

Élisabeth de Feydeau

dicționar
îndrăgostit de

Parfumuri

traducere din limba franceză de
MIRCEA VASILESCU



CUPRINS

Prefață.....	9
N°5 (parfumul secolului).....	11
Absolut	33
Acord	34
Adam și Eva.....	34
Adonis (Grădinile lui).....	35
Air du Temps (L').....	36
Alambic	40
Alcool.....	41
Aldehyde.....	43
Alep.....	43
Alexandru cel Mare (356-323 î. Hr.).....	46
Ambră.....	49
Ambrozie.....	53
Anaïs Anaïs.....	54
Angel.....	55
Anglia	59
Anii nebuni	61
Animal.....	63
Animalice (Note).....	63
Apă.....	67
Après l'Ondée.....	69

Arabia Felix.....	70
Aragon, Louis (1897-1982).....	79
Arhetip	81
Aribal	81
Aristotel (384-322 î. Hr.).....	82
Aromate	83
Arpège.....	84
Artă olfactivă.....	85
Artă și parfum	89
L'Atelier du Parfumeur	92
Aura	92
Avicenna (980-1037).....	93
Babani, Maurice (cca 1880-cca 1950)	94
Baccarat	95
Baker, Joséphine (1906-1975).....	96
Bal à Versailles.....	98
Balenciaga, Cristóbal (1895-1972).....	99
Balmain, Pierre (1914-1982).....	100
Balsam	102
Balsamarium.....	102
Balsamic	103
Balzac, Honoré de (1799-1850).....	103
Bani	105
Barbe, Simon.....	106
Baudelaire, Charles (1821-1867).....	107
Baudruchage.....	112
Bază.....	113
Băiețoasa (La Garçonne)	114
Beauharnais, Joséphine de (1763-1814).....	115
Beaux, Ernest (1881-1961).....	117
Bernhardt, Sarah (1844-1923)	120
Bestiar	124
Biotehnologie (parfumerie responsabilă).....	130
Bourdon, Pierre (născut în 1946)	132
Buchet.....	136

Bucurie și Joy	136
Byzance.....	138
Cacao, ciocolată.....	140
Cafea	141
Cafea (boabe de).....	141
Callas, Maria (1923-1977).....	141
Carles, Jean (1892-1966)	142
Caron	144
Cartier.....	146
Casanova și odor di femina	148
Cavallier Belletrud, Jacques (născut în 1962).....	151
Călătorie	154
Căsătorie și ritualuri parfumate	158
Cântarea Cântărilor	160
Cellier, Germaine (1909-1976).....	163
Chanel, Gabrielle – „Coco“ (1883-1971).....	165
China.....	173
Churchill, Winston (1874-1965).....	178
Chypre.....	179
Cinema	181
Ciocolata libertinilor.....	183
Civetă.....	186
Cleopatra (cca 69-cca 30 î. Hr.).....	187
Cocoter (sau cocotter).....	189
Colbert, Jean-Baptiste (1619-1683).....	190
Colecționari și colecții de parfum.....	191
Colette, Sidonie-Gabrielle (1873-1954).....	193
Colonie / Cologne (Apă de).....	198
Condillac, Étienne Bonnot de (1715-1780).....	207
Contrafacere	207
Contratip.....	208
Corespondență parfumată.....	208
Corticchiato, Marc-Antoine (născut în 1960)	213
Coty, François (1874-1934).....	214
Coup de foudre	221
Creator de modă-parfumier.....	223

Cresp, Olivier (născut în 1955).....	225
Crin (<i>Lilium candidum</i>).....	226
Cyrano de Bergerac	228
Dalí, Salvador (1904-1989)	229
Dandy	230
Decadență (scriitori ai decadenței).....	232
Demachy, François (născut în 1949).....	234
Designer	238
Dior, Christian (1905-1957).....	240
Diorissimo.....	244
Diptyque	248
Disidență.....	251
Distilare	253
Doyen, Isabelle (născută în 1959)	254
Drog.....	256
Edfu (Laboratorul din).....	259
Efluviu	260
Egerie	260
Egiptul Antic.....	263
Elixir.....	265
Ellena, Jean-Claude (născut în 1947).....	266
Emoție.....	270
Enfleurage.....	272
Epidemie	273
Erotism	277
Estrées, Gabrielle d' (1573-1599).....	281
Eugenia, împărăteasa (1826-1920)	282
Extract.....	283
Familie	284
Fargeon, Jean-Louis (1748-1806).....	285
Farina	290
Feminitate	291
Femme	295
Fericire.....	297

Fetișism.....	300
Flacon.....	305
Fleurs du mal (Florile răului).....	306
Flirt.....	307
Flori.....	307
Formulă.....	309
Fougère.....	310
Fragonard.....	311
Fragranță.....	313
Gamă.....	314
Gaultier, Jean-Paul.....	314
Gen: parfum de bărbat sau parfum de femeie?.....	317
Gestica parfumului.....	320
Giono, Jean (1895-1970).....	321
Givenchy, Hubert de (1927-2018).....	323
Glamour.....	327
Grasse („orașul florilor“).....	328
Grădina de ierburi (Jardin des simples).....	333
Grecia.....	335
Guerlain.....	337
Gurmand.....	343
Hatșepsut (1504-1483 î. Hr.).....	345
Headspace.....	346
Heliotrop (Heliotropium arborescens).....	347
Helleu, o familie de artiști.....	348
Henric al III-lea (1551-1589).....	351
Henric al IV-lea (1553-1610).....	352
Hermès.....	353
Hesperide (Grădina Hesperidelor).....	354
Heure Bleue (L').....	355
Hildegard din Bingen (1098-1179).....	360
Houbigant.....	360
Huysmans, Joris-Karl (1848-1907).....	363
Iarbă tăiată.....	367
Iasomie.....	368

Igienă	370
Imaginație	373
Incredibili și Minunate	374
Indecență	375
India	377
Intimitate	379
Iris	381
Italia	382
Iubire	386
Îmbățător	394
Japonia	395
Jicky	400
Jouir	402
Kant, Immanuel (1724-1804)	403
Ko-do	404
Kurkdjian, Francis (născut în 1969)	406
Kyphi	409
Labbé, Sophie (născută în 1964)	411
Lalique	413
Lancôme	415
Lanvin, Jeanne (1867-1946)	415
Laporte, Jean (1938-2011)	418
Laurent, Mathilde (născută în 1970)	421
Lavandă / Lavandin	426
Lăcrămioară	427
Lemn	429
Libertinaj și libertini	432
Limbajul parfumurilor	432
Ludovic al XIV-lea (1638-1715)	436
Ludovic al XV-lea	442
Lutens, Serge (născut în 1942)	444
Lux	447
Madlena lui Proust	452

