



**HAL**  
open science

# La muséologie olfactive, une actualisation résonante de la muséalité de Stránský par l'odorat

Mathilde Castel

► **To cite this version:**

Mathilde Castel. La muséologie olfactive, une actualisation résonante de la muséalité de Stránský par l'odorat. Héritage culturel et muséologie. Université Sorbonne Paris Cité, 2019. Français. NNT : 2019USPCA053 . tel-02329881

**HAL Id: tel-02329881**

**<https://theses.hal.science/tel-02329881v1>**

Submitted on 23 Oct 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Université SORBONNE PARIS CITÉ  
Université SORBONNE NOUVELLE PARIS 3

École doctorale 267 ARTS ET MÉDIAS  
Laboratoire CERLIS

En vue de l'obtention du grade de docteur en Esthétique et Sciences de l'art

Mathilde CASTEL

---

## LA MUSÉOLOGIE OLFACTIVE

UNE ACTUALISATION RÉSONANTE DE LA MUSÉALITÉ  
DE STRÁNSKÝ PAR L'ODORAT

---

Thèse dirigée par le Professeur François MAIRESSE  
Soutenue le 5 Juillet 2019

### JURY

---

<b>Bruno Nassim ABOUDRAR</b>	Professeur des Universités	Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3
<b>Jacinto LAGEIRA</b>	Professeur des Universités	Université Sorbonne Panthéon – Paris 1
<b>François MAIRESSE</b>	Professeur des Universités	Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3
<b>Daniel SCHMITT</b>	Maître de Conférences HDR	Université Polytechnique Hauts-de-France

## LA MUSÉOLOGIE OLFACTIVE

### UNE ACTUALISATION RÉSONANTE DE LA MUSÉALITÉ DE STRÁNSKÝ PAR L'ODORAT

A l'instar d'autres médiums, la muséologie permet de rendre compte d'une manière dont l'homme s'approprie spécifiquement la réalité. Cette dernière consiste à y sélectionner des objets, à les prélever, puis à les agencer dans le cadre d'expérience que constitue le musée, afin de créer ce que l'on appelle une réalité muséalisée : addition de savoirs contenus dans les objets, manifestés par l'exposition, puis proposés à l'acquisition par l'intermédiaire de sa visite. Cette relation spécifique de l'homme à la réalité est appelée muséalité et telle que ci-dessus relatée, renvoie aux travaux du muséologue Zbyněk Zbyslav Stránský pour qui la collection d'objets revêt une place centrale au sein du système muséal.

Mais à l'heure du numérique connecté et de la possibilité que nous avons de voir les éléments de la réalité sans se trouver physiquement en leur présence, l'importance accordée à la collection d'objets par Stránský semble rendre sa conception de la muséalité obsolète à penser la muséologie.

Prenant par conséquent appui sur les travaux du sociologue et philosophe Hartmut Rosa, et notamment sur leur désignation du rôle joué par la perception olfactive dans la qualité de notre relation au monde, la présente recherche s'attache à démontrer que si inadéquation il y a entre les théories de Stránský et l'actualité de l'appropriation de la réalité par l'homme, elle n'incombe pas tant à la dimension physique des objets de musées, qu'à la mono-sensorialité des moyens dont il nous est permis de les entretenir. Alliant la théorie à la pratique, ce travail argumente le fait qu'actualisé au prisme du concept de résonance proposé par Rosa, les travaux de Stránský jouissent encore d'une légitimité à penser la muséologie d'aujourd'hui et de demain.

Mots-clés : musée, odeur, parfum, collection, diagnostic, dispositif, exposition, art

## THE OLFACTORY MUSEOLOGY

### A RESONANT ACTUALIZATION OF MUSEALITY THROUGH THE SENSE OF SMELL

Like other mediums, museology shows a way in which man specifically appropriates reality. It consists in selecting objects from it, taking them out and arranging them in the museum's experimental setting in order to create what is called a musealized reality: addition of knowledge contained in objects, manifested by the exhibition, and offered for acquisition through the visit. This specific relation of man to reality is called museality and as mentioned above, refers to the work of the museologist Zbyněk Zbyslav Stránský for whom the collection of objects is central to the museum system.

But in the age of digital and the possibility that we have to see the elements of reality without being physically with them, the importance given to the collection of objects by Stránský seems to make his conception of museality obsolete to think museology.

Taking as a result the work of the sociologist and philosopher Hartmut Rosa, and in particular his designation of the role played by olfactory perception in the quality of our relationship with the world, the present research endeavors to demonstrate that if there is a mismatch between Stránský's theories and the actuality of the appropriation of reality by man, it is not so much because of the physical dimension of museum objects than the mono-sensoriality of the means of which we are allowed to maintain them. Combining theory with practice, this work argues that, updated by the concept of resonance proposed by Rosa, Stránský's works still have a legitimacy to think about museology of today and tomorrow.

Keywords: museum, smell, perfume, collection, diagnostic, device, exhibition, art

## TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>6</b>
<b>I. D'UNE ACTUALISATION RESONANTE DE LA MUSEALITE .....</b>	<b>10</b>
<b>1. LA MUSEOLOGIE COMME RELATION SPECIFIQUE DE L'HOMME A LA REALITE .....</b>	<b>11</b>
1.1 L'ACCELERATION .....	14
1.1.1 <i>La semi-respiration</i> .....	18
1.1.2 <i>Le musée de l'accélération</i> .....	22
1.2 L'ALIENATION.....	27
1.2.1 <i>L'anosmie</i> .....	27
1.2.2 <i>Le musée de l'aliénation</i> .....	29
1.3 LA RESONANCE.....	33
1.3.1 <i>L'aspiration</i> .....	34
1.3.2 <i>Vers un musée de la résonance</i> .....	40
1.3.2.1 <i>L'habilitation du sensible</i> .....	40
1.3.2.2 <i>L'appel au tribal</i> .....	44
1.4 LA RESONANCE ET SES PENCHANTS OLFRACTIFS.....	48
1.5 UNE ACTUALISATION RESONANTE DE LA MUSEALITE DE STRANSKY .....	52
1.6 LE CADRE MUSEAL .....	57
<b>2. LES SELECTION ET THESAUROISATION DES ELEMENTS DE LA REALITE.....</b>	<b>60</b>
2.1 LES COLLECTIONNEURS.....	63
2.2 LES CONSERVATEURS.....	69
2.3 L'ODEUR ET LA RELATION D'OBJET.....	73
2.3.1 <i>Le flair</i> .....	73
2.3.2 <i>Les effluves</i> .....	80
2.3.3 <i>La projection de souvenirs olfactifs actualisés</i> .....	85
2.3.4 <i>La perception sensible de la véritable odeur des choses</i> .....	89
2.3.5 <i>La relation résonante par l'odeur des objets</i> .....	93
2.4 LE DIAGNOSTIC OLFRACTIF DES COLLECTIONS .....	94
2.4.1 <i>Les composés organiques volatils</i> .....	99
2.4.2 <i>L'expertise du parfumeur</i> .....	102
<b>3. LA PRESENTATION DES ELEMENTS DE LA REALITE .....</b>	<b>105</b>
3.1 LE MUSEE.....	106
3.1.1 <i>L'idéal aseptique</i> .....	106
3.1.2 <i>Les facteurs d'ambiance</i> .....	110
3.2 L'EXPOSITION .....	113
3.2.1 <i>La transparence</i> .....	118



3.2.2 <i>L'actualisation de la muséologie d'objet</i> .....	121
3.3 LES DISPOSITIFS .....	125
3.3.1 <i>Leur histoire</i> .....	132
3.3.2 <i>Leurs systèmes</i> .....	136
3.3.3 <i>Leur pouvoir</i> .....	143
3.4 L'ART .....	149
3.4.1 <i>L'évanescence</i> .....	151
3.4.2 <i>La théorie institutionnelle</i> .....	153
3.5 LES PERSPECTIVES.....	162
<b>4. LA RELATION AUX ELEMENTS DE LA REALITE .....</b>	<b>166</b>
4.1 LES EFFETS ODORANTS .....	169
4.2 LES PROBLEMATIQUES EXISTENTIELLES DE BASE .....	174
4.3 LE SENTIMENT D'EFFICACITE PERSONNELLE.....	177
4.4. METHODOLOGIE.....	181
4.4.1 <i>Le diagnostic olfactif des collections</i> .....	181
4.4.2 <i>Le diagnostic olfactique des espaces d'exposition</i> .....	192
4.4.3 <i>Les dispositifs olfactifs prenant un jus composé pour source</i> .....	195
4.4.4 <i>Les dispositifs olfactifs prenant une muséalie pour source</i> .....	199
4.4.5 <i>La faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle</i> .....	202
<b>II. VERS UN DEVENIR OLFACTIF DES MUSEES .....</b>	<b>212</b>
<b>5. LE DIAGNOSTIC OLFACTIF DES COLLECTIONS DU MUSEE DU QUAI BRANLY .....</b>	<b>213</b>
5.1 LES BOIS.....	213
5.1.1 <i>Les objets</i> .....	213
5.1.2 <i>Le bilan</i> .....	228
5.2 LES MATIERES .....	233
5.2.1 <i>Les objets</i> .....	234
5.2.2 <i>Le bilan</i> .....	240
5.3 LES PARURES.....	243
5.3.1 <i>Les objets</i> .....	245
5.3.2 <i>Le bilan</i> .....	254
5.4 LES OUTILS.....	257
5.4.1 <i>Les objets</i> .....	259
5.4.2 <i>Le bilan</i> .....	263
5.5 LES FIBRES .....	266
5.5.1 <i>Les objets</i> .....	267
5.5.2 <i>Le bilan</i> .....	274
5.6 CONCLUSION .....	277
<b>6. LE DIAGNOSTIC OLFRACTIQUE DU MUSEE DE LA CHASSE ET DE LA NATURE.....</b>	<b>279</b>

<b>7. LE DISPOSITIF OLFACTIF OSNI.1 DE CARTIER.....</b>	<b>285</b>
<b>8. LE SENTIMENT D’EFFICACITE PERSONNELLE AU GRAND MUSEE DU PARFUM .....</b>	<b>293</b>
8.1 L’ENQUETE.....	293
8.2 LE BILAN.....	302
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>308</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>313</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>336</b>
1. LE PAVILLON DES SESSIONS .....	337
2. LE MUSEE DE LA CHASSE ET DE LA NATURE .....	346
3. LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSEE .....	350
4. L’OSNI.1 DE CARTIER .....	501
5. LE GRAND MUSEE DU PARFUM .....	530
6. LES VERBATIMS .....	598

## INTRODUCTION

Lors de l'attribution, en 2004, du prix Nobel de médecine aux recherches traitant du fonctionnement du système olfactif publiées par Richard Axel et Linda Buck en 1991<sup>1</sup>, Pierre-Marie Lledo, directeur du département des neurosciences de l'Institut Pasteur, déclare : « *Tout le monde est intimement persuadé que les concepts qui doivent émerger dans les années à venir viendront de l'olfaction* »<sup>2</sup>. Bien que Miguet attribue aux années 1980 les premières insertions de thématiques et sensorialités olfactives au musée<sup>3</sup>, dont les expositions « Homme, parfums et dieux » au musée de l'Homme en 1980, et « Parfums de plantes » au muséum national d'Histoire naturelle en 1987 furent de notoires manifestations, force est rétrospectivement de constater que ces mots connurent de longs échos parmi lesquels, l'attention nouvellement portée aux acteurs de l'olfaction et a fortiori, à ceux de la parfumerie, laissa cours au déploiement de la présente recherche.

Des ricochets de ce prix naquit en effet un épiphénomène de prise de parole afférente au parfum, empruntant premièrement aux blogs, puis à la publication papier, aux réseaux sociaux et enfin, à l'exposition. De ce dernier média émergèrent enfin deux voies, celle de ce que Rykner baptise en 2009 les « publi-expositions »<sup>4</sup>, parmi lesquelles peuvent être brièvement nommées les programmations « N°5, Culture Chanel » au Palais de Tokyo et « Miss Dior » au Grand Palais, s'étant toutes deux tenues en 2013 et dont Pronitcheva étudie plus avant les enjeux au sein de sa thèse<sup>5</sup>, ainsi que celle des manifestations odorisées, dans le sillage desquelles s'inscrit plus particulièrement ce travail. Partant, à titre indicatif, des soirées nomades « Odorama » de la

---

<sup>1</sup> AXEL Richard, BUCK Linda, "A novel multigene family may encode odorant receptors: a molecular basis for odor recognition", *Cell*, 1991, pp. 175-187.

<sup>2</sup> Cité par NAU Jean-Yves, article paru dans *Le Monde*, 6 octobre 2004, p. 23, mentionné par JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 26.

<sup>3</sup> MIGUET Danièle « Autour de la sensorialité dans les musées », *Publics et Musées, Public, nouvelles technologies, musées*, n°13, 1998, p. 177.

<sup>4</sup> RYKNER Didier, « Breguet : une publi-exposition au Louvre », *La tribune de l'art*, 31/07/09, <https://www.latribunedelart.com>, consulté le 28/03/19. Inspiré du publi-reportage, le terme fut inventé par Rykner à l'occasion de cet article afin de qualifier des expositions mettant en scène des marque, entreprises ou produits, sans objectivité scientifique ou avec une telle bienveillance, qu'elles peuvent s'apparenter à des opérations publicitaires.

<sup>5</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, Paris, 2016.

Fondation Cartier pour l'art contemporain en 2003<sup>6</sup> jusqu'à l'exposition « Fernand Khnopff (1858-1921) Le maître de l'énigme » au Petit Palais en 2019<sup>7</sup>, en passant par « Odeur des Alpes » présentée par le groupe des Musées nationaux de Suisse à Schwyz en 2004<sup>8</sup>, « The Art of scent 1889-2012 » au Museum of arts and design de New York en 2013, « Thé, café ou chocolat ? » au musée Cognacq-Jay en 2015<sup>9</sup>, « Parfums de Chine : la culture de l'encens au temps des empereurs » au musée Cernuschi en 2018<sup>10</sup>, ces manifestations ne mobilisent pas l'imaginaire de la parfumerie mais les propriétés du médium olfactif, leur multiplication contribuant à l'établir comme « *média d'information complémentaire* »<sup>11</sup> muséal, simultanément susceptible de servir la distraction des uns<sup>12</sup> et l'intégration des autres<sup>13</sup>. A la fin de l'année 2016, l'exploitation du média exposition par la parfumerie semble atteindre son paroxysme dans l'ouverture, à Paris, d'un « Grand musée du parfum », arguant offrir aux parfumeurs les supports nécessaires à la diffusion des connaissances afférentes à leurs expertises soit, le moyen d'investir pleinement la fenêtre de visibilité entrouverte en 2004, et activement entretenue depuis. Succédant pourtant de moins de deux ans son inauguration, la fermeture définitive de cet établissement en juillet 2018, invite à repenser la nature de ce que pourrait finalement être l'influence de l'olfaction sur le musée et plus avant, sur la muséologie. La notion de muséologie olfactive ne renverrait-elle en effet guère plus qu'à la mobilisation de diffusions parfumées comme « *outil de hausse de fréquentation pour musée délaissé* »<sup>14</sup> ? Ou pourrait-elle plus avant, et comme le sous-tend notamment Stevenson dans *The multisensory museum*<sup>15</sup>, œuvrer à l'approfondissement du sentiment, propre à l'appréhension olfactive, d'être pleinement présent à ce que nous sommes en train de vivre ? Le déploiement de la

---

<sup>6</sup> Odorisées par la société de composition Quest international.

<sup>7</sup> Odorisée par la société de composition International Flavors & Fragrances.

<sup>8</sup> Odorisée par la société de composition Givaudan.

<sup>9</sup> Odorisée par la société Cinquième sens.

<sup>10</sup> Odorisée par la maison Dior.

<sup>11</sup> MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Harmattan, Paris, 2009, p. 149.

<sup>12</sup> GOB André, DROUGUET Noémie, *La Muséologie, Histoire, Développements, Enjeux actuels*, Armand Colin, Paris, 2010, p. 150.

<sup>13</sup> MIGUET Danièle « Autour de la sensorialité dans les musées », *Publics et Musées, Public, nouvelles technologies, musées*, n°13, 1998, p. 178.

<sup>14</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées*, Op cit. p. 16.

<sup>15</sup> STEVENSON Richard, « The Forgotten sense », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.154.

présente recherche résulte d'une observation ayant constaté, au fil des six dernières années, que parler d'odeur au musée consiste régulièrement à discuter des moyens favorisant l'odorisation de l'institution. Comme si le musée n'avait d'olfactif que ce qui peut y être parfumé et qu'y faire usage de l'odorat ne pouvait convoiter de plus hautes ambitions que la séduction de ses publics. Le travail à suivre croit pourtant que le musée possède un potentiel olfactif intrinsèque et inexploité, une ressource odorante unique ayant l'éventuelle capacité d'infléchir son avenir : la collection d'objets. Celle-là même qui, se trouvant au cœur de l'interprétation que fait le muséologue Zbyněk Stránský du concept de muséalité, lui vaut désormais d'être taxée d'obsolescence par certains membres de l'ICOM<sup>16</sup>. Ma conviction tient pourtant en ce que les préceptes de Stránský jouissent d'une certaine actualité dès lors qu'il est question d'interroger la place de l'olfaction au musée. Raison pour laquelle la structure de ce travail reprend fidèlement les systèmes de sélection, thésaurisation et présentation des éléments de la réalité reconnus par l'auteur comme étant les principales fonctions du musée<sup>17</sup>. Afin de signifier la nature de cette actualité, je me propose d'y juxter et faire interagir par abduction<sup>18</sup> les théories du sociologue Hartmut Rosa quant à la relation de l'homme au monde, pensée aux prismes successifs de l'accélération et de la résonance dont, bien que cela ne fut jusqu'à présent peu ou pas relevé, l'un des mérites réside selon moi dans l'indexation du rôle joué par les odeurs dans la désagrégation du lien entretenu par l'homme au monde, ainsi que dans la perspective de son renouvellement.

La mise en interaction de ces deux auteurs forge le contexte de la présente recherche. Elle me permet dans un premier temps de démontrer que concevoir la muséologie comme modalité d'appropriation de la réalité par la sélection, la thésaurisation et la présentation des éléments que l'homme en extrait, ne relève pas de l'obsolète mais de l'actualité voire, d'une certaine nécessité. Mobilisant successivement Rosa, elle me permet d'indexer que l'accélération, considérée par l'auteur comme la principale modalité d'interaction de l'homme au monde, se traduit en partie par la perte de l'odeur des choses et ce faisant, par le progressif désengagement du premier dans le second. Phénomène quant auquel l'auteur propose l'alternative de la

---

<sup>16</sup> Conseil international des musées ayant été créé en 1946.

<sup>17</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 53.

<sup>18</sup> CASTELLIN Sylvie, « L'abduction : Une pratique de la découverte scientifique et littéraire », *Hermès*, n°39, 2004.

résonance soit, un concept incitant en partie l'individu à renouer avec les odeurs du monde afin d'interagir de nouveau avec lui par leur intermédiaire. Modalité d'interaction que la présente recherche s'efforcera plus avant de transposer au concept de muséalité.

Le premier chapitre vise le déploiement de ce contexte. Résultant essentiellement d'un entremêlement des théories de Stránský et de Rosa – ponctuellement accentué des travaux menés par la philosophe Hélène Faivre quant à l'impact du bouleversement des environnements olfactifs sur les individus – l'ensemble des affirmations, concepts et exemples y étant relatés doivent être accueillis par le lecteur comme la transcription fidèle des propos ayant été tenus par ces auteurs au sein des leurs ouvrages respectifs, et non comme la manifestation de ma propre voix, laquelle ne se donne à entendre qu'à partir du deuxième chapitre. Succédant l'évocation d'une transposition du concept de résonance proposé par Rosa à celui de muséalité tel qu'interprété par Stránský, le deuxième chapitre propose de démontrer, par l'étude successive du cas des collectionneurs, puis des conservateurs, que les affects afférents aux mécanismes de l'olfaction peuvent se manifester chez eux dès la constitution d'une collection d'objets soit, très en amont du contexte de médiation dans lequel intervient généralement l'odorisation de manifestations expographiques. Le troisième chapitre dresse un panorama déductif des degrés et moyens de ces diverses odorisations à l'échelle muséale, relevant ce qui, employé quant aux jus parfumés constituant actuellement leur principale source, pourrait être plus avant adapté afin d'exploiter le potentiel odoriférant des objets de collection. Le quatrième chapitre propose en suivant des concepts et outils pouvant être mobilisés afin de conduire la transposition des savoirs relatifs à l'odorisation, à la mobilisation de la dimension olfactive des objets, et développe une méthode adaptée à l'application pratique de chaque étape de cette transposition. Les cinquième, sixième, septième et huitième chapitres restituent enfin le déroulé de ces applications sur le terrain, leurs conclusions respectives favorisant l'acheminement de divers éléments de réponse quant à la problématique ayant initialement insufflé le déploiement de cette recherche :

« En quoi la transposition du concept de résonance proposé par Rosa à celui de muséalité, tel qu'interprété par Stránský, permettrait l'acheminement de ce dernier vers l'avènement d'une muséologie dite « olfactive » ? »

# 1

**D'UNE  
ACTUALISATION  
RÉSONANTE DE LA  
MUSÉALITÉ**

## 1. LA MUSEOLOGIE COMME RELATION SPECIFIQUE DE L'HOMME A LA REALITE

La muséologie, bien qu'étant un domaine de recherche hybride et encore jeune, voit généralement ses chercheurs s'accorder sur un point : sa principale vocation n'est pas d'étudier le musée. Son véritable projet touche à la reconnaissance d'une relation spécifique de l'homme à la réalité, ainsi qu'à l'analyse des modalités d'appropriation de la seconde par le premier. Ces dernières permettent successivement d'édifier une réalité culturelle dont l'une des expressions les plus ostensibles, s'avère être le musée<sup>19</sup>. On nomme « muséalité »<sup>20</sup> ce processus relationnel qui unit l'homme à la réalité, et c'est en elle que réside le véritable objet de la recherche muséologique.

La paternité de cette épistémologie revient au chercheur tchèque Zbyněk Zbyslav Stránský auquel nous devons également l'articulation d'un système théorique basé sur la sélection, la thésaurisation et la présentation des éléments de la réalité. Par lui, transparait la place centrale que joue la collection au sein de la muséalité de Stránský. L'éloquence d'un objet à témoigner de la réalité dont il provient, justifie qu'il en soit en effet prélevé pour venir alimenter une réalité parallèle, celle de la collection muséale. Cette aura de l'objet incarnerait la quintessence de la relation de l'homme à la réalité<sup>21</sup>. Par le collectionnisme, « *ce n'est donc plus le monde qui explique le moi, mais c'est le moi qui construit le monde* »<sup>22</sup>. Cette inversion des rôles amène Deloche à reconnaître en Stránský un « nouveau Copernic », le premier ayant démontré, comme on le sait, que la terre tourne autour du soleil, et non l'inverse. Un musée n'est donc pas une vitrine dans laquelle le monde se prélasserait à loisir, mais la manifestation d'une muséalité problématique par laquelle l'homme conçoit et déploie l'étendue d'un monde culturel. Ainsi, « *on tâche de préserver contre le [dé]périssement naturels certains éléments de la réalité qui*

---

<sup>19</sup> STRANSKY Zbyněk, « La muséologie comme science (une thèse), 1980 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 136. « *L'attitude spécifique de l'homme envers la réalité qui se développe depuis l'origine et se trouve matérialisée sous forme de musées.* »

<sup>20</sup> VAN MENSCH Peter, « Museality at breakfast », *Museologica Brunensia*, n°7, 2015, pp. 14-19.

<sup>21</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 43. « *Pour moi, le critère décisif, c'est l'existence de cette appropriation spécifique de la réalité, sous la forme de la conservation de ses éléments authentiques.* »

<sup>22</sup> DELOCHE Bernard, « Zbyněk Zbyslav Stránský, le nouveau Copernic : Entre l'idéologie et le « politiquement correct », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 7.



*représentent des valeurs culturelles, et participent à la création d'une nouvelle réalité dont la communication détermine l'homme, la nation et toute l'humanité »<sup>23</sup>.*

L'importance que revêt la collection d'objets aux yeux de Stránský semble avoir rendu son interprétation du concept de muséalité obsolète à rendre compte de la relation qu'entretient désormais l'homme moderne avec la réalité. Comme il le souligne lui-même dans son *Introduction aux études de muséologie*, le principe muséal est régulièrement lié au climat de son époque<sup>24</sup>. Or, il semble bien que ce climat ne soit depuis bien longtemps plus favorable à l'appropriation et la rétention physique des éléments de la réalité. Se focalisant sur l'homme, nombreux furent les musées qui relayèrent les objets au second plan et ce, jusqu'à l'émergence d'établissements ne possédant pour ainsi dire, plus aucune collection. Mairesse indique que durant la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle et la presque totalité du XX<sup>e</sup> siècle, la réaction de rigueur fut de rester fidèle à la muséalité en rejetant ces nouvelles expressions qui souhaitaient se revendiquer de la muséologie<sup>25</sup>. Néanmoins, à mesure que le temps passait et que la tendance perdurait, ce fut à la « relation spécifique » de se retrouver sur le banc d'essai. La rétention des objets s'est longtemps justifiée en ce que les collections muséales servaient de « *réceptacles à l'exploration systématique du monde* »<sup>26</sup> et que « *la conservation des preuves participait en conséquent à la logique de l'avancée des sciences* ». La conservation des éléments de la réalité permettait également d'alimenter un patrimoine culturel dont la présentation ne pouvait être « *que profitable à l'humanité* ». Mais ce n'est bien évidemment pas uniquement pour ces nobles motifs que le musée traditionnel se voyait si fortement attaché à ses collections d'objets. D'autres raisons beaucoup moins avouables, et sur lesquelles je reviendrai<sup>27</sup>, ont en effet longtemps alimenté la rétention des éléments de la réalité. Sans doute l'embaras découlant de ces dernières et les avancées technologiques ayant considérablement modifié la relation qu'entretient l'homme moderne avec le monde, ont-ils joué à part égale dans la destitution progressive des collections, et dans l'avènement successif de modalités d'appropriation de la réalité requérant d'autres intermédiaires que les objets de musée. Néanmoins l'interrogation

---

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid. p. 41.

<sup>25</sup> MAIRESSE François, « La relation spécifique », *ICOFOM Study Series, Muséologie et Philosophie*, n°31, 1999, p. 62.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Voir chapitre 2.

demeure : « *faut-il pour autant attendre que l'homme, par le biais de la technique moderne, ait totalement épuisé l'environnement pour changer son rapport à la nature ? [...] et notre notion de relation spécifique ?* »<sup>28</sup> Afin d'être en mesure de soumettre des éléments de réponse adaptés, il me semble au préalable nécessaire d'évoquer quelques pistes quant à la nature des relations que peut actuellement entretenir l'homme avec la réalité, et en regard desquelles le concept de muséalité nécessiterait, a priori, d'être ajusté.

---

<sup>28</sup> Ibid. p. 63.

## 1.1 L'ACCELERATION

Le bilan dressé par Hartmut Rosa, philosophe et sociologue de la dernière génération de l'École de Francfort, tient en un mot : l'accélération. L'homme moderne aspire à rentabiliser sa vie au maximum. Internet et les réseaux sociaux<sup>29</sup> lui ont permis de découvrir qu'il existait des parcours différents, d'autres orientations possibles, tant d'autres vies auxquelles il pourrait se mettre à jouer. Alors que nos grands-parents se mariaient une fois, conservaient le même foyer et exerçaient la même profession de l'adolescence jusqu'à la fin de leur vie, nous avons la lubie du chat. Nous voulons être cet homme d'affaire qui voyage en business class, parle couramment cinq langues, fait partie des hauts potentiels de son groupe et se voit régulièrement promu. Mais nous voulons également être cet entrepreneur de génie dont la création permet de réduire la production de déchets et participe au rééquilibrage environnemental. Nous voulons être ce nomade qui poste une photo du désert de Gobi le mardi, une des rizières du Cambodge le vendredi et une du palais de marbre de Saint Pétersbourg le dimanche. Mais également cet érudit arpenteant les galeries d'art, les maisons de ventes aux enchères, les musées, et jouissant d'une culture et d'une vision dont il sait rendre compte avec éloquence durant les soirées de vernissage. Cet enseignant passionné, ce musicien aguerri, ce cuisinier en devenir, l'amant impétueux, le conjoint dévoué et le parfait père de famille<sup>30</sup>. Nous voulons toutes ces vies en une seule, déjouer la mort d'une vie en en ayant eu plusieurs<sup>31</sup>. Mais comment peut-on espérer profiter de plusieurs vies dans le temps qui nous est originellement imparti pour n'en savourer qu'une ? Conséquence : accélérons. « *Si nous vivons deux fois plus vite, si nous prenons seulement la moitié du temps pour réaliser une action, atteindre un but, ou vivre une expérience, nous pouvons doubler la « somme » des expériences vécues, et donc « de la vie » pendant la durée de notre vie* »<sup>32</sup>. Nous désirons en conséquence faire les choses en moins de temps, et c'est au recours des mêmes technologies que celles qui nous ont tenté en premier lieu que nous y parvenons, partageant à notre tour nos aventures sur les réseaux, et transmettant à d'autres la convoitise d'une multitude de vies condensées. Le phénomène d'accélération dénoncé par Rosa carbure à la compétition sociale qui, dans les sociétés occidentales

---

<sup>29</sup> Comme par exemple, Instagram.

<sup>30</sup> Cet exemple se décline par ailleurs au féminin dans SUSINI Marie-Laure, *La mutante*, éd. Albin Michel, Paris, 2014.

<sup>31</sup> BARBE Marielle, *Profession slashéur : cumuler les jobs, un métier d'avenir*, Marabout, Paris, 2017.

<sup>32</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 40.

capitalistes régentées par les lois de la visibilité<sup>33</sup>, donne également l'impression d'être le moteur du monde. L'accélération de la modernité modifie en conséquence, et plus ou moins à notre insu, la relation que nous entretenons avec ce que l'auteur nomme le *monde social*, le *monde objectif* et le *monde subjectif*.

Rosa indique qu'il est actuellement très rare de rencontrer une personne qui soit témoin de la totalité de notre vie biographique. Ce phénomène découle en partie des progrès qui ont été faits en termes de transport et de communication : de Singapour à New York, le vol le plus long du monde s'effectue désormais en 18h. La réversibilité permise par de telles avancées techniques, à commencer par la création de l'automobile au XIX<sup>e</sup> siècle, a permis de transformer l'exil du voyage en aventure. Ainsi, ce n'est jamais un adieu, mais une propension si naturelle à l'au revoir que la séparation en perd toute importance. Nous n'avons jamais le sentiment de perdre quelqu'un car même si nous n'avons pas le temps de dire à notre enfant à quel point on l'aime avant que son train ne parte, il est possible de le joindre sur son téléphone portable dans la minute qui suit pour terminer de lui témoigner notre affection. Les smartphones nous rendent accessibles. En toute circonstance, un parent peut appeler son enfant en vidéo call, le voir et converser comme s'il se trouvait assis de l'autre côté de la table. Et si cet enfant venait à se trouver mal, il ne faudrait pas plus de quelques heures à ses parents pour être auprès de lui et pouvoir physiquement lui porter assistance. La distance sociale n'est donc plus proportionnelle à la distance spatiale. Ce qui signifie que « *notre voisin peut être un parfait étranger, alors qu'une personne à l'autre bout du monde peut être notre partenaire le plus intime* »<sup>34</sup>. Les êtres modernes se séparent tout en demeurant accessibles et potentiellement disponibles, mais la rupture, si elle ne semble en conséquence que peu signifiante et rarement affligeante, n'en demeure pourtant pas moins effective : nous sommes tous des déserteurs en puissance. Plus concrètement, nous sommes totalement étrangers à la permanence physique de l'autre. Les gens vont et viennent, s'aiment puis se séparent, mais ne se séparent jamais vraiment, tout en ne s'aimant jamais très longtemps. L'accélération est mère d'une génération d'immaturs affectifs, ceux qui, capables de mobiliser des communautés entières sur les réseaux sociaux et de « *matcher* » plus de partenaires en une heure qu'il ne leur serait possible d'en rencontrer en une semaine, se couchent le soir avec un sentiment aigu de saturation sociale, alors qu'ils s'endorment pourtant seuls. Reprenant les propos de Georg Simmel, Rosa conclut que « *nous*

---

<sup>33</sup> HEINICH Nathalie, *De la visibilité : excellence et singularité en régime médiatique*, Gallimard, Paris, 2012.

<sup>34</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 60.

*quittons et nous rencontrons tellement de personnes [...] qu'il devient presque impossible de nous sentir émotionnellement liés à la plupart d'entre elles* »<sup>35</sup>. La relation entretenue par l'homme moderne avec le *monde social* peut donc se résumer par l'appréhension de l'impermanence physique de l'autre à ses côtés qui, devenue source d'angoisse ou de déception, le rend presque pathologiquement incapable de se lier de manière signifiante à un autre.

Quant au sujet de la relation moderne avec le *monde objectif*, l'auteur fait d'emblée le constat que le corps de l'homme, par lequel il est rendu possible à ce dernier de prendre conscience du monde et de s'y manifester, se voit désormais contraint d'interagir avec un intermédiaire : l'écran. De la télévision à l'ordinateur en passant par le téléphone et la montre connectée, « *nous nous acheminons vers une société où le rapport au monde passe tout entier par une médiation symbolique dont l'écran est le support* »<sup>36</sup>. Non content de réduire notre champ de perception puisque par lui, nous ne percevons du monde que ce que les stratégies médiatiques et politiques décident de nous montrer, l'écran filtre, agence, cadre, code et contrôle les interprétations que nous tirons de la réalité qu'il relaie. Prétendue loupe, il est miroir déformant nous renvoyant l'image de notre propre perplexité vis-à-vis d'un monde dont nous nous retrouvons privé alors même que nous pensions nous doter des moyens nécessaires à l'entreprendre intensément, et le comprendre en profondeur. Mais nous couper du monde n'est pas la seule prouesse que peut se targuer d'accomplir l'écran, il serait également responsable de notre perception distordue du temps. Rosa explique que d'ordinaire, un temps perçu comme bref dans l'expérience vécue se transforme en temps étendu dans la mémoire, et inversement. Ainsi, prendre un café avec un ami qui nous est cher pourra laisser l'impression d'un moment passé trop vite, tandis qu'en notre mémoire s'imprimera le souvenir détaillé des sujets abordés, des nouvelles apprises, des anecdotes évoquées, des rires partagés, et dont la netteté de l'empreinte sera étrangement capable de persister<sup>37</sup>. A l'inverse, plusieurs heures passées dans la salle d'attendre d'un cabinet médical peuvent parfois nous paraître une telle éternité que nous éprouvons littéralement chaque seconde, alors que dans nos souvenirs, seule une infime trace en subsiste à terme. Avec l'écran, notre perception serait endommagée au point qu'un temps perçu comme bref dans le vécu, ne laisserait désormais qu'une empreinte vague dans notre mémoire. Nous pouvons par

---

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 106.

