

L'art et la matière

Les ingrédients naturels inspirent les marques de niche pour proposer des créations à la forte identité olfactive.



Bergamote en tête pour TEO CABANEL

une eau légère qui tient trois à cinq heures

La vénérable marque de parfumerie (née en 1893, relancée en 2005) signe une fragrance verte et hespéridée, Méloé, créée par son parfumeur attitré, Jean-François Latty. La fraîcheur s'exprime en tête grâce à la bergamote de Calabre, la mandarine et le citron de Sicile, la lavande et le basilic. Le cœur est fleuri, avec le néroli de Tunisie, la fleur d'oranger et le jasmin associés à la noix de muscade. Le final est musqué, ambré, avec un soupçon de notes boisées. Ce lancement intervient alors que Teo Cabanel accélère son développement en mai avec une présence dans trente nouvelles Galeries Lafayette, une dizaine de Douglas premium et l'arrivée au spa de l'hôtel George V, à Paris. La marque compte désormais environ soixante points de vente.

Eau Légère 50 ml (50 €) et 100 ml (80 €). Bon Marché, Galeries Lafayette, parfumeries, teo-cabanel.com.

FRÉDÉRIC MALLE REDÉFINIT LE GÉRANIUM



Géranium pour Monsieur, création de Dominique Ropion (IFF) pour Frédéric Malle, démarre en trombe avec de l'absolu de menthe DM (distillation moléculaire) et de l'essence de menthe poivrée, qui accompagnent l'essence de géranium et le rhodinol, molécule de synthèse extraite de la fleur. L'anis, la cannelle, le girofle en cœur, les muscs blancs en fond complètent la composition. L'ensemble laisse un sillage persistant de menthe et d'épices qui tranche avantageusement avec les parfums masculins traditionnels. EdT 50 ml (95 €) et 100 ml (140 €). En mai. Boutiques, parfumeries indépendantes.

© JACQUES GAUDIME



REMINISCENCE DE PATCHOULI

Après Élixir de Patchouli en 2007, la marque de bijoux fantaisie poursuit son évocation de l'ingrédient asiatique avec une Eau boisée et sensuelle. Conçue par les dirigeants de la marque, Lilla et Nino Amaddeo, avec le parfumeur Jacques Flori (Robertet), la fragrance démarre sur des notes de cèdre et de santal. Le cœur est boisé avec du patchouli d'Indonésie, de l'ambre, de la fève tonka, du benjoin... La note de fond, musquée, ainsi que le flacon orné d'arabesques dorées renforcent l'atmosphère orientale. EdP 100 ml (65 €). En mai. Boutiques, parf.



