

PER FUME

parfum de mes mille et un souvenirs.

PAR
WAKIM ELYSSA

SOUS LA DIRECTION DE
MANOLITA FRÉRET-FILIPPI

PROMOTION 2020

REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à envoyer mes plus sincères remerciements à la personne qui a su me guider et illuminer mon parcours, Madame Manolita Freret-Filippi, à l'artiste exceptionnelle qui a inspiré les grandes lignes de mon projet, Pauline Dumail, et surtout, à la personne qui fut mon soutien moral et émotionnel, et sans qui rien ne serait possible, ma mère.

AVANT-PROPOS

La transformation d'un matériau à l'état brut en un objet possédant un esprit, une personnalité, une ambiance, répondant à un but esthétique ou fonctionnel, adapté aux besoins de son possesseur ainsi qu'à ses exigences, reste pour moi au cœur de la mission première d'un Artiste qui s'évertue dans la création artistique.

Dans le monde tangible et solide, ce lien est très évident dans le cadre où le bois peut être taillé, retaillé et cisailé pour donner une table, tout comme le fer peut être manipulé, soudé et moulé pour donner une chaise. Cette

transformation dessine à l'objet nouveau-né des futurs, des rôles multiples qu'il pourra aborder, servir et acquitter, des futurs qui étaient étouffés dans la coquille vulgaire du matériau à l'état brut ; Cette transformation lui offre la possibilité d'un devenir.

En tant que maître de la création polyvalente, l'Art devient une entité omnisciente qui choisira quel futur entamera l'objet nouveau-né, quel destin il servira: La table peut être au centre d'un diner familial absorbant la chaleur des mets pour irradier une ambiance chaleureuse, ou bien elle peut être le support de documents et papiers éparpillés, bon entendeur de mots techniques et jargon financier échangés au-dessus de sa surface; La chaise peut devenir un banc au bord d'un lac où un enfant pose son pied pour nouer ses lacets, ou bien une chaise à bascule où dérive le poids de la vieillesse.

PER FUME

AVANT-PROPOS

La création artistique revient alors à gambader autour d'une problématique intelligente afin de dévoiler le but de l'objet nouveau-né pour pouvoir lui donner la morphologie requise afin qu'il serve ce but.

Quelle est la vraie importance de ce jeu de rôle ? Jusqu'où peut-on aller ?

Pour aller encore plus loin dans la même logique, répondant à une curiosité commune à tous ceux qui s'évertuent dans les méandres de ce qui relève de la création artistique , j'ai décidé de porter mon attention vers un monde plus abstrait, invisible, tangible mais d'une façon sensorielle: le monde des odeurs.

La transformation d'une odeur, qui représente véritablement un matériau à l'état brut, en un parfum aux effluves bien cartographiées, représente une manipulation conforme au processus de choix d'un possible qui servira un dessein bien déterminé.

La danse autour des multiples facettes qu'on peut octroyer à un parfum m'a passionnée de par son aptitude à faire émerger des souvenirs des méandres de notre mémoire, ainsi que sa capacité à devenir un outil pour des fins émotionnelles, médicales et bien d'autres à en croire les multiples recherches innovatrices que ce mémoire m'a donnée l'opportunité de parcourir.

Avec une avide curiosité et une sorte d'engagement passionné qui reste apparent le long des pages suivantes, je me suis engagée avec un dévouement impartial et objectif sans en être moins décoré d'un plaisir réel, à mener cette œuvre de recherche.

WAKIM ELYSSA

SOMMAIRE

INTRODUCTION	P.11
1. LE PARFUM: ENTRE ÉTAT PARTICULAIRE ET CARREFOUR TEMPOREL	
1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum.....	P.19
1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la Mémoire.....	P.33
1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché.....	P.42
2. LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS	
2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues.....	P.50
2.2 Le parfum des notions intrinsèques perdues.....	P.65
3. LE PARFUM : UNE VIBRATION OMNISCIENTE	
3.1 Le monde, une parfumerie.....	P.81
3.2 Parfumer les blessures.....	P.94
3.3 Moi : une cartographie de parfums.....	P.99
CONCLUSION	P.102
ANNEXES	P.106
BIBLIOGRAPHIE	P.119

INTRODUCTION

Les crayons de couleur ont une odeur de sel. Du moins c'est ce que je croyais durant mon enfance. Depuis ma plus tendre enfance, j'aime dessiner. Comme tout enfant, les couleurs me surprenaient et, surprise agréable, chaque soir sur le balcon de ma maison natale au Liban, à Jbeil, une ville côtière, je m'aventurais à permettre aux couleurs de donner des formes qui me venaient à l'esprit, un esprit dominé par les effluves de l'enfance. Durant les soirs d'été chauds et moites, ou les soirs d'hiver frais et même froids, toujours l'odeur de la mer accompagnait mes aventures artistiques. Innocence de la jeunesse plutôt qu'ignorance naïve, pour moi, les crayons de couleurs avaient une odeur de sel. En grandissant, mon enthousiasme pour le dessin et les couleurs a grandi de plus belle. Mes parents m'ont encouragé à participer à des cours de dessins, histoire de développer ce talent et mon premier cours fut un cours de désillusion : la couleur n'avait pas d'odeur. Malgré cela, à chaque fois que les fragrances iodées de la mer m'atteignaient je ne pouvais qu'être rejetée vers mes soirs artistiques. Pour moi, la couleur aura toujours une odeur de sel.

Comme la Madeleine de Proust le rehausse si bien, le Parfum et l'Odorat restent l'un des médias les plus parfaits pour entamer le chemin de la réminiscence. Le mot Parfum vient du latin "Per Fume", comme le titre de mon mémoire, qui signifie : par la fumée. Ceci est dû au fait que le parfum prend ces origines de l'Antiquité où il était utilisé sous forme d'encens brûlé. Cette antériorité lointaine révèle l'authenticité de sa présence au sein des sujets abordés par l'Art.

INTRODUCTION

Le Parfum reste pour moi l'une des conceptions les plus passionnantes dans le monde concret, puisqu'il ne l'est pas dans tout le sens du terme. Il n'est ni tangible, ni matériel ou palpable, mais reste quand même directement perceptible par un de nos cinq sens, l'Odorat. Superbe alchimie olfactive, le Parfum fait partie de notre vie quotidienne, notre libido, source de sourire ou même de plaisir inconscient, façonnant notre identité perçue par l'autre, label pour ceux qui nous sont habitués et une majeure partie du first impression pour les premiers bonjours et ceux qui nous sont étrangers. Signe de luxe ou simple accessoire, le Parfum étend ses pouvoirs bien au-delà d'une simple parure et devient outil pour raviver les Souvenirs et attiser le feu de quelques moments parfumés de milliers de possibilités.

Revenant à un état plus brut, l'Odeur est déjà, sans être sculptée et transformée en Parfum, une sorte de clé vers une ambiance plus agréable, un même lieu métamorphosé, un moment plus bon à passer et encore plus bon à se rappeler. Ceci ne vient pas du fait qu'une odeur est nécessairement agréable à vivre puisqu'au cœur de sa définition réside une contrariété dans ce sens : " L'Odeur est : émanation propre à un corps pouvant être perçue par l'Homme ou par un être animé grâce à des organes particuliers et avec des impressions diverses (agréable, désagréable, indifférente)"¹ . Le fait est qu'elle réveille un de nos sens et, étant si longtemps négligé, l'Odorat brille de cent mille feux et permet à nos instincts primitifs d'émerger du magma qu'est notre personne construite, raffinée et bien posée. Elle se fixe à un instant vital et nous permet de le retrouver après son immersion dans la spirale incessante du circuit de la mémoire. Sentir l'Odeur du monde quand il était un jour ce que bon lui semblait être, nous permet inexorablement de nous immerger dedans.

¹ Définition du CNRTL du mot "Odeur", cnrtl.fr, [En Ligne], Disponible sur <<https://www.cnrtl.fr/lexicographie/odeur>>, (Consulté le 2 Décembre 2019)

INTRODUCTION

Une autre facette toute aussi fascinante de l'Odeur reste la primitivité de son capteur, l'Odorat. Au cœur du mot "Odorat" se trouve un terme scientifique décrivant la perception sensorielle olfactive et qui signifie : "Sens permettant la perception des odeurs, dont les récepteurs sont localisés dans les fosses nasales chez les vertébrés, [...]".² Le sens de l'Odorat est l'un des sens le plus archaïque et bestial de l'Homme. Due à sa composition chimique, il n'est pas surprenant que la captation et le processing d'une Odeur par le cerveau suit un mécanisme bien plus complexe que celui de la Vision ou de l'Audition.³ Avec le temps et l'Humanisation de l'Homme, ce sens devint dépoli et l'être humain laisse maintenant aux canidés et encore plus largement à l'espèce animale toute entière, le privilège d'un Odorat aiguisé. Le cerveau humain peut encore toutefois capter en théorie plus d'un million d'Odeurs. Cette action sensuelle plus qu'intellectuelle, non-active puisqu'elle surgit sans être convoquée, nous ramène à notre état primitif de chasseur, à notre instinct de survie rendu docile par les privilèges de la vie moderne et nous permet de renouer contact avec notre animalité inconsciente.

De ceci prend source la vraie importance du Parfum: prendre une Odeur, la manipuler, l'analyser, l'altérer jusqu'à ce qu'elle puisse entreprendre les actions originelles de l'Odeur : remémorer et re-contacter; mais ne faisant ceci qu'à notre guise, de la façon que nous voulons.

² Définition du Larousse 2019 du mot "Odorat", Larousse.fr, [En Ligne], Disponible sur: < <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/odorat/74449> > (Consulté le 2 Novembre 2019)

³ SAIVE Anne-Lise, 'Les odeurs, une passerelle vers les souvenirs : caractérisation des processus cognitifs et des fondements neuronaux de la mémoire épisodique olfactive', In: Neurosciences [q-bio.NC], Université Claude Bernard - Lyon I, 2015. Français, [En Ligne], Disponible sur : <<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01223747/file/TH2015SaiveAnneLise.pdf>>, (Consulté le 13 Octobre 2019)

INTRODUCTION

Le Parfum quand à lui se définit de la sorte "une Odeur agréable et pénétrante d'origine naturelle ou artificielle."⁴ Entité immatérielle mais sensoriellement palpable, le Parfum ouvre devant nous un monde de possibilités en voie d'extinction dans le monde visuel, auditif, tactile et gustatif. Ceci n'est pas dû au fait que les ressources y sont épuisées car la créativité reste intarissable, mais le coupable reste l'habitude. Nous sommes habitués à Voir au cinéma, au musée, sur les écrans télévisés, habitués à écouter dans nos écouteurs, à l'opéra, sur la radio, à Savourer des mets raffinés, du fastfood et à Ressentir au bout des doigts le rugueux aussi bien que le lisse; et ceci à tel point que ça irait à frôler la routine.

Malheureusement, le Parfum et le sens de l'Odorat sont une idée assez délaissée dans un monde qui devient de plus en plus intellectuel, où l'expérience sensorielle est donnée de moins en moins de crédibilité. Déjà en 2006, la Cour de Cassation décrit le Parfum en tant que " la fragrance d'un parfum qui procède de la simple mise en œuvre d'un savoir-faire ne peut bénéficier de la protection des œuvres de l'esprit "⁵ et refuse de donner au Parfum le droit d'auteur. L'Odorat devient méprisé, et ce mépris s'étend pour devenir une partie de la persuasion collective : " C'était même une conviction sociale que, pour être une personne raisonnable ou rationnelle, vous ne pouviez pas être dominé par l'odorat. L'odeur était liée à l'instinct animal."⁶ Cette idée aurait commencé dans les dires du chirurgien anthropologue Paul Broca qui stipula au 19ème siècle que la proportion de la zone olfactive au sein du cerveau reste minime par rapport au reste de cet organe ce qui traduirait sa faiblesse relative.

⁴ Définition du CNRTL de "parfum", cnrtl.fr [En Ligne], Disponible sur <<https://www.cnrtl.fr/definition/parfum>>, (Consulté le 25 novembre 2019)

⁵ Un parfum ne peut bénéficier de la protection par le droit d'auteur, Inscripta.fr, [En Ligne], Février 2014, Disponible sur: <<https://www.inscripta.fr/toutes/marques/parfum-protection-droit-dauteur/>> (Consulté le 3 Novembre 2019)

⁶ John McGann, Université Rutgers-New Brunswick dans un article de LABELLE Alain, L'odorat humain n'a rien à envier à celui des autres mammifères, Ici.Radio-Canada.ca, [En Ligne], 17 mai 2017, Disponible sur: <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1034277/odorat-humain-mammiferes>>, (Consulté le 22 Novembre 2019)

INTRODUCTION

En effet, Broca ne manque pas de décrire l'Odorat comme "un sens inutile pour l'humain." Emmanuel Kant renforce encore cette idée en décrivant le nez comme une partie du corps "contraire à la liberté".⁷ L'Odorat devient méprisé et avec, le Parfum prend le simple statut d'accessoire, élémentaire flacon posé sur un rayon d'une quelconque boutique.

Avec l'évolution de la créativité et la croissance de la curiosité innovatrice du génie humain, ceci semble aujourd'hui chamboulé. Le Parfum prend un nouvel air et devient de plus en plus inclus dans les nouveaux projets artistiques. À ne plus être limité à un élément superfétatoire, le Parfum se fraie un chemin dans le décor de l'espace, des objets et des lieux, ayant pour but d'attirer le senteur, de lui donner l'opportunité de revivre un moment ou d'en découvrir un. Yves Michaud écrit que le nouveau monde artistique dans lequel nous sommes entrés est un monde "où l'expérience esthétique tend à colorer la totalité des expériences [...] celui où l'art devient un parfum ou une parure."⁸ Le monde redécouvre l'importance du Parfum et exploite de plus en plus ses pouvoirs. Les créateurs s'aventurent plus profondément dans les méandres des fragrances et investissent dans les capacités du Parfum, bien que relativement immatériel, à transformer le matériel à tel point qu'il devient une entité nouvelle. Dans un désir inassouvi de progrès, adoreurs pratiquants du "nouveau", les maîtres de l'esthétique emploient le Parfum dans de nouveaux champs et dans de nouvelles façons extraordinaires.

⁷ Paul Broca, Anthropologue Chirurgien Français (1824-1880) et Immanuel Kant, Philosophe Allemand (1724-1804), cités dans: LLEDO Pierre Marie, 'Odeurs et représentations mentales', Colloque la chimie et les sens, 22 Février 2017, p.80-81, [En Ligne], Disponible sur : <https://www.mediachimie.org/sites/default/files/sens_p77.pdf> (Consulté le 26 Novembre 2019)

⁸ Yves MICHAUD, L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétique. Paris, Stock, 2003.

INTRODUCTION

Dans l'ouvrage qui suit, nous allons découvrir et réaffirmer le nouveau rôle du Parfum dans le monde de l'Architecture et du Design en développant les utilités diverses qui lui ont été découvert.

À quel point est-ce que le Parfum peut-il réveiller et lier nos souvenirs avec notre environnement externe, l'ambiance et l'espace qui nous entourent, et interne, nos émotions et bien-être spirituel ? De quelle façon peut-il jongler avec le contenu de notre mémoire ?

Cette étude tournera autour de trois pôles : Le lien entre le Parfum et le souvenir, sa capacité à nous jeter dans de nouvelles dimensions, et enfin une argumentation à propos des aptitudes du Parfum à agir en tant qu'amélioration de l'esprit et de l'environnement.

Concernant la technologie du Parfum, un voyage sera entamé : de la conception du Parfum dans ses détails, jusqu'à sa perception par le nez et le cerveau humain pour atterrir dans son impact psychologique sur la conscience humaine. Un second travail permettra d'arborer les différentes capacités du Parfum en exposant comment le Parfum permet aux notions perdues de perdurer et de devenir en quelques sortes immortelles. Un troisième axe créera un lien définitif entre le Parfum et son effet positif sur l'environnement ainsi que sur l'esprit humain tout en se référant à un avis d'expert dans la matière. Une cartographie de mes souvenirs et le parfum clôturera le travail.

Entre les doigts de la recherche et de l'innovation, un bouquet d'Architecture, de Design et de technologie aux fragrances de souvenirs nous est offert, Et un nouveau parfum nous reste donné à découvrir..

PER FUME

PARTIE 1

1. LE PARFUM: ENTRE ÉTAT PARTICULAIRE ET CARREFOUR TEMPOREL



1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

“Le bien qu'on fait parfume l'âme, on s'en souvient toujours un peu.” - Victor Hugo⁹

Voilà que Hugo aperçoit déjà en 1837 une valeur au Parfum en décrivant le Bien. Ceci dans le sens où il est assez digne pour caractériser l'âme comme receveur et le Bien comme vaporisateur. Il va même jusqu'à impliquer une liaison avec le souvenir, et une capacité d'octroyer l'éternité.

“Parfum”: un mot qui désigne plus simplement un mélange d'huiles essentielles aromatiques, des fixateurs et des solvants utilisés pour donner au corps humain, à l'animal, aux aliments, aux objets et aux espaces une odeur agréable. Le Parfum possède donc un large spectre d'action, un grand pouvoir d'influence. Son importance apparaît déjà dans sa dépendance des organes olfactifs, l'odeur étant un sens primitif avec des liens directs sur notre monde émotionnel et nos souvenirs. Ceci le rend prédominant dans notre quotidien et très pertinent à développer en termes d'exploitation de son grand impact sur l'être humain.

Le Parfum ne fut pas toujours ce qu'il est maintenant dû au mépris que portait le monde intellectuel à l'odeur. Cette dernière était perçue comme un besoin animal, servant dans sa plus grande partie nos impulsions avides de plaisirs bruts, non purs. Déjà, Platon et Aristote impliquaient qu'elle apportait, relativement au sens de la vision et de l'audition, des contentements pour le peu immoraux, même libidineux. Il fut refusé au monde esthétique par Hegel et son effacement était nécessaire pour accéder à ce monde selon Freud.¹⁰ Contrairement aux opinions portées dans le passé sur le Parfum, il prend de nos jours une ampleur croissante, a un plus grand impact sur nos vies, et reste une caractéristique sociale de son producteur, ainsi que de ses valeurs et de son évolution.

⁹ HUGO Victor, Les Voix Intérieures, poème “Les Voix”, Eugène Renduel, Paris 1837, p.94

¹⁰ Le Guérér A., « le nez des philosophes », le nez des psychanalystes in Les Pouvoirs de l'odeur, Paris, Odile Jacob, 2002 (4e édition).

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Découvert il y a 4 millénaires durant l'Antiquité, le Parfum était solennellement utilisé dans des rituels religieux sous forme d'encens brûlé. Le premier Parfum liquide vit le jour en Grèce, évidemment très différent du Parfum actuel, formé d'un mélange de plantes écrabouillées, d'huiles et de fleurs.

Au Moyen-âge depuis le 10ème siècle, le Parfum fut utilisé en tant que moyen curatif, principalement pour sa capacité désinfectante sous forme de bains parfumés. L'Alchimie donne son essor au développement expérimental, et grâce à la mise au point de l'Alambic, vase à distiller, le processus d'extraction des huiles essentielles des plantes et fleurs naît au Moyen-Orient. Cette méthode perdure jusqu'à nos jours et devient de plus en plus raffinée.

Durant la Renaissance, l'alcool éthylique est mis au point ce qui chamboule le monde du Parfum. Avec sa capacité de dissolution des huiles essentielles et d'évaporation rapide, le Parfum alcoolisé voit le jour avec "L'Eau de Hongrie" spécialement conçu pour la reine Elisabeth du pays éponyme au 14ème siècle. Dans ces temps, il était utilisé pour parfumer les gants ainsi que les habits. De même, la découverte du Nouveau-Monde rapporte de nouvelles marchandises comme la vanille et la cardamome.

Vers le 17ème siècle, sous le règne du roi Soleil, le Parfum remplace l'hygiène et est utilisé pour camoufler les odeurs nauséabondes; l'hygiène étant très négligée dans ces temps. Elle fut redécouverte dans le siècle suivant avec les fards cosmétiques et les savons. Le goût des sociétés évolue et le Parfum commence à faire fortune au monde parisien et l'Eau de Cologne prend naissance grâce à Jean-Marie Farina.