<sup>37</sup> Le modèle cognitif computationnel est ici retenu pour son accointance avec les modalités de fonctionnement de la mémoire olfactive.

exemple commencer à regarder la télévision, jouer à un jeu vidéo ou surfer sur un internet un week-end après le déjeuner, et nous retrouver totalement ahuris de constater que la nuit est en train de tomber, indiquant que nous sommes restés devant notre écran durant la totalité de l'après-midi. Activité dont nous ne garderons pourtant aucun souvenir : nous peinons parfois à évoquer le contenu de ce que nous avons vu lorsque le sujet se voit par exemple évoqué le soir même, au cours du diner. Par l'écran, l'appréhension qu'il nous est permis d'avoir du *monde objectif* est désensualisée, décontextualisée. Nous ne pouvons nous investir physiquement dans sa découverte, y projeter notre propre sens, ou nous y sentir impliqués d'une quelconque manière. Car aux manifestations de la réalité se voit désormais superposé le discours des médias, et ces histoires « *n'ont rien à voir avec ce que nous sommes et avec qui nous sommes, avec ce que nous ressentons et avec le reste de notre vie, elles ne « répondent » pas de façon significative à nos expériences ou à nos états intérieurs* »<sup>38</sup>. Le *monde objectif*, tel que nous le restitue l'écran, ne nous concerne finalement plus, il n'est pas pertinent pour notre vie. Nous nous en désintéressons donc au fur et à mesure, et finissons par changer de chaîne.

Puisque le *monde objectif* ne semble plus rien avoir de commun avec nous, et que la nature du *monde social* se complait dans l'impermanence, l'identité de l'homme moderne ne peut rester fidèle à la linéarité du parcours de vie individuel. Il est désormais difficile de croire qu'un enfant affirmant vouloir être pompier dans la caserne de son village, œuvrera effectivement toute sa vie à combattre les flammes dans sa région natale. Les réseaux auront tôt fait de lui donner simultanément envie de devenir photoreporter, chef d'orchestre, soigneur animalier, trader et pâtissier. Rosa indique que l'accélération transforme le parcours de vie en identités situationnelles flexibles. Progressivement, nous assimilons le caractère temporaire des choses et éventuellement, tâchons de garder le contrôle de notre vie en déterminant à l'avance l'échéance de chaque cycle, en anticipant d'ores et déjà la nature et les moyens du suivant. Nous neutralisons l'impermanence en la programmant. On s'angoisse de ce que l'on fera après notre contrat à durée déterminée alors que l'on ne l'a même pas encore signé. On renonce au petit ami qui semble infidèle et prévoyait sans doute de nous quitter si nous n'avions pas eu le courage de le faire avant lui. Petit à petit, l'anticipation salvatrice devient une source d'angoisse plus aiguë encore que celle de l'impermanence, d'un sentiment de doute opérant par allers et venues, nous passons à un sentiment d'urgence... qui se maintient. De la question « qu'allons-nous vouloir faire ? » nous passons à « qu'allons-nous pouvoir faire ? » La domination que nous

---

<sup>38</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 130.

désirions exercer sur le monde en vivant plusieurs vies dévoile ainsi son ironie : nous sommes désormais les acteurs de l'impermanence que nous redoutions tant. Nous l'anticipons, la programmons et excellons dans le raccourcissement des cycles de notre vie, ce qui nous permet d'entretenir un capital performance valorisant pour le marché de l'emploi. Consacrer trente ans de sa vie à travailler pour le même groupe n'est désormais plus reconnu comme une preuve de loyauté, mais dénoncé au titre de fainéantise, la nouvelle tendance étant de rester dynamique en changeant d'entreprise environ tous les trois ans, idéalement après avoir été augmenté une à deux fois. D'après Rosa, nous ne suivons plus de plan de vie mais apprenons à surfer sur les vagues : « *dès qu'une occasion nouvelle et attrayante se présente, on doit être prêt à la saisir au bond* »<sup>39</sup>, tant et si bien que lorsque la mer se calme, nous créons nous-même le remous, incapables que nous sommes devenus, de rester sagement à notre place.

### *1.1.1 La semi-respiration*

Pour l'auteur, « *l'accélération mène simplement et directement à l'érosion de l'attachement* »<sup>40</sup>. Or, un motif étrangement récurrent survient dans la démonstration qu'il opère de notre désengagement affectif vis-à-vis du monde : celui de la perte des odeurs<sup>41</sup>. Les transports, s'ils permettent d'appréhender rapidement une grande variété de lieux, ne nous laissent en effet plus le loisir d'y entrelacer notre intimité. Scrutés derrière la vitre d'un train, d'un taxi, d'une chambre d'hôtel, sitôt découverts, sitôt désertés, ces nouveaux paysages ont à peine le temps d'être aimés. Plus aucun lieu n'a finalement le temps de pénétrer en nous, tant et si bien que nous ne nous sentons plus chez nous nulle part. Dans une thèse soutenue en 1998 et publiée en 2013 sur le rôle joué par les odeurs dans la relation d'être au monde, Hélène Faivre écrit que « *l'automobile a volé l'odeur des chemins en allant à la crèche ou à l'école maternelle, l'odeur des jardins, des métiers et des commerces* »<sup>42</sup>. Elle précise également que « *ceci a pour conséquence la monotonie de la durée, dépourvue de rencontres signifiantes, une*

---

<sup>39</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 61.

<sup>40</sup> Ibid. p. 132.

<sup>41</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 106.

« *Il s'ensuit une réduction extrême de l'expérience physique du monde et ce malgré toutes les innovations techniques : ce monde avec lequel nous interagissons, communiquons, auquel nous travaillons et dans lequel nous jouons n'a pas d'odeur* ».

<sup>42</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 193.

*altération du rythme au monde et un certain désarroi dans l'univers adulte* »<sup>43</sup>. Elle rejoint la théorie de Rosa en ce que la perte de la véritable odeur des choses est pour elle également cause d'un sentiment de confusion et de déséquilibre. Elle y ajoute que la réalité n'en est pas pour autant devenue inodore puisqu'à l'heure de la modernité occidentale, les effluves naturels ont été massivement remplacés par des compositions de synthèse. A l'odeur des promenades, de la boue humide, des feuilles séchées, des buissons et des arbres après la pluie, s'est substituée celle du sent bon en forme de sapin suspendu au rétroviseur de la voiture, puis celle de cuir neuf, conçue par une société de composition afin de renforcer la valeur perçue du véhicule, et sans doute de pouvoir justifier qu'on en augmente le prix. Ainsi, quelle que soit la richesse des paysages que nous traversons à l'occasion d'un déplacement en train, la forêt de pins, le courant d'eau poissonneux, le champ de fleurs, l'étendue de foin, la prairie peuplée de vaches et la montagne, tous fleurent à l'unisson le soliflore de muguet diffusé dans les wagons de la SNCF. La facilité des voyages et la non perception de l'odeur des lieux ne nous permet plus de nous en éprendre, ni d'y rester. Après tout, il ne serait pas très rentable que chacun se sente bien chez soi. Dans cette dynamique, les foyers eux-mêmes tendent à perdre leur odeur d'origine :

*« La maison qui, de l'aube au coucher, revêtait successivement l'odeur du café et du pain chaud, celle de la cuisine mijotée et de la soupe du soir : les conserves et les produits surgelés joints au manque de temps et à la disparité des heures de repas dans une même famille l'ont privée de son évolution olfactive caractéristique, signifiante et rassurante. »*<sup>44</sup>.

Le radiateur a remplacé l'odeur de bois qui servait à allumer la cheminée, et celle du caramel lorsque l'on jetait du sucre en poudre dans les flammes, le sèche-linge nous a ôté l'effluve des draps frais ayant séché au vent, et le micro-ondes, celle des petits plats mijotant dans la cuisine. Paradoxalement, notre maison n'a jamais été aussi parfumée. Les rideaux exhale la brise « Première Floraison », dans les toilettes stagne un « Vent de Forêt », la salle de bains abrite un melting-pot de gels douche, de masques capillaires au karité, de déodorants, d'après-rasage, de parfums, et dans pratiquement chaque pièce, les bougies parfumées livrent un combat sans merci aux diffuseurs d'huiles essentielles. Le marketing olfactif amène l'air de Bora Bora dans les maisons de campagne, l'odeur de fleurs des champs dans les appartements parisiens et l'air

---

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Op cit. p. 196.



de Paris... se fait mettre en bouteille<sup>45</sup>. Pour Faivre, la désodorisation des lieux suivie de leur parfumage bouleverse « *l'homme contemporain dont la relation aux odeurs exprime une pathologie profonde, à la fois comme carence de constitution de racines existentielles et comme perte de dynamisme, d'élan vers le monde sensible* »<sup>46</sup>. D'après elle, les racines existentielles qui servent de repères à l'homme moderne, sont essentiellement de nature olfactive. La perte de la véritable odeur des choses serait en conséquence synonyme d'une totale rupture affective avec les lieux que nous traversons, devenus abstraits, lointains, étrangers.

S'ajoutant à l'odeur des lieux, nous échappe également l'odeur de l'autre. Car si la proximité sociale n'est, en théorie, plus proportionnelle à la proximité spatiale, quelle peut être la valeur de notre relation à l'autre lorsque, dans l'appréhension de son visage et de sa voix par un média, nous manque cet immense détail<sup>47</sup> trahissant l'illusion de sa présence. Bien plus que Skype et le smartphone ne seraient en mesure de le faire, ce sont les vêtements empruntés qui nous maintiennent dans la proximité affective de l'autre. Le foulard d'une mère, le pull d'un amant, ces réceptacles d'auras odorantes qui, eux seuls véritablement, sauront apaiser le trouble de la séparation et nous rappeler, une fois l'odeur évanouie, qu'il est temps pour nous de retourner auprès de ceux que nous aimons. Car nous avons beau utiliser la même lessive que nos parents, nos draps ne sentent jamais comme à la maison, et pouvons vaporiser le parfum de notre amant sur l'oreiller, sans que cela ne parvienne à usurper la trace de son passage. Quant aux futures rencontres qu'il nous sera donné de faire, Rosa écrit qu'il est « *structurellement improbable que nous établissions une relation avec autrui* »<sup>48</sup>. Mais cela ne relèverait à priori pas tant du sentiment de saturation sociale que peuvent engendrer les réseaux sociaux, que de la non appréhension physique de l'autre. « *On n'aime pas sans l'improbable accord des odorats* »<sup>49</sup> de même qu'il nous est impossible d'exéquer une personne que l'on n'a jamais sentie. On dit d'ailleurs de quelqu'un qui ne nous inspire rien qu'on « ne le sent pas ». Une fois les odeurs retirées de l'équation, l'humanité nous apparaît en tout et pour tout, parfaitement quelconque. Raison pour laquelle la dimension de l'odeur de l'autre fut notamment prise d'assaut par les

---

<sup>45</sup> DUCHAMP Marcel, *Air de Paris*, 1919.

<sup>46</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 192.

<sup>47</sup> BACHELARD Gaston, *La poétique de la rêverie*, Presses Universitaires de France, Paris, p. 123. « *L'odeur apparaît comme un détail immense.* »

<sup>48</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 133.

<sup>49</sup> CHAUMIER Serge, « L'odeur du baiser », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 80.

industries de sextoys, qui ont bien compris qu'en donnant à l'individu l'illusion d'être en présence d'un autre, il serait plus aisé de l'amener à se donner du plaisir, tout seul<sup>50</sup>.

Quant aux objets du monde, Rosa estime que nous entretenons des relations intimes et constitutives avec certains d'entre eux. « *Vous les investissez et vous les percevez dans toutes les dimensions sensuelles, et ils portent également avec elles les marques que vous y laissez. Ils deviennent partie intégrante de votre expérience vécue quotidienne, de votre identité et de votre histoire* »<sup>51</sup>. Or l'accélération change légèrement, si ce n'est complètement la donne. Car dans le rythme cyclique de nos multiples vies, nous éprouvons régulièrement le besoin de modifier l'environnement à notre image. L'obtention d'un nouvel emploi justifie ainsi l'achat d'un ordinateur ou d'un téléphone plus performant, ainsi que d'une garde-robe aux couleurs des dernières tendances. Une séparation amoureuse engendre quant à elle un déménagement s'accompagnant de l'acquisition de nouveaux meubles et de la perspective d'une décoration d'intérieur synonyme de renouveau. Il revient désormais plus cher de faire remplacer une pièce défectueuse de son lave-linge ou de son four que de faire l'acquisition d'un nouveau modèle. Nous avons pris l'habitude de régulièrement remplacer la plupart de nos objets et ce, avant même que ces derniers ne soient hors d'état d'usage. Les industries l'ont bien compris et jouent à leur tour de cet engrenage, amenant le rapport que nous entretenons avec notre environnement matériel à devenir aussi cyclique que notre vie<sup>52</sup>. Rosa reprend Marx lorsqu'il indique nous sommes progressivement passés d'une consommation physique des objets à une consommation morale. « *Nous remplaçons les choses avant qu'elles ne se cassent, parce que les vitesses élevées d'innovation les ont rendues obsolètes et « anachroniques » bien avant que leur temps physique soit compté* »<sup>53</sup>. Nous remplaçons un téléphone en état de fonctionnement pour avoir

---

<sup>50</sup> GIARD Agnès, « Quelle est l'odeur d'une « belle jeune fille innocente » ? : Les parfums pour jouets sexuels au Japon », *Parfums et odeurs : une approche pluridisciplinaire*, colloque de l'EHESS, Paris, verbatim du 8 novembre 2016.

<sup>51</sup> Op cit. p. 118.

<sup>52</sup> Apple a par exemple alimenté des polémiques quant à l'obsolescence programmée de ses produits. La marque ne communique en effet pas les manuels de ses appareils et ces derniers sont assemblés de telle sorte qu'il soit pratiquement impossible à un réparateur non agréé de les démonter, ne serait-ce que pour en changer la batterie. En 2017, il fut prouvé que la mise à jour du système d'exploitation des iPhones avait pour effet de ralentir les modèles les plus anciens. Le remplacement de la batterie étant impossible sans déboursier une centaine d'euros chez AppleCare, la plupart des utilisateurs ont acheté un modèle plus récent.

<sup>53</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 62.

le tout dernier modèle, nous quittons notre petit ami parce que nous redoutons qu'il le fasse avant nous, nous renonçons à un emploi convenable parce que nous pensons trouver encore mieux ailleurs : l'accélération et l'anticipation de l'impermanence sabotent notre relation au monde. Et l'auteur d'insister sur le fait qu'une fois encore, les odeurs s'en échappent : lorsque l'on conserve les mêmes objets durant des décennies, on sait « *à quoi ils ressemblent et ce qu'ils sentent* »<sup>54</sup> mais lorsque l'on en change deux fois par an, on ne connaît plus « *ni le modèle qu'on utilise, ni les odeurs qu'il dégage* »<sup>55</sup>.

La perte de l'odeur des lieux, des autres, des objets, et sa substitution successive par des compositions de synthèse, a non seulement pour effet de nous déraciner de la réalité, mais également de nous y rendre intolérants. Lorsque par hasard ou par contrainte, nous nous trouvons de nouveau confrontés à elle, nous la rejetons avec violence : prendre le métro en heures de pointe et se voir submergés par l'odeur des autres nous est proprement insupportable. Nous retenons notre respiration lorsque nous traversons une ruelle aux relents d'urine, lorsque le pot d'échappement de la voiture devant nous dégage une fumée noire ou qu'un conteneur poubelle se trouve près de l'arrêt de bus où il nous faut patienter, comme du reste, nous entrons également en apnée dans un magasin Sephora. Nous respirons suffisamment pour vivre, mais plus assez pour sentir. Dans l'accélération, l'homme moderne et son rapport au monde se caractérisent par le rythme d'une semi-respiration : on y survit plus qu'on ne le vit.

### *1.1.2 Le musée de l'accélération*

Si le musée est une manifestation de la relation qu'entretient l'homme avec la réalité par l'intermédiaire de la collection d'objets, quels y seraient les effets du mouvement d'accélération sociale diagnostiqué par Rosa ? Considéré comme le phénomène au sein duquel ce qui se trouve physiquement à notre portée n'est plus nécessairement ce à quoi nous tenons, où nous avons perdu la véritable odeur des choses au point de n'être plus capable de l'appréhender lorsqu'elle se présente à nouveau, et où l'intermédiaire de la représentation régit l'ensemble de nos interactions avec le monde, c'est au *musée imaginaire*, que l'accélération semble renvoyer, soit au célèbre essai publié pour la première fois par André Malraux en 1947.

---

<sup>54</sup> Ibid. p. 117.

<sup>55</sup> Ibid. p. 119.

« J'appelle Musée imaginaire la totalité de ce que les gens peuvent connaître aujourd'hui même en n'étant pas dans un musée [...] Le Musée Imaginaire est un phénomène mental qui résulte d'une expérience cumulative et visuelle. C'est un domaine de formes qui nous habite. C'est un espace dépourvu d'existence physique, n'existant que par et dans l'esprit du spectateur et se matérialisant par une proposition visible, la photographie éditée »<sup>56</sup>.

Malraux avait la conviction que nous ne pouvons voir que par comparaison<sup>57</sup>, ainsi le *musée imaginaire* s'ouvre sur une interrogation tout à fait pertinente : qu'avaient-ils vu ceux dont les réflexions sur l'art sont devenues pour nous d'absolues références ?

« Gautier a vu l'Italie à trente-neuf ans, Edmond de Goncourt, à trente-trois, Hugo, enfant, Baudelaire, Verlaine, jamais. [...] Baudelaire ne vit les œuvres capitales ni du Greco, ni de Michel-Ange, ni de Masaccio, ni de Piero della Francesca, ni de Grünewald, ni de Titien, ni de Hals, ni de Goya. Qu'avait-il vu ? »<sup>58</sup>

Au XIX<sup>e</sup> siècle, le seul moyen d'accéder aux œuvres du musée était de se déplacer pour les confronter. Mais même lorsque nous faisons le voyage et consacrons plusieurs jours à les observer, nous n'en remportons jamais qu'un vague souvenir. Ainsi, « la confrontation d'un tableau du Louvre et d'un tableau de Florence était celle d'un tableau et d'un souvenir »<sup>59</sup> ce dernier étant, la vitesse des transports de l'époque n'étant pas celle des transports d'aujourd'hui, déjà vieux de plusieurs semaines. Ce n'est qu'avec la photographie<sup>60</sup> que vint finalement la salvation, car par son médium, l'héritage plastique du monde se donne et se garde dans sa plus fidèle capture<sup>61</sup>. Nous avons désormais la possibilité de conserver les œuvres, de les comparer et d'éprouver leur altérité. Dès lors, si nos favorites se trouvent dans un autre pays, nous ne souffrons plus de la distance physique qui nous en sépare, et jouissons d'une procuration qui, quel que soit l'endroit, nous adresse la disparité du monde d'un seul geste. Le procédé

---

<sup>56</sup> STEPHANE Roger, *André Malraux, entretiens et précisions*, Gallimard, Paris, 1984, p. 103.

<sup>57</sup> MALRAUX André, *Écrits sur l'art, Œuvres complètes*, Gallimard, La Pléiade, t. IV, Paris, 2004, p. 1170.

<sup>58</sup> MALRAUX André, *Le musée imaginaire*, Folio essais, Paris, 1947, p. 14.

<sup>59</sup> Ibid. p. 15.

<sup>60</sup> Succédant au dessin et la gravure.

<sup>61</sup> MALRAUX André, *Écrits sur l'art, Œuvres complètes, IV*, Gallimard, Paris, 2004, p. 1203.

photographique et l'appropriation visuelle sont donc au cœur du *musée imaginaire*. Mais à l'heure d'Internet, la trace photographique d'une œuvre n'est plus l'empreinte d'une expérience que j'en ai moi-même faite, au contraire, elle annule mon besoin d'en faire l'expérience. Puisque le musée ne m'autorise qu'une interaction visuelle avec les objets de la réalité, quel peut bien être mon intérêt à planifier un voyage pour les voir puisqu'Internet et la photographie numérique m'en présentent instantanément tous les angles ? Au XXI<sup>e</sup> siècle, la photographie des œuvres résulte inmanquablement d'une expérience, plus nécessairement la mienne, mais quelle importance puisqu'à la fin, je sais à quoi ressemble l'objet comme si je l'avais vraiment vu ? Lorsque paraissait le *musée imaginaire*, la photographie était un substitut qui palliait convenablement l'absence des œuvres sans prétendre les équivaloir<sup>62</sup>, mais à l'heure actuelle, que peut le musée que ne peut la photographie ?

Pour Benjamin, la reproductibilité technique des œuvres d'art découle de ce que « *de jour en jour, le besoin s'impose de façon plus impérieuse de posséder l'objet d'aussi près que possible* »<sup>63</sup>. Si la photographie est ici naturellement dénoncée, une question se fait soudain pressante : est-elle véritablement le médium permettant de s'approprier un objet de la manière la plus intime qui soit ? Baudrillard reconnaît que le « *le cliché photographique ôte à l'image toutes ses dimensions : le poids, le relief, la profondeur, le temps, la continuité et le parfum* »<sup>64</sup>. Les démonstrations de Faivre et de Rosa remettent alors en question la pertinence de l'encre versée par crainte ou par adoration de la photographie. Qu'avons-nous véritablement à redouter d'elle s'il lui est impossible de restituer l'odeur des éléments qu'elle capture ? Sauvageot écrit qu'elle permet de rendre compte d'objets ayant été soustraits du monde et étant devenus capables d'exister sans nous<sup>65</sup>. Mais dès lors que sortis de leur interaction avec l'homme, ces objets ont-ils encore une odeur ? En feuilletant le *musée imaginaire de la sculpture mondiale*<sup>66</sup>,

---

<sup>62</sup> MALRAUX André, *Esquisse d'une psychologie du cinéma*, Gallimard, Paris, 1946, p. 43.

<sup>63</sup> BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 1939, p. 20.

<sup>64</sup> BAUDRILLARD Jean, *Car l'illusion ne s'oppose pas à la réalité*, Descartes & Cie, Paris, 1998, p. 11.

<sup>65</sup> SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2014, p. 11.

BAUDRILLARD Jean, *Pourquoi tout n'a-t-il pas disparu ?* L'Herne, Paris, 2007, p. 21. « *Ce qui se joue en profondeur grâce à l'automatisme du médium photographique, c'est le désir de voir à quoi ressemble le monde en notre absence.* »

<sup>66</sup> MALRAUX André, *Le musée imaginaire de la sculpture mondiale*, George Lang, Paris, 1952.

puis-je certifier que les originaux dont j'étudie la reproduction possèdent une aura olfactive<sup>67</sup> ? Et si oui, puis-je me hasarder à en deviner la nature sans sombrer dans le préjugé ? Connaissons-nous l'odeur des objets qui se trouvent dans les musées ? Parce que la photographie ne peut restituer la véritable odeur des éléments du monde, elle interpose sa représentation dans notre interaction avec la réalité sans pouvoir s'y substituer, comme du reste, semble d'ailleurs en être incapable la totalité des nouveaux médias. Quand je tiens une conversation sur Skype avec mon enfant, je le vois, je l'entends, mais à mesure que l'échange se poursuit, ma sensation de chagrin s'accroît au lieu de s'apaiser, car la non perception de son odeur dénonce l'impuissance des médias à consoler son absence. De même lorsque je regarde une photographie de cet enfant, tout se fige sur le papier, l'éclat de son œil, le carillon de son rire, le mouvement de son corps, son âge, son humeur, sa présence en un lieu : tout demeure, à l'exception de son sillage.

*Le musée imaginaire* est donc bien celui de l'accélération, dissociant l'intérêt accordé aux objets de la distance spatiale qui nous en sépare, proposant la photographie comme intermédiaire relationnel aux éléments du monde, tout en révélant l'incapacité de cette dernière à nous en restituer les véritables odeurs. Nous pourrions alors nous réjouir que subsiste effectivement pour le musée, une perspective hors d'atteinte du médium photographique. Mais le musée n'est pas un singulier, unique détenteur des odeurs du monde, il ne s'en est pourtant jamais vanté, et tandis que la photographie se propageait en pétrifiant<sup>68</sup>, il ne s'est pas rebellé. Tant et si bien que la non-odeur s'est banalisée. Désormais, « *quand l'homme technologique moderne pense à l'univers physique, il pense à quelque chose susceptible d'être visualisé et dont on peut essentiellement dresser une image* »<sup>69</sup> et non plus à une chose à laquelle nous aspirerions, dans les deux sens du terme. Par ailleurs, l'invention septuagénaire de Malraux

---

<sup>67</sup> BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 1939, p. 13-15. « *A la plus parfaite reproduction il manquera toujours une chose : le hic et nunc de l'œuvre d'art – l'unicité de son existence au lieu où elle se trouve. C'est cette existence unique pourtant, et elle seule, qui, aussi longtemps qu'elle dure, subit le travail de l'histoire. Nous entendons par là aussi bien les altérations subies par sa structure matérielle que ses possesseurs successifs. La trace des altérations matérielles n'est décelable que grâce à des analyses physico-chimiques, impossibles sur une reproduction [...] Ce qui fait l'authenticité d'une chose est tout ce qu'elle contient de transmissible de par son origine, de sa durée matérielle à son pouvoir de témoignage historique. [...] Tous ces caractères se résument dans la notion d'aura, et on pourrait dire, à l'époque de la reproductibilité technique, ce qui dépérit dans l'œuvre d'art, c'est son aura.* »

<sup>68</sup> LE BRETON David, *La Saveur du monde*, Métailié, Paris, 2006, p. 67.

<sup>69</sup> ONG Walter, « *Worlds as view and world as event* », *American Anthropologist*, n° 71, 1969, p. 636.

jouit encore de sa pleine actualité : à l'heure de la photographie numérique, les réseaux sociaux<sup>70</sup> deviennent d'immenses générateurs de musées imaginaires.

---

<sup>70</sup> Comme par exemple, Instagram et Pinterest.

## 1.2 L'ALIENATION

Lorsque nous courons un sprint, le paramètre qui nous permet d'accélérer rapidement notre foulée et de faire que notre corps se dépasse dans la performance physique, est que nous savons dès le départ, où se trouve la ligne d'arrivée. Nous sommes donc en mesure d'estimer la distance qu'il nous faut parcourir, et pouvons déterminer les temps où il sera judicieux d'accélérer notre rythme ou de le modérer, afin de maximiser nos chances de finir la course, et d'éventuellement la gagner. Mais dans l'accélération que diagnostique Rosa, y a-t-il seulement une ligne d'arrivée ? A l'heure des écrans, nous perdons toute possibilité de perspective : nous savons que nous devons performer en continu, mais n'avons aucune idée du temps durant lequel il va nous falloir surenchérir, des conditions dans lesquelles nous allons devoir le faire, des moyens que nous aurons d'y parvenir, ni même de la raison pour laquelle nous avons pris le départ. A quel moment atteint-on le stade de plénitude supposé faire que le moteur de la compétition sociale n'aie plus de prise sur nous ? Lorsque nous aurons fini nos études ? obtenu un poste de maître de conférences ? publié un livre ? soutenu une habilitation à diriger des recherches ? décroché un poste dans une entreprise désignée ? un contrat à durée indéterminée ? une promotion ? trouvé notre moitié ? fait un grand mariage ? fondé une famille ? fait le tour du monde ? trouvé un meilleur mari ? réussi l'éducation des enfants ? et qu'à leur tour, ils soient plus performants que les enfants des autres ? aient de meilleures notes ? intègrent de plus grandes écoles ? finissent leurs études... ? Rosa écrit que « *l'histoire approche d'une fin qui a la forme d'une immobilisation hyperaccélérée* »<sup>71</sup> dans laquelle « *nous devons courir de plus en plus vite pour simplement rester en place* »<sup>72</sup>, et de ce constat, déduit l'évidence d'un imminent danger guettant la société moderne : l'aliénation.

### 1.2.1 L'anosmie

Redoutant la fin de notre vie, nous voulions en éprouver plusieurs dans le temps imparti pour n'en mener qu'une, pensant peut-être qu'en nos dernières heures, il n'y aurait pas de place pour les regrets si notre vie avait été la plus emplie possible. Cette initiative aurait simplement pu avoir pour effet d'engager davantage notre personne dans l'appréhension du monde, de nous

---

<sup>71</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 51.

<sup>72</sup> ROBINSON John, GODBEY Geoffrey, *Time for life: The surprising ways Americans use their time*, Pennsylvania State University Press, Pennsylvania, 1997, p. 33.



inciter à chanceler quelque peu nos habitudes afin d'être à nouveau présent, attentif et impliqué dans notre vie. La dynamique en elle-même n'avait rien de répréhensible et ne laissait nullement présager qu'un désir de vie « bien remplie » mènerait à l'aliénation de la société. C'est en effet à la compétition sociale que doit revenir ce blâme, car avec elle, il n'est désormais plus question de mener une vie qui soit suffisamment satisfaisante pour nous épargner quelques regrets devant la mort, mais bien de faire de notre vie la référence de l'évènement. Comme au cirque on nous annonce « l'homme le plus fort », « le plus rapide », « le plus grand » ... du monde, la compétition sociale nous enjoint à devenir « le plus riche », « le plus populaire », « le plus beau », « le plus intelligent », « le plus charismatique » ... et surtout, à le rester. Elle se révèle être la véritable source de l'accélération, mais également sa fin. Nous sprintons dans une roue de rongeurs, et ce ne sont ni les plus faibles ni les moins intelligents qui collapent les premiers, mais ceux ayant la relation affective la plus accrue vis-à-vis du monde. Ceux qui font passer la vie avant l'ambition, l'amour avant l'argent, la foi avant la colère, et la résilience avant la vengeance deviennent rarement les héros du cirque, ces phénomènes de foire dont on fantasme l'image tandis que leur vie exhale des relents de paille sèche, de fumier et de cacahuète. Mais l'heure est au spectacle ! Et tandis que les décimés de l'accélération tirent leur révérence, les saltimbanques se déchainent, car faute de ligne d'arrivée il faut être le dernier à tomber, ou le premier à faire tomber tous les autres. Et que gagne-t-on ? L'aliénation ! Car *« une contrainte d'accroissance n'ayant ni but ni fin finit par entraîner [...] une relation dérégulée, voire pathologique au monde »*<sup>73</sup>. Plus avant, pour rester en course dans l'accélération et la compétition sociale, il nous faut progressivement renoncer à ce que nous aimons, car plus notre vie devient une image, plus elle perd ses odeurs, ainsi que les relations affectives qu'elles alimentent. Plus nous nous détachons émotionnellement du monde, et plus nous devenons étrangers à nous-mêmes. Rosa écrit que *« si c'est l'importance de ce que nous aimons qui constitue notre identité, alors la perte d'un tel sens [...] ne peut que mener à une distorsion de la relation à soi-même »*<sup>74</sup>. Or dans cette crise identitaire, que l'on retrouve notamment avec le phénomène du « burn-out », ce n'est pas notre intérieur immuable qui est remis en jeu, mais bien notre capacité à nous approprier le monde<sup>75</sup>. L'aliénation renverrait à l'appréhension d'une réalité muette, indifférente, voire hostile à notre rencontre, avec laquelle il nous serait impossible d'interagir. Notre environnement familial et professionnel ne nous inspire plus le moindre

---

<sup>73</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 8.

<sup>74</sup> ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014, p. 135.

<sup>75</sup> Ibid. p. 137.

sentiment d'appartenance et progressivement, notre existence toute entière nous devient étrangère, vaine, voire inutile. L'aliénation est anosmique, trahissant le désinvestissement vital du monde par l'homme moderne. Elle est un « *début de mort personnelle* »<sup>76</sup>, dont certains semblent croire, naïfs opportunistes, que l'odorisation et le parfumage forgent ses remèdes.

### 1.2.2 *Le musée de l'aliénation*

A ceux qui nient l'actualité du phénomène d'aliénation, le musée peut donner tort. Car s'il s'avère exister un musée de l'aliénation, c'est une démonstration par la preuve que cette dernière est bien devenue le mode relationnel privilégié de l'homme à la réalité. Si l'aliénation renvoie à l'impossibilité d'interagir avec le monde, son musée pourrait constituer l'évènement par lequel nous quittons physiquement la réalité pour en pénétrer une autre, celle des médias. Notre ancrage corporel dans le vrai monde, prosaïquement, nos pieds posés sur le sol, s'amenuise à mesure que la portée de nos actions devient plus spectaculaire sitôt que transposée dans un autre monde, devenu à notre égard, bien plus séduisant que le premier. Dans ce musée de l'aliénation ne subsisteraient des objets de la réalité que des représentations dont aucune n'émane de mon appropriation personnelle. Par le partage et la consommation de sa représentation numérique, l'appropriation d'un objet de la réalité par un individu, devient celle de milliers d'autres<sup>77</sup>. Dans le musée de l'aliénation, la représentation remplace les objets du monde, et le monde médiatique résultant de leur accumulation remplace le *monde réel*. Je ne suis donc plus un interlocuteur du vrai monde, mais une sorte d'antenne-relais servant l'acheminement de représentations qui, à défaut de me concerner, me donnent au moins le sentiment d'être à nouveau impliqué dans quelque chose : la pérennisation du monde médiatique. Une formule de Timée de Locres, devenue célèbre car reprise par François Rabelais dans *Pantagruel*, Marie de Gournay dans la préface des *Essais* de Montaigne, Blaise Pascal

---

<sup>76</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 67.

