Invictus, le victorieux mortel qui accède à l'Olympe, et Olympéa, la déesse -, il va falloir que ça bouge.

#### Question d'étiquette

"Il convient de décoder ce qui est sur l'étiquette et ce que ça sent. "Quand j'ai composé le Mâle [pour Jean Paul Gaultier], en 1995, raconte encore Francis Kurkdjian, le public l'avait trouvé féminin, mais son nom et son flacon en forme de buste évoquaient le contraire. En parfumerie, on peut travailler sur une matière et la composer dans un but différent. Un peu comme la soie que l'on taille pour obtenir une cravate ou un foulard." Et c'est ainsi qu'il a conçu sa nouvelle création : deux opus qui portent un même nom, Gentle Fluidity, avec un bouchon doré pour l'un, un argenté pour l'autre. Un oriental miellé très clair avec un maximum de coriandre ou un aromatique boisé rafraîchi à la noix de muscade. "Libre à vous de dire lequel vous êtes." Le nez a poussé

l'exercice jusqu'à les composer avec la même liste de 49 ingrédients dosés différemment.

Ambré comme une liqueur : eau de parfum Armani Code Absolu, GIORGIO ARMANI, 122,50 € les 110 ml. Du miel salé : eau de parfum Invictus Legend, PACO RABANNE, 98 € les 100 ml.

Brice Chatenoud

### Collections luxueuses

De son côté, le couturier Mugler invite à "la liberté sans limite de mixer les odeurs et les couleurs pour créer son propre sillage", avec ses quatre nouvelles colognes (plus l'originale, datant de 2001) construites autour de la fraîcheur propre et de notes "secrètes" aux superpouvoirs hallucinogènes ou planants. Vert, jaune, orange, violet et bleu : on n'est pas loin du drapeau arc-en-ciel repris par le mouvement LGBT. Autre champ de liberté où chacun peut piocher à sa guise : les collections des marques de niche, qu'elles soient développées par des maisons indépendantes ou de luxe (Maison Christian Dior, Les Exclusifs de Chanel, L'Art et la Matière et les Aqua Allegoria de Guerlain).

Détachés des normes habituelles avec leurs flacons neutres semblables (seuls les noms ou les couleurs changent), ils n'imposent pas d'égérie et ne dépendent pas d'un circuit de distribution classique. Le dernier Jardin d'Eden d'Hermès n'échappe pas à la règle. Une construction boisée inspirée d'un jardin vénitien au bord de la lagune. Une touche de magnolia, un effet salé, un songe. Chacun peut s'y projeter...

Un bois ambré doux : eau de parfum Gentle Fluidity, MAISON FRANCIS KURKDJIAN, 150 € les 70 ml. L'ombre d'un figuier : eau de parfum Balade sauvage, DIOR, 198 € les 125 ml.

Brice Chatenoud

Débarassées de leurs étiquettes, la question demeure. Y a-t-il des fragrances plus masculines que féminines ? "En France, on attribue traditionnellement les odeurs de fleurs aux femmes et les bois aux hommes, explique François Demachy, parfumeur-créateur de Dior. Et pourtant, nos parfums masculins contiennent tous des notes fleuries : l'iris chez Dior Homme, le jasmin dans Eau sauvage, etc. "N'empêche, lorsqu'il travaille sur les futurs Sauvage ou Joy, le nez connaît les noms à l'avance, il sait qu'il compose un masculin ou un féminin. À lui d'adoucir ou d'assécher une note boisée, de velouter ou rendre rêche une note ambrée... "En vérité, la culture prend le pas sur le genre. Et tous les usages ne demandent qu'à être contredits. Mais je n'ai pas encore trouvé comment faire une tubéreuse pour un homme", avoue enfin le parfumeur.