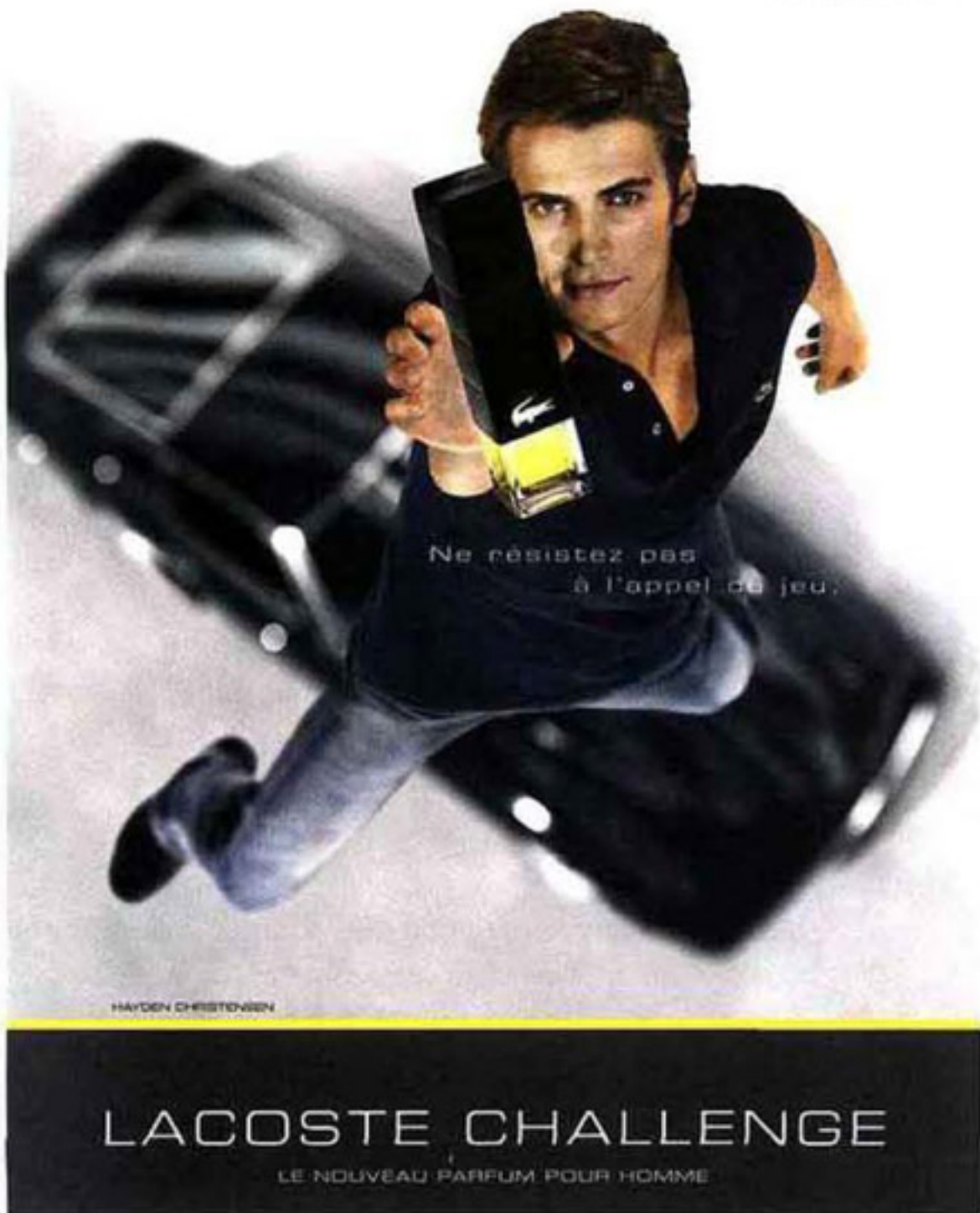
ISABEL DERROISNÉ DANS UN JARDIN D'AGRUMES

La Sicile est la première destination de la nouvelle ligne Jardins d'Aquarelle d'Isabel Derroisné, dédiée aux matières premières naturelles. Comme un aquarelliste, le parfumeur (en l'occurrence, Vincent Ricord d'Expressions Parfumées) doit doser avec précaution les ingrédients, pour ne pas créer de dissonances. Le départ est fusant, avec l'essence d'orange bigarade de Tunisie et de citron. Le cœur orchestre la rencontre entre le petit-grain citronnier, la violette et la feuille de lentisque (pistachier des garrigues). Les notes de fond sont plus mystérieuses : vanille, miel, patchouli noir. L'art de l'aquarelle se retrouve sur l'étui, illustré par Charlotte Bâteau. EdT 50 ml (35 €). En mai. VPC, isabel-derroisné.com.

DIPTYQUE GORGÉ D'ORANGES

On reste en Méditerranée avec Diptyque, qui continue de faire ses gammes autour des colognes avec une quatrième composition, L'Eau de Tarocco. Après L'Eau des Hespérides, L'Eau de Néroli et L'Eau de l'Eau, c'est la plus fruitée, dédiée à cette variété d'orange sanguine que l'on trouve en Italie. Elle est soulignée de pamplemousse, d'orange amère, de cannelle et de rose bulgare. La safraline, principe odorant du safran, atténue la suavité originelle. Le final est boisé, avec du cèdre et un soupçon d'encens somalien. L'étiquette en noir et blanc, signature de Diptyque, complète le voyage dans le bassin méditerranéen et nous emmène sur les contreforts de l'Atlas. Flacon 200 ml (90 €), vapo 100 ml (70 €). En mai. Boutiques, Printemps Haussmann, parf.