<sup>77</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 150. « Avec Internet, l'abandon de la centralisation, d'esprit totalitaire pour un système multipolaire dans lequel chacun est à la fois émetteur et récepteur allait entraîner une nouvelle conception du vrai, une autre appréciation des valeurs, car chaque point de vue s'y exprime autant que son contraire. [...] Au point que l'opinion, la doxa (figure théorique du micro-trottoir d'aujourd'hui) contre laquelle Platon s'était battu sans relâche, devenait en quelque sorte la nouvelle norme. »

dans les *Pensées*, et plus récemment Bernard Deloche dans *Le musée virtuel* dit que « le centre se trouve partout, et la circonférence nulle part ». Or si le centre se trouve partout, cela signifie que la situation ne profite à personne, et si tel était vraiment le cas, le phénomène d'aliénation aurait d'ores et déjà été dénoncé et massivement traité, jusqu'à disparaître. Mais à l'inverse, les individus qui s'aliènent pour gagner la course de l'accélération sont stigmatisés. Et alors que s'accolent à leurs noms les étiquettes « burn-out », « dépression », voire « suicide », l'aliénation paradoxalement, perdure. Sans doute son avènement a-t-il à ce point nourri le marché des nouvelles technologies qu'il n'était financièrement plus viable de le dénoncer, et qu'à la place, le monde médiatique est devenu un refuge bienveillant à l'égard de tous les refusés du *monde réel*, le Disneyland des aliénés. Or, Deloche écrit que « *le monde des nouvelles images présente des affinités surprenantes – bien que le plus souvent méconnues – avec la fonction essentielle du musée, ce super média, qui est de rendre sensible à l'intuition ce qu'il montre* »<sup>78</sup>. C'est par ce détournement, que se confirme la perspective d'un musée de l'aliénation comme lieu privilégié où nous pourrions à nouveau percevoir de manière sensible. Le musée de l'aliénation serait un environnement dans lequel nous apprendrions à interagir de manière satisfaisante et gratifiante avec des objets qui ne sont pas ceux du *monde réel* : les mentefacts<sup>79</sup>. Autrement dit, créant les conditions nécessaires à la réactualisation d'un sentiment d'appartenance chez l'homme moderne<sup>80</sup>, ce musée parvient à mettre en abyme le phénomène d'aliénation et contribue ainsi à la sécurisation de son marché. Le centre de ce phénomène ne se situe par conséquent pas partout, et donc nulle part, mais se localise précisément et sans surprise, dans la poche des industries tirant profit de la situation.

---

<sup>78</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires Françaises, Paris, 2001, p.235.

<sup>79</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : *Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 51. « *Du point de vue muséologique, je vois la différence essentielle entre l'approche muséologique et l'approche informatique, dans la mesure où notre niveau est ontologique, alors que celui de l'information est gnoséologique. Concrètement : dans notre cas, on a affaire à la présence authentique de naturfacts et d'artefacts, alors que, dans le cas de l'informatique, on a affaire à des mentefacts, quelle que soit la nature des supports utilisés.* »

<sup>80</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 145. « *La mutation opérée par le numérique est telle qu'elle nous propose non seulement un encadrement « intelligent » mais une immersion radicale dans un monde artificiel capable de mimer à s'y méprendre la very life (VL).* »

C'est donc par l'insertion et la propagation du numérique dans les musées que s'avance celui de l'aliénation. A l'occasion de la publication collective *Les nouvelles tendances de la muséologie*, Deloche retrace cette histoire des technologies de l'information et de la communication afin de prendre la mesure de leurs effets sur le musée traditionnel à savoir, « *la subversion des valeurs de référence* », « *l'effritement des régimes d'authenticité* » et « *le détournement de la relation sensible* »<sup>81</sup>. Il indique que la numérisation des collections, qui constitue la première étape signifiante vers le musée de l'aliénation, était à l'origine une excellente chose puisque permettait de préserver l'intégrité physique des objets de la réalité, en n'intervenant plus directement sur les originaux, mais sur la parfaite copie de leurs substituts numériques. Les informations relatives aux objets étaient désormais accessibles sans que ces derniers aient à quitter les réserves et le giron des conservateurs, autrement dit, la solution était presque inespérée. Mais c'est avec la mise en ligne des collections numérisées que commence la véritable mutation du musée traditionnel et de la relation homme-monde dont il rend compte, car d'Internet découlent « *l'impossibilité de contrôler les contenus* »<sup>82</sup>, « *la diffusion anarchique de l'information* » et « *la dissolution pure et simple du musée tel que nous le connaissons* »<sup>83</sup>. Parce que le substitut numérique est désormais plus accessible que l'original authentique, il le surpasse en importance. On retrouve ainsi le motif de la facilité qui revient régulièrement dans l'élection du musée de l'aliénation par l'homme moderne. Après avoir été éprouvé dans la course de l'accélération, l'homme aliéné ne possède en effet plus suffisamment d'énergie affective pour s'approprier le vrai monde. Le musée de l'aliénation met donc à sa portée une réalité beaucoup plus facile d'accès, tellement facile qu'il n'a pour ainsi dire rien à faire, car c'est elle qui vient se projeter sur lui, comme la télévision par le passé projetait sur nous ses images sans que l'on ait à s'y impliquer d'une quelconque manière. Reprenant Pierre Lévy, Deloche écrit qu'au « *musée institutionnel [...] est en train de se substituer un « musée universel », c'est-à-dire un cyberspace entièrement décloisonné et interconnecté qui remplace de façon non institutionnelle l'ensemble des institutions culturelles au point de former une « noosphère* » »<sup>84</sup>. Progressivement, c'est donc sous les traits du cybermusée que semble se

---

<sup>81</sup> MAIRESSE François, « Introduction », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 21.

<sup>82</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 149.

<sup>83</sup> Ibid. p. 150.

<sup>84</sup> Ibid. p. 154.

LEVY Pierre, *World philosophie : Le marché, le cyberspace, la conscience*, Odile Jacob, Paris, 2000.

deviner le musée de l'aliénation. « *Un musée pour gens cultivés mais pressés, qui le visiteraient par exemple chaque matin comme on lit son journal en avalant son petit déjeuner. Ce musée, reposant sur les derniers progrès de la technique électronique et du génie logiciel serait une sorte de robot capable d'offrir à ses clients une nouvelle version du « fast food » culturel* »<sup>85</sup>. Et si désormais s'élèvent les voix de la dénonciation<sup>86</sup>, c'est que le musée de l'aliénation est bel et bien à l'œuvre<sup>87</sup>, amenant avec lui la preuve que malgré notre acharnement à le nier<sup>88</sup>, l'aliénation de l'homme moderne n'a malheureusement rien de fictif.

---

<sup>85</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.220.

<sup>86</sup> Par exemple : JACOBI Daniel, « Muséologie et accélération », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 38. « *La volonté de remplacer les collections et les vraies choses par une longue liste d'items numérisés et dématérialisés consultables à distance ou soi-disant visitables virtuellement est-elle réellement un dispositif alternatif de diffusion et d'appropriation des connaissances et des valeurs transmises par les collections immenses, uniques, inimitables exposées dans les musées ou soigneusement préservées de l'usure dégradante et altérante du temps dans les réserves ? [...] Que serait un musée qui se contenterait d'offrir un condensé de ce qu'on pourrait appeler la google-isation de la culture et du savoir ?* »

<sup>87</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 157. « *Il est essentiel de rappeler que nous ne sommes pas là dans la fiction mais bien en pleine réalité, car les deux mondes – le musée classique, matériel, palpable, et la « noosphère », immatérielle et virtuelle – coexistent actuellement* ».

<sup>88</sup> MCLUHAN Marshall, « Les vieux vêtements de l'empereur », *L'objet créé par l'homme*, La connaissance, Bruxelles, 1968, p. 90. « *Nous ne pouvons jamais voir les nouveaux vêtements de l'empereur mais nous sommes de grands admirateurs de son vieil habit.* »

### 1.3 LA RESONANCE

Baudrillard qualifiait de « crime parfait » la transfiguration numérique que le musée de l'aliénation opère du monde, travestissant tour à tour l'homme moderne en avatar ou en cyborg<sup>89</sup>. Il écrit que le crime parfait est « *celui d'une réalisation inconditionnelle du monde par actualisation de toutes les données, par transformation de tous nos actes et de tous les événements en information pure* »<sup>90</sup>. L'enlèvement progressif de l'homme dans la réalité médiatique qui, après la semi-respiration de l'accélération et l'anomie de l'aliénation, menace littéralement de l'étouffer, semble soudain, et enfin, réveiller en lui un instinct de survie. Comme en manque d'air, l'on se débat pour remonter à la surface avant de se noyer, l'on inspire le monde à pleins poumons une fois sa vie préservée. C'est dans cet élan de sauvetage que Rosa développe le concept de *résonance* qui, pour l'homme refusant de couler avec les sirènes des réalités augmentées et virtuelles, œuvrerait comme une bouée permettant de le ramener sur la terre ferme du monde véritable.

*« Les relations résonantes au monde se distinguent des pures interactions causales ou instrumentales en ceci qu'elles ne désignent pas un rapport fixe, déterministe et régi par le principe de causalité locale, mais reposent au contraire sur l'idée d'un contact et d'une correspondance intimes, sur la notion de réaction réciproque entendue au sens d'authentique réponse »<sup>91</sup>.*

La résonance serait une relation entre le sujet et le monde, basée sur l'affection et l'émotion, où serait à nouveau permis qu'ils se touchent, se transforment et se répondent. Le monde, indépassable horizon des possibles d'expérience, ne déterminerait plus l'individu en projetant sur lui ses représentations médiatiques, de même, le sujet ne se mouvrait plus dans une dynamique d'appropriation dominante de la réalité : l'un et l'autre évolueraient à l'unisson dans un mouvement d'assimilation mutuelle. La relation résonante suppose donc une attention

---

<sup>89</sup> SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, 2014, p. 35. « *De l'informatique à l'ingénierie biologique, les expériences bricolent le sujet en modifiant son corps. Celui-ci, tout à la fois impliqué et appliqué, mobilisé et instrumenté, nous fait franchir des niveaux de réalités différentes, des réalités multiples. « Augmentées », « virtualisées », « générées », ces réalités transgressent la notion de présence jusqu'à l'acting out paradoxal, le projet d'une disparition irréversible.* »

<sup>90</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le crime parfait*, Galilée, Paris, 1995, p. 47.

<sup>91</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 69.

bienveillante, un désir initiateur, une porosité confiante, une réceptivité tolérante, ainsi qu'une énergie adressée et renouvelée réciproquement entre le sujet et le monde. Elle nécessite également que ces derniers soient « *suffisamment fermés pour pouvoir parler de leur propre voix, et suffisamment ouverts pour se laisser atteindre* »<sup>92</sup>. L'auteur indique que la possibilité d'une relation résonante au monde dépend par conséquent des dispositions physiques et émotionnelles du sujet, ainsi que de la configuration de la réalité telle que le premier peut être amené à la rencontrer.

### 1.3.1 L'aspiration

Pour Rosa, la résonance ne prend pas son ancrage dans le champ des intérêts, mais dans celui des sensibilités existentielles<sup>93</sup>. C'est pourquoi lorsqu'il établit les dispositions dans lesquelles devrait idéalement se trouver un sujet afin d'être disponible pour une relation résonante, il consacre un intérêt tout particulier à la réhabilitation du corps, de la peau et de la respiration.

Alfred Schütz dit que c'est par notre corps que nous sommes constamment engagés dans le monde et capables d'y agir ou d'en être affectés<sup>94</sup>, car c'est par l'action qu'exerce sur lui la pesanteur et le fonctionnement de ses organes sensoriels, que l'étendue d'une réalité sensible nous apparaît pour la première fois. « *Le corps et le monde s'entretiennent dès le départ* »<sup>95</sup> or nous l'avons vu, l'homme moderne s'est désinvesti de son corps à mesure qu'il ne parvenait plus à suivre le rythme de l'accélération et de la surenchère sociale, mais également à mesure que le monde médiatique se substituait au *monde réel*, ne requérant plus d'implication sensorielle de la part du sujet puisque ses images, ses sons et ses odeurs de synthèse étaient d'emblée projetés sur lui. Dans l'accélération, la dégénérescence sociale rencontre la limite du corps qui, bien qu'alors perçue comme étant une faiblesse, incarnerait pourtant la perspective

---

<sup>92</sup> Ibid. p. 200.

<sup>93</sup> Le concept de « sensibilités existentielles » peut être ici rapproché de celui de « racines existentielles » dont Hélène Faivre considère que sa carence chez l'homme moderne découle d'une relation pathologique aux odeurs de la réalité, engendrant un manque d'élan du sujet vers le monde sensible. FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Op cit. p. 192.

<sup>94</sup> SCHUTZ Alfred, "Symbol, reality and society", *Collected papers*, vol. 1, 1962, p.242.

<sup>95</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit, p. 48.

de salvation du sujet aliéné<sup>96</sup>. Car c'est par la limite du corps que certains se révèlent incapables de poursuivre la course, et par elle également que s'exprime l'instinct de survie nous faisant remonter à la surface. En conséquence, Rosa analyse les manières proprement physiques que nous avons de nous rapporter à la réalité, comme le nécessaire prélude d'une relation résonante. Son premier constat consiste en ce que, dans notre appréhension du monde, nous ne sollicitons plus notre corps comme outil, mais comme une ressource, la différence résidant dans notre intentionnalité. Si je désire m'investir dans le monde, mon corps va en effet me permettre d'effectuer et d'éprouver des actions. Admettons que j'habite près de l'océan et que voyant le jour tomber, j'éprouve soudain l'envie de voir le soleil se coucher sur la mer. Sans calculer les probabilités que j'ai d'arriver à temps, mon corps va se mettre à courir en direction de la plage, mû par une intentionnalité si enthousiaste que sans le réaliser, je serais en train de courir bien plus vite que je ne suis d'ordinaire capable de le faire. Et tandis qu'arrivée j'éprouverais, le souffle court, la contraction de mes muscles et la sensation d'un point de côté, les derniers morceaux de lumière sur les rides de l'eau, l'odeur des embruns, le bruit des vagues, la sensation du sable sous mes pieds et celle du vent sur mon visage, m'exprimeront l'intensité avec laquelle mon corps est en effet capable de me lier au monde. A l'inverse, si je ne suis animée d'aucun désir, mon corps, par sa limite, sera une ressource me permettant d'effectuer les gestes nécessaires à ma préservation vitale : me lever, manger, boire, me couvrir, aller d'un point A à un point B, rentrer et dormir. Phénomène plus généralement connu sous la formule de Pierre Béarn : « métro, boulot, dodo ». Bien que nous ayons régulièrement la possibilité d'expérimenter ces deux modalités de sollicitation de notre corps, force est de constater que la seconde relève souvent de l'habitude, et la première de l'exception.

Mais bien avant que le corps ne déploie ses instruments interactifs, c'est par l'interface de la peau que s'opère notre connexion physique au monde. La peau, si elle se présente premièrement comme une frontière séparant l'extérieur de l'intérieur, s'avère en effet être une « *membrane semi-perméable* » rendant possible l'interpénétration du sujet et du monde.

---

<sup>96</sup> Ibid. p 112. « *La logique d'accroissement de la société moderne, qui repose sur une croissance permanente, une accélération continue et une densification de l'innovation, a des incidences sensibles sur le corps humain et trouve en lui une de ses limites. Cette limite s'observe partout où le corps humain est devenu trop lent pour effectuer des opérations techniquement possibles. Elle se fait jour aussi à travers la contrainte qu'elle impose régulièrement aux sujets de décélérer et de marquer une pause dans leur vie. Nous avons tendance à exploiter à l'excès nos ressources corporelles et ne nous arrêtons que lorsque notre corps nous l'impose.* »



*« La peau réagit immédiatement au monde, par exemple lorsqu'elle se contracte en chair de poule sous l'effet du froid ou rougit et se hâle au contact du soleil. Mais la chair de poule peut être aussi bien la conséquence d'un mouvement psychique par lequel le sujet réagit à un état ou à un évènement perçu dans le monde, de même que le rougissement ou le pâlisement soudain du visage peut être motivé de l'intérieur, c'est-à-dire causé par des événements psychiques »<sup>97</sup>.*

Par les mutations de son état, ma peau signifie la nature de ma relation au monde bien avant que cette dernière ne soit perceptible par ma conscience. Lors d'un concert, la pilosité de mes avant-bras peut se hérissier bien avant que je ne me sente saisie par la musique, lorsque qu'une personne me prend par la main, mes joues peuvent rougir bien avant que je ne comprenne que cette personne me plaît, lorsque je prends froid, mon visage blêmit bien avant que j'assimile le fait de tomber malade. Par sa teneur indiciaire, la peau devient donc un « *organe de résonance sensible sur ses deux faces, littéralement respirant et répondant* »<sup>98</sup> par lequel s'atteste ma réceptivité et se manifeste mon intention vis-à-vis du monde.

Mais encore une fois, bien avant que ma peau n'offre son interface d'expression à l'interaction que j'entretiens avec le monde, c'est par l'intermédiaire de mon nez et de ma respiration que ce dernier peut me traverser régulièrement. Depuis mon premier souffle, ma survie dépend de la répétition de ce mouvement par lequel j'attire à moi le monde, puis le repousse avant de l'appeler à nouveau, et ainsi de suite. Jean-Baptiste Chaumier rappelle à cet égard qu'au nord de l'actuel Burkina Faso, dans la langue Moré, « le mot « Nyöré », qui veut dire nez, possède comme sens figuré le contenu que nous donnons au mot vie. « Dieu te donne vie » se dit « Dieu te donne nez », « enlever la vie, perdre la vie » se traduit littéralement par « enlever le nez, perdre le nez » »<sup>99</sup>. La démonstration qu'offre le processus métabolique élémentaire de la respiration a le mérite de se passer de commentaire : si nous refusons toute forme d'interaction avec la réalité, et que nous cessons en conséquence de faire passer le monde à travers nous en respirant, c'est la mort. Mais au-delà de ce prosaïsme s'invite l'idée d'une respiration qui, principalement parce que je ne la contrôle pas, ne serait pas uniquement mienne, mais le

---

<sup>97</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 61.

<sup>98</sup> Ibid. p. 62.

<sup>99</sup> CHAUMIER Jean-Baptiste, *Nez : aspects culturels ou la sentinelle avancée*, Laboratoire Zyma, 1990, p. 51.

véhicule d'un souffle cycliquement partagé entre le monde, mon corps et ma conscience. Par ce biais, Rosa conçoit que « *l'analyse des diverses façons dont nous respirons le monde peut éclairer le rapport élémentaire et situationnel que nous entretenons avec lui* »<sup>100</sup> et rejoint en cela le concept d'aspiration de Minkowski. Ce dernier évoque en effet que l'action d'aspirer contribue à nous impliquer plus intensément dans la réalité : « *Aspirer me paraît être avant tout la traduction active de ce qui m'est donné d'une façon très générale par se répandre ou pénétrer dans. Je puis laisser pénétrer en moi l'atmosphère par tous les pores de mon être, mais je puis aussi, pour renforcer son action, pour la rendre plus intense et plus pénétrante, l'aspirer de toutes mes forces sans que cet aspirer soit forcément un mouvement respiratoire plus ample* »<sup>101</sup>. L'aspiration résulterait donc d'une activité mentale consciente, d'une intentionnalité du sujet, d'un « *phénomène du moi actif, destiné à rendre encore plus vivants certains phénomènes essentiels de la vie* »<sup>102</sup>. Ainsi, si ma respiration ne semble pas soumise à mon seul ascendant, mon existence dépend tout entière de son maintien, et tandis que je me concentre sur « *la diversité des sensations dont les fines oscillations et balancements emplissent ma poitrine [...] elle devient l'élément corporel résonant par excellence* »<sup>103</sup>.

Bien que réhabilitant le corps et ses possibles dans la perspective d'une relation résonante à la réalité, Rosa insiste sur le fait que cette dernière n'est pas uniquement physique dans un premier temps, puis interprétée sur le plan affectif dans un second temps, car « *notre expérience du monde relève toujours d'un amalgame de corps et de sens* »<sup>104</sup>. Plus avant, notre appréhension physique du monde, et donc notre subjectivité, serait un perpétuel entrelacement de dispositions corporelles, de souvenirs biographiques, d'instincts motivés par le désir ou la peur, ainsi que des intentionnalités qui en résultent.

Lorsque j'interagis avec la réalité par l'intermédiaire des sensorialités existentielles, qu'il s'agisse de ma respiration, de la tactilité de ma peau, de mes muscles ou de mes organes sensoriels, chaque émotion perçue, dès lors que saisie par ma conscience, est appréciée par comparaison avec celles que je connais déjà, et qui sont archivées dans ma mémoire. Par

---

<sup>100</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 65.

<sup>101</sup> MINKOWSKI Eugène, *Vers une cosmologie*, Payot, Paris, 1936, p. 118.

<sup>102</sup> Ibid.

<sup>103</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 65.

<sup>104</sup> Ibid. p. 103.

l'opération d'actualisation d'un souvenir émotionnel correspondant à la perception que je suis en train d'éprouver, je peux lui donner un sens, l'inscrire dans la continuité cohérente de mes interactions avec le monde, et émettre une réponse qui lui soit adaptée. Cela explique que nous fassions généralement preuve de maladresse lorsque nous réalisons quelque chose pour la première fois. A défaut de souvenir émotionnel correspondant à ce que nous sommes en train de vivre, et que nous pourrions actualiser pour y répondre convenablement, notre réplique peut parfois s'avérer saugrenue. Rappelez-vous votre premier baiser, votre premier travail, votre première immersion dans une autre culture, votre premier enfant... Mais à mesure que nous éprouvons la réalité, nous en devenons aguerris. Nous ne reculons plus devant le visage qui s'avance pour nous embrasser, nous ne venons plus travailler en baskets, nous nous renseignons sur les us et coutumes de notre prochaine destination, nous n'amenons plus systématiquement notre enfant chez le médecin quand il se met à pleurer. Grâce à nos souvenirs biographiques, nous connaissons en partie ce que nous vivons, alors même que nous sommes en train de le vivre. Lorsqu'un autre visage s'approche à nouveau du mien, mon expérience précédente me fait connaître que si je ne ferme pas les yeux, je vais loucher et me mettre à rire, adressant ainsi à une intention tendre, une réponse légèrement indélicate. A la seconde occasion, je ferme donc les yeux, et emporte cette fois le souvenir, toujours drôle s'il en est, où comme au jeu de la queue de l'âne, la bouche voisine vint malencontreusement atterrir... sur mon nez !<sup>105</sup>. Ainsi, et nous avons tendance à l'oublier, il ne suffit toutefois pas d'une première fois pour connaître parfaitement le monde, et encore moins, être en mesure de le prédire.

Simultanément, le soupçon de connaissance déductible de l'actualisation de mes souvenirs biographiques induit mon appréhension réceptive lorsque j'interagis avec le monde, et donc mon degré d'ouverture et de confiance accordée<sup>106</sup>. Si la somme des souvenirs relatifs au fait

---

<sup>105</sup> PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu*, tome II, Gallimard, Paris, 1989, p. 660. « *Mais hélas ! – car pour le baiser nos narines et nos yeux sont aussi mal placés que nos lèvres mal faites – tout d'un coup mes yeux cessèrent de voir, à son tour mon nez s'écrasant ne perçut plus aucune odeur, et sans connaître pour cela davantage le goût du rose désiré, j'appris à ces détestables signes qu'enfin j'étais en train d'embrasser la joue d'Albertine.* »

<sup>106</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 218. « *La dialectique de la résonance et de l'aliénation signifie donc qu'il n'est pas de résonance possible qu'en présence d'un Autre qui demeure étranger et muet, mais elle signifie aussi, en retour, que l'encore-muet ne peut se laisser assimiler ou toucher que sur la base d'une confiance dispositionnelle, première et profonde, en la résonance, sur laquelle se fondent l'espoir et la conviction de pouvoir faire parler les choses.* »

d'être embrassée m'évoque la bienveillance, le rire et le jeu, je serai instinctivement encline à réitérer ce genre d'expériences. Si à l'inverse, la somme de ces souvenirs m'évoque la moquerie, l'échec et la honte, je m'évertuerai à le fuir. Par-là, les souvenirs biographiques déterminent notre peur et notre désir du monde ainsi que la manière dont nous choisissons d'y prendre position. « *Le souvenir donne sa direction à notre quête et définit notre horizon d'attente par la peur de revivre les mêmes situations aliénantes et par l'espoir de retrouver les mêmes oasis protectrices : le souvenir est intrinsèquement lié à la structure de nos peurs et de nos désirs* »<sup>107</sup>. Notre interaction avec la réalité suit ainsi le rythme de nos instincts car, comme nous consentons à ce qu'elle nous atteigne, elle y parvient de l'une ou l'autre des manières : « *les relations au monde sont telles qu'elles nous font apparaître un fragment de monde attirant ou dangereux* »<sup>108</sup>. Si par exemple, c'est la peur d'être à nouveau embrassée qui domine, le périmètre de mon interaction avec le *monde social* sera constamment revu afin que je ne sois jamais seule en présence d'une personne m'ayant auparavant témoigné de l'intérêt. Inversement, si c'est le désir d'être embrassée de nouveau qui prime, mon périmètre d'interaction sera beaucoup plus vaste et s'engagera facilement sur la voie d'une relation libidinale avec le monde. Reprenant l'*Éros et civilisation* de Marcuse, Rosa écrit que le désir érotique est en effet capable de s'étendre, au-delà du corps de l'autre, à la totalité des sphères du monde, et ancre dans ce déplacement, un nouveau paramètre de résonance.

*« Le processus de conversion d'une sexualité répressive et génitale en un rapport pan-érotique au monde incluant toutes les zones corporelles n'implique pas seulement une libération mais aussi une transformation de la libido, transformation qui conduirait la sexualité tenue sous la contrainte de la suprématie génitale à l'érotisation de toute la personnalité : ce rapport orphique au monde englobe la réalité dans des relations libidineuses qui transforment l'individu et son milieu »*<sup>109</sup>.

De notre interaction avec le monde par le biais des sensorialités existentielles découlent donc des perceptions qui, assimilées par actualisation de nos souvenirs biographiques, éveillent un sentiment relatif à la peur ou au désir, qui mobilise à son tour l'énergie nécessaire à l'émission d'une réponse adaptée. Or dans la relation résonante, cette énergie est de nature libidinale,

---

<sup>107</sup> Ibid. p. 131.

<sup>108</sup> Ibid. p. 125.

<sup>109</sup> MARCUSE Herbert, *Éros et civilisation : Contribution à Freud*, Minuit, Paris, 1963, p. 182.

exprimant une pulsion attractive ou répulsive, et permettant au sujet de répondre activement à une perception passive. Si la peur et le désir nous imposent donc de prendre position dans le monde, c'est par l'énergie libidinale et la dynamique intentionnelle qu'il nous est à nouveau possible d'y intervenir. A cet égard, l'auteur souligne que l'éphémère répond à la pulsion et que, pareil à l'orgasme, le point d'acmé de la résonance « *est radicalement toujours passé à l'instant où il se réalise* »<sup>110</sup>, qu'il s'agisse d'un coucher de soleil, ou d'un baiser finalement parfait.

### 1.3.2 Vers un musée de la résonance

Si la possibilité d'une relation résonante dépend par ailleurs de la configuration de la réalité telle qu'elle se met à disposition du sujet, la perspective d'un musée de la résonance convie à l'exploration des modalités d'agencement de la réalité muséale, et donc des objets de collection, pouvant rendre compte de la relation spécifique résonante que l'homme moderne a désormais la possibilité d'entretenir avec le monde.

#### 1.3.2.1 L'habilitation du sensible

Transposée au musée, la relation résonante avec le monde présente rapidement de fortes ressemblances avec la relation esthétique. On qualifie en effet d'« esthétique », un objet ayant la capacité de générer des expériences vivaces<sup>111</sup>, ces dernières nécessitant pour être effectives : la concentration de l'attention sur l'objet, l'implication active dans sa découverte, le déplacement de l'affect, le sentiment d'intégration, ainsi que le détachement<sup>112</sup>. En ce dernier point réside l'élément divergent permettant de distinguer la résonance de l'esthétique telle qu'elle fut conçue par Baumgarten au XVIIIe siècle. Mis à part cet élément, les deux relations semblent communément appeler à la considération assidue et impliquante des objets du monde, ainsi qu'à l'émission et l'intégration d'une certaine forme d'émotion éprouvée pour et par eux. En cela, penser le musée au prisme de l'esthétique pourrait constituer un préliminaire nécessaire

---

<sup>110</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 137.

<sup>111</sup> BAUMGARTEN Alexander Gottlieb, *L'invention de l'esthétique : Méditations philosophiques sur quelques sujets se rapportant au poème*, [1735], Presses Universitaires de France, Paris, 2017.

<sup>112</sup> BEARDSLEY Monroe, *Aesthetics: Problems in the philosophy of criticism*, Hackett Publishing Compagny, Etats-Unis, 1758.

à la conception d'un musée de la résonance, et c'est en partie à cette réflexion que se livre Deloche dans *le musée virtuel*<sup>113</sup>. A l'heure de la modélisation numérique, l'auteur interroge la nature de notre appréhension sensible du monde, ses moyens et ses possibles, « *comme si les photographies et les écrans avaient plus stimulé que remplacé notre besoin de présence en chair et en os* »<sup>114</sup>. Sa réflexion s'ouvre sur le constat qu'au cours des deux derniers siècles, notre pensée ne fut jamais capable de dépasser celle de Kant, et d'envisager la possibilité qu'indépendamment de l'entendement, le sensible pouvait constituer une modalité d'acquisition du savoir à part entière. Bien que l'étymologie du mot « esthétique » renvoie à la compréhension de la contribution du sensible dans la détermination de nos comportements et pensées, Kant refuse à cette discipline la possibilité de l'appréhender de manière concrète. Se dressant contre la radicalité de la philosophie, c'est donc à une habilitation de l'esthétique conçue comme modalité « *d'exploration cognitive des processus intuitifs de médiation* »<sup>115</sup> qu'entend se prêter *le musée virtuel*, ne renvoyant donc pas ici à la réalité virtuelle des technologies numériques, mais au caractère de ce qui n'a pas encore été actualisé. Du fait que le musée a pour rôle essentiel de « *mettre le public en relation sensible avec une chose elle-même sensible* »<sup>116</sup>, et donc de tendre vers l'actualisation de ses contenus par le biais de leur interaction avec le visiteur, Deloche considère que « *le vrai musée n'est probablement que virtuel* »<sup>117</sup>. Et si son ouvrage se limite strictement à la perception visuelle, l'avènement d'une appréhension matérielle des objets du monde peut ici prendre son origine, puisque l'auteur considère qu'un musée esthétique « *proposerait des expériences perceptives, s'intéresserait aux effets exercés par le sensible [...] et privilégierait une connaissance intuitive faisant accéder à la singularité des choses dans leur richesse même* »<sup>118</sup>. En cela, il ne manquerait en effet plus que l'implication corporelle et l'intentionnalité libidinale pour que l'institution puisse être actualisée par le visiteur sur une fréquence résonante. L'habilitation muséale qu'opère Deloche vis-à-vis de l'esthétique permet donc d'avancer vers un musée de la résonance en ce que par elle, les objets sensibles deviennent « montreurs d'affects » et le musée, un lieu d'expérimentation intuitive.

---

<sup>113</sup> Également développé dans DEOTTE Jean-Louis, *Le musée, l'origine de l'esthétique*, Harmattan, Paris, 2004.

<sup>114</sup> DEBRAY Régis, « Préface », DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.2.

<sup>115</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires Françaises, Paris, 2001, p.15.

<sup>116</sup> Ibid. p. 8.

<sup>117</sup> Ibid. p. 9.

<sup>118</sup> Ibid. pp. 23-24.

Reprenant Deleuze, Deloche écrit qu'un artefact opérant par présentation du sensible est un montreur d'affects<sup>119</sup> communiquant à l'intuition du visiteur par le biais de l'espace. Pour lui, « *tout objet irradie un espace spécifique* »<sup>120</sup> et pourrait être considéré comme « *production de modèles expérimentaux d'organisation de notre rapport avec le monde* »<sup>121</sup>. Pour penser un musée de l'esthétique, l'auteur place donc la possibilité d'actualisation de l'institution par le visiteur, soit la résistance du musée virtuel, au sein des collections d'objets, réactivant ainsi le rôle central qui leur avait été originellement reconnu par Stránský à savoir, celui de nécessaires intermédiaires dans la relation de l'homme au monde. Deloche semble par ailleurs entrevoir la voie de l'implication corporelle lorsqu'il écrit que les artefacts montreurs d'affects « *ne peuvent remplir la fonction d'incitation sensori-motrice que pour autant qu'ils interposent entre l'homme et le monde une sorte de support intermédiaire et malléable jouant simultanément le double rôle de projection de soi et d'élément du réel, quelque chose de comparable à l'objet transitionnel de Winnicott* »<sup>122</sup>. L'appréhension sensible des objets permettrait en cela d'accéder à « *réalité fantasmatique par laquelle nous découvrons un monde plus vrai que le monde de nos perceptions* »<sup>123</sup>.

Appelant à l'actualisation, *le musée virtuel* réactive par ailleurs un autre paramètre de la muséalité de Stránský ayant été relayé au second plan par les nouveaux médias : la nécessité pour le visiteur d'aller au musée. Deloche insiste en effet sur la nature irremplaçable de l'appréhension intuitive des artefacts, arguant qu'« *aucune description verbale et aucun commentaire discursif ne révélera le particulier dans toute la richesse du concret* »<sup>124</sup>, il ancre dans la rencontre physique des objets, la modalité d'implication du visiteur nécessaire à leur découverte. Le musée virtuel s'actualiserait donc par l'appréhension intuitive, entendue comme « *appréhension sensible directe* », des objets de la réalité, et offrirait au visiteur « *vraiment réceptif* » la possibilité de découvrir « *autre chose ce qu'il était originellement venu chercher* »<sup>125</sup>. De ce dernier aspect, l'auteur dégage ce qu'il nomme être la « fonction

---

<sup>119</sup> DELEUZE Gilles, GUATTARI Félix, *Qu'est-ce que la philosophie ?* Minuit, Paris, 1991, p. 166.

<sup>120</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.52.

<sup>121</sup> Ibid. p. 53.

<sup>122</sup> Ibid. p. 66.

<sup>123</sup> Ibid. p. 151.

<sup>124</sup> Ibid. p. 109.

<sup>125</sup> Ibid. p. 110.

« d'adhomination »<sup>126</sup> du musée »<sup>127</sup> soit, le fait que par lui, le sensible incarné dans les objets du monde s'adresse spécifiquement à moi. En défendant la capacité du sensible à générer une forme de savoir à part entière, en désignant la nature sensible des objets de la réalité, en faisant du musée le lieu où le sensible du monde m'est adressé par l'intermédiaire de ces objets, en actualisant la nécessité de m'impliquer intuitivement dans leur appréhension, et ce faisant, mettant à ma portée la découverte d'un monde insoupçonné, le musée virtuel actualise la muséalité de Stránský, et opère une avancée tout à fait signifiante vers celui de la résonance.