Magii de la Răsărit.....	454
Mahomed (570-632).....	455
Malle, Frédéric (născut în 1962).....	456
Maria Antoaneta (1755-1793).....	457
Maria Magdalena.....	464
Marly (Parfum de).....	464
Martial.....	466
Masculin.....	466
Maupassant, Guy de (1850-1893).....	470
Mănușari-parfumieri (Comunitatea de).....	472
Mănuși parfumate.....	475
Mâine (Parfumul de).....	478
Medici, Caterina de (1519-1589).....	482
Medici, Maria de (1575-1642).....	486
Metopion.....	489
Metroul parizian.....	490
Midinetă.....	493
Millot.....	493
Miros.....	494
Miros / Olfacție.....	496
Mitsouko.....	501
Mona di Orio (1969-2011).....	502
Monroe, Marilyn (1926-1962).....	504
Montpellier.....	505
Morillas, Alberto (estet al naturii).....	506
Mosc.....	507
Mugler, Thierry (născut în 1948).....	512
Mumie.....	512
Murano.....	513
Muzeele Parfumului.....	514
Muzică.....	516
Nagel, Christine (născută în 1959).....	519
Nana.....	521
Napoleon I (1769-1821).....	523
Narcis.....	527
Narcisism.....	528

Nard.....	530
Nas	532
Nișă.....	534
Notă	537
Nume	537
O mie și una de nopți.....	539
Opoponax.....	539
Orgă de parfumuri.....	540
Orient și orientalism.....	541
Osmothèque	544
OSNI	545
Otravă.....	546
Oțet de toaletă	550
Oud	552
Ovidiu (43 î. Hr.–17 d. Hr.).....	556
Paciuli (Pogostemon patchouli).....	558
Paletă.....	560
Parfum	561
Parfumier	564
Paris.....	567
Patou, Jean (1887-1936)	570
Piele.....	570
Piele de Rusia	572
Piramida olfactivă.....	574
Poiret, Paul (1879-1944).....	574
Polge, Jacques (născut în 1943)	576
Polge, Olivier (născut în 1974)	580
Pomander.....	582
Pompadour, Madame de (1721-1764).....	583
Prospețime	585
Proust, Marcel (1871-1922)	588
Publicitate	589
Rabelais, François (1493-1553)	591
Regina din Saba și regele Solomon	592

René le Florentin	595
Ricci, Nina și Robert	596
Rimmel, Eugène (1820-1887)	596
Rit	597
Rochas, Marcel (1902-1955)	598
Roger & Gallet	599
Roma	601
Ropion, Dominique (născut în 1955)	605
Rotund	607
Rotunjire	608
Roudnitska, Edmond (1905-1996)	609
Roxelana	611
Rusia	614
Rutele parfumului	616
Saint Laurent, Yves (1936-2008)	619
Sand, George (1804-1876)	621
Santa Maria Novella	624
Santal (Santalum album)	625
Sare, parfumuri sărate	627
Schiaparelli, Elsa (1890-1973)	628
Scrierea unui parfum	630
Seducție	633
Sex	634
Shalimar	639
Sheldrake, Christopher	641
Siaj	645
Sinteză	646
Smirnă	649
Smochină	650
Spania	652
Staël, Madame de (1766-1817)	656
Statele Unite	656
Süskind, Patrick (1949)	663
Școli de parfumerie	664
Șeherezada	665

Tabac Blond.....	668
Tămâie (Boswellia sacra)	669
Teofrast (cca 372-287 î. Hr.)	672
Touche	672
Trandafir	673
Tuberoză (Polianthes tuberosa)	677
Turin, Luca (născut în 1953)	678
Ungaria (Apa Reginei Ungariei).....	680
Unguent.....	684
Vacanțe	685
Vanilie.....	687
Vaporizator	689
Veil, Simone (1927-2017)	689
Veneția.....	690
Venus	692
Versailles	693
Victoria (Regina) (1819-1901)	695
Videault, Sandrine (1969-2013)	699
Violetă.....	702
Vis.....	702
Vol de Nuit	704
Worth (Casa).....	707
Ylang-ylang (Cananga odorata).....	708
Zola, Émile (1840-1902).....	709
Zut!.....	711
Mulțumiri.....	712

N° 5 (PARFUMUL SECOLULUI)

„Aș vrea să creez un parfum inimitabil, un parfum cum nu s-a mai făcut niciodată, un parfum de femeie, cu miros de femeie.“

GABRIELLE CHANEL

Să scrii istoria parfumului *N°5*, care sărbătorește o sută de ani! Subiectul e important și mă impresionează ca o amenințare sau, mai degrabă, ca o provocare. E provocarea de a mă apleca asupra unei legende a parfumeriei care rezistă timpului și de a-i conferi o lumină nouă. S-a scris atât de mult despre parfumul secolului, s-au spus atâtea cuvinte, au apărut atâtea imagini... A parfumat femeile, i-a vrăjit pe bărbați, i-a inspirat pe artiști... *N°5* ne înconjoară, plutește în aer, e în imaginarul nostru. Reprezintă refuzul tuturor convențiilor.

Îl privesc, e acolo, imperturbabil, cu flaconul construit din linii pure și unghiuri nete, aproape neschimbat din 1921 încoace. Forța negrului pe alb nu a slăbit. O cifră în loc de nume: 5, plină de simboluri. Îl miros pe baghetă, apoi pe piele: face rotocoale elegante, într-o ținută perfectă. Se transformă în propriul meu miros sublimat. De fapt,

știu că mă fascinează pentru că mă intrigă. Oare mă atrage, mă captivează cu forța sa magnetică pentru că nu-mi amintește de nici un miros cunoscut? Pentru mine, e o cale inițiativă și o împlinire.

Un singur cuvânt definește și rezumă parfumul N°5: mister. Misterul căruia trebuie să știi să i te abandonezi pentru a-i găsi cheile. Sunt în fața surâsului sfinxului. O enigmă senină, care va fi câmpul observației mele istorice. Masa mărturiilor e imensă pentru a emite ipoteze, urmele aventurii sale au fost păstrate și sunt păstrate în continuare, pentru că istoria lui N°5 se scrie în fiecare zi. Nu voi face altceva decât să povestesc faptele, așa cum s-au întâmplat, într-o onestă supunere față de adevărul istoric.

