

Tuturor îndrăgostiților de parfum și familiei mele

Élisabeth de Feydeau de Saint-Christophe, născută Mabilie de Poncheville, este nepoata lui André Mabilie de Poncheville, poet și prozator francez, și strănepoata lui Georges Vidor, armator. Această moștenire de familie a făcut-o să fie interesată, încă de la o vârstă fragedă, de scris, de istorie și de cultura franceză.

Când avea șaisprezece ani, a descoperit puterea emoțională a parfumului după ce a mirosit prima dată *L'Heure Bleue* de la Casa Guerlain, de care s-a îndrăgostit pe loc. De atunci a fost atrasă peste măsură de lumea aromelor, pe care o percepea ca pe un ecou al lumii muzicii și a pieselor pentru pian studiate de ea în copilărie.

După obținerea doctoratului în istorie, a fost cooptată ca membră a Comisiei de afaceri culturale a Casei Chanel. A înființat și a condus departamentele lor, dobândind primele noțiuni despre materiile prime naturale ale aromelor.

Apoi, în 1997, a hotărât să-și fondeze propria companie, Arty Fragrance, în care a început să lucreze în calitate de consultant pentru dezvoltare olfactivă și culturală pentru nume de prestigiu din universul producătorilor de parfumi: Jean-Paul Gaultier, Chanel, Parfums Christian Dior și Guerlain, printre alții.

Și-a continuat cercetările fundamentale în acest domeniu și a publicat mai multe volume: *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette* (2005), *L'Herbier de Marie-Antoinette* (2012), *Les Parfums: histoire, anthologie, dictionnaire* (2011), *Les 101 mots du parfums* (2013).

Astăzi este cea mai prețioasă expertă în parfumi, fiind recunoscută de cele mai mari și mai faimoase companii. Din 1998, predă la „l'école des parfumeurs“ de la Versailles.

A organizat o serie de expoziții, de pildă „Parfums Promenade“, la „Galerie des Galeries“ (Galeries Lafayette, 2001) sau „La Cour des Senteurs“ (Versailles, 2013).

În 2011, a lansat brandul „Arty Fragrance by Élisabeth de Feydeau“, sub umbrela căruia creează și comercializează o linie de parfumi de nișă inspirate din luxul și stilul sofisticat din Franța secolelor al XVII-lea și al XVIII-lea, care pot fi percepute, mai bine ca oriunde, la Château de Versailles.

Élisabeth de Feydeau

PARFUM

O ISTORIE GRANDIOASĂ

traducere din limba franceză de
AIDA TEODORESCU



Cuprins

Cuvânt-înainte	6
Leagănul parfumului	8
Civilizațiile greacă și latină	10
Drumul parfumurilor (I) – Antichitatea	12
Materiile prime și cele dintâi parfumuri	16
Întrebuințarea parfumului în timpuri străvechi	20
Drumul parfumurilor (II) – Evul Mediu și Renașterea	26
Progrese tehnice: perfecționarea distilării	28
Parfumul care vindecă	30
De la remediu la igienă: parfum versus miasmă	38
Primele legende olfactive	40
Parfumurile Orientului	44
Parfumurile la Versailles	54
Comunitatea mănușarilor-parfumieri	58
Feminis și Farina: apariția apei de colonie	62
Drumul parfumurilor (III)	66
Pierre François Pascal Guerlain, furnizor al curții imperiale	68
Oriza L. Legrand	70
Gellé Frères	72
L.T. Piver	74
Roger & Gallet	76
François Coty	80
D'Orsay	82





Lancôme	83
Primele parfumuri de sinteză	84
O meserie respectabilă	86
Produce industrial, fabricat în mai multe mii de exemplare	92
Când publicitatea se alătură parfumului	96
Meșterii sticlari, între sticlă și cristal	104
Primele parfumuri pentru bărbați	110
Creatorii de modă-parfumieri: alianța dintre modă și parfum	116
Charles Frederick Worth, inventator al conceptului de „haute couture“	117
Jeanne Lanvin, pasiunea unei mame	118
Paul Poiret, primul couturier-parfumeur	120
Gabrielle Chanel, irezistibila Mademoiselle	122
Nina Ricci, culorile visului	124
Jean Patou și „cel mai scump parfum din lume“	125
Schiaparelli, o extravaganță eclectică	126
Christian Dior, „couturier de merveilles“	127
Meseria de parfumer	130
Parfumuri care au marcat istoria	134
Flacoanele de parfum și nebunia colecționarilor	140
Drumul parfumurilor (IV)	144
Arma seducătorilor și a seducătoarelor	150



CUVÂNT-ÎNAINTE

A SE PARFUMA A FOST MEREU UN ACT OMENESC, DE LA ÎNCEPUTUL ISTORIEI ZEILOR LA ISTORIA, MAI RECENTĂ, A SEDUCȚIEI. PARFUMUL A SPUS ÎNTOTDEAUNA O POVESTE: O POVESTE DESPRE OAMENI ȘI DESPRE EPOCA ÎN CARE AU TRĂIT. EL MARCHEAZĂ SENSIBILITĂȚI, UNEȘTE CULTURI, ÎNCÂNTĂ INIMI ȘI RECONCILIAZĂ SUFLETE.



TRIPLA FUNCȚIUNE A PARFUMULUI

Încă din vremuri îndepărtate, oamenii au ars diferite substanțe pentru a intra în legătură cu zeitățile și pentru a le aduce rugăciunile lor. De aici vine și latinescul *per fumum*, care semnifică „prin intermediul fumului” și care a dat în franceză cuvântul *parfum*. Parfumul era prezent în ritualurile, miturile și credințele religioase. El a fost mai întâi sfințit și oferit zeilor, după care a devenit un produs de igienă și medicinal, folosit în combaterea epidemiilor. Însă mai ales parfumul a fost cel mai vechi complice al seducției, cel care transmitea mesajul iubirii și înfrumuseța viața sentimentală. Parcursul său inițiativ unea aproapele și departele, credinciosul și zeii, omul și universul.

O OGLINDĂ PERSONALĂ

Parfumul era intim legat de îngrijire, de terapeutică, și astfel a avut loc, în decursul secolelor, trecerea de la sacru la profan. Odată depășite problemele ce țin de igienă, omul a putut să se definească pe sine în raport cu societatea, să-și construiască o anumită imagine despre sine, să se gândească la ce ar fi dorit să dezvăluie despre sine celorlalți, să-și intensifice

Totul e înmiresmat în acest tablou, intitulat *Primăvară*, aparținând pictorului polonez Teodor Axentowicz (1859-1938).

forța de iradiere socială. Parfumul a devenit aura, veșmântul de lumină care-i conferă o putere invizibilă, dar profundă asupra celorlalți. El a devenit treptat expresia personalității, la fel ca trăsăturile feței sau ca liniile corpului. Parfumul, partener în viața de zi cu zi, este într-un fel oglinda noastră: reflectă stările noastre interioare, ne reconfortează și ne leagă în acordurile lui familiare. Pe piele, parfumul devine un miros „în sine”, caracteristica cea mai profundă a ființei noastre ascunse, misterioase, expresia sensibilității noastre. Îl alegem atent sau fără a sta pe gânduri, instinctiv sau nebunește, ca o dragoste la prima vedere.



TOTUL E PARFUM

Literatura dă mărturie că viața cotidiană e impregnată cu parfumuri de arbori, de flori, de pământ, de apă, dar și cu mirosurile obiectelor cărora viața le-a împărțit tainice efluvii: cartea veche cu foi îngălbenite, mătasea fanată a unei rochii, mănușile date uitării... Materia memorase mirosul trecutului. Guy de Maupassant, în romanul său *Fort comme la mort* (*Tare ca moartea*), prezenta parfumul ca pe cel ce stârnește pasiunea în bărbatul matur: „De câte ori îi fusese aruncată în treacăt o rochie de femeie răspândind în aer adierea suavă a unui parfum, redeșteptând în amintire atâtea întâmplări uitate! Înăuntrul vechilor sticlute de parfum regăsisese adesea frânturi din viața sa, și toate mirosurile răzlete – ale străzilor, ale câmpurilor, ale caselor, ale mobilelor, mirosuri plăcute sau respingătoare, mirosurile calde ale serilor de vară sau mirosurile reci ale serilor de iarnă – îi evocau mereu în suflet rămășițe îndepărtate, ca și cum mirosurile ar păstra în ele lucruri moarte și îmbălsămate.”

