

Notre parfum dit-il vraiment quelque chose de nous ?



Nous portons tous un parfum porté par d'autres. Est-il différent sur notre peau ? Envoie-t-il un message singulier, qui nous est propre ? Dit-il encore quelque chose de nous, de notre personnalité, de notre identité ?

Avec Francis Kurkdjian
Avec Barbara Lambert

Barbara Lambert : Les personnes qui choisissent le même parfum peuvent-elles avoir des personnalités différentes ?

Francis Kurkdjian : Bien évidemment ! La personnalité n'est pas le seul critère qui entre en ligne de compte quand on choisit un parfum : le goût et les références culturelles olfactives sont prépondérantes. Je sais que cela va à l'encontre de l'idée des parfums de brunes ou de blondes. Mais c'est ainsi.

Est-ce qu'un parfum peut exprimer des choses différentes, selon la peau de celui qui le porte ?

Un parfum peut se dévoiler différemment d'une peau à l'autre, effectivement. Mais s'il est suffisamment signé et reconnaissable, son histoire reste la même. Là encore, il y a beaucoup d'idées reçues en la matière, avec cette sensation, parfois, d'avoir un parfum qui ne tient pas sur sa peau, ou le fameux syndrome du parfum qui vire... Ces phénomènes existent, je ne les nie pas, mais très souvent, le responsable n'est pas la peau, c'est le parfum, et ce que l'on a pu porter avant.

Y a-t-il des parfums faits pour nous, des parfums qui nous sont interdits, à cause de notre peau ?

En 20 ans de carrière, j'ai vu très très peu d'incompatibilités entre peau et parfum. **Il y a souvent une raison pour laquelle le « tombé » du parfum sur une peau n'est pas correct : l'alimentation, une mauvaise utilisation du parfum, une crème pour le corps ou un savon de toilette trop puissants, etc...**

Nous portons tous des parfums portés par d'autres. Comment expliquer que l'on se reconnaisse, que l'on "se trouve", même, à travers quelque chose qui n'est pas unique ?

C'est le paradoxe de l'être humain. Se retrouver dans un groupe mais aussi se distinguer les uns des autres Par ailleurs, quand un parfum commence à être trop porté, qu'il devient un succès et qu'il est donc très populaire, les aficionados du début arrêtent de le porter et s'orientent vers de nouvelles créations. **Il y a donc pour certains l'idée d'appartenir à un groupe, et pour d'autres, l'idée de s'en démarquer.** Cette seconde catégorie est en général associée aux leaders d'opinion, les fameux « trend setters ».

Peut-on choisir un parfum comme on arbore une marque ou un logo - pour être identifiable ?

C'est plus difficile d'arbore un parfum pour son odeur comme un logo qui se remarquerait. Le parfum est invisible, c'est en cela qu'il est magique. On classe à tort le parfum dans la rubrique Beauté. C'est une erreur. Le parfum n'est pas un produit de beauté, ce n'est pas un mascara, un rouge à lèvres ni un vernis à ongles. Le parfum n'est même pas un produit, car il est invisible, et pourtant, son souvenir est le plus persistant de tous. **L'acuité visuelle est bien plus forte que les qualités olfactives de tout un chacun. Il y a des fragrances qui sont néanmoins très marquées et collectivement, on arrive à les reconnaître. Il y a donc des parfums logos ou étiquette !!!**

Vous avez été le premier à créer votre atelier de parfums sur mesure. Est-ce parce que vous pensez qu'un parfum doit être unique ?

En 2001, quand j'ai ouvert l'atelier, je voulais élargir le spectre de la création en parfumerie, décrocher mon métier, expérimenter de nouvelles voies de création. Cela m'a paru naturel de vouloir explorer les limites créatives de mon métier. Le parfum sur mesure est une voie possible, car tous les possibles sont permis. Le temps de développement, compté pour les parfums de commande pour les marques, le budget, toujours serré pour les parfums (j'ai un budget illimité pour les parfums de ma Maison) et le goût n'ont plus de limite. Seule ma propre créativité est ma limite. C'est très grisant !