Mais c'est au regard du détachement que ne cesse de nécessiter l'esthétique qu'il nous faut enfin y renoncer et poursuivre ailleurs la recherche du musée de la résonance. Car bien que l'expérience sensible « *ne doive pas être confondue avec la très superficielle jouissance esthétique désintéressée dont on nous rebat les oreilles depuis Kant* »<sup>128</sup>, elle ne peut pour autant être assimilée à une « sexologie de l'art »<sup>129</sup>, entendue comme une appréhension sensorielle et sensuelle des objets de collection, laquelle serait en effet davantage à chercher du côté de l'esthésie<sup>130</sup>. Entre autres, si *le musée virtuel* s'est attelé à l'habilitation du sensible, c'est au musée de la résonance qu'incombe la tâche d'œuvrer à celle du désir, grand refusé du plaisir esthétique<sup>131</sup>, mais nous le savons, ardent moteur de la relation résonante<sup>132</sup>. Hegel disait d'ailleurs que « *rien de grand ne s'est jamais accompli dans le monde sans passion* »<sup>133</sup>. Entre

---

<sup>126</sup> Néologisme construit sur l'expression latine ad hominem, dirigé contre un homme, et par dérivation, s'adressant à lui, emprunté à BARTHES Roland, *Mythologies*, Seuil, Paris, 1957, p. 211.

<sup>127</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p. 110.

<sup>128</sup> Ibid.

<sup>129</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997, p. 109.

<sup>130</sup> HEINICH Nathalie, « Ce que la sociologie fait au goût », *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Regard, Institut Français de la mode, Paris, 2007, p.118. « *La définition kantienne du jugement esthétique – désintéressé, universel, pur, nécessaire – est à l'exact opposé de l'appréciation esthétique – hédoniste, individualisée, corporelle, contingente.* »

<sup>131</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Op cit. p. 14. « *Aussi l'esthétique s'emploie-t-elle à produire ce qui, considéré pour une fois d'un œil un peu critique, se révèle être une des constructions les plus étranges de la pensée occidentale : la notion d'un plaisir exempt de tout désir comme de tout attachement. Telle doit être la fameuse « émotion esthétique » : sauve de tout ce qui, de la curiosité à la concupiscence, peut émouvoir.* »

<sup>132</sup> VALERY Paul, *Inscriptions sur les façades du Palais Chaillot, 1937*. « *Il dépend de celui qui passe que je sois tombe ou trésor, que je parle ou me taise, ceci ne tient qu'à toi, ami, n'entre pas sans désir.* »

<sup>133</sup> HEGEL Georg Wilhelm Friedrich, *La raison dans l'Histoire*, Seuil, Paris, 1837, p. 56.



autres, si le musée de l'esthétique s'est longtemps acquitté de déjouer le désir des objets en soustrayant le principe de possession des moyens permis de les entretenir<sup>134</sup>, celui de la résonance devra agir pour sa déstigmatisation et la négociation de sa possible réhabilitation.

### 1.3.2.2 L'appel au tribal

S'il ne traite pas explicitement de l'habilitation du désir au musée, la mise en avant du concept de *musée non-linéaire* opérée par McLuhan et Harley reprend, paradoxalement, la notion d'appréhension intuitive instaurée par Deloche, et poursuit son raisonnement quant à la distance physique que nous entretenons avec la réalité muséale. Paradoxalement, puisque la conférence dont émane la publication *Le musée non-linéaire*, qui ne fut traduite par Mairesse et Deloche qu'en 2007, précède la parution du *musée virtuel* de plus de trente ans. Et si c'est autour de la perception visuelle que Deloche déployait son habilitation muséale de l'esthétique, c'est contre elle, que se dresse McLuhan, en partie influencé par les écrits d'Edward T. Hall<sup>135</sup>, pour dénoncer le détachement, celui-là même ayant enjoint la quête du musée de la résonance à dépasser la proposition du *musée virtuel*. Parce qu'elle seule parvient à générer des expériences indépendantes de l'implication du sujet<sup>136</sup>, c'est dans la vue que réside l'emblème de notre état civilisé<sup>137</sup>, l'étendard de nos sociétés et le particularisme de leur incarnation muséale. McLuhan, s'il ne fut ni le premier ni le dernier à dénoncer l'oculocentrisme du musée, fait du constat de son absolutisme, une invitation à comprendre autrement le détachement qu'il engendre. Ce

---

<sup>134</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Op cit. p. 35. « *Le musée a charge de réunir les conditions d'une émotion esthétique la plus pure qui soit – et pour ce faire de déjouer les tentatives du désir là où elles pourraient se manifester. A cet endroit, l'ordre inverse est d'ailleurs parfaitement possible : l'éviction du désir dans la définition de l'émotion esthétique, fin de l'art, est historiquement autant pensée pour évincer le désir de la configuration du plaisir. En tant qu'institution publique (y compris dans le cas des musées privés, dans la mesure où ils sont ouverts au public – sans quoi ce ne sont pas des musées, mais des collections) le musée s'acquitte donc assez bien de déjouer le désir d'art. Il instaure notamment une relation aux œuvres qui en exclut par principe la possession.* »

<sup>135</sup> HALL Edward, *La dimension cachée*, Seuil, Paris, 1966.

<sup>136</sup> C'est ce que Baudrillard louait à propos de la photographie : sa capacité à rendre compte des objets tels qu'ils existent indépendamment de l'homme.

<sup>137</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Aléas, Lyons, 2008, p. 51. « *La vue seule donne le détachement, et la vue seule donne ce que nous considérons comme la principale qualité de la société civilisée, à savoir la continuité, la connexion, l'uniformité.* »

dernier ne relèverait plus tant d'une incapacité affective de la perception visuelle, que de sa singulière aptitude à opérer hors de l'espace spécifique émanant des objets.

Par la vue, je peux faire le constat d'une chose sans nécessité de m'impliquer dans son périmètre d'interaction. Il m'est par exemple possible de constater de loin que quelque chose se dirige avec empressement dans ma direction. La vue me communique ainsi une information sur le monde qui ne m'implique pas encore, et dont il dépend de mon intention que je décide ou non d'y prendre part, selon qu'il s'agisse de mon meilleur ami, ou d'une émeute le premier jour des soldes. En sortant du Louvre, je peux dire avoir vu la Joconde sans m'être nécessairement baignée dans la cohue qu'elle génère, de même, l'appréhension visuelle d'une représentation photographique ou numérique d'un objet n'étant physiquement pas à ma portée, suffit à priori amplement à satisfaire l'intérêt qu'il générerait en moi. La vue est donc opérante hors de l'espace spécifique des objets, sa portée étant de surcroît décuplée par les nouveaux médias et l'abolition qu'ils entraînent de la distance géographique, il semble finalement logique qu'elle ne puisse nous impliquer émotionnellement vis-à-vis de choses se trouvant si loin de nous. C'est pourquoi McLuhan invite au retour d'une culture « pré-visuelle » ou les productions contemporaines requerraient une appréhension sensorielle plus « primitive »<sup>138</sup>. Par-là, il n'appelle pas tant à la révocation de la vue qu'à la réduction de la distance physique qui nous éloigne des objets de la réalité, et rejoint ainsi Deloche sur l'active nécessité pour l'individu de venir au musée. Car dès que pénétré l'espace spécifique des objets, j'y suis irrémédiablement impliqué, et plus il m'est permis de réduire la distance qui m'en sépare, plus les sensorialités par lesquelles ils se donnent à moi relèvent de l'intime. Si la chose que je vois de loin se précipiter vers moi s'avère être mes enfants, je vais activement contribuer à réduire la distance qui me sépare d'eux et progressivement, je vais entendre leurs voix, les enlacer, sentir leurs odeurs dans mon étreinte, et le goût de leurs peaux sous mes baisers. Mais là, réside et revient le paradoxe du musée. Car tandis que je m'y présente avec la ferme intention de m'impliquer physiquement dans la découverte des objets du monde, marquages au sol et vitrines proscrivent tout espoir de les appréhender autrement que je ne le ferais de leur reproduction photographique. Je ne peux ni les flairer, ni les effleurer, tout au plus, tourner autour de leurs vitrines comme le ferait un poisson dans son bocal. Mais alors, quel peut bien être ce « monde plus vrai » dont parle Deloche, et qui s'ouvrirait au visiteur suffisamment impliqué dans la découverte des artefacts

---

<sup>138</sup> Ibid. p. 42.

sensibles, si ce n'est ce « bordel imaginaire »<sup>139</sup> que serait devenu le monde depuis l'invention de la photographie ?

C'est alors par un détournement de *La dimension cachée*<sup>140</sup> que McLuhan entreprend de sortir le musée de l'impasse. Dans cet ouvrage, Hall aborde la manière dont les hommes perçoivent leur espace social et personnel en fonction de leur culture, et développe ce qu'il nomme une « proxémie comparée », soit une approche interculturelle de la distance qu'il convient de maintenir entre les individus<sup>141</sup>. Au sujet de l'entassement urbain, il vient à se demander « jusqu'à quel niveau de frustration sensorielle il est autorisé de descendre pour parvenir à « caser » les humains »<sup>142</sup>, et fait progressivement émerger l'idée que, pour se donner l'illusion d'un peu de confort, les hommes choisissent délibérément de ne pas être réceptifs à certaines dimensions de la réalité. Dans l'entassement urbain, l'anthropologue explique par exemple que la dimension olfactive est généralement la première à être occultée car les odeurs « rappellent sans cesse la perméabilité des frontières, l'intrusion de l'autre et l'impossibilité d'être seul avec soi »<sup>143</sup>. Le détournement qu'opère McLuhan de cette observation consiste en ce qu'au musée, la réalité qu'il nous est permis d'appréhender est également amputée d'une partie de ses dimensions. Nous pouvons interagir avec elle sur le plan visuel et auditif, mais sommes irrémédiablement taxés de fétichistes si nous avons l'initiative d'une approche tactile ou olfactive<sup>144</sup>. La solution au paradoxe du musée semble alors apparaître avec évidence. Il ne

---

<sup>139</sup> MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977, p. 220. « Le monde, depuis l'invention de la photographie, est un « bordel imaginaire ». » L'expression « bordel imaginaire » est ici empruntée à la pièce de théâtre *Le Balcon* écrite par Jean Genet et dont la première représentation eu lieu en 1957.

<sup>140</sup> HALL Edward, *La dimension cachée*, Seuil, Paris, 1966.

<sup>141</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Op cit. p. 131. « Dans le monde arabe, il vous se tenir à une distance de 20 cm de son interlocuteur. Si vous ne pouvez pas sentir l'odeur de l'autre chaque fois que vous le voyez ou que vous lui parlez, il vous considère comme hostile. Là, le bon goût signifie sentir constamment la personne à laquelle vous parlez, pas seulement lui parler et lui serrer la main, mais sentir son odeur. »

<sup>142</sup> HALL Edward, *La dimension cachée*, Op cit. p. 205.

<sup>143</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 54.

<sup>144</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Op cit. p. 82. « Une fois que vous avez basculé du côté d'un organe sensoriel, vous dites que le reste est décadence, mais quand vous vous servez de tous vos sens, il ne peut pas y avoir de décadence. Comme nous revenons maintenant à une sensorialité totale avec l'ère

s'agirait nullement de fantasmer un « monde plus vrai » comme d'autres fantasment le paradis, mais simplement d'autoriser « *l'apparition de nouvelles dimensions dans les perceptions humaines* »<sup>145</sup> de la réalité muséale. Dès 1967, McLuhan appelle donc à l'avènement d'un musée « tribal »<sup>146</sup> dans lequel, rétrospectivement, le musée de la résonance rencontre sa projection la plus sincère.

---

*électronique, nous appelons cela décadence parce qu'il s'agit d'un complet écart par rapport à la culture visuelle. »*

<sup>145</sup> Ibid. p. 131.

<sup>146</sup> Dit autrement, McLuhan engage le musée, qui est un « média chaud » à devenir un « média froid ». DELOCHE Bernard, MAIRESSE François, « Vers une nouvelle génération de musées ? », *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 11. « *Il y a deux grandes catégories de médias : les médias considérés comme chauds, qui ne s'adressent qu'à un seul de nos sens (généralement celui de la vue) en le captivant complètement et, d'autre part, les médias froids ou « cool », poly-sensoriels (mais d'essence tactile) et porteurs d'une information assez pauvre, qui réclament en contrepartie une participation active du sujet, destinée à combler les lacunes du message. »*

#### 1.4 LA RESONANCE ET SES PENCHANTS OLFACTIFS

Par l'invitation qu'exprime McLuhan au retour des « sensorialités primitives », nous revenons à la capacité d'assimilation des « sensorialités existentielles », reconnue par Rosa comme caractéristique spécifique de l'individu disposé à entretenir une relation résonante avec le monde. Or, des perceptions sensorielles dont est capable l'homme, la plus primitive de toutes, s'avère être l'odeur, dont Hélène Faivre considère qu'elle « *symbolise la qualité de notre relation au monde* »<sup>147</sup>. Rosa en rend d'ailleurs régulièrement compte puisque le diagnostic d'accélération qu'il fait de la société se manifeste en partie par une perte progressive de l'odeur des choses, des lieux, des autres et des objets, engendrant l'impossibilité pour l'individu de s'engager affectivement dans le monde, et menant graduellement à la fatalité de son aliénation. Inversement, et successivement à l'attention que l'auteur enjoint d'accorder à la respiration, la résonance semble faire miroiter l'effet d'une réhabilitation de l'odorat à s'approprier la réalité car « *chacun sait, pour en avoir fait l'expérience, que la perception d'une odeur particulière [...] peut faire surgir en un éclair une forme intense de relation au monde* »<sup>148</sup>. Le premier exemple que donne en effet Rosa pour illustrer le phénomène de résonance n'est autre que le célèbre épisode de *La Recherche*<sup>149</sup>, au cours duquel l'expérience rétro-olfactive<sup>150</sup> faite en consommant un morceau de madeleine imbibé de thé, fait tressaillir chez le narrateur quelque chose que l'on désancre, qui se déplace, répand la rumeur des distances traversées, et ravive dans son surgissement la mémoire biographique, transformant le quelconque de l'instant en un éclat résonant.

---

<sup>147</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 51.

<sup>148</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 103.

<sup>149</sup> PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu. Du côté de chez Swann*, tome I, Gallimard, Paris, 1913.

<sup>150</sup> La rétro-olfaction est un mécanisme physiologique permettant de percevoir les caractéristiques aromatiques des aliments contenus dans votre bouche, par l'intermédiaire du système olfactif. Lorsque vous consommez un aliment, les papilles gustatives présentes sur votre langue déterminent uniquement si la nature de cet aliment est sucrée, salée, acide ou amère. Mais le fait que vous soyez en mesure de reconnaître « le goût de la viande » résulte d'un processus de rétro-olfaction au cours duquel les effluves émis par l'aliment, remontent par votre arrière gorge jusqu'à l'épithélium olfactif, qui se situe en haut de chaque cavité nasale, entre les yeux, et qui est en charge de la détection des molécules odorantes. On appelle olfaction orthonasale le fait de percevoir une odeur par le nez, et olfaction rétronasale, le fait de percevoir une odeur par l'arrière gorge.

« Mais à l'instant même où la gorgée mêlée de miettes du gâteau toucha mon palais, je tressaillis, attentif à ce qui se passait d'extraordinaire en moi. Un plaisir délicieux m'avait envahi, isolé, sans la notion de sa cause. Il m'avait aussitôt rendu les vicissitudes de la vie indifférentes, ses désastres inoffensifs, sa brièveté illusoire, de la même façon qu'opère l'amour, en me remplissant d'une essence précieuse : ou plutôt cette essence n'était pas en moi, elle était moi. J'avais cessé de me sentir médiocre, contingent, mortel. »<sup>151</sup>

« La vue de la petite madeleine ne m'avait rien rappelé avant que je n'y eusse goûté, peut-être parce que, en ayant souvent aperçu depuis, sans en manger, sur les tablettes des pâtisseries, leur image avait quitté ces jours de Combray pour se lier à d'autres plus récents, peut-être parce que, de ces souvenirs abandonnés si longtemps hors de la mémoire, rien ne survivait, tout s'était désagrégé, les formes – et celle aussi du petit coquillage de pâtisserie, si grassement sensuel sous son plissage sévère et dévot – s'étaient abolies, ou, ensommeillées, avaient perdu la force d'expansion qui leur eût permis de rejoindre la conscience. 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. »<sup>152</sup>

La singularité d'une perception odorante réside en ce que, lorsque l'épithélium olfactif réceptionne des molécules perçues par voie orthonasale ou rétronasale, ces informations ne sont pas acheminées vers le thalamus, qui s'occupe pourtant du filtrage des autres perceptions sensorielles et de leur transfert vers le cortex, mais vers le système limbique qui est en charge de la formation de la mémoire et de la gestion des émotions. Entre autres, s'il m'est impossible de percevoir une odeur sans l'encoder hédoniquement, c'est-à-dire, sans estimer le fait qu'elle me plaise ou non, c'est tout simplement parce que le traitement de l'information olfactive passe par l'amygdale qui s'occupe du plaisir, de la peur, de l'anxiété, mais également de la colère et de l'agressivité. D'autre part si, « *les souvenirs olfactifs sont ceux qui sont le plus profondément*

---

<sup>151</sup> PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu. Du côté de chez Swann*, Op cit. p. 65.

<sup>152</sup> Ibid. p. 68.

*gravés dans la mémoire personnelle, et qui ont pour propriété de faire revivre des épisodes passés avec toutes leurs qualités visuelles, auditives, tactiles et émotionnelles* »<sup>153</sup> c'est que l'information olfactive passe également par l'hippocampe qui s'occupe de la formation de la mémoire à long terme.

L'olfaction est donc la seule modalité sensorielle qui soit métaboliquement liée aux souvenirs biographiques et à l'encodage émotionnel servant à l'articulation du phénomène de résonance. Mais plus avant, et plus que tout, c'est en elle que réside l'instinct primitif de l'homme<sup>154</sup>. C'est notamment dans le mouvement de redressement qu'ont opéré nos ancêtres pour cesser de marcher à quatre pattes, ayant eu pour effet l'atrophie des perceptions du nez et le déploiement de celles des yeux, que Freud date le début de la civilisation. Bachelard écrit que les odeurs sont le premier témoignage de notre fusion au monde<sup>155</sup>, Lavelle, que « *l'odeur est une onde temporelle par laquelle notre vie organique réalise une communion émue avec l'essence des choses* »<sup>156</sup>, Minkowski, que c'est en l'odeur que réside le paradigme d'une communion primitive à la réalité<sup>157</sup>, et Jaquet, que « *l'odorat est le premier mode de contact entre le sauvage et le milieu extérieur* »<sup>158</sup>. C'est enfin par ce même instinct primitif que l'odeur parvient à dépasser l'intuition prônée par Deloche, car de lui naît et surgit l'élan libidinal si cher à la résonance<sup>159</sup>. Le système limbique où se voit traitée l'information olfactive, est en effet

---

<sup>153</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 105.

<sup>154</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 30. « *La prétendue infériorité naturelle de la capacité olfactive masque en réalité une infériorité culturelle qui lui est imputée à cause des représentations négatives que les hommes se font de leur nez, dans les sociétés occidentales en particulier [...] le nez trahit et exhibe ce que l'on aimerait cacher, et en tout premier lieu son animalité. L'odorat fait figure de résidu archaïque de la bête en l'homme.* »

<sup>155</sup> BACHELARD Gaston, *La poétique de la rêverie*, Presses Universitaires de France, Paris, 1989, p. 118.

<sup>156</sup> LAVELLE Louis, *La dialectique du monde sensible*, Presses Universitaires de France, Paris, 1954, p. 148.

<sup>157</sup> MINKOWSKI Eugène, *Le temps vécu*, Presses Universitaires de France, Paris, 1968, p. 43.

<sup>158</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Op cit. p. 34.

<sup>159</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 205. « *Le désir, s'il englobe aussi cette pulsion libidinale et plus largement, l'énergie vitale, est ce creux dynamique qui appelle l'homme à exister encore, à s'ouvrir à chaque instant à une rencontre nouvelle avec le sensible, émerveillé et assoiffé par la rencontre précédente sur laquelle s'enracine son élan.* »

également à l'origine des phénomènes d'appétit et d'addiction influençant notamment le comportement sexuel. Lorsqu'un autre m'embrasse, ce n'est pas du degré de perfection du baiser que découle l'interaction érotique, voire l'acte sexuel, mais bien de la sensation d'appétit qu'éveille en moi l'odeur de l'autre<sup>160</sup>. De même qu'elle parvient à me donner faim du corps d'autrui, l'odeur possède donc le pouvoir de me donner faim du monde<sup>161</sup>. Parce qu'elle est une sensorialité primitive, l'olfaction fut longtemps considérée comme l'ennemie de la civilisation<sup>162</sup>, mais ironiquement, c'est bien parce que le traitement de son information est métaboliquement relié aux zones du cerveau responsables des émotions, de la mémoire et de l'appétit qu'elle apparaît comme la sensorialité privilégiée de la résonance<sup>163</sup>.

---

HENNION Antoine, « Ce que ne disent pas les chiffres... Vers une pragmatique du goût », *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Regard, Institut Français de la mode, Paris, 2007, p.105. « *Les belles choses ne se donnent qu'à ceux qui se donnent à elles.* »

<sup>160</sup> CHAUMIER Serge, « L'odeur du baiser », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 78.

<sup>161</sup> GIDE André, *Les nourritures terrestres*, Gallimard, Paris, 1927, p. 204. « *Mon bonheur venait de ce que chaque source me révélait une soif.* »

SPINOZA, « Définition des passions », *Œuvres, tome III, Éthique*, Gallimard, Paris, 1861, p. 166. « *Le désir est l'appétit avec la conscience de l'appétit.* »

<sup>162</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Op cit. p. 47. « *L'odorat semble le sens insociable par excellence, il ne favorise guère la communication en raison du dégoût que suscitent les odeurs de l'autre, son haleine, ses mictions. Il est un sens ingrat, car s'il est aisément possible de détourner la vue, il n'est guère possible de se boucher longuement le nez sous peine de suffoquer. L'odeur étend sa mainmise sur le monde et pénètre de manière indésirable dans notre intimité. [...] L'absorption paraît d'autant plus contraignante et insidieuse qu'elle s'effectue sans le consentement du sujet. La prolifération de l'odeur s'apparente à un viol de l'intimité d'autant plus cruel qu'il n'y a pas d'effraction ni de résistance possible. [...] On ne peut expulser une odeur de soi, une fois que les molécules ont pénétré dans les poumons. L'odeur subite est subie. [...] L'anosmie ne se décrète pas.* »

<sup>163</sup> CABANIS Pierre-Jean-George, *Rapports du physique et du moral de l'homme*, Firmin Didot, Paris, 1828, tome I, p.218. « *Les odeurs agissent fortement par elles-mêmes sur tout le système nerveux : elles le disposent à toutes les sensations de plaisir, elles lui communiquent ce léger degré de trouble qui semble en être inséparable ; et tout cela, parce que qu'elles exercent une action spéciale sur les organes où prennent leur source les plaisirs les plus vifs accordés à la nature sensible.* »



## 1.5 UNE ACTUALISATION RESONANTE DE LA MUSEALITE DE STRANSKY

A l'interrogation soulevée par Mairesse en 1999 : « *faut-il attendre que l'homme ait totalement épuisé l'environnement pour changer son rapport à la nature ? [...] et notre notion de relation spécifique ?* » le principe de résonance formulé par Rosa semble donc répondre par la perspective d'une régression primitive des modalités relationnelles de l'homme au monde. Ainsi la muséalité, telle qu'elle fut conçue par Stránský pour être l'objet de la muséologie, ne doit pas être fatalement perçue comme « *le témoignage d'une époque révolue* »<sup>164</sup> du fait de l'importance qu'elle accorde aux objets de la réalité, et du peu de considération désormais octroyée à la matérialité des choses dans une dynamique d'accélération sociale. Si la pensée de Stránský ne peut en effet survivre dans son ensemble au regard des actuels impératifs de l'institution muséale, la notion de relation spécifique peut, pour sa part, entrevoir dans l'actualisation résonante de la muséalité, une possible prospérité. Car si l'homme est enjoint de se lier à nouveau au monde par le biais d'une implication corporelle, intentionnelle, libidinale et primitive, les objets de la réalité semblent lui redevenir indispensables. Deloche écrit que « *la muséologie décide du mode d'approche des musealia* » soit les objets sensibles ayant été collectés par le musée, en évoquant la possibilité pour ces derniers d'être « *visuels ou sonores, mais aussi – pourquoi pas ? – tactiles, olfactifs et même gustatifs* »<sup>165</sup>. Il souligne par ailleurs que le musée, par le culte qu'il a de tout temps voué aux perceptions de l'œil, n'est que trop peu capable de rendre compte des autres dimensions sensibles diffusées par les objets dans la propagation de leur espace spécifique. Il évoque à ce sujet un « *problème d'extension du champ* », précisant que « *n'avons-nous pas à nous demander ce qu'est la muséologie, nous devons nous dire qu'elle ne sera que ce que nous la ferons* »<sup>166</sup>. Loin de chercher à remplacer la notion de relation spécifique, il devient alors possible d'envisager l'actualisation d'une muséalité résonante, rendant compte d'une interaction de l'homme et du monde basée sur l'assimilation affective, l'implication corporelle, l'intentionnalité répondante, l'élan libidinal, et exercée dans le cadre de la réalité culturelle, à l'égard des objets de collection. Dans cette actualisation résonante de la muséalité de Stránský, il ne sera toutefois plus question de s'appropriier la réalité par rétention des éléments authentiques, mais de l'assimiler par

---

<sup>164</sup> MAIRESSE François, « Introduction », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 24.

<sup>165</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.138.

<sup>166</sup> Ibid. p. 137.

imprégnation corporelle et affective des dimensions sensorielles exhalées par ces éléments au sein de leurs espaces spécifiques. Du fait des affinités lui ayant été précédemment reconnues avec le phénomène de résonance, je retiendrai ici l'olfaction comme sensorialité privilégiée de l'assimilation par imprégnation des objets de la réalité. Par son intermédiaire, et sur la base du système de sélection, thésaurisation, présentation, je tacherai plus avant de développer une actualisation résonante de la relation spécifique de Stránský, idéalement plus modérée que les extrêmes de rétention totale et d'expulsion totale qui furent envisagés par Mairesse il y a de cela vingt ans<sup>167</sup>.

Dans la muséologie théorique de Stránský se trouve donc la muséalité dont découle le processus de muséalisation des objets de la réalité. Ce processus se découpe en trois phases qui sont la sélection, la thésaurisation et la présentation<sup>168</sup>. La phase de sélection vise à identifier les objets porteurs de muséalité soit, des objets indiciels de la relation qu'entretient l'homme avec le monde, puis à les extraire de leur environnement d'origine. La phase de thésaurisation concerne « *l'apprentissage des lois de composition des collections en tant que témoins authentiques et premiers de la réalité* »<sup>169</sup>. La phase de présentation de ces collections au visiteur permet enfin une « *rétroaction de la réalité muséalisée vers la conscience sociale* »<sup>170</sup>. Bien que le processus de muséalisation, par l'appropriation et la rétention physique qu'il opère des éléments authentiques, ne puisse relever de la résonance, son initiative résulte pourtant d'une forme d'implication de l'homme dans le monde. Stránský écrit qu'« *il s'est toujours agi de la façon dont l'homme se réfléchit dans la réalité, et dont il se l'approprie en fonction de ses besoins culturels et sociaux* »<sup>171</sup>. Il semble alors paradoxal de considérer que les objets rendent la muséalité obsolète, alors que leur présence au musée résulte elle-même d'un effort intentionnel de l'homme dans le monde, d'un désir exprimé, d'un appétit temporairement assouvi et donc, d'une dynamique résonante. Aussi, si l'importance accordée aux objets de collection fut

---

<sup>167</sup> MAIRESSE François, « La relation spécifique », *ICOFOM Study Series, Muséologie et Philosophie*, n°31, 1999, p. 66.

<sup>168</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 53.

<sup>169</sup> STRANSKY Zbyněk, « La muséologie comme science (une thèse), 1980 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 132.

<sup>170</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 53.

<sup>171</sup> Ibid. p. 39.

dénoncée et démentie, ce n'est pas tant parce qu'elle rendait la muséalité de Stránský absconse, que parce qu'elle trahissait une réalité « bien moins avouable », qui est que par essence, le musée résulte du primitif. Mais à l'heure de la résonance, ce secret parfaitement gardé porte en lui une révélation qui le dépasse : il n'existe pas un musée de la résonance, car tous les musées détenteurs de collections se révèlent être des caisses de résonance en puissance. Parce que chaque muséalie fit l'objet d'une élection relativement primitive, j'y reviendrai<sup>172</sup>, par un collectionneur puis par un conservateur<sup>173</sup>, chaque collection opère une mise en abyme des résonances ayant opérées par les objets qu'elle rassemble, ne serait-ce que vis-à-vis de ceux qui la constituent, car comme le souligne Desvallées, « *une muséalie n'est pas seulement un document donnant de l'information, elle est également un objet sensible* »<sup>174</sup> et Hennion, « *les objets sont des entités qui s'éprouvent* »<sup>175</sup>.

Or s'il y a bien une chose que la présentation des musealia n'autorise pas, c'est que le visiteur soit en mesure de les éprouver. Deloche écrit en effet qu'au musée, « *les objets sont là, mais intangibles et inaccessibles. [...] Car toucher n'est-il pas en quelque sorte s'approprier l'objet fictivement ? [...] Et justement, ce qu'interdit le musée porte bien sur cette prise de possession symbolique. [...] Le musée est l'école de la répression, il invite son visiteur à la contrainte ascèse de la contemplation visuelle* »<sup>176</sup>. Stránský conçoit pourtant bien que la finalité du processus de muséalisation consiste en un agissement sur la conscience sociale, par le biais des éléments sélectionnés et thésaurisés, pour la modifier<sup>177</sup>. Or, comment les objets de la réalité sont-ils supposés pouvoir agir sur nous si leur espace spécifique se voit encapsulé dans une vitrine ? De l'ensemble de leurs dimensions ne demeure que le visuel, ramené à plat sous

---

<sup>172</sup> Voir chapitre 2.

<sup>173</sup> DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Armand Colin, Paris, 2011, pp. 60 - 63.

<sup>174</sup> DESVALLÉES André, « Muséologie comme champ disciplinaire : trajectoires », *Artigos*, 2015, p. 340.

<sup>175</sup> HENNION Antoine, « Ce que ne disent pas les chiffres... Vers une pragmatique du goût », *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Regard, Institut Français de la mode, Paris, 2007, p.107.

<sup>176</sup> DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, MNES, Paris, 1989, p. 44.

<sup>177</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 58. « *La muséologie théorique accomplit donc son dessein gnoséologique et axiologique en expliquant quel impact les représentants des valeurs muséales peuvent avoir sur la conscience sociale. Il faut tenir compte du fait que la valeur n'est pas donnée par l'objet lui-même, mais par la relation objet-sujet. Si le processus de muséalisation n'était pas couronné de présentation, les muséalies perdraient leur valeur.* »

chaque face de verre, qu'une représentation d'objets capables d'exister sans moi, bref, qu'une série de photographies en puissance<sup>178</sup>. La matérialité des objets est soustraite à l'appréhension qu'il m'est permis d'en avoir : la vitrine rend impossible leur assimilation par imprégnation des dimensions sensorielles qu'ils diffusent. De fait lorsque je visite une exposition, même si je le voulais, je ne pourrais pas assimiler les objets de la réalité. La vitrine me contraint à une forme d'appropriation dominante, la plupart du temps exprimée par le fait de photographier l'objet, déjà abaissé par ses soins, au rang de sa propre représentation visuelle. La vitrine est donc un obstacle à la résonance. Stránský indique pourtant que pour que la communication puisse remplir sa mission, « *il faut choisir les formes qui permettent un contact immédiat entre les sujets et les représentants des valeurs culturelles qui ont été thésaurisées, car c'est seulement par une communication directe que l'on peut assurer une appropriation globale des valeurs culturelles* »<sup>179</sup>. Il précise que « *c'est aussi le niveau idéal où l'on peut agir sur la conscience sociale non seulement par les informations mais aussi par l'énergie, l'aura* »<sup>180</sup>. Le concept d'aura des musealia fut précédemment évoqué quant à l'expression photographique du musée imaginaire. Dans le cas d'une actualisation résonante de la muséalité par le biais privilégié de la sensorialité olfactive, une interrogation point : l'aura des objets de la réalité, telle que conçue par Benjamin<sup>181</sup>, est-elle odorante ? Et si tel est le cas, une présentation résonante ne devrait-elle pas avoir pour objectif de faire accéder le visiteur à la dimension olfactive des expôts, plutôt que de diffuser à loisir des odeurs anecdotiques ? Le choix a bien entendu toute son importance

---

<sup>178</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.183. « *Par le jeu de l'espace de présentation et de ses instruments l'objet est défonctionnalisé, converti en image, et donné à voir.* »

<sup>179</sup> STRANSKY Zbyněk, « *Muséologie. Introduction aux études, 1995* », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 59.

<sup>180</sup> Ibid.

<sup>181</sup> BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 1939, p. 13-15. « *A la plus parfaite reproduction il manquera toujours une chose : le hic et nunc de l'œuvre d'art – l'unicité de son existence au lieu où elle se trouve. C'est cette existence unique pourtant, et elle seule, qui, aussi longtemps qu'elle dure, subit le travail de l'histoire. Nous entendons par là aussi bien les altérations subies par sa structure matérielle que ses possesseurs successifs. La trace des altérations matérielles n'est décelable que grâce à des analyses physico-chimiques, impossibles sur une reproduction [...] Ce qui fait l'authenticité d'une chose est tout ce qu'elle contient de transmissible de par son origine, de sa durée matérielle à son pouvoir de témoignage historique. [...] Tous ces caractères se résument dans la notion d'aura, et on pourrait dire, à l'époque de la reproductibilité technique, ce qui dépérit dans l'œuvre d'art, c'est son aura.* »

puisque « *quel que soit le médium choisi, il s'agit toujours d'un moyen par lequel on agit sur la conscience des sujets* »<sup>182</sup>.

La perspective d'une actualisation résonante de la muséalité et de la muséalisation de Stránský nous révèle ainsi deux choses : d'une part, tout musée détenteur d'une collection d'objets est, a priori, un musée résonant en puissance, d'autre part, les outils de présentation traditionnels ne permettent actuellement pas à l'aura des objets d'agir sur la conscience sociale du visiteur. Ainsi, aussi surprenant que cela puisse paraître, l'avènement de moyens favorisant l'accessibilité du visiteur à la dimension olfactive des expôts, et ce faisant, son interaction avec les objets de la réalité dans un rapport d'assimilation, semble constituer la seule étape nous séparant encore de l'introduction d'une véritable muséologie olfactive.