CREATOR DE AMINTIRI OLFACTIVE

Fie că trezește trăiri mistice, fie că stârnește plăcerea simțurilor, parfumul își extrage din amintiri intensitatea emoțiilor pe care le generează. Astăzi e recunoscut faptul că mirosul e un simț esențial

și că parfumul înfrumusețează cotidianul. Cu toții știm că mirosurile au puterea de a crea dorința, de a ne transporta în timp și spațiu, de a ne aduce anii înapoi și de a ne purta într-o călătorie către destinații cunoscute sau încă nedescoperite. Mica madlenă a lui Proust are darul de a ne scoate în afara timpului. Parfumierii au înțeles mai bine ca oricine acest lucru. Ei sunt deopotrivă artiști și tehnicieni; magicieni, dar și alchimisti, capabili să-și găsească în ei înșiși toate sursele de inspirație. Spre deosebire

de apotecar (farmacist), care reproduce invariabil aceeași formulă, parfumierul e un creator care se adresează sensibilității launtrice a fiecăruia. Jean-Louis Fargeon, parfumierul reginei Maria Antoaneta, își definea astfel meseria în secolul al XVIII-lea: „Dintre toate artele odrăslite din lux și bogăție, niciuna nu produce atâta încântare ca arta parfumierului.”

„PARFUMUL ESTE MIROSUL PLUS OMUL”

A crea și a desăvârși un parfum... iată o meserie care are legături întru totul speciale cu timpul și cu arta. În arta de a compune un parfum nu există creație *ex nihilo*. Istoria parfumurilor ne arată că e vorba de o acțiune în desfășurare și că prezentul se construiește în prelungirea trecutului. Parfumul nu se poate reduce la o simplă marfă. El e cu mult mai mult. „Parfumul este mirosul plus omul”, spunea Jean Giono, subliniind această necesară întâlnire dintre piele și efluviu pentru ca un parfum să se poată exprima, prinziând viața prin intermediul persoanei care îl poartă. El prelungeste persoana, vie sau dispărută, prin forța lui evocatoare și emoțională. Și pentru că mirosul frumos al parfumului nu dispare niciodată, în 2018 i-a fost acordată o recunoaștere universală: savoir-faire-ul legat de parfum de la Grasse a fost înscris de UNESCO pe lista patrimoniului cultural imaterial al umanității.



Imaginea de sus: Trandafiri de mai sau *Centifolia* de pe domeniul Manon din Grasse, Franța.

Imaginea alăturată: *Pomander* argintat, datând aproximativ din 1580 și provenit din Anglia, având gravate următoarele inscripții: *Rose, Cedro, Gesmini, Ambra, Moschete, Viole, Naransi și Garofoli.*

PARFUMURILE LA VERSAILLES

LUDOVIC AL XIV-LEA, REGELE SOARE, VOIA SĂ STRĂLUCEASCĂ PRIN MAGNIFICENȚA CASTELULUI SĂU, CARE A AJUNS UN MODEL PENTRU ÎNTREAGA EUROPĂ. ZILNIC SE ÎNGRĂMĂDEAU ACOLO ÎNTRE TREI MII ȘI ZECE MII DE PERSOANE. LA VERSAILLES, UNDE CONFORTUL ERA RUDIMENTAR, FOLOSIREA PARFUMULUI AVEA, ÎNAINTE DE TOATE, O FUNCȚIE IGIENICĂ ȘI MEDICALĂ, FĂRĂ A NEGLIJA TOTUȘI UN ANUME RAFINAMENT OLFACTIV, DAR ȘI NEVOIA DE A IEȘI ÎN EVIDENȚĂ.

LUDOVIC AL XIV-LEA ȘI FÂNTÂNILE LUI PARFUMATE

Construind castelul Versailles începând cu anul 1661, Ludovic al XIV-lea a încurajat în mod deosebit artele și literele și a transformat curtea Franței într-un tărâm al luxului și al plăcerii. Tot în timpul domniei lui, parfumul a pătruns la Versailles ca un apanaj regal rezervat elitei, în același fel în care era destinat zeilor în Antichitate. În 1693, sieur Simon Barbe, în manualul său *Le Parfumeur françois*, îl numea pe Ludovic al XIV-lea „regele care miroase atât de delicat”, referindu-se mai mult la funcțiunea sa divină (rolul său de monarh absolut de drept divin), decât la mirosul lui corporal care nu era tocmai plăcut, dacă ar fi să dăm crezare *Memoriilor* lui Saint-Simon.

Parfumiarii creau la comandă ape parfumate pentru o clientelă distinsă care dorea să se facă remarcată la Curte printr-un siaj personalizat. Se foloseau stofe impregnate cu esențe mirositoare, loțiuni de corp, creme pe bază de cacao și vanilie... Unii își parfumau până și praful de tutun, imitându-l pe prințul de Condé.

Cutie cu patru flacoane de cristal, cu dopuri de aur și o pânză pentru parfum tot din aur, piesă de orfevrărie executată de Antoine Jan de Villeclair, cca 1755-1756.



Desen din sec. al XVII-lea înfățișând-o pe madame de Montespan la Castelul de Clagny, situat odinioară la Versailles.

SPAȚII AMENAJATE PENTRU A MIROSI FRUMOS

Pentru a fi pe placul favoritelor sale, cele mai faimoase fiind Louise de La Vallière, Marie-Angélique de Fontanges și Françoise Athénaïs de Montespan, regele începuse să facă o adevărată pasiune pentru parfumurile tari. I-a cerut apoi lui Le Vau să-i construiască marchizei de Montespan, în parcul de la Versailles, un castel mai mic supranumit „Trianon de Flore”, apoi „Trianon de Porcelaine”. Înconjurat de cele mai rare și mai parfumate flori, aerul era supraîncărcat de miresme. La Versailles, straturile amenajate de arhitectul peisagist Le Nôtre erau pline de iasomie. În *Le Parfumeur françois*, Simon Barbe descria obiceiurile de la Curte: „Florile cele mai întrebuițate sunt trandafirul, nușoara, tuberoza, iasomia, floarea de portocal. Le alegem pentru femei, pentru a le face atrăgătoare.” Spre sfârșitul domniei, Ludovic al XIV-lea se mai simțea legat doar de *Apa de flori de portocal*, cu care parfumasă până și fântânile de la Versailles, care era extrasă din portocale amare, cultivate în oranjeria construită de Jules Hardouin-Mansart între 1684 și 1686, pe nu mai puțin de trei hectare, regele adunând acolo aproape 2 000 de lăzi cu portocali. În ultimii săi ani de viață, Ludovic al XIV-lea a respins toate parfumurile și le-a alungat de la curte, căci credea că ele îi provocaseră durerile de cap și amețelile de care a suferit până la moarte, în 1715.

DE LA PARFUMUL GREU, CU NOTE ANIMALICE, LA O FRAGRANȚĂ MAI SUBTILĂ

De acum înainte se spune și despre băbați, ca și despre femei, că sunt „niște insecte ușoare care strălucesc înveșmântate în podoaba lor efemeră, fluturându-și și agitându-și încoace și încolo aripile pudrate”, după cum putem citi în articolul „Petit Maître” din *Enciclopedia* lui Diderot și d’Alembert. Parfumul greu, cu note animalice dispare curând în beneficiul volatilelor parfumuri balsamice și florale; simțul olfactiv, educat cu igiena de curând sosită din Anglia, se putea deschide unor fragranțe mai subtile. Parfumul era folosit doar pentru seducție. Dacă în secolul al XVII-lea, parfumul nu figura printre regulile impuse de codul bunelor maniere din 1644, acum el își căpăta iarăși locul lui în galanteria masculină.

La curtea lui Ludovic al XV-lea de la Versailles și-a făcut apariția și apa de colonie, adusă de soldații întorși din Războiul de Șapte Ani. Curtenii, între care cel mai ipohondru era chiar regele lor, au început să o folosească pentru virtuțile ei tonifiante și revigorante. Cunoscând efectele benefice pentru sănătate ale băilor parfumate, suveranul a ținut să amenajeze la Versailles, în 1760, o nouă încăpere pentru băi.



