

# VICTOIRE

05 décembre 2015 | #386 | Le lifestyle selon **LE SOIR**

**FRANÇOIS  
DAMIENS**  
*A FINI DE RIRE (OU PRESQUE)*

## PARFUMS

Fleuris, charnels,  
gourmands, aroma-  
tiques, voyageurs...  
Notre top 24 des  
nouveaux jus de  
l'hiver.

En ook de sfeerfoto – 'Jeetje wat een lange benen!' – geeft je eerder het idee dat je op een Escada-zomergeur wordt getrakteerd – en die zijn inhoudelijk vaak 'spannender'. En dat terwijl Emilie Bouge heeft aangetoond dat ze meer kan. Waarvan getuigen *Ambre Noir* (2010) en haar elegant-klassiek, tot mijn schande nog nooit besproken chypre *Avenue Montaigne* (2011). En natuurlijk: *Rosa Gallica* (2012).



Share this:



Wees de eerste die dit leuk vindt.



Geuren die ik spontaan, zonder verzoek vooraf krijg toegestuurd, die ik behandel ik uit principe... wel. Maar altijd zin in om, dat is een ander ding. Zo ook *Off to Ibiza*. De reden? Ik ben een beetje 'uitge-eiland' en 'uitgeholidayed' wat geuren betreft. Een spraytje en je – gôh dat gaat snel! – vertoeft in je 'hard verdiende'-vakantiestemming. Met name geuren dus die verwijzen naar Ibiza, Capri en andere door water omgeven hide ways in de Mediterranée. Het leven dat ze olfactorisch in kwestie beloven op te roepen is al lang niet meer.

Ja ik weet, Ibiza heeft ook plekken waar bijna niemand komt. Wat een mooie natuur... Maar geef mij toch maar een pretpilletje zoals – bijna – iedereen doet... en dus even later vanaf je balkon het zwembad in springen – doen we! Capri heeft dan door de ligging – leuk aanmeren is het wel – misschien nog steeds een jaren dertig-air van elitaire chic. Tot je aan wal komt en je in file moet staan met andere, zich zogenaamd ook niet massatoeristen beschouwende 'cultuursnuivers', voor wat voor een attractie of uitspanning dan ook. Laatste opmerking is gebaseerd op een him&her-vriendenstel dat vorig jaar Capri aanded. Hun eerste impressie: hoe snel hier weg?



*Off to Ibiza* is duidelijk in naam. Doet me denken aan een winkel in een uitgestorven vissersgehucht aan de noordwest kust van de VS getiteld *Gone to Paris* – de hunkering, de humor!

De boodschap van *Off to Ibiza* is daarentegen wel erg gaap-gaap: 'Inspired by a carefree moment on the island of Ibiza'. Voor niche-begrippen – Brécourt wordt in in parfumkringen toch zo beschouwd – wel erg mager. En dan is er nog zoiets: kloppen de ingrediënten? Ik bedoel is de geur 'typisch Ibiza' of gewoon een aangename zomerse geur. Laatste dus. Je kunt achter *Off to* elk eiland in de Middellandse Zee plakken, maar heb je eerder het idee van een wandeling door een stadspark tijdens een zachte, zomerse dag – ook goed.

#### WAT GAAN WE RUIKEN?

Daarnaast: ik vind *Off to Ibiza* nogal 'masstige'-girly. Met name door de mix van rood fruit – framboos – en pioenroos. Moet gezegd: de watermeloen geeft een mooi waterig effect in het begin. Maar de pioenroos bloeit zoals elke gemiddelde pioenroos: zacht, transparant, fleurig, gezoet.

De afronding; een mix van (minder) sandelhout en (meer) witte musk, zorgt voor een al even 'vertrouwd' gevoel. Maar geen enkel origineel ingrediënt dat een niche-aanspraak rechtvaardigt. Waar blijft de vjg? Zo'n typisch Middellandse Zee-noot op niche-niveau.