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

La synthèse de molécules naturelles fut une révolution pour le monde de la parfumerie au 19^{ème} siècle, qui se basait auparavant sur des produits naturels uniquement. Grâce au progrès de la chimie organique ainsi qu'à l'industrialisation, de nouveaux composés chimiques furent mis au point et offrirent aux parfumeurs de nouvelles possibilités. En 1889, la vanilline synthétique, originalement présente dans la vanille, fut incorporée en quantité considérable dans "Jicky" de Guerlain. Le monde commença à accepter cette artificialisation du Parfum dès ce temps.¹¹

"Un Parfum artificiel, je dis bien artificiel comme une robe, c'est-à-dire fabriqué. Je suis un artisan de la couture. Je ne veux pas de rose, de muguet, je veux un parfum qui soit composé "¹² dit Coco Chanel à Ernest Beaux en 1921, le créateur du célèbre Parfum N°5 de Chanel.

Dans les deux images suivantes, on peut voir les publicités de ce Parfum de 1921 et 1954. en 1921, la publicité se faisait strictement de bouche à oreille. Coco Chanel invitait les femmes distinguées dans ses salons et leur proposait le Parfum. En 1954, Marilyn Monroe répondit à la question " What do you wear to bed ? " durant un entretien avec Marie-Claire: "Why, Chanel No. 5, of course!" . Chanel No. 5 fut dès lors associé à l'actrice la plus glamour du siècle!

¹¹ NEZCULTURE, Le Grand Livre du Parfum: Pour une culture olfactive, Nezculture, 2018, P.20-37

¹² ADN d'un parfum : le n°5 de Chanel, Leparisien.fr, [En Ligne], 3 février 2011, Disponible sur : <<http://www.leparisien.fr/laparisienne/beaute/adn-d-un-parfum-le-n-5-de-chanel-03-02-2011-1298215.php>> (consulté le 25 Octobre 2019)

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Je me rappelle très distinctement durant mon enfance au Liban, mon pays natal, durant mes années scolaire le stigmate notoire qu'un de mes camarades de classe portait : l'Odeur physiologique de transpiration qui émanait de lui après les temps de récréation durant lesquels il jouait au Football. Il rentrait en classe le visage rouge et luisant, le T-shirt décoré de taches plus sombres explicitant l'effort physique qu'il avait fait. Une odeur acidulée envahissait la classe et nous faisait tous froncer les narines à l'unanime !





1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Durant tout ce voyage chronologique, les méthodes de mise au point du parfum ont de plus en plus évoluées et deux grands moyens de fabrication à bases de produits naturels sont prédominants: Celui de la distillation, et celui de l'extraction.

Le premier, dont l'ancêtre est l'alambic, consiste en une extraction par la vapeur d'eau des produits du parfum. L'alambic est un bac qu'on remplit d'un volume d'eau dix fois le volume des plantes à distiller qu'on met dedans. Après chauffage et pression, la vapeur prend avec elle les composants odorants des plantes. Un système de refroidissement à travers un serpentin permet la condensation qui a comme résultat l'obtention de huiles essentielles.

Le deuxième, auparavant pratiqué avec de l'huile, inclut une dissolution des produits dans de l'alcool, solvant volatil, à une température élevée de 60°C. Après la disparition du liquide, une forme de cire persiste "la concrète". Un deuxième mélange de cette concrète avec de l'alcool, mis à une haute température avant d'être refroidi, nous permet d'obtenir "l'absolue" qui est une forme de concrète sans la partie huileuse.

Quant au parfum synthétique, son existence n'aurait pu avoir été possible sans le progrès immense de la Chimie. Malgré la très grande pertinence et utilisation des produits synthétiques qui n'ont pas totalement remplacé les ingrédients à bases naturelles, ils constituent une sorte d'agent complémentaire, qui complète le spectre de fragrances déjà présent. Son avantage s'étend encore plus loin du fait que son pouvoir de dissolution est plus grand et celui d'évaporation plus rapide : Les particules synthétiques sont parfois plus proches à l'odeur originale que les molécules à bases naturelles! Un exemple serait l'odeur de rose. De même, la synthétisation des particules composants le parfum nous permet de surpasser le fait que certaines fleurs sont difficiles à trouver ou que d'autres ne poussent qu'à une période fixe de l'année.

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Les parfums sont toutefois une mixture de naturel et de synthétique, c'est pour cela que les possibilités de composition sont infinies. Ceci explique pourquoi un parfum reste tellement difficile à décrire; il en existe des milliers. "Amer", "subtil", "précieux", "lourd" ou même "délieux" sont des mots utilisés dans le langage courant pour parler du parfum. Mais les experts dans la matière ont mis au point des langages consensuels pour décrire la senteur d'un parfum; deux sont prédominants: Les familles olfactives et les notes de fragrance.

Les familles olfactives sont des familles qui empruntent leurs noms à la nature, l'origine première des composants du parfum: Hespéridée, Florale, Fougère, Chyprée, Boisée, Ambrée, Cuirée.. Certains parfums n'appartiennent pas solennellement à une seule famille et peuvent faire partie de deux ou plusieurs, rendant possible la classification des parfums non classables.

La famille Hespéridée reste la plus ancienne de tous les parfums modernes et qualifie la famille des agrumes comme le citron ou la bergamote ainsi que le pamplemousse et la mandarine. Elle englobe en général les eaux de Cologne. Comme exemple, nous pouvons désigner "Eau de Cologne du Coq" de Guerlain. La famille Florale comme son nom l'indique, désigne les senteurs des fleurs à odeur. Toutefois, elle peut susciter l'odeur d'une fleur qui est véritablement non odorante comme le coquelicot dans "Flower by Kenzo" de Kenzo! La famille Fougère quant à elle n'est pas une famille à elle seule: elle englobe une harmonie entre les hespéridées et des odeurs lavandées, boisées et de coumarine. Alors pourquoi constitue-t-elle une famille à part du nom de "Fougère"? Et bien car elle représente la fragrance du parfum favori de Guy de Maupassant "Fougère Royale" de Houbigant de 1882.



"Flower by Kenzo" de Kenzo qui présente une odeur de coquelicot, une fleur sans odeur! son inspiration vient du fait que le coquelicot peut croître indépendamment dans des endroits urbains hostiles: comme on le voit c'est le flacon qui suit la courbe de la fleur et non le contraire!

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

La famille Chyprée prend son nom d'une mousse qui croît sur l'arbre du chêne et existe depuis les premiers jours de la parfumerie moderne. Nommons "For Her" de Narciso Rodriguez à titre d'exemple. La famille Boisée représente les Parfums du bois comme le Cèdre ou le Oud.

La famille Ambrée, aussi dite famille Orientale tourne autour de la vanille principalement en alliance avec des notes de résine et d'épices. Nous pouvons notamment évoquer "Shalimar" de Guerlain. La Famille Cuirée dont "Bel Ami" d'Hermès est un exemple, est une famille dont les senteurs sont pour la plupart synthétiques avec des notes âcres et irrésistibles.¹³

Les Notes de Fragrances quant à eux constituent une triade de notes, métaphore empruntée à la musique et seconde plutôt une hypothèse temporelle par rapport aux fragrances qu'un Parfum émet au cours de la durée de sa vaporisation, jusqu'à la disparition totale de l'odeur par évaporation graduelle. Pour donner un exemple, nous allons prendre le Parfum "Coco" de Chanel qui représente selon la classification des familles olfactives une famille semi-ambrée et florale.

¹³ Les Familles et notes olfactives en parfumerie, Olfastory.com, [En ligne], Disponible sur :<<https://www.olfastory.com/famille-olfactive.html>>, (Consulté le 15 Novembre 2019)

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Les **notes de tête** sont perçues immédiatement après l'application du Parfum. Elles consistent en de petites molécules légères et très volatiles et forment la première impression qu'un Parfum présente à une personne, d'où leur importance dans le marketing du Parfum en question. "Coco" de Chanel présente la Bergamote comme note de tête.

Les **notes de cœur**, notes de Jasmin, fleur d'oranger, pêche et rose pour le Parfum Chanel, suivent les notes de tête et apparaissent suite à la disparition de celles-ci. Leur nom vient du fait qu'elles se trouvent au "cœur" de la fragrance d'un Parfum. Elles agissent en cachant les notes de fond qui restent au début de l'application un peu désagréables. Elles persistent habituellement pour quelques heures.

Les **notes de fond** sont à la base du parfum et constituent avec les notes de tête l'acte principal de la fragrance. Elles apportent profondeur et solidité au Parfum et peuvent persister jusqu'à des mois sur un vêtement.¹⁴

Le **Parfum**, de par la complexité de sa fabrication, ses origines remontant jusqu'à l'Antiquité, ainsi que sa description scientifique pour le moins dire très développée, reste donc une entité complexe et pleine de notions intriquées, une planète à elle seule avec ses continents et ses océans, ses monts et ses plateaux, son climat et ses intempéries. Les experts du Parfums s'évertuent à cerner une entité particulière qui n'accepte aucune limite et ne respecte aucune loi.

¹⁴ SERRAS Leanna, Fragrance Notes: Everything You Need to Know, Fragrancex.com, [En Ligne], 10 Septembre 2019, Disponible sur: < <https://www.fragrancex.com/blog/fragrance-notes/> >, (Consulté le 17 Novembre 2019)

1.1 De l'alpha à l'Omega du Parfum

Dès mon enfance, on m'apprenait le symbolisme du drapeau libanais : le blanc pour la Paix, le rouge pour le sang des martyrs, et le cèdre central, symbole de la longévité et de la persistance puisqu'il peut vivre plus de 2000 ans! Je me rappelle encore de l'odeur des cèdres qui couvraient toute la surface de la réserve de cèdres que j'ai visité tant de fois avec ma famille et mes amis durant mon temps au Liban, une odeur de scierie, mais plus cuivrée et animale!

PARTIE 1

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

**“Parfois on trouve un vieux flacon qui se souvient,
D'où jaillit toute vive une âme qui revient”¹⁵
Charles Beaudelaire, Le flacon.**

Pour parler de la perception esthétique du Parfum et sa relation avec la mémoire chez l'espèce humaine, une élaboration du lien organique entre l'organe olfactif qui est principalement le nez, et le cerveau qui comprend le circuit de la mémoire, est nécessaire. Pour commencer à comprendre ce processus complexe et son grand pouvoir sur l'Homme, une étude des conséquences d'une pathologie qui est l'Anosmie¹⁶, perte de l'odorat, semble nécessaire: Un syndrome dépressif peut émerger dû au changement de la perception de l'environnement, ainsi que de la peur de toujours “sentir mauvais” sans le savoir. Dû à ce dernier fait, il est compréhensible qu'une hygiène inadéquate peut être présente. Ajoutons à cela le manque de sécurité par peur de ne pas sentir des odeurs qui signent un danger comme la fumée d'un incendie ou le moisi d'un aliment périmé. L'Anorexie est aussi prédominante dans ce tableau, car la perte de l'appétit vient de pair avec l'anosmie à cause de la rétro-olfaction; un terme qui décrit le passage des arômes alimentaires en arrière du palais vers la cavité nasale. John McGann, professeur associé à Rutgers, Université de l'Etat de New Jersey et spécialiste en neurosciences comportementales et systémiques dit en parlant de la perte de l'odorat: “ Cette perte pourrait être le début des problèmes de mémoire des personnes atteintes de troubles de mémoire”. Plus en relation avec la mémoire, l'Anosmie peut autrement dit annoncer des stades précoces d'Alzheimer ou de Parkinson.

¹⁵ Beaudelaire, Charles. Les fleurs du mal. Editions LGF. 1989

¹⁶ LANDIS B.N, 2007, 'Les troubles de l'odorat', In: Rev Med Suisse; volume 3. 32571, [En Ligne], Disponible sur :< <https://www.revmed.ch/RMS/2007/RMS-127/32571>>, (Consulté le 1 Novembre 2019)

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

L'odorat a donc une très grande influence sur la vie de l'Homme, et ceci inconsciemment! Une étude montre qu'une diffusion d'une odeur répulsive après celle du tabac durant le sommeil de participants à une expérience visant à aider à arrêter le tabac¹⁷, a diminué leur consommation de tabac de 30% le second jour!

Malgré cela, l'odorat a longtemps été perçu comme un sens appauvri avec l'évolution de l'Homme. Ceci est dû au fait que l'anatomiste Paul Broca avait stipulé l'existence d'une relation entre la taille du bulbe olfactif (organe central de l'Odorat localisé dans le cerveau) et son importance pour l'Homme. Aucune relation n'existe néanmoins entre la taille d'une zone du cerveau active et sa réelle importance pour l'être humain.

«Non, notre sens olfactif n'est pas en voie de régression. Mais ce sens a évolué. Il ne nous est plus très utile pour notre survie face à un danger, ni pour la hiérarchie sociale ou la reproduction. En revanche, son rôle est important dans nos interactions sociales et culturelles», affirme Pierre-Marie Lledo¹⁸, de l'Institut Pasteur. En effet, l'être humain est meilleur dans la reconnaissance de l'odeur d'un vin fin par rapport au chien qui lui est plus apte à reconnaître l'odeur des urines!

Revenons à l'étude de la relation organique entre la stimulation olfactive et son intégration cérébrale: Tout commence par le nez qui est tapissé par des milliers de neurones olfactifs sur une surface de 5cm². Ce tissu nerveux possède beaucoup de particularités dont une est son exposition directe au milieu externe et donc aux agressions externes.

17 ANAT Arzi, , 'Olfactory Aversive Conditioning during Sleep Reduces Cigarette-Smoking Behavior', In: Journal of Neuroscience, [En Ligne], disponible sur: <<https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.2291-14.2014>> , le 12 November 2014, (Consulté le 15 Novembre 2019)

18 Pierre-Marie Lledo, Chef de département de Neurosciences de l'Institut Pasteur à Paris, cité dans ROSIER Florence, Non, l'odorat humain n'est pas un sens appauvri, Letemps.ch, [En Ligne], 11 Mai 2017, Disponible sur: <<https://www.letemps.ch/sciences/non-lodorat-humain-nest-un-sens-appauvri>>, (Consulté le 10 Novembre 2019)

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

C'est pour cela qu'il possède une capacité de régénération remarquable puisqu'aucun autre tissu nerveux n'est exposé directement à l'environnement et aucun autre ne peut se régénérer ; effectivement, dans tout autre cas, un nerf perdu n'est jamais remplacé ! Chaque neurone olfactif est doté de plusieurs récepteurs de molécules odorantes différents et jusqu'à nos jours, 400 récepteurs ont été identifiés. Chaque odeur est composée de plusieurs molécules différentes et chaque personne possède un set de récepteurs différents selon la régénération constante tout au long de la vie ; ceci fait en sorte que chaque odeur est individualisable et donc que chaque odeur est perçue différemment par chacun de nous!¹⁹

La deuxième étape après la fixation des molécules odorantes sur les récepteurs est la transduction du signal à travers deux cascades vers le bulbe olfactif dans le cerveau qui traite l'information odorante : c'est le deuxième niveau d'intégration du signal périphérique. Ce bulbe reste très "spécial" car avec la multiplicité et la continuité des odeurs perçues et grâce à sa plasticité remarquable, il augmente en nombre de neurones et en capacité d'intégration et d'adaptation.

Après cette deuxième intégration, le message arrive à plusieurs régions de notre cerveau. Avant de retracer le trajet du message olfactif, des clarifications sont nécessaires quant au rôle de chaque région cérébrale : le cortex cérébrale, la couche la plus superficielle du cerveau dans ses différentes régions ayant chacune une fonction différente, est la région où se fait l'intégration consciente de l'information. Le système limbique, l'hippocampe et l'amygdale appartiennent à la partie émotionnelle du cerveau. Ces deux dernières sont aussi une composante du circuit de la mémoire. On peut parler de plusieurs types de mémoire, mais celle impliquée dans le souvenir olfactif reste la mémoire épisodique²⁰, autrement dit la mémoire des événements passés.

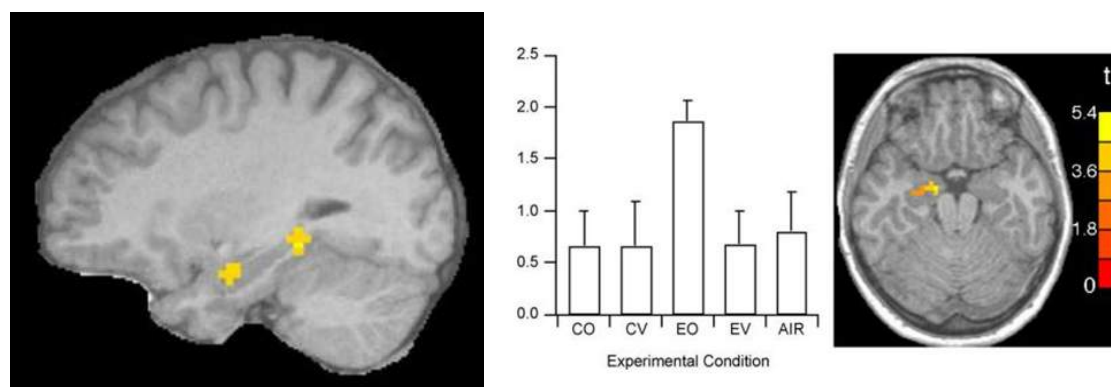
19 SAIVE Anne-Lise, 'Les odeurs, une passerelle vers les souvenirs : caractérisation des processus cognitifs et des fondements neuronaux de la mémoire épisodique olfactive', In: Neurosciences [q-bio.NC]. Université Claude Bernard - Lyon I, 2015. Français, [En Ligne], Disponible sur : <<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01223747/file/TH2015SaiveAnneLise.pdf>>, (Consulté le 13 Octobre 2019)

20 GREENBERG Daniel & VERFAELLIE Mieke, 2011, 'Interdependence of episodic and semantic memory: Evidence from neuropsychology', In: NCBI, [En Ligne] Disponible sur : <https://www.researchgate.net/publication/44686011_Interdependence_of_episodic_and_semantic_memory_Evidence_from_neuropsychology> (Consulté le 7 Novembre 2019)

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

Toutes les informations sensorielles sont traitées par des régions du cortex cérébral, mais l'information olfactive quant à elle est traitée par le système limbique !²¹

Une étude "Neuroimaging evidence for the emotional potency of odor-evoked memory"²² " à de même montré que les régions cérébrales responsables de l'émotion sont plus activées lorsque la personne connaît déjà le Parfum en question et plus sollicitées que lorsqu'il est question d'un stimulus visuel que le sujet connaît déjà!



Activité du cerveau selon une IRMf: différence d'activation de l'amygdale en antérieur et de la partie postérieure de l'hippocampe en postérieur lors d'une stimulation sensorielle par une odeur connue par le sujet par rapport à une stimulation par une odeur de contrôle.

Graphique montrant la différence d'activation de l'amygdale et de la région parahippocampique (zone activée sur l'IRM à droite) pour différents stimuli: odeur de contrôle (CO), stimulus visuel de contrôle (CV), odeur expérimentale connue par le sujet (EO), stimulus visuel connu par le sujet (EV).