---

<sup>182</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 60.

## 1.6 LE CADRE MUSEAL

J'évoquais en ouverture de chapitre que le musée n'est pas l'objet de la muséologie, certains chercheurs vont d'ailleurs jusqu'à considérer qu'il serait possible pour cette dernière d'exister sans le premier, car la forme muséale s'accomplit de nos jours en de nombreux lieux totalement étrangers à l'institution<sup>183</sup>. La présente démarche ne semble toutefois pouvoir se passer du musée car en effet, la résonance telle que la conçoit Rosa n'est pas tant un diagnostic social que l'expression d'un espoir, la formulation d'un vœu dans la réalisation duquel le musée, par sa nature hétérotopique<sup>184</sup>, a de toute évidence un rôle à jouer. Yves Bergeron conclut l'ouvrage collectif *Les nouvelles tendances de la muséologie* en écrivant qu'« avec les moyens dont elle dispose, l'institution muséale participe peut-être plus que jamais à l'aventure humaine »<sup>185</sup>. Dans la dynamique d'une actualisation de la muséalité de Stránský, il semble en effet que le musée puisse devenir un *cadre d'expérience* inédit et privilégié de la relation résonante au monde, et plus avant, de l'éventuel avènement d'une muséologie olfactive. Dans son introduction aux *cadres d'expérience*<sup>186</sup>, Goffman évoque le détournement opéré par James dans les années 1950 pour répondre à la question « qu'est-ce que le réel ? », à laquelle il substitue subversivement la formulation « dans quelles circonstances pensons-nous que les choses sont réelles ? »<sup>187</sup>. Il répond à ceci que c'est la conviction, résultant de l'attention sélective, de l'engagement personnel d'un individu, et de la non-contradiction avec ce qu'il sait déjà, qui permet d'estimer qu'une chose donnée est réelle ou non. Ainsi, « chaque monde est le temps que dure notre attention » mais celui des sens aurait ceci de particulier qu'il est « celui auquel nous attribuons le plus de réalité, celui qui emporte notre conviction avec le plus de force, celui qui a priorité sur les autres mondes »<sup>188</sup>. La notion de *cadre d'expérience* telle que

---

<sup>183</sup> MAIRESSE François, « Introduction », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 18.

<sup>184</sup> FOUCAULT Michel, « Des espaces autres », *Dits et écrits*, Gallimard, Paris, 1994, pp. 752-762. Les hétérotopies sont des localisations physiques de l'utopie comprise comme représentation d'une société idéale, ce sont des espaces concrets situés en marge et abritant l'imaginaire. Jérôme Glicenstein pense le musée comme un espace hétérotopique dans *L'art : une histoire d'exposition*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016, p. 42.

<sup>185</sup> BERGERON Yves, « Musées et muséologies : entre cryogénéisation, ruptures et transformations », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 245.

<sup>186</sup> GOFFMAN Erving, *Les cadres d'expérience*, Minuit, Paris, Paris, 2013, p. 10.

<sup>187</sup> JAMES William, *Principles of Psychology*, vol.2, chap. 21, Dover publications, New York, 1950, p. 283-324.

<sup>188</sup> Ibid. p. 291.

conçue par Goffman renvoie ainsi à la construction d'une situation selon des principes organisationnels structurant les événements, ainsi que la manière dont nous nous y engageons subjectivement<sup>189</sup>. Reprenant James, il considère que le réel s'active au moment où nous jugeons nécessaire de prêter attention à ce que nous faisons, et conçoit les *cadres primaires* comme les filtres de compréhension par lesquels nous parvenons à donner du sens à une situation donnée. En résumé, « nous percevons les événements selon des cadres primaires et le type de cadre que nous utilisons pour les comprendre nous permet de les décrire »<sup>190</sup>. L'intérêt de cette référence consiste en ce que Goffman explique que « le fait de jeter spontanément et simplement un coup d'œil, puis de détourner son attention, ne signifie pas forcément que nous nous désintéressons de ce qui se passe, mais que le cadre que nous anticipons se trouve bien confirmé par le déroulement des événements »<sup>191</sup>. Après avoir évoqué la raison pour laquelle le musée s'avère nécessaire à l'actualisation d'une muséalité résonante, Goffman nous permet de mettre en évidence la réciprocité de ce rapport. A l'heure où la réalité augmentée se démultiplie en applications pour smartphones, où Google et les casques de réalité virtuelle se déclinent en version « home », aucune des présentations actuellement proposées par le musée ne semble en mesure de déjouer le cadre que j'y projette quant à la compréhension de mon expérience. En conséquence, si certaines personnes choisissent de se détourner du musée, ce n'est, encore une fois, pas parce que la présence des collections d'objets est obsolète, mais parce qu'elles connaissent par cœur la présentation qu'en fait le musée. Tout au plus poussent-elles encore ses portes pour alimenter visuellement leurs réseaux sociaux, et de toute façon, que peuvent-elles bien espérer y faire de plus ? « Nous ne cessons de projeter nos cadres de référence sur ce qui nous entoure, mais ne nous en apercevons pas, dans la mesure où les faits viennent toujours les confirmer »<sup>192</sup>. Ainsi, prendre part à l'actualisation résonante de la muséalité, notamment comprise comme expérimentation des modalités permettant au visiteur d'appréhender la dimension sensorielle, et plus particulièrement olfactive, des objets de la réalité, permettrait au musée de déjouer le cadre primaire que le visiteur lui attribue à raison, pour devenir celui de l'expérimentation d'une modélisation résonante du monde au sein de laquelle nous déploierions de nouveau notre attention et plus avant, notre implication. A l'heure de l'accélération, voire

---

<sup>189</sup> GOFFMAN Erving, *Les cadres d'expérience*, Op cit. p. 19.

<sup>190</sup> Ibid. p. 43.

<sup>191</sup> Ibid. p. 47.

<sup>192</sup> Ibid.

de l'aliénation, le musée redeviendrait ainsi l'hétérotopie de ce qui est pertinent pour nous<sup>193</sup> et ce faisant, permettrait au vœu de la résonance d'être progressivement exaucé. Les musées résonants seraient donc ces cadres d'expérience où il serait de nouveau permis que « *parfois, je respire plus fort, et tout à coup, ma distraction continuelle aidant, le monde se soulève avec ma poitrine* »<sup>194</sup>.

---

<sup>193</sup> TONELLI Amandine. « Effluve de Communication. Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive. » thèse, Marseille, 2011, p. 47. « *Lorsque nous prêtons attention à quelque chose, nous le faisons en imaginant que cette chose est pertinente pour nous, cependant nous sommes conscients que cette chose a été créée par un communicateur dans le but d'être pertinente à notre égard. Ainsi, un acte de communication ostensif communique automatiquement une présomption de pertinence, qui dépend de deux éléments : que les effets qui doivent être obtenus sont suffisants et donc valent la peine d'être traités, et que l'effort minimal demandé est suffisant pour aboutir à ses effets.* »

<sup>194</sup> MICHAUX Henri, « En respirant », *La nuit remue*, Gallimard, Paris, 1967.



## 2. LES SELECTION ET THESAUROISATION DES ELEMENTS DE LA REALITE

Si l'accès à la dimension sensorielle des objets de la réalité n'est pas chose permise dans la phase de présentation du processus de muséalisation, il est pour ainsi dire fondateur des actions menées lors de la sélection et de la thésaurisation, visant à élire et documenter les futurs composants des collections de musée. Dans cette interaction sensible avec l'objet, l'interlocuteur est amené à s'impliquer corporellement dans sa découverte, il l'observe, le manipule et le sent pour tour à tour, évaluer son authenticité, compiler le maximum d'informations à son égard, et suivre son évolution physique dans le temps. La sélection et la thésaurisation sont donc des phases où la distance physique mentionnée par McLuhan, se trouve réduite à sa presque non-existence. Elles sont simultanément le temps où l'individu et l'objet s'interpénètrent le plus, et où se constitue la collection d'éléments authentiques sine qua non de la muséalité. Raison pour laquelle j'évoquais précédemment que le musée résulte du primitif, car c'est bel et bien à la proximité qu'entretiennent ces acteurs avec les objets, que font référence les chercheurs lorsqu'ils mentionnent des « *raisons beaucoup moins avouables* » au fait que le musée ne puisse se départir de ses collections<sup>195</sup>. Des suites d'une interaction sensorielle, notamment olfactive, répétée avec les objets de la réalité, ces acteurs, plus connus sous les noms de collectionneurs et de conservateurs, œuvrant respectivement à l'extérieur et à l'intérieur du musée, développent à leur égard un rapport de type affectif<sup>196</sup>. Si cela n'a, a priori, rien d'anormal, j'ai précédemment développé en quoi l'affection et le rejet résultent métaboliquement de l'olfaction, le stigmate du fétichisme leur fut pourtant, et non sans un certain plaisir, affublé à de nombreuses reprises et en des termes relativement violents. Ironie de nouveau, car c'est bien par les collectionneurs, et plus avant par les conservateurs, qu'infuse la résonance muséale. Et si cette dernière se voit par ailleurs taxée de fétichiste, de perverse ou de pathologique, il s'agit bien d'une conséquence de l'individualisation de son phénomène à un

---

<sup>195</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978.

CABANNE Pierre, *Les grands collectionneurs*, tome I et II, Amateur, Paris, 2003-2004.

DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, MNES, Paris, 1989.

MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, Paris, 1996.

RHEIMS Maurice, *Les collectionneurs : de la curiosité, de la beauté, du goût, de la mode et de la spéculation*, Ramsay, Paris, 1981.

<sup>196</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.163. « *L'ambiguïté de la constitution traditionnelle des collections vient notamment de la charge émotionnelle, donc affective, dont les objets se trouvent généralement investis dans cette opération.* »

unique corps de métiers, et non d'une de ses causes<sup>197</sup>. Car s'il était plus amplement permis d'appréhender la dimension olfactive des éléments authentiques, l'effet résonant cesserait de croupir dans les réserves, auxquelles n'ont effectivement accès qu'un nombre restreint de personnes, pour procéder par ricochets à travers l'ensemble du musée et au-delà des murs. Inversement, si collectionneurs et conservateurs sont les seuls à pouvoir accéder et s'éprendre de l'odeur des objets dans un lieu d'accès limité, il en effet est tôt fait d'assimiler les réserves aux sulfureux boudoirs du XVIIIe siècle, et de répandre par ailleurs la rumeur que les objets ne sont pas supposés « toucher ». Mais là réside toute la beauté de la chose, que l'on appelle cela l'aura, l'affordance ou la résonance, ils l'ont de tout temps fait<sup>198</sup>.

Le *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*<sup>199</sup> distingue sept phases au processus de reconnaissance des musealia. À l'origine, elles sont des « objets usuels » appartenant à la zone anonyme de la vie quotidienne qui, si elles sont transmises aux générations suivantes, peuvent alors devenir des « objets historiques » témoignant des changements de société, des avancées technologiques, et du passage du temps. Liées à des pratiques culturelles, elles peuvent être successivement reconnues comme des « objets ethnographiques » rendant compte de l'état d'une culture ou d'une société à un moment précis de l'histoire. Cette même dynamique peut par ailleurs leur faire acquérir la valeur « d'œuvre d'art ». Vient en suivant l'étape du « purgatoire » durant laquelle les objets transitent, sont abandonnés, disparaissent dans des greniers avant de faire à nouveau surface sur des marchés aux puces. Ils attendent alors qu'un collectionneur leur reconnaisse un pedigree qui, en les faisant extraire du purgatoire pour intégrer une collection, leur donne le statut d'« objets patrimoniaux ». Parmi l'ensemble des

---

<sup>197</sup> CHAUMIER Serge, « Pourquoi la muséologie ne devra plus être une composante du patrimoine », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 71. « *L'anthropologie culturelle l'a réalisé autrement, en dévoilant l'absurdité du collectionnisme, qui confine toujours peu ou prou au fétichisme. Or, un plaisir individuel, pour ne pas utiliser le terme stigmatisant de perversité ou de pathologie, ne peut suffire à justifier l'investissement de fonds publics. Une collection publique ne peut reposer sur son autojustification, elle ne peut trouver de sens que dans son usage.* »

<sup>198</sup> SARTRE Jean-Paul, *La Nausée, Œuvres romanesques*, Gallimard, Paris, 1981, p. 16. « *Les objets cela ne devrait pas toucher, puisque cela ne vit pas. On s'en sert, on les remet en place, on vit au milieu d'eux : ils sont utiles, rien de plus. Et moi, ils me touchent, c'est insupportable. J'ai peur d'entrer en contact avec eux tout comme s'ils étaient des bêtes vivantes.* »

<sup>199</sup> DESVALLÉES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Armand Colin, Paris, 2011, pp. 60 - 63.

objets collectionnés, le conservateur du patrimoine reconnaît enfin ceux qui participent d'une mémoire collective, et dont la conséquente préciosité doit bénéficier d'une protection éternelle en faisant d'eux des « objets de musée ». La possibilité pour un objet usuel de devenir une musealie dépend donc pour moitié de sa capacité à survivre au temps, et pour autre moitié de l'autorité des collectionneurs et des conservateurs.

## 2.1 LES COLLECTIONNEURS

En 1987, Pomian définit la collection comme étant un « *ensemble d'objets naturels ou artificiels, maintenus temporairement ou définitivement hors du circuit d'activités économiques, soumis à une protection spéciale dans un lieu clos aménagé à cet effet, et exposé au regard* »<sup>200</sup>. Pearce ajoute que toute collection cohérente résulte d'un projet<sup>201</sup>, et Gob et Drouguet de distinguer les motivations du collectionnisme que sont la curiosité, le goût du passé, le sentiment religieux, la volonté de possession et de puissance, l'attrait de la spéculation, le sentiment d'ordre et de complétion<sup>202</sup>. Tout ceci relevant bien sûr de l'officiel puisque l'appropriation symbolique du monde demeure une des seules véritables motivations de la collection, Baudrillard lisait par ailleurs en elle l'expression d'une non-relation au monde : « *c'est parce qu'il se sent aliéné et volatilisé dans le discours social dont les règles lui échappent que le collectionneur cherche à reconstituer un discours qui lui soit transparent, puisqu'il en détient les signifiants et que le signifié dernier en est, au fond, lui-même* »<sup>203</sup>. Une contradiction réside ici en ce qu'un individu répondant à l'aliénation par le collectionnement n'est pas un homme vaincu, mais un homme qui résiste<sup>204</sup>. Or, de Baudrillard à Deloche, nous le verrons, cette légère nuance performe un remarquable effet papillon.

Parce que le secteur muséal ne considère pas la dimension olfactive des musealia<sup>205</sup> ni les effets qu'elle est en mesure de produire, l'affection qui en découle, et qu'éprouvent à leur égard les

---

<sup>200</sup> POMIAN Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*, Gallimard, Paris, 1987.

<sup>201</sup> PEARCE Susan, *On collecting: an investigation into collecting in the European tradition*, Routledge, Londres, 1999.

<sup>202</sup> GOB André, DROUGUET Noémie, *La Muséologie, Histoire, Développements, Enjeux actuels*, Armand Colin, Paris, 2010, p. 19.

<sup>203</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978, p. 149.

<sup>204</sup> WINNICOTT W. Donald, *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 1951, p. 88. « *Les symptômes antisociaux, qui constituent autant de tentatives pour reprendre possession de l'environnement, sont des signes d'espoir.* » ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 265. « *La tentative visant à faire parler les artefacts du quotidien en les muséifiant semble être alors une réaction culturelle à cette expérience d'aliénation.* »

<sup>205</sup> DUBOIS Danièle, « Des catégories d'odorants à la sémantique des odeurs », *Terrain*, n° 47 : *Odeurs*, Paris, ministère de la Culture, Maison des sciences de l'Homme, 2006, p. 90. « *Ce sont les propriétés morphologiques*

collectionneurs, se voit assimilée au pathologique<sup>206</sup>, et fit de ces derniers les spécimens d'analyses tout aussi abusives que la tare dont on les accuse. Dès les premières pages de son ouvrage, Muensterberger annonce que son intention vise l'étude « *des conditions génératrices de cet engouement si obsédant pour les objets* »<sup>207</sup> en insistant sur « *la valeur affective qui, chez les collectionneurs, prend automatiquement un aspect projectif et créatif tout en alimentant leur univers imaginaire* »<sup>208</sup>. Je me concentrerai plus avant sur l'analyse de son travail car contrairement à Cabanne, Rheims, ou Baudrillard, il reconnaît que « *la quête perpétuelle des collectionneurs est une disposition qui provient d'un souvenir sensoriel* »<sup>209</sup>, et si son exposé ne parvient jamais aux abords de la dimension olfactive, il demeure pourtant celui qui l'avoisine le plus. L'acte de collectionner lui apparaît par ailleurs comme le moyen déployé spontanément par un individu désireux de se « *sauver lui-même* »<sup>210</sup> à l'aide d'objets qu'il reconnaît dotés d'un « pouvoir magique ». La théorie de Muensterberger consiste en ce que le collectionnisme, par l'acquisition répétée d'objets dont la présence opère de manière agréable sur l'état mental d'un individu, lui permet d'apaiser de manière temporaire le souvenir sensoriel d'une privation, d'une perte, ou d'une vulnérabilité. Reprenant Benjamin, l'auteur écrit que « *la possession est le lien le plus intime qu'un individu puisse avoir avec les objets, car ce n'est pas eux qui prennent vie en lui, mais lui qui vit en eux* »<sup>211</sup>. Ce que permet véritablement la possession, c'est d'abolir la distance physique qui me sépare de l'objet, ce qu'une nouvelle fois, des institutions telles que le musée n'autorisent pas. A nouveau, si la proximité physique, entendue comme sensorielle, des objets n'était pas publiquement instaurée comme relevant du privilège de certains, la perspective de leur possession serait sans doute bien moins sujette à l'obsession maniaque. Mais à l'heure actuelle, seule l'acquisition permet au collectionneur d'être aussi proche des objets qu'il le souhaite. C'est dans cette proximité que s'accomplit l'interpénétration de l'individu et de l'artefact mentionnée par Muensterberger, or, et c'est ici que le

---

*perçues visuellement que les sciences de la nature [...] ont régulièrement privilégiées dans l'élaboration des connaissances, en ignorant les caractéristiques olfactives des objets. »*

<sup>206</sup> MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, 1996, Paris, p. 44. Comme si tout ne se passait que dans leur tête : « *L'imagination lui fournit ce que le monde extérieur ne peut pas lui donner.* »

<sup>207</sup> Ibid. p. 19.

<sup>208</sup> Ibid. p. 20.

<sup>209</sup> Ibid. p. 15.

<sup>210</sup> Ibid. p. 292.

<sup>211</sup> Ibid. p. 30.

collectionneur ne mérite pas sa condamnation, les objets ne lui sont pas une fin, la preuve en est qu'il ne s'en contente jamais, mais bien un moyen d'accéder à autre chose. L'auteur évoque à plusieurs reprises que pour le collectionneur, les objets sont des substituts<sup>212</sup>, mais si tel était vraiment le cas, le processus de collectionnement cesserait dès qu'à chaque personne ou sentiment nécessitant d'être compensé aurait été trouvé l'objet adéquat. Or, il semble qu'un collectionneur le soit à vie, ce qui signifie bien qu'il n'amasse pas des substituts, mais des intermédiaires au travers desquels il tente de se connecter à autre chose.

*« L'invisible de l'absence permet la confrontation avec une altérité qui ne peut être pleinement partagée puisque l'autre temps, l'autre lieu ou l'autre individu ayant été absorbé par l'objet renvoie finalement à ce que son gardien peut rapporter de sa propre histoire. L'invisible médiatisé par les objets, inatteignable physiquement, est secrété par le langage et prend ainsi diverses formes. Mais il s'incarne surtout en la personne grâce à l'expérience sensorielle que suppose le contact avec l'objet : une forme, une texture, voire une odeur qui pénètre celui qui est apte à en saisir un sens et une valeur inaccessible à autrui. »<sup>213</sup>*

Dans la proximité physique des objets, le collectionneur cherche à atteindre une chose qui lui manque, qu'il s'agisse d'une personne particulière ou du monde en général, et parce que dans cette quête, il s'implique corporellement dans la découverte des artefacts en les éprouvant de manière physique, il finit par s'en éprendre. Mais, substitut insuffisant, faillible à la tâche de faire continuellement accéder à autre chose que lui-même, l'objet se révèle un intermédiaire consommable appelant la nécessité d'une succession. Or, si l'acquisition n'était pas la seule modalité permettant de consommer les objets sur un plan sensoriel, ceux que l'on appelle « collectionneurs » seraient pour ainsi dire, libres de ne plus l'être. Car si le musée permettait au visiteur d'accéder à la dimension physique des objets, il pourrait en effet atteindre une multitude « d'autres » au sein même des espaces d'exposition, et n'aurait plus pour ce faire à en cumuler les réceptacles dans sa cave ou son grenier. Car après tout, le collectionneur,

---

<sup>212</sup> Ibid. p. 40. « La passion de collectionner est étroitement liée à un profond attachement à des objets qui servent de substituts aux personnes, et même très souvent les supplantent. » p. 36. « Ces substituts sont la garantie d'un soutien affectif. »

<sup>213</sup> DASSIE Véronique, « Les doudous d'enfants au prisme des objets d'affection des adultes » *L'art d'accommoder embryons, fœtus et bébés*, ERES, « Enfance & parentalité » 2014, p.73.

dénoncé et scruté, ne se contente-t-il pourtant pas simplement d'exprimer la muséalité de Stránský, en cherchant à se lier à la réalité par l'intermédiaire de ses objets ?

Muensterberger écrit par ailleurs que le collectionneur reconnaît aux objets dont il fait l'acquisition la faculté d'un « pouvoir magique » tel qu'ils exerceraient une forte d'attraction « *intangibile et invisibile* »<sup>214</sup>, capable de « *transformer la frustration ou le mécontentement en un état de bien-être, voire de plaisir* »<sup>215</sup>. Sont donc sélectionnés les objets ayant été capables d'agir sur lui de manière positive, autrement dit, ceux étant parvenus à lui faire accéder à autre chose qu'eux-mêmes, et potentiellement, ceux par l'intermédiaire desquels a pu s'opérer un phénomène de résonance. Et si l'affection éprouvée à l'égard des objets peut en partie s'expliquer par l'appréhension de leur dimension physique, voire olfactive, la volonté de réitérer une connexion résonante au monde par leur intermédiaire justifie peut-être qu'on leur prodigue un « *amour acharné et tout puissant* »<sup>216</sup>. Après tout, a-t-on jamais su si, suite à l'épisode de la madeleine, le narrateur de *La Recherche* ne se s'était pas mis à en consommer davantage ? Néanmoins, l'olfaction en angle mort et la résonance n'existant pas encore, c'est au recours du concept d'*objet transitionnel* que Muensterberger explicite plus avant le comportement des collectionneurs vis-à-vis des objets, il en va par ailleurs jusqu'à demander si « *en définitive, les objets collectionnés sont autre chose que des jouets que les adultes prennent au sérieux ?* »<sup>217</sup>.

Le concept d'objet transitionnel fut développé par le pédopsychiatre Winnicott au début des années 1950 pour « *désigner l'aire d'expérience intermédiaire entre le pouce et l'ours, entre l'érotisme oral et la relation objectale vraie, entre l'activité créatrice primaire et la projection de ce qui a été introjecté, entre l'ignorance primaire de la dette et sa reconnaissance* »<sup>218</sup>. La nécessité pour certains enfants de recourir à un objet transitionnel se manifeste au cours des premiers mois lorsque ces derniers peinent à établir un lien entre leur réalité subjective, et la réalité partagée perçue objectivement. De cette rupture, l'épisode le plus couramment identifié est celui de l'assimilation par l'enfant que le sein qui le nourrit n'est pas attaché à son corps,

---

<sup>214</sup> MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Op cit. p. 73.

<sup>215</sup> Ibid. p. 39.

<sup>216</sup> Ibid. p. 21.

<sup>217</sup> Ibid. p. 47.

<sup>218</sup> WINNICOTT W. Donald, *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 1951, p. 29.

mais à celui de sa mère, et que son alimentation et sa survie dépendent donc d'un objet qui ne lui appartient pas, et sur lequel il n'exerce aucun pouvoir. Dans cette épreuve de la réalité, l'objet transitionnel intervient comme une projection subjective de l'enfant dans la réalité objective lui permettant de les distinguer l'une l'autre et plus avant, de favoriser le passage entre les deux. Or, c'est de nouveau par un subterfuge olfactif que l'enfant parvient à étendre sa personne à l'objet transitionnel, maximisant le potentiel d'action de ce dernier à lui faire assimiler la réalité objective<sup>219</sup>. Et si, du fait de l'accumulation des fluides corporels qu'ils y déposent à dessein, les doudous d'enfants peuvent rapidement sentir « mauvais », tout parent aguerri sait qu'il ne faut jamais s'aventurer à les laver, au risque que les enfants ne les reconnaissent plus comme des projections de leur réalité subjective dans la réalité objective, et qu'il ne soit en conséquence plus possible pour ces derniers de remplir leur rôle d'objets transitionnels. L'odeur n'est ici qu'un aspect évocateur permettant d'exemplifier que toute caractéristique afférente à l'objet transitionnel, aussi saugrenue ou inconvenante soit-elle, fait souvent l'objet d'une grande indulgence de la part des parents, qui savent y reconnaître le processus sous-jacent d'apprentissage du monde qu'est en train d'accomplir leur enfant<sup>220</sup>. Mais cette indulgence, valable à l'égard des enfants, demeure une de leurs exclusivités. Car si « *l'acceptation de la réalité est une tâche inachevée et qu'aucun être humain n'est affranchi de la tension que suscite la mise en rapport de la réalité intérieure et de la réalité extérieure* »<sup>221</sup>, il est bien plus aisé d'admettre l'excentricité des enfants, que celle des adultes. En effet si l'un de ces derniers « *exigeait de nous que nous acceptions comme objectifs ses phénomènes subjectifs, nous y décèlerions la marque de la folie* »<sup>222</sup>. Raison pour laquelle les individus d'âge adulte rencontrant des difficultés dans l'appréhension la réalité, déploient leurs aires

---

<sup>219</sup> HARRUS-REVIDI Gisèle, « Violence et douceur », *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 2010, pp. 15-16. « *Ce bon objet possède des caractéristiques auto-odorantes qui, parfois rapidement, pour l'entourage mais évidemment pas pour le bébé, le transforment en objet fécalisé, presque répugnant. Par ailleurs, cette « chose » ne doit pas évoluer autrement que selon le désir de l'enfant, ses pulsions. Parce que cette imprégnation, cet aspect imbibé est majoritairement constitué des liquides issus de son propres corps. Si l'on se réfère à la terminologie grecques, il est possible de décrire un mélange de liquides paradisiaques comme le lait ou le sang et de liquides infernaux comme l'urine, les fèces, la salive, la morve, la sueur- autrement dit, des substances extériorisables médiatrices d'interactions sociales. [...] Barbouillé de morve, heureux dans son pipi chaud, voire ses fèces, imprégnant son doudou de ses odeurs et de ses excréctions, l'enfant baigne dans son aire transitionnelle, ne faisant qu'un avec son objet non-moi et pourtant si près du moi. »*

<sup>220</sup> WINNICOTT W. Donald, *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 1951, p. 59.

<sup>221</sup> Ibid. p. 58.

<sup>222</sup> Ibid. p. 60.



d'expérience intermédiaire en des domaines tels que la religion, la philosophie, l'art, voire le collectionnisme, afin de reprendre possession de leur environnement et plus avant, transformer leurs « symptômes antisociaux » en « signes d'espoir »<sup>223</sup>. Ce qui apparaît ici, c'est que la transposition des caractéristiques du concept d'objet transitionnel opérée par Muensterberger à la pratique du collectionnisme, infuse en réalité la muséalité toute entière, telle que relation spécifique de l'homme à la réalité par l'intermédiaire des éléments authentiques. Ainsi, loin de contribuer à la stigmatisation des collectionneurs, l'auteur participe au déploiement de leur dynamique à travers toute la muséalisation et ce faisant, à la conception du musée comme « *sinon une machine à fabriquer des célibataires, du moins un refuge pour les tempéraments refoulés [...] une prothèse affective ou une béquille mentale* »<sup>224</sup>.

---

<sup>223</sup> Ibid. p. 88.

<sup>224</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.108.

## 2.2 LES CONSERVATEURS

Tandis que Winnicott évoque la possibilité pour l'objet transitionnel d'évoluer en objet fétiche, et de persister ainsi dans la vie sexuelle de l'adulte<sup>225</sup>, propos ayant été développés plus avant par Wulff<sup>226</sup>, Deloche, en partie influencé par les écrits de Baudrillard, reconnaît dans la figure du conservateur l'évolution psychanalytique du collectionneur, ayant quitté le stade oral pour passer au stade anal<sup>227</sup>. Le conservateur serait donc un collectionneur ne collectionnant plus pour lui, mais en vue de la constitution d'un patrimoine collectif<sup>228</sup>, amassant dans son « harem » l'équivalent de femmes dont le musée lui interdit de prendre possession<sup>229</sup>, et faisant ainsi ses fétiches des objets de la réalité<sup>230</sup>. Car si le collectionneur tire son plaisir de l'acquisition répétée des artefacts<sup>231</sup>, le conservateur, parce que rattaché au musée, voit

---

<sup>225</sup> WINNICOTT W. Donald, *Les objets transitionnels*, Op cit. p. 48.

<sup>226</sup> WULFF Moshe, "Fetishism and object choice in early childhood", *Psychoanalytic Quarterly*, n°15, 1946, pp. 450-471.

<sup>227</sup> FREUD Sigmund, *Trois essais sur la théorie de la sexualité*, Gallimard, Paris, 1923. Dans cette publication, Freud expose ses théories relatives à la sexualité de l'enfant et distingue différents stades au travers desquels évoluent leurs pulsions sexuelles : le stade oral, le stade anal, le stade phallique, la période de latence et, finalement, le stade génital. Le stade oral renvoie au plaisir de l'incorporation, notamment par stimuli de la zone érogène de la bouche, tandis que le stade anal touche au plaisir résultant de la rétention des matières fécales.

<sup>228</sup> DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, MNES, Paris, 1989, p. 47. « *Il est bien sûr qu'aucun hasard ne préside à cette étroite parenté entre le conservateur et le collectionneur : la structure muséale, dans son principe, répète ce processus obsessionnel.* »

<sup>229</sup> Ibid. pp. 45-46. « *Il y a chez le collectionneur quelque chose de comparable à ce qu'on trouve chez le séducteur, ce collectionneur de femmes dont il est avéré qu'il doute de sa propre virilité. [...] Pour tout dire, il y a là un parfum de harem, dont tout le charme est celui de la série dans l'intimité... Le conservateur est bien certes, à la tête d'un harem, mais d'un étrange harem dans lequel le sultan s'interdirait la possession des femmes qu'il s'approprie.* »

<sup>230</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978, p. 125. « *Si la possession est faite de la confusion des sens (de la main, de l'œil), d'intimité avec son objet privilégié, elle est faite tout autant de chercher, d'ordonner, de jouer et de réunir. Pour tout dire, il y a là un parfum de harem, dont tout le charme est celui de la série dans l'intimité et de l'intimité dans la série.* »

DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.163. « *La psychanalyse nous a appris que le fétichisme est cette fixation morbide sur un objet abusivement privilégié, au détriment de sa véritable destination.* »

<sup>231</sup> DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, Op cit. p. 49. « *Sans doute des pulsions anales animaient-elles déjà le collectionneur, mais le tableau clinique restait dominé par l'oralité : il s'incorporait*

également la possession soustraite des moyens qui lui sont permis d'entretenir les objets patrimoniaux, devenus, sous son influence, des *musealia*. Or, c'est de son assignation à la protection de biens ne lui appartenant pas, que Deloche voit émerger chez le conservateur une forme de régression opérant principalement par la rétention agressive des dits-objets. Il serait un « *sadique-anal, non plus centré sur l'appropriation qui lui est légitimement refusée, mais voué tout entier au soin de garder* »<sup>232</sup>, cet acte de rétention pouvant se traduire en dernier lieu par « *la mise en vitrine, l'isolement, voire sous sa forme la plus achevée, la mise en réserve* »<sup>233</sup>. Ainsi, ce serait parce que le conservateur s'est vu privé le premier de la possession des objets, que lors de leur présentation, il en priverait à son tour le visiteur, car comme chacun sait, c'est à lui qu'incombe originairement l'organisation des expositions. S'il ne peut donc totalement abolir la distance physique le séparant des objets, le conservateur s'applique à déployer plus avant celle imposée au visiteur et, animé de jalousie, tente ainsi de lutter contre la frustration en l'infligeant à son tour à d'autres<sup>234</sup>. Dès lors, les *musealia* sont séquestrées de telle sorte que lui seul soit en mesure d'en jouir, là réside son ambition, son privilège mais également, « *tout ce qui lui reste* »<sup>235</sup>.

Au regard de ces « perversions multipliées », Deloche envisage alors que le musée traditionnel soit abandonné afin « *d'écarter les processus pathologiques de projection et de fétichisation* »<sup>236</sup>, que soient uniquement conservées les traces des éléments authentiques, et que les originaux soient successivement vendus. Ironiquement, c'est par le *musée imaginaire* qu'il entrevoit la possible thérapie des acteurs et plus avant, la perspective d'une salvation du musée<sup>237</sup>. Toutefois, la trop hâtive condamnation qu'il opère des conservateurs nous retire le

---

*les objets pour les annexer à l'image de soi, d'où cette dimension passionnelle de la conquête et de la recherche éperdue. »*

<sup>232</sup> Ibid.

<sup>233</sup> Ibid.

<sup>234</sup> Ibid. p. 50. « *Il est, à dire vrai, doublement castré : d'abord dans le renoncement à la possession de l'objet, ensuite dans cette conservation névrotique qui, par l'isolement sacralisant le prémunit contre l'éventuelle perte de l'objet symbole de sa puissance. »*

<sup>235</sup> Ibid.

<sup>236</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.108.

<sup>237</sup> DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, Op cit. p. 66. « *La distance introduite par la reproduction photographique opère la double fonction d'élever la possession à la dimension symbolique et de fonder une distance insurmontable entre le spectateur et l'œuvre. Ainsi peut-on dire que Malraux a réussi la thérapie du conservateur en opérant la sublimation des tendances appropriatives. »*

loisir d'envisager l'éventualité que ces derniers puissent simplement trouver du plaisir dans une autre forme de possession que celle qui leur fut interdite<sup>238</sup>, et ce faisant, que le fétichisme dont on les accuse puisse soudainement se transformer en autre chose.