În această anchetă, am mai multe indicii: Mademoiselle Chanel, această femeie vizionară care este cheia de boltă, piatra filozofală a acestui parfum, prin care și pentru care totul a început în libertate și îndrăzneală. Casa Chanel care, prin creatorii săi, i-a permis parfumului N°5 să-și continue traiectoria. Egeriile, frumoase și celebre, care au contribuit la mitul N°5, ca și artiștii care au gravitat în jurul lui și l-au hrănit cu influențele lor. Această anchetă condusă metodic nu va stinge farmecul lui N°5, ci îl va spori.

ÎNDRĂZNEALA ȘI LIBERTATEA

O fotografie îmi atrage privirea: cea cu Gabrielle Chanel și marele duce Dimitri Pavlovici. Sunt față în față. Ea are părul scurt, dovedindu-și independența și libertatea cucerite prin creație și tenacitate. Chipul îi e senin, împăcat după teribila durere pe care i-a provocat-o moartea lui Boy Capel, dragostea vieții sale și mentorul său. El e un bărbat foarte frumos, de douăzeci și șapte de ani, cu opt mai puțin decât ea. Dar nu contează, se simte fuziunea lor

în acea clipă. Chipul lui arată aceeași melancolie a ființelor pe care viața le-a încercat din greu. Între ei se străvede un mister. Cântăreața Marthe Davelli le făcuse cunoștință pe 21 ianuarie 1921 la Biarritz, refugiul Romanovilor și al rușilor care scăpaseră de masacru. Dimitri participase la noaptea istorică din ianuarie 1917, când călugărul Rasputin fusese asasinat. Știm, de asemenea, că avusese o copilărie tristă și agitată: orfan de mamă încă de la naștere, nu cunoscuse altă afecțiune decât aceea a doicilor. Gabrielle Chanel putea înțelege această durere a copilului abandonat, pe care o împărtășeau. Dar o personalitate solară nu se închide în melancolie. Dimpotrivă, condusă de instinctul creației, ea s-a lăsat cucerită de farmecul slav al marelui duce, care păstrase din Rusia țarilor simțul înnăscut al fastului. În inima parfumului N°5 se regăsește chiar această strălucire a prinților de sânge și a frumoaselor nesupuse. N°5 se caracterizează și prin noblețe, și prin ireverență.

INSTINCTUL CREAȚIEI

Suntem în 1920. Pentru Gabrielle Chanel, seducția este o chestiune de personalitate, de demers, de vibrație a întregii ființe. Acest viitor parfum trebuia să urmeze tempoul creațiilor sale vestimentare, trebuia să capete același ritm: incisiv și ireversibil. Parfumul ei „inimitabil” era necesitatea pe care ea și-o fixase în această nouă aventură născută din hazard. Sfârșise prin a fi convinsă, ea, croitoreasa, să creeze un parfum care „îi va face geloși pe ceilalți parfumiери”. „Cochetăria este victoria spiritului asupra simțurilor!”, spunea. Acorda o importanță capitală simțurilor. Era înzestrată cu un miros foarte fin – Chanel pretindea că simte mirosul florilor pe mâinile care le

culeseră – și își însușise fraza lui Paul Valéry: „O femeie care nu se parfumează nu are viitor“.

Cu îndrăzneala celui care nu știe, va iniția o nouă abordare a parfumului. În legătură cu întâlnirea sa cu parfumiерul Ernest Beaux, există mai multe versiuni.

Împreună cu prietena sa, Misia Sert, și cu soțul ei, dar însoțită și de marele duce, întâlnește un parfumiер rus în timpul sejurului la Hôtel de Paris din Monte Carlo: Ernest Beaux. Născut la Moscova în 1881, din tată francez și mamă rusoaică, Ernest Beaux și-a petrecut o bună parte a tinereții la Sankt-Petersburg, unde a făcut primii pași în domeniul parfumeriei. După Revoluția rusă, și-a părăsit țara și s-a exilat în Franța. În 1920, conducea laboratorul fabricii Rallet din La Bocca, aproape de Cannes, cunoscută pentru modernismul ei și pentru uriașele instalații pentru producerea săpunului.

Prezența Misiei Sert este un indiciu important: Gabrielle Chanel o întâlnește în 1917, în timpul unui dejun la Cécile Sorel. Poloneză, născută în Rusia, Misia a fost singura femeie pe care Gabrielle Chanel o considera înzestrată cu geniu. Pianistă de mare talent, egerie a celor mai mari artiști ai timpului, ea stârnise cele mai frumoase pasiuni. În 1914, s-a căsătorit a treia oară cu pictorul catalan José María Sert, a cărui personalitate barocă a marcat dezvoltarea aurei sale. Gabrielle Chanel o descrie ca zeiță a distrugerii și a creației. *N°5* este exact acest înger exterminator care anunță o nouă eră a parfumeriei. Gabrielle Chanel vrea să creeze un miros la fel de indispensabil ca aerul pe care îl respirăm, care vine să umple un gol provocat de absența unei ființe dragi.

Alții, precum Yves de Chiris, susțin că Gabrielle Chanel îl întâlnește pe Ernest Beaux la Suresnes, în laboratoarele Coty. În monografia neautorizată a parfumului *N°5* (*Le N°5 de Chanel*, Stock, 2019), jurnalista Marie-Dominique

Lelièvre relatează o amintire a nepotului parfumierului Chiris, care pretinde că parfumierii lui Rallet îi prezentaseră încercarea lor de parfum ultra-aldehidat lui François Coty, care îl considerase prea avangardist și prea scump, sfătuindu-i „să i-l arate nebunei de Coco Chanel, care și-a pus în minte să lanseze un parfum“. În schimb, Henri Robert – succesorul lui Ernest Beaux la Chanel –, al cărui tată lucrase cu Ernest Beaux la Rallet, pretinde că Paul Pléneau, directorul de la Chiris, a fost cel care a convins-o să lanseze un parfum și că ea a acceptat să viziteze laboratoarele Rallet între toamna lui 1920 și primăvara lui 1921.

UN STRĂLUCIT PARADOX ȘI ÎNDRĂZNEALA UNEI COMPOZIȚII INEDITE

Gabrielle Chanel avea înțelepciunea de a înțelege că nu poți să intri în competiție cu natura. Ar fi o bătălie pierdută dinainte de a o începe! Mi se pare mai degrabă că ea caută să celebreze natura, așa cum știe să celebreze corpul și mișcărilor unei femei printr-o rochie. Marea proporție de elemente naturale care intră în N°5 capătă, în această compoziție inedită, o dimensiune superioară. O transcendere a naturii prin artificiu. Floarea transformată în imaginar. Sufletul ei transcris într-un parfum.