L'amygdale et l'hippocampe, les deux régions fortement activées par le stimulus olfactif connu par le sujet appartiennent de même au circuit de la mémoire. Ceci est une preuve neurobiologique que la perception olfactive réveille directement une émotion pour ensuite réveiller un souvenir attaché! De même ces résultats sont pertinents à comparer à ceux qu'on obtiendrait lors d'un stimulus visuel puisque, lors de ce dernier, le cortex est d'abord activé pour

²¹ LLEDO Pierre Marie, 'Odeurs et représentations mentales', Colloque la chimie et les sens, 22 Février 2017, p.80-81, [En Ligne], Disponible sur : <https://www.mediachimie.org/sites/default/files/sens_p77.pdf> (Consulté le 26 Novembre 2019)

²² HERZ R.S., ELIASSEN J., BELAND S., SOUZA T., 2003, 'Neuroimaging evidence for the emotional potency of odor-evoked memory', In: Neuropsychologia, vol. 42 (2004) p. 371-378, [En Ligne] Disponible sur :< <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14670575>>, (Consulté le 18 Novembre 2019)

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

ensuite avoir une activation moindre des régions émotionnelles du cerveau. Ceci veut dire que la vision entraîne d'abord une analyse cognitive de l'information alors que l'Odorat entraîne une émotion pré-conceptuelle. De même, l'information odorante est plus facile à mémoriser, et nous ramener à des souvenirs de la petite enfance, entre 2 à 10 ans, alors que les autres sens nous ramènent à des souvenirs relatant à des moments allant de 10 ans et plus! Pourquoi ? car l'information olfactive et sa perception est en lien direct avec des structures impliquées dans le circuit de la mémoire!

Durant un entretien que j'ai conduit avec Pauline Dumail²³, aromathérapeute et experte en parfum, après avoir assisté à son atelier de Création de parfum en septembre 2019 à l'Abbaye de Maubuisson à Paris, une explication claire m'a été donnée sur le sujet du lien entre souvenir, émotion et Parfum. (Voir annexe 1) Dans son discours, elle compare la perception olfactive à la perception auditive, notamment celle de la musique :

Que pensez-vous de la relation entre le Parfum et les souvenirs?

"Elle est énorme. C'est la fameuse madeleine de Proust. C'est la même chose car le goût c'est en fait de la rétro-olfaction. Donc c'est le même chemin neuronal, et en fait l'odeur se trouve dans la partie limbique du cerveau, la partie émotionnelle; c'est la partie la plus archaïque du cerveau. Quand vous écoutez de la musique par exemple, elle aussi évoque une émotion. Mais d'abord vous allez identifier le moment, par exemple la musique que vous écoutiez lorsque vous avez rencontré votre partenaire. Vous allez d'abord identifier ce moment-là et vous allez ensuite sentir l'émotion qui y est associée. L'odeur c'est le chemin inverse. Vous sentirez d'abord l'émotion et ensuite vous aurez un souvenir si il vous est accessible, vous allez alors trouver pourquoi vous aimez cette odeur.

²³ DUMAIL Pauline, La vie est un Parfum.. Respirez-la!, Edition Paperback, Avril 2017.

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

On est dans l'émotionnel et pas dans l'analytique. Ca se passe en un millième de seconde pour la musique et pour le Parfum mais le chemin n'est pas tout à fait le même. D'abord, avec la musique, vous vous rappelez le souvenir, et c'est le fait de se rappeler le souvenir qui fait le lien avec la partie émotionnelle du cerveau. Avec l'odeur, c'est d'abord dans l'émotion. Ca peut vous mettre dans un état... ah! C'est ce dont parlait Proust avec sa madeleine : ca vous met dans un état de "ah!" Et puis vous vous souvenez c'est quoi; d'abord il y a l'émotion puis on se souvient du sujet. C'est donc très puissant pour se rappeler du souvenir et d'ailleurs on l'utilise aujourd'hui en thérapeutique pour les malades d'Alzheimer. C'est le premier sens que les malades d'Alzheimer perdent. Et ensuite on utilise les odeurs pour faire travailler leur mémoire."

Parfois consciente mais toujours inconsciente, notre réaction face à un Parfum est tout d'abord émotionnelle pour ensuite être analytique. Dès notre naissance, nous commençons à intégrer les odeurs les plus familières comme celles de notre maman, notre papa, notre maison etc.. pour construire un infini répertoire dans lequel nous puisons à chaque fois que nous ressentons une odeur proche. Nous nous forçons à essayer de décrire les émotions qui sont suscitées en nous mais nous n'y arrivons pas très aisément est ceci car notre cerveau n'est tout simplement pas programmé ainsi!

1.2 Parfum et Organisme : Dialogue avec la mémoire

Je me rappelle de l'odeur de ma mère qui a, pour moi du moins, toujours eu l'odeur de pêche, de jasmin et de poivre noir. Dans mon enfance je ne pouvais pas mettre son odeur en mots, mais après avoir pris connaissance des notes de fragrances, je me suis mise à rechercher les notes de cœur du Parfum que ma mère utilisait: "Noir" de Chanel et "Eau des Merveilles" d'Hermès. Finalement j'ai pu décrire l'odeur de maman qui, malgré tout me semble encore indescriptible.

1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

“Mais à l’instant même où la gorgée mêlée des miettes du gâteau toucha mon palais, je tressaillis, attentif à ce qui se passait d’extraordinaire en moi. [...] Et tout d’un coup le souvenir m’est apparu. Ce goût c’était celui du petit morceau de madeleine que le dimanche matin à Combray [...] ma tante Léonie m’offrait après l’avoir trempé dans son infusion de thé ou de tilleul. La vue de la petite madeleine m’avait rien rappelé avant que je n’y eusse goûté [...]. Mais, quand d’un passé ancien rien ne subsiste, après la mort des êtres, après la destruction des choses, seules, plus frêles mais plus vivaces, plus immatérielles, plus persistantes, plus fidèles, l’odeur et la saveur restent encore longtemps, comme des âmes, à se rappeler, à attendre, à espérer, sur la ruine de tout le reste, à porter sans fléchir, sur leur gouttelette presque impalpable, l’édifice immense du souvenir.”

-Marcel Proust, « Combray »²⁴

Comme la madeleine de Proust, l’expérience olfactive reste un moyen primordial pour nous rejeter en arrière, dans l’inondation émotionnelle que nous sentions lorsque nous avons vécu l’expérience olfactive, ou gustative dans le cas de Proust. De ce concept est né le “Syndrome de Proust” en psychologie qui, loin d’être une affection pathologique, est plutôt l’accès à un instant atemporel, qui nous remet dans une frise chronologique parallèle, vers notre plus tendre enfance, dans un passé qui redéfile dans le présent en nous redonnant pour ce bref instant un moment d’euphorie passée.

En psychologie, une revue des expériences vécues durant l’enfance, ainsi que des émotions et comportements relevant de l’inconscient ou du conscient, est accomplie.

²⁴ Marcel Proust, « Combray », Du côté de chez Swann, À la Recherche du temps perdu, Gallimard, 1913

1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

Dès la plus jeune enfance, le contexte dans lequel l'enfant est mis est sensoriellement lié à l'odeur dans laquelle le contexte baigne, c'est-à-dire que les informations visuelles, auditives et tactiles sont en relation intime avec l'information olfactive. Dans l'extrait de Proust, le contexte visuo-spatial dans lequel Proust est rejeté lorsqu'il goute la madeleine est très clair: "Et tout d'un coup le souvenir m'est apparu. Ce goût, c'était celui du petit morceau de madeleine que le dimanche matin à Combray (parce que ce jour-là je ne sortais pas avant l'heure de la messe), quand j'allais lui dire bonjour dans sa chambre, ma tante Léonie m'offrait après l'avoir trempé dans son infusion de thé ou de tilleul."

Le point de vue freudien²⁵ stipule qu'un enfant ne considère pas une odeur comme étant "bonne" ou "mauvaise" comme celle de ses excréments que lorsqu'il commence à comprendre le langage de ses parents qui lui expliquent que les excréments et leurs odeurs sont "mauvais". La "dimension hédonique" de Engen, docteur en psychologie et directeur du Eupatheia Center, centre de psychothérapie, parle de même d'une étude faite sur des enfants avant et après l'apprentissage du langage. Les résultats montrent que, pouvant toujours différencier une odeur intense avec une moins intense, l'enfant n'ayant pas encore acquis le langage ne peut considérer une odeur "positive" ou non! En fait, cette considération vient du fait du lien qu'établit l'enfant entre l'odeur elle-même et le contexte duquel elle émane, et ce contexte ne peut être explicité en tant que positif ou négatif que lorsque les parents l'expliquent clairement; Ceci ne peut se faire que lorsque l'enfant comprend ce que ses parents lui disent! A partir de ceci on peut conclure que "La réponse est un signal dont la signification ne peut être déterminée que dans le contexte où ce signal apparaît", Comme le dit Engen.

²⁵ Sigmud Freud (1856-1939) est un neurologue autrichien fondateur de la psychanalyse

1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

On peut extrapoler les résultats pour l'âge adulte. Engen explique que malgré le fait que l'Odorat n'est qu'une expérience considérée "banale" par l'Homme, elle permet en réalité aux événements d'être fortement mémorisés²⁶. Ainsi les Odeurs sont des indices qui nous permettent de retrouver un contexte particulier, et avec, les émotions qui étaient présentes!

Nous avons déjà vu que les souvenirs olfactifs sont les seuls qui peuvent provenir de l'enfance avant l'âge de 10 ans. les informations olfactives peuvent donc nous rejeter de façon involontaire et impromptue dans une expérience du passé.

Alexithymie: "Déficit de verbalisation des émotions" ²⁷

Ce mot représente pour moi le mot le plus apte à représenter mon impossibilité à décrire en quelques mots un parfum. Le parfum reste donc en lui-même un monde complexe dans ses détails technologiques, historiques et sa description sophistiquée. Son invention, relevant de la passion que suscitaient les odeurs et leur exploitation, date de l'Antiquité et son utilisation au cours du temps fut diverse et polyvalente. Les scientifiques et passionnés du concept du parfum ont essayé de cerner sa description.

²⁶ MUELLER Jonathan, 2006, 'Au cœur des odeurs', In: Revue Française de Psychanalyse, Vol.70, p.791-813, [En Ligne] Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-psychanalyse-2006-3-page-791.htm>> (Consulté le 1 Octobre 2019)

²⁷ Définition du Larousse 2019 de "Alexithymie", Larousse.fr, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/alexithymie/2201>>, (Consulté le 15 Novembre 2019)

1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

Dès leur vaporisation, les molécules odorantes pénètrent les narines et se logent sur un set de récepteurs, chacun de nous ayant un set constamment changeant selon les odeurs auxquelles nous sommes exposés et d'autres nombreux facteurs. Cette fixation déclenche des cascades de messages nerveux qui remontent vers le bulbe olfactif dans le cerveau et déclenche après cela l'activation des centres émotionnels qui sont de même impliqués dans le circuit de la mémoire. C'est pourquoi notre mémoire olfactive est pour la plupart du temps inconsciente, vive et remonte à si tôt dans notre enfance. Nos souvenirs appartenant à notre mémoire épisodique durant notre enfance est prédominée par les odeurs qui lient notre contexte spatio-temporel et nous rejettent spontanément dans le passé. Ceci ouvre d'innombrables possibilités du pouvoir du parfum.

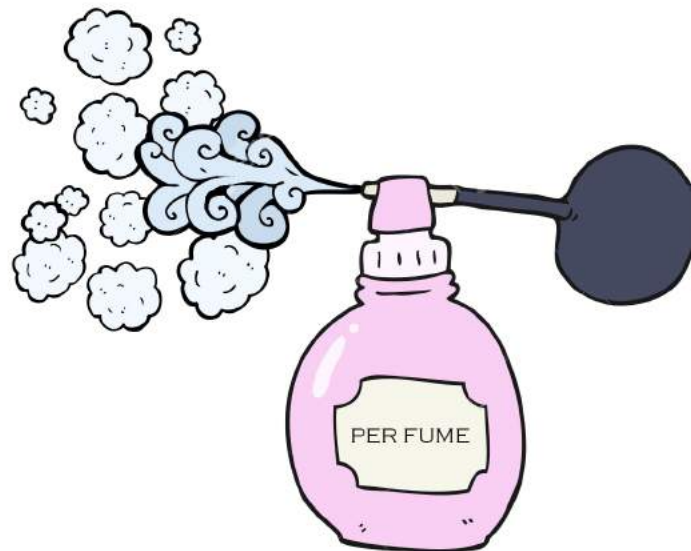
1.3 Le Parfum: un Survol du Psyché

Toute ma vie, l'Odeur de la vanille me rejetait en arrière dans le passé et suscitait en moi une émotion que je n'arrivais pas à décrire jusqu'à ce que j'ai lu "À la recherche du temps perdu" de Proust. À travers sa description de son épisode avec la madeleine, j'ai pu moi-même retrouver une sorte de description de mon épisode personnel avec l'odeur de la vanille. En fait, un jour quand j'étais adolescente et que je revoyais avec ma mère un album photo datant de ma toute petite enfance, j'ai remarqué que, dans la plupart des photos de quand j'avais encore 1 an, je portais toujours proche de moi un peluche qui avait la forme d'une carotte et qui avait une odeur de vanille !

PER FUME

PARTIE 2

2. LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS



2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

**“Le monde de l'art n'est pas celui de l'immortalité, c'est celui de la métamorphose”
-André Malraux ²⁸**

Comme le dit Malraux, ancien ministre des affaires françaises, l'Art est vraiment une transformation des entités qui sont vouées à disparaître car, à travers l'Art, l'artiste perdure même après sa propre mort! L'Art transcende la mort.

Pour moi, dans mon mémoire, j'ai choisi comme sujet artistique le Parfum. Etant une forme d'Art, le Parfum reste un moyen de choix pour immortaliser un objet, une entité, une personne etc. qui appartient au passé, ceci à travers le lien très solide qu'il possède avec notre mémoire. Tant de fois avons-nous pénétré une chambre d'une personne défunte, inspiré son Parfum qui émane encore des couverts de lits, du fauteuil où elle s'asseyait, de l'air qui porte encore des particules odorantes comme une sorte de condoléances. Tant de fois avons-nous rapporté avec nous d'un voyage inoubliable, un coquillage ou une feuille d'arbre dont l'Odeur lui permettra de toujours survivre dans notre mémoire.

Dans l'Art, nous pouvons déverser un peu de nous-mêmes dans un médium, qui, matériel, a des chances de survies bien plus importantes que celles du corps humain. C'est ce qu'on appelle la sublimation de la mort. On peut donner comme exemple la ville de Athènes, qui, sans son grand bagage artistique patrimonial, de par sa fertilité en matière d'Architecture, d'Art et de Philosophie perdure depuis des centaines avant Jésus-Christ jusqu'à nos jours, en comparaison avec la ville de Sparte dont il ne reste que des décombres funéraires.²⁹

²⁸ MALRAUX André, Antimémoires, Gallimard, 1967

²⁹ BOUDAILLIEZ Sylvie, 2006, 'L'Art comme résistance à la mort', In: Savoir et Clinique, Vol.7, p.51-60, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.cairn.info/revue-savoirs-et-cliniques-2006-1-page-51.htm?contenu=resume>>, (Consulté le 5 Octobre 2019)

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

Je me rappelle de l'odeur de ma grand-mère décédée quand j'étais plus jeune. Elle avait une odeur de musc qui me chatouillait les narines à chaque fois que je la visitais, ou qu'elle me serrait dans ses bras. Elle mettait le Parfum "For Her" de Narciso Rodriguez qui a des notes de fonds de Muscs blancs entre autres. Depuis son décès, j'utilise ce Parfum moi-même. A chaque fois que je sens les fragrances musquées du Parfum, je me dis qu'elle reste non seulement dans mon cœur et dans ma mémoire, mais aussi autour de moi, comme un ange-gardien.

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

Un des meilleurs exemples pour développer l'idée de la sublimation de la mort à travers l'Art, reste l'œuvre de Roman Opalka³⁰, détail. Cette œuvre d'art consiste en une série de toiles intitulées "1965 / 1 – ∞", de même taille. Le peintre commença dès le jour de la naissance de la première toile à peindre les chiffres par ordre en blanc sur un fond noir. Allant du chiffre "1", le peintre continue à peindre les chiffres sur des toiles consécutives tout en intégrant dans le fond noir un même pourcentage de blanc à chaque fois qu'il remplit une toile et passe à une autre; il s'attend à arriver à des toiles de chiffres en blanc sur un fond totalement blanc: "le blanc mérité" l'appelle-t-il, qui représente la mort. Il arrive au blanc sur blanc en 2008 et continue à peindre ainsi jusqu'à 2011, l'année de sa mort, le nombre final étant "5,607,249".



Exposition "Roman Opalka: Painting ∞" des Œuvres de Roman Opalka dans la galerie Dominique Lévy, New York, du 4 Septembre au 18 Octobre 2014, montrant le gradient chronologique du fond qui passe du gris au blanc.

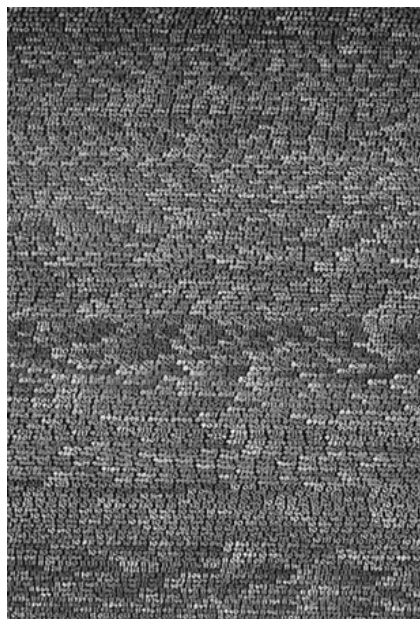
³⁰ Roman Opalka (1931-2011) est un peintre français titulaire de plusieurs titres dont Commandeur des Arts et des Lettres en France et la médaille d'or du Mérite pour les Arts en Pologne

LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues



En plus de ses toiles, Opalka entame une œuvre photographique autobiographique en se prenant en photo à chaque fin de journée de travail pour marquer son vieillissement physique



31

31 Toiles de Roman Opalka faisant partie de la collection "1965 / 1 - ∞" montrant le contraste du fond qui blanchit au fil des années

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

A travers ses œuvres, Opalka pense surveiller sa mort en laissant des empreintes de sa vie dans son Art. "the problem is that we are, and are about not to be" dit-il pour justifier sa tentative de survie à travers son Art.

Ceci est le but du projet "Resurrecting the sublime" présenté au centre Pompidou durant l'exposition "La Fabrique du vivant"³² entre autres lieux d'exposition . Les créateurs du projet, intéressés de sciences et d'Art sont Alexandra Daisy Ginsberg, artiste et designer, passionnée de recherches en biologie synthétique et des moyens de pousser encore plus loin les limites de la science; Christina Agapakis, diplômée de Harvard, biologiste et artiste passionnée du lien entre la microbiologie et l'Art et directrice de création de Ginkgo Bioworks, société d'ingénierie industrielle; Sissel Tolaas passionnée dans la recherche des Odeurs et artiste en même temps, qui essaie de lier l'information olfactive avec les autres informations sensorielles.

La coopération de ces trois auteurs du projet avec les moyens techniques qu'offre GinkgoBioworks a abouti à un dispositif d'immersion olfactive primordialement et sensorielle afin de questionner le lien entre la temporalité, le naturel et la disparition du vivant. Le projet consiste en une diffusion du Parfum de 3 fleurs en état d'extinction dû à la colonisation et l'activité humaine dans leurs écosystèmes respectifs: Lecadendron grandiflorum à Wynberg Hill au Cap en Afrique du Sud, Orbexilum stipulatum (1881) à l'île rocheuse d'Ohio, Kentucky aux Etats-Unis et Hibiscadelphus wilderianus (1912), plante indigène des plaines de laves sur les pentes sud du mont Haleakalā sur l'île Maui à Hawaii.



Spécimen de Hibiscadelphus wilderianus collecté sur l'île Maui, Hawaii et conservé dans le Gray herbarium de l'université de Harvard.

³² BRAYER M.A., ZEITOUN O., La Fabrique du Vivant, Mutations Créations, Editions HXX.

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

L'ADN de chaque fleur, prélevé des échantillons préservés au Herbarium de Harvard, a permis un séquençage de leur génome afin d'identifier les gènes ordonnant une production de molécules odorantes. La reproduction de ces gènes grâce aux scientifiques spécialistes en génétique de l'Université de Santa-Cruz en Californie a donné la possibilité aux auteurs du projet de **reconstruire le Parfum des fleurs disparues**.³³

Un problème persiste encore: Ginsberg, Agapakis et Tolaas ne pouvaient savoir les proportions des multiples odeurs que chaque fleur produit. Afin de surmonter cet obstacle, et immerger encore plus le spectateur dans une expérience multi sensorielle, les artistes mirent en place un milieu sonore et visuel reproduisant l'habitat original de la fleur avant l'envahissement destructeur humain. Les participants à l'expérience circulent entre des rochers de basaltes, regardent les paysages reconstruits de l'habitat naturel de chaque fleur tout en respirant les différentes fragrances qui émanent de chacune : ainsi, le Parfum n'est jamais le même.