L'Odorat (Mirosul), din seria „Les Cinq Sens (Cele cinci simțuri)”, tablou de Jean Raoux, cca 1720-1730.

LUDOVIC AL XV-LEA ȘI CURTEA PARFUMATĂ

Sub domnia lui Ludovic al XV-lea, în 1722, elitele au învățat să miroasă bine și igiena a revenit treptat la Versailles. Curtea, unde domnea nepăsarea după regența tumultuoasă a lui Filip d’Orléans, a fost supranumită „parfumată”, căci era de bonton să se parfumeze totul, iar în fiecare zi, și chiar la anumite ore din zi, să fie purtat mereu un alt parfum. Toată lumea în vremea aceea se acoperea cu parfumuri, cu excepția filozofilor, care le condamnavă și căutau să facă notă discordantă prin mirosul lor urât. Cronicarul vieții mondene de atunci, Louis-Antoine Caraccioli, scria în 1768 că „toate sunt parfumate, de la lambriuri și până la gânduri...”. Regele însuși oferea, pe 1 ianuarie, doamnelor

de la curte parfumuri create de el. Marchiza de Pompadour, care era înnebunită după produse cosmetice și parfumuri – cheltuia pentru ele nu mai puțin de 100 000 de livre pe an – participa din plin la instituirea acestei curți parfumate. Ea susținea activitatea manufacturii din Sèvres, care producea flacoane pentru parfum realizate din ceramică neglazurată sau din porțelan, oferindu-le diplomaților aflați în vizită la Versailles sticlute cu esență de trandafir, distilată, așa cum se spunea, chiar de rege în cabinetele sale. În grădinile de la Marele Trianon exista un loc special amenajat unde se cultivau plante și flori destinate fabricării apelor parfumate regale.



Pot-pourri de Jean-Claude Duplessis (modelare) și Charles Nicolas Dodin (decorare), manufactura din Sèvres, sec. al XVIII-lea.

PIERRE FRANÇOIS PASCAL GUERLAIN, FURNIZOR AL CURȚII IMPERIALE

AU TRECUT MAI BINE DE DOUĂ SECOLE DE ISTORIE ȘI AU FOST CREATE ATÂT DE MULTE PARFUMURI DE CÂND, ÎNTR-O ZI A ANULUI 1828, PIERRE FRANÇOIS PASCAL GUERLAIN, DOVEDIND UN NAS ȘI UN SIMȚ AL AFACERILOR IEȘITE DIN COMUN, AVUSESE ÎNDRĂZNEALA SĂ-ȘI TRANSFORME CONVINGERILE ÎN REUȘITE. „PARFUMERIA MODERNĂ E ÎNTÂLNIREA DINTRE MODĂ, CHIMIE ȘI COMERȚ“, PROFETISE MADAME DE STAËL...

Pierre François Pascal Guerlain,
desen nedatat.

DEBUTUL UNUIA DINTRE CEI MAI MARI PARFUMIERI FRANCEZI

Fiul unui olar de cositor, artizan și negustor de mirodenii, Pierre François Pascal Guerlain s-a născut la Abbeville în 1798. La 19 ani, s-a angajat „comis-voiajor“ la mari case de parfumerie din epocă. Intenționând să lucreze pe cont propriu, a început să se perfecționeze în domeniul chimiei și al fabricării săpunului în Anglia, de unde proveneau parfumurile după care francezii erau înnebuniți la vremea respectivă, ocupându-se în continuare și cu comerțul. Când a ajuns să stăpânească bine arta parfumeriei, s-a întors la Paris și a deschis, în 1828, un boutique de „parfumer, producător de oțeturi, medic și chimist“, mai întâi pe rue de Rivoli, iar mai târziu pe rue de la Paix. Fabrica și-a instalat-o în apropierea Arcului de Triumf. Acolo, într-un laborator, a lucrat la numeroase compoziții de parfumuri, printre care *Eau des perles*, *Bouquet de la Reine Victoria*, *Eau de Cologne Supérieure*. Calitatea produselor sale îi atrăgea pe eleganții parizieni și pariziene.



CREATORUL APEI EAU DE „COLOGNE IMPÉRIALE“

Guerlain era furnizorul oficial al Eugeniei încă din perioada în care ea nu era decât contesă de Montijo. După ce s-a căsătorit cu Napoleon al III-lea, s-a străduit ca, în ochii Curții și ai întregii lumi, să-l consacre drept „prinț al parfumurilor“. În semn de recunoștință, Guerlain a creat pentru ea *Bouquet de l'Impératrice* și i-a dedicat, în 1853, apa lui de colonie, care de atunci a început să se numească *Eau de Cologne Impériale*. Împărăteasa, plictisită de mirosurile ametoare ale curtezanelor parfumate, aprecia această fragranță de o finețe deosebită, care asocia bergamota, lămâia, rozmarinul și floarea de portocal. Ca omagiu adus Imperiului, apa era conținută într-un flacon de sticlă semimanufacturată, o adevărată performanță tehnică. Fabricat de sticlăria Verreries Pochet, a fost decorat cu 69 de albine în relief și cu o etichetă aurită având inscripția „Guerlain“. Albinele simbolizau imperiul, dar totodată nemurirea și învierea, evocând puterea instaurată de Napoleon al III-lea la acea epocă.

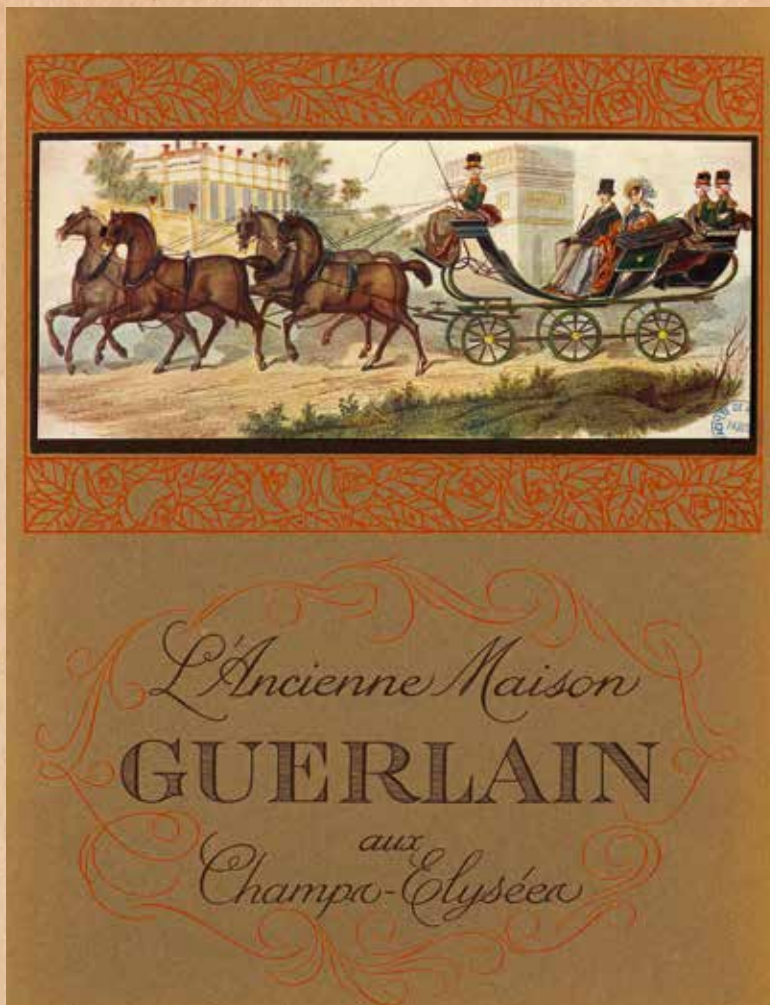
Eau de Cologne Impériale de Guerlain
în flaconul ei emblematic, decorat cu albine aurite.



GUERLAIN, PARFUMIER BREVETAT AL MAIESTĂȚII SALE!