Pentru a înțelege îndrăzneala parfumului N°5, trebuie să ne plasăm în ambianța olfactivă a epocii. Căci forța și puterea sa se nasc din contrast și din libertate. Mirosurile din vremea când a apărut N°5 și recitesc mărturiile din acei ani. Regăsesc cam aceleași note grase, grele, aproape incomode, care pe atunci țineau prizoniere compozițiile florale. Parfumurile nu aveau prea multă stabilitate și se alterau foarte repede. Închise astfel, nu răspândeau decât o urmă discretă și, mai ales, aveau încă

reputația că ascund anumite mirosuri indiscrete. Înalta societate continua să se parfumeze cu insistență, pentru a fi sigură că rămâne așa până la sfârșitul serii. E amuzant să-ți imaginezi portretele unor bărbați și femei de lume, parfumați excesiv, pentru a-și disimula aburii urât mirositori. Gabrielle Chanel îi frecventase destul de mult pentru a ajunge să dorească, într-un mod magistral, un parfum cu o utilizare bine dozată și care să aibă strălucirea purității. Ea elibera urma prin prospețime, printr-o floare indicibilă, aceea pe care Mallarmé o descria ca „absentă din orice buchet“.

O CREATIVITATE ÎNCARNATĂ DE UN PAS DE DEUX ÎNTRE UN PARFUMIER ȘI O CROITOREASĂ

Gabrielle Chanel a eliberat corpul femeilor. La treizeci și opt de ani e deja celebră în Franța și în Statele Unite și stăpânește perfect vocabularul creației. A creat un stil asemenea unui manifest: linia e mai importantă decât ornamentul. Așa cum a demodat moda care nu-i convenea, a decis să elimine parfumurile care nu-i plăceau. Și astfel, refuzând convențiile și înarmată cu aceste câteva convingeri, Gabrielle Chanel devine îngerul exterminator al unei parfumerii revoluate.

Pentru că parfumasе curtea imperială a ultimilor țari, Ernest Beaux era influențat de opulența trăită acolo în viața de zi cu zi. O lume barocă presărată cu bulbi de aur, care prelungeau lumina atunci când dispărea și care dădeau simțul înnăscut al fastului. Cu siguranță el a cunoscut, de asemenea, universul lipsei de măsură al sărbătorilor rusești, îmbătătoare, efervescente și lejere ca șampania (care a fost băutura rafinată a acestei curți defuncte), dar care puteau sfârși în brutalitatea albă și

înghețată a unei vodci. Jumătatea de măsură nu e rusească, luxurianța este: aceea a unei emoții, a senzațiilor și a unei arte de a trăi. Sufletul slav este acel sentiment melancolic care se extinde, dar care devine atât de delirant și de energic în încercările vieții. Scriitura olfactivă a lui Ernest Beaux e colorată de acest suflet slav. La curtea țarului Nicolae al II-lea se simțea mirosul de piele de Rusia din care erau făcute cizmele și valizele – un miros uscat de mesteacăn, de lemn de ienupăr și de flori.

Ernest Beaux era interesat de primele parfumuri moderne, cele care combinau esențele naturale și notele de sinteză într-un frumos echilibru. Aprecia parfumurile care ieșeau din comun, care aveau eleganță și erau împlinite. Înainte de toate, el saluta modernitatea, care transforma acordurile tradiționale, precum noile note ambrate și revoluția declanșată în 1917 de François Coty prin *chypre*, în aluri androgine, ca femeile anilor 1920.

El nu înceta să lucreze cu noile materiale care îl fascinau. Întâlnirea cu Gabrielle Chanel a fost fuziunea între două imaginerii. Ernest Beaux avea, ca și ea, o rețea de prieteni avangardiști – chimiști sau parfumieri din epocă – și își crease paleta și preferințele sale. Cercetarea a fost rațiunea sa de a fi și avusese intuiția că va exista o tendință către notele puternice și stabile pe care le permitea folosirea aldehydelor. Numai astfel, după părerea lui, arta parfumului se putea elibera: viitorul parfumeriei se afla în mâinile chimiștilor, care le furnizau parfumierilor acele note artificiale care se amestecau cu notele naturale.

O prietenă jurnalistă din Azerbaidjan mi-a oferit, acum câțiva ani, un parfum iconic al Rusiei sovietice numit *Moscou Rouge*, unicul parfum autorizat de regimul comunist, obiect al visurilor oricărei femei ruse. Îmi explicase că era vorba despre un parfum creat de Ernest Beaux pentru ultima țarină, cu numele *Bouquet de l'Impératrice*

sau *Bouquet Catherine*. Numele său de cod era *Rallet N°1*, data creării – 1913, în onoarea tricentenarului dinastiei Romanovilor. Mirosindu-l, mi-am dat seama că asemănarea lui cu *N°5* e cu adevărat tulburătoare. Formula e similară, ceva mai modestă, dar cu același vârful puternic aldehydat, cu mijlocul floral trandafir-iasomie și baza lemn-vanilie-mosc. *N°5* avea, așadar, un predecesor: un buchet floral aldehydat, creat de Ernest Beaux pentru a celebra Rusia imperială.

În laboratorul său de creație, printre nenumăratele flacoane cu esențe rare, Ernest Beaux i-a făcut educația olfactivă Gabriellei Chanel, explicându-i cum ajungea să realizeze amestecuri armonioase pornind de la aceste esențe. Îmblânzită și cucerită, ea l-a însărcinat „să compună un amestec abstract, unic și somptuos“. Croitoreasa îl observa pe parfumier și, învățând rapid, a devenit foarte repede capabilă să deosebească esențele și să formuleze, cu precizia cuvintelor sale, ce voia și ce aștepta de la el. „Vreau să creez un parfum inimitabil, un parfum cum nu s-a mai făcut niciodată, un parfum de femeie, cu miros de femeie.“ O îndrăzneală de limbaj într-o epocă în care femeile nu trebuiau să miroasă decât a floare, ca un miros al virtuții. Dimpotrivă, Gabrielle Chanel căuta un parfum construit, un paradox: „Pe o femeie, un miros natural se simte artificial. Poate că un parfum cu miros natural trebuie creat artificial“. Se adresa femeilor libere și tuturor celor care doreau să devină libere prin forța unui parfum.

O SCRIITURĂ REVOLUȚIONARĂ, PORNIND DE LA ALDEHIDE

La La Bocca, Ernest Beaux studiase cele mai recente rapoarte consacrate produselor de sinteză și în special

aldehidelor, descoperite între 1903 și 1912-1914 de chimiști, dar rămase multă vreme în sertarele cercetătorilor înainte de a fi înțelese de parfumieri, care le reproșau mirosurile violente, grase și dezagreabile. Aldehidele erau deja utilizate, dar cu parcimonie. Ernest Beaux a fost primul parfumier care le-a făcut intrarea magistrală în compoziția parfumului N°5, inaugurând o lungă descendență care se întinde de la „floral-aldehidat“ la „chypre-floral-aldehidat“. Funcția aldehidei devenea sinonimă cu volumul, puterea, abstracția și prospețimea mirosurilor – tot atâtea senzații olfactive inovatoare care îi aminteau parfumierului de Rusia țarilor.