Le fétichisme était, à l'origine, un jugement ethnographique porté sur des pratiques de type animiste, accordant aux choses une âme similaire à celle de l'homme, et devint, sous l'action de Freud, un jugement psychanalytique visant à caractériser des perversions sexuelles à partir de 1905<sup>239</sup>. Pour le « sauvage », un fétiche est un objet doté de pouvoirs magiques, or dès le XIXe siècle en Occident, la nature d'une relation entretenue par un individu avec des artefacts devient le signe de son intégrité psychique, autrement dit, l'importation qu'opère Freud de la notion de fétichisme au début du XXe siècle ne pouvait que recouvrir l'idée d'une « anormalité névrotique »<sup>240</sup>. Jean Pouillon souligne en effet l'erreur d'attribution et l'absurdité que présuppose la définition du fétichisme : un objet inerte est considéré comme capable d'agir de la même manière que le ferait un être vivant<sup>241</sup>. Sont donc couramment qualifiés de fétichistes des individus crédules et niais qu'il serait tentant de dénoncer ou de tourner en ridicule, ce qui permet d'expliquer en quoi répond désormais à la plus ou moins grande affection éprouvée à l'égard d'un objet, un stigmate extrêmement féroce. Plus avant, ce phénomène entraîne la minimisation ou le déni des relations vécues avec les objets<sup>242</sup>, tend à l'amputation de la

---

<sup>238</sup> DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, CTHS, Paris, 2010, p. 205. « Garder est une forme d'agir immobile. [...] Mais la conservation, aussi pétrifiée soit-elle, implique pourtant une tension extrême qui engage véritablement le corps [...] Garder nécessite une attention régulière qui sollicite le regard, mais aussi le toucher ou parfois, l'odorat. »

ARCE ROSS German, « Destins de l'odeur », *Cliniques méditerranéennes*, n°75, 2007, p. 263. « Je peux avoir une certaine angoisse à détenir l'objet de quelqu'un, comme une tresse ou un bouton qui ne m'appartiennent pas, tandis que l'odeur, je peux l'avoir sans qu'on me la donne. »

<sup>239</sup> ASSOUN Paul-Laurent, *Le fétichisme, Que sais-je ?* Presses Universitaires de France, Paris, 2002.

<sup>240</sup> DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, CTHS, Paris, 2010, p. 103.

<sup>241</sup> POUILLON Jean, *Fétiches sans fétichisme*, Maspero, Paris, 1975.

<sup>242</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978, p. 124. « Les collectionneurs, tous sans exception, lors même que n'intervient pas la perversion fétichiste, entretiennent autour de leur collection une ambiance de clandestinité, de séquestration, de secret et de mensonge qui offre toutes les caractéristiques d'une relation coupable. »

DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, Op cit. pp. 105- 107. « Dans l'extrait ci-dessus, Oscar réaffirme à plusieurs reprises ne pas être fétichiste. Il s'agit de justifier l'attachement des objets « qui peuvent paraître débiles », attachement qui rendrait leur présence absolument indispensable. » [...] « Oscar

muséologie de Stránský et de fait, parce que refuse l'appréhension de ce qui se trouve au-delà de l'artefact, annihile toute perspective de relation résonante au monde par son intermédiaire.

Pour devenir résonant, le musée doit donc pressentir ce qui se trouve au-delà des éléments authentiques, et par le biais de ces derniers, parvenir à s'y connecter, car si les objets sont le miroir de nos appétits<sup>243</sup>, leur incapacité à les contenter dans l'accumulation ne trahit pas tant une quelconque névrose de celui qui les chérit<sup>244</sup>, que le fait qu'ils n'en soient simplement pas la source. Témoins certifiants de notre élan libidinal qui, dans l'appropriation ou l'assimilation, attestent de notre propension à tendre vers quelque chose et ce faisant, rassurent notre capacité à l'atteindre, les artefacts marquent les étapes de notre quête sans jamais se substituer à son objet, cette immensité dont nous avons l'appétence<sup>245</sup>. Si l'on se collectionne toujours soi-même, c'est donc avant tout que l'on tâche de se reconnecter au monde. Ce faisant, je ne suis pas seul, car progressivement et par l'intermédiaire des objets, la communication se rétablit entre lui et moi. Ainsi, à l'interrogation formulée par Baudrillard, « *l'homme peut-il instituer à travers les objets un autre langage qu'un discours à soi-même ?* »<sup>246</sup> le concept de résonance semble entamer l'esquisse d'un nouvel élément de réponse.

---

*affirme ne pas être un fétichiste. L'insistance avec laquelle il minimise son affection apparaît comme la réponse à une accusation latente du jugement ethnologique : être attaché à une chose sans valeur au point de la conserver sans raison rationnelle serait une dérive. » [...] « Le surinvestissement affectif d'un objet apparaît hors norme, il est considéré sous l'angle de la transgression : trop d'attachement, ne pas faire la différence entre l'objet et ce qu'il est supposé représenter, manquer de distance, c'est basculer dans la pathologie psychique. » [...] « Pour nos gardiens d'objets, envisager le pouvoir des leurs ne peut désormais se faire qu'avec des détours car au fond, on sait bien que tout cela ne sert à rien. »*

<sup>243</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978, p. 126. « *L'objet est bien au sens strict un miroir : les images qu'il renvoie ne peuvent que se succéder sans se contredire. Et c'est un miroir parfait, puisqu'il ne renvoie pas les images réelles, mais les images désirées.* »

<sup>244</sup> Ibid. p. 127. « *Sans doute les objets jouent un rôle régulateur de la vie quotidienne, en eux s'abolissent bien des névroses, se recueillent bien des tensions et des énergies en deuil, c'est ce qui leur donne une âme, c'est ce qui les fait « nôtres » mais c'est aussi ce qui en fait le décor d'une mythologie tenace, le décor idéal d'un équilibre névrotique.* »

<sup>245</sup> Ce que Stránský indiquait déjà dans : STRANSKY Zbyněk, « *Muséologie. Introduction aux études, 1995* », Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : *Une anthologie*, Op cit. p. 56. « *Si, dans le premier cas, les sciences s'intéressent aux éléments de la réalité comme à des sources de connaissance, dans le cas de la muséologie, les éléments de la réalité sont des témoins, des pièces à conviction de cette réalité.* »

<sup>246</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Op cit. p. 150.

## 2.3 L'ODEUR ET LA RELATION D'OBJET

Comme le souligne Desvallées, « *une muséologie n'est pas seulement un document donnant de l'information, elle est également un objet sensible* »<sup>247</sup>. Or, la dimension sensible des objets, nous l'avons vu, lorsque théorisée, ne le fut qu'en étant décharnée, comme si de ces derniers n'émanait qu'une image suffisamment capable de satisfaire seule, la totalité des sens. Toutefois, la pratique parvient souvent à se passer de la théorie, et la dimension olfactive des musealia, si elle ne fit jusqu'à présent l'objet que de peu de recherches, se révèle, dès lors que l'on y prête attention, déjà étrangement opérante au sein du musée.

### 2.3.1 Le flair

Une pièce à conviction est un objet nécessaire à la recherche de la vérité, ainsi, les éléments de la réalité conçus comme « pièces à conviction de cette réalité » dans la muséologie de Stránský renvoient à des objets « témoins »<sup>248</sup>, extraits et imprégnés de cette réalité, dont l'assimilation permet d'en acheminer notre quête. Mais que peuvent au juste conserver ces objets de la réalité à laquelle ils ont été soustraits, et plus avant, par quels moyens parvenons-nous à discerner en eux la vérité de cette réalité ? Ginzburg écrit dans son *paradigme indiciaire* que durant des millénaires, l'homme fut un chasseur capable de « *reconstituer les déplacements de proies invisibles à partir d'empreintes laissées dans la boue, de branches cassées, d'excréments, de touffes de poils, de plumes arrachées, d'odeurs confinées* »<sup>249</sup>, et sachant « *à partir de données expérimentales apparemment négligeables, remonter jusqu'à une réalité complexe ne l'étant pas* »<sup>250</sup>. C'est donc par l'interprétation de la matérialité infime de son sillage que le chasseur parvient à appréhender la réalité de sa proie, à suivre sa piste, et acheminer sa traque. Car si les indices visibles lui signifient, tels la trajectoire et le rythme de déplacement, les repères nécessaires à l'orientation de sa chasse, seule l'expression odorante d'humeurs telles que la panique et la peur, émises à l'insu de la proie lors de sa fuite, parvient à exciter son appétit dans une mesure telle qu'il n'aura de cesse qu'une fois la capture effectuée. Il suffit pour s'en convaincre d'observer la hardiesse des chiens de chasse dont la poursuite ne prend fin qu'une

---

<sup>247</sup> DESVALLÉES André, « Muséologie comme champ disciplinaire : trajectoires », *Artigos*, 2015, p. 340.

<sup>248</sup> GABUS Jean, *L'objet témoin, les références d'une civilisation par l'objet*, Bibliothèque des Arts, Paris, 1975.

<sup>249</sup> GINZBURG Carlo, « Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice », *Débat*, n°6, 1980, p. 9.

<sup>250</sup> Ibid. p. 10.

fois la source odorante piégée, ou la trace olfactive perdue. Or, cette qualité de flair, exaltée par le chasseur mais également retrouvée chez le détective, se rencontre étonnamment en un personnage que nous connaissons bien : le collectionneur<sup>251</sup>.

Wicky écrit que « *le flair du collectionneur se présente comme le pendant intuitif du savoir analytique produit par la vue [...] désignant une modalité spécifique de la faculté de juger* »<sup>252</sup> permettant de débusquer et de sélectionner les artefacts éligibles au rang d'objets patrimoniaux. La notoriété des collectionneurs réside principalement dans leur avant-gardisme, cette aptitude qui est la leur de distinguer parmi les objets du purgatoire, « le beau non désigné » qui fera l'admiration et l'éprendre des amateurs de demain. C'est en cela que, supplantant le savoir conféré par la vue, l'intuition certifiée par le flair l'érige en « *qualité maitresse du collectionneur accompli* »<sup>253</sup> et anticipe ce faisant l'appréciation esthétique du « goût » puisque physiologiquement, le nez évalue la pertinence d'un met ayant aguiché les yeux avant de l'autoriser à pénétrer la bouche<sup>254</sup>. C'est pourquoi nous aurions tort de réduire ici le flair à un talent de prospection abstrait, délesté de l'interprétation des traces et ne conservant que l'intuition décisionnaire car, une nouvelle fois, « *notre expérience du monde relève toujours d'un amalgame de corps et de sens* »<sup>255</sup> ainsi, le collectionneur « *soucieux d'observer un objet au plus près, s'en approche tant qu'il y colle presque son nez* »<sup>256</sup>. C'est d'ailleurs par l'intermédiaire d'un collectionneur du nom de Gardilanne que Balzac, dès le XIXe siècle, rend compte de la singulière saillance odorante que peuvent revêtir les objets convoités. Il écrit en effet que ce dernier, dans une boutique de chiffonnier « *flaira des fragments d'anciennes tapisseries sous des entassements de peaux de lapin, d'os de toutes sortes, dont l'accumulation provoquait de nauséabondes odeurs* »<sup>257</sup>. Plus récemment, en 2016, et du côté des conservateurs, c'est la responsable de l'unité patrimoniale Afrique du musée du Quai Branly,

---

<sup>251</sup> BONNAFFE Edmond, *Les collectionneurs de l'ancienne France*, Paris, Auguste Aubry, 1873, p.86. « *Avez-vous le flair du chien de chasse pour arrêter un chef-d'œuvre comme il arrête un perdreau ?* »

<sup>252</sup> WICKY Erika, « L'œil, le goût et le flair : les compétences sensorielles du collectionneur fin de siècle », *Sociétés et Représentations*, n°44, 2017, p. 157.

<sup>253</sup> Ibid. p. 158.

<sup>254</sup> Ibid. p. 160.

<sup>255</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 103.

<sup>256</sup> WICKY Erika, « L'œil, le goût et le flair : les compétences sensorielles du collectionneur fin de siècle », *Sociétés et Représentations*, Op cit. p. 155.

<sup>257</sup> BALZAC Honoré de, *Le cousin Pons*, La comédie humaine, Paris, 1847, p.12.

Hélène Joubert, qui déclare que « *les odeurs sont des gages d'authenticité des objets, notamment celles de fumée, d'huile et de patine qui ont pu imprégner les bois* »<sup>258</sup> et qu'en conséquence « *aucune pratique au musée ne vise à les diminuer ou les masquer* ». Elle explique que l'appréciation olfactive des objets n'a par ailleurs rien d'anecdotique puisque les faussaires s'emploient eux-mêmes à usurper l'effluve des éléments authentiques dans la production des objets qu'ils destinent à la vente.

*« Par exemple, les Himbas de Namibie imprègnent l'ensemble des parures qu'ils portent de graisse, de poudre, de couleurs, de beurre de karité et d'huile de palme. A cela s'ajoute le rapport au corps, à la chaleur et à la sueur qui se dégagent lors des danses. Tous ces paramètres engendrent une patine des parures par la sueur dont l'odeur est très spécifique. Cela se vérifie notamment sur les masques qui, avec le temps et cette patine, prennent en leur intérieur la forme des visages qui les portent. Cette patine sur le revers des masques est décisive pour l'estimation de leur authenticité par les conservateurs, c'est un élément d'appréciation à part entière. »*<sup>259</sup>

Que ce soit au sens métaphorique ou littéral, le flair semble donc bel et bien opérant dans les actions menées par les collectionneurs et les conservateurs, quant à la sélection des objets patrimoniaux et plus avant, des musealia. Toutefois, s'il était permis de revenir aux salons du XVIIIe et XIXe siècles, dans lesquels aucun outil de présentation ne retirait au visiteur la possibilité de pénétrer l'espace spécifique des artefacts, nous constaterions que l'amateur et le critique ne sont pas en reste quant à l'exercice de leur nez<sup>260</sup>, et que si l'odeur des collections ethnographiques participe de l'authentification des objets et se voit, à ce titre, préservée, celle de la peinture se révèle par ailleurs très loin de faire l'unanimité. Si les salons n'avaient évidemment pas pour ambition de faire sentir les œuvres, leur dispositif de présentation s'y prêtait néanmoins beaucoup, puisque c'est uniquement munies de cadres que les toiles étaient entassées sur les murs, pas de vitrine, ni de marquage au sol ni de poteau de guidage : le curieux pouvait dès lors rompre la distance nécessaire à la saisie visuelle de l'ensemble, et s'essayer à

---

<sup>258</sup> Verbatim d'entretien réalisé avec Hélène Joubert, le 17 mai 2016.

<sup>259</sup> Ibid.

<sup>260</sup> WICKY Erika, « La peinture à vue de nez ou la juste distance du critique d'art, de Diderot à Zola », *RACAR*, n°1, 2014, p. 77. « *L'attitude de l'amateur qui s'approche du tableau à une distance manifestement impropre à la perception visuelle est celle d'un chien de chasse suivant une piste.* »



l'expérimentation d'une nouvelle perception des tableaux, laquelle « *n'a pas pour unique effet de brouiller la vision de l'œuvre, elle permet en outre, de flairer les effluves qui s'en dégagent* »<sup>261</sup>. Or, et là réside la nuance, du fait qu'elle renvoie à l'artifice désireux d'imiter la réalité, et non à la réalité elle-même, l'odeur de la peinture ne put jamais être acceptée comme le fut visiblement celle des collections ethnographiques<sup>262</sup>. De même que tous les paysages perçus depuis la voiture d'un train fleurent le soliflore de muguet, tous ceux figurés en peinture diffusent des relents d'atelier<sup>263</sup> et trahissent de surcroît, la toxicité perçue de la matière<sup>264</sup>. L'odeur de la peinture, et des produits chimiques qui la composent, manifesterait en effet un danger de contamination pour celui qui s'y expose, croyance ayant notamment été alimentée par des « *faits divers tels que les empoisonnements mortels provoqués par l'usage de certains pigments verts utilisés pour la coloration des papiers peints, et dont la toxicité était attribuée à l'odeur de la couleur* »<sup>265</sup>. Force est par ailleurs de constater que cette croyance, aussi surprenant que cela puisse paraître, perdure encore de nos jours, comme en rend notamment compte l'artiste Boris Raux avec son œuvre *Cif* :

---

<sup>261</sup> Ibid.

<sup>262</sup> Ibid. pp.79-80. « *Dans la mesure où l'odeur est toujours le signe intangible, mais incontestable, de la présence d'une matière, l'odeur de la peinture que l'on perçoit dans l'atelier se transpose, comme la couleur, sur la toile et devient perceptible lorsque le spectateur rompt la distance nécessaire à la saisie de l'œuvre en tant que représentation, qu'il frôle la facture de la toile, investissant un espace situé entre l'optique et l'haptique où le tableau se transforme en peinture.* » [...] « *Alors que l'odeur de la peinture ne devrait être saisie qu'à proximité de la toile ou dans l'atelier du peintre, sa perception par le critique trahit, dans les textes, une omniprésence de mauvais aloi. Alors, comme le disaient Diderot et ses contemporains, le tableau « sent la palette », c'est-à-dire qu'il laisse paraître l'usage des artifices de l'art pictural développés en aliter ou, en d'autres termes, que le peintre n'a pas su faire advenir la « magie » par laquelle la peinture se transforme en sujet. Sans l'effet de transsubstantiation qui fonde l'art pictural, la peinture n'est que de la peinture, c'est-à-dire, dans la perspective envisagée ici, de la matière puante.* »

<sup>263</sup> MAUPASSANT Guy de, *Fort comme la mort*, Ollendorff, Paris, 1889 à propos de l'atelier du peintre Jean-Victor Bertin : « *Une vague odeur engourdissante de peinture, de térébenthine et de tabac flottait dans la pièce, captée par les tapis et les sièges.* » »

<sup>264</sup> PAILLOT DE MONTABERT Jean-Nicolas, *Traité complet de la peinture*, Tome VIII, JF Delion, Paris, 1829-1851, p. 257. « *Un tableau, leur dit-il brusquement, n'est pas fait pour être flairé, reculez-vous : l'odeur de la peinture n'est pas saine.* »

<sup>265</sup> WICKY Erika, « *La peinture à vue de nez ou la juste distance du critique d'art* », Op cit. p. 80.

« Cif se compose de grandes toiles que j'ai faites il y a maintenant près de quinze ans. C'est littéralement du Cif<sup>266</sup>, des dizaines de litres de Cif qui ont cristallisé avec le temps. On a donc des tableaux monochromes – grand classique de l'histoire de l'art – pas de figuration, pas de chose choquante et malgré tout, par la toxicité dégagée, ces tableaux posent la question de leur montrabilité. Il n'est pas question d'une censure morale mais le censeur devient le responsable de la sécurité qui va dire « Non, ça je ne peux pas l'exposer ». Parce que justement ça dégage une toxicité, avérée ou non, mais qui demeure perceptible : preuve que nous n'assumons plus totalement le risque sanitaire que génère notre société hygiéniste. »<sup>267</sup>

Ainsi, et contrairement à ce qu'évoquait Hélène Joubert quant aux collections du Quai Branly, des mesures furent envisagées pour atténuer la toxicité perçue de la peinture, et encouragèrent notamment les artistes à favoriser l'encaustique au détriment de l'huile, afin que « l'atelier ne soit plus empoisonné par ces vernis qui forcent la plupart des personnes nerveuses à renoncer à la peinture, ces odeurs âcres et nauséabondes seraient ainsi remplacées par une odeur de miel ou de fleur de prés »<sup>268</sup>.

Mais, dès lors que mis à portée du visiteur, l'espace spécifique des artefacts parvient également à suggérer autrement la nature de leur caractère olfactif. Annick le Guérer écrit que « l'imagination est à même de « décacher » les mondes évanouis et d'en libérer les parfums »<sup>269</sup>, or, il apparaît en effet que lorsque « la représentation parait n'être qu'un moment de transition dans la transformation de la matière picturale en élément naturel [...] l'odeur de la peinture disparaît au profit de celle de la nature représentée »<sup>270</sup>. Une caractéristique de la mémoire olfactive consiste en ce qu'elle peut revenir à la conscience par le biais de deux voies, soit à l'occasion d'une sensation éprouvée, comme ce fut le cas du narrateur de Proust avec la

---

<sup>266</sup> Nettoyant ménager.

<sup>267</sup> Se reporter à l'annexe n°3, RAUX Boris, « Se rencontrer autour des odeurs », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, p. 147.

<sup>268</sup> MIEL Edmé-François-Antoine-Marie, « Sur la peinture encaustique : séance du 23 décembre 1834 » *Annales de la société libre des Beaux-arts depuis son origine*, tome I, Paris, 1836, p. 60.

<sup>269</sup> LE GUERER Annick, *Les pouvoirs de l'odeur*, Odile Jacob, Paris, 2002, p. 291.

<sup>270</sup> WICKY Erika, « La peinture à vue de nez ou la juste distance du critique d'art », *Op cit.* p. 81.

madeleine, soit par la seule puissance de l'imagination<sup>271</sup>, cette dernière alternative, bien qu'a priori fantasque, opérant pourtant bien plus souvent que la première. Pour Faivre, c'est effectivement et notamment par sa capacité à compenser l'absence par l'imagination que l'odorat surpasse les autres sens<sup>272</sup>. Un cadre d'expérience spécifique peut placer le sujet dans des dispositions telles que, sur la réalité qu'il est en train d'appréhender, il devient capable de projeter une odeur dont le souvenir subsiste dans sa mémoire de manière suffisamment saillante. Cette capacité d'imagerie mentale olfactive, entendue comme faculté « *de sentir dans son nez une odeur en l'absence de celle-ci dans l'environnement* »<sup>273</sup> est couramment présentée comme étant particulière à l'expertise des parfumeurs et conséquemment, impossible à performer par un néophyte. Pourtant il semble bien qu'aussitôt pénétré l'espace spécifique des objets, l'amateur et le critique en particulier, mais également et potentiellement, le visiteur en général, pour peu que pleinement impliqués dans l'appréhension des artefacts, parviennent à donner tort à cette idée<sup>274</sup>. Veillot qualifie Courbet de « bon peintre des chairs sales » car « *il les peint si bien qu'à les voir seulement on en sent l'odeur* »<sup>275</sup>, Gautier écrit de Juan Valdès Leal, dit « le peintre des cadavres », que ses tableaux « *font boucher le nez aux visiteurs de l'hôpital de la Charité à Séville* »<sup>276</sup>, de Buchère de Lépinos raconte d'une petite toile qu'elle « *embaume l'Italie à ce point qu'un Romain aveugle ne s'y tromperait pas* »<sup>277</sup>, et Van Gogh proclame que « *si une peinture de paysan sent le lard, la fumée, la vapeur qui monte des pommes de terre, [...] le fumier [...] le blé mûr [...] et l'engrais, cela est sain, surtout pour les citadins, car par de tels tableaux, ils acquièrent quelque chose d'utile* »<sup>278</sup>. Mais ce que Van

---

<sup>271</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 59.

<sup>272</sup> Ibid. p. 51.

Voir également SECHAUD Evelyne, « Figurabilité olfactive », *Revue française de Psychanalyse*, tome LXV, n°4, 2001, p. 1141 : « *Si la perception visuelle n'est possible qu'en présence de l'objet, l'odeur subsiste comme l'affect, en son absence.* »

<sup>273</sup> ROYET Jean-Pierre, PLAILLY Jane, DELON-MARTIN Chantal, « L'impact de l'expérience olfactive sur la réorganisation cérébrale chez les parfumeurs » *La revue française d'œnologie*, 2012, p.225.

<sup>274</sup> L'apanage des parfumeurs résidant plus exactement dans leur habileté à combiner mentalement différentes odeurs.

<sup>275</sup> VEUILLOT Jean-Louis, *Paris pendant les deux sièges*, tome II, Paris, Société générale de librairie catholique, 1878, p. 373.

<sup>276</sup> GAUTIER Théophile, *Les Beaux-Arts en Europe*, Michel Levy, Paris, 1855, p. 156.

<sup>277</sup> LEPINOIS DE Buchère, *L'art dans la rue et l'art au Salon*, Dentu, Paris, 1859, p. 207.

<sup>278</sup> VAN GOGH Vincent, *Lettre à son frère Théo*, 30 avril, 1885.

Gogh ne soupçonnait sans doute pas, c'est qu'à un citadin n'ayant jamais senti la campagne, la peinture paysanne demeure parfaitement inodore, comme le fut à Diderot la nature morte de Gérard Van Spaendonck<sup>279</sup>.

Force est donc de constater qu'étonnamment, le temple de la vue n'est pas tant que cela parvenu à mettre l'odorat en sourdine, car tout aussi civilisé qu'il soit, un sujet rencontrant des difficultés dans son appréhension cognitive de la réalité revient systématiquement à la fiabilité de ses instincts primitifs. Or, nous le savons, prétextant la protection des musealia, le musée s'est longtemps plu à ménager l'inconfort et la mise en échec du visiteur<sup>280</sup> désireux de les découvrir et, par l'acte de répression, a donc pu précipiter le retour de ses usagers au refuge de l'odorat, que ses perceptions soient d'ordre sensible ou imaginaire. McLuhan dit qu'il existe une distance idéale particulière à chaque rencontre qu'un sujet peut être amené à faire d'un artefact, « *une distance qui vous le révèle, vous y branche et vous fait sentir qu'il s'agit là d'une excitante percée dans la dimension des perceptions humaines* »<sup>281</sup>. Il précise par ailleurs que cette distance n'est jamais deux fois la même et qu'elle doit être constamment cherchée dans l'expérimentation. Or il semblerait bien que le recours au flair opéré par le collectionneur, le conservateur et plus avant, le visiteur, soit tout entier consacré au saisissement de cette distance idéale, dans laquelle l'objet parvient à dévoiler le pan de réalité qu'il abrite, et à favoriser le temps d'un instant, son interaction avec le sujet.

---

<sup>279</sup> DIDEROT Denis, *Œuvres complètes*, Garnier, Paris, 1877. « *On a dit de ces fleurs, et la critique a paru du moins ingénieuse, que toutes belles qu'elles étaient, on pourrait leur reprocher de manquer d'odeur. Rien n'égale en effet l'éclat et la vivacité de leur coloris, mais y trouve-t-on ce léger duvet, cette espèce de vapeur qui pourrait seule rappeler à la vue, l'idée des doux parfums qu'elles exhalent ?* »

<sup>280</sup> GLICENSTEIN Jérôme, *L'art : une histoire d'expositions*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016, p. 41. « *Nous connaissons d'autres institutions ou pratiques de la collection et de l'enfermement : l'asile, l'hôpital, la prison, l'école... or, le musée les réunit toutes. En effet, il tient de l'école par sa volonté didactique et ses préoccupations historisantes, il évoque la prison avec ses surveillances, ses barrières, ses interdits, sans compter son silence et ses longs couloirs, il ressemble à l'hôpital ou à l'asile par le fait qu'il recueille souvent des épaves plus ou moins détériorées, sauvées du désastre ou de l'âge, traitées d'ailleurs en conséquence (de nombreux soins : la désinfection, les prothèses et les restaurations consolidantes). Il conjoint donc les trois : une école, une prison, un hospice.* »

<sup>281</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Aléas, Lyon, 2008, p. 131.

### 2.3.2 *Les effluves*

J'évoquais précédemment à propos de l'appréhension de la peinture que son odeur peut être sujette à projection de la part du visiteur qui, transposant une odeur familière aux éléments de la réalité, peut ainsi parvenir à s'y envisager lui-même. Il s'agit en vérité du même stratagème que celui opéré par le petit enfant avec son doudou, car c'est parce qu'imprégné des fluides corporels du bébé, et ayant donc la même odeur que lui, que cet objet peut devenir une projection de sa réalité subjective dans la réalité objective, et participer par ce subterfuge, à l'apprentissage que l'enfant réalise du monde<sup>282</sup>. Or, si les éléments authentiques agissent à l'attention des collectionneurs et des conservateurs comme des objets transitionnels, voire comme des fétiches, cela suppose bien que l'odorat soit à l'œuvre dans les interactions qu'ils entretiennent et ce, malgré la nature essentiellement imaginaire de ses perceptions. Dassié relate en effet le cas de plusieurs objets ayant été conservés, en raison de leur odeur et un peu à la

---

<sup>282</sup> SAÏËT Mathilde, *Femmes et doudou : l'objet de l'endormissement*, Presses Universitaires de France, Paris, 2008, p. 58. « Il apparaît ainsi que c'est surtout l'expérience dans sa continuité, son assiduité, qui doit être préservée, pour le doudou, comme pour l'objet transitionnel. L'identité de la sensation apporte au sujet l'assurance de la reconnaissance de sa possession et lui permet d'authentifier son doudou, notamment grâce à l'odeur. »

HARRUS-REVIDI Gisèle, « Violence et douceur », *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 2010, p. 15. « Cet objet « non moi » doit porter l'empreinte de l'enfant et être coulé dans le sensoriel primitif. »

manière dont l'envisageait Warhol<sup>283</sup>, comme des ancrs de reviviscence<sup>284</sup>, et ce en dépit fait que leurs effluves ne subsistent la plupart du temps que par la mémoire de leurs propriétaires<sup>285</sup>.

---

<sup>283</sup> WARHOL Andy, « La senteur et l'humeur », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, p. 210. « *Des cinq sens, c'est l'odorat qui se rapproche le plus de la pleine commande du passé. L'odeur peut réellement vous transporter. La vue, l'ouïe, le toucher et le goût ne sont vraiment pas aussi puissants que l'odorat si vous voulez ramener un instant votre être entier quelque part en arrière. Je n'en ai généralement pas envie mais, en bloquant les odeurs dans des bouteilles, je peux garder le contrôle et ne sentir que les odeurs que je veux, quand je veux, pour évoquer les souvenirs qui conviennent à mon humeur. Juste une seconde. [...] Mais j'ai ensuite compris qu'il me fallait avoir un genre de musée d'odeurs, afin que certaines odeurs ne se perdent pas pour toujours.* »

<sup>284</sup> DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, CTHS, Paris, 2010, p. 205 et p. 219. « *La reviviscence est une irruption non contrôlée, « surgissement du souvenir.* » [...] « *Les sens jouent donc un rôle important dans ces redécouvertes-réminiscences. La vue d'un jouet, comme l'odeur d'un lapin en peluche, rend tangible autre chose que du bois ou de la fibre textile. A l'inverse, posséder un objet d'affection, le savoir présent, permet d'accéder à des données indéniablement sensibles, que ce soit par la vue, le toucher ou l'odorat. L'importance de l'objet considéré n'est donc pas directement perceptible mais intriquée dans sa matérialité même.* »

<sup>285</sup> Ibid. pp. 216-217. « *Anne a dix-huit ans. Elle sort une pochette plastique d'où elle extirpe deux masses cotonneuses informes. Il s'agit, explique-t-elle, de « Nounours » et « Lapin », deux peluches vestiges de son enfance. Anne les porte aussitôt à son visage et inspire profondément avant de me les tendre : « Et ils ont toujours l'odeur... moi je le sens, oui, enfin, je les ai fait sentir à mes sœurs, elles ne sentent pas elles. Moi, je ne sais pas, j'ai l'impression que ça sent le tiroir où ils étaient rangés.* » *Je sens un vague parfum de lessive, mais pour Anne, l'odeur est celle d'un tiroir, celui de la salle à manger de ses grands-parents. Les sacs plastiques qui les entourent ont pour but d'assurer la protection de cette précieuse odeur. Anne poursuit : « C'était à la gare, là où mes grands-parents habitaient. En fait, c'était mes nounours du week-end quand on allait dormir là-bas. Sinon, chez nous, j'en avais un autre. Ceux-là, je les retrouvais le week-end. Et ma grand-mère, la semaine, elle les rangeait dans un tiroir. Et dans l'appart' il y avait une odeur spéciale et je ne sais pas, je retrouve l'odeur quoi. (...) Je ne sais pas, pour toi il ne doit rien sentir de spécial, il doit même peut-être sentir mauvais ! (...) ça fait cinq ou six ans qu'ils sont là-dedans. Ah ouais, je ne les ai jamais sortis comme ça à l'air de la chambre, tu vois, j'ai trop peur qu'ils prennent des odeurs de cuisine ou même des odeurs qu'il y a maintenant dans cette maison-là, ne plus pouvoir sentir l'odeur que je sens qu'ils me rappellent, les odeurs qu'il y avait là-bas quoi.* » *Je ne vois là encore que peu de choses en relation avec ce qui est dit et surtout, je ne sens rien qui puisse évoquer le fameux tiroir. La sensation olfactive instaure une marge d'erreur.* » [...] « *Il est impossible à l'étranger de ressentir ce que pourra ressentir le gardien de l'objet en le sentant.* »

DASSIE Véronique, « Les doudous d'enfants au prisme des objets d'affection des adultes » *L'art d'accommoder embryons, fœtus et bébés*, ERES, « Enfance & parentalité » 2014, p.75. « *Enfin, autre changement, Anne ne les sent plus en les sortant de leur cachette : elle a constaté que l'odeur qu'ils étaient supposés garder n'existait plus que dans sa mémoire.* »

Elle évoque à ce propos l'idée que les objets transitionnels se situent à la croisée de différents registres car « *offerts par une personne de l'entourage, ils sont symbolon, imprégnés des odeurs corporelles de leur propriétaire, ils en sont une relique, emmenés avec soi, ils jouent le rôle des fétiches, et le temps passé parfois à les chercher évoque la quête des objets de collection* »<sup>286</sup>. En cela, elle rejoint Muensterberger qui redoutait plus tôt l'impossibilité pour les objets collectionnés de devenir autre chose que « *des jouets que les adultes prennent au sérieux* »<sup>287</sup>. D'une trop grande implication du collectionneur dans le flair peut donc advenir l'inconsciente projection de souvenirs olfactifs sur les objets provenant de la réalité dont il est en quête, ayant pour effet l'appréhension d'une réalité nostalgique au détriment de la réalité objective, laquelle ne réside que dans la véritable odeur des choses<sup>288</sup>. Il importe par conséquent que le collectionneur, tant avide qu'il soit de retrouver la réalité par l'intermédiaire de ses objets, ne sombre pas dans le fantasme, et maintienne une attention raisonnée quant aux effluves émanant réellement des artefacts et ce, tout aussi prosaïques qu'ils puissent être.

