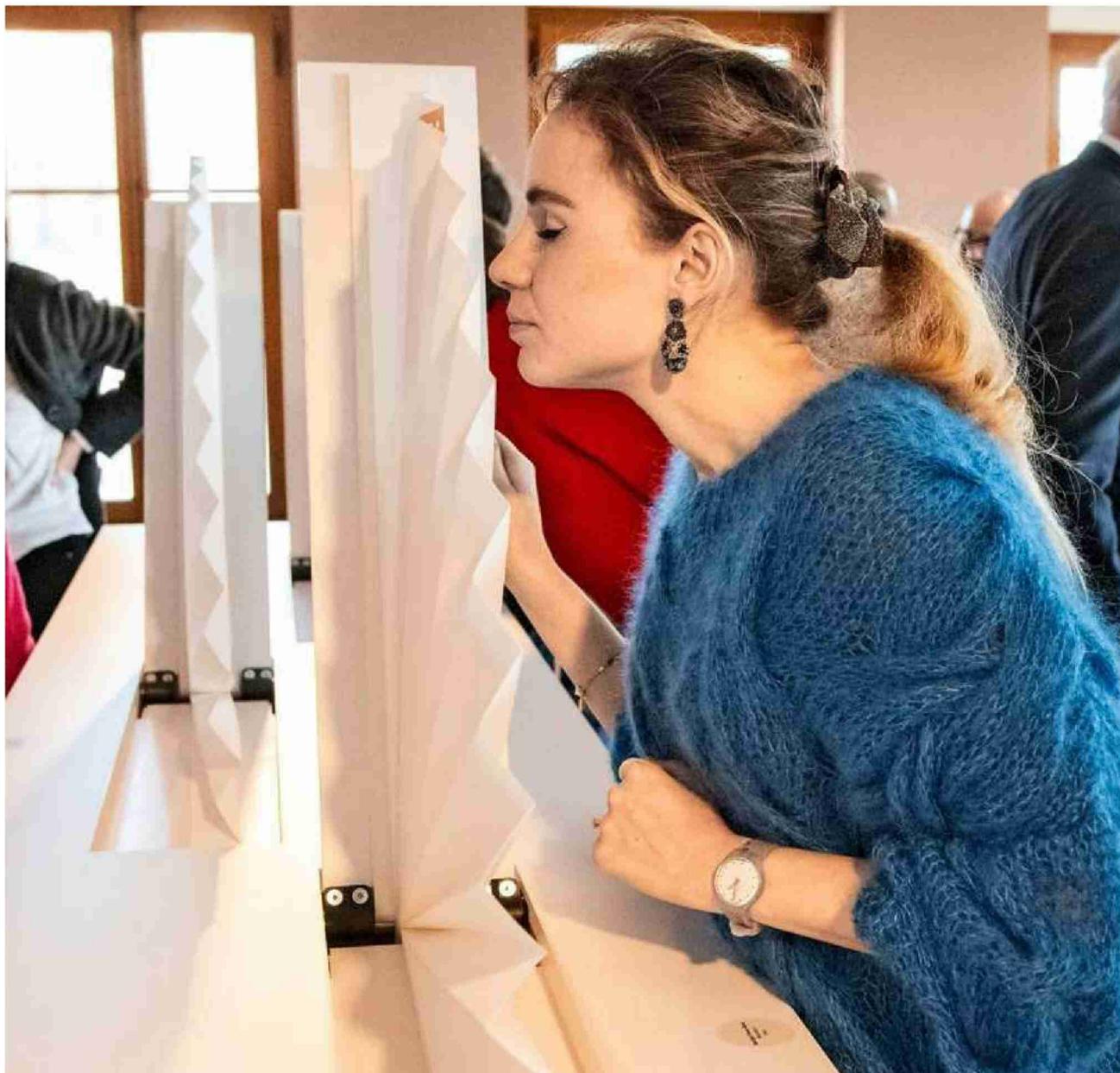




«Les **odeurs** sont largement construites et flexibles»

Le Musée de la main et le Mudac explorent conjointement l'odorat et le métier des parfumeurs



Les jus présentés au Mudac n'ont pas de flacons et se sentent à travers des installations olfactives épurées.