Pe 11 mai 1853, o scrisoare semnată de Ministerul de Stat al Casei Împărăteșei, trimisă de la Palatul Tuileries și scrisă de mâna secretarului de stat Damas-Hinard, îi aducea lui Pierre François Pascal Guerlain vestea că a fost numit parfumier brevetat al Maiestății Sale pentru crearea apei de colonie pe care i-a dedicat-o. Îndată jurnalele *La Mode*, *La Corbeille* și *Le Petit Courrier des dames* i-au cântat osanale.

Parfumierul a știut cu abilitate să profite de acest brevet acordat de împărăteasă și a pus să fie montate armariile imperiale (blazonul) deasupra magnificului său magazin parizian de pe rue de la Paix. Le-a tipărit ca antet și pe hârtia de scrisori și mai ales pe documentele sale comerciale. În plus, titlul i-a adus un extraordinar renume pe lângă Curțile străine. A devenit astfel furnizorul ducesei de Bade și al Maiestății Sale Regina Belgiei și și-a extins activitatea în alte cincizeci de orașe din străinătate, între care Viena, Geneva, Florența, Moscova, New York și Boston, astfel încât aproape peste tot se puteau cumpăra parfumuri Guerlain. Treptat, a scos pe piață farduri și produse cosmetice.



Vechea Casă Guerlain de pe Champs-Élysées, pagină din lucrarea *La parfumerie française et l'art dans la présentation*, 1925.

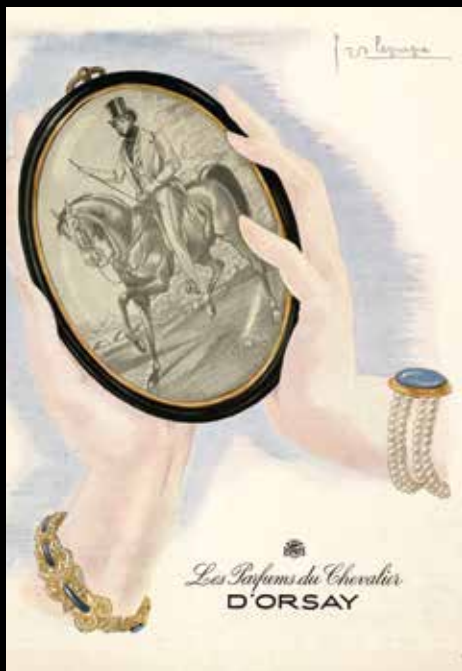


PARFUMUL – O TRADIȚIE ÎN FAMILIA GUERLAIN

După moartea sa, în 1864, afacerea a rămas în familie, cei doi fii ai săi, Aimé și Gabriel, împărțind între ei creația și administrarea parfumeriei. De la tatăl lor au moștenit următoarea deviză: „Faceți produse bune, nu cedați niciodată în privința calității! În rest, e nevoie de idei simple și de aplicarea lor riguroasă.” Aimé a creat *Jicky* în 1889 și a fondat Sindicatul Parfumeriei Franceze în 1890. El l-a învățat principiile de bază ale meseriei de parfumier pe nepotul său Jacques, care i-a urmat și care a devenit coproprietar al Casei în 1897. Și în fine Jean-Paul Guerlain, nepotul lui Jacques Guerlain, a creat în continuare după moartea bunicului său, în 1963. Spiritul Guerlain se regăsește în moștenirea lăsată de Pierre François Pascal Guerlain, iar „fermentul” mărcii a fost întotdeauna: îndrăzneala, calitatea și savoir-faire-ul care stau la baza expertizei, schițarea unei amprente olfactive în care se amestecă mirodeniile și apa de colonie, o clientelă cosmopolită, luxul și unicitatea compozițiilor.

Parfum *Jicky* de Guerlain.

D'Orsay



Publicitate pentru
Les Parfums du Chevalier,
realizată de desenatorul
Georges Lepape, 1945.

Leurs Âmes, flacon de René
Lalique pentru parfumierul
de la D'ORSAY, cca 1913.



LA ORIGINEA PARFUMURILOR D'ORSAY A STAT UN PERSONAJ ADEVĂRAT, ULTIMUL EXEMPLAR AL DANDISMULUI DIN SECOLUL AL XIX-LEA: CONTELE D'ORSAY. LA MOARTEA SA, ÎN 1852, CAVALERUL LĂSA O PREȚIOASĂ MOȘTENIRE OLFACTIVĂ, PE CARE MAI TÂRZIU FAMILIA SA A HOTĂRÂT SĂ O PUNĂ ÎN VALOARE AUTORIZÂND, ÎN 1908, ÎNFIINȚAREA UNEI COMPAGNIE FRANÇAISE DES PARFUMS D'ORSAY.

CONTELE D'ORSAY SAU „ARHANGHELUL DANDISMULUI“

Creată în 1908, societatea a avut inițial câțiva investitori neerlandezi și germani, Léon Fink, Van Dyck și soții Berg, și a fost inspirată de viața lui Gabriel Alfred, conte d'Orsay. Acest dandy seducător și ilustru s-a născut în 1801 dintr-un tată general și o mamă de origine nobilă. Bunica lui, Mrs Crawford, obișnuia să primească în saloanele ei numeroase celebrități. Contele d'Orsay a cucerit rapid Londra și Parisul. Prieten cu pictorul Gustave Doré, îi primea la reședința sa de la Gore House pe Hector Berlioz, Eugène Sue, Alfred de Vigny și Franz Liszt, pentru care obținuse un concert la Buckingham. Cel pe care Lamartine îl numea „arhanghelul dandismului“ a creat, în 1830, prima dintre fragranțele lui din iubire pentru încântătoarea și rafinata Lady Blessington, o femeie măritată, căreia i-a oferit o compoziție florală însoțită de o simplă etichetă bleu, fără nici un nume scris pe ea. Acest parfum, o adiere proaspătă de floare de portocal și lemn de trandafir, marca începutul unei istorii fabuloase.

O ISTORIE DE SUCCES

Alături de Houbigant, Coty și Guerlain, Parfums D'ORSAY au cunoscut o mare înflorire, cu flacoane semnate Lalique, Baccarat sau Daum. Din 1908 și până în 1914, numeroase creații le-au răsfățat pe femeile elegante cu miresele lor suave: *Eau de Cologne d'Orsay*, *Chevalier d'Orsay*, *Tilleul*, *Le Chevalier à la Rose* în 1912, apoi *Leurs Âmes*, *La Rose d'Orsay*... În 1916, ilustra casa de parfumuri a fost cedată unui grup financiar, însă, în pofida numeroșilor proprietari care s-au succedat de-a lungul istoriei sale și a suspendării mărcii între anii 1983 și 1995, ea a cunoscut totuși o iradiere mondială grație fragranțelor moștenite de la „Cavalerul d'Orsay“.

UN SUFLU PROASPĂT PENTRU D'ORSAY

În 2007, familia Huet prelua conducerea Casei, având ca obiectiv să-i redea acestei mărci strălucirea de odinioară. Parfumurile D'ORSAY sunt astăzi prezente în toată lumea pe piața așa-numită „de nișă“. S-au păstrat patru fragranțe, care constituie ADN-ul acestei case: *Étiquette Bleue* (1830), *Chevalier d'Orsay* (1911), *Arôme 3* (1943) și *Tilleul* care împlinește un secol de existență. Aceste parfumuri au fost reformulate pentru a se înscrie în spiritul epocii lor, cu o bază îmbogățită cu materii prime de calitate, așa ca irisul, boabele de tonka, smirna sau lemnele prețioase.

Lancôme

ÎN SPATELE ACESTUI NUME CELEBRU A STAT LA ÎNCEPUT O FEMEIE, DUCESA DE LANCOSME, O FOSTĂ CLIENTĂ FAIMOASĂ A LUI FRANÇOIS COTY A CĂREI FAMILIE A RĂMAS FĂRĂ URMAȘI. POATE CĂ NUMELE EI A FOST DE BUN AUGUR PENTRU MARCĂ, PENTRU CĂ SUCCESUL N-A ÎNTĂRZIAT SĂ SE ARATE: FRAGRANȚELE RAFINATE, CUTIILE DE O FRUMUSEȚE RARĂ ȘI FLACOANELE MODERNE I-AU ASIGURAT UN RENUME INTERNAȚIONAL ȘI DE LUNGĂ DURATĂ.