Voici dans ce qui suit la reconstruction graphique de l'environnement disparu de chaque fleur:

³³ EXHIBITIONS, Resurrectingthesublime.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.resurrectingthesublime.com/exhibitions>>, (Consulté le 27 Novembre 2019)

LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS

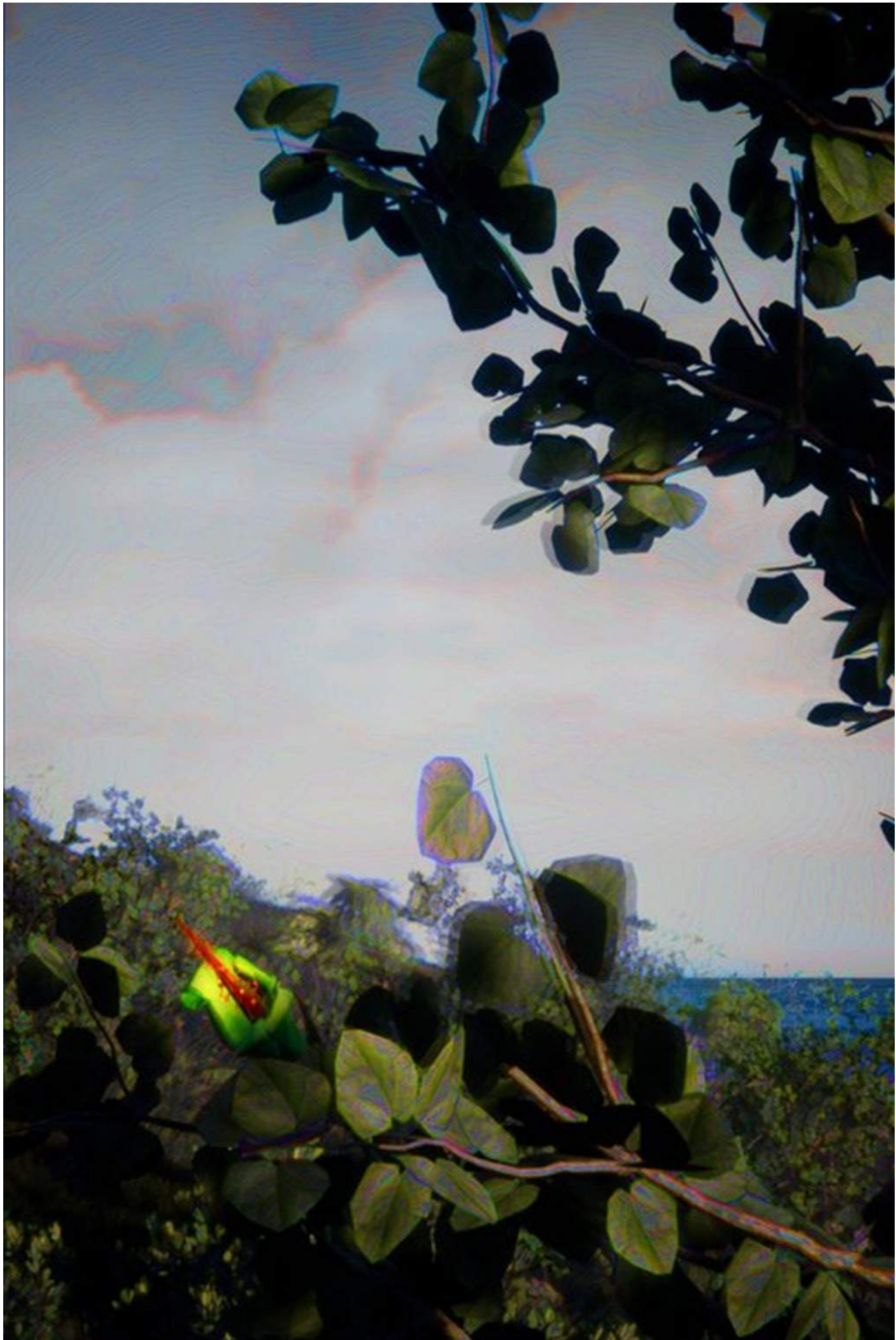
2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues



Resurrecting the Sublime à la Biennale Internationale Design Saint-Étienne. A Droite: *Hibiscadelphus wilderianus* (Avec diffusion d'Odeurs, rochers de lave et animation), A Gauche: *Orbexilum stipulatum* (Avec diffusion d'Odeurs, rochers de calcaires et animation) Mars 2019.







2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

C'est ainsi que le Parfum, dans le projet "Resurrecting the Sublime", à travers sa grande empreinte dans la mémoire collective et son lien intime avec le contexte visuo-spatial duquel il émane, autrement dit son lien avec les informations auditives et visuelles, peut ressusciter des fleurs qui ont disparu depuis environ un centenaire. Pour généraliser, le Parfum peut donc refaire vivre une idée, un objet, une personne, une ambiance etc. que nous pourrions croire à jamais disparus ! Au cœur de l'Art de la parfumerie réside alors un pouvoir d'immortalisation individuelle, faite sur mesure pour chacun de nous.

"Les prouesses réalisées par des individus exceptionnels, grâce à leur art et à leur intelligence, tôt ou tard la technologie les rend possibles à tout le monde."

-Roland Topor³⁴

La technologie a permis aux passionnés de Parfum d'ouvrir de nouvelles voies quant aux pouvoirs des fragrances. Sans la technologie biogénétique, les connaissances développées en la matière ainsi que le matériel de pointe, le projet de Ginsberg, Agapakis et Tolaas n'aurait jamais été possible. Un dispositif relevant de l'innovation technique de pointe dont il est question devient alors très pertinent à évoquer puisqu'il permet alors au public général d'accéder au pouvoir de sauvegarder les odeurs afin d'obtenir une forme d'immortalité à travers l'Odorat et les souvenirs : The Madeleine (Londres, 2013) par Amy Radcliffe, dans ce temps étudiante à la University of Arts London.

The Madeleine, nommé après la fameuse madeleine de Proust, est un projet dont le but est inspiré de la fonction d'une caméra, mais au lieu d'enregistrer des images visuelles, il rend possible l'enregistrement des odeurs!

³⁴ Roland Topor (1938-1997) est un illustrateur et écrivain multidisciplinaire français titulaire du prix des Deux Magots en 1970 pour son ouvrage "Joko fête son anniversaire"

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues



Photo de The Madeleine, Projet mis au point par Amy Radcliffe, qui consiste en une petite machine capable d'enregistrer les odeurs des objets.

Ce projet est basé sur la technique d'extraction par sorption dans l'espace de tête développée par Roman Kaiser dans les années 70 qui consiste en une captation et identification des odeurs entourant un objet. Pour faire cela, il suffit de placer l'entonnoir en verre sur l'objet ou dans l'environnement dont on veut capturer l'Odeur. Une pompe aspire l'air portant les molécules odorantes et les pièges sur un polymère poreux qui absorbe les molécules odorantes volatiles. Le processus peut durer de quelques minutes pour des fraises, jusqu'à 24 heures pour l'arôme d'une atmosphère. Puis, le polymère doit être donné à un laboratoire, comme ce qu'on faisait avec les films de caméras anciennes, pour recevoir des flacons contenant un liquide portant l'Odeur enregistrée !

"Cela pourrait être l'Odeur de votre maison d'enfance que vous voudriez ressentir quand vous êtes nostalgiques, ou l'Odeur d'un parent ou d'un partenaire qui vous manque" dit Amy Radcliffe à propos de son projet.³⁵

³⁵ WAINWRIGHT Oliver, Scentography: the camera that records your favorite smells, Theguardien.com [En Ligne], 28 Juin 2013, Disponible sur : <<https://www.theguardian.com/artanddesign/architecture-design-blog/2013/jun/28/scentography-camera-records-smells-memory>> (Consulté le 31 Octobre 2019)

2.1 Le parfum des notions extrinsèques perdues

La sublimation de la mort se fait donc à travers l'Art, plus spécifiquement dans mon sujet à travers le Parfum. Le Parfum nous permet de faire survivre, sinon ressusciter des entités qui autrement seraient vouées à l'oubli. La technologie, ainsi que la présence omnisciente de l'Odeur et du Parfum met à notre disposition ce pouvoir d'immortalisation de choses extrinsèques à nous!

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

**“L’odeur est un puissant magicien “
-Hellen Keller³⁶**

Pour moi, le pouvoir du Parfum relève réellement de la Magie. Il permet de puiser dans de nouvelles ressources, des ressources liées au souvenir et au lien émotionnel de l'Odorat, pour suppléer à un manque interne lié à une capacité que l'Homme devrait posséder naturellement. Il permet de même de nous révéler à nous-mêmes et de fixer cette personne dévoilée dans le souvenir que suscite le Parfum du moment présent. Nous pouvons ainsi, comme une sorte de caméra, fixer une image de nous-mêmes au moment présent, disponible à nous plus tard.

D'une part, pour développer la capacité du Parfum à suppléer un manque en nous, il est pertinent de développer le cas de Hellen Keller, sourd muette depuis l'âge de 2 ans, qui a pu surpasser son déficit jusqu'à exceller, grâce à l'Odorat. Hellen Keller (1880-1968) fut la première personne handicapée à obtenir un diplôme d'université. Grâce à sa tutrice Anne Sullivan, et suscitant l'admiration générale, elle est auteur de 12 livres, dont certains sont politiques, et, suivant ses ambitions dans ce sens, elle fit campagne pour l'antimilitarisme et le droit de vote des femmes entre autres.

Hellen Keller est incontestablement une femme admirable qui a pu surmonter l'absence de la locution et de l'audition et arriver à des réussites incomparables !

Comment peut-on s'imaginer un sens qu'on n'a jamais expérimenté ? Comment peut-on imaginer entendre un son ou écouter de la musique et enregistrer les vibrations sonores tout en appréhendant la distance de leurs sources ... si on n'a jamais écouté ?

D'Après Keller, le toucher appartient à l'objet dont il est question d'appréhender.

³⁶ BARILLE Elizabeth, LAROZE Catherine .Le livre du parfum, Editions Flammarion, 1998. p.224.

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

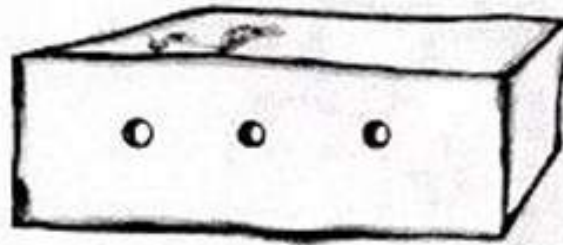
Et ceci, car il requiert un contact physique avec notre peau. Pour essayer de s'imaginer le fonctionnement de l'audition, le toucher serait inadéquat, car dans ce sens, le son réside plutôt dans l'organe qui le capte : le son que fait un musicien à 10 mètres de là fait vibrer notre tympan. Sur cette même longueur d'onde, une odeur émanant d'un objet appartient à notre nez plutôt qu'à l'objet lui-même car on peut ressentir cette Odeur de loin ! Hellen Keller dit à ce propos: "L'odorat me renseigne plus que le toucher et le goût sur la manière dont l'ouïe et la vue s'acquittent probablement de leurs fonctions³⁷". Les parfums des choses permettent alors à Keller de s'imaginer un sens qu'elle n'a jamais expérimenté !

³⁷ LENERU Marie, Le cas de Hellen Kellen, Mercure de France, 1908, p.11



2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

Dans le même sens, un projet intitulé "Dessine-moi un arc-en-ciel" propose l'association de chaque couleur à une Odeur à l'aide de 8 participants aveugles. Le titre de ce projet relate aux paroles du Petit-Prince de Saint-Exupéry³⁸ qui essaie de lui dessiner un mouton qui lui plait. Le Petit-Prince trouve toujours à redire à propos du mouton dessiné. Saint-Exupéry se lasse et finit par lui dessiner une caisse qu'il dit contient le mouton. Dans un symbolisme traduit par l'innocence infantile, cet extrait montre exactement le but du projet d'Esmeralda Kosmatopoulos³⁹ : la représentation d'une couleur par une Odeur: un concept visuel par excellence, dérobé de cette facette dépendante entièrement de la vision, matérialisé par une Odeur se basant sur les souvenirs personnels, le point de vue collectif de personnes atteinte de cécité exhibé à travers des conversations et à l'aide de Givaudan, association de parfumeurs spécialisés.

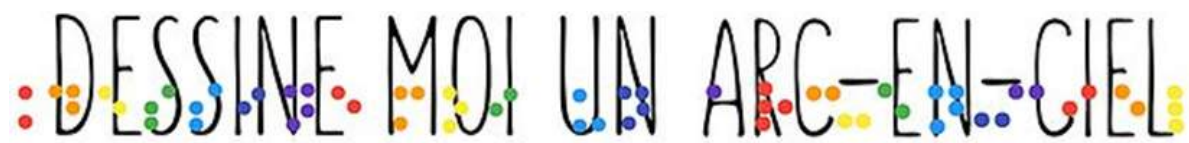


" 'Dessine-moi un mouton...! Alors, faute de patience, comme j'avais hâte de commencer le démontage de mon moteur, je griffonnai ce dessin-ci. Et je lançai: 'Ça c'est la caisse. Le mouton que tu veux est dedans' Mais je fus bien surpris de voir s'illuminer le visage de mon jeune juge "

³⁸ SAINT-EXUPERY Antoine, Le Petit-Prince, Edition du groupe " E-books libres et gratuits". 1943, p.8-11.

³⁹ EsmeraldaKosmatopoulos est une artiste grecque, auteur de plusieurs expositions internationales, ayant pour but de traduire une connexion entre passé et présent, réel et virtuel et entre une personne et l'autre.

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues



Ce projet synesthésique exposé au Musée Louis Braille le 16 Mai au 25 Septembre 2015, inclus 8 participants aveugles à se représenter chaque couleur selon son langage, sa culture et sa religion en les traduisant en Parfum, le but n'étant pas de retrouver un seul Parfum universel pour chaque couleur, mais d'inviter à un voyage spatio-temporel grâce au lien que le Parfum a avec la mémoire et le côté émotionnel de chacun de nous. Ainsi, en s'imaginant la texture, la chaleur ou la froideur de chaque couleur, le **Violet** fut associé au Parfum d'une violette joyeuse et épanouie, l'**Orange** au Parfum d'une fleur d'oranger lumineuse, le **Bleu** au Parfum de lavande et de rose, le **Vert** au Parfum de menthes et d'une mixtures de feuilles de persil et de basilic, le **Jaune** au Parfum de mimosa, l'**Indigo** au Parfum d'iris et de musc et le **Rouge** au Parfum de rose des bois raffinée.⁴⁰

⁴⁰ MULLER Clara, Avec l'odeur des couleurs, dessine-moi un arc-en-ciel !, Auparfum.com [En Ligne], 31 Juillet 2015, Disponible sur: < <https://www.auparfum.com/avec-l-odeur-des-couleurs-dessine-moi-un-arc-en-ciel,2438> >

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

Je me rappelle d'un soir sur le balcon de ma maison d'enfance à Jbeil où je me mettais pour dessiner, et l'Odeur salée de la mer venait chatouiller mes narines. Cette Odeurs fut toujours associée pour moi au dessin..



2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

Se basant sur la même idée, mais dans un sens plus thérapeutique et médical on peut évoquer le projet de Givaudan et JWT Singapore "Smell a memory"⁴¹. Le but des kits personnalisés est de réveiller les souvenirs de patients atteints d'Alzheimer et d'autres formes de démences.

Les kits furent expérimentés sur des patients de la maison de retraite de Soo à Singapore.

Les patients d'Alzheimer deviennent habituellement retirés, perdent peu à peu contact avec leur entourage et leurs familles, voient leur appétit diminuer etc.. Le but de ces kits reste de réveiller les sens des patients ainsi que leurs émotions, ce qui devient critique pour préserver leur santé physique et mentale. Les résultats furent incroyables: Les patients, après avoir senti les différents Parfums mis au point sont devenus enthousiastes et engagés avec leur familles!

C'est ainsi que Le Parfum, permet en quelque sorte de remplacer un sens manquant, que ce soit la mémoire chez les patients d'Alzheimer dans le projet "Smell a memory" ou la vue dans l'exhibition "Dessine-moi un arc-en-ciel", un monde qui fut refusé par le sort à des personnes, en faisant un lien avec la mémoire et l'émotion que suscitent les informations qui auraient dû être procuré par le sens absent.

D'autre part, le Parfum peut nous remettre notre identité, "qui" on était à un moment précis lorsque ce Parfum entraînait dans le contexte de cette identité. Tant de fois avons-nous changé de Parfum, et puis, après un long temps, à la rencontre de ce Parfum même, nous sommes-nous souvenus de qui on était lorsque nous portions ce Parfum!

⁴¹ LYNCHY, JWT singapore and Givaudan create 'smell a memory' kits to help alzheimer's patients, Campaignbriefasia.com [EnLigne], 22 Mai 2013, Disponiblesur :< <https://campaignbriefasia.com/2013/05/22/jwt-singapore-and-givaudan-cre/>>

LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues



Ces kits sont personnalisés selon l'histoire familiale, l'ethnicité et l'âge de chaque patient. Les différents Parfums sont nommés selon le souvenir qu'il sont destinés à évoquer: "Cuisine de Maman", "Prière", "Jours d'école" etc.. pour engager la mémoire à travers les Odeurs.

