



toujours occupé, jamais débordé

ÇA SENT L'EMBROUILLE

*Vrai voyou qui fait vriller le cœur des filles ou pas
– après tout, le parfum sert aussi à se faire passer
pour un autre –, onze propositions pour faire jaillir
un double de vous-même qui sentirait le soufre.*

PAR LIONEL PAILLÉS • PHOTOS SERGE PAULET



TROUBLANT. Nectar au goût de bois puissant et suave. « L'Envol », Cartier, 50 ml 74 €. **ENGAGÉ.** Un bois animal à peine contrasté de notes florales blanches et de cassis. « Matière noire », Vuitton, 100 ml, 200 €. **DÉCADENT.** Ça commence cool dans l'odeur de savon et ça vire à l'animalité drue. « Sang bleu », Le Galion, 100 ml, 140 €. **PLAYBOY.** Une bombe qui crée le trouble par l'ambiguïté entre épices froides (cardamome) et notes boisées chaudes. « Wanted », Azzaro, 50 ml, 61,50 €. **ODEUR DE TROUBLE.** Des notes intenses, terreuses, boisées et brûlées. « Peau de Pierre », Starck Paris, 90 ml, 125 €. **TRIVIAL.** Un boisé aromatique au cœur rose-géranium, à porter avec un regard bleu désabusé. « L'Homme ultime », YSL, 60 ml, 74 €.



toujours occupé, jamais débordé

ZADIG & VOLTAIRE
 UN NATURAL SPRAY - 100 ML 3.3 FL.OZ. - THIS IS HIM!
 IL 3.3 FL.OZ. - THIS IS HIM - EAU DE TOILETTE POUR LUI

BAD

TONNERRE
 Eau de Toilette
 BEAUFORT

BLACK PEPPER

Vodka on the Rocks
 by Kilian

CRACK DU ROCK. Un cœur viril vanille-encens remixé au sillage du bois de santal. « This is Him », Zadig et Voltaire, 50 ml, 41,50 €. **INNOCENCE LOUCHE.** Abrupt et distant, c'est ce qu'exprime son cœur lavande-iris qui finit dans le dark avec un fond tabac-caviar. « Bad », Diesel, 50 ml, 58 €. **VÉNÉNEUX.** Des bois précieux horripilés d'une rasade de poivre noir. « Black Pepper », Comme des garçons, 50 ml, 80 €. **STUPEFIANT.** Des odeurs de sang et de poudre à canon mixées à l'eau de mer et au brandy. « 1805 Tonnerre », BeauFort London, 50 ml, 130 €. **REBELLE.** Un shot de Stolichnaya refroidi aux épices glacées, cardamome et coriandre en tête. « Vodka on The Rocks », By Kilian, ressource de 50 ml, 135 €.

L'ui 136



On va dire que ça fait cliché, mais c'est pourtant vrai : les filles se délectent des histoires de princes charmants, mais, à la fin, elles s'enfuient toujours avec la teigne, le sale type aux mauvaises fréquentations, la brute plutôt que le bon, le bad boy plutôt que le boy scout, Balotelli plutôt que Griezman. On n'a pas de bol, les gars ! Ce qui les fait triper, ce n'est décidément pas le *nice guy* lisse et poli, avec ce sourire angélique pendu aux lèvres, à qui il manque une bonne dose de *street credibility*, quand bien même il a renoncé depuis longtemps à porter son pull en cashmere sur les épaules. La petite frappe aux sourcils froncés et au coup de sang facile, façon Pete Doherty ou Jeremy Meeks (ex-taulard devenu mannequin), l'enfant terrible solitaire et insoumis est bel et bien celui qui emporte la mise sur le marché de l'amour. D'ailleurs, Sean "Puff Daddy" Combs, rappeur nabab qui s'y entend plutôt en renégats, a bien résumé le fond de l'affaire d'une sentence bien sentie : *« Ain't nothing brighter than that bad boy »* (Il n'y a rien de plus éblouissant que ce voyou).

Ingrédients âpres et rugueux

Reconnaissons quand même qu'on n'est pas forcément tous taillés pour le rôle du bad boy. Question de lignée ou de carrure. La question est : comment changer son sillage pour celui d'un mauvais garçon, à la fois âme damnée et dandy de la dérision, sans avoir à déclencher des bagarres de rue ? Olfactivement parlant, on pourrait croire que ça passe nécessairement par des matières premières bourrées d'intranquillité, des ingrédients âpres, rugueux, cracra : le cuir bien sombre, la mousse de chêne, le musc animalisé, les odeurs de cendrier froid et on vous passe les relents de goudron chaud et de pneus brûlés pour l'effet « vieux perfecto élimé ». La tendance est telle que plusieurs marques alternatives surfent désormais sur cette figure masculine aux contours interlopes. Anguleux, énigmatiques et un brin allumés, comme

Joaquim Phoenix, les parfums de la marque BeauFort London (créée par Léo Crabtree, batteur du groupe Prodigy) électrisent l'air de leur présence virile et vénéneuse, avec une bonne touche d'excentricité, et nous épargnent du même coup la cure de désintoxication et l'assignation à résidence. Idem pour Renagades, projet alternatif à trois têtes (Mark Buxton, Bertrand Duchafour et Geza Schoen) présenté au dernier salon de Milan, qui ne craint pas de mettre le feu aux poudres avec ses accords déjantés qui aboient plus qu'ils ne caressent dans le sens du poil.

La recette du mauvais garçon

À sonder les parfumeurs, il ressort que, pour exprimer dans le sent-bon de garçon le tempérament chaotique du bad boy, il faut rechercher une vraie tension entre les matières premières, jouer sur les contrastes très marqués des ingrédients. Coïncidence ou pas, les nez féminins travaillent particulièrement bien ces brûlots canailles. *« J'utilise des épices comme le poivre noir ou la baie rose, qui claquent en tête et décalent l'effet trop ennuyeux, à mon goût, des agrumes. En fond, je joue sur les notes chaudes ambrées, voire fumées-cuirées, qui apportent de l'épaisseur et aussi ce petit côté sexy dark : l'essence de bouleau, l'absolu tonka, l'accord cuir ou un absolu vanille légèrement animalisé »*, explique Anne-Louise Gautier, parfumeuse chez Drom. À chacun(e) sa formule, à chacun(e) sa recette pour changer un ange en démon. Selon le nez du studio Flair, Amélie Bourgeois, il ne faut pas chercher bien loin les armes olfactives du bad boy : *« Il y a les ingrédients de l'accord fougère (lavande, géranium, vétiver et fève tonka) et puis la collection des bois ambrés (ambroxan, cedramber et surtout le karanal, ce bois qui pique et son petit effet transpiration décoiffant) »*. Bonne nouvelle : cette saison, on n'a que l'embarras du choix pour aller piocher un jus qui nous fera passer pour un *weirdo* plutôt qu'un bellâtre, un vaurien magnifique tellement plus séduisant.