Într-adevăr, aceste ciudate mirosuri îi permiteau să recreeze ceea ce pierduse, acea imagine mentală pe care parfumierul încearcă, puțin câte puțin, s-o materializeze. El povestea că inspirația pentru N°5 i-a venit pe vremea războiului din Rusia, într-o regiune situată „dincolo de Cercul Polar, în perioada verii polare, când soarele nu apune niciodată, când lacurile și fluviile degajă un parfum de o prospețime extremă“. Acest miros de zăpadă rusească se simte foarte bine în N°5. „N°5 conține mosc, cernoziomul de după topirea zăpezilor, suflul, vigoarea, claritatea sonoră, tinerețea“, scrie Constantin Wériguine, care a fost colaboratorul lui Beaux.

Chanel împărtășea pofta pentru un parfum aerisit, pofta de prospețime și noutate. Și mai ales de curat, ea, a cărei copilărie era legată de apa de colonie dată după urechi, „care lăsa senzația de curățenie“. El, parfumierul care își făcuse stagiul într-o fabrică de săpun, înțelegea perfect ce înseamnă asta și folosise aldehide în compoziția săpunurilor tocmai pentru a înlătura mirosul acela acru persistent și pentru a le conferi mirosul de „curat“. Această senzație de curățenie era cu atât mai necesară, cu cât populația fusese atinsă, indiferent de clasa socială, de gripa

spaniolă (1918-1919), care ucisese între 20 și 30 de milioane de persoane în Europa și aproape 50 de milioane la scară mondială, mai mult decât războiul din 1914-1918. Nu trebuie să uităm nici ciuma de la Paris din 1920 (numită și „la peste des chiffonniers”¹). Or, curățenia este primul pas pentru a combate epidemia, iar acest parfum degajând mirosul de curat urma să se adreseze astfel inconștientului colectiv.

Era și un miros al virtuții, nu al păcatului. Gabrielle Chanel nu uita primii săi pași de „păcătoasă” și mirosurile cam râncede care le înconjurau pe frumoasele curtezane pe care le frecventa atunci. Urma să le ofere femeilor un parfum strălucitor, pentru a le face să cucerească lumea.

Ea miroase fiecare compoziție, una după alta, compară, ezită, apoi se oprește la al cincilea eșantion, de o aromă absolut originală. Pe lângă iasomie, formula utiliza vreo 80 de componente și pentru prima dată recurgea la aldehide. Chanel îl întreabă atunci pe Beaux dacă acest parfum ar fi ușor de copiat. Deși formula e păstrată secretă, răspunde el, nu putem garanta că un alt parfumiер n-ar putea fi în stare să producă o imitație acceptabilă. Ideea a oripilat-o pe Gabrielle Chanel, care i-a cerut atunci să sporească în compoziție elementul cel mai scump, absolutul de iasomie. Ernest Beaux i-a mărit volumul, dar parfumul și-a schimbat culoarea, devenind astfel roșu foarte închis, încât trebuia utilizată o altă calitate, și mai scumpă. Or, supradoza de iasomie face amestecul prea dulceag, ceea ce îi slăbește caracterul. Cum să compensezi asta pentru a restabili acordul? Ernest Beaux are ideea de a ridica nivelul de aldehide, care va crește

¹ „Ciuma zdrențarilor”. *Chiffonniers* erau persoanele care adunau zdrențe, haine și obiecte vechi pentru a le vinde. Focarele de ciumă au apărut în zonele locuite de aceștia, în cartierele sărace (n. tr.).

impactul celorlalte elemente ale formulei. Această supradoză a fost un eveniment în istoria parfumeriei și i-a conferit parfumului *N°5* un miros inovator și caracterul de abstracțiune luxoasă, atât de căutată de Gabrielle Chanel. Era, în egală măsură, o compoziție cubistă, care destructurează natura pentru a o reconstrui mai bine.

E interesant să facem și o paralelă între aldehide și jerseu. Căci prin jerseu, o țesătură considerată de croitori informă și folosită la fabricarea lenjeriei masculine, Gabrielle Chanel a revoluționat în 1916 silueta femeii, făcând-o suplă și activă. Aldehidele nu erau dorite de parfumieri, care le considerau utile doar în fabricarea săpunului. Ei bine, tocmai cu ajutorul aldehydelor a revoluționat Chanel urma lăsată de femei, conferindu-le o prezență a puterii și făcând să apară, în același timp, o nouă schemă olfactivă, o compoziție inimitabilă și cel dintâi parfum abstract.

– Dar asta nu s-a mai făcut niciodată!

– Tocmai! Asta îl va distinge de alte parfumuri, răspunse Gabrielle Chanel.

N°5 inaugurează un nou gen olfactiv, deschide calea parfumurilor moderne de o agreabilă violență: parfumurile florale aldehydate. Parfumerii vor utiliza pe scară largă aldehidele, iar parfumurile bune se vor succeda în această descendență.

Printre parfumurile aldehydate care au drept cap de serie *N°5* există unul produs de Coty, denumit *L'Aimant*, lansat în 1927, care îi seamănă într-o manieră tulburătoare, dar e mai vanilat-oriental, și care a fost obiectul multor polemici și interpretări. Dar faptele sunt următoarele: în 1926, François Coty cumpără Chiris, proprietate a firmei Rallet & Co, care avea în portofoliu formula lui *Rallet N°1*, creată de Ernest Beaux. Coty decide să lanseze *L'Aimant* pornind de la o variantă a lui *Rallet N°1*, și e perfect conștient

de ceea ce face. Ernest Beaux plecase de la Rallet luând cu sine formula lui *Rallet N°1*, care fusese folosită pentru *N°5* al lui Chanel. Coty a decis să-i dea cezarului ce e al cezarului și a reluat această formulă pentru *L'Aimant*. Ironie a istoriei, *L'Aimant* al lui Coty a fost uitat de marele public, în timp ce *N°5* rămâne un bestseller mondial.