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

Dans l'entretien que j'ai réalisé avec Pauline Dumail, elle m'informa dans son expertise sur le Parfum à propos du concept de Parfum sur mesure. Le Parfum sur mesure est un Parfum qu'une personne crée à l'aide de senteurs de bases de notes de tête, de cœur et de fond, afin de produire un Parfum qui nous représente, qui représente notre identité au moment où nous créons ce Parfum. Dans son atelier "Création de Parfum" auquel j'ai assisté, elle donne aux participants l'opportunité de produire chacun son propre Parfum sur mesure. (Voir annexe 2)

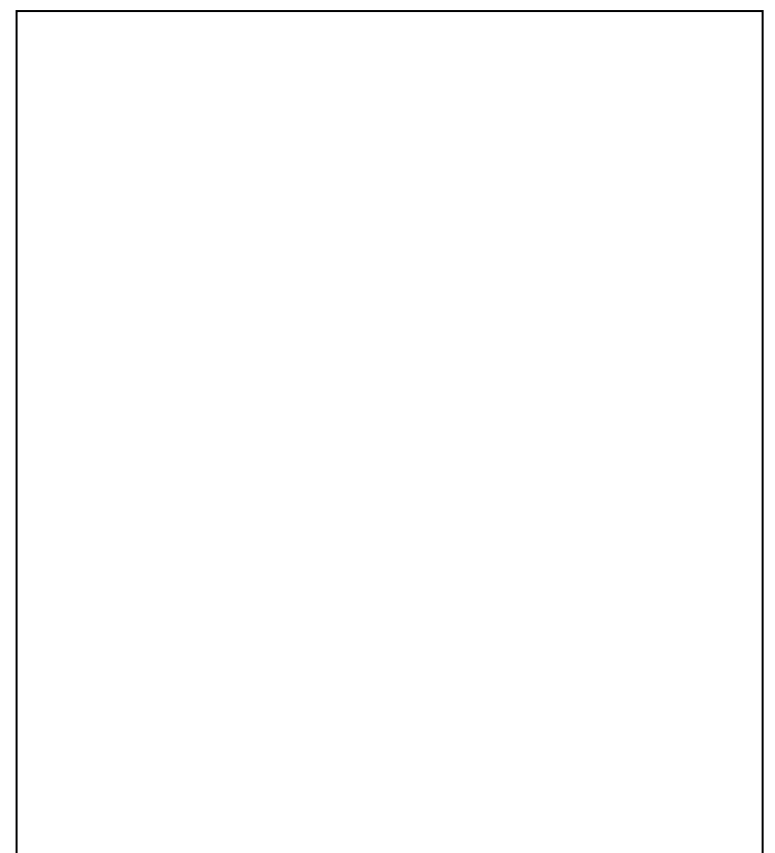
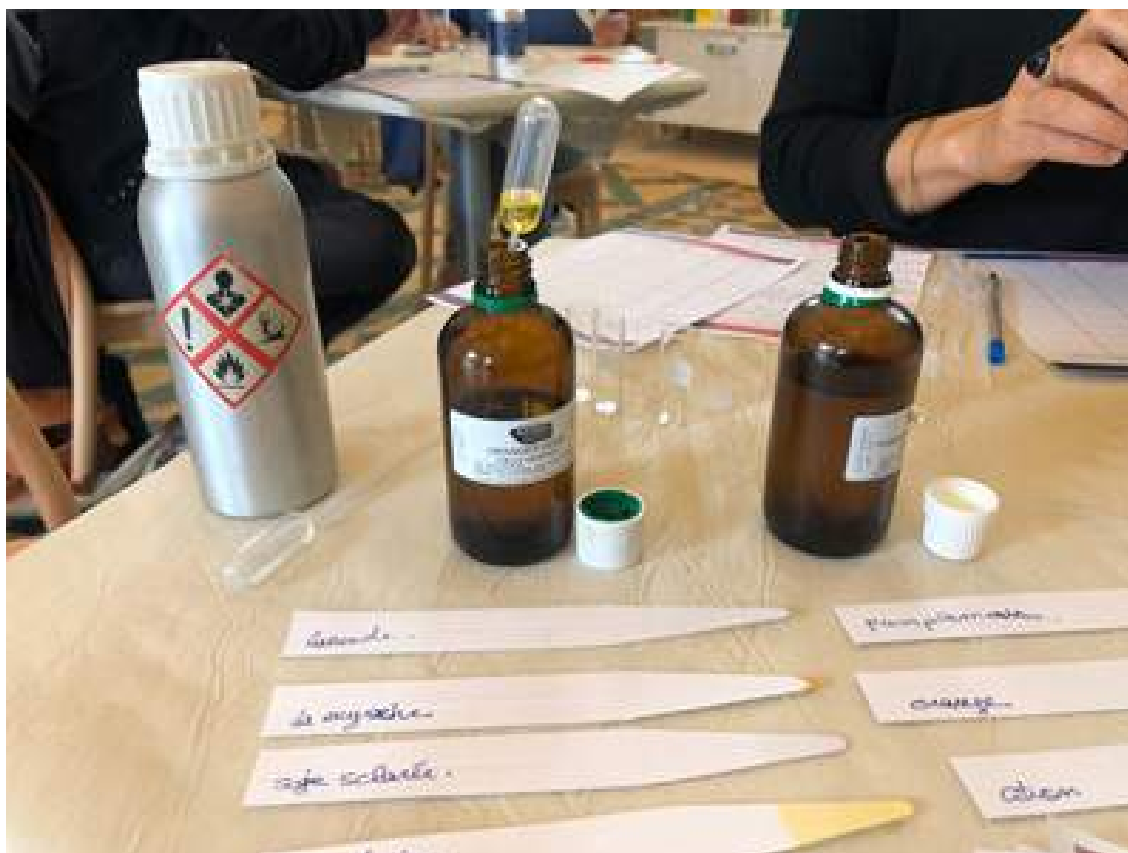
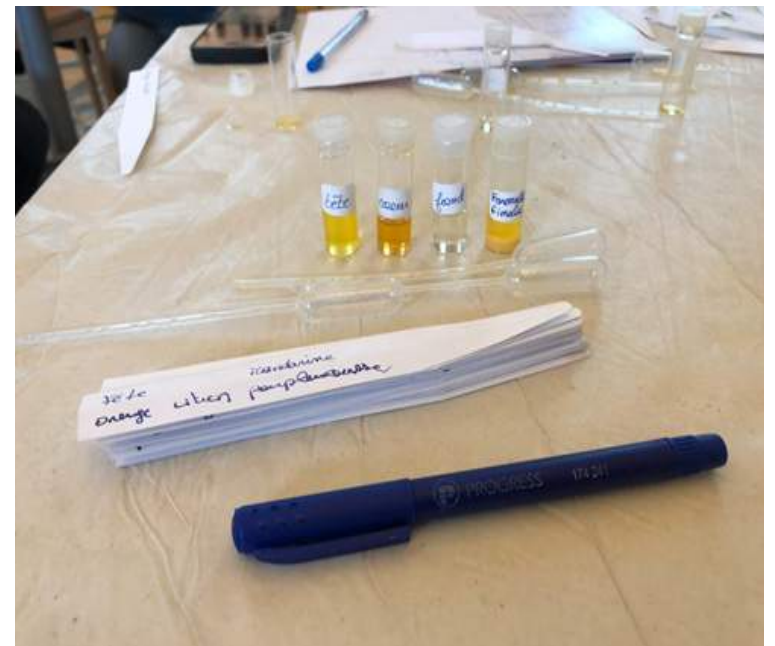
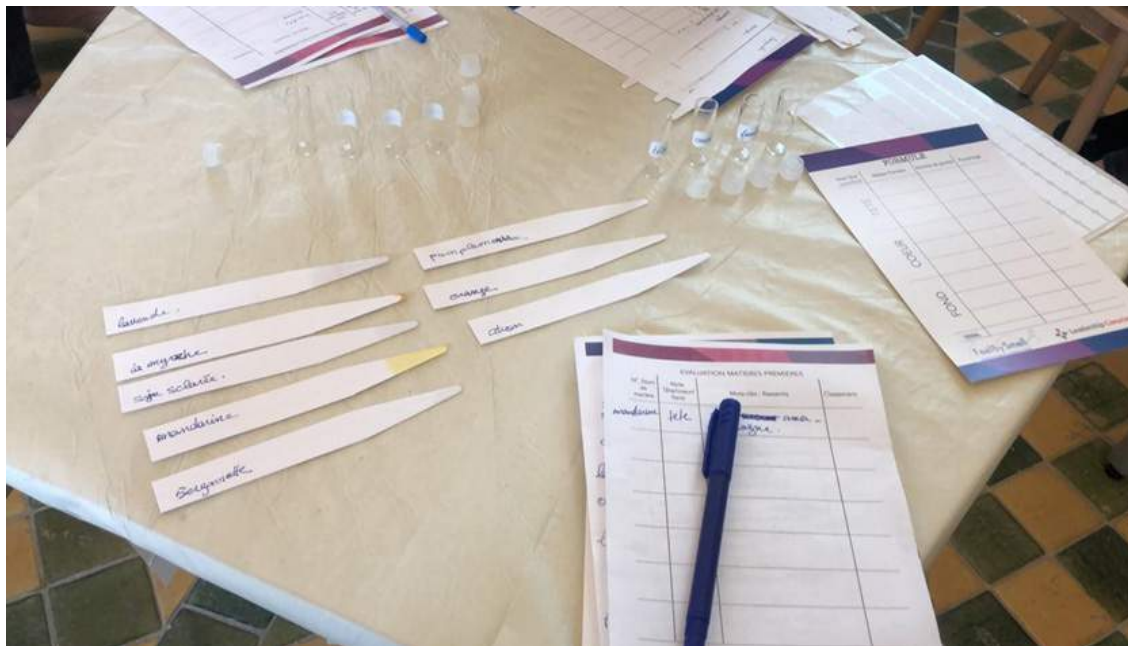
Pouvez-vous développer la notion d'« un parfum sur mesure » ?

A ce propos, Pauline Dumail répond:

"Un parfum sur mesure, par définition c'est un parfum que vous avez créé, même si j'étais là pour vous accompagner. en plus c'est un parfum qui correspond à votre identité, qui vous étiez quand vous l'avez créé. "

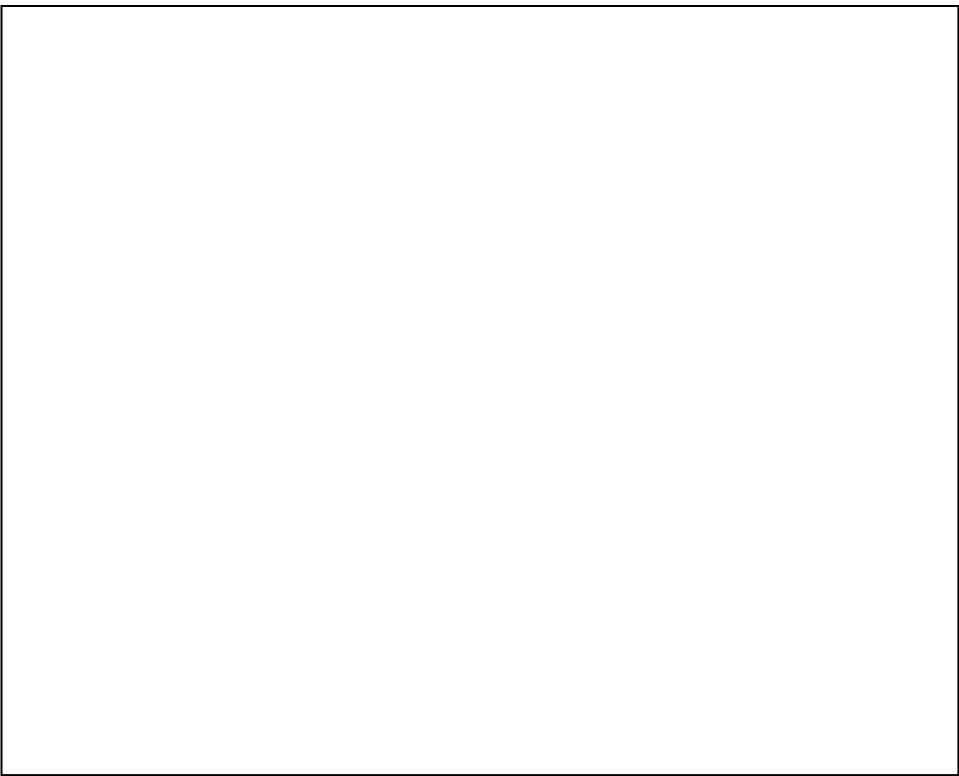
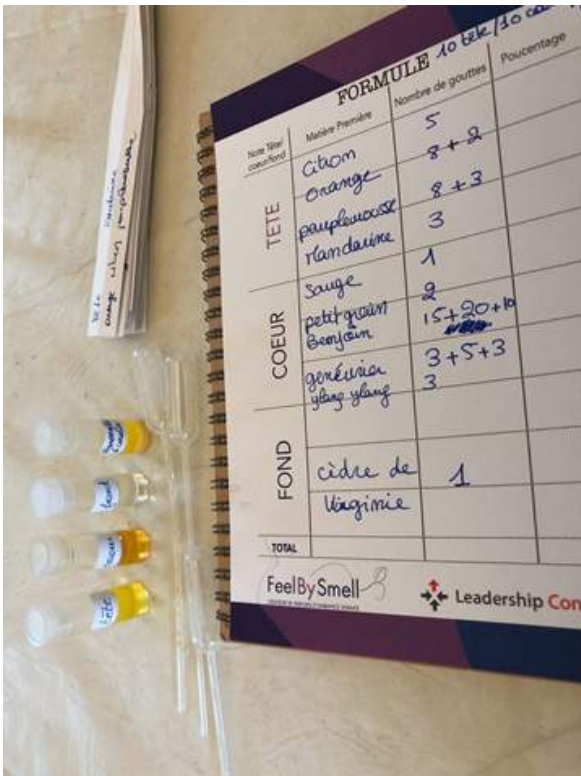
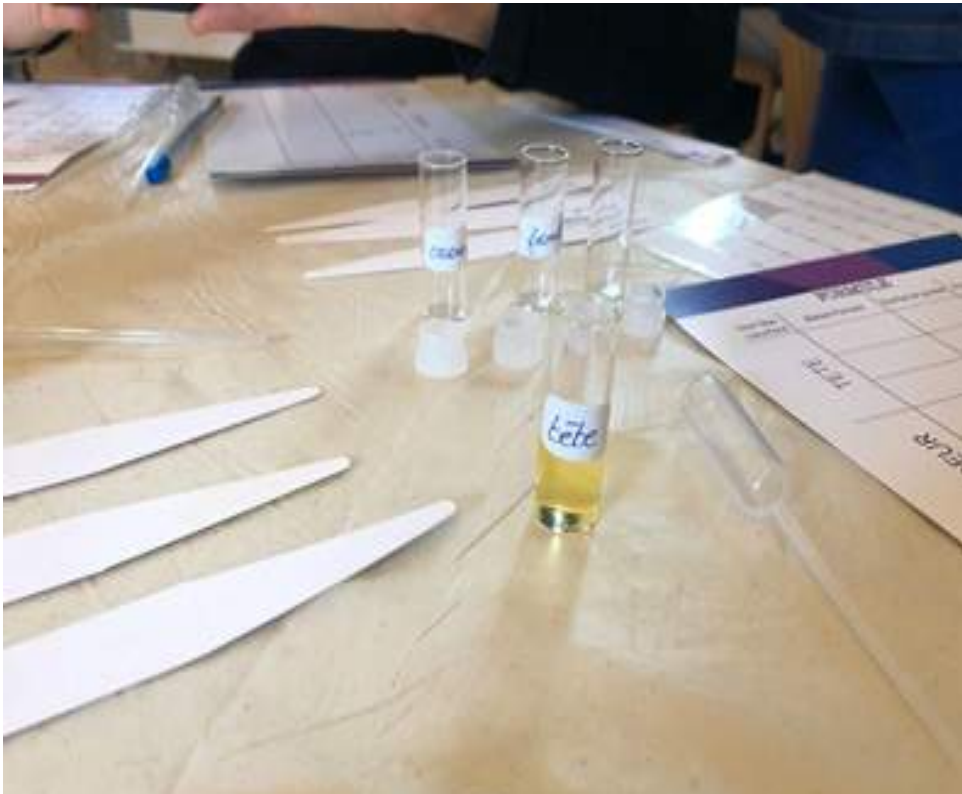
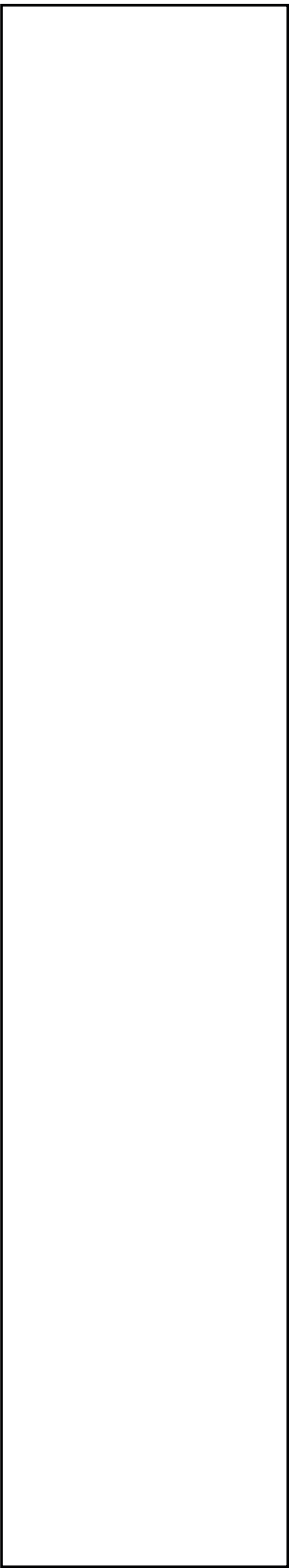
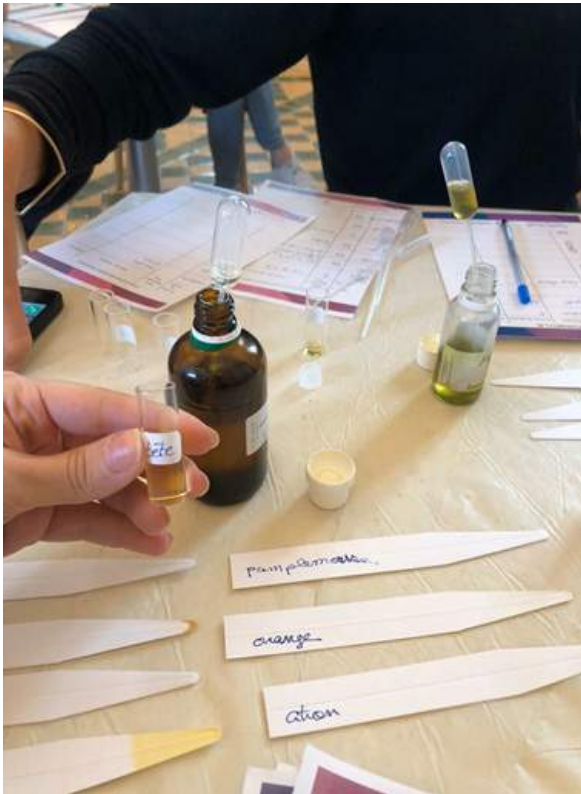
LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues



LE PARFUM : UN VORTEX VERS D'AUTRES DIMENSIONS

2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues



2.2 Le Parfum des notions intrinsèques perdues

Le Parfum a donc le pouvoir de combler le manque de sens, que ce soit dans un but médical thérapeutique ou dans un but artistique symbolique. Il peut aussi nous permettre de conserver qui nous sommes au moment présent à travers un Parfum que nous portons, ou à travers la création d'un Parfum sur mesure, et permet de sauvegarder cette personne du moment présent pour nous en souvenir quand on ressent ce Parfum.

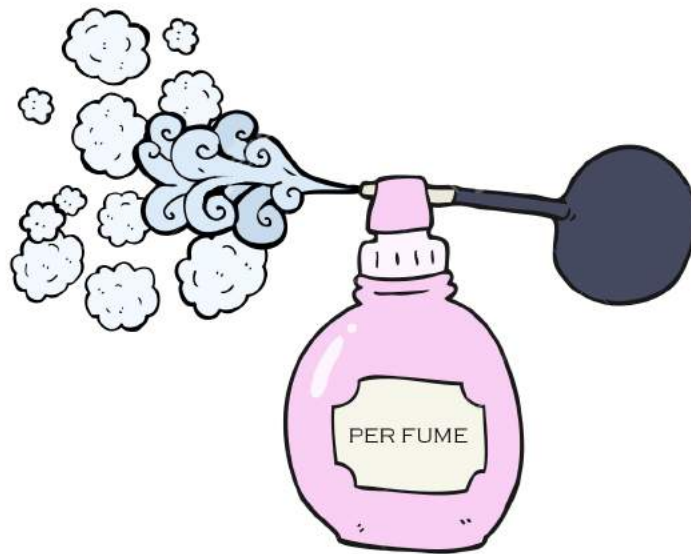
Voici comment le Parfum pourra ramener des notions qui nous sont intrinsèques, qui inhérents à notre personne, et pouvant nous manquer parfois. Nous avons déjà vu qu'on peut de même remplacer des objets ou des entités qui nous sont externes, une forme d'immortalisation à travers l'Art qu'est le Parfum.

A revenir sur les paroles de Hellen Keller, le Parfum est véritablement une forme incomparable de Magie..

