

EXCLUSIVE

BOND

ASTON MARTIN BY AUTO PERFORMANCE



AUTO PERFORMANCE



LE GALION IS BACK

La maison de parfums Le Galion renaît de ses cendres : neuf créations rares viennent d'être rééditées. Retour sur ces fragrances héritées du passé qui feront se retourner les têtes d'aujourd'hui !

Fondée en 1930 par le Prince Murat, Le Galion est racheté cinq ans plus tard par le jeune et prometteur Paul Vacher, formé auprès de Guerlain et créateur d'*Arpège* pour Lanvin. Pour sa marque et jusqu'à sa mort en 1975, le grand nez élaborera quelques parfums mythiques tout en étant régulièrement sollicité par les maisons de haute couture. C'est à lui que l'on doit par exemple l'indémodable *Miss Dior*.

Édité dès 1935, *Sortilège*, composé de 80 essences naturelles, incarne le chic à la française, l'éternel féminin et devient un des fleurons de Le Galion tandis que *Snob* au bouquet floral, fruité et épicé fait les délices de la femme dans le vent vaguement hautain. *Special for gentlemen*, à la fragrance orientale et ambrée avec des accords subtils de lavande et citron, nimbe les hommes soignés d'un rien de mystère. Cologne rafraîchissante, *Whip* créé à l'origine pour la clientèle masculine est vite plébiscité par le sexe faible qui en fait un parfum mixte avant la lettre ! Nous sommes alors en 1953 ! Alors que mai 68 a émancipé les femmes et rapproché les sexes, *Eau Noble* lancée en 1972, jeune, racée et sportive, sied parfaitement aux corps libérés avec ses notes d'agrumes, de patchouli et de musc. Autre création ancienne ressuscitée mais cette fois ne portant pas la

signature du maître, 222 laisse derrière elle un sillage envoûtant et entêtant d'une sensualité irrésistible.

Trente ans après le rachat de la Maison Le Galion par un groupe américain, le nouveau propriétaire, Nicholas Chabot, grâce aux archives conservées par la fille de Paul Vacher, Dominique de Urresti, donne une deuxième vie à ces incroyables fragrances. Les formules ont été légèrement retravaillées pour être adaptées aux normes actuelles et correspondre à l'air du temps. Un coup de jeune donc, mais aussi la volonté de garder les codes classiques et intemporels de la marque : les flacons Art Déco, l'étiquette ancienne, le bateau emblème de voyages lointains ou encore les illustrations de Jacques Darnel et les photographies de Guy Bourdin. ■

En vente à Paris chez Colette et Joyjoy (Flacon 100 ml 140 €)