

# E L E

*Emma Thompson*  
**LA FRONDEUSE**

*Véru*  
**"MA MÈRE  
EST JALOUSE  
DE MOI"**

*Médecine*  
**CHINOISE**

TOUT CE QU'IL  
FAUT SAVOIR POUR  
ALLER MIEUX

*Psycho parfums:*  
**POUR UN JOUR OU  
POUR TOUJOURS?**

*Toutes* **MOBILISÉES**  
**DÉJÀ PLUS DE 100 FÉMINICIDES EN 2022**  
**POURQUOI RIEN NE CHANGE**

L 14149 - 4014 - F: 2,80 €



HEBDOMADAIRE 24 NOVEMBRE 2022 FRANCE METROPOLITAINE : 2,80 € - AND : 4,50 € - D : 5,80 € - BEL : 3,30 € - ESP : 4,50 € - GR : 5,60 € - IT : 4,50 € - LUX : 3,30 €

© CMI - Toute diffusion est interdite

# Parfums

## ÊTES-VOUS INFIDÈLE ?

*Pourquoi se contenter d'un **SILLAGE** unique quand on peut en changer tous les jours? Certains y arrivent, d'autres non, tant le choix d'une **FRAGRANCE** est identitaire. Enquête sur nos nouvelles liaisons olfactives ●*

PAR SARAH BOUASSE





« Ce n'est vraiment pas toi ! » Lorsqu'il lui arrive de porter autre chose que Cerruti 1881 en présence de ses filles, Anne-Cécile Pouant n'échappe pas à la sentence : elles ne reconnaissent pas leur mère... Alors elle reste fidèle à ce **parfum** adopté peu de temps après la naissance de son aînée, il y a vingt-cinq ans. Pourtant, ce ne sont pas les occasions d'aller voir ailleurs qui manquent : directrice déléguée de l'Osmothèque, conservatoire dédié à préserver le patrimoine international des **parfums**, Anne-Cécile passe ses journées entourée de milliers de fragrances de toutes les marques et de toutes les époques. Une chance que cette fan de jus vintage savoure quand même de temps en temps : « Quand je sais que je ne vais pas voir mes filles, je sors de mon rôle de mère et m'autorise à porter autre chose », avoue-t-elle. Son petit plaisir solitaire ? Rive Gauche d'Yves Saint Laurent, un chypre sublime iconique des seventies.

### DOUBLE OLFACTIF

C'est une chose fascinante que ce lien indéfectible entre notre **parfum** et nous-mêmes, aux yeux – ou plutôt au nez – de ceux qui nous connaissent. Camille Goutal, fille d'Annick et **parfumeuse** elle aussi, se souvient du temps où sa mère s'était mis en tête de troquer Grand Amour, ce floral magistral qu'elle avait composé elle-même, pour First de Van Cleef & Arpels : « Ça ne marchait pas, tout simplement ! » Dans le même registre, Ines de la Fressange confiait à « Vogue », en 2015, que ses filles étaient « très agacées » lorsqu'elle essayait de porter autre chose que sa signature de toujours, Mitsouko de Guerlain... Qu'il s'agisse de notre mère ou de cette voisine

que nous croisons toujours dans l'ascenseur, nous savons que le **parfum** d'une personne familière finit par devenir une sorte de double olfactif, suffisant à donner l'illusion de sa présence. Ce phénomène d'association, involontaire et parfois troublant, témoigne du fonctionnement unique de l'odorat parmi nos cinq sens. En effet, lorsque nous sentons une odeur, celle-ci atterrit directement dans la partie dite « archaïque » de notre cerveau, dont l'activité est largement inconsciente, et où logent aussi les centres de la mémoire et des émotions. Un échange continu d'informations entre ces différentes zones fait que chaque odeur s'imprime dans nos souvenirs avec le contexte factuel, mais surtout émotionnel, de sa perception. Voilà pourquoi les mamans qui changent de **parfum** ébranlent parfois de véritables piliers de notre mémoire.

## CE FLACON DANS NOTRE SALLE DE BAINS N'EST PAS JUSTE UN *sent-bon* : C'EST NOUS !

### AFFINITÉS ÉLECTIVES

Notre odeur joue un rôle à part dans la représentation que les autres ont de nous. Olivier David, professeur de chimie à l'université et autrefois inconditionnel d'A\*Men de Mugler, l'a compris par l'expérience. « Un jour, en entrant dans la salle de travaux pratiques où j'allais donner cours, j'ai entendu une étudiante dire : "M. David est arrivé, je sens son **parfum**." C'est là où j'ai vraiment réalisé à quel point cette odeur signait ma présence. » À force d'être porté, notre sillage finit par nous encapsuler littéralement, pour les autres mais aussi pour nous-mêmes : certains témoignent d'ailleurs qu'ils se sentent nus s'ils sortent de chez eux sans s'être **parfumés**. C'est que ce flacon dans notre salle de bains n'est pas juste un sent-bon : c'est nous ! Corollaire : lorsqu'on en change, on bouscule forcément un peu notre identité. Alors, d'où nous viennent ces envies de passer à autre chose ? Bien sûr, nos goûts se font et se défont. Mais de nouvelles préférences olfactives sont souvent le symptôme d'une évolution plus globale. Un signe qu'on se « sent » autre, littéralement. Professeure de lettres et autrice, Sarah Sauquet a longtemps porté N° 5 de Chanel : « C'était mon ADN. Mais, après ma grossesse, j'ai eu l'impression très nette que mon odorat avait changé : moi qui avais toujours été très alerte à ce niveau-là, je ne