PER FUME

PARTIE 3

3. LE PARFUM : UNE VIBRATION OMNISCIENTE



3.1 Le monde, une parfumerie

3.1 Le monde, une parfumerie

**“Sacrifier le nez, c’est s’interdire de comprendre le monde quand il se fait effluves, parfums et senteurs, c’est aussi se mutiler, amputer ses facultés avec l’ardeur de qui voudrait se paralyser, s’isoler, se maintenir à l’écart du réel.”
-Michel Onfray⁴²**

Comme Onfray l’explique, le parfum peut non seulement faire revivre des choses disparues, mais il peut aussi changer la façon avec laquelle on aperçoit le monde. Evidemment, un endroit qui sent “bon”, dont l’atmosphère présente une senteur agréable, devient plus attirant pour les personnes qui y entrent. On peut alors dire que le parfum est une sorte de verres de lunettes à travers lesquelles le monde apparaît différemment, mais en étant perceptiblement et visuellement le même. Dans le monde du travail artistique, ceci s’appelle “Design olfactif” ou “smell designing”. “Il s’agit tout simplement d’intégrer les odeurs aux lieux que l’on conçoit.”⁴³ Dit Victoria Henshaw, Professeur à l’Ecole d’Architecture de l’Université de Manchester.

Parfumer un espace permet de le rendre plus marquant, plus puissant, plus subjectif. Sans le sens de l’odorat nous permettant accès libre aux atmosphères odorantes, le monde serait beaucoup moins laid, mais aussi beaucoup moins beau! En effet, Une étude faite dans la boutique Carroll Crébillon à Nantes a montré que lors de la diffusion d’un parfum de lavande, la proportion de clients ayant visité la boutique et ayant fait des achats était de 40.4%, contre 28,1% sans la diffusion du parfum de lavande. De même, les clients passaient plus de temps dans la boutique et avaient plus tendance à sous-estimer le temps vraiment passé là-bas.⁴⁴

42 ONFRAY Michel, L’art de jouir, Paris, Le livre de Poche, p. 100, 1991

43 ROUX Martine, 2012, Les design et les odeurs Sources d’inspiration, oaq.com, [En Ligne], Disponible sur: < https://www.oaq.com/esquisses/archives_en_html/tendances_en_architecture/tout_le_restes/le_design_et_les_odeurs.html > (Consulté le 6 Décembre 2019)

44 DAUCE Bruno, La diffusion de senteurs d’ambiance dans un lieu commercial : intérêts et tests des effets sur le comportement, tel.archives-ouvertes.fr, [En Ligne], 15 juin 2011, Disponible sur: < <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00600735/document> > (Consulté le 6 Décembre 2019)

3.1 Le monde, une parfumerie

N'avez-vous jamais été attiré par le cinéma à cause de l'odeur de beurre de popcorn? Eh bien, cette odeur n'émane pas de la cuisson du maïs, mais bel et bien de vaporisateurs qui diffusent des molécules odorantes de 2-acétyl-thiazoline!⁴⁵

L'exemple le plus fidèle à la vraie importance de l'art olfactif reste "The Art of Scent" de Dilier Scofidio + Renfro pour le Museum of Art and Design à New York⁴⁶. Ces architectes ont voulu s'éloigner au maximum de l'aspect matériel du parfum, c'est à dire tous les détails que les adeptes de marketing étudient et manipulent: de la forme du flacon, jusqu'à la publicité du produit. Ceci car ces facteurs externes à la senteur en question peuvent parfois influencer la senteur elle-même, et même aller jusqu'à la définir: Par exemple, les notes de tête des parfums sont devenues de plus en plus importantes avec la commercialisation accrue des flacons de parfum puisque c'est le premier aperçu que le client a du parfum quand il l'essaie dans une boutique. Ceci est allé jusqu'à prendre des mesures disproportionnées, et ne permet plus à l'art des odeurs en elles-mêmes d'être la priorité première.

"The Art of Scent" dévêtit le parfum de tout cela pour arriver à l'isolation d'une senteur pure et sa présentation dans un musée. Mais comment est-ce qu'un lieu d'exposition peut-il présenter un art qui n'est pas visible? Au lieu de s'effrayer de la facette éphémère que présente le parfum, le projet se concentre sur cette facette et prouve qu'un espace blanc stérile, vide de toute intrusion visuelle ou auditive peut bel et bien devenir Art grâce aux parfums.

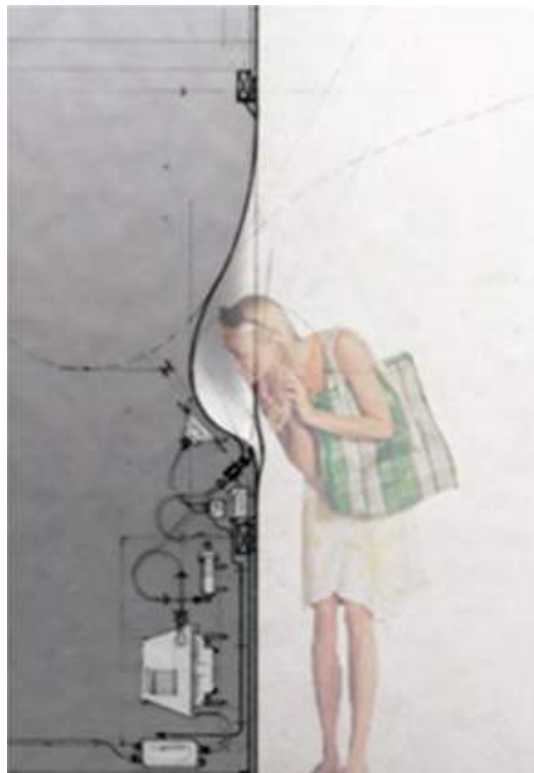
⁴⁵ GRILLET Louis, 2016, Design olfactif : quand la chimie nous mène par le bout du nez, sante.lefigaro.fr, [En Ligne], Disponible sur: < <http://sante.lefigaro.fr/actualite/2016/06/29/25156-design-olfactif-quand-chimie-nous-mene-par-bout-nez>> (Consulté le 6 décembre 2019)

⁴⁶ THE ART OF SCENT 1889-2012, [En Ligne], disponibilité et accès: < <https://dsrny.com/project/art-of-scent>> (Consulté le 6 décembre 2019)

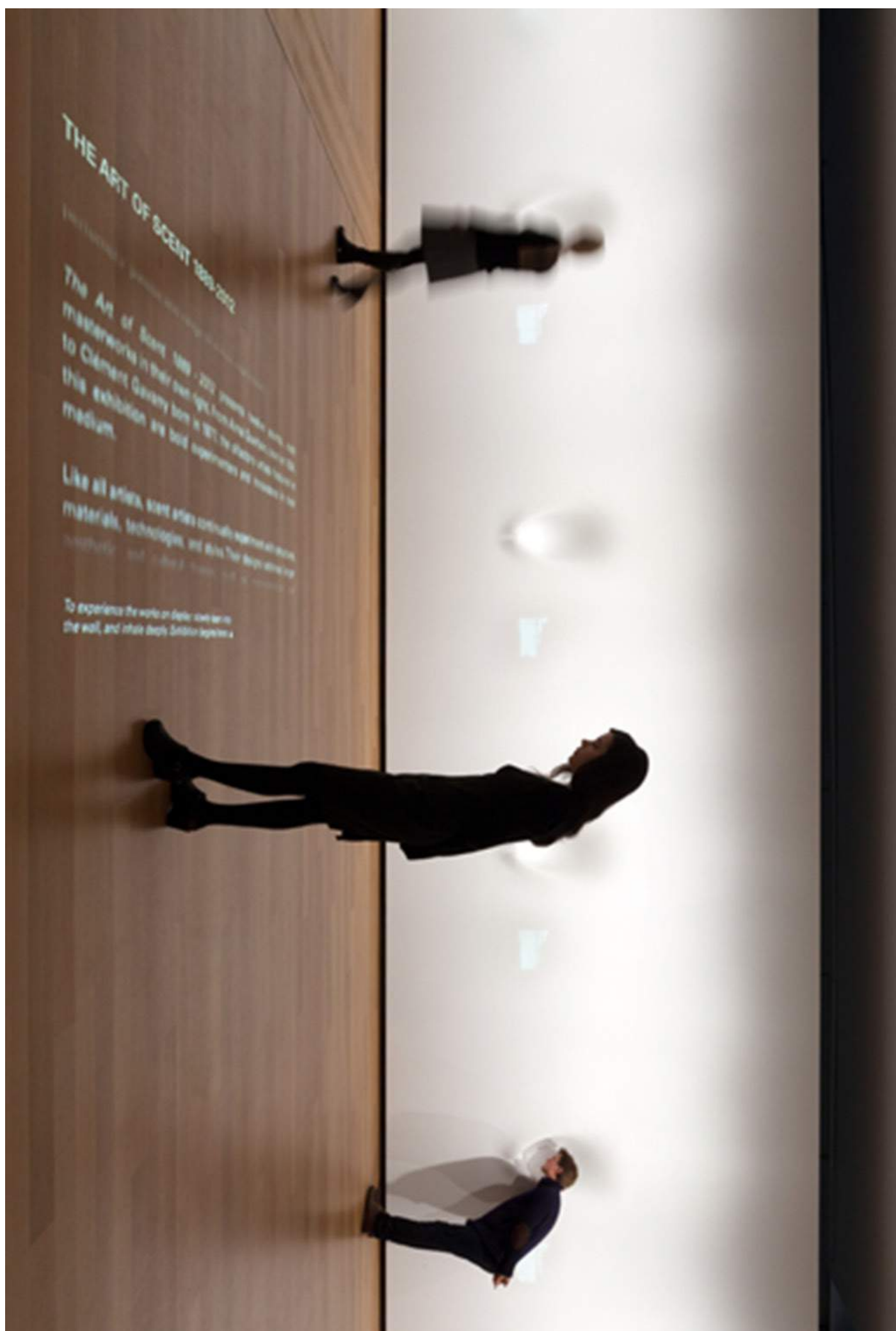
LE PARFUM : UNE VIBRATION OMNISCIENTE

3.1 Le monde, une parfumerie

Le projet est une exposition minimaliste dans tout le sens du terme et ne consiste qu'en 3 murs alignés dans une galerie presque vide avec de sorte de "fossettes" dans les murs, consistant en de petites courbures qui ne brisent pas ses lignes droites, et dont la concavité est juste assez large pour pouvoir contenir la tête d'un visiteur. Dès que ce dernier se penche vers la fossette, un pshit de parfum est vaporisé automatiquement et une fragrance est diffusée par un vaporisateur caché.



On peut voir la "fossette" creusée dans le mur, ou les visiteurs se penchent pour recevoir une bouffée de fragrance.



3.1 Le monde, une parfumerie

Les fragrances libérées ne contiennent pas de note de tête prédominante mais ressemblent plutôt à l'odeur présente dans le sillage d'une personne qui passe à côté. Le parfum est là à un moment, et puis ne l'est plus. De plus, pour mettre encore plus en emphase la caractéristique éphémère du parfum, les molécules odorantes vaporisées sont mises au point de façon à ne pas accrocher aux habits pour ne sentir que purement chaque odeur. Des textes explicatifs s'affichent de même brièvement sur les murs ou sur le sol pour comprendre de quoi il s'agit.

Les fragrances vaporisées sont des classiques du monde du parfum : Le fameux Chanel No.5 d'Ernest Beaux, Untitled de Daniela Andrier, Drakkar Noir de Pierre Wargnye etc. L'exposition commence par un parfum qui porte une grande symbolique: Jicky de Aimé Guerlain. Comme nous l'avons déjà dit, ce parfum est le premier parfum synthétique à avoir été conçu et commercialisé, et ceci prouve la vraie transformation du parfum en Art fabriqué par l'être humain!⁴⁷

Le parfum, à l'aide du design olfactif, peut donc remplir un espace vide en se faisant art et motif d'exposition. Un projet similaire à celui exposé ci-dessus prouve que le parfum peut non seulement remplir un espace vide, mais aussi changer un espace rempli!

⁴⁷ STAMP Jimmy, 16 Janvier 2013, The First Major Museum Show to Focus on Smell, Smithsonianmag.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-first-major-museum-show-to-focus-on-smell-1787124/>> (Consulté le 6 Décembre 2019)

3.1 Le monde, une parfumerie

Effectivement, nous pouvons voir cela dans la Gare Saint-Lazare à Paris! Cet endroit incongru pour une œuvre d'Art, olfactive en plus, n'en est que plus intéressant pour utiliser comme médium d'exposition. Robert Stadler, en alliance avec SNCF Gare et connexions, met au point ce dispositif à l'occasion de l'inauguration du Grand Musée du Parfum prévu le 22 décembre 2016. Intitulé "100% illusion", il offre 5 "cloches", à l'apparence rappelant un laboratoire fantaisiste, vaporisant différentes odeurs: Les premières 4 diffusent des parfums de camphre et coumarine, amyl vinyl carbinol et acétate de linalyle. La cinquième, plus imposante et au milieu de l'exposition, diffuse un alliage des 4 parfums précédents en une harmonie menant à une odeur globale de lavande!

Dans un entretien que fait le Designer il répond ainsi:

"Quel était l'intérêt, l'enjeu, la particularité du fait de travailler pour une gare ?"

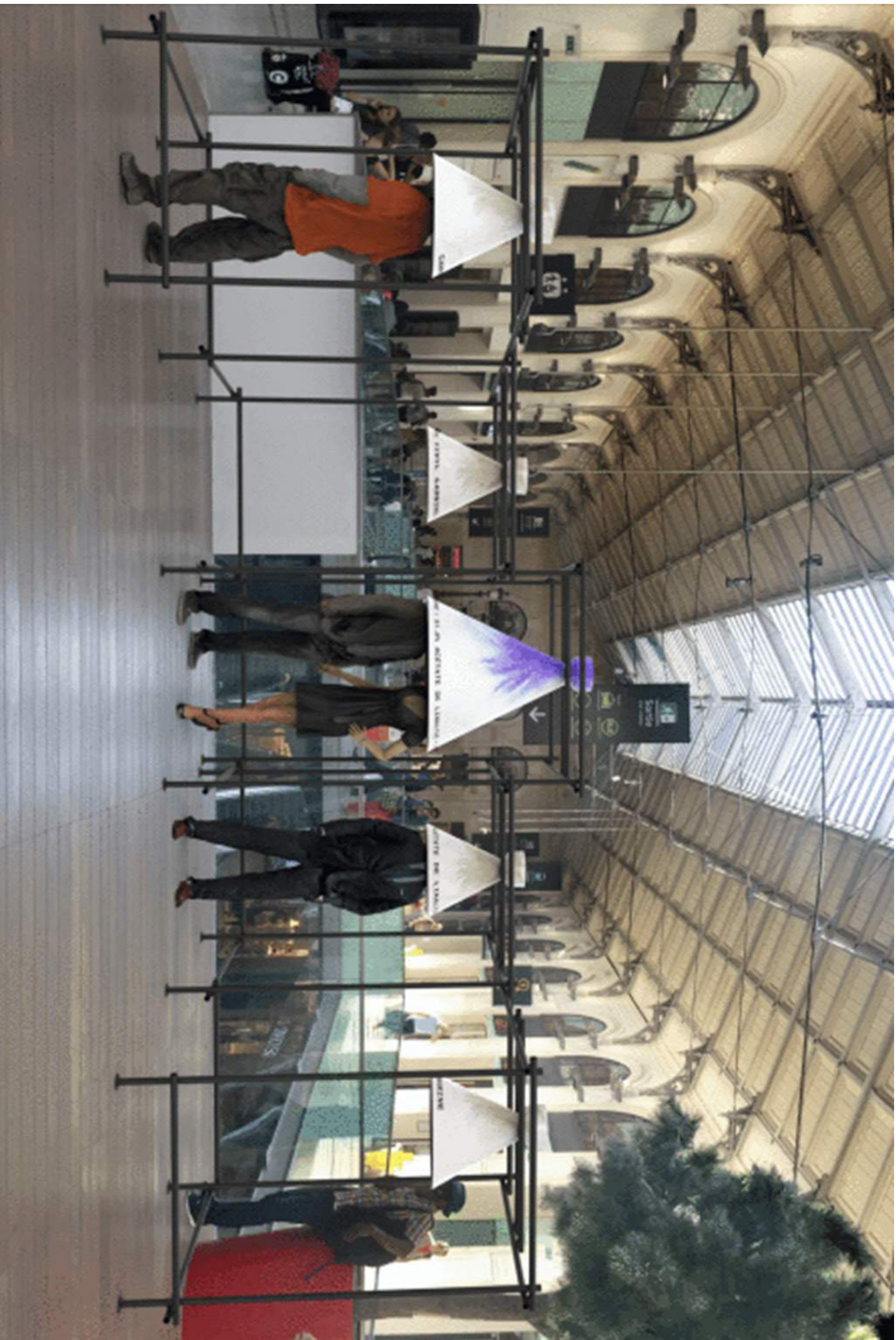
"Il y a un certain paradoxe qui existe entre l'idée du parfum et la réalité de la vie dans une gare. Le rêve, la subtilité, l'intimité versus le flux incessant de gens pressés, le niveau sonore, le stress etc. je voyais en cette apparente incompatibilité un défi stimulant." Robert Stadler

"Comment avez-vous décidé de faire face à ce défi ?"

"Le dispositif 100% ILLUSION propose aux gens de s'arrêter dans un lieu d'extrême passage afin de vivre une expérience contraire, donc forcément enrichissante, à l'attitude pragmatique que l'on adopte nécessairement dans une gare."⁴⁸ Robert Stadler

Robert Stadler expose ainsi la vraie essence du design olfactif: utiliser un médium spatial pour le transformer en œuvre d'Art grâce aux parfums! Il crée une cassure dans l'ambiance surpopulée tout en utilisant cette ambiance.

⁴⁸ Un dispositif olfactif sensoriel inédit en gare Saint Lazare, Garesetconnexions.sncf, [En Ligne], 25 Janvier 2017, Disponible sur: <<https://www.garesetconnexions.sncf/fr/journaliste/dispositif-olfactif-sensoriel-inedit-gare-saint-lazare>> (Consulté le 7 Décembre 2019)



3.1 Le monde, une parfumerie

“Scent [...] is integral to the design of a successful place”

Disent Shizuko Yoshikuni and Manuel Kuschnig à Rosie Flanagan dans un entretien à propos de leur entreprise AOIRO⁴⁹, studio de Design olfactif à Kreuzberg à Berlin en Allemagne. Croyant fermement qu'un parfum peut définir l'identité d'un espace, le couple a pour mission de créer un parfum qu'ils appellent “logo olfactif” qui exprime émotionnellement la philosophie et les valeurs de l'endroits ainsi que de sa fonction. D'après eux, cette identité olfactive est de la même importance que l'identité visuelle d'un endroit, elle permet de communiquer à travers le sens de l'odorat le message émotif que veut donner l'endroit. Ils ont mis au point des parfums spécifiques pour cerner les identités d'endroits célèbres comme les boutiques de Cartier et la Design Biennale Interieur à Kortrijk.

Pour Yoshikuni et Kuschnig, le parfum d'un endroit est sa facette émotionnelle, comme un adjectif qui caractérise un individu, et, en synergie avec les autres facettes de l'identité de l'endroit, comme son aspect visuel, sa lumière, ses couleurs etc., il forme une identité complète spécifique à l'endroit.⁵⁰



Dispositif de vaporisation de fragrance de AOIRO (à gauche) et mise au points de senteurs spécifiques (à droite).

49 AOIRO, [En Ligne], Disponibilité et accès: <<http://www.aoiroair.com/#aoiro-airdesign-x>> (Consulté le 7 décembre 2019)

50 FLANAGAN Rosie, Meet AOIRO, Artists Of Air And Atmosphere, Ignant.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.ignant.com/2019/10/30/meet-aoiro-artists-of-air-and-atmosphere/>> (Consulté le 7 Décembre 2019)



3.1 Le monde, une parfumerie

C'est ainsi que le parfum a le pouvoir de donner une identité à un endroit, devenir lui-même partie du décor et peut même arborer la même importance que l'aspect visuel d'un espace. Qu'il soit utilisé seul dans un espace visuellement vide, ou qu'il soit mit dans un cadre ayant déjà son identité spécifique et fonctionnelle, il ajoute toujours et change l'identité d'un endroit.

3.1 Le monde, une parfumerie

Quand je me rappelle de mon pays natal, le Liban, je ne peux que me rappeler de l'odeur très distincte de Starbucks. Tout les matins de mes jours universitaires, je passais à Starbucks pour boire un café chaud et l'odeur de café fraîchement moulu me remplissait les narines.. Après avoir pris cette habitude, j'ai voulu visiter Starbucks dans d'autres pays, et, à ma grande surprise la même odeur de café se trouvait dans chaque Starbucks que ce soit au Liban, en France ou en Italie!