UN LIMBAJ UNIVERSAL

La întrebarea lui Ernest Beaux: „Ce nume o să-i dați?“, Gabrielle Chanel alege să păstreze denumirea de laborator. „O să-mi prezint colecția de rochii pe 5 mai, a cincea zi a celei de-a cincea luni a anului, așa că o să-i lăsăm numărul pe care îl poartă, o să-i aducă noroc.“ Pentru Gabrielle Chanel, cifra era mai puternică decât un cuvânt, mai puternică decât o imagine. În plus, 5 era exact numărul ei norocos. Așadar, cu *N°5* apare limbajul cifrat, contrariul unui nume de parfum, căci doar o cifră putea exprima regnul unui parfum atât de rar, în timp ce un nume ar fi fost prea limitat pentru a-i defini puterea. Păstrând denumirea eșantionului ales, Gabrielle Chanel aducea un omagiu propriului instinct.

Etichetele erau foarte generoase înainte de *N°5*! Erau pline de descrieri și de calificări aluzive care nu lăsau deloc să planeze vreo umbră de îndoială asupra mirosului conținut în flacon. La apariția sa, acest 5, numărul sec asociat numelui Chanel, a fost lansat cu toată forța în vitrine, ca un ordin imperios, demn de cazinourile de lux sau de cursele de cai pe care clientele elegante aveau obiceiul să le frecventeze („Pariați pe 5!“), creând parcă asupra trecătoarelor efectul unei vrăji. Printr-o cifră, 5 veștejise toate aceste afectări de limbaj și administrase parfumurilor din epocă „marca dezonorantă a demodării“. Devenea numărul

câștigător. 5 este numărul simbol al uniunii, al armoniei și al echilibrului, pentru că este la mijlocul primelor nouă numere, suma primului număr par și a primului număr impar. Simbol al omului și al universului, este și simbol al perfecțiunii. Dar, înainte de toate, numărul 5 este dedicat umanului. Cele cinci simțuri, cele cinci degete, cele cinci membre sunt semnătura naturii sale. Cei cinci copii Chanel, a cincea constelație, cea a Leului, sub care s-a născut Gabrielle Chanel, *Cele cinci degete*, titlul unei piese pe cinci note, pe care Igor Stravinsky o compune la pian pe 24 ianuarie 1921, la Garches, în casa Gabriellei Chanel. Cum să nu faci din cinci un fetiș? Există hazard?

O REVOLUȚIONARĂ SOBRIETATE

Less is More („Mai puțin înseamnă mai mult“), scriese Robert Browning, în 1855, în culegerea sa de poeme *Men and Women*. Mai târziu, i s-a atribuit lui Mies van der Rohe paternitatea acestei fraze, devenită deviză a minimalismului, atât de mult îi caracteriza stilul. Gabrielle Chanel a croit haine noi pentru N°5, împrumutând de la bărbați un flacon sobru, drept și gol, pe care l-a îmbrăcat cu o simplă etichetă. O limpezime grafică plină de mândrie care materializa epúra, către care Gabrielle Chanel aspira și mai mult, repetând: „Voi pune totul în parfum și nimic în prezentare, flaconul va fi simplu și neînșelător“.

Care a fost adevărata ei inspirație?

Gabrielle Chanel a vrut acest flacon de-o simplitate suverană și deci maiestuos de sofisticat. Chanel credea că mult mai important este conținutul decât recipientul. Desigur, flaconul, prin liniile sale pur geometrice, deopotrivă sobru, net și simplu, intra în contradicție cu flacoanele de cristal încărcate și pline de panglici ale epocii.

Acest prim flacon, apărut în 1921, era de fapt adaptarea unui flacon de voiaj dintr-o trusă de toaletă pentru bărbați, realizată de bijutierul Charvet. Încă o dată, Chanel împrumuta de la bărbați ceea ce urma să-i servească pentru a crea parfumul femeii moderne.

Așa cum voia ca un mantou să îmbrace o rochie, Chanel voia ca un etui să acopere flaconul. Eticheta și etuiul de hârtie Canson, albă, timbrată cu negru, au fost și ele tot fără ornamente. O armonie severă, dar foarte modernă, care se sprijinea pe contrastul între alb și negru. Această ruptură în simplitate funcționa de minune în acea epocă: părul scurt, Ford T, cubismul, art déco și, mai târziu, rochia scurtă neagră. Era un etui al timpului său, apropiat fiind de macheta revistei *Nord-Sud*, publicată între 1917 și 1919 de prietenul ei, poetul Pierre Reverdy.

Ce contrast cu ceea ce se făcea atunci în parfumerie, dar și ce fuziune vizionară cu epoca sa! Să nu uităm, în primul rând, data creării: 1921. Cu patru ani înainte de deschiderea Expoziției Universale de Arte Decorative și Industriale Moderne, care va scoate la lumina zilei aceste forme artistice noi, denumite după aceea „design”. Este motivul pentru care *N°5* va fi expus, în 1959, la MoMA (Museum of Modern Art) din New York, într-o expoziție temporară.

Mai târziu, flaconul *N°5* a inspirat numeroși artiști. Andy Warhol a făcut din el, în anii 1984-1985, starul unei serii din operele sale. Demersul lui, care se plasa în mișcarea pop art, se caracterizează prin interesul pentru obiectele obișnuite, prin ironie, dar și prin încrederea în puterea imaginilor. Sculptorul și plasticianul Arman, celebru pentru „acumulările” sale, a făcut o „cristalizare a parfumului *Chanel N°5*”, în 1983. Arman era interesat de statutul obiectului și de raportul pe care societățile moderne îl întrețin cu acesta, între sacralizare și consum.

Regăsim, desigur, această dublă preocupare odată cu acumularea de flacoane N°5.

În manieră parodică, cunoaștem, de asemenea, flaconul N°5 cu mustățile lui Dalí (*Esența lui Dalí*), creat de Philippe Halsman, în 1954. Dalí, prietenul cunoscut prin intermediul Misiei și al lui José María Sert, se amuză jucându-se cu propria imagine de marcă (mustățile), care se afișează pe flaconul emblematic al parfumurilor Chanel. Flaconul, plasat pe același plan de notorietate cu Dalí, devine în sine o personalitate artistică.

Flaconul a fost reprezentat și de Kami: Y.Z. Kami se inspiră din tradițiile mistice și estetice orientale și occidentale pentru a crea opere de format mare, care explorează mișcarea între lumea fizică și o călătorie spirituală interioară. Pentru că studiase filozofia, a dezvoltat un interes special pentru chipul uman și relația sa cu divinul, care se regăsește în multe portrete ale sale. El face un portret intimist și profund al parfumului N°5.

