



PARF., GM

## Lolita Lempicka se fait sirène



Lolita Lempicka porte «L», une création à son image dans laquelle elle s'est fortement impliquée.

Après la pomme d'Eve, le cœur-galet de la sirène... Pas de doutes, le second féminin «L», qui arrive neuf ans après Lolita, est un parfum Lolita Lempicka. Même univers onirique, même thème d'une féminité ambivalente entre désir et perdition, entre baroque et contemporain. On y retrouve le souci du détail et du raffinement, de la conception à la réalisation. Les trois fées marraines de L sont encore la créatrice de mode Lolita Lempicka, Catherine Dauphin, PDG des parfums éponymes et directrice générale de Pacific Europe, et la designer Sylvie de France. Les points communs s'arrêtent là.

Ce féminin nous plonge dans la magie des fonds marins : d'où le parti pris d'un jus franchement turquoise et d'un étui corail éclatant, sur lequel se détache le monogramme L à l'encre blanche sur un lit de sable. La surprise vient de la fragrance, créée cette fois par Maurice Roucel (Symrise), qui n'a rien de déjà-vu. Elle a pour fil directeur l'immortelle, fleur des dunes, aux accents salés, épicés et brûlés, qui donne

à cet oriental frais (bergamote, orange amère en tête) très vanillé, réveillé par la cannelle, sa signature olfactive. Signature qui s'affirme pleinement avec l'extrait dont la composition diffère de celle de l'eau de parfum, avec la présence de néroli et surtout de patchouli.

Le lancement de L est prévu pour mars prochain, dans 6 000 points de vente (2 000 en France). Il bénéficiera d'un soutien presse important et d'une forte mise en scène point de vente dont le plan sera dévoilé ultérieurement. En effet, outre la lisibilité en linéaire qu'il va apporter, il doit permettre d'augmenter le chiffre d'affaires des Parfums Lolita de 80% dès 2007. Et cela ne va pas s'arrêter

là, comme l'explique Catherine Dauphin : «*Notre but est de donner naissance à une marque globale mondiale. Lolita Lempicka est porteuse de nombreuses valeurs et d'expressions encore inexploitées*». Un développement dans le maquillage et le soin – appuyés par la recherche et la puissance financière du groupe coréen Pacific – est au programme.

FANNY GRÉGOIRE

### CARTE D'IDENTITÉ

**La ligne :** vapo EdP 50 ml (64 €) et 80 ml (82 €) ; flacon EdP 80 ml (72 €), extrait 15 ml (125 €).

#### Les partenaires :

**Jus :** Maurice Roucel (Symrise)  
**Flacon :** Sylvie de France (SDFP)  
**Aquarelles :** Michel Charrier  
**Artisan graveur :** Dominique Lavour (Atelier PF Cauris)  
**Décors :** Acuitech, Metapack  
**Verrerie :** Pochet  
**Etui :** Alliora

## Irié temporelise le parfum

La marque japonaise de prêt-à-porter lance un trio de fragrances mixtes appelées 9 h 10, 15 h 10 et 17 h 30, à utiliser au gré de la journée. Pour cette «aventure marginale», le PDG Laurent Laclos

s'est associé avec Arômes et Parfums de France (APF) et le consultant Renaud Coutelier. Les jus ont été conçus comme un exercice



de style olfactif autour du citron de Calabre. Nomade, le packaging blanc épuré se présente sous forme d'un kit de flaconnettes. C.S. EDT 3 X 25 ML (48 €).

CORNERS GM, BOUTIQUES, COLETTE, CONCEPT-STORES

## Parfum d'Interdits magnifie l'absinthe

Plus qu'une eau de parfum, Absolutement Absinthe est un coup de cœur. La liquoristerie de Provence, via sa filiale MV Production Parfum, en est à l'origine. Marc Villacèque a eu l'idée d'associer l'absolue d'absinthe à une autre plante sulfureuse, le cannabis, et surtout aux fleurs blanches d'ylang-ylang et de jasmin. Présentée à l'ancienne dans un flacon-fiole personnalisé par un bouchon en bouton de fleur, cette eau de parfum vert absinthe s'adresse aussi bien aux femmes qu'aux hommes (une peau féminine révélera davantage les notes florales ; une peau masculine, les notes fraîches, boisées et épicées). EDP 50 ML (69 €) ET 100 ML (101 €).



PARF., INTERNET

## et aussi...

✓ **L'Esprit et le Vin** s'est associé à Cinquième Sens pour créer la collection de bougies Bouquet d'arômes. Celle-ci reproduit en fragrances, de façon pédagogique, les arômes de trois cépages rouges – merlot, pinot noir, cabernet-sauvignon – et trois cépages blancs – chardonnay, sauvignon, riesling. Dans environ 200 PDV, chez les cavistes et boutiques d'art de la table. 20 euros.