CÂND FOSTUL DIRECTOR GENERAL DE LA COTY A CREAT LANCÔME...

Născut într-o familie de distilatori, Armand Petitjean a devenit director general adjunct la Coty, iar în 1935 a înființat Lancôme. S-a înconjurat de colaboratori ca frații d'Ornano pe latura comercială, chimistul Pierre Vélon, juristul Édouard Breckenridge și Georges Delhommes, pictor și fostul director al Studioului Coty, pe care l-a condus între 1930 și 1934, pentru crearea flacoanelor și a cutiilor pentru parfumuri. Armand Petitjean dorea să facă concurență mărcilor americane care începuseră să invadeze piața franceză de cosmetice: „Două case americane preluaseră controlul nu numai asupra pieței americane, ci și a pieței mondiale. M-am gândit că ar fi nevoie ca o casă franțuzească de parfumuri să poată sta alături de casele americane”, spunea el la un curs ținut la școala Lancôme, deschisă în 1942. În 1935, lansa parfumurile *Tropiques*, *Conquête*, *Kypre*, *Tendres Nuits* și *Bocages* pentru Expoziția Universală de la Bruxelles, unde participarea sa a atras atenția tuturor și noul brand a fost premiat. În același an, au fost lansate și două ape de colonie, o pudră și câteva rujuri. A creat în 1936 crema *Nutrix*, propunând totodată o gamă întreagă de produse cosmetice. În 1938, apărea și un ruj numit *La rose de France*. În patru ani de existență, Lancôme a lansat nouă parfumuri, între care *Révolte*, conținut într-un flacon tăiat în forma unui bloc de piatră din sticlă masivă, *Flèches* și *Gardénia*. Casa s-a dezvoltat rapid atât în Franța, cât și în străinătate. Odată cu *Magie* (1950) și cu *Trésor* (1952), Lancôme își dobândise un renume internațional.

L'ORÉAL ACHIZIȚIONEAZĂ LANCÔME

În 1964, Casa a fost cedată Grupului L'Oréal, devenind una din „bijuteriile” sale. În 1969, vedea lumina zilei *Ô*, iar în 1990, era lansat noul *Trésor*, „parfumul momentelor prețioase”, un succes internațional a cărui primă figură emblematică a fost Isabella Rossellini. În anii 2000, printre parfumurile de la Lancôme se numărau *Hypnôse* pentru bărbați (2007) și *Miracle Forever*, lansate după succesul cu *Miracle* (2000), și *Hypnôse* pentru femei (2005). L'Oréal a reușit să împrăști imaginea mărcii și să-i ofere un loc de seamă pe piața parfumeriei de lux.





MARYLIN MONROE ȘI N°5

În 1952, Marilyn Monroe, îndrăgostindu-se de N°5, mărturisea: „Fără el, îmi pierd mirosul.” Lumea întregă, cu ochii la buzele ei fermecătoare, a fost cucerită auzind faimoasa ei replică: „Ce purtați dimineața?”, a fost întrebată. „O fustă și o bluză”, răspunse ea. „Dar noaptea?” – „Câteva picături de N°5.” Această publicitate gratuită a fost de mare efect. Gabrielle Chanel a știut desigur să o aprecieze... dar și să se amuze. Știa amândouă ce însemna seducția perfectă asupra bărbaților. Declarația spontană a lui Marilyn Monroe suna ca o evidență, la fel și fotografiile care o reprezentau ținând în mână flaconul lui N°5, parfumându-se. Un miracol de senzualitate și grație, care se potrivea cu ceea ce N°5 aducea femeilor: un supliment de suflet.

NEBUNIA GRANDORILOR DE DUPĂ RĂZBOI

După cel de-al Doilea Război Mondial, noutatea permanentă și nevoia stringentă de calitate predominau în lumea parfumierilor. Această viziune aparținea atât cercetătorilor, cât și comercianților, cei din urmă concentrându-se din răspuțeri să asigure publicitate pe o piață foarte receptivă, mai ales după anii 1950, și tot mai exigentă. Fluxurile socio-culturale au modificat stilurile de viață, care astăzi sunt cercetate și analizate.

În anii 1950, femeile apăreau aproape sistematic în reclamele pentru parfumuri și multe mărci își alegeau manechine cu care semnau contracte de exclusivitate și care deveneau astfel efigia lor. Celebru N°5 (Chanel, 1921) a avut numeroase egerii de-a lungul timpului: Ali McGraw, Lauren Hutton, Catherine Deneuve, Carole Bouquet, Nicole Kidman, Audrey Tautou... Frumusețea lor era pusă în valoare de cei mai talentați fotografi: Richard Avedon, Helmut Newton, Patrick Demarchelier... În 1957, domnul Givenchy îi oferea un parfum lui Audrey Hepburn, gândit special pentru ea. Când Casa Givenchy a dorit să-l comercializeze, în același an, actrița i-a... „Interdit” („interzis”) acest lucru cu umor, inspirând numele acestui faimos parfum.

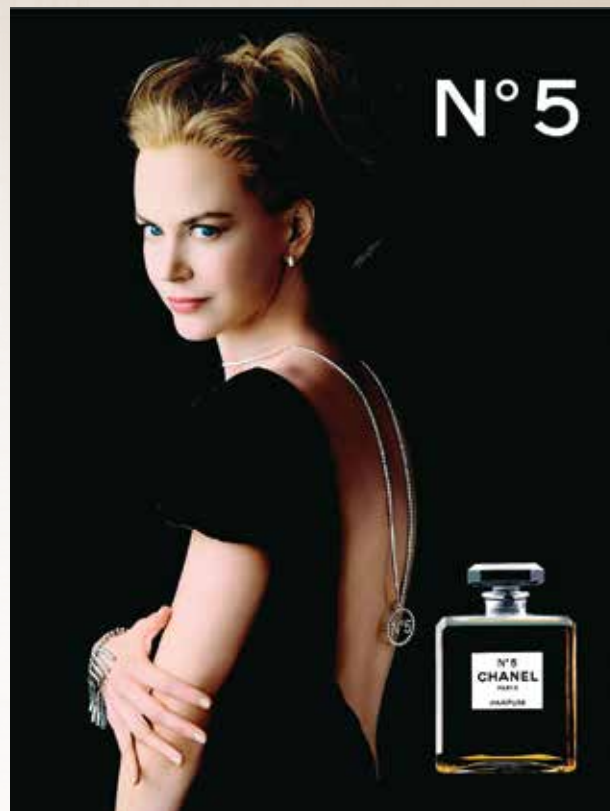
Prima lansare publicitară „în afara uzanțelor” a fost făcută pentru *Poison* de la Dior, în 1985, având un succes imens. La rândul lui, Guerlain reușește o nouă performanță în 1989, dedicând parfumului său *Samsara* o campanie publicitară de aproape 50 de milioane de dolari.

Marilyn Monroe parfumându-se cu Chanel N°5, fotografie de Ed Feingersh, 1955.

EPOCA TOP-MODELELOR

În anii 1990, apărea un nou fenomen: manechinele-vedete. Aceste *top models* constituiau elita în lumea manechinelor, fiind femeile cele mai căutate și cel mai bine plătite. Ele apăreau pe coperta revistelor internaționale și defilau pe podiumurile haute couture.

Claudia, Naomi, Eva, Cindy, Linda, Kate, Christy... manechinele nu mai erau niște anonime, ci au devenit curând chiar mai celebre decât creatorii ale căror muze și prietene erau. Naomi Campbell a fost primul manechin de culoare care a apărut pe coperta revistelor *Time* și *Vogue*. Cindy Crawford a refuzat să-și scoată o aluniță care, în cele din urmă, a făcut-o celebră. Kate Moss a devenit imaginea unui *sociostyle*, egeria unei generații. Linda Evangelista declara că ea „nu se dă jos din pat pentru mai puțin de 10 000 de dolari”... Filmele publicitare puteau fi realizate și de regizori de cinema. Cel mai lung film publicitar, de 180 de secunde, a fost realizat de Baz Luhrmann în 2004 pentru *N°5* de la Chanel, cu Nicole Kidman.