3.2 Parfumer les blessures

3.2 Parfumer les blessures

“Il n’y a pas de maladies, mais des hommes malades, et ces hommes sont intégrés dans un univers qui, de même qu’il participe à leur malheur, doit aussi prendre sa part dans la guérison ; ils doivent être soignés dans leur totalité, corps et âme et, même si la nature peut et doit venir à leur aide, c’est bien souvent dans leur propre sagesse, leur modération, leur maîtrise d’eux-mêmes, qu’ils trouveront les forces qui soutiendront le processus de guérison”

- Hildegarde de Bingen⁵¹

Un autre grand pouvoir que les parfums ont, loin de l’aspect commercial déjà discuté, est le pouvoir de thérapeutique: ici naît le concept d’olfactothérapie, la thérapie grâce aux parfums de huiles essentielles. D’après les laboratoires DEVA, spécialistes en production d’huiles essentielles naturelles, “C’est une méthode psycho-énergétique qui utilise les odeurs de certaines huiles essentielles pour aider chacun à se libérer de blocages liés au passé et à retrouver un équilibre psycho-émotionnel dans la vie présente “. ⁵²

⁵¹ DE BINGEN Hildegarde, Les causes et les remèdes, Traduction du latin et présentation de Pierre MONAT , Grenoble, J.Millon, 1997, p.283

⁵² DEVA Emotions, Disponibilité et accès : <<https://www.deva-lesemotions.com/specialiste-des-emotions/olfactotherapie>> (Consulté le 8 Décembre 2019)

3.2 Parfumer les blessures

A la question **“Comment un parfum pourrait-il bien aider et guérir ?”**

Pauline Dumail répond (Annexe 1):

“Ici on va au-delà du souvenir, on arrive au thérapeutique. Déjà on peut dire que choisir une senteur, une odeur qui nous fait rappeler des souvenirs agréables, c'est déjà une forme de thérapeutique. Ensuite on peut parler de l'olfactothérapie. L'olfactothérapie est une science moins personnelle, moins liée à l'histoire olfactive de la personne, mais qui est plus dans l'énergie et dans la fréquence électromagnétique qui émane d'un parfum. Et là, pour que ça soit plus puissant, plus efficace, il faut utiliser des choses naturelles, des essences naturelles alors que dans un parfum on a du naturel et de la synthèse. Pour faire de la thérapie, il faut absolument utiliser du naturel, des huiles essentielles, des absolus, des choses issues de la terre et de la nature. C'est grâce au fait que dans une huile essentielle, vous avez le totem et l'âme de la plante, l'énergie de la plante, alors que dans des produits de synthèse, c'est mort, c'est du pétrole, c'est artificiel. [...]”

En fait l'olfactothérapie se base sur la relation intime que les parfums ont avec la mémoire: il s'agit de faire revivre à la personne son passé qui, à cause d'une quelconque expérience personnelle ou événement traumatisant, aurait son psyché perturbé. Quand le passé est pathologique, les symptômes apparaissent dans le présent. Les parfums des huiles essentielles donnent accès aux souvenirs perturbateurs et permettent leur pacification et leur dépassement psychologique en faisant un bypass de l'aspect mental du souvenir. En effet, Comme on l'a vu, le parfum évoque directement l'aspect émotionnel d'un souvenir, pour ensuite le mettre en conscience et le rationaliser. l'individu pourra ainsi mieux gérer l'événement passé qui ne sera plus élément disruptif!⁵³

⁵³ OLFACTOTHERAPIE, Disponibilité et accès sur: < <https://www.olfactotherapie.com/accueil/l-olfactoth%C3%A9rapie/>> (Consulté le 8 Décembre 2019)

3.2 Parfumer les blessures

Plusieurs études ont été faites et ont prouvé les qualités curatives des parfums des huiles essentielles naturelles à base de plantes. En effet, une étude a montré le pouvoir relaxant du parfum de l'huile essentielle de Marjolaine. 18 personnes ont senti la fragrance pour une dizaine de minutes et, grâce aux études faites sur certains paramètres biologiques, on a remarqué une relaxation de tout les participants! Une autre étude a comparé l'effet du parfum d'huile essentielle de Lavande à celui d'un placebo chez 22 personnes. Une mesure du cortisol salivaire a ensuite été faite sachant que le cortisol est une hormone de stress. une diminution du taux de cortisol salivaire a été enregistrée ce qui prouve l'effet anti-stress du parfum de l'huile essentielle utilisée. Des études électroencéphalographiques, c'est-à-dire des ondes électriques du cerveau, a montré qu'on a une réduction des ondes alpha-1 qui sont associées à une perception augmentée du calme. De même, on remarque un accroissement des ondes beta qui sont existantes en état de concentration et d'attention dans la résolution de problèmes.⁵⁴



Lavande (à gauche) et Marjolaine (à droite) dont les huiles essentielles ont été utilisés pour prouver l'efficacité de l'olfactothérapie.

⁵⁴ L'olfactothérapie les supers-pouvoirs de l'odorat, Arkopharma.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.arkopharma.com/fr-FR/olfactotherapie-les-supers-pouvoirs-de-lodorat>> (Consulté le 9 Décembre 2019)

3.2 Parfumer les blessures

Le parfum a donc des pouvoirs multiples, dans des domaines totalement différents. Ces pouvoirs dépassent l'intuition première selon laquelle un parfum ne peut être que parure. Grâce au design olfactif, Il peut changer un espace, le décorer, le définir mais aussi lui donner une identité, une sorte de signature olfactive. Il peut de même agir en tant que traitement, que cure pour un malaise psychologique et protéger le bien-être et la stabilité mentale. Il est donc en quelque sorte omniscient!

3.3 Moi : une cartographie de parfums

3.3 Moi : une cartographie de parfums

3.3 Moi : une cartographie de parfums

CONCLUSION

Revenant au début du fil de mes pensées, le but ultime en était de résoudre l'interrogation sur la nature du lien entre le parfum et le monde tangible, externe, aussi bien que son lien avec le monde interne, subjectif et éphémère. Ce parcours de curiosité ne s'arrêtant pas là, j'ai entamé un approfondissement me lançant à la découverte de la complexité du dialogue psychologique qui existe entre le parfum et la mémoire.

Comme les maintes recherches historiques, scientifiques, artistiques et psychologiques le montrent, le parfum rentre en lien avec l'organisme par de multiples méthodes et aspects, qui, ne se tarissant jamais, touchent profondément l'être et l'intellect. A composition volatile et moléculaire, le parfum maintient un rôle matériel et immatériel, et touche l'Homme dans son cerveau aussi bien que dans son âme. Ce produit, répondant exclusivement à un de nos cinq sens primitifs, raconte sa propre histoire à travers l'Histoire, en se modelant et se remodelant selon les replis complexes que cette dernière présente, sans jamais disparaître complètement ou paraître plus qu'il ne le fait dans notre période contemporaine. Entre état particulier et carrefour temporel, ce conte d'odorat et d'esthétique nous emmène dans un voyage trépidant de compréhensions nouvelles.

Puisque le parfum rentre en relation intime avec l'individu, ne peut-il pas alors devenir une plateforme de renouveau d'événements passés, disparus dans le néant du temps ? Rien est impossible vu que notre questionnement tourne autour d'un produit dont l'effet est presque suprême, presque magique.

CONCLUSION

Non seulement nous rappelle-t-il des objets disparus, des endroits délaissés ou des personnes oubliées, il permet aussi à des émotions de refaire surface, notamment celles qui nous transportent dans un passé lointain, vers lequel nous ne tournons plus le regard que sous la pression d'un interrupteur déclencheur. Ce renouvellement va même jusqu'à la création de concepts jusque-là inexpérimentés, nous permettant de savourer des goûts non ressentis auparavant, de voir des images encore non contemplées, et de se laisser aller aux vagabondages de sons non encore écoutés.

Quel est alors l'intérêt humain de tout cette beauté entremêlée, si proche de la constitution de l'Homme ? Eh bien, le monde porte en ses recoins une vérité absolue, que nous ne pouvons qu'essayer de poursuivre.. Mais une chose est sûre, son parfum en parle grandement. Plus encore, ce murmure à nos narines ne se fait pas seulement qu'écouter stoïquement, notre organisme lui répond : le parfum devient guérisseur de nos maux et malheurs ; son utilité grandissante dans le monde de la thérapie en témoigne.

C'est ainsi que l'importance du parfum et le pouvoir de son arsenal se fait de plus en plus évident et clair à nos yeux ; ils entretiennent un feu avide de savoir et de compréhensions. Les souvenirs de mon enfance, une cartographie minutieuse de mes aventures incarnées en des desseins, reflètent une infime portion de la puissance relative qu'a le parfum. La beauté et l'esthétique qui réside dans le monde de l'odeur nous renvoie sur un nouveau chemin du design olfactif.

CONCLUSION

Une décoration d'odeurs, une toile de parfums ou un chef d'œuvre de senteurs, le futur semble rempli d'innovations dans le design olfactif... Ce n'est toutefois que récemment que le monde commence à comprendre le parfum dans toute l'ampleur de son art. Peut-être que le parfum cache-t-il précieusement ses secrets de peur que nous, n'étant pas encore "prêts", ne puissions les comprendre ? Sa magie découle-t-elle peut-être de son aspect mystérieux, de sa partie qui reste dans l'ombre ? ou bien est-ce nous qui n'avons pas encore assez ouvert les yeux pour voir ce monde dans toute sa splendeur ?

Annexe 1 : Entretien avec Pauline Dumail, aromathérapeute et experte en parfum:

L'aromathérapie n'est pas un domaine très connu. Pouvez-vous nous l'expliquer?

“L'aromathérapie c'est différent du monde des parfums. Arôme et thérapie. Ça sert à soigner. C'est une alternative à la médication chimique de synthèse mais ça reste de la chimie naturelle. Ce n'est pas de la médecine douce, c'est une médecine grosse avec des huiles essentielles (HE) avec un concentré de molécules. Donc on a le côté soin, côté médication. C'est vraiment se soigner avec les huiles. Ca c'est l'aspect physique et chimique.

On peut également traiter les choses plus subtils, on va dire les bobos de l'âme, on va utiliser l'olfactothérapie. On ne va donc pas utiliser les molécules chimiques des huiles car on ne va pas l'inoculer, ni les mettre sur la peau mais on va être en contact très subtil avec par le sens de l'olfaction. La fréquence électromagnétique (EM) des HE est utilisée : elles vibrent. Elle vient vibrer contre les cils olfactifs et c'est cela qui fait qu'on sent. C'est la même chose qu'une couleur qui vibre contre la rétine ou bien un son qui vibre contre le tympan. Et du coup en olfactothérapie on travaille plus sur la fréquence EM de la personne en essayant de créer une harmonie de vibrations en lui faisant sentir les HE. Ceci pour apaiser les côtés difficiles pour donner aux côtés positifs un aspect plus prédominant.”

ANNEXES

Comment avez-vous choisi de vous lancer dans cet itinéraire ?

“C’est un long chemin. J’ai commencé en 2008. Je ne trouvais pas ma place dans la grande entreprise où je travaillais. Ça manquait de sens. J’ai alors décidé de me lancer. Au départ j’avais un profit d’école de commerce et j’avais une expérience dans les cosmétiques et ça me plaisait. Donc je me suis lancé dedans : j’ai créé un site de vente en ligne qui s’appelle liste.com . Je vendais des produits cosmétiques bios, des huiles essentielles et des fleurs de Bach. C’est tout naturellement que je me suis tournée vers mes fournisseurs d’HE et de fleurs de Bach et je me suis formée avec eux. J’ai appris avec eux d’abord, notamment avec le laboratoire florame. Il y avait une pharmacienne Valérie qui formait les distributeurs à l’aromathérapie. En parallèle de ça, j’ai commencé à écrire un roman qui s’appelle: la vie est un parfum, respirez-la. Si vous prenez le livre sur mon site, avec mon amie d’enfance, on a créé 4 parfums des 4 personnages principaux sur des marques pages. Au départ mon intention n’était pas d’écrire un livre: j’ai écrit une scène qui était une rencontre avec une femme dans un métro au mois de juillet caniculaire et il faisait très chaud. Elle est arrivée dans le métro où il y avait trop de gens. Elle s’est mise devant moi, s’est faite une place pour elle et a sorti un petit éventail car il faisait très chaud. Puis son parfum est arrivé à mes narines et j’ai éternué. Plus elle faisait du vent, plus j’entendais les gens éternuer dans le wagon et j’ai compris que c’était à cause de son parfum. Ça ma fait beaucoup rire et donc j’ai écrit la scène car depuis que je suis enfant j’aime écrire. J’ai envoyé à des amis, des proches et ça a dormi dans un tiroir quelques années. 2 3 ans plus tard, au moment où je me suis lancé dans l’entrepreneuriat, j’ai tiré le fil et j’ai continué l’histoire. J’ai écrit une histoire sur les parfums évidemment. Au bout de 70 pages je me trouvais bloqué puisque je ne connaissais rien au parfum. En fait, tout ce cheminement là était des allers-retours entre mon monde de l’écriture, de la fiction et le monde réel qui venait nourrir mon monde.

ANNEXES

Et donc à cette époque-la je me suis dit que j'allais me reconstituer dans des grandes sociétés mais dans le monde des parfums avec un poste d'acheteuse car le marketing c'est trop superficiel, je voulais rentrer en profondeur dans l'ingrédient. Mais je n'ai pas trouvé, personne ne voulait de moi car je n'avais pas d'expérience, je n'y connaissais rien au parfum. Et du coup je me suis lancé sur mon compte. Il y a eu d'abord l'aromathérapie. Je ne faisais pas encore tout à fait lien avec les parfums et en 2011, j'ai découvert l'olfactothérapie. Là j'ai rencontré Valérie qui m'a beaucoup aidé à comprendre les parfums, les molécules chimiques et tout. En parallèle de ça le livre a mis 10 ans à s'écrire et y a eu cette rencontre avec l'olfactothérapie, avec Valérie puis avec des gens du terroir car je voulais travailler dans la matière première des produits et là j'ai rencontré 3 personnes-clés pour mon histoire. Olivier Vera qui a créé une ONG qui promeut la biodiversité dans les pays du sud. En gros des sourceurs éthiques en faisant en sorte qu'il y ait des débouchés corrects pour les femmes en local. et ils trouvent des débouchés dans les pays du nord sur tout ce qui est filière de parfums et plantes à cosmétiques. Deuxième rencontre était avec Paul Co qui est distillateur de HE en France qui a vu ma démarche en ligne sur linked in et m'a contacté et puis on a passé des heures au téléphone car il voulait absolument que je parle de la corse dans mon livre et j'ai alors ajouté la corse dans mon livre. La troisième personne est Berte Candel avec la même démarche sur linked in qui est mr. Lavande en France CRIEPPAM : centre de recherches de parfums et plantes médicinales. On s'est vu et il m'a montré les distilleries puis on a passé des heures à discuter."

ANNEXES

Que pensez-vous de la relation, si elle existe, du parfum et des souvenirs?

“Elle est énorme. C'est la fameuse madeleine de Proust. C'est la même chose car le goût c'est en fait de la retro-olfaction. Donc c'est le même chemin neuronal, et en fait l'odeur se trouve dans la partie limbique du cerveau, la partie émotionnelle, et en fait, c'est la partie la plus archaïque. Quand vous écoutez de la musique par exemple, elle aussi a une émotion. Mais d'abord vous allez identifier le moment, par exemple la musique où vous avez rencontré votre homme. Vous allez d'abord identifier ce moment-là et vous allez ensuite sentir l'émotion qui y est associée. L'odeur c'est le chemin inverse. Vous avez d'abord l'émotion et ensuite vous aurez un souvenir il vous est accessible, vous allez trouver pourquoi vous aimez cette odeur. En fait pouvez ne pas trouver pourquoi pas parce que l'odorat se développe dans le ventre de la maman Et donc c'est pour cela qu'il y a des odeurs qu'on aime, on ne sait pas pourquoi et des odeurs qu'on n'aime pas, on ne sait pas pourquoi. Justement car on est dans l'émotionnel et pas dans l'analytique. Ca se passe en un millième de seconde mais le chemin n'est pas tout à fait le même. D'abord avec la musique vous vous rappelez le souvenir, et c'est le fait de se rappeler le souvenir qui fait le lien avec la partie émotionnelle du cerveau. Avec l'odeur, c'est d'abord dans l'émotion sans forcément se souvenir de ce que c'est. Ca peut vous mettre dans un état... ah! C'est ce dont parlez Proust avec sa madeleine : ca vous met dans un état ah! Et puis il se souvient c'est quoi; d'abord il y a l'émotion puis on se souvient c'est quoi. C'est très puissant donc pour se rappeler le souvenir et d'ailleurs on l'utilise aujourd'hui en thérapeutique pour les malades d'Alzheimer. C'est le premier sens que les Alzheimer perdent. Et ensuite on utilise les odeurs pour faire travailler leur mémoire.”

ANNEXES

J'ai inclus Givaudan dans mes recherche, une marque de parfum qui fabrique des odeurs selon le passé de chacun pour qu'il se rappelle ce passé

“En fait c'est une gigantesque industrie qui siège en suisse et a des bases en France. C'est la marque derrière les plus grands noms de parfum qu'on connaît. En tout cas derrière tout le parfum avec des noms de marque, c'est des gens comme ça qui sont derrière et qui ne sont pas connus par le grand public. Givaudan est un peu plus connu pour ces sortes de démarches qu'ils font dans les hôpitaux etc. Mais c'est vrai qu'avec un parfum on pourrait travailler avec plein de choses. On pourrait même travailler avec des enfants à l'école PR faire travailler leur mémoire. Il faut du financement mais je suis sûre qu'il y a quelque chose à faire pour figer la mémoire, pour créer un ancrage: s'ils associent une date ou un événement d'histoire à une odeur c'est beaucoup plus facile de la retrouver”

Est-ce que vous trouvez qu'il y a une différence entre parfum et odeur ?

“Oui. Un parfum est sensé avoir une certaine harmonie, un équilibre, même si on n'aime pas mais il y a quand même une recherche, une odeur peut être pas agréable du tout.”

Dans votre atelier « Un voyage olfactif », chaque participant crée son propre parfum sur mesure, selon ses goûts et ses besoins. Pouvez-vous développer la notion d'« un parfum sur mesure » ?

“Un parfum sur mesure, par définition c'est un parfum que vous avez créé, même si j'étais là pour vous accompagner. en plus c'est un parfum qui correspond à votre identité, qui vous étiez quand vous l'avez créé. à l'identité de la personne”

ANNEXES

Comment un parfum pourrait-il bien aider et guérir ?

“Ici on va au-delà du souvenir, on arrive au thérapeutique. Déjà on peut dire que choisir une senteur, une odeur qui nous fait rappeler des souvenirs agréables, c'est déjà une forme de thérapeutique. Ensuite on peut parler de l'olfactothérapie. L'olfactothérapie est une science moins personnelle, moins liée à l'histoire olfactive de la personne, mais qui est plus dans l'énergie et dans la fréquence électromagnétique qui émane d'un parfum. Et là, pour que ca soit plus puissant, plus efficace, il faut utiliser des choses naturelles, des essences naturelles alors que dans un parfum on a du naturel et de la synthèse. Pour faire de la thérapie, il faut absolument utiliser du naturel, des huiles essentielles, des absolus, des choses issues de la terre et de la nature. C'est grâce au fait que dans une huile essentielle, vous avez le totem et l'âme de la plante, l'énergie de la plante, alors que dans des produits de synthèse, c'est mort, c'est du pétrole, c'est artificiel. Mais aussi, je ne dis pas que ce n'est pas bien, les produits de synthèse permettent de faire des parfums qui sont évolués, beaucoup plus fins. Ils permettent d'avoir une stabilité dans le temps, de produire des parfums à grande échelle, de produire un même jus avec la même odeur. Le problème avec les huiles essentielles ça peut différer en tant qu'odeur d'une huile à l'autre, si l'ensoleillement de la plante est différent, ça peut changer d'une distillation à l'autre. Donc c'est un peu compliqué d'avoir la même odeur avec une huile essentielle, alors qu'avec les molécules de synthèse, on est assuré de l'avoir.”

