



J'aime ton odeur, baby...doll

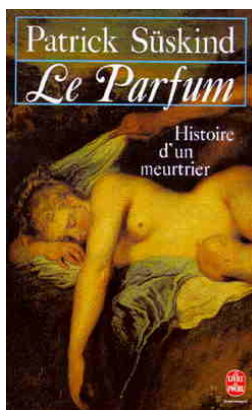
Et Dieu créa la femme...

Dans ce dernier post, j'ai choisi de revenir sur quelques campagnes passées et présentes qui utilisent l'amour pour évaporer le parfum. Mais pourquoi l'amour et surtout pourquoi aujourd'hui ? Parce qu'aujourd'hui c'est le jour du seigneur, et que c'est sûrement un dimanche que « Dieu créa la femme ». Ensuite, comme il a fallu l'habiller, il a aussitôt créé le parfum, son plus beau vêtement, notamment célébré par Marylin Monroe qui dormait habillée d'une seule goutte de Channel N°5.

Retour donc sur les parfums avec en premier lieu ce classique du teasing pour la promotion d'un parfum de Jean-Paul Gaultier. Le teasing, quand il est bien réalisé, est un concept de pub efficace dont raffolent journalistes, consommateurs et joueurs de pub s'amusant, l'espace d'un temps, à débusquer celui qui achète des espaces sans citer de marque. Fin 2007, le fameux slogan « Emma je t'aime, Reviens ! », signé « Paul » émeut le microcosme publicitaire : cette déclaration lancée sur le bitume (*street marketing*) apparaît si franche et si sincère dans le fond, mais tellement peu chère dans la forme que chacun pouvait se demander s'il s'agissait d'une demande en mariage osée et audacieuse ou d'une campagne de pub voilée et coûteuse. Quelques jours plus tard, le masque et la marque tombent, l'argent du teasing a bien une odeur : celle du nouveau parfum de Jean-Paul Gaultier. Bien joué à l'agence La Chose, maître d'orchestre, et bien senti à [ceux qui ont deviné](#) !



Pourquoi le parfum déclenche-t-il autant de phrases d'amour ? Car votre nez, mesdames et messieurs, est une malle à souvenirs et les odeurs qui y passent sont les clés pour l'ouvrir, les ouvrir pour attirer vers vous ces nombreux souvenirs d'enfance : chez les parents, chez les grands-parents, à la campagne, et à table, ici et ailleurs. Malheureusement dans l'enfance les odeurs ne sont des accumulations de parfums : celui du plancher, celui de la cireuse, celui de la nourriture. Le véritable créateur d'odeur, c'est le parfumeur, sorte d'ébéniste sur senteurs, creusant dans le bois de la mémoire les tiroirs



de souvenirs. Dans la rue et dans le métro la question est simple : sur combien de parfums vous retournez-vous ? Je pense que j'en ai 2 : « XXS » de Paco Rabanne, malheureusement plus qu'un souvenir de production, et « Chance » de Chanel, pour le peu que j'en ai eu. Mais un sur lequel j'ai tourné et retourné les pages, c'est assurément celui de Süskind dont le personnage central, la Grenouille, animal sans odeur ou s'il en avait-il une, serait-elle horrible, est le héros d'une quête de l'odeur ultime. A noter que sur ce livre ont été fondées quelques unes des campagnes du déodorant « Axe ».



Enfin, comment comment ne pas citer le parfum « Amor Amor » de Cacharel Cacharel ? Comme si l'amour ne suffisait pas une fois et qu'il fallait le dire 2, comme deux pressions sur le parfum, une par côté du cœur. Comment également ne pas citer le parfum du moment, celui de Kenzo qui a choisi l'unicité française : « Kenzo Amour », mais surtout une très belle chanson de Cocorosie – [Good Friday](#) – pour, au final, un joli parfum de pub...

A quand les diffuseurs d'odeurs et de senteurs sur nos télévisions ?