Dans une autre extrémité, Freud reconnaît l'importance accordée au plaisir olfactif dans le processus de sélection des fétiches du fait que ce dernier soit en mesure de répondre à des pulsions d'ordre coprophile. Pour lui, l'objet fétiche serait porteur d'une odeur ayant échappé au refoulement, étant donc capable de ramener le sujet à la jouissance des plaisirs primitifs, et ce faisant, menaçant le maintien de l'état civilisé<sup>289</sup>. Le plaisir-désir olfactif coprophile favoriserait ainsi l'élection au rang de fétiches d'objets ayant pour particularité de relayer avec puissance des odeurs perverses telles que, par exemple, dans le fétichisme du pied, « *seul le pied sale et malodorant peut devenir un objet sexuel* »<sup>290</sup>. La censure et l'odorat allant toutefois de pair chez Freud, il serait pour le moins paradoxal de se référer plus avant à ses théories quant à l'avènement d'une modalité de relation résonante au monde par l'intermédiaire de l'odeur des

---

<sup>286</sup> Ibid. p.78.

<sup>287</sup> MUENSTERBERGER Werner, *La collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, 1996, Paris, p. 47.

<sup>288</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Op cit. p. 50. « *Il y a donc un lien étroit entre mémoire et imagination dans l'élaboration du souvenir d'odeur. Alors peut-être que, comme le monde imaginé est parfois plus vrai que le monde réel, le souvenir olfactif tissé par l'imagination, le passé rêvé, est plus vrai existentiellement que la réminiscence objective.* »

<sup>289</sup> FREUD Sigmund, *Œuvres complètes*, tome VI, Presses Universitaires de France, Paris, 2006, p. 89.

<sup>290</sup> ABRAHAM Karl, « *Psychanalyse d'un cas du fétichisme de pied et du corset* » *Œuvres complètes*, tome I, Payot, Paris, 2000.

éléments authentiques. Le caractère libidinal de la relation qu'entretiennent avec ces derniers les collectionneurs et les conservateurs fut suffisamment développé par Baudrillard, Muensterberger<sup>291</sup> et Deloche pour que je le considère ici comme démontré, et puisse notamment y confronter les recherches du psychanalyste German Arce Ross dans desquelles est souligné que :

*« La forte acuité olfactive encore présente dans l'expérience érotique de quelques sujets arrivés à l'âge adulte nous fait penser à une nostalgie non dépassée, c'est-à-dire à une solitude affective encore opérante, et qui aurait été provoquée par la terrible désillusion d'une rupture traumatique succédant à un très fort attachement. Le sujet se retrouvant nu, sans l'enveloppe de l'autre, un processus de signalisation émotionnelle, vient incarner la nostalgie du temps perdu, un processus de signalisation émotionnelle qui serait localisé topologiquement à la surface, ou juste au bord, de l'enveloppe du corps et accompagné d'une érotisation simultanée de la peau et de l'odeur. »<sup>292</sup>*

Cette observation se révèle particulièrement cohérente avec le souvenir sensoriel de privation que Muensterberger reconnaît comme étant l'origine du collectionnisme<sup>293</sup>, et semble plus avant, par l'apport de la psychanalyse du deuil pathologique, signifier la perspective d'une nouvelle appréhension du rôle de l'odeur dans la relation sujet-objet. Arce Ross explique en effet que *« si dans le deuil normal l'odeur favorise la remémoration, dans le deuil pathologique*

---

<sup>291</sup> MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, 1996, Paris, pp. 59-85. *« l'attitude du collectionneur vis-à-vis de ses objets présente bien des points communs avec la passion d'un amant » [...] « le ravissement de cet homme était clairement transposé du plan de la sensualité à une sorte de surévaluation triomphante, fréquente chez les jeunes amoureux » [...] « c'était pour lui, il s'en rendait compte, une maîtresse d'un autre genre, plus sûre et plus excitante qu'une vraie » [...] « son enthousiasme trahissait une excitation quasi érotique » [...] « c'est pareil que le désir charnel, c'est comme une force qui brûle » [...] « la force empirique attachée à ces restes ressemble à celle de la passion amoureuse, elle est irraisonnée, désireuse et parfois maniaque » [...] « j'en suis tombé amoureux, remarqua-t-il avec une évidente fierté » [...] « c'est comme un corps d'une beauté indescriptible, on le veut tout entier pour soi. »*

<sup>292</sup> ARCE ROSS German, « Destins de l'odeur », *Cliniques méditerranéennes*, n°75, 2007, p. 262, reprenant le cas du patient surnommé Gethsémani dans ANZIEU Didier, *Le Moi-peau*, Dunod, Paris, 1985, pp. 206-207.

<sup>293</sup> MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, 1996, Paris, p. 15, mais également, p. 266 : *« J'ai été surpris d'entendre les nombreux collectionneurs que j'ai interrogés me dire que derrière leur désir de possession il y avait souvent le souvenir d'un traumatisme ou d'une déception précoce. »*



elle joue le rôle d'objet fétiche »<sup>294</sup>, et prend pour exemple le cas d'un sujet qui, afin de nier la perte de ses amantes, fait collection en sa mémoire de chacun de leurs effluves<sup>295</sup>. Ce qui n'est pas sans rappeler le célèbre personnage de Patrick Süskind qui, venu au monde sans odeur, entreprend de créer pour lui-même un parfum capable d'inspirer de l'amour aux hommes, lequel se compose des absolues de vingt-cinq corps de jeunes filles ayant été traités par enfleurage à froid après leur mise à mort par le protagoniste, car « *il n'y avait pas du tout de choses dans son univers intérieur, mais uniquement l'odeurs des choses* »<sup>296</sup>. Arce Ross avance par conséquent l'idée que, du fait de l'inextricable lien des odeurs avec les émotions, la sagacité<sup>297</sup> serait un destin inévitable pour tout individu ayant l'initiative de résister aux effets de la perte, du traumatisme ou du rejet de l'affect<sup>298</sup>. C'est donc bel et bien dans la manifestation du flair et plus avant, dans son recours privilégié quant à l'appréhension des objets de la réalité, que s'exprime le refus des collectionneurs et des conservateurs de renoncer au monde et ce, que ce dernier soit dès lors entretenu dans sa vérité, ou son fantasme.

---

<sup>294</sup> ARCE ROSS German, « Destins de l'odeur », *Cliniques méditerranéennes*, n°75, 2007, p. 263.

<sup>295</sup> Ibid. « *N'aimant pas les choses qui durent, il se souvient parfaitement d'une femme qui est devenue une odeur et, par-là, un objet fétiche qui peut par ailleurs être collectionné : « Lorsque son odeur s'est stabilisée et que je sentais cette odeur ailleurs, je pensais à elle. En fait, quand une femme ne m'intéresse plus, je garde son odeur comme un trésor de guerre qui me rappelle des souvenirs et des émotions passées. Dans ma mémoire, je me rattache à l'odeur pour garder une propriété d'elle. Un reste. Un objet à collectionner dans la boîte à bijoux. Sauf que l'odeur, ce n'est l'organique, ce n'est pas de la matière, comme les cheveux ou la lingerie. Je peux avoir une certaine angoisse à détenir l'objet de quelqu'un, comme une tresse ou un bouton qui ne m'appartiennent pas, tandis que l'odeur, je peux l'avoir sans qu'on me la donne. »*

<sup>296</sup> SÜSKIND Patrick, *Le parfum*, Fayard, Paris, 1985, p. 179.

<sup>297</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 357. « *Étymologiquement, sagax, désigne celui qui a l'odorat subtil. La sagacité se présente ainsi comme une forme de pénétration d'esprit qui permet de comprendre et de découvrir les choses les plus subtiles. La sagacité est la qualité d'un esprit qui, loin d'avoir besoin d'un arsenal de preuves, perçoit quelques traits suffisants et découvre la vérité seul et par lui-même à l'instar du chien dont l'odorat subtil lui permet de repérer le gîte dissimulé de la bête traquée, une fois qu'il est lancé sur la bonne piste. Le sagace saisit ce qui échappe à la vue, il est capable de déceler l'invisible par le flair. »*

<sup>298</sup> ARCE ROSS German, « Destins de l'odeur », *Cliniques méditerranéennes*, n°75, 2007, p. 272.

### 2.3.3 La projection de souvenirs olfactifs actualisés

En 2015, Ventura écrit dans un article consacré aux corps de métiers du Quai Branly que *"les conservateurs sont des professionnels de musée qui n'ont pas de rapport passionnel ni de discours personnel sur les objets"*<sup>299</sup>, or la même année, et à l'occasion du zoom « Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs », organisé par Muriel Lardeau pour le salon de lecture Jacques Kerchache, la responsable des collections Asie de Branly, Daria Cevoli, prit la parole lors d'une intervention titrée « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? »<sup>300</sup>. J'ai précédemment souligné le fait qu'un sujet mis en échec dans son appréhension cognitive de la réalité revient systématiquement à la fiabilité de ses instinct primitifs, or Branly fut dès ses origines, et semble demeurer, notamment à l'égard des personnels en charge de la gestion des objets, une source de tensions et d'indignation<sup>301</sup>. Une restructuration survenue en 2008 eu notamment vocation à scinder ces équipes en trois pôles de compétence, inventaire, régie, et conservation-restauration<sup>302</sup>, afin de rendre procédural l'accès aux collections, et ce faisant, en retirant le privilège aux conservateurs. Ces derniers, si désireux de consulter un objet, doivent désormais en notifier la régie par envoi de formulaire, laquelle prélève successivement l'objet concerné des réserves pour le mettre à disposition du demandeur dans un lieu de consultation surveillé ayant été inauguré en 2010 : la muséothèque. Ainsi, privés de l'interaction des musealia et des missions fondamentales de leur métier, *« les conservateurs seraient-ils finalement cantonnés à la conservation préventive, aux formulaires de prêts et à la gestion du personnel ? »*<sup>303</sup>. Mon objectif ici n'est bien évidemment pas de répondre à cette question, mais de rendre compte par son intermédiaire d'un cas de figure pour le moins singulier : le non accès d'un conservateur

---

<sup>299</sup> VENTURA Christelle, « Partition et répartition. Les corps professionnels et leurs activités au musée du quai Branly », *Les conservateurs de musées, Atouts et faiblesses d'une profession*, La documentation française, Paris, 2015, p. 103.

<sup>300</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*, musée du quai Branly, Paris, verbatim du 7 juin 2015.

<sup>301</sup> DUPAIGNE Bernard, *Le scandale des arts premiers : la véritable histoire du musée du quai Branly*, Mille et une nuits, Paris, 2006.

<sup>302</sup> Rapport d'activité 2008 du musée du Quai Branly, p. 22.

<sup>303</sup> VENTURA Christelle, « Partition et répartition. Les corps professionnels et leurs activités au musée du quai Branly », *Les conservateurs de musées, Atouts et faiblesses d'une profession*, Op cit. p. 109.

aux objets de la réalité. De ce fait, ceux de Branly deviennent des sujets idéaux à l'alternative que j'évoquais quant aux propos de Deloche, et qui est que privés de la possession physique des objets, les conservateurs peuvent parvenir à se les approprier par un autre biais, lequel se révèle tout autant, si ce n'est plus encore, capable de leur donner satisfaction. A son insu sans doute, c'est de cette alternative que Daria témoigne lors de son intervention en juin 2015.

Elle raconte que la plupart des collections ethnographiques se composent « *d'objets qui ont une forme frustrée, simple, mais qui ont également une facette qui peut passer inaperçue : c'est que ce sont des objets qui sentent, et qui sentent très fort* »<sup>304</sup>. Elle explique également que du temps où la manipulation de ces objets n'incombait qu'aux conservateurs, ces derniers passaient effectivement beaucoup de temps dans les réserves et étaient de fait, constamment immergés dans la dimension olfactive des artefacts, laquelle agissait alors sur eux sans qu'ils en aient conscience. Elle évoque que « *les odeurs contribuent à créer un lien tout à fait particulier entre un conservateur, et ce qu'il va progressivement être amené à appeler SA collection* »<sup>305</sup>, et conclut que cela favorise des « petits jeux » tels que par exemple « *je parle souvent de MA boîte, MA clef de baratte, alors que je sais pertinemment que ces objets ne m'appartiennent pas, mais il y a une dimension d'appropriation qui s'instaure via les odeurs de ces objets* »<sup>306</sup>. La mention des « petits jeux » devenant ici un exemple des détours évoqués par Dassié quant à la minimisation de l'affection éprouvée à l'égard d'un objet lors de son évocation par le sujet, de sorte que cette dernière ne puisse faire suspecter en lui l'existence de tendances fétichistes<sup>307</sup>. Daria présente successivement une dizaine d'objets issus des collections de Branly, provenant du nord de l'Asie, ayant été collectés à partir du début du XIXe siècle, et sélectionnés pour l'occasion en raison de leur potentiel odoriférant. Sont ainsi introduits par ses soins: la boîte sibérienne qui « *sent le bois* », la louche sacrificielle qui « *sent la graisse* », la boîte à tsampa

---

<sup>304</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*, musée du quai Branly.

<sup>305</sup> Ibid.

<sup>306</sup> Ibid.

<sup>307</sup> DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, CTHS, Paris, 2010, p. 107.

Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*. « *Personnellement, je me suis toujours demandé pourquoi j'avais un attachement énorme pour ces objets lambda issus d'une pratique usuelle. Et je pense que c'est cette dimension olfactive des objets dans laquelle je baigne depuis maintenant quinze ans qui est la raison. Puisque chaque je fois que je rentre dans les réserves, simultanément, je recherche cette odeur.* »

qui « *sent la farine d'orge grillé mélangée à du beurre* », le coussinet de portage dont « *on ne sait ce qui lui donne sa bonne odeur* », une galette qui « *sent le thé séché* », ainsi que divers récipients ayant contenu de l'alcool, du beurre et des épices et qui, en conséquence, « *sentent l'alcool, le beurre et les épices* »<sup>308</sup>. Lors de la conférence, les dits-objets sont alignés sur un plan de travail de telle sorte qu'en fin d'intervention, le public puisse aller les sentir. Un détail intéressant réside ici en ce qu'à une personne lui ayant signifié qu'elle ne percevait pas l'odeur de beurre de yak ayant été attribuée à l'un des objets, Daria répondit : « C'est sans doute qu'il faut savoir ce que sent le beurre de yak pour pouvoir en percevoir l'odeur ». Ce qui n'est pas tout à fait vrai car, malgré le réflexe que nous avons de vouloir immédiatement identifier une odeur lorsque nous la percevons, nous n'en demeurons pas moins capables de détecter un effluve nous étant par ailleurs inconnu<sup>309</sup>. Cette réponse suggérerait alors que les odeurs ayant été précédemment évoquées, relèveraient à nouveau de la projection de souvenirs olfactifs actualisés, et non de la perception sensible de la véritable odeur des choses. J'aurai l'occasion d'y revenir, mais un autre récit contribue d'ores et déjà à l'appui de cette hypothèse, il s'agit de la proposition ayant été formulée en 2007 quant à l'acquisition d'un costume de chamane :

*« J'ai proposé à l'acquisition un magnifique costume de chamane de Sibérie. Il faut savoir qu'un tel objet se compose de deux manteaux que l'on peut superposer, avec lesquels le chamane officie tout au long de sa vie au cours de rites et de danse, et qui ne sont jamais lavés. Acquérir un tel objet n'arrive sans doute qu'une seule fois dans la vie d'un conservateur. [...] Le jour où j'ai présenté ce costume afin qu'il rejoigne les collections du musée, j'étais totalement en transe. Mais lorsque j'ai eu fini mon exposé, on m'a répondu : « Mais ça pue... » »*<sup>310</sup>

---

<sup>308</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*.

<sup>309</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 278. « Rappelons que celui qui sent doit avoir une démarche perceptive dynamique, puisqu'on peut distinguer une odeur sans pour autant la reconnaître. A la différence de l'espace visuel, il peut y avoir, dans le cas de l'odeur, une disjonction entre ce qui est senti et ce qui est identifié. »

<sup>310</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*.

Outre le fait qu'il atteste de la réelle prise en considération de l'odeur d'un artefact dans son passage d'objet patrimonial à muséale<sup>311</sup>, ce témoignage permet de rendre compte qu'à la manière d'un doudou passé en machine à laver, le subterfuge nous permettant d'accéder à la réalité se brise, dès lors que se voit remis en question l'odeur que nous attribuons à ses objets, et par prolongement, la possibilité que nous avons de nous projeter dans leur intermédiaire, pour nous reconnecter au monde. Que soit ainsi signifiée à Daria la nature « puante » de l'objet qu'elle avait choisi de défendre pour l'acquisition n'eut donc pas pour effet d'en dévoiler une dimension nouvelle, telle l'excitante percée des perceptions humaines dont parle McLuhan<sup>312</sup>, mais engendra la rupture momentanée du système alternatif par lequel était est parvenue à s'approprier cet objet<sup>313</sup>, et suscita en conséquence, et de même que l'imperceptible odeur de beurre de yak, l'expression d'un puissant déni<sup>314</sup>. Le témoignage de Daria Cevoli semble donc bel et bien donner tort à l'idée que les conservateurs n'entretiennent pas de relation personnelle avec les objets et ce, sans pour autant tomber dans la perversité du fétichisme dont on s'est si souvent plu à les taxer. Il fait par ailleurs démonstration de la possible appropriation des éléments authentiques par le biais de l'assimilation de leurs odeurs et plus avant, de la capacité de sentir par projection de souvenirs olfactifs actualisés, dont j'évoquais précédemment qu'elle maintient le sujet dans l'appréhension d'un monde nostalgique et fantasmé, et ne peut en conséquence faire accéder à la réalité objective, voire, à la résonance. Car si cette dernière est en partie olfactive, elle ne l'est qu'au sens de perception sensible de la véritable odeur des choses.

---

<sup>311</sup> Daria précise que l'argument ayant finalement permis au costume d'intégrer les collections, fut un petit sachet chamannique qui y était attaché et dont on aurait dit : « *Ah ça par contre, ça sent bon !* ».

<sup>312</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Aléas, Lyons, 2008, p. 131.

<sup>313</sup> Car, du fait que l'excentricité des adultes ne soit pas tolérée comme peut l'être celle des enfants, si l'on indique à Daria que sa perception de l'effluve d'un objet n'est pas la même que celle que peuvent en avoir d'autres personnes, c'est à nouveau la possession, cette fois-ci par l'odeur, qui lui est ainsi retirée de l'objet, et comme le dit Deloche, l'effet conséquemment éprouvé relève de la castration.

<sup>314</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*. « *Ça a été comme si on m'avait mis un coup de couteau dans le ventre. Et je me suis dit : « Comment on peut dire que ça pue ? » Je suis restée interloquée parce que je ne m'attendais absolument pas une telle remarque pour un objet qui me paraissait si important, et deuxièmement je me suis dit que ça ne puait pas. Pour moi c'était magnifique, c'était LE manteau de chamane ! Alors oui effectivement, ça sent la Mongolie, ça sent la Sibérie, c'est porté, ça sent la vie. Ça m'a terrassée et je m'en souviendrai jusqu'à la fin de mes jours. »*

### 2.3.4 La perception sensible de la véritable odeur des choses

Mais si, à terme, il y a perception odorante, en quoi peut-il être finalement si important de favoriser l'appréhension de la véritable odeur des musealia au détriment de l'actualisation de nos souvenirs olfactifs ? La réponse réside dans le choix du cadre d'expérience, qui est ici celui du musée. La réalité du musée n'est pas celle du monde, et la fonction de la muséologie, si tant est qu'elle soit « *d'étudier et d'expliquer les moyens concrets grâce auxquels on peut réaliser l'appropriation spécifique de la réalité* »<sup>315</sup> n'a pas vocation à limiter les possibles de cette relation à la réalité culturelle du musée, mais bien à permettre successivement au sujet de les « *appliquer concrètement dans la société* »<sup>316</sup>, car c'est en cela que le musée peut être utile à l'homme moderne<sup>317</sup>. L'expérience qu'il autorise de la réalité culturelle ne doit par conséquent pas être close sur elle-même, mais permettre d'entrevoir l'appréhension d'une réalité plus grande encore. Ainsi, l'actualisation résonante de la muséologie de Stránský opérée par le prisme de l'odorat, à laquelle je ferai plus avant référence via l'appellation de *muséologie olfactive*, ne peut consister en l'expérience d'un sujet clos sur lui-même, ressassant ses souvenirs odorants afin de se prémunir contre l'appréhension de la véritable odeur des choses laquelle, tiraillée par les préceptes hygiénistes et le marketing olfactif, peut effectivement s'avérer décevante. Car un musée résonant est bien cet endroit où le monde se soulève avec ma poitrine tandis que je respire plus fort, flaire avec enthousiasme, et perçois avec tolérance, la véritable odeur des choses.

Un deuxième élément consiste par ailleurs en ce que nous nous fourvoyons lorsque nous projetons nos souvenirs odorants sur les musealia, car ces premiers relèvent de la réalité objective, et ces dernières de la réalité culturelle, autrement dit, les référentiels n'étant pas les mêmes, nous faisons systématiquement erreur en présumant de l'odeur d'une muséalie, et

---

<sup>315</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 62.

<sup>316</sup> Ibid.

<sup>317</sup> STRANSKY Zbyněk, « Aurons-nous encore besoin de musées au XXIe siècle ? 1993 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 256. « *Mais qu'en est-il des musées ? Les musées sont des musées et demeureront des musées, aussi longtemps qu'ils fourniront quelque chose dont l'homme et la société ont besoin, et continueront d'en avoir besoin dans le futur.* »

manquons de surcroit sa réalité objective en y projetant une odeur ayant pour effet de trahir nos préjugés. Un exemple particulièrement éloquent est ici celui des momies au sujet desquelles Lattuati-Derieux écrit que « *les odeurs associées aux restes humains font couramment l'objet, lors de leur présentation au public ou au cours d'interventions de restauration, d'appréhensions qui sont principalement véhiculées par l'imaginaire* »<sup>318</sup>. L'actualisation de souvenirs olfactifs quant à la perception odorante d'une momie confrontée dans un musée, nous dit, de même que Vuillot le fit à propos des toiles de Courbet et Gautier à propos de celles de Valdès Leal, que son odeur est abjecte, fleurant la charogne et la putréfaction. Cette appréhension se voit de surcroit confortée par les outils de présentation, puisqu'en cas d'exposition temporaire, « *divers absorbants (polymères synthétiques et naturels, textiles, cartons, zéolithes etc) sont utilisés pour capter les COV<sup>319</sup> émis par les œuvres, pallier les effets négatifs d'un environnement confiné [...] et réduire la gêne générée par les collections de momies* »<sup>320</sup>. Or, et notamment du fait des pratiques relatives à l'embaumement<sup>321</sup>, une momie n'exhale la plupart du temps que l'odeur des produits aromatiques ayant été employés lors de sa préparation<sup>322</sup>, lesquels servaient

---

<sup>318</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, HDR, Clermont Ferrand, 2015, p. 136.

<sup>319</sup> Composés organiques volatiles.

<sup>320</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, Op cit. p. 136.

<sup>321</sup> HERODOTE, *Histoires II : L'Égypte*, Les belles lettres, Paris, 1997, p. 86. « *Tout d'abord à l'aide d'un crochet de fer, ils retirent le cerveau par les narines ; ils en extraient une partie par ce moyen, et le reste en injectant certaines drogues dans le crâne. Puis avec une lame tranchante en pierre d'Éthiopie, ils font une incision le long du flanc, retirent les viscères, nettoient l'abdomen et le purifient avec du vin de palme et, de nouveau, avec des aromates broyés. Ensuite, ils remplissent le ventre de myrrhe pure broyée, de cannelle et de toutes les substances aromatiques qu'ils connaissent, sauf l'encens, et le recousent. Après quoi, ils salent le corps en le couvrant de natron pendant soixante-dix jours ; ce temps ne doit pas être dépassé. Les soixante-dix jours écoulés, ils lavent le corps et l'enveloppent tout entier de bandes découpées dans un tissu de lin très fin et enduites de la gomme dont les Égyptiens se servent d'ordinaire au lieu de colle. »*

<sup>322</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, Op cit. p. 135. « *Ces odeurs, plus ou moins fortes, sont souvent liées à la préparation même de ces corps, à l'instar des momies égyptiennes pour lesquelles des études antérieures ont montré l'emploi de divers baumes et produits d'embaumement reconnus pour être odoriférants tels que la cire, la myrrhe, des huiles, des onguents, des produits aromatiques et des résines. »*

également à la confection des parfums dans l'Égypte antique<sup>323</sup> et peuvent donc, a priori, être dits dotés d'une nature olfactive plutôt agréable. Ainsi, me rendant totalement hermétique au monde, l'actualisation des souvenirs olfactifs me maintient pourtant dans l'illusion que j'interagis avec lui, que je le connais et le maîtrise. Et tandis que je me satisfais de croire qu'une momie sent la mort, je pars à la dérive, m'éloignant de plus en plus de la perspective d'une relation résonante. Il appartient donc au musée de ne pas alimenter les fantasmes des subjectivités, et de ménager à l'égard du visiteur un espace bienveillant où le *monde objectif* peut de nouveau se donner à l'appréhension par l'intermédiaire de ses objets, dévoiler sa réalité et pourquoi pas, ses surprises.

Surprises qui peuvent également l'être dans l'autre sens, c'est ce que rapporte Anaïs Raynaud, actuellement régisseuse des collections au musée de la Grande Guerre de Meaux, lors d'un entretien de 2016<sup>324</sup>. Elle évoque en premier le chantier des collections mis en place de février à octobre 2012 quant au déménagement du Mucem à Marseille. A cette occasion, elle occupait un poste dit « de prélèvement », son travail consistait donc à prélever des objets au sein des réserves afin de vérifier la conformité de leur état à l'inventaire, puis de les transmettre au chantier de récolement où s'opéraient successivement leur dépoussiérage, récolement, marquage, photographie et emballage. Lors de sa mission, Anaïs évoque avoir rencontré des difficultés vis-à-vis de deux éléments : l'unité écologique du buron de Chavestras-bas et la collection des œufs peints. On qualifie d'*unité écologique*, un ensemble d'objets ayant été prélevés puis réexposés à l'identique, elle fut notamment une caractéristique saillante de la muséologie de George-Henri Rivière. Un buron est par ailleurs une ferme où se fabrique le fromage, et celui de Chavestras-bas fut prélevé dans la commune de Saint-Urcize dans le Cantal, afin d'être reconstitué dans les salles du musée des Arts et Traditions populaires. Anaïs raconte que deux grands cartons contenant une partie des objets de l'unité écologique attendaient d'être traités, mais qu'en les ouvrant, elle découvrit de « *grandes feuilles beige, molles, caoutchouteuses* »<sup>325</sup> et fut assaillie par une « *forte odeur de ferments lactiques, acide et âcre* »<sup>326</sup>, laquelle lui fut si insupportable qu'elle entreprit à son tour de laisser ces cartons de côté. Les œufs peints proviennent quant à eux de la région de Bucovine, en Roumanie, et

---

<sup>323</sup> LE GUERER Annick, *Le parfum : des origines à nos jours*, Odile Jacob, Paris, 2005.

<sup>324</sup> Verbatim d'entretien réalisé avec Anaïs Raynaud le 22 février 2016.

<sup>325</sup> Ibid.

<sup>326</sup> Ibid.



relèvent d'une tradition orthodoxe de la fête de Pâques, à l'occasion de laquelle ils sont percés d'un petit trou pour qu'en soit extrait le contenu, puis décorés en vue de contribuer au jeu commençant le matin de Pâques et se poursuivant tout au long de la semaine. Ce dernier consiste à frapper son œuf peint contre celui de son voisin en disant « Christ est ressuscité ! » l'autre répond « il est vraiment ressuscité ! », et c'est l'œuf qui ne se casse pas qui désigne le vainqueur, tout en devenant un signe de chance. Ce que révèle Anaïs, c'est que le trou percé afin d'extraire le contenu des œufs ne permet généralement pas de laisser passer le jaune, lequel reste souvent à l'intérieur, se calcine et finit par dégager « *une odeur de pourri* »<sup>327</sup> dont les émanations causeraient a priori des maux de tête et imposaient au personnel de ne pas traiter ces pièces durant plus de quelques heures. Quant au musée de la Grande Guerre, elle raconte que les équipes y reçoivent beaucoup de dons de nature textile, des objets ayant couramment appartenu aux aïeuls du déposant, ayant été conservés plusieurs années dans des greniers ou des caves avant d'être apportés au musée, et fleurant en conséquence, cette caractéristique « *odeur de vieux* ». Anaïs explique qu'une « *odeur de vieux, ça veut dire une odeur d'humidité prégnante dans le vêtement, mêlée à une odeur d'antimite qui ressemble presque à du parfum* », mais qui, malgré les variations de son intensité, demeure pour elle une chose avec laquelle « *elle a du mal* ». Ce faisant, c'est parce que cette odeur permet de « *dire l'authenticité de l'objet, son aspect privé, humble et simple* » qu'elle parvient à en dépasser son aversion. Ici, c'est donc bien parce que la perception de la véritable odeur des objets permet de rendre compte de la réalité dont ils proviennent, et d'ainsi forger leur authenticité, que la dimension olfactive objective se voit volontairement appréhendée par le sujet et ce, même lorsque sa valence hédoniste se révèle négative. Le témoignage d'Anaïs permet ainsi de rendre compte du degré d'ouverture et de tolérance nécessaire à la perspective d'une relation résonante au monde par l'intermédiaire de l'odeur de ses objets<sup>328</sup>.

---

<sup>327</sup> Ibid.

<sup>328</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 218. « *La dialectique de la résonance et de l'aliénation signifie donc qu'il n'est pas de résonance possible qu'en présence d'un Autre qui demeure étranger et muet, mais elle signifie aussi, en retour, que l'encore-muet ne peut se laisser assimiler ou toucher que sur la base d'une confiance dispositionnelle, première et profonde, en la résonance, sur laquelle se fondent l'espoir et la conviction de pouvoir faire parler les choses. En ce sens, une résonance profonde, un « être porté » fondamental, sont la condition nécessaire à l'instauration d'un rapport d'assimilation – et non d'appropriation – avec ce qui apparaît d'abord muet et répulsif.* »

### 2.3.5 La relation résonante par l'odeur des objets

Rosa écrit que « *si le monde des objets est le lieu par excellence des relations aliénées [...] il est aussi précisément celui des formes résonantes dans lesquelles le monde se met à chanter* »<sup>329</sup>. Se référant aux théories psychanalytiques de la relation d'objet, il affirme que les objets aimés et transitionnels « *fonctionnent comme des fragments de monde matérialisés dans des choses avec lesquelles le sujet peut entretenir une relation responsive* »<sup>330</sup>, et plus avant, reconnaît dans le musée le lieu où se voit privilégiée la matérialité des objets, et dans l'exposition, une action permettant de « *réinsuffler des qualités résonantes au monde matériel* »<sup>331</sup>. Il conclut que s'exprime ainsi la possibilité pour l'homme d'entrer en résonance avec les objets<sup>332</sup>. Rappelons que c'est en raison de son lien avec les émotions, la mémoire et la libido que l'olfaction fut ici privilégiée quant à la quête de cette perspective résonante par l'intermédiaire des artefacts. C'est également par l'odeur que l'autre parvient à prolonger son corps au-delà des frontières de sa chair, étendant son emprise sur le monde, et plus encore, s'offrant à notre consommation, car « *l'odeur d'un corps, c'est ce corps lui-même que nous aspirons par la bouche, le nez, que nous possédons d'un seul coup comme sa substance la plus secrète et pour tout dire, sa nature. L'odeur en moi, c'est la fusion du corps de l'autre à mon corps. Mais c'est un corps désincarné, vaporisé, resté, certes, tout entier à lui-même, mais devenu esprit volatil.* »<sup>333</sup> Or, nous l'avons vu, ce qu'exhale principalement une musealie, ce sont les traces de la réalité dont elle provient, ainsi lorsque je la flaire, c'est à l'ampleur du monde transparaissant en elle qu'il est permis à mon corps de fusionner, de cette interaction pouvant par ailleurs survenir l'acmé d'une expérience résonante.

---

<sup>329</sup> Ibid. p. 261.

<sup>330</sup> Ibid. p. 264.

<sup>331</sup> Ibid. p. 262.

<sup>332</sup> Ibid. p. 260.

<sup>333</sup> SARTRES Jean-Paul, *Baudelaire*, Gallimard, Paris, 1947, p. 21.

## 2.4 LE DIAGNOSTIC OLFACTIF DES COLLECTIONS

Si l'actualisation de nos souvenirs olfactifs peut par ailleurs se projeter à notre insu sur la réalité que nous sommes en train d'appréhender, par quel moyen nous est-il permis de la distinguer de la véritable odeur des choses ? Du fait que cette dernière soit porteuse d'informations dont nous sommes capables de rendre verbalement compte<sup>334</sup>, tenter de décrire l'odeur perçue suffit à discerner le véritable effluve de celui projeté. Face à la momie du musée, il m'est impossible de décrire en nuances l'odeur de charogne dont je l'affuble, tandis que sentie dans les réserves, je puis en distinguer différentes fragrances, suggérer leur intensité, leur aspect, ainsi que ce qu'elles évoquent en ma mémoire. Ce sont les informations contenues dans la véritable odeur des choses qui font que le chasseur peut traquer efficacement sa proie, tout comme elles permettaient jadis au médecin de formuler le bon diagnostic. La médecine hippocratique repose en effet sur des méthodes ayant été établies « à partir d'une réflexion sur le concept décisif de symptôme »<sup>335</sup>, laquelle prône que seules l'observation et la minutieuse consignation des symptômes permettent d'établir l'histoire d'une maladie. Elle renvoie en cela aux préceptes du paradigme indiciaire de Ginzburg, dont nous savons déjà la place que peut y occuper l'odeur, cette dernière apparaissant d'ores et déjà dans la sémiologie médicale d'Hippocrate du fait que « l'invasion du mal peut tout à la fois se traduire par la perte d'une odeur de santé ou par l'apparition d'une odeur morbide »<sup>336</sup>. En 1775, De Bordeu écrit qu'en effet, « chaque organe ne manque pas de répandre autour de lui, dans son atmosphère, dans son département, des exhalaisons, une odeur, des émanations qui ont pris son ton et ses allures, qui sont enfin de vraies parties de lui-même »<sup>337</sup> et qu'en conséquence, « la médecine juge de l'essence des parties et de leur état sain ou malade par l'odorat »<sup>338</sup>. Mais pour que son nez puisse l'emporter sur l'appareil du savant<sup>339</sup>, le médecin doit encore apprendre à « sentir avec réflexion » soit, à la manière d'un parfumeur méditant une composition, parvenir à établir ce que le patient doit a

---

<sup>334</sup> Exception faite ici des parfumeurs dont la capacité d'imagerie mentale olfactive se voit ici plus développée que celle du néophyte et leur permet notamment de décrire avec précision les accords odorants qu'ils ont en tête.