ze met de paplepel mee. Ze is de vierde generatie van een familie uit Grasse die actief is in de parfumindustrie. Haar grootouders hadden het bedrijf *Bruno Court*, dat sinds 1812 essentiële oliën én parfums produceerde. Ze werden in de jaren zestig gedwongen om het te verkopen aan een concurrent, omdat de concurrentie van synthetische geurmoleculen en lageloonlanden niet meer houdbaar was. Emilie volgde de parfumeursschool *Isipca* en werkt al jaren in dienst bij geurproducent *Robertet* als parfumeur voor verschillende merken (onder andere *Clarins*, *Grès*, *Esteban*). “Het is heel boeiend om voor verschillende merken te werken. Je moet immers binnen de krijtlijnen van een marketingbriefing werken. In tegenstelling tot mijn eigen parfumlabele, waar alles mogelijk is. Maar het voedt elkaar, wat me soms een heel andere kijk op bepaalde ingrediënten geeft.” Soms is het ook frustrerend, geeft ze toe. “Wanneer je een voorstel doet waar er na drie jaar aanpassingen en consumententesten nog maar weinig van het oorspronkelijke idee overblijft. Of wanneer men niet ver genoeg durft te gaan en voor een afgezwakte versie kiest. Maar dat kan ik dan wel weer verder uitwerken in mijn eigen merk.” In 2010 begon ze met een eigen parfumuishuis naast haar werk voor Robertet. *Brécourt* is een mix van haar eigen naam met die van het verdwenen familiebedrijf *Bruno Court*.



Off To Ibiza, de laatste aanwinst van de Les Contextuelles collectie

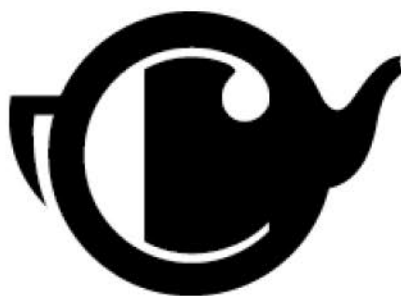


Rosa Gallica, de ultieme rozengeur uit de Les Ephémères collectie

Ze ontwikkelde twee lijnen: ‘Les Contextuelles’ en ‘Les Ephémères’. De filosofie van ‘Les Contextuelles’ is dat een parfum een boodschap heeft, die je kan aanpassen aan de situatie, de plaats of het moment.”Mensen begrijpen niet wat ze ruiken. Om hen te helpen ontwikkelde ik een test op mijn website die hen begeleidt naar de juiste keuze. Een brunette op leeftijd heeft immers een ander parfum nodig dan een jonge blondine, bijvoorbeeld. Zij kan een sensueel parfum zoals *Farah* aan, terwijl dat misstaat bij ‘une petite blonde’.” (thuis deed ik de test en kwam ik inderdaad uit bij het parfum dat me al zo opviel bij de presentatie van het gamma: de elegante chypre *Avenue Montaigne*).

“De Ephémères collectie is meer elitair,” vindt Emilie, “parfum wordt hier als kunstwerk benaderd, waarbij ik vertrek vanuit een natuurlijk ingrediënt dat ik zo goed mogelijk tot zijn recht wil laten komen.” Deze parfums zijn meer lineair (evolueren minder dan ‘Les Contextuelles’) en vertellen het verhaal van de grond (‘la terre’). Werken met natuurlijke ingrediënten heeft ook zijn nadelen: wanneer een oogst mislukt en de hoeveelheid te klein is of de kwaliteit niet goed genoeg, dan wordt het parfum een tijd niet gemaakt. Emilie haalt haar schouders op: “Dat is nu eenmaal eigen aan het werken met natuurlijke ingrediënten. Sommige parfums hebben echte die hard fans, en die slaan altijd een voorraadje in om zeker niet zonder te vallen.” Zonder voorraad vallen is ondenkbaar voor grote merken die onder druk staan van aandeelhouders om de verwachte omzet te halen, maar een kleiner





CAFÉ  
COSMÉTIQUE



## OFF TO IBIZA, MET BRÉCOURT

september 30, 2015 By sofie



Emilie Bouge, parfumeur en stichter van Brécourt

Vorige week was *Café Cosmétique* weer op stap en hadden we de kans om *Emilie Bouge* te ontmoeten. Ik vind het altijd een buitenkans om parfumeurs te ontmoeten, omdat je dan een beter idee krijgt van een collectie dan de marketingverhaaltjes in het persbericht je geven. Heel vaak kan je de persoonlijkheid van een parfumeur terug vinden in zijn creaties. *Emilie Bouge* maakt aanvankelijk een voorzichtige indruk, maar wanneer ze eenmaal begint te vertellen over haar parfums blijkt het een dame te zijn met een duidelijke visie. Parfums kreeg