La dorința lui Jacques Helleu, director artistic al parfumurilor Chanel din 1956 până în 2007, s-au făcut ușoare modificări, pentru ca flaconul să-și trăiască bine epoca și să fie în acord cu aerul vremurilor, cu estetica momentului. Astfel, în anii 1970, când frigiderile americane erau foarte voluminoase, iar caroseriile mașinilor erau masive, dopul flaconului N°5 avea nevoie de ceva ampoare. Modificările sunt imperceptibile, dar îi permit parfumului N°5 să se adapteze timpului, oricare ar fi epoca.

Una dintre cele mai bune dovezi ale ampretei lăsate de N°5 în imaginarul colectiv este apariția lui în filmele unor mari cineaști, ca în *Boccacio 70* (Mario Monicelli, Federico Fellini, Vittorio de Sica, Luchino Visconti, 1962), cu Romy Schneider, sau în creații foarte populare precum *Vizitatorii* (Jean-Marie Poiré, 1993) sau *Chihuahua din Beverly Hills* (Raja Gosnell, 2009).

O COMUNICARE DE AVANGARDĂ

Modul în care Gabrielle Chanel a lansat *N°5* îmi amintește de citatul din Jean Giono: „Parfumul este miros plus om”. Gabrielle Chanel nu doar că a creat un miros nou, dar a și organizat această întâlnire magică între femeie și parfumul ei. Misterul rezidă, de asemenea, în siajul pe care îl creează *N°5* la trecerea unei femei.

Legenda spune că Gabrielle Chanel a testat imediat parfumul în cel mai mare restaurant din Cannes, unde lua masa cu Ernest Beaux și câțiva prieteni. Pe masă pusese un vaporizator pe care apăsa discret de câte ori trecea o femeie prin preajmă. Efectul a fost radical: femeile se opreau, inspirau cu surprindere și încântare.

A recucerit apoi Parisul, luându-și în bagaj câteva flacoane cu *N°5*, pe care le oferea celor mai bune clientele ale sale, făcându-le următoarea recomandare: „Vaporizați în toate locurile unde riscați să fiți îmbrățișată”. Apoi, când clienta-prietenă voia să cumpere acest prețios parfum, care nu semăna cu vreun altul, Gabrielle Chanel răspundea cu viclenie: „Parfumul? Care parfum? Ah, da, fiola pe care v-am dat-o alaltăieri... Să cumpărați? Nici să nu vă gândiți! De altfel, nu am, eu nu vând parfumi, draga mea! Le-am găsit aproape întâmplător la Grasse, la un mic parfumiер al cărui nume nu mi-l mai amintesc. M-am gândit că ar putea fi un cadou original pentru prietenele mele”. Și, aproape confuză, clienta pleca amețită de acest *N°5* pe care vânzătoarele îl vaporizau cu generozitate în saloanele de probă. O comunicare bazată pe vorba dusă din om în om, o dorință întreținută de o penurie organizată și abil gestionată înaintea unei distribuții selective au reprezentat cheia succesului la intrarea în lume a lui *N°5*. Calcul strategic sau intuiție genială?

Gabrielle Chanel înțelesese totul de la început: să creezi raritatea, ca să creezi dorința; ce lecție pentru echipele de

marketing de astăzi! Vândut sau oferit, într-o primă fază, clientelor celor mai bune în buticurile sale din Paris, Cannes, Deauville și Biarritz, N°5, demodând celelalte parfumuri, a cunoscut un asemenea succes încât fabricarea artizanală nu a putut face față cererii. În iulie 1923, Mademoiselle Chanel, prevăzătoare, depune la INPI (Institut national de la propriété industrielle) patru flacoane în ambalajele lor și un vaporizator. În 1924, semnează un acord cu Pierre și Paul Wertheimer, proprietarii parfumurilor Bourjois, pe care îi cunoscuse prin intermediul unui prieten, cofondatorul Galeriilor Lafayette, Théophile Bader.

Frații Wertheimer, oameni de afaceri ambițioși, au reușit să o convingă pe Gabrielle Chanel că ei pot fabrica și lansa N°5 la scara pe care o merită, cu o veritabilă organizare industrială și comercială.

Pe 4 aprilie 1924, este fondată Societatea Anonimă a Parfumurilor Chanel. Gabrielle Chanel prezidează Consiliul de administrație, dar nu deține decât 10% din acțiuni. Frații Wertheimer dețin 70% și îi oferă 20% lui Théophile Bader. Cum să înțelegem că Chanel s-a lăsat păcălită în felul ăsta? Nu trebuie să uităm că parfumurile firmelor de modă erau abia la începuturi și încă nu reprezentau viitoarea „găină cu ouă de aur”. Dacă ar fi știut ce urmează, Chanel ar fi negociat altfel, ca bună fiică a provinciei Auvergne, și n-ar fi încetat apoi să recupereze. Dar acest contract a fost benefic, căci i-a deschis parfumului N°5 porțile Americii și i-a asigurat astfel renumele universal. Fraganță mitică, „parfumul secolului” a avut un succes instantaneu și imens, dar într-un cerc foarte limitat de persoane, clientele fidele ale buticului din rue Cambon, obșnuiții cluburilor la modă și ai hotelurilor de lux. Strada ignora N°5, care reprezenta cu siguranță o revoluție, dar nu democratică, pentru că se adresa doar unei elite a avangardei și a banilor. În primul catalog al parfumurilor

Chanel din 1924, textul de prezentare este un manifest în favoarea unui lux al inițiaților: „Mândria domnișoarei Chanel este de a oferi unei clientele avizate, în flacoane simple și în cutii ornate doar de albul lor, prețioase picături de parfum inegalabil în privința calității, unic prin compoziție și revelând personalitatea artistică a creatoarei”. De altfel, adresa parfumurilor Chanel indicată în acest catalog este cea a Gabriellei Chanel: rue du Faubourg-Saint-Honoré 29. Abia după război N°5 va ajunge în toate straturile societății feminine, în special datorită pieței americane și televiziunii.

UN LIMBAJ UNIVERSAL ȘI UN MIT

Mitul e cel care face vizibilă o forță invizibilă. N°5 a cristalizat forțe inconștiente și pasiuni, a provocat legături, a creat misterioase corespondențe. Charisma lui s-a născut din poezie și putere. La început, mitul era Mademoiselle Chanel însăși.

Încă din 1925, N°5 a fost salutat de presă ca „parfumul secolului”, căci le-a adus femeilor ceea ce le lipsea. A creat un veritabil „ritual al feminității”, încarnat de cele mai frumoase egerii ale timpului. A devenit astfel un mit cu limbaj universal, având calitatea magistrală de a fi o operă de artă. N°5 este o creație care merge mult mai departe de modă. Este prima operă de artă olfactivă, pentru că mirosul lui nu există în natură. N°5 are caracter, vigoare, volum, putere de difuziune, delicatețe, limpezime și persistență. Face tăcerea să vorbească și se sustrage legilor timpului și ale modei.