Rebecca Mosimann Textes
Florian Cella Photos

La découverte d'un parfum et des émotions qu'il procure passe par l'odorat. Afin d'explorer ses subtils mécanismes, les arts appliqués et la science conjuguent leurs savoirs à travers deux expositions complémentaires. Au Mudac, «Nez à Nez. Parfumeurs contemporains» dévoile l'univers de ces professionnels en donnant à sentir leurs jus dans une scénographie volontairement épurée, qui privilégie l'effluve au flacon. Les trois parfums de chacun des treize parfumeurs aux profils différents se hument sans contraintes visuelles, offrant une expérience sensorielle déroutante. Du côté du Musée de la main UNIL-CHUV, «Quel flair! Odeurs et sentiments» decode,



Sylvain Delplanque
Chercheur au Centre interfacultaire en sciences affectives de l'Université de Genève

fidèle à sa ligne interactive et pédagogique, les incroyables capacités de l'olfaction humaine. Un sens que Sylvain Delplanque, chercheur au Centre interfacultaire en sciences affectives (CISA) de l'Université de Genève, étudie depuis de nombreuses années. Ses recherches spécifiques entre odorat et émotions enrichissent le propos de l'exposition.

Qu'est-ce qui fait qu'on aime ou déteste une odeur?

La part de la chimie est très modeste. Ce qui est primordial est le vécu: la culture dans laquelle on évolue et la relation qu'elle a avec nos expériences olfactives et alimentaires. On apprend à aimer ou

ne pas aimer une odeur. Avec une exception: certaines molécules chimiques, notamment la cadavérine, liée à la décomposition de fruits ou de viande, très difficile à supporter. Les odeurs fluctuent aussi au cours de la vie. Elles sont largement construites et flexibles.

Ces odeurs apprises socialement varient donc beaucoup selon le milieu social où un enfant grandit?

Les goûts et les odeurs sont extrêmement liés. En naissant dans un environnement aisé qui a un accès très varié à plusieurs types de nourritures et qui permet de faire énormément d'expériences, on n'aura pas le même vécu olfactif ni la même palette que quelqu'un qui grandit dans un milieu beaucoup plus modeste ou on consomme toujours les mêmes aliments de base. La mère, par ce qu'elle mange, conditionne déjà le vécu du futur bébé.

Certains parfums rappellent souvent un moment vécu. Pourquoi?

Tout se joue dans le cerveau. Notre circuit olfactif possède à la fois des portions du circuit de la mémoire et des portions du circuit de l'émotion que les autres modalités sensorielles n'ont pas.

Les parfumeurs utilisent des odeurs dites plaisantes. Est-ce que l'on peut les identifier?

En laboratoire on peut demander aux gens, à travers une batterie de questionnaires, de qualifier l'émotion qu'ils ressentent. C'est ainsi qu'on détermine qu'une odeur va être relaxante, apaisante ou autre. Les réponses ne seront jamais pareilles pour tout le monde vu le vécu de

chacun. L'odeur universelle qui apaisera la planète n'existe pas. Typiquement, des gens trouvent la lavande assez relaxante, d'autres très stimulante.

Est-ce qu'on choisit aussi son partenaire par l'odeur?

Oui, des études montrent qu'on peut reconnaître l'odeur des membres de sa famille et celle des autres. Chacun possède une carte d'identité génétique, la base de notre système immunitaire. Il y aurait dans l'odeur une trace de cette carte d'identité. On pourrait ainsi choisir des gens qui en possèdent une différente de la nôtre, ce qui favoriserait la variété dans le monde et éviterait de se reproduire avec son frère ou sa sœur.

La perception des odeurs diffère-t-elle selon le sexe?

Homme ou femme, il y a des odeurs qu'on ne sent pas car on n'a pas les équipements au niveau des récepteurs. Génétiquement, c'est une loterie. Il y a donc une grande variété au niveau de nos perceptions de base. Après, beaucoup de travaux démontrent que les femmes sont plus sensibles aux odeurs. Sensibles voulant dire qu'elles y prêtent plus attention, elles vont en parler de manière plus émotionnelle que les hommes et elles rapportent généralement que c'est un peu plus intense. Mais on ne peut pas trancher si c'est culturel ou acquis.