l'étais plus. Comme si le fait d'avoir un bébé, et donc d'être moins centrée sur moi-même, m'avait fait perdre en acuité olfactive. Tous mes repères étaient bousculés, et même mon **parfum** chéri s'est mis à m'écœurer. C'est là que je suis passée à N° 19. » Un nouveau numéro qu'elle n'a pas tiré au hasard. « Dans mon imaginaire, N° 5 est un **parfum** de construction de la féminité. Alors que N° 19, c'est celui de l'affirmation de soi. » Lorsqu'elle

s'est mise à le porter, à l'approche de la quarantaine, Sarah avait aussi entrepris de changer de style vestimentaire. Tandis qu'un look jean et bottines remplaçait ses robes de toujours, le N° 19 actait, de manière similaire, l'avènement d'une nouvelle version d'elle-même.

### CHANGEMENT DE CAP SYMBOLIQUE

« Le **parfum** joue un très grand rôle dans l'identité, insiste l'historienne et anthropologue du **parfum** Annick Le Guéer. Celui que l'on choisit est toujours en relation avec ce que l'on veut montrer ou affirmer. » Cette pionnière de la recherche scientifique sur l'odorat, autrice de l'incontournable « Les Pouvoirs de l'odeur » (éd. Odile Jacob), raconte son passage ●●●

●●● de L'Heure Bleue à Jicky, de Guerlain, une fois la page de ses (longues) études tournée. « J'ai changé parce que ma vie avait changé. Je voulais avoir un **parfum** en accord avec cette nouvelle période qui commençait. » Et si le **parfum** servait aussi à délimiter les différents chapitres de notre histoire personnelle ? Que la démarche soit consciente ou non, il semble en tout cas que nous soyons davantage tentés d'en changer dans les moments charnières de notre existence : nouveau job, déménagement, rupture amoureuse, naissance d'un enfant... Adopter un nouveau sillage permet alors de manifester une évolution. Et, pourquoi pas, de la provoquer ? Après tout, de la même façon que l'on passe parfois chez le coiffeur lorsqu'il y a du nouveau dans notre vie, il arrive aussi que l'on change de coupe dans l'espoir qu'il se passe, justement, quelque chose ! Or les odeurs ont une répercussion directe sur notre état d'esprit. S'asperger d'une odeur différente le matin, c'est comme poser une nouvelle petite musique sur notre quotidien. Un regard différent sur le monde... par le biais du nez. Lorsqu'ils ne soutiennent pas nos évolutions personnelles, les changements de **parfum** peuvent aussi servir à « mettre sous cloche » les souvenirs rattachés à tel ou tel flacon. Si vous avez déjà fait l'expérience de porter une fragrance particulière pour un moment bien précis de votre vie – un voyage, un mariage... –, vous savez sûrement qu'il suffit de le sentir à nouveau pour faire remonter à la surface les souvenirs qui se sont greffés à son odeur, et toutes les émotions qu'ils charrient avec eux. « C'est une manière de se rappeler des moments importants, autrement qu'en regardant des photos », témoigne Camille Goutal, qui a souvent reçu des lettres de clientes lui décrivant les instants heureux auxquels elles associaient désormais ses créations. La mémoire olfactive a quelque chose de magique. Fou de **parfums**, Andy Warhol avait pris l'habitude d'en changer tous les trois mois, quoi qu'il arrive, afin de pouvoir se remémorer d'un coup de narine les trimestres associés à chacun d'eux.

## **POLYAMOUR ASSUMÉ**

Notre rapport au **parfum** a beaucoup évolué en quelques décennies. Il n'est plus un produit de luxe réservé aux élites. Et rares sont désormais celles qui, comme nos grands-mères, en choisissent un et lui restent fidèles toute leur vie. Puisque se **parfumer** est à la portée de tous, et que l'air du temps est à l'invention permanente de soi, nous sommes beaucoup à avoir pris le parti de ne pas sentir tous les jours pareil :