Dar, mai ales, personalitatea creatoare a Gabriellei Chanel poate fi considerată o încarnare a modernității, care transformă o creație în operă de artă. Ea are propria

sa definiție a modernității: „Moda nu există doar în rochii; moda e în aer, e adusă de vânt, o presimțim, o respirăm, e în cer și pe macadam, e în idei, în moravuri, în evenimente“. Într-adevăr, modernitatea nu e nimic altceva decât ceea ce se încadrează într-o epocă și o transcende. Gabrielle Chanel s-a sprijinit pe creativitatea artiștilor timpului ei și, dintre ei, Jean Cocteau exprimă foarte bine charisma care o caracteriza: „Ea impunea invizibilul, îi impunea tapajului monden noblețea unei tăceri“.

Publicitatea a fost determinantă în crearea mitului. Litografia lui Sem din 1921 e foarte semnificativă: grafic, ne arată o tânără, modernitatea acelei epoci, cu privirile întoarse, cu chipul întors spre flaconul însuși. Regăsim ideea de feminitate și ideea de *packshot*. Nu e un mod de a atrage privirea, este omagiul lui Sem față de *N°5*, un omagiu adus de artist modernității femeii și a parfumului.

La început, în anii 1930, mai ales în Statele Unite, publicitatea lui Chanel e multimarcă, se vorbește despre parfumurile Chanel în ansamblu și, treptat, *N°5* e scos în evidență, mai ales în 1937, cu prima lui egerie, Mademoiselle Chanel însăși. În fotografia lui François Kollar, ea are cincizeci și patru de ani, e încă foarte frumoasă, nu surâde, dar impune, stând sprijinită de șemineul din apartamentul ei de la Ritz. Reprezintă succesul feminin în lumea afacerilor.

În 1945, la Eliberare, soldații americani („the GI’s“) făceau cozi interminabile în fața buticului de pe rue Cambon pentru a duce un flacon de *N°5* femeii din viața lor, simbol al rafinamentului acestei Europe pe care veniseră să o apere. În timpul războiului, *N°5* avea un succes-monstru în Statele Unite, vânzările nu încetaseră să crească, pentru că se vindea în PX-uri, cooperativele de aprovizionare a soldaților, alături de țigările Lucky Strike, de chewing-gum și de tablete de ciocolată. O mișcare de geniu a fraților Wertheimer, care lansaseră și o campanie publicitară de anvergură.

În 1952, Marilyn Monroe, care spunea că „fără el, îmi pierd mirosul“, s-a îndrăgostit de N°5 și lumea întreagă, cu ochii la buzele ei fermecătoare, a sucombat la această faimoasă replică dintr-un interviu apărut în *Life Magazine*:

- Ce purtați dimineața?, a fost întrebată.
- O fustă și o bluză, a răspuns.
- Și noaptea?
- Câteva picături de N°5.

UN RITUAL DE FEMINITATE DINCOLO DE SPAȚIU ȘI TIMP

Marilyn nu s-a referit la cine știe ce parfum, ci la un parfum franțuzesc, culmea șicului venit de la Paris. Această declarație spontană sună ca o evidență, ca și fotografiile făcute în 1955, care o arată cum mângâie flaconul de N°5. Un miracol de senzualitate și grație, asemănător cu ceea ce N°5 le aduce femeilor: un supliment de suflet.

Și astăzi, când o femeie cumpără *Chanel N°5*, nu caută doar un parfum, ci o anumită idee pe care o are despre ea însăși, ce crede ea că este sau ce i-ar plăcea să fie. Acest parfum evocă pentru femeie o idee de libertate și perfecțiune, ca și în 1921, când femeile recunoșteau în el adierea modernității.

Când un bărbat îi oferă unei femei un flacon de N°5, de fapt îi oferă un braț de flori. Căci în extractul de N°5 (30 ml) există 12 trandafiri, 1 000 de flori de iasomie și 12 flori de ylang-ylang.

În ciuda gloriei, N°5 nu se banalizează și își păstrează întreg misterul. Și, devenit mai mult decât o legendă, acest parfum este un mit viu, o construcție a imaginarului colectiv, un suport atemporal și universal de vis, care cristalizează dorințele. Cu N°5, Mademoiselle Chanel ne oferă o lecție de

elegantă, așa cum o exprima într-un interviu acordat lui Jacques Chazot pentru emisiunea „Dim Dam Dom”, în 1969:

Parfumul? E tot ce poate fi mai important. Trăiești cu mirosul tău. În toate sensurile, mirosul e cel pe care ar trebui să-l pierdem când trăim alături de oameni murdari și cel pe care ar trebui să-l avem când trăim alături de oameni curați. Așa că, vedeți dumneavoastră, parfumul e luxul. Poate fi foarte lejer ori poate fi un parfum de nimic. Esențialul este să semene cu persoana care îl folosește. Paul Valéry spunea: „O femeie fără parfum n-are viitor”. Ei bine, avea dreptate, căci o femeie prost parfumată înseamnă o femeie care nu se parfumează deloc: e atât de pretențioasă, încât crede că mirosul ei propriu e suficient. Ei bine, nu! Cu un strop de miros frumos – cum se spunea când eram mică – e foarte bine. O femeie bine parfumată e foarte agreabilă.

Imaginea parfumului N°5 plutește pe deasupra lumii ca un stindard al feminității încarnate. N°5 a schimbat cărțile, deschizând calea spre vârsta de aur a parfumeriei. El se diferențiază prin cele patru calități esențiale care caracterizează parfumurile ce înfruntă timpul: siajul lui e puternic și rămâne unic; semnătura îi este recognoscibilă, nu obosește nici spiritul, nici simțurile; estetica sa se arată dintr-odată modernă și creativă; în fine, valoarea lui hedonistă nu se dezmente, grație relației intens emoționale care îl unește de publicul său, cu relevanță și profunzime.

Ca și surâsul Giocondei, formula lui enigmatică intrigă, magnetizează și nu încetează să fascineze lumea întregă. Acestea sunt motivele pentru care el păstrează în continuare un loc de frunte pe piața parfumurilor.

Cărțile s-au închis. Documentele au fost puse în ordine. Ipotezele și-au găsit, parțial, soluțiile. Dar numai un colț al

vălului a fost ridicat. Misterul parfumului N°5 rămâne total. De aceea ne farmecă. De fapt, aura îi e durabilă pentru că el știe să fie mereu în altă parte. Acesta e secretul lui.

Vezi: Beaux, Ernest; Chanel, Gabrielle – „Coco“;
Monroe, Marilyn.