Cependant, **un parfum n'a pas besoin d'être unique. Le parfum sur mesure est une démarche très particulière. C'est tout d'abord un plaisir pour des initiés, c'est aussi une manière de rentrer dans les coulisses de la création puisque mes clients ont un accès direct à moi, me parlent en direct, sans filtre, sans fard. Enfin, le parfum sur mesure est une manière unique d'immortaliser un événement important dans la vie** : un anniversaire (de mariage), un baptême, une cérémonie particulière, un passage dans la vie d'une femme ou d'un homme, un moment hors du commun que l'on voudrait cristalliser hors du temps.

Peut-on, selon vous, porter plusieurs parfums qui exprimeraient, chacun, un trait particulier de notre personnalité ?

Je ne crois pas du tout au fait d'avoir un seul parfum toute sa vie, le fameux parfum signature ! D'une part aujourd'hui, les gens ont du mal à être fidèles et d'autre part, pour moi, **ce serait comme si l'on s'habillait tous les jours, de la même façon, de la même couleur. C'est étrange comme idée de vouloir être reconnu par son parfum. Les femmes sont multiples de nos jours.** De la même façon qu'elles ont une garde-robe diverse, je crois qu'elles peuvent avoir aussi une garde-robe olfactive pour les accompagner au quotidien, dans tous leurs moments de vie de femme. Vous ne portez pas la même tenue dans la même couleur tous les jours, pourquoi voudriez-vous porter le même parfum tous les jours, quelles que soient les circonstances ! **La première chose à laquelle vous devez penser lors du choix d'un parfum est : "Me donne-t-il une émotion ? Et quelle émotion ai-je en le portant ? Quelle femme suis-je ou je deviens ? Est-ce que je reçois des commentaires de mon entourage ?"** Puis, après, viennent les aspects techniques de la fragrance : la diffusion et la tenue - "Combien de temps je peux sentir le parfum sur moi ? Combien de temps mes amis sont en mesure de me sentir ?" Il est important de différencier la tenue (le parfum tient sur la peau et sur le vêtement) et la diffusion (le parfum se propage dans l'air et rayonne autour de moi). Choisir le parfum "adéquat" est aussi une question de temps. C'est comme une histoire d'amour, vous pouvez avoir le coup de foudre mais vous pouvez aussi avoir besoin de temps pour connaître l'amour de votre vie. Ce sont rarement les mêmes !

Pour élaborer un parfum sur mesure, comment procédez-vous ? Vous commencez par demander à la personne qui vient vous voir ce qu'elle a porté, ce qu'elle aime ?

Avant même de se rencontrer, je parle avec mon client au téléphone. Parler, sans se voir permet à la fois beaucoup d'intimité mais également une certaine distance. Parler du parfum, c'est parler rapidement de soi. On en vient rapidement au parfum de sa mère et de son père, puisque en tant qu'être humain, on se construit par rapport à eux ; c'est donc une part de l'intimité qui survient voire surgit très tôt. Je préfère donc ne pas ajouter le poids du regard lors de cette conversation. Cela peut être aussi très léger, car le parfum, c'est aussi le bonheur, la séduction, je ne veux pas vous laisser penser que tout est dramatisé ! Au cours de cet entretien, je demande : "pourquoi un parfum sur mesure ?" C'est important de connaître les aspirations. Après tout, on pourrait estimer qu'il y a assez de parfums déjà créés. Ensuite, **j'essaie de dessiner le contour olfactif de mon client, comme si je prenais les mesures. Chez le tailleur, ce sont des mesures physiques. Chez moi, ce sont des mesures émotionnelles.** Pourquoi telle odeur ? Tel parfum ? Telle référence olfactive ? C'est une démarche délicate ce premier entretien car je rentre dans l'intimité de l'autre malgré moi, il faut venir sur la pointe des pieds, discrètement. Et c'est ainsi pendant tout le processus de développement du parfum. Quand il est fini, je referme la porte de cette intimité aussi discrètement que je l'ai ouverte.