ANNEXES

Existe-t-il des fragrances ou arômes de base présente dans tous les parfums thérapeutiques ?

“Non je ne crois pas, il n'y a pas de pré-requis, ça dépend de la personne.”

Pensez-vous qu'un parfum peut décrire ou définir l'identité d'un individu ou un endroit ?

“Il peut la définir mais dans sa zone d'expression. C'est-à-dire que il peut définir un individu comme des couleurs, comme de la musique, comme un agencement; il va participer à définir un individu mais dans son spectre à lui, le spectre des parfums. Bien sûr qu'il peut faire ça, il y a des maisons de parfums qui misent sur ça, qui créent une signature olfactive et c'est très fort comme ancrage. Quand vous vous imprégnez d'un parfum de signature, et on le ressent, on le voit tout de suite: Ah oui, c'est telle société ou telle marque ou telle vêtement.

Selon-vous, parfumer un endroit avec un parfum précis influencerait la façon dont on le perçoit ?

“ Oui, complètement. Il y a des Blind tests qui ont été fait. On a mis des personnes dans un endroit avec des rats crevés, c'était sale et pas beau, et ils bandaient les yeux des gens et leur mettaient des odeurs agréables d'agrumes et ils décrivaient des endroits très propres très beau. L'inverse a aussi été fait avec des odeurs pas agréables et les sujets décrivaient des endroits pas beaux du tout. Et il y a des tests qui ont été fait dans le métro avec la perception de l'hygiène des gens avec des odeurs agréables, sans odeurs ou avec de mauvaises odeurs. L'odeur a agit fortement sur la perception que les gens avaient sur la propreté.

ANNEXES

Pouvez-vous nous raconter une expérience, en lien avec votre vocation, qui vous tient à cœur ?

“Je vais vous lire un article: “Un parfum de libellule”.

Il y a des envies comme des appels impérieux et irrésistibles.

Aujourd'hui, c'est l'huile essentielle d'herbe des rois qui m'appelle. Cette plante endémique de Madagascar de la famille des Astéracées porte le long de ses tiges des feuilles formant des ailes. Elle pousse dans les zones peu humides et fleurit à la saison sèche. Ce sont les parties aériennes qui sont distillées. Son arôme est d'une rare intensité. Presqu'aussi puissante dans sa profondeur qu'une résine, son odeur d'un fruit légèrement trop mûr donne la sensation d'une grosse sphère qui entre au niveau du nombril, et remonte, comme une bulle de champagne, jusqu'à la gorge. Utilisée par les guérisseurs pour éloigner le mauvais sort, c'est une plante sacrée.

Mais l'appel que je ressens depuis quelques jours est déconnecté de cette analyse. J'ai juste envie de plonger mon nez dedans, et de créer un parfum en partant d'elle. J'ai bien une petite idée de à quoi et à qui il pourrait servir, mais peu importe. La création lorsqu'elle jaillit, est dénuée d'objectif. Elle ne se matérialise dans sa plus pure expression que lorsqu'elle fait écho à un appel intérieur. C'est là qu'elle trouve sa beauté et sa quintessence. Elle peut être inspirée par une idée, un projet, une personne, une vibration, mais si elle est mue par l'objectif de répondre à une commande, de plaire à quelqu'un, alors elle devient prisonnière d'un cadre qui la fait passer du statut d'art à celui d'artisanat. C'est la projection de ce qu'elle pourrait être dans le futur qui lui fait perdre son intensité, sa profondeur et son audace. Qui redonne au mental la place prépondérante qu'il a dans nos quotidiens, et qu'il perd dans le geste créateur pur, dénué de peur.

ANNEXES

Le geste créateur qui met l'artiste face à lui-même, sans se préoccuper du regard de l'autre. Plus tard, lorsque son œuvre, peinture, écriture, musique, parfum et bien d'autres encore, sera exposée à son public, elle cessera de lui appartenir, et trouvera l'écrin de sa propre existence à travers la farandole d'émotions qu'elle générera auprès de ceux qui la côtoieront.

Avec quoi vais-je habiller cette herbe des rois ? Besoin de lâcher le mental. Une méditation ? dans mon jardin ? non, besoin de donner un peu de mouvement à mon corps, et de m'éloigner des bruits de tondeuses des voisins. Une ballade au bord de la rivière qui coule derrière chez moi.

Me voici partie, la touche olfactive au nez, les oreilles en quête des bruits de la nature, les yeux à l'affût des orties. A la recherche de l'endroit où je vais m'installer en méditation. Un premier endroit où le bruit de l'eau qui coule m'appelle. Mais le béton au-dessus de la rivière me repousse. Un deuxième endroit, un peu plus loin sur le chemin, en contre-bas, au niveau de l'eau, semble bien agréable, mais la terre est trop humide pour s'y asseoir. ça y est, je l'ai trouvé. un petit coin épargné par les orties, moelleux, accueillant. oui, c'est là. Je m'apprête à fermer les yeux, lorsque je découvre que je viens de m'installer sur spot... à libellules... et à papillons. mon cœur pétille et mes yeux, au lieu de se fermer, s'ouvrent en grand. Elles sont d'un bleu qui me transperce de bonheur par son intensité. Plus profond que le turquoise, presque fluorescent tellement il est lumineux, ce bleu est tout simplement joyeux. elles dansent au-dessus de l'eau. Alors je ferme les yeux un instant, et j'essaie d'imaginer quelles essences pourraient s'assembler avec l'herbe des rois, sur cette vibration de bleu de fée des bois. Puis je rouvre les yeux, et me retrouve nez à nez avec un papillon orange. J'ai la sensation que je ne suis pas seule aujourd'hui.

ANNEXES

3 essences me viennent, que je garde secrètes pour l'instant. Secrets d'alchimiste...

Je ferme les yeux à nouveau. Un bruit étrange me les fait rouvrir. C'est une poule d'eau, toute noire, avec un bec orange qui pète, et ses 4 petits, qui se promènent avec nonchalance.

Je regarde à nouveau ces si belles libellules et les papillons. Que c'est bon d'être vivante.

Après un long moment, je me lève et m'apprête à entamer le chemin du retour. Une cinquantaine de mètres, un coup d'œil à la rivière et... oh ! la libellule étincelante m'a suivie, et... le papillon orange aussi !! Je souris, décidément, je ne suis vraiment pas seule aujourd'hui. Je continue. Tout le retour, jusqu'au bout de la rivière, va être agrémenté de vols bleus et oranges qui sont comme des grelots et me disent « coucou, on est là ».

Stop et sourire au moment de quitter la rivière. Rejoindre le chemin qui me rapproche de chez moi, et en bordure, encore le papillon orange !

Quelle belle escapade ! Le mot qui me vient est MERCI !

Partie avec l'herbe des rois, me voici à présent avec 4 essences à assembler. Je sais par expérience que d'autres viendront accessoiriser cette symphonie, en laissant le temps au temps. Mais pour l'instant, un jeu de gouttes à gouttes délicieux m'attend.

ANNEXES

Annexe 2 : Atelier de “Création de parfum” donné par Pauline Dumail en septembre 2019 à l'Abbaye de Maubuisson à Paris

Avec l'aide de Pauline Dumail, et après mise à notre disposition de plusieurs huiles essentielles, chacun des participants a créé 3 flacons: un pour la note de tête, un pour la note de cœur, et un pour la note de fond. Chaque flacon contient un nombre de gouttes précis de huiles essentielles d'aromes différents. Puis dans un quatrième flacon, pour obtenir la formule finale, et en procédant de la même façon, on met un nombre précis de gouttes de notes de tête, de cœur et de fond.

NOTES DE	HUILE ESSENTIELLE	NOMBRE DE GOUTTES
TETE	Citron	5
	Orange	10
	Pamplemousse	11
	Mandarine	3
COEUR	Sauge	1
	Petit grain	2
	Benjoin	45
	Génévrier	11
	Ylang-Ylang	3
FOND	Cèdre de Virginie	1

PER FUME

ANNEXES

Après un calcul méticuleux, la formule finale du Parfum que j'ai créé est:

Benjoin	34% 1,7mL
Pamplemousse	18% 0.9mL
Cèdre de Virginie	5% 0.2mL
Petit grain	2% 0.1mL
Citron	8% 0.4mL
Sauge	2 Gouttes
Mandarine	5% 0.2mL
Ylang-Ylang	2% 0.1mL
Orange	16% 0.8mL



BIBLIOGRAPHIE

HISTORIQUE:

COLLECTIF, *Parfums de Chine* : La culture de l'encens au temps des empereurs, Musée Cernucshi, 2018

NEZCULTURE, *Le Grand Livre du Parfum*: Pour une culture olfactive, Nezculture, 2018
Un parfum ne peut bénéficier de la protection par le droit d'auteur, Inscripta.fr, [En Ligne], Février 2014, Disponible sur: <<https://www.inscripta.fr/toutes/marques/parfum-protection-droit-dauteur/>> (Consulté le 3 Novembre 2019)

TECHNIQUE:

DE BINGEN Hildegarde, *Les causes et les remèdes*, Traduction du latin et présentation de Pierre MONAT , Grenoble, J.Millon, 1997, p.283

BRAYER M.A., ZEITOUN O., *La Fabrique du Vivant*, Mutations Créations, Editions HYX.

GIVAUDAN. *The power of scent* : How our understanding of fragrance has changed [En Ligne] Disponibilité et accès: <<https://www.givaudan.com/our-company/rich-heritage/250-year-odyssey/power-of-scent>> (Consulté le 1 Novembre 2019)

LE GUERER Annick, *Le Pouvoir des Odeurs*, Edition Odile Jacon, 2002.

LENERU Marie, *Le cas de Hellen Kellen*, Mercure de France, 1908, p.11
Les Familles et notes olfactives en parfumerie, Olfastory.com, [En ligne], Disponible sur :< <https://www.olfastory.com/famille-olfactive.html>>, (Consulté le 15 Novembre 2019)

MALRAUX André, *Antimémoires*, Gallimard, 1967

PFISTER Richard, *Les Parfums du vin* : Sentir et comprendre le vin, Delachaux et niestlé, 2013, p.36-39

SERRAS Leanna, *Fragrance Notes* : Everything You Need to Know, Frangancex.com, [En Ligne], 10 Septembre 2019, Disponible sur: < <https://www.frangancex.com/blog/fragrance-notes/>>, (Consulté le 17 Novembre 2019)

BIBLIOGRAPHIE

SCIENTIFIQUE:

L'olfactothérapie les supers-pouvoirs de l'odorat, Arkopharma.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.arkopharma.com/fr-FR/olfactotherapie-les-supers-pouvoirs-de-lodorat>> (Consulté le 9 Décembre 2019)

OLFACTOTHERAPIE, Disponibilité et accès sur: < <https://www.olfactotherapie.com/accueil/l-olfactoth%C3%A9rapie/>> (Consulté le 8 Décembre 2019)

DEVA Emotions, Disponibilité et accès : < <https://www.deva-lesemotions.com/specialiste-des-emotions/olfactotherapie>> (Consulté le 8 Décembre 2019)

ANAT Arzi, , '*Olfactory Aversive Conditioning during Sleep Reduces Cigarette-Smoking Behavior*', In: Journal of Neuroscience, [En Ligne], disponible sur: <<https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.2291-14.2014>> , le 12 November 2014, (Consulté le 15 Novembre 2019)

GREENBERG Daniel & VERFAELLIE Mieke, 2011, '*Interdependence of episodic and semantic memory: Evidence from neuropsychology*', In: NCBI, [En Ligne] Disponible sur :< https://www.researchgate.net/publication/44686011_Interdependence_of_episodic_and_semantic_memory_Evidence_from_neuropsychology> (Consulté le 7 Novembre 2019)

HERZ R.S., ELIASSEN J., BELAND S., SOUZA T., 2003, '*Neuroimaging evidence for the emotional potency of odor-evoked memory*', In: Neuropsychologia, vol. 42 (2004) p. 371–378, [En Ligne] Disponible sur :< <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14670575>>, (Consulté le 18 Novembre 2019)

LABELLE Alain, *L'odorat humain n'a rien à envier à celui des autres mammifères*, .Ici.Radio-Canada.ca, [En Ligne], 17 mai 2017, Disponible sur: <<https://ici.radio-canada.ca/nouvel-1034277/odorat-humain-mammiferes>>, (Consulté le 22 Novembre 2019)

LANDIS B.N., 2007, '*Les troubles de l'odorat*', In: Rev Med Suisse; volume 3. 32571, [En Ligne], Disponible sur :< <https://www.revmed.ch/RMS/2007/RMS-127/32571>>, (Consulté le 1 Novembre 2019)

LLEDO Pierre Marie, '*Odeurs et représentations mentales*', Colloque la chimie et les sens, 22 Février 2017, p.80-81, [En Ligne], Disponible sur : <https://www.mediachimie.org/sites/default/files/sens_p77.pdf> (Consulté le 26 Novembre 2019)

LYNCHY, JWT singapore and Givaudan create '*smell a memory*' kits to help alzheimer's patients, Campaignbriefasia.com [En Ligne], 22 Mai 2013, Disponible sur : < <https://campaignbriefasia.com/2013/05/22/jwt-singapore-and-givaudan-cre/>>, (Consulté le 8 Novembre 2019)

ROSIER Florence, *Non, l'odorat humain n'est pas un sens appauvri*, Letemps.ch, [En Ligne], 11 Mai 2017, Disponible sur: < <https://www.letemps.ch/sciences/non-lodorat-humain-nest-un-sens-appauvri>>, (Consulté le 10 Novembre 2019)

DAUCE Bruno, *La diffusion de senteurs d'ambiance dans un lieu commercial : intérêts et tests des effets sur le comportement*, tel.archives-ouvertes.fr, [En Ligne], 15 juin 2011, Disponible sur: < <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00600735/document>> (Consulté le 6 Décembre 2019)

BIBLIOGRAPHIE

CRITIQUE D'ART:

FLANAGAN Rosie, *Meet AOIRO, Artists Of Air And Atmosphere*, Ignant.com, [En Ligne], Disponible sur: < <https://www.ignant.com/2019/10/30/meet-aoiro-artists-of-air-and-atmosphere/> > (Consulté le 7 Décembre 2019)

Un dispositif olfactif sensoriel inédit en gare Saint Lazare, Garesetconnexions.sncf, [En Ligne], 25 Janvier 2017, Disponible sur: <<https://www.garesetconnexions.sncf/fr/journaliste/dispositif-olfactif-sensoriel-inedit-gare-saint-lazare>> (Consulté le 7 Décembre 2019)

STAMP Jimmy, 16 Janvier 2013, *The First Major Museum Show to Focus on Smell*, Smithsonian-mag.com, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-first-major-museum-show-to-focus-on-smell-1787124/>> (Consulté le 6 Décembre 2019)

GRILLET Louis, 2016, Design olfactif: *quand la chimie nous mène par le bout du nez*, sante.lefigaro.fr, [En Ligne], Disponible sur: < <http://sante.lefigaro.fr/actualite/2016/06/29/25156-design-olfactif-quand-chimie-nous-mene-par-bout-nez> > (Consulté le 6 décembre 2019)

ROUX Martine, 2012, *Les design et les odeurs Sources d'inspiration*, oaq.com, [En Ligne], Disponible sur: < https://www.oaq.com/esquisses/archives_en_html/tendances_en_architecture/tout_le_reste/le_design_et_les_odeurs.html > (Consulté le 6 Décembre 2019)

ADN d'un parfum : le n°5 de Chanel, Leparisien.fr, [En Ligne], 3 février 2011, disponible sur : <<http://www.leparisien.fr/laparisienne/beaute/adn-d-un-parfum-le-n-5-de-chanel-03-02-2011-1298215.php>> (consulté le 25 Octobre 2019)

BOUDAILLIEZ Sylvie, 2006, *'L'Art comme résistance à la mort'*, In: Savoir et Clinique, Vol.7, p.51-60, [En Ligne], Disponible sur: <<https://www.cairn.info/revue-savoirs-et-cliniques-2006-1-page-51.htm?contenu=resume>>, (consulté le 5 Octobre 2019)

CONNEL, Alle, *Happy Birthday, Coco: Here Are the Most Iconic Chanel No. 5 Ads Ever*, Stylecaster.com [En Ligne], 2015, Disponible sur: < <https://stylecaster.com/beauty/vintage-chanel-no-5-ads/> > (Consulté le 24 Octobre 2019)

GABORIT Jean-Yves, *Parfum: Prestige et haute couture*, Edition Vilo, Paris, 1985

MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétique*. Paris, Stock, 2003.

MORGAN C. Robert, *Roman Opalka's Numerical Destiny*, Hyperallergic.com [En ligne], 6 Octobre 2014, Disponible sur : <<https://hyperallergic.com/153559/roman-opalkas-numerical-destiny/>> (Consulté le 31 Octobre 2019)

MULLER Clara, *Avec l'odeur des couleurs, dessine-moi un arc-en-ciel !*, Auparfum.com [En Ligne], 31 Juillet 2015, Disponible sur: < <https://www.auparfum.com/avec-l-odeur-des-couleurs-dessine-moi-un-arc-en-ciel,2438> >, (Consulté le 20 Novembre 2019)

WAINWRIGHT Oliver, *Scentography: the camera that records your favourite smells*, Theguardien.com [En Ligne], 28 Juin 2013, Disponible sur : <<https://www.theguardian.com/artanddesign/architecture-design-blog/2013/jun/28/scentography-camera-records-smells-memory>> (Consulté le 31 Octobre 2019)

BIBLIOGRAPHIE

ARTISTIQUE:

AOIRO, [En Ligne], Disponibilité et accès: <<http://www.airoair.com/#airo-airde-sign-x>> (Consulté le 7 décembre 2019)

ONFRAY Michel, *L'art de jouir*, Paris, Le livre de Poche, p. 100, 1991

BEAUDELAIRE, Charles. *Les fleurs du mal*. Editions LGF. 1989

ESMERALDA KOSMATOPOULOS. "*Dessine-moi un arc-en-ciel*" [En Ligne] Disponibilité et accès: < <https://www.esmeraldakosmatopoulos.com/dessine-moi-un-arc-en-ciel-iao>> (Consulté le 1 Novembre 2019)

HUGO Victor, Les Voix Intérieures, poème "*Les Voix*", Eugène Renduel, Paris 1837, p.94

PAULINE DUMAIL. [En Ligne], Disponibilité et accès : < <http://paulinedumail.com/>>

PROUST Marcel, "*Combray*", *Du côté de chez Swann, À la Recherche du temps perdu*, Gallimard, 1913.

RESURRECTING THE SUBLIME. [En Ligne]. Disponibilité et accès : <<https://www.resurrectingthesublime.com/about>> (Consulté le 31 Octobre 2019)

SAINT-EXUPERY Antoine, *Le Petit-Prince*, Edition du groupe " E-books libres et gratuits". 1943. p.8-11.

THE ART OF SCENT 1889-2012, [En Ligne], disponibilité et accès: < <https://dsrny.com/project/art-of-scent>> (Consulté le 6 décembre 2019)

PSYCHOLOGIQUE:

MUELLER Jonathan, 2006, '*Au cœur des odeurs*', In: Revue Française de Psychanalyse, Vol.70, p.791-813, [En Ligne] Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-psychanalyse-2006-3-page-791.htm>> (Consulté le 1 Octobre 2019)

SAIVE Anne-Lise, '*Les odeurs, une passerelle vers les souvenirs : caractérisation des processus cognitifs et des fondements neuronaux de la mémoire épisodique olfactive*', In: Neurosciences [q-bio.NC]. Université Claude Bernard - Lyon I, 2015. Français, [En Ligne], Disponible sur : <<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01223747/file/TH2015SaiveAnneLise.pdf>>, (Consulté le 13 Octobre 2019)