BOSS in Motion fait un dernier plein d'énergie

C'est en blanc que s'achève la saga Boss in Motion, après la création de fragrances au packaging métallisé (pour l'original de 2002), décliné en vert, noir ou bleu dans des éditions limitées. Pour cette version, qui arrive au catalogue de façon permanente, la marque du groupe Procter & Gamble imagine un homme intuitif et félin, incarné par le chanteur Tyson Ritter des All-American Rejects. La traduction olfactive est une fragrance fraîche, appuyée sur une note d'orange sanguine. En cœur, l'écorce de cannelle, le safran et le poivre noir apportent une facette captivante et sensuelle. Le fond est clairement masculin avec du

vétiver. La campagne de publicité, tournée à Miami, reproduit l'intensité d'un coucher de soleil sur la ville. ■

P. C. C. ET S.V.

White Edition, EdT spray 40 ml (46 €) et 90 ml (63 €), gel douche 150 ml (20 €). En mai. Parf., GM.



Le dernier épisode de la série Boss in Motion

Service gagnant pour LACOSTE

Frais, citronné et même légèrement piquant, Challenge de Lacoste est une bonne surprise dans la récente cohorte de parfums masculins. La marque gérée par Procter & Gamble l'a conçu comme un hommage à René Lacoste. D'abord dans sa philosophie, qui s'inspire de la ténacité et du panache du célèbre mousquetaire et que l'on retrouve dans la devise «Ne résistez pas à l'appel du jeu». Ensuite dans le jus lui-même, à la fois bien planté dans le sol avec ses notes boisées (teck, ébène) et plein de fantaisie avec sa tête de tangerine, citron et bergamote. Le cœur est épicé avec du gingembre, amorti, pour utiliser le vocabulaire tennistique, par de la lavande, du genièvre et des feuilles de violette. L'hommage est évident aussi dans le flacon, calqué sur un manche de raquette, dont le bouchon «soft touch» noir s'oppose au jus jaune brillant.

Pour donner vie à ce concept, Lacoste a eu la bonne idée de faire appel à Hayden Christensen, la révélation de Star Wars. La campagne de publicité le montre en pleine ascension vers le ciel, devant la caméra de Paul Gore et l'objectif de Stefano Galluzzi. ■

PASCALE CAUSSAT CLERK

EdT 50 ml (40 €), 75 ml (50 €) et 90 ml (60 €). Lotion après-rasage 75 ml (40 €) et 90 ml (50 €). Baume après-rasage 75 ml (35 €). Gel douche 150 ml (22 €). Déo stick 75 ml (22 €), spray 150 ml (22 €). En mai. Parf., GM.



FRAÎCHEUR TURQUOISE D'AZZARO

Encore un masculin, dans le groupe Clarins cette fois et en édition limitée. Azzaro Aqua enrichit la famille Azzaro avec une senteur vive et tonifiante pour l'été. Le premier contact est métallique, avec des accents hespéridés de cassis et d'agrumes intensifiés par de la menthe cristal. La fragrance s'épanouit ensuite sur des notes aromatiques de basilic et d'estragon, puis boisées et épicées (cèdre, noix de muscade). L'étui et le flacon sont bleus, comme il se doit chez Azzaro, avec une nuance turquoise. ■ P. C. C. EdT vapo 75 ml (39 €). À partir de mi-mai en exclusivité chez Nocibé et sur nocibe.fr.

ERRATUM

Miss Dior Chérie L'Eau (CM n°96) se présente en deux contenances : 50 ml (59 €) et 100 ml (85 €).



EdT 100 ml (12,50 €). En mai. GMS

... et aussi...

Longboard, marque spécialisée dans le matériel de glisse – propriété de Norprotex, qui possède aussi Lulu Castagnette –, a confié sa licence d'eaux de toilette à Corine de Farme (Sarbec Cosmetics). Les deux premières, Sunset, composée par Émilie Bouge (Charabot), et Seaside, signée Maurice Remond (Parfex), déclinent deux variations masculines d'eaux fraîches et toniques avec une tête hespéridée, un cœur marin et un fond boisé. Les flacons arborent la signature et le logo L, symbole de la marque, quand les étuis s'inspirent de l'univers du surf. V. B.