

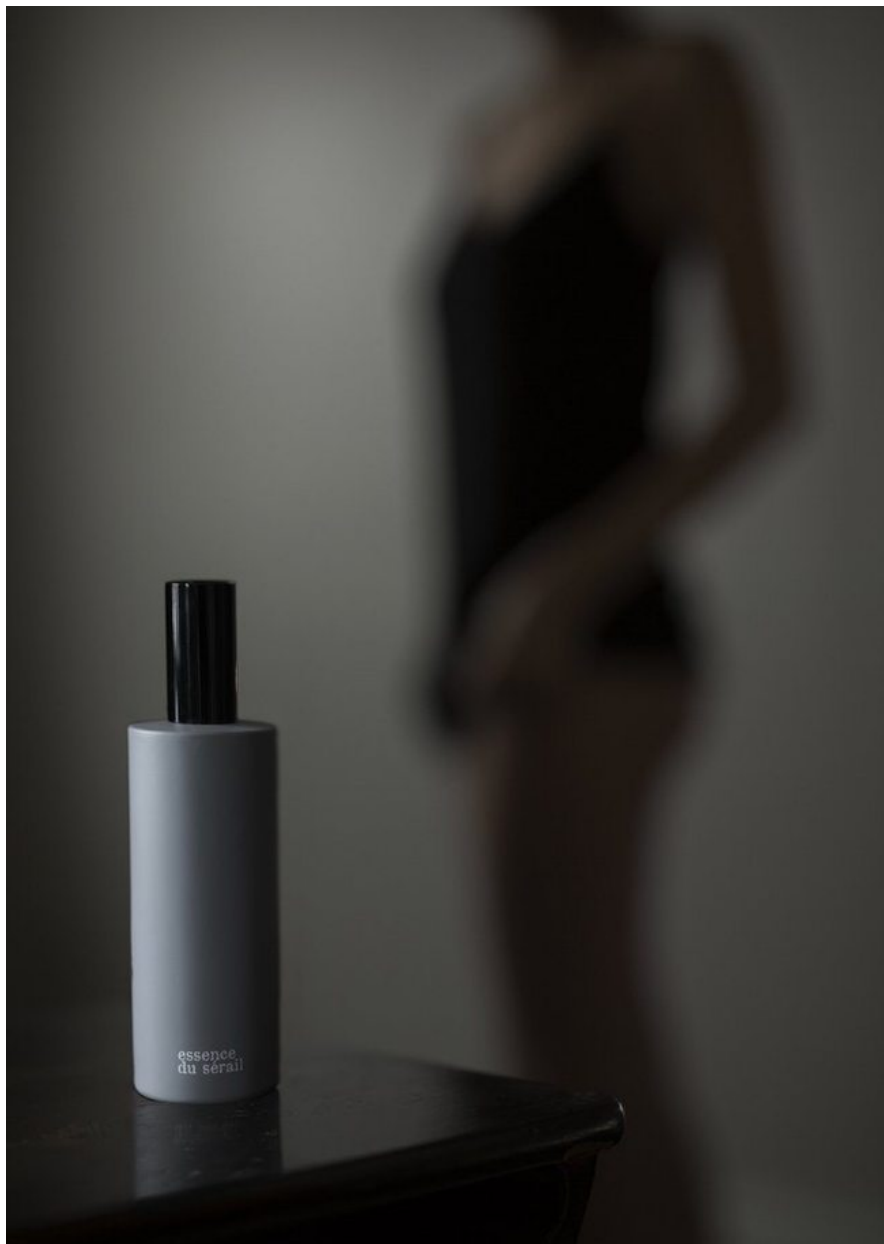


FASHION — NETWORK —

Sous le Manteau, nouvelle marque de parfumerie haut de gamme

Par [Marion Deslandes](#) - 15 décembre 2016

Comme son nom le suggère, Sous le Manteau cultive le mystère. Côté produit, mais aussi concernant la naissance de la marque. Derrière SLM se cachent en effet Olivia Bransbourg et Frédéric Blanchard, épaulés de deux personnes rencontrées fortuitement lors d'un dîner, et qui souhaitent rester anonymes.



L'une des cinq fragrances, Essence du Sérail - Sous le Manteau

Inspirée par les plantes et herbes médicinales cultivées dès le Moyen-Âge pour concocter des élixirs aphrodisiaques, la première collection pensée comme "un parcours initiatique" comporte cinq eaux de parfum pour homme ou femme 50 ml (105 euros) ou 100 ml (145 euros). "Sous le Manteau, ce sont des fragrances que l'on souhaite presque secrètes, à ne pas mettre entre toutes les mains, portées par le bouche à oreille", explique Olivia Bransbourg, directrice artistique de la marque, qui est à la tête de la griffe de parfums Attache-Moi depuis 2009 et a créé la revue Iconofly. Nous prévoyions de lancer SLM en 2017, mais devant l'engouement suscité pendant un happening que nous avons réalisé lors de la Nuit Blanche à Paris, nous avons décidé de nous y atteler dès le mois de décembre".

Pour mettre au point ses jus, Sous le Manteau a fait appel au nez Nathalie Feisthauer, qui a signé l'Eau des Merveilles d'Hermès, le Must de Cartier pour homme et certains parfums de Comme des Garçons. Elle a adapté des recettes repérées dans des livres datant du Moyen-Âge.



Dans chaque packaging, un pendentif en porcelaine retenant le parfum - Sous le Manteau

Pour se démarquer, SLM déploie tout un univers de marque autour du pouvoir d'attraction du parfum et de l'amour. Pour savoir quel flacon lui correspond, le client est invité à répondre à un questionnaire amoureux. Un pendentif en porcelaine de Limoges, breveté pour conserver le parfum, est également glissé dans chaque packaging. Enfin, Sous le Manteau entend prolonger l'expérience avec des mots de la romancière Frédérique Deghelt et des photographies de Pascal Perich, qui accompagnent chaque opus olfactif.

Ceux-ci sont vendus sur l'e-shop de la marque, qui cible pour sa distribution physique des grands magasins ou concept-stores singuliers mais aussi des lieux inattendus. Les élixirs de la griffe seront vendus dès la mi-janvier au sein de l'espace beauté du Printemps Haussmann, à Paris.

Par [Marion Deslandes](#)

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2018 FashionNetwork.com*