## **ANDY WARHOL AVAIT PRIS L'HABITUDE D'EN *changer* TOUS LES TROIS MOIS, QUOI QU'IL ARRIVE.**

pourquoi se contenter d'une odeur unique quand on peut alterner entre plusieurs, selon les jours et les envies ? Certes, ce polyamour olfactif exprime une forme de liberté vis-à-vis de sa propre identité. Une célébration de sa multiplicité. Mais on ne peut pas occulter le fait que l'industrie elle-même encourage à être volage... L'idée que chacun de nous devrait posséder plusieurs flacons plutôt qu'un seul est évidemment profitable aux marques qui les vendent, et les notions désormais courantes de « vestiaire », de « layering » ou encore de « mix & match » ont certainement contribué à façonner nos habitudes de consommation. Pour autant, une relation plurielle au **parfum** peut aussi être l'aboutissement d'un véritable cheminement personnel. « Après cinq ans en A\*Men, je me suis aperçu que je ne le sentais plus, se remémore Olivier, alors j'en mettais toujours plus... Exactement ce qu'il ne faut pas faire ! » Notre nez, organe d'alerte, concentre l'essentiel de son attention aux odeurs nouvelles, car ce sont elles qui peuvent lui signaler un danger. À l'inverse, il s'accoutume peu à peu aux senteurs familières décrétées inoffensives, jusqu'à ne plus les détecter du tout. Pour retrouver le plaisir de porter du **parfum**, il ne reste

alors qu'une solution : en changer, quitte à mieux y revenir quelques mois après. C'est ce qu'Olivier avait l'intention de faire. Sauf que d'un flacon unique ou presque... il en possède aujourd'hui pas loin de mille. « Résultat : mon **parfum** est toujours en phase avec mon état d'esprit, et, à un certain niveau, il me permet de le communiquer aux autres. » Certes, cet exemple constitue un extrême. Mais il témoigne

que, lorsque le **parfumage** cesse d'être un geste « réflexe », il peut entrer en résonance plus profonde avec notre vie. Et pour cela, inutile d'en avoir plusieurs centaines : quelques-uns suffisent. Si Cerruti 1881 fait instantanément passer Anne-Cécile en mode mère, c'est avec Le Cri de la Lumière de **Parfum** d'Empire qu'elle part travailler depuis des années. « Certaines femmes mettent des talons hauts pour se donner l'impression que rien ne peut leur résister au boulot. Moi, c'est le **parfum** qui me donne ce sentiment, cette stature », relate-t-elle. Du fait de leurs liens étroits avec notre activité émotionnelle, les odeurs peuvent faciliter une transition vers l'état d'esprit que nous leur avons associé : c'est l'une des vertus du bâton d'encens que l'on brûle quand on médite et dont la senteur, à force, induit un sentiment de calme. Et aussi la raison pour laquelle certaines actrices adoptent un nouveau **parfum** à chaque début de projet : il les aide à se glisser dans la peau de leur personnage. Les bonnes raisons de changer de **parfum** ne manquent pas. Il n'y a plus qu'à sauter le pas. ●●●





**5. FAUVE** L'effet « grrr » du bois d'oud, sombre et animal, dans un sillage chypré ultra-chic.

Eau de **parfum** Oud Khôl, Guerlain, 100 ml, 295 €.

**6. SOLAIRE** Exotique et puissante, une aura de coco, jasmin et vanille.

Eau de **parfum** Alien Goddess Intense, Mugler, 60 ml, 115 €.

**7. ENVOÛTANT** Tout droit sorti des Années folles, ce tabac déploie un sillage chaud aux notes de miel et d'amande. Extrait

de **parfum** Fleurs de Tabac, Cherigan, 100 ml, 195 €.

**8. VINTAGE** Entre rose et patchouli, cet ambré sublime est une

reconstitution d'un **parfum** porté par l'écrivaine George Sand. Eau

de **parfum** Les Nuits, Astier de Villatte, 30 ml, 155 €.

**9. LUXUEUX** Un patchouli intense, profond et racé, à superposer... ou à porter seul, façon hippie.

Huile de **parfum** Élixir Précieux Patchouli, La Collection Privée Christian Dior, Dior, 350 €.

**10. COCON** Une fleur vaporeuse au charme flou, dans un nuage musqué qui sent le propre.

Eau de **parfum** Cristal Narciso, Narciso Rodriguez, 50 ml, 110 €.

**11. RÉTRO** Poudré et délicat, cet iris fleurit bon la savonnette et les cosmétiques d'antan.

Eau de **parfum** L'Iris, Santa Maria Novella, 50 ml, 140 €.

**12. TORRIDE** Un souffle brûlant de cuir et de jasmin aux accents délicieux de nougat.

Eau de **parfum** Ghibli, Ella K, 100 ml, 187,50 €.

## NOTRE SHOPPING

VOICI 12 NOUVEAUTÉS. AUTANT DE RAISONS DE CHANGER DE **PARFUM** ?

**1. CHIC** Une violette étonnamment moderne, contrastée par l'élégance d'un cuir velouté.

Eau de toilette Violette Volynka, Hermessence, Hermès, 100 ml, 245 €.

**2. MINIMAL** Le chic sobre et androgyne d'un duo de bois aux odeurs chaudes : palo santo et cèdre. Eau de **parfum** MMW, Collection Particulière, Givenchy, 100 ml, 235 €.

**3. ICONIQUE** Mêlant iris, praline et patchouli, ce blockbuster est une valeur sûre au rayon gourmand. Eau de **parfum** La Vie Est Belle x Richard Orlinski, Lancôme, 50 ml, 90,50 €. En édition limitée.

**4. BLING** La séduction tapageuse d'un bouquet de fleurs blanches enrobé de notes sucrées. Eau de **parfum** Good Girl Collector, Carolina Herrera, 80 ml, 130 €.