Pouvez-vous décrire "le processus de développement du parfum" ?

Après ce premier rendez-vous, je commence à réfléchir, à me créer une histoire olfactive de ce client, lui créer une aura, un sillage. Les choses viennent assez rapidement pour moi. Je vais à l'instinct.

Quelques semaines plus tard, nous nous revoyons et je propose plusieurs fragrances qui sont déjà prêtes à être portées une première fois. Pour chaque fragrance, je demande que le client les porte une semaine, pour qu'il puisse me donner ses commentaires, son ressenti, son avis. C'est tellement important de vivre avec un parfum. Un parfum sans la peau, c'est comme un vêtement sur un cintre, sans vie.

Vous vous contentez de "suivre la commande" ? Est-ce qu'il vous arrive de discuter des choix, des demandes ?

Parfois, les gens ont une idée de ce qu'ils aiment ou détestent, cela semble plus simple mais, en olfaction, il y a beaucoup d'a priori. La mémoire olfactive joue un grand rôle. Il y a également certaines commandes très particulières, par exemple un acteur qui possède une maison à Marrakech et qui souhaite absolument un parfum à base de cèdre. Il a choisi le nom de son parfum et avait une idée de ce qu'il cherchait. **J'ai également eu une femme qui souhaitait un sillage rien qu'à elle et qui a demandé une déclinaison pour son époux**, une cliente qui souhaitait changer de parfum. Elle portait le même depuis ses 18 ans... Je les aide tous à cerner ce dont ils ont envie. C'est là le principal. Je dois rester en retrait, car il ne s'agit pas de moi mais d'eux. Je suis leur miroir et je me dois de ne jamais déformer ou trahir ce qu'ils veulent. Je propose et ils disposent. Je conseille quand on me le demande. Mais je le fais en

écoutant ce qu'ils ont à me dire avec des mots ou l'expression de leur visage quand ils sentent un accord ou un autre. J'essaie de comprendre ce qu'ils attendent de ce parfum. Je demanderai sans doute : quel(le) femme/homme souhaitez vous être en portant ce futur parfum ? Comment vous imaginez-vous ? etc ...

Peut-on se tromper, aimer des senteurs qui ne nous correspondent pas ?

Non, c'est impossible, je pense ! Le sens de l'olfaction, c'est le garde-fou du corps et de l'esprit !

Comment sait-on qu'on a enfin trouvé son parfum ? Est-on le meilleur juge pour le savoir ?

On ressent immédiatement si un parfum est fait pour soi ou pas. C'est instinctif je pense. Parfois il faut du temps pour ce l'admettre, car on peut avoir une pseudo hésitation, mais je suis convaincu qu'inconsciemment, on sait déjà ! Mais LE parfum, n'existe pas... il y a des parfums ! **Cette idée du parfum unique ou du parfum d'une vie était valable quand le parfum s'adressait à une élite sociale. Cela n'est plus car le parfum est devenu accessible et les codes de la société ont évolué.** Les femmes qui peuvent s'offrir du parfum travaillent, elles sont multiples au cours d'une journée, d'une année ou d'une vie. C'est tout le thème de ma dernière création "Féminin Pluriel"...

Que pensez-vous des personnes qui ne se parfument pas, qui sentent seulement le savon ?

Je n'en pense que du bien (rires) ! Je fais partie de ceux-là !! **Caren dehors des parfums que je compose et essaie sur moi pour en évaluer la sensation au porter et à la diffusion, pour recueillir les commentaires de ceux qui m'entourent... je ne me parfume pas !** C'est pour les personnes qui ne se parfument pas que j'ai créé la lessive parfumée Maison Francis Kurkdjian, avec une odeur qui laisse sur le linge une sensation de fraîcheur et de propre. Une sensation juste et pas l'odeur du propre, car rien de pire que de sentir la lessive et la savonnette !