Nicole Kidman, fotografiată de Patrick Demarchelier pentru campania publicitară a lui *N°5* de la Chanel, în 2006.

Fotografie legendară a lui Alain Delon realizată în 1966 de Jean-Marie Périet și reluată în 2009 în noua campanie publicitară pentru *Eau Sauvage* de la Dior.



TOP-MODELE ÎN VERSIUNE MASCULINĂ

Astăzi, parfumurile pentru bărbați își au și ele „egeriile” lor. La feminin sau la masculin, egeriile sunt ambasadorii unui parfum, cu condiția să nu-l substituie.

Primul parfum pentru bărbați de la Dior, creat în 1966 de Edmond Roudnitska, *Eau Sauvage*, a fost utilizat și de femei și a repurtat un imens succes grație lejerității lui. A fost parfumul masculin cel mai vândut din lume în ultimul sfert de secol XX. Un parfum sport, deopotrivă clasic și rafinat, la fel și flaconul lui cu colțurile rotunjite și mijlocul încins cu o etichetă gri-argintie, desenat, la cererea lui Dior, de René Gruau. Reclama, îndrăzneță, prezintă un bărbat dezbrăcat, în baie, care se parfumează. Mai multe personalități masculine, Johnny Hallyday, Zinedine Zidane, Corto Maltese și Largo Winch, au îmbrăcat, unul după altul, bluza neagră cu guler înalt, rulat până sub ochi pentru a sublinia privirea lor „sălbatică”. În 2009, le urmează cu panaș Alain Delon, dar în imagini datând din 1960. Aceste fotografii mitice, realizate de Jean-Marie Périet în 1968, în timpul turnării filmului lui Jacques Deray, *La Piscine*, sensibilizează sufletele mai bine decât un lung discurs.

GABRIELLE CHANEL,

irezistibila Mademoiselle

✦ (1883-1971) ✦



Gabrielle Chanel, pe care André Malraux o descria ca fiind una din personalitățile cele mai importante ale secolului XX alături de Picasso și de Gaule, s-a născut pe 19 august 1883, însă nici un ziar nu a semnalat nașterea ei. Fiica unui cuplu de vânzători ambulanti săraci din Cévennes, a văzut lumina zilei într-un azil din Saumur. Rămasă de mică orfană de mamă, a fost abandonată de tatăl ei și crescută într-o mănăstire. În 1903, pe când

lucra într-o prăvălie cu trusouri și stofe, încercând în același timp să devină cântăreață în localul „La Rotonde de Moulins”, a început să fie numită „Coco”, poreclă pe care i-o dăduse cândva tatăl ei. A ajuns apoi „Mademoiselle Chanel” și a domnit, în felul ei, peste lumea întreagă. Însă cum a ajuns aici? Care au fost resorturile care au generat, la Gabrielle Chanel, atâta succes?

PRIMELE SUCESE

În 1907, l-a întâlnit pe Étienne Balsan, un tânăr ofițer de infanterie provenit din rândurile mării burghezii, care i-a propus să se mute cu el la reședința lui de lângă Compiègne. Acolo a descoperit o viață comodă și mondenă, începând să se intereseze de distracțiile din lumea curselor de cai. Cultiva o altă formă de feminitate, dar îi plăcea foarte mult să lucreze. Îndrăgostită și încurajată de Arthur Boy Capel, strălucit om de afaceri de origine anglo-saxonă, s-a stabilit la Paris în 1910 ca modistă. Cumpăra pălării de pai de la Galeriile Lafayette pe care le decora cu mult gust și datorită căroră, cu sprijinul prietenilor care i le purtau, a cunoscut un prim succes.

Și-a deschis primul boutique în 1912 la Deauville și, în timpul Marelui Război, datorită unui stoc de jersey cumpărat de la Rodier, a creat primele ținute, devenind „îngerul exterminator” al unei mode depășite. A îndrăznit să folosească o țesătură subțire destinată până atunci lenjeriei pentru bărbați și cu veșmintele sale fluide, rochii-cămașă, costume tip marinar sau cardigane, a inaugurat un stil simplu, care privilegia linia și confortul, libertatea de mișcare. Succesul Gabriellei Chanel era din ce în ce mai mare...

ELIBERAREA FEMEII: COCO SE AFIRMĂ

Sfârșitul războiului a însemnat schimbarea paradigmelor. Bărbații fiind plecați pe front, femeile și-au asumat responsabilități și și-au făurit un ideal de independență promovată cu atâta îndârjire de Gabrielle Chanel. În 1917, purta păr scurt și se expunea la soare, fiind fotografiată în „pijama de plajă” din mătase albă unisex. În decembrie 1919, Boy Capel a pierit într-un tragic accident de mașină, ceea ce a determinat-o pe Gabrielle Chanel să-și canalizeze toată energia în muncă. La Biarritz, în 1920, a fost cucerită de șarmul marelui duce Dimitri Pavlovici. Multe piese din garderoba amantului ei, bluzoane militare din pânză groasă și mantale căptușite cu blană, le-a adaptat croiului feminin și le-a decorat cu broderii.

Omagiu adus parfumului N°5
de către desenatorul Sem, în 1921.



N°5, NUMĂR CÂȘTIGĂTOR: „UN PARFUM DE FEMEIE CU MIROS DE FEMEIE”

Dotată cu un simț al mirosului foarte dezvoltat, Gabrielle Chanel l-a întâlnit în 1920, în timpul unei călătorii făcute împreună cu marele duce Dimitri, pe Ernest Beaux, care era pe atunci „nas” în Laboratoires Chiris et Rallet, căruia i-a cerut să-i creeze un parfum foarte scump, care să nu poată fi imitat și „care să stârmească invidia” celorlalți parfumieri. Și-a mai spus: „Aș pune totul în parfum, nimic în prezentare – să fie un flacon simplu și neînșelător (...) Nu un nume, o cifră.” Așa s-a născut, în 1921, celebrul și modernistul N°5, primul floral abstract din istoria parfumeriei. Parfumul a avut un asemenea succes încât fabricarea lui artizanală nu a putut face față cererii. În 1924, Chanel a semnat un acord cu Pierre și Paul Wertheimer, proprietarii mărcii Bourjois, și a fondat Société des Parfums Chanel, care îi va răspândi parfumurile în lumea întreagă. Ernest Beaux a fost numit atunci directorul tehnic al laboratoarelor, realizând multe alte parfumuri pentru Casa Chanel.

Suzy Parker în 1957, pentru reclama la N°5 al lui Chanel,
fotografie de Richard Avedon, prin bunăvoința Richard Avedon Foundation.



„CHANEL ESTE ÎN PRIMUL RÂND UN STIL ȘI IMAGINEA FEMEII MODERNE”

Cu părul ei scurt și pielea bronzată, prin talia suplă și alura ei, Gabrielle Chanel întruchipa femeia modernă, lansând un stil numai și numai al ei. Ea frecventa mediul multor artiști, poeți și muzicieni din epocă, așa ca Serghei Diaghilev, întemeietorul „Baletelor Rusești”, Igor Stravinski, Picasso, Erik Satie sau Jean Cocteau, care o inspirau. Din 1924 până în 1930, moda lui Chanel a fost de influență engleză, datorită legăturii ei amoroase de șase ani cu ducele de Westminster. Ea cucerea prin vestele în dungii, tricouri, nasturi auriți, berete, manșete și revere albe și veste de tweed pentru taioare, jachete sport și îmbrăcăminte de cașmir confortabilă, care surprindea prin simplitate. În noiembrie 1932, reședința ei de pe rue de Faubourg-Saint-Honoré nr. 29 s-a transformat într-un adevărat „scrin cu giuvaeruri”, găzduind prezentarea colecției sale unice de bijuterii de lux: „Bijoux de Diamants”.

