

Dans une Suisse qui ne manque pas de nez, au sein des maisons de créations indépendantes et celles réputées mondialement, naissent dans la discrétion les plus belles créations olfactives de notre époque. **Caroline Décima**

Nez en Suisse

ascinant et mystérieux, le métier de parfumeur intrigue. Faisant appel à sa mémoire visuelle olfactive, quand un individu lambda peut déceler des centaines d'odeurs, un nez en décèlera quelques milliers, à l'instar d'Emmanuel Levain, parfumeur suisse de la marque du même nom. « Quelles soient enivrantes, gênantes ou passionnantes, mon nez me permet de sentir 6000 à 7000 odeurs. » Naît-on avec ces prédispositions ou devient-on « nez » ? Les deux a priori, tant qu'il y a la passion et beaucoup de travail. À force de sentir, de continuellement refaire ses gammes, d'entraîner sa sensibilité et ses aptitudes, avec une

grande dose de patience on peut espérer rejoindre un jour le cercle fermé des nez professionnels, qui n'excèdent pas 1000 dans le monde, dont une petite quarantaine officieraient en Suisse. Si les rouages du métier s'acquièrent surtout en emploi, dans les Maisons de créations telles que celles de Firmenich et Givaudan, où le niveau d'entrée et de formation en interne sont particulièrement exigeants, l'ESP à Grasse, capitale mondiale du parfum, et l'ISIPCA à Versailles en France restent des berceaux de l'apprentissage. Il n'existe pas d'école de la parfumerie en Suisse

Sophie Vann-Guillon, à la tête de la maison familiale Valmont, co-crée avec des maîtres parfumeurs ses collections de parfums telles que *StorieVeneziane*.



car les quelques rares nez qui en sortiraient chaque année ne justifieraient pas la mise en place d'une telle formation en territoire helvétique. Pourtant, sur un marché mondial estimé à près de 30 milliards de francs, dont environ le tiers est actuellement en mains genevoises, les nez créateurs de génie pèsent à eux seuls quelques-uns de ces milliards chez les grands acteurs de la parfumerie. De leur talent naîtront les essences les plus vendues sur le marché du parfum.

L'odeur des mots

Chaque création est une histoire différente. Guidé dans son élaboration par le projet du client et l'histoire qu'il souhaite raconter, inspiré par une époque, par sa sensibilité artistique et sa culture olfactive, le nez crée le jus, la signature olfactive de la marque. Sera-t-il un grand parfum ? « On ne sait jamais si un parfum sera un grand succès. C'est le public qui décide », nuance Alberto Morillas, le maître parfumeur aux 700 créations. Sensible, autodidacte passionné, c'est chez Firmenich qu'il se formera au métier de parfumeur dans les années 70 et fondera en 1999, avec son épouse Claudine, sa Maison de parfum Mizensir. Consacré maître parfumeur

en 1988 – une poignée seulement obtient ce titre –, il fera naître sous l'égide du groupe suisse, leader mondial du marché de la parfumerie et des arômes juste derrière Givaudan, quelques-unes des plus belles créations olfactives de ces dernières années, telles que CK One de Calvin Klein, Flower by Kenzo et plus récemment Bloom pour Gucci. À côté de ces géants genevois de l'industrie du parfum, véritable « fabrique à nez », il existe des centaines d'acteurs passionnés en Suisse, à la taille plus modeste mais au talent tout aussi certain. Emmanuel Levain, parfumeur ayant lui aussi fait ses gammes dans les grandes maisons, signe depuis 2010 les parfums de sa marque en toute liberté. « Je ne suis pas de tendance, pas de mode. Guidé uniquement par mes rencontres, par des lieux, une senteur va m'intéresser, me surprendre et me donner envie de créer un parfum. » En Suisse, la parfu-

www.lamaisonvalmont.com



merie de niche rayonne en répondant aux besoins d'une clientèle locale et internationale à la recherche de parfums plus rares et originaux soulignant la personnalité de celui ou de celle qui le porte.

Flacon d'émotion

Deux semaines à deux ans sont nécessaires à l'élaboration d'un parfum, lequel peut contenir de 25 à plus de 100 ingrédients différents. La tendance va vers des formules olfactives plus minimalistes et limpides, le sillage du parfum se faisant plus léger. Le marché suisse du parfum, au savoir-faire empreint de précision et de qualité, offre un écosystème stimulant pour la recherche, l'innovation et le développement des matières premières. Leur qualité exceptionnelle revêt une importance capitale dans l'élaboration de la forme olfactive, conditionnant l'excellence de l'essence de parfum obtenue. Naturelles ou synthétiques, les matières premières ont des durées de vie différentes dans la formule, tout l'art du nez sera alors de « maîtriser les comportements des matières, leur développement ainsi que leur compatibilité avec certaines matières plus que d'autres », précise Sophie Vann-Guillon, la designer des collections de parfum de la Maison Valmont. Notes de tête, de cœur et de fond, toutes se suivent et se conjuguent pour créer l'émotion olfactive. Humble et raisonnable, elle ajoutera qu'« il faut savoir rester au fil du temps et s'arrêter lorsque l'équilibre est atteint ». L'émotion sera le dénominateur commun de chaque création, qui restera perfectible car, selon le maître parfumeur Alberto Morillas, « en parfumerie, la perfection n'existe pas. Elle est très ennuyeuse ! On ne recherche pas d'une fragrance qu'elle soit parfaite mais qu'elle transmette une émotion. » Et cultiver le plaisir aussi, celui de nos sens quelque peu mis à mal à l'époque que nous traversons, à travers les senteurs qui nous ramènent à l'essentiel.

Emmanuel Levain, parfumeur suisse basé en région lausannoise, a lancé sa marque en 2010 et propose une collection de parfums, de bougies parfumées et plus récemment de gel hydroalcoolique.



Alberto Morillas, maître parfumeur star du domaine, est le créateur des parfums et bougies de sa marque genevoise Mizensir depuis vingt ans.

« On ne sait jamais si un parfum sera un grand succès. C'est le public qui décide »



www.mizensir.com