### Sensibilité aux émotions

Les hommes seraient-ils moins sensibles aux odeurs que les femmes ? Chercheuse en psychologie de l'olfaction, Camille Ferdenzi-Lemaître travaille au Centre de recherches en neurosciences de Lyon (CNRS) et est consultante pour l'exposition Quel flair! Odeurs et sentiments\*, à Lausanne. Elle mène notamment des études sur les variations de l'olfaction en fonction des sexes. On constate que les hommes identifient moins facilement les odeurs car elles suscitent moins de réactions émotionnelles que chez les femmes, plus aptes à les mémoriser.

Elle a également démontré que plus il y a de femmes dans une famille, plus les enfants (garçon ou fille) seront attentifs aux odeurs (bonnes ou mauvaises). C'est aussi la conséquence probable de l'éducation des filles et des jeux qu'on leur propose dans le registre de l'interaction sociale et de la séduction : poupées et papier à lettres parfumés. Les garçons, eux, jouent avec des figurines aux noms repoussants et à l'odeur désagréable.

### Retour sur l'histoire

L'historienne et philosophe Annick Le Guérer, auteure du Parfum des origines à nos jours (**Odile Jacob**), raconte que, jusqu'au XIXe siècle, les parfums étaient utilisés à des fins prophylactiques : les porter ou les boire protégeait des maladies et des épidémies, cela concernait donc tout le monde. "L'arrivée de la chimie et des molécules de synthèse ont changé la donne, permettant d'un côté le développement de l'industrie des médicaments et, de l'autre, celui des fragrances d'agrément."

Cependant, au début du XXe siècle, sont apparues des compositions féminines sophistiquées proposées aux prestigieuses clientes des maisons de couture (Chanel, Dior, Coty, Patou, etc.) et de parfumeurs (Guerlain, Caron, etc.), pendant que les hommes parfumaient juste leur mouchoir d'une eau de Cologne citronnée. Il faudra attendre les années 1970 et l'invention du marketing et de la publicité à grande échelle pour que soit exploitée la différenciation sexuelle.

Ainsi se sont développées les familles boisées, fougère ou cuir, puissantes et masculines (Kouros d'Yves Saint Laurent, en 1981, Drakkar Noir de Guy Laroche, en 1982). En 1994, Calvin Klein lance CK One, une cologne musquée. "Elle s'adressait aux jeunes adolescents androgynes, encore dans les limbes de l'affirmation sexuelle", analyse [Annick Le Guérier](#). En 2019, à vouloir sortir à tout prix du conformisme, ne serions-nous pas en pleine crise d'adolescence ?

Chic & classique : eau de parfum Beau de jour, TOM FORD, 296 € les 100 ml. Un aromatique attachant : eau de parfum Explorer, MONTBLANC, 91 € les 100 ml.

Brice Chatenoud

### Jicky a 130 ans

Premier parfum androgyne, le fameux sillage à la construction fougère a été composé en 1889 par Aimé Guerlain établissant, comme on dit, les bases de la parfumerie moderne, grâce à un mélange d'ingrédients naturels et de synthèse. Une chaleureuse lavande au coeur coumarine (imitant l'odeur de l'amande amère) au fond de mousse de chêne et vanilline (mimant la vanille à partir d'un dérivé de sève de conifère). Conçu pour le neveu de son auteur prénommé Jacques, il est vite adopté par Colette et Sarah Bernhardt en pleine émancipation. Depuis, Brigitte Bardot, Jackie Kennedy, Roger Moore et Sean Connery l'ont porté.

En 1908, Baccarat dessine le flacon encore en vente aujourd'hui dans la version parfum : son bouchon quadrilobé s'inspire de ceux des bouteilles de champagne que les milieux huppés savourent déjà. À l'occasion de son 130ème anniversaire, une édition limitée d'un litre en cristal décorée par l'artiste sénégalais Baye Gallo sera mise en vente en juin prochain au prix de 7 500 euros. Depuis sa création en 1889 par Aimé Guerlain, ce parfum complexe aux multiples facettes et d'une étrange modernité n'a cessé d'osciller entre masculin et féminin.

\* Quel flair ! Odeurs et sentiments, jusqu'au 23 février 2020, au musée de la Main à Lausanne (Suisse). [www.lausanne-musees.ch](http://www.lausanne-musees.ch)