După 15 ani de absență, din momentul izbucnirii celui de-al Doilea Război Mondial, Chanel și-a redeschis casa de



modă în 1954. În Franța a fost un eșec, colecția i-a fost contestată, însă în Statele Unite i-a fost mai bine înțeleasă forța creativă, iar taioarele ei au fost adoptate de majoritatea femeilor americane. În 1957, a fost recompensată cu oscarul modei la Dallas și s-a ocupat de imaginea unor mari staruri ca Elisabeth Taylor, Romy Schneider sau Marlene Dietrich. A muncit neobosit până la sfârșitul vieții, spunând mereu: „Chanel este în primul rând un stil.” După lansarea parfumului N°5 în 1921, Chanel a fost, istoric vorbind, una dintre primele mărci de lux care s-a răspândit în lumea întreagă: în 1924 în Statele Unite și în 1930 în Japonia. Casa Chanel a făcut în continuare lansări de succes, așa ca *Antaeus*, *Égoïste*, *Coco*, *Allure*, *Chance*, *Coco Mademoiselle*, *N°5*, *Eau Première* și *L'Eau, Gabrielle*, fără a uita colecția „Les Exclusifs”, care din 2007 confirmă vocația și meseria de parfumer de lux, aducând un omagiu istoriei Casei și creatoarei ei.

Actrița Romy Schneider la o probă
cu Gabrielle Chanel, 1961.

SCHIAPARELLI, o extravaganță eclectică

≡ (1890-1973) ≡

Născută într-un mediu aristocratic, Elsa Schiaparelli și-a petrecut copilăria la Roma. A vizitat Londra și Parisul în 1912, respectiv 1914, apoi s-a căsătorit cu contele de Wendt și Kerlor. După divorț, s-a stabilit la Paris, unde îi frecventa pe promotorii dadaismului, așa ca pictorul Francis Picabia, dar și pe sora lui Paul Poiret, care i-a deschis porțile spre lumea modei. A inaugurat o casă de modă în 1928, având imediat succes cu tricotatele ei inspirate de suprarealism, iar după ce s-a mutat, după 1935, în Place Vendôme nr. 21, Elsa Schiaparelli a devenit imediat regina lumii mondene pariziene. Colecțiile ei tematice, prezentate ca niște spectacole, afixau de fiecare dată mai mult propria extravaganță.

Publicitate la parfumul *Shocking* de Schiaparelli, în 1944.



NAȘTEREA UNUI PARFUM NECONVENȚIONAL

În august 1937, Elsa Schiaparelli a înființat o societate de parfumuri, lansând în același timp *Shocking*, parfumul pe care-l dorea în acord cu „ritmul brutal al vieții pariziene” și al cărui nume era expresia ei favorită. A deschis apoi o mică unitate de producție la Bois-Colombes, cerându-i Casei Roure să-i creeze un parfum neconvențional: hesperidat la vârf, el o ia apoi spre o notă suprarealistă de trandafir înverzit și îndulcit cu miere, învăluit în paciuli și ambră, pe un fond compus doar din pudră și vanilie. Faimosul *rose shocking* (o nuanță de fucsia), inspirat de trandafirul peruvian din colecțiile sale, devenise parfum...

Prezentarea a fost concepută de pictorul Leonor Fini. Flaconul lui avea forma unui manechin de croitorie, urmând liniile voluptuoase ale siluetei actriței Mae West, una dintre clientele lui Schiaparelli. Coronița cu flori din pastă de sticlă din partea superioară a flaconului a fost imaginată în amintirea viselor din copilăria Elsei – pentru că se considera urâtă, ea voia să-și prefacă chipul într-o grădină punându-și semințe de flori în gură, în nas și în urechi! N-a crescut nimic, evident, dar micuța era cât pe ce să moară asfixiată! Apoi Elsa Schiaparelli a prins un metru de croitorie la gâtul manechinului, formând un decolteu în formă de V, fixat de talie cu o plăcuță pe care era gravată litera S. Totul era așezat pe un postament, sub un glob de sticlă cu motive de dantelă emailate, inspirate de globurile de mireasă de odinioară.

SPERANȚE ÎN ANII DE RĂZBOI

Publicitatea desenată de Marcel Vertès într-o manieră sugestivă și sofisticată a fost pe atunci calificată drept erotică. Înainte să plece la New York în 1940, Elsa a făcut un gest simbolic: a plasat flaconul lui *Shocking* într-o colivie împreună cu o pasăre și cu următoarea inscripție: „*Shocking chante l'Espoir.*” În 1945, Salvador Dalí a desenat flaconul pentru *Roy Soleil*, în formă de stâncă, având ca dop un soare cu fața îngândurată. După al Doilea Război Mondial, Elsa Schiaparelli nu a reușit să se mai impună, închizându-și casa de modă și de parfumerie în 1954.



CHRISTIAN DIOR,

„couturier de merveilleux“

✚ (1905-1957) ✚

„Dior, acest geniu al vremurilor noastre, al cărui nume magic e alcătuit din cuvintele *Dumnezeu și aur*“, spunea Jean Cocteau despre prietenul său. Christian Dior s-a născut în Normandia, la Granville, nu departe de Mont Saint-Michel, într-o familie reprezentativă pentru burghezia din epocă. A fost al doilea dintre cei cinci copii ai familiei, crescuți după principii stricte și înconjurați de guvernante. Începând cu anul 1910, familia lui se împărțea între Granville și Paris. Încă de mic, Christian Dior a vădit talente speciale, având o adevărată curiozitate pentru plante și flori, dar și un dar precoce pentru desen: „Tot ce era strălucitor, împodobit, înflorit, lejer mă absorbea ore în șir.“ Cu toate acestea, părinții lui plănuiau pentru el o carieră de ambasador, așa încât a fost nevoit să renunțe la Beaux-Arts după ce și-a dat bacalaureatul. Visa pe atunci să se facă arhitect...

MENIT SĂ CREEZE...

Din 1923 până în 1926, Christian Dior a urmat École libre de sciences politiques, dar absenta adesea de la școală ca să se întâlnească cu prietenii lui pasionați de pictură, și în general de toate formele de manifestare ale curentului art nouveau, ca să meargă la vernisaje, deschizându-se în acea perioadă tuturor formelor de artă. Eșecul de la *Sciences-Po* amenința să pună capăt existenței sale de amator luminat. Tatăl lui a acceptat atunci să-i finanțeze deschiderea unei galerii de artă, cu condiția ca numele lor să nu apară vreodată pe fațadă, pentru a nu aduce vreun prejudiciu reputației familiei. Din 1928 până în 1934, Christian Dior împreună cu asociatul lui, Jacques Bonjean, apoi cu Pierre Colle au expus lucrări de Christian Bérard și Max Jacob, dar și de Picasso, Dalí, Utrillo, Braque, Léger, Dufy, Zadkine...



Christian Dior lucrând, 1950, Franța.

DUPĂ O PERIOADĂ DE SUFERINȚĂ, PRIMELE CROCHIURI

Din păcate, ruinarea tatălui său, victimă a crizei economice din 1929 și a unor afaceri imobiliare dubioase, dar și pierderea mamei îl cufundă pe Christian Dior într-o adâncă suferință. A fost nevoit să părăsească Galeria Lelong, ajungând să nu aibă unde locui și aproape fără nici un venit. S-a îmbolnăvit de tuberculoză, pe care a reușit să o trateze cu ajutorul prietenilor, care au strâns bani pentru el și-l trimit la tratament la Font-Romeu, apoi la Baleare, unde s-a dedicat cu totul desenului. Crochiurile lui, extraordinar de vii și expresive, ne lasă să ne imaginăm femeia de sub veșminte. S-a angajat apoi ca modelist.

O CELEBRITATE NEAȘTEPTATĂ

Începând cu 1941, Christian Dior a lucrat pentru Lucien Lelong, un couturier pe val pe atunci. Talentul i s-a maturizat treptat, începând să se simtă repede stânenit în rolul său secundar. Pe 8 octombrie 1946, Marcel Boussac, un magnat din domeniul textilelor, a acceptat să finanțeze deschiderea unei case de modă pe numele său. A fost inaugurată pe 16 decembrie 1946, la reședința sa de pe avenue Montaigne din arondismentul VIII, cu Jacques Rouët pe post de director general. Pe 12 februarie 1947, prima colecție Christian Dior primăvară-vară, numită „Corolle”, a fost prezentată în saloanele casei de modă. La paradă, spectatorii nu puteau să-și creadă ochilor: rochii lungi, talii subțiri și busturi pline – era ceva fabulos pe atunci. Carmel Snow, redactor-șef la Harper’s Bazaar îi spunea admirativ: „*It’s quite a revolution, dear Christian. Your dresses have such a New Look. They are wonderful, you know?*” New Look-ul a traversat Atlanticul pentru a cuceri Statele Unite, înainte de a face înconjurul lumii. „Necunoscut cu o zi înainte, Christian Dior a ajuns dintr-odată celebru”, scria Françoise Giroud. Femeile visau la rochiile lui, devenite simbolul fericirii regăsite.