Lausanne, Musée de la main

Jusqu'au 23 fév. 2020

www.museedelamain.ch

Lausanne, Mudac

Jusqu'au 16 juin

www.mudac.ch



Trois nez exposés au Mudac évoquent diverses facettes de leur profession

Marketing



Lorenzo Villoresi, parfumeur indépendant italien.

L'emballage est-il aussi important que le jus pour se démarquer aujourd'hui?

«Certains pensent que le packaging est un problème et qu'il ne faudrait pas le présenter. Il y a même des magasins à Paris qui font sentir les parfums sans montrer les flacons. Par contre, si on remonte à l'histoire de l'art de la parfumerie – son apogée était à la fin de XVIII^e – elle réunissait plusieurs arts, celui de la composition du jus, l'art verrier et du cristal et l'emballage. Personnellement, je trouve que tout est important. Si on crée un parfum sur un thème exotique et qu'on utilise une forme très rigide, les deux choses entrent en contradiction. Théoriquement, il faudrait avoir pour chaque fragrance un flacon et un packaging différent, mais cela coûte très cher.»

Conservation

Comment préserve-t-on les parfums d'antan?

«L'Osmothèque, le conservatoire international des parfums, à Versailles, dont je suis la présidente, contient près de 4000 exemplaires, dont 200 pour lesquels on a des formules. On possède aussi un certain nombre de matières premières anciennes qu'on n'utilise quasi plus aujourd'hui. Notre but est de conserver le mieux possible le parfum tel qu'il a été fait à l'origine, afin de pouvoir le sentir comme le jour où il a été créé. Nous les gardons dans des flacons opaques car le jus a trois ennemis: la lumière, la température et l'oxydation. Certains vieillissent mieux que d'autres, comme les notes ambrées et orientales.»



Patricia de Nicolaï, descendante de la famille Guerlain, possède sa propre maison.

Création



Céline Ellena, fille du parfumeur Jean-Claude Ellena, travaille à son compte.

Qu'est-ce qui suscite la création d'un parfum?

«La rencontre. La source de la création peut être multiple. Comme créatif, on a une foule d'idées, elles viennent comme des confettis. La difficulté est de choisir le bon. J'ai d'abord une idée d'odeur en tête. C'est cérébral, comme on rêve à une musique, on se raconte une odeur. Je chemine avec elle et elle va vraiment prendre forme car je vais rencontrer des personnes qui me racontent l'histoire qu'ils ont envie de mettre en odeur. Je me dis que je peux illustrer la leur avec celle que j'ai commencée à ébaucher pour moi-même. Étrangement, je ne sais pas pour quelles raisons, dans l'air, les histoires se rencontrent, comme deux amoureux. Après ils cheminent plus ou moins longtemps ensemble.»



En sentir plus

Nez Éditions, néo-renifleur

Émanation de la double exposition, le livre «Sentir, ressentir. Parfumeurs, odeurs et émotions» attaque une redoutable équation: comment rendre compte d'une planète sensorielle paramétrée par des indicateurs multiples, chimie, psychologie, sociologie, marketing, etc. Révélateur d'une simplification souvent pratiquée, le créateur Marc-Antoine Corticchiato s'amuse du conseil reçu à ses débuts pour expliquer sa vocation: «Tu n'as qu'à répondre comme tout le monde, dire que si tu es devenu parfumeur, c'est en souvenir du parfum de ta mère!» Conçu par Nez Éditions, éditeur olfactif qui surfe entre société, art, science et culture, l'ouvrage multiplie les entrées croisées et saisit sur le mode pointilliste l'essence d'un monde infini. Comme les autres titres de la collection Nez Culture, la note de cœur porte sur le design rédactionnel, de graphiques insolites en interviews surprenantes, la note de fond tenant dans le flair d'un solide savoir. Les aficionados élargiront l'approche avec «Le grand livre du parfum», mine passionnante d'infos éclectiques. **C. LE**

«Sentir, ressentir. Parfumeurs, odeurs

et émotions»

et
«Le grand livre
du parfum»

Nez Éditions

www.nez-larevue.fr