Taior Bar din 1947, colecția „Corolle”,
fotografie de Willy Maywald, 1947.

DE LA PASIUNEA PENTRU BOTANICĂ LA PARFUMURILE CHRISTIAN DIOR

Atașat de mirosurile de femei și de flori, a moștenit de la mama lui pasiunea pentru botanică și grădini. La 15 ani, și-a amenajat o superbă pergolă în grădina de pe faleză, în casa părintească, cu rezedă, caprifoi, mușcate și trandafiri.

Încă din 1946, Christian Dior dorise să lanseze un parfum „care să învăluie fiecare femeie într-o feminitate rafinată, ca și cum fiecare din rochiile mele – explica el – ar ieși, una după alta, din flacon”. Piatră filozofală a universului său, parfumul era pentru el accesoriul indispensabil al creației sale în modă, aflat în prelungirea stilului său, ca un *finishing touch*, după expresia lui – altfel spus, un supliment

de ținută, acel *je-ne-sais-quoi* care făcea diferența. „Mă gândesc să fiu și creator de parfumuri, și creator de modă – spunea el. Am devenit parfumer ca să nu trebuiască decât să deschidă cineva un flacon ca să-și imagineze toate rochiile mele și ca să construiesc fiecărei femei pe care o îmbrac siajul aurei ei de neuitat.”

Împreună cu prietenul său din copilărie Serge Heftler-Louiche, care locuia la câțiva metri de casa lui din Granville, a creat societatea Parfums Christian Dior, în martie 1947. Serge Heftler-Louiche făcuse deja carieră în parfumerie, lucrând mai ales pentru Coty.

PATRU PARFUMURI DIN TIMPUL VIEȚII LUI CHRISTIAN DIOR

„De la femeile din copilăria mea mi-a rămas mai ales amintirea parfumurilor lor, parfumuri tenace, mult mai persistente decât cele de astăzi și care îmbălsămau cu mirosul lor ascensorul multă vreme după ce plecau“, mărturisea Christian Dior în cartea sa *Je suis couturier* (1951). Astfel, *Miss Dior*, primul său parfum, dedicat surorii lui, pe 12 februarie 1947 și-a făcut intrarea în lume, „îmbrăcat“ în cristal de Baccarat, într-un flacon-amforă foarte elegant, desenat de pictorul Fernand Guéry-Colas și care amintea de armonioasele linii ondulate ale colecției „Corolle“, în stilul New-Look. Când echipa lui punea la punct ultimele detalii în primul său boutique de pe avenue Montaigne, Christian Dior o îndemna: „Pulverizați mai mult parfum!“ Voia ca primul lui parfum să înmiresmeze saloanele, astfel încât clienții și jurnaliștii să plece de pe avenue Montaigne nr. 30 impregnați de *Miss Dior*. Mai mult de un litru de parfum a fost astfel aspersat în acea perioadă. În timpul vieții, au mai fost lansate patru parfumuri – *Miss Dior*, *Diorama*, *Eau Fraîche*, *Diorissimo*. Al doilea parfum al Casei Dior, *Diorama*, a fost creat în 1948, dar s-a lansat abia în 1949 din motive economice. A fost primul parfum al lui Edmond Roudnitska pentru Dior și totodată începutul unei rodnice colaborări. În 1956, a fost *Diorissimo*, o partitură energică și muzicală, care cânta blândețea și reînnoirea primăverii. Christian Dior voia o lăcrămioară, un soliflor proaspăt și floral în jurul florii lui fetiș – o floare pe care el o strecura din superstiție în tivurile modelelor lui în zilele de paradă.

Imagine stânga: Flacon *Miss Dior*, 1949, proiectat de Fernand Guéry-Colas, din sticlă transparentă cu motiv „pepitul piciorul-cocoșului“ (*pied-de-poule*), decorat cu un *naeud poignard* făcut dintr-o panglică de saten negru.

UN SUCCES FULGURANT, DAR ȘI O EPUIZARE CARE I-A FOST FATALĂ

Referința la moda secolelor al XVIII-lea și al XIX-lea a apărut odată cu colecțiile „Zig Zag“ și „Envol“ din 1948. În 1950, Christian Dior a fost făcut cavaler al Legiunii de Onoare, iar la puțin timp și-a publicat prima carte: *Je suis couturier*. Crea neobosit, prezentând șase colecții pe an: două de haute couture, două de prêt-à-porter, o colecție pentru boutique-uri și o colecție pentru Statele Unite. În 1957, apărea pe coperta *Time Magazine* – o premieră mondială pentru un couturier. Epuizat, suferă un atac de cord în octombrie 1957. Yves Saint Laurent, pe care Christian Dior l-a desemnat ca urmaș al său, a fost

numit atunci director artistic. *Diorling* a fost lansat în 1963, după moartea celor doi fondatori, Christian Dior și Serge Heftler-Louiche, care nu au mai putut asista din păcate la succesul mondial al lui *Eau Sauvage* (1966). În paralel cu parfumurile, în 1973 s-a lansat o primă linie de produse de îngrijire personală. *J'adore*, creat în 1999, din momentul lansării și până azi a reușit mereu să redescopere forța, naturalețea și eleganța parfumeriei de lux, la fel ca „La Collection Privée Maison Christian Dior“, ale cărei noi parfumuri create de François Demachy sunt purtate ca un omagiu adus lui Christian Dior.

Imagine centru: Ediție limitată a lui *Diorissimo* din 1956, desenată de Christian Dior și realizată în cristal transparent de Baccarat, cu un dop floral poleit cu aur fin de la Maison Charles.

Imagine dreapta: Ediție limitată a lui *J'adore* din 2011 (creat în 1999), realizat din cristal de Baccarat, cu un gât înalt alcătuit din lăntișoare de aur suprapuse, realizate în atelierele Haute Joaillerie Dior.





O colecție de formare și rafinare a personalității, *à la légère*, fără nicio declarație de intenție programatică.

Enciclopedii și alte lucrări capabile să corecteze micile imperfecțiuni și să răspundă la marile întrebări cu grație, umor și inteligență, pentru cititorii care își caută bucurii oneste într-o lume a speranțelor amânate.

Élisabeth de Fayedeau
LA GRANDE HISTOIRE DU PARFUM
Copyright © Larousse 2021

© Baroque Books & Arts®, 2022

Coperta Baroque Books & Arts
Imagine coperta I: *Leurs Âmes*, flacon de René Lalique
pentru parfumierul de la D'ORSAY, cca 1913.
Imagine coperta IV, sus: *Femeia-libelulă*, bijuterie de René Lalique din aur,
piatra-lunii (adular) și diamante, 1897-1898.
Imagine coperta IV, jos: Cutie și flacon de apă de violete *Narkiss*,
create de René Lalique, 1920, Patrimoniul Roger & Gallet.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
FEYDEAU, ÉLISABETH DE
Parfum: o istorie grandioasă / Élisabeth de Feydeau
trad. din lb. franceză de Aida Teodorescu. - București: Baroque Books & Arts, 2022
Conține bibliografie. - Index
ISBN 978-606-8977-97-3
I. Teodorescu, Aida (trad.)
665.57

Tipărit la ALFÖLDI NYOMDA ZRT.

Niciun fragment din această lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse fără acordul scris al deținătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

Pentru ediția LAROUSSE
Direction de la publication: Sophie Descours / Carine Girac-Marinier
Édition: Françoise Mathay / Véronique Tahon
Mise en pages et couverture: Florence Le Maux
Iconographie: Valérie Perrin assistée de Flore Arce Ross
Fabrication: Rebecca Dubois
Photogravure: Chromostyle