<sup>335</sup> GINZBURG Carlo, « Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice », *Débat*, n°6, 1980, p. 13.

<sup>336</sup> CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Flammarion, Paris, 1982, p. 63.

<sup>337</sup> DE BORDEU Théophile, *Recherches sur les maladies chroniques*, tome I, Ruault, Paris, 1775, p. 378.

<sup>338</sup> Ibid. p. 470.

<sup>339</sup> CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Op cit. p. 66.

priori sentir « *compte tenu de son âge, de son sexe, de son tempérament, de la couleur de ses cheveux, de sa profession et, si possible, de son odeur individuelle lorsqu'il était en bonne santé* ». Ce n'est que par comparaison successive de ce calcul olfactif mental avec l'odeur véritablement émise par le patient, que le médecin peut enfin formuler son diagnostic<sup>340</sup>. Si loin de faire à son tour l'unanimité au sein du milieu médical du XVIII<sup>e</sup> siècle, la pensée de De Bordeu fit toutefois son chemin et vint alimenter le siècle suivant ce que Corbin qualifie d'« âge d'or de l'osphrésologie », soit une multiplication des publications médicales consacrées aux odeurs du corps humain<sup>341</sup>, parmi lesquelles figure le notable traité du docteur Hippolyte Cloquet paru en 1821<sup>342</sup>. Cet intérêt pour les odeurs fut toutefois de courte durée puisque dès 1855, Ernest Morin déplore à l'occasion de son *Nouveau chapitre de séméiologie* que l'olfaction ait disparu du champ de l'expertise médicale :

« *En rassemblant en un corps de doctrine les faits, épars dans la science, sur les odeurs du corps humain bien portant ou malade, nous avons eu, pour but principal, la réhabilitation en médecine de l'observation olfactive, objet du plus injuste discrédit. Bien exercé, le nez rendrait pourtant d'immenses services au médecin, et attirerait souvent les efforts du diagnostic dans la voie de la vérité. Langer, Landré-Beauvais et Cloquet l'avaient bien compris : mais la voix de ce dernier s'est perdue sans écho, et depuis ce temps, déjà loin de nous, on n'a eu que dédain et méfiance pour le sens olfactif* »<sup>343</sup>.

---

<sup>340</sup> DE BORDEU Théophile, *Recherches sur les maladies chroniques*, Op cit. p. 483.

<sup>341</sup> VIREY Julien-Joseph, « Des odeurs que répandent les animaux vivants », *Recueil périodique de la société de médecine de Paris, tome VIII*, Paris, 1796-1802.

LANDRE-BEAUVAIS Augustin Jacob, « Des signes tirés des odeurs », *Sémiotique ou Traité des signes des maladies*, Paris, 1815.

EDMOND Isis, FALIZE Charles, « Quelle est la valeur des signes fournis par l'odeur dans la bouche ? », *Questions sur diverses branches des sciences médicales*, thèse, Paris, 1839.

<sup>342</sup> CLOQUET Hippolyte, *Osphrésologie, ou Traité des odeurs, du sens et des organes de l'olfaction : avec l'histoire détaillée des maladies du nez et des fosses nasales et des opérations qui leur conviennent*, Méquignon-Marvis, Paris, 1821.

<sup>343</sup> MONIN Ernest, *Les odeurs du corps humain, Nouveau chapitre de séméiologie*, Georges Carré, Paris, 1886, p. 3-5.

Montagnes russes, il semblerait que suite à l'attribution du prix Nobel de médecine de 2004 à Richard Axel et Linda Buck pour leurs recherches sur la réception, l'acheminement et le traitement des informations odorantes, nous assistions de nouveau à la montée d'une vague exploratoire quant aux possibles médicaux de l'olfaction<sup>344</sup>, lesquels pourraient a priori bénéficier de la contribution du flair animal : nos chiens ne chasseraient plus le lapin, mais le cancer<sup>345</sup>. C'est donc par l'intuition, entendu comme « *récapitulation foudroyante des processus rationnels* »<sup>346</sup>, que Ginzburg opère un rapprochement entre la figure du chasseur et celle du médecin, plus avant, la discipline de ce dernier, comprise comme faculté de « *porter un diagnostic sur les maladies échappant à l'observation directe, en se fondant sur des symptômes superficiels, voire insignifiants* »<sup>347</sup>, l'amène à dégager des similarités entre les expertises du psychanalyste, du détective, et de l'expert d'art<sup>348</sup>.

Entre 1874 et 1876, Giovanni Morelli dévoile une nouvelle méthode d'attribution des tableaux basée sur l'examen de détails tels que les lobes d'oreille, les ongles, les doigts et les orteils, tant d'éléments que les copistes ont tendance à négliger lorsqu'ils imitent la peinture d'un grand maître. Edgar Wind écrit à son propos que ses livres « *sont parsemés d'illustrations de doigts et d'oreilles qui constituent un relevé scrupuleux des détails caractéristiques qui trahissent la présence d'un artiste donné, de la même manière qu'un criminel se trahit par ses empreintes digitales...* »<sup>349</sup>. Allusion ne manquant le rappel de la cinquante-sixième nouvelle des aventures de Sherlock Holmes, intitulée *La boîte en carton*, parue pour la première fois en 1893, et relatant la réception par une certaine Susan Cushing de deux boîtes en carton contenant des oreilles

---

<sup>344</sup> PAJOT-AUGY Edith, « Comment l'olfaction peut servir au diagnostic médical ? », *La chimie et les sens*, Maison de la chimie, Paris, conférence du 22 février 17.

COLLECTIVE, "Diagnosis and classification of 17 diseases from 1404 subjects via pattern analysis of exhaled molecules", *American chemical society nano*, n°11, 2017, pp. 112-125.

<sup>345</sup> FROMANTIN Isabelle, *Étude de la flore bactérienne dans les plaies tumorales du sein : incidence des biofilms bactériens sur l'évolution des plaies et le développement d'odeurs*, thèse, Cergy, 2012.

KDOG Cancer Detect Group, Institut Curie, Paris, <https://kdog.curie.fr>.

<sup>346</sup> GINZBURG Carlo, « Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice », *Débat*, n°6, 1980, p. 32.

<sup>347</sup> Ibid. p. 9.

<sup>348</sup> Il choisit pour sa démonstration les figures de Giovanni Morelli, Sigmund Freud et Arthur Conan Doyle. « *Comment cette triple analogie s'explique-t-elle ? A première vue, la réponse est très simple. Freud est médecin, Morelli était docteur en médecine, Conan Doyle avait exercé la médecine avant de se consacrer à la littérature. Dans les trois cas, on entrevoit le modèle de la sémiotique médicale.* »

<sup>349</sup> WIND Edgar, *Art et anarchie*, Gallimard, Paris, 1963, p. 63.

humaines ayant été tranchées. Procédant à l'analyse des lobes, Holmes parvient à la déduction que les oreilles proviennent respectivement d'un homme et d'une femme, cette dernière possédant par ailleurs un lien de proche parenté avec la destinataire des paquets, ce qui lui permet successivement de conclure l'affaire. L'expert en art serait alors comparable au détective, parvenant à identifier l'auteur du délit en se référant à l'intuition prenant origine dans des indices si subtiles et infimes qu'ils tendent à échapper à la plupart des gens. C'est également en cela que Freud reconnaît à la méthode morellienne une affinité toute particulière avec celle de la psychanalyse, sa célèbre étude de *La vierge à l'enfant avec sainte Anne* de Léonard de Vinci<sup>350</sup> permet notamment d'en rendre compte. Le diagnostic médical et l'attributionnisme peuvent dès lors s'appréhender comme les deux branches d'un même arbre, croissant à la même source, et dont les progressions respectives se nourrissent et se répondent. Or, si cette analogie semble a priori cohérente, pour peu que les indices forgeant l'intuition à laquelle se fit l'expert relèvent de la vue, elle peut tendre à surprendre dès lors que ces derniers entreprennent de relever de l'olfaction. Dubois fait en effet le constat qu'« *en accord avec la valorisation du sens de la vue dans notre culture intellectuelle, ce sont les propriétés morphologiques perçues visuellement que les sciences, ignorant les caractéristiques olfactives des objets, ont régulièrement privilégiées dans l'élaboration des connaissances* »<sup>351</sup>. Pourtant, et de même que le flair se révèle résidant du musée de longue date, un attributionnisme de type olfactif semble bel et bien sur le point d'y voir le jour<sup>352</sup>.

---

<sup>350</sup> FREUD Sigmund, *Un souvenir d'enfance de Léonard de Vinci*, Point, Paris, 1910.

<sup>351</sup> DUBOIS Danièle, « Des catégories d'odorants à la sémantique des odeurs. » *Terrain* 47, *Odeurs*, Ministère de la Culture, Maison des sciences de l'Homme, Paris, 2006, p. 90.

<sup>352</sup> BEMBIBRE Cecilia, STRLIC Matija, "Smell of heritage: a framework for the identification, analysis and archival of historic odours", *Heritage Science*, 7/04/17.

DANIEL Victor "Boston museum tries new system for protecting artwork: a dog's nose", *The New York Times*, 11/01/18.

BONTJE Katie, "Why experts at Penn are training dogs to sniff out stolen ancient artifacts?", *The Daily Pennsylvanian*, 8/01/18.

MORRISON Rachael, "Smelling the books", *MoMa blog*, 7/03/11.

MEIER Allison, "Researchers bury their noses in books to sniff out the Morgan Library's original smell", *Hyperallergic*, 28/02/17.

KENNEDY Randy, "What's that smell? Rare books and artifacts from a 1906 library", *The New York Times*, 3/03/17.

ARMITSTEAD Claire, "Can you judge a book by its odour?", *The Guardian*, 7/04/17.

Deloche considère que « *la spécificité du muséal est la fonction documentaire intuitive concrète* »<sup>353</sup>, McLuhan et Harley, que « *la connaissance objective des collections [...] n'a pas autant de valeur que l'expérience vécue de la sensorialité qui est le véritable apprentissage de la vie* »<sup>354</sup> et Garcin, que « *l'homme ressent universellement [...] ce qui permet de jeter les bases d'une science dont les fondements seraient l'acceptation d'une subjectivité comme moyen de connaissance* »<sup>355</sup>. Or, si « *les sens dont relèvent la plupart des artefacts du musée sont ceux de ce que nous appellerions maintenant un pays très arriéré, où l'on se servirait non pas des yeux, mais de l'ensemble des sens* »<sup>356</sup>, le recours privilégié à l'odorat semble ici se justifier en ce que :

« *Le flair aiguisé peut rivaliser avec l'intelligence, voire la dépasser lorsqu'il s'agit de percevoir les nuances subtiles, les différences minimales, de débusquer les secrets et de percer à jour ce qui est dissimulé, car il est l'expression d'une sensibilité fine, d'une capacité de pénétration des choses au-delà de leurs apparences polies par la culture : il se présente comme une aptitude à la fois physique et psychologique de subodorer les tréfonds de l'être.* »<sup>357</sup>

Le diagnostic olfactif, s'il peut en conséquence attester de la perception de la véritable odeur des choses, et conduire l'acheminement d'une nouvelle modalité d'attribution des artefacts, pourrait par ailleurs mener la relation des conservateurs aux objets vers la voie de la résonance, en ce que le nez « *ne perçoit pas les choses dans leur extériorité, mais les inhale en faisant*

---

<sup>353</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.122.

<sup>354</sup> DELOCHE Bernard, MAIRESSE François, « Vers une nouvelle génération de musées ? », *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 17.

<sup>355</sup> GARCIN Milan, « En quelle langue faut-il écrire l'histoire de l'art ? », *Carambolages, essais*, Réunion des Musées Nationaux, Grand Palais, Paris, 2016, p. 53.

<sup>356</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 41.

<sup>357</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 413. Mais également, Ibid. p. 356. « *Si chaque sens possède une fonction propre et délivre une vérité à laquelle nul autre que lui ne peut donner accès, il s'ensuit que le nez dispense des enseignements singuliers et fournit des principes irremplaçables.* »

*communiquer deux intériorités qui se mêlent et se fondent par assimilation* »<sup>358</sup>, permettant de fait à ces derniers de demeurer opérants dans la mise en œuvre du muséal<sup>359</sup>.

#### 2.4.1 Les composés organiques volatils

Lattuati-Derieux entreprend dès 2004 la publication de ses recherches quant à l'identification des composés organiques volatils, dits aussi COV, émis par les matériaux du patrimoine culturel<sup>360</sup>, lesquelles furent successivement synthétisées à l'occasion d'une habilitation à diriger des recherches ayant été soutenue en 2015<sup>361</sup>. La mobilisation de ces travaux souhaitant contribuer au développement de techniques analytiques des éléments authentiques qui soient non invasives, ses activités consistent à établir des dossiers scientifiques relatifs aux interventions pratiquées sur les œuvres d'art, soit « *la caractérisation, par des méthodes physico-chimiques des composés organiques naturels présents à l'état de traces dans les prélèvements, tels que les huiles, cires, résines, colles, et gommes* »<sup>362</sup>. Les COV sont ici compris comme l'ensemble des composés libérés sous forme gazeuse par des matériaux émissifs au cours du temps et à température ambiante, lesquels peuvent être inodores comme émettre un effluve relativement distinct. Or, si les recherches de Lattuati-Derieux tirent davantage leurs conclusions de la quantité de COV émis que de la qualité de leur nature odoriférante, cette dernière, à la manière d'un chasseur flairant sa proie, lui sert toutefois d'indice quant à l'identification des objets susceptibles de se prêter le mieux à son analyse, car plus une odeur est intense, plus elle suggère une importante émission de COV<sup>363</sup>. De fait, elle

---

<sup>358</sup> Ibid. p. 414.

<sup>359</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.138-142. « *La conservation fait-elle ou non partie des moyens de mise en œuvre du muséal ? Il est en effet permis de se demander si la préservation fétichisante des originaux relèvent vraiment de la documentation intuitive concrète.* »

<sup>360</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, BONNASSIES-TERMES Sylvette, LAVEDRINE Bertrand, "Identification of volatiles organic compounds emitted by a naturally aged book using solid-phase microextraction/gas chromatography/mass spectrometry", *Journal of chromatography A*, vol. 1026, n°1-2, 2004, p. 9-18.

<sup>361</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, HDR, Clermont Ferrand, 2015.

<sup>362</sup> Ibid. p. 12.

<sup>363</sup> Ibid. p. 25. « *En raison de son fort caractère odoriférant, il nous est apparu que la détection et l'identification des COV émis par SPME-GC-MS pourraient permettre la caractérisation de cette substance. Cette méthode sensible pourrait servir de dépistage rapide n'altérant pas l'échantillon initial qui pourrait donc être utilisé pour*



accorda une attention particulière à l'émanation odorante des éléments authentiques, et plus particulièrement ceux de nature cellulosique<sup>364</sup>, botanique<sup>365</sup> et plastique<sup>366</sup>, ce qui permit par ailleurs d'avérer la réalité de leur dimension olfactive, ce dont nous n'avions pas encore apporté

---

*des analyses complémentaires ultérieures. » Ibid. p. 36. « Cette recherche portait sur la caractérisation des COV présents dans une vitrine d'exposition du musée d'Orsay contenant une sculpture en cire, Le mineur de la Loire (Jean-Joseph Carriès, datée vers 1886, salle n°56) et sélectionnée pour la forte odeur de son atmosphère afin de vérifier s'il était possible d'identifier les matériaux constitutifs de la sculpture à partir des COV puis d'évaluer leur éventuelle nocivité pour les objets exposés dans leur environnement proche. » [...] « La méthodologie de SPME-GC-MS définie et appliquée pour la première fois directement à des objets de musées a permis de mettre en évidence des COV marqueurs de la cire d'abeille et d'identifier la nature des COV présents dans l'atmosphère de la vitrine d'exposition et d'en expliquer la forte odeur. » Ibid. p. 41. « Dans la mesure où il est largement reconnu que les livres anciens émettent des odeurs caractéristiques nous avons développé une méthodologie de SPME-GC-MS permettant d'offrir une caractérisation qualitative précise des COV émis par des livres anciens puis d'identifier des COV marqueurs de dégradation. » [...] « Nous avons pu identifier plus de cinquante COV issus de la dégradation du papier. Ces COV participent à l'odeur caractéristique du livre. Ainsi, les acides et les aldéhydes de faible masse moléculaire sont connus pour leurs caractères odoriférants, le benzaldéhyde, l'éthylbenzène, le toluène, le 2-éthyl hexanol ainsi que la vanilline procurent des odeurs d'amande, fruitée, florale et vanillée, respectivement. » Ibid. p. 62. « La seconde question concernait la possibilité d'identifier les COV odoriférants afin de mieux appréhender les odeurs de certains objets. Ainsi, un peigne très dégradé (daté d'environ 1910, n° 58.69.40, musée Galliera) présentant une forte odeur balsamique (et donc très probablement en nitrate de cellulose) et cassé en de nombreux fragments rassemblés dans un sachet fermé en polyéthylène a tout d'abord été sélectionné. Parmi les COV, la présence de composés odoriférants tels que le camphre et de certains de ses isomères a été mise en évidence montrant ainsi qu'ils diffusent toujours au travers de la matrice. » Ibid. p. 57. « Quatre plastifiants ont été identifiés de manière prédominante. Il s'agit du 2,2,4-triméthyl-1, 3-pentanediol diisobutyrate (TXIB), un plastifiant odoriférant largement utilisé dans la fabrication des plastiques souples et pour lequel des études de qualité de l'air intérieur ont signalé qu'il pouvait engendrer une gêne olfactive et des sensations d'irritation. »*

<sup>364</sup> Ibid. p. 17. « Plusieurs études ont porté sur les COV de documents cellulosiques (papiers, livres, encre gallique) afin d'évaluer leurs rôles potentiels de marqueurs de dégradation de livres anciens et de polluants atmosphériques intérieurs dans les archives et les bibliothèques. »

<sup>365</sup> Ibid. « La SPME-GC-MS a également été appliquée à l'étude de la fraction volatile de substances naturelles (myrrhes, olibans, mastics, résines de pin, cires etc) de différentes origines botaniques pour la définition ainsi que pour l'établissement d'un référentiel de COV émis par des résines de référence et l'identification d'échantillons archéologiques provenant de l'Égypte ancienne et du Yémen. »

<sup>366</sup> Ibid. « Enfin, des travaux visant à évaluer le potentiel de la SPME-GC-MS pour caractériser les COV de plastiques patrimoniaux, évaluer leurs éventuelles nocivités pour les objets placés dans leur proximité et, vérifier s'il est possible d'identifier une matière plastique à partir de ses émissions ont récemment été réalisés. »

la preuve<sup>367</sup>. Suite au repérage d'un objet par le biais de l'intensité de son odeur, Lattuati-Derieux procède au prélèvement d'une partie de ses COV au recours de la micro-extraction sur phase solide, ou Solid Phase Micro Extraction, dite aussi SPME. Il s'agit d'une fibre en silicone pourvue à son extrémité d'une surface de carbone ou de polymère organique, agissant comme un piège à COV. Posé à la surface d'un objet, cet outil permet d'extraire les composés de manière non invasive, leur caractérisation structurale renvoyant successivement à des examens de types chromatographiques et spectrométriques permettant notamment, et au-delà du développement de techniques analytiques non destructives, « *d'acquérir des connaissances sur les compositions chimiques de matériaux naturels et synthétiques, depuis leurs fractions volatiles jusqu'à leurs fractions polymérisées, ainsi que sur leur processus de dégradation* »<sup>368</sup>.

Les recherches ainsi menées par Lattuati-Derieux, avoisinant à l'évidence de près ce que pourrait être le diagnostic olfactif des musealia, ne peuvent pourtant constituer son exemple, et ce pour deux raisons consécutives. La première consiste en ce que, du fait que l'appréhension directe de la dimension olfactive de l'objet par le sujet ne vise ici qu'à l'estimation du potentiel émissif de ce premier, l'intermédiaire des technologies analytiques se révèle contribuer à la dépossession de leur interaction de toute perspective résonante. La seconde, réside en ce que les résultats d'un tel protocole permettent de rendre compte de la structure moléculaire d'une odeur, mais s'avèrent totalement incapables d'exprimer la teneur de sa nature, cela en raison du fait que « *lorsqu'on souhaite obtenir une caractérisation olfactive, que ce soit l'aspect ou l'intensité d'une odeur, le passage par un nez humain s'avère indispensable* »<sup>369</sup>. De fait, s'il doit être un diagnostic olfactif susceptible de mener à la résonance, ce dernier ne peut que relever de la sagacité<sup>370</sup>.

---

<sup>367</sup> Ibid. p. 24. « *Nous nous sommes récemment aperçus que certains vestiges témoignant de l'exploitation de substances naturelles émettaient toujours des COV odoriférants après des millénaires d'enfouissement. Un même constat fut par ailleurs effectué pour des substances naturelles constitutives d'objets en contexte muséal.* »

<sup>368</sup> Ibid. p. 22.

<sup>369</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 98.

<sup>370</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 357. « *A la lourdeur de la démonstration, au système laborieux de preuves, il faut substituer la finesse du sagace, qui, à l'aide de quelques vestiges, reconstitue le vrai de manière infallible.* »

#### 2.4.2 L'expertise du parfumeur

Un panorama des technologies permettant l'étude des composés odorants fut dressé par Balez dans une thèse d'architecture soutenue en 2001, à l'occasion de laquelle, et au sujet d'outils tels que la SPME, le *headspace*<sup>371</sup>, le nez électronique<sup>372</sup>, et de procédés d'analyse tels la chromatographie en phase gazeuse<sup>373</sup> et la spectrométrie de masse<sup>374</sup>, elle précise que « ces techniques indiquent qu'il existe un produit donné, en proportion donnée, mais pas lequel, ni à quoi il correspond en termes d'odeur »<sup>375</sup>. Elle explique successivement qu'un « nez humain reste nécessaire pour dire s'il y a une odeur, et éventuellement la décrire »<sup>376</sup> tout en spécifiant que pour être recevable scientifiquement, la perception olfactive vécue et mise en mots par un sujet, étant donnée l'absence d'un vocabulaire commun pour parler des odeurs, doit succéder à la mise en place de référents odorants aussi précis que possible. Or, s'il n'existe pas de langage amplement partagé pour rendre compte des stimuli olfactifs que nous éprouvons quotidiennement<sup>377</sup>, la micro-communauté que constituent les parfumeurs possède, quant à elle, un lexique commun de parfumerie. Otero Pailos est un architecte enseignant à l'université

---

<sup>371</sup> Le *headspace* est une technique de microextraction sur phase solide permettant d'identifier les composés odorants présents dans l'air environnant des objets, ce que l'on appelle leur « espace de tête ». Développée dans les années 1970, elle permet notamment aux parfumeurs de créer des substituts odorants aux fleurs ne permettant pas l'obtention d'une huile essentielle via les traditionnelles techniques d'extraction.

<sup>372</sup> Le nez électronique est un appareil permettant la détection, l'identification, la comparaison et la quantification des composés odorants ayant été répertoriés au sein de son système. Développées depuis 1990, ses performances progressent rapidement, permettant par exemple, à la manière d'un chien dressé, d'effectuer le dépistage de drogues ou d'explosifs. Le nez électronique ne peut néanmoins détecter un composé pour lequel il n'a pas été programmé, performer une évaluation de type hédonique, ou réaliser des mesures in situ.

<sup>373</sup> La chromatographie en phase gazeuse est une technique permettant la séparation des différentes molécules présentes au sein d'un mélange complexe susceptible d'être vaporisé sans se décomposer.

<sup>374</sup> La spectrométrie de masse est une technique permettant l'identification de la structure chimique d'une molécule par mesure de sa masse. Un couplage de la chromatographie en phase gazeuse et de la spectrométrie de masse est régulièrement opéré quant à l'analyse des molécules comprises dans un mélange.

<sup>375</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 89.

<sup>376</sup> Ibid.

<sup>377</sup> DE SWARDT Delphine, « Parler des odeurs, c'est créer du malentendu joyeusement partagé » *Smell talks*, NEZ la revue olfactive, Paris, 18 juin 16. Mais également, DE SWARDT Delphine, *Des mots au parfum. La création olfactive en société de composition*, thèse, Paris, 2014.

Columbia particulièrement connu pour ses recherches dites, de conservation expérimentale, au sein desquelles se voit accordée une attention toute particulière à l'olfaction. Il intervint notamment au Morgan Library museum en 2017 afin de tester une hypothèse selon laquelle les ouvrages qui y sont entreposés auraient pu conserver l'odeur du bâtiment lors de sa création en 1924. L'année précédente, il consacre un numéro de la revue *Future Anterior* à la thématique de la conservation olfactive, dans lequel figure que parce que « *tout effluve, sans exception, résulte de la vie* »<sup>378</sup>, « *l'odeur peut être pour la première fois utilisée pour dire la vérité et fonder les bases d'une conservation critique* »<sup>379</sup>, mais également que « *la meilleure technique pour capturer et documenter les odeurs consiste, comme auparavant, à emmener un parfumeur dans un endroit et à lui demander d'écrire ce qu'il sent* »<sup>380</sup>. Raison pour laquelle lors de sa visite au musée l'année suivante, Otero Pailos fut notamment accompagné de Carlos Benaim<sup>381</sup>.

L'expertise du parfumeur réside en ce qu'en plus des souvenirs olfactifs ayant été accumulés tout au long de sa vie, il conserve de son apprentissage, mais également de son exercice, la fine connaissance de plusieurs centaines de matières premières odorantes d'origine simultanément naturelle et synthétique, ainsi que les effets pouvant résulter de leur combinaison ou dégradation. En sa mémoire réside de fait une des bases de données les plus complètes pouvant être liées au nez humain<sup>382</sup>. Un parfumeur est également en mesure de percevoir, identifier, désigner et décrire une odeur de manière instantanée ce qui favorise l'opération d'un diagnostic in situ en temps réel<sup>383</sup>. Par ses soins, une senteur étrangère peut par ailleurs être détectée et faire l'objet d'une description comparative des effets visant l'estimation de sa nature la plus probable. La maîtrise qu'il possède enfin de sa faculté d'imagerie mentale olfactive, assure que

---

<sup>378</sup> KAISER Roman, "Headspace: An Interview with Roman Kaiser", *Future Anterior*, vol. 13, n°2, 2016.

<sup>379</sup> JASPER Adam, OTERO-PAILOS Jorge, "Smell and preservation", *Future Anterior*, vol. 13, n°2, 2016.

<sup>380</sup> Ibid.

<sup>381</sup> Parfumeur réputé de la société de composition IFF (International Flavors and Fragrances) pour laquelle il travaille depuis 1976.

<sup>382</sup> DUBOIS Sébastien, MOHIB Najoua, OGET David, SCHENK Éric, SONNTAG Michel, « Connaissance et reconnaissance de l'expert », *Les Cahiers de l'INSA de Strasbourg*, 2005, p. 94. « *Pour atteindre cette intelligence de la situation, l'expert doit être capable d'avoir à la fois une vision globale et une capacité à analyser la situation, et de disposer d'une base de connaissances théoriques du domaine et d'un portefeuille de savoirs pratiques en interaction. C'est sans doute à ce niveau que l'expert se distingue du savant.* »

<sup>383</sup> Ibid. p. 91. « *La capacité à recontextualiser rapidement les connaissances pourrait fonder la compétence de l'expert.* »

les effluves dont il est amené à rendre compte relèvent de la véritable odeur des choses, autrement dit, recourir à son expertise semble garantir la performance d'un diagnostic olfactif sagace. Lequel ne peut toutefois prétendre en l'état à l'avènement d'un attributionnisme de type olfactif puisque manque à l'expertise odorante la connaissance personnelle des musealia, nécessaire à l'articulation de l'histoire d'un objet avec ses effluves, soit, le recours aux conservateurs. Dubois écrit que « *tandis que le savant maîtrise des savoirs formalisés [...] l'expert se situe dans la décision et l'action, toujours singulière et contextualisée, où les savoirs empiriques peuvent servir de repères pertinents pour agir ou proposer des actions adaptées* »<sup>384</sup>, et permet ainsi d'entrevoir la nature d'un diagnostic olfactif simultanément susceptible de résonance, et capable de contribuer à l'à venir d'une nouvelle forme d'attributionnisme. Il résulterait d'un dialogue entre un parfumeur et un conservateur à propos de l'odeur émise par une musealie dont ce dernier a la charge. Évoluant au fil d'une appréhension partagée et réitérée de cet effluve, une telle interaction ne peut avoir lieu qu'à l'occasion de la réunion physique des sujets et de l'objet en une même unité de lieu et de temps. De fait, la performance d'un tel diagnostic nécessite la création d'un cadre d'expérience spécifique au sein duquel peut s'opérer une reconnexion des mondes subjectif (les expertises du parfumeur et du conservateur) matériel (la musealie étudiée) et social (le dialogue) visant la détection et l'identification des indices olfactifs manifestés dans l'espace spécifique d'un objet (l'attributionnisme) ainsi que leur interprétation par assimilation (la perspective résonante). Ainsi conçu, le diagnostic olfactif des musealia permettrait d'opérer l'actualisation résonante des phases de sélection et de thésaurisation de la muséologie de Stránský.

---

<sup>384</sup> Ibid. p. 94.

### 3. LA PRESENTATION DES ELEMENTS DE LA REALITE

Quand est-il de la présentation ? Il semble qu'une actualisation résonante de la phase de présentation de la muséologie de Stránský réside désormais, et en priorité, dans la possibilité d'appréhender la dimension olfactive des musealia en dehors de l'espace des réserves d'une part<sup>385</sup>, dans le réglage des modalités de cette appréhension visant l'optimisation de son potentiel résonant d'autre part. Quant à ceci, une première observation renvoie au fait que l'espace des réserves est, a priori, un lieu de maîtrise, la température et l'humidité y faisant notamment l'objet d'un contrôle régulier afin de veiller au maintien de l'état des collections. Il est ainsi ce lieu où presque tout se fige dans la neutralité, l'odeur des artefacts demeurant le seul élément capable de s'y mouvoir, elle parvient de fait, à y capter tout particulièrement l'attention. Peut-il alors en être de même dans le reste du musée ?

---

<sup>385</sup> AUBAILE Françoise, Entretien du 1 février 2016, *Musée de l'Homme*, Paris, « *D'après moi pour faire une exposition olfactive, il ne faut jamais tabler sur des odeurs de synthèse qui seraient créés pour le parcours, mais toujours sélectionner des matières premières brutes de sorte à avoir une odeur pure.* »

### 3.1 LE MUSEE

#### 3.1.1 L'idéal aseptique

Si la fonction originaire du musée est de « *protéger l'image de l'homme de toute forme de souillure, de montrer l'humain, non dans ses rapports ou ses analogies avec la bête [...] mais dans ses sommets, bref, dans ce qui est appelé à symboliser l'esprit* »<sup>386</sup>, son idéal relève de l'immaculé, de l'aseptique et donc, de l'inodore. Il est lieu de morale et de maîtrise, d'ordre et de discipline, transparaissant dans l'hygiène conçue comme conservation de soi, préservation des autres et signe de vertu<sup>387</sup>. Cet espace où, pour faire image, l'homme doit se délester de toute odeur contrariant la morale hygiéniste, et notamment relative aux excréments et menstrues ainsi qu'aux humeurs telles l'haleine, le rot, les flatulences et la sueur<sup>388</sup>. Jaquet indique que « *ce refoulement de l'odeur et la volonté d'aseptisation des sociétés modernes débouchent sur une censure très grande de l'expression olfactive sous toutes ses formes* »<sup>389</sup>, sur un genre de musée-hôpital qui, contrairement à Grenouille<sup>390</sup>, parvient à conquérir son aura du fait qu'il ne sent rien ou tout du moins, fleure cette « *indéfinitive odeur de propreté* »<sup>391</sup>. Idéal qui, pour devenir concret, nécessite qu'en plus de la température, du taux d'humidité ainsi que de nombreux autres paramètres<sup>392</sup>, le musée soit également capable de maîtriser les flux d'air circulant dans son enceinte, ainsi que les odeurs susceptibles d'être véhiculées dans leur mouvement, aptitude que Corbin reconnaît comme participante de la dynamique répressive de Foucault<sup>393</sup>, laquelle alimenta notamment et régulièrement la théorie du musée. Or, si

---

<sup>386</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.98.

<sup>387</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 55.

<sup>388</sup> Ibid.

<sup>389</sup> Ibid.

<sup>390</sup> SÜSKIND Patrick, *Le parfum : histoire d'un meurtrier*, Fayard, Paris 1986. C'est parce que Jean-Baptiste Grenouille refuse d'être venu au monde sans odeur et cherche à réparer ce défaut qu'il se met en quête de créer un parfum capable d'inspirer de l'amour aux hommes. « *Si ce bâtard n'a pas d'odeur, c'est parce qu'il est en bonne santé, s'écria Terrier. Il se porte bien, alors il n'a pas d'odeur. Il n'y a que les enfants malades qui ont une odeur, c'est bien connu. Tout le monde sait qu'un enfant qui a la petite vérole sent le crottin de cheval ; s'il a la scarlatine, il sentira les pommes blettes, et s'il souffre de consommation, il sentira les oignons.* »

<sup>391</sup> CSERGO Julie, *Liberté, égalité, propreté*, Aubier-Montaigne, Paris, 1988, p. 280.

<sup>392</sup> THOMSON Garry, *The museum environment*, Routledge, United Kingdom, 1978.

<sup>393</sup> FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

« l'obsédante ventilation » s'engage dans « *la lutte contre le recoin obscur où stagne l'air vicié* »<sup>394</sup>, le contrôle de l'odeur implique de savoir éliminer les effluves ayant été reconnus comme indésirables, afin d'y substituer ceux relevant de la propreté. Leur maîtrise implique donc une « *sélection plus ou moins fines des odorants à faire disparaître ou à apporter, ainsi que des choix techniques relatifs au positionnement spatial et aux temps de fonctionnement des dispositifs* »<sup>395</sup>, ces derniers ayant également fait l'objet d'un inventaire au sein de la thèse de Balez. La désodorisation surviendrait lorsque l'interprétation hédonique d'une odeur perçue s'avèrerait suffisamment négative pour que soit prise la décision de s'en débarrasser, la ventilation<sup>396</sup> permettant alors de remplacer le nauséabond par un air plus neutre, et pouvant par ailleurs être combinée à divers procédés favorisant la récupération des molécules odorantes (adsorption, ionisation, lavage par absorption) ou leur destruction (lavage par oxydation, photocatalyse).

Phénomène de pénétration superficielle d'un solide par un gaz, l'adsorption peut être suscitée par l'aménagement de systèmes favorisant le passage des flux d'air afférents aux réseaux de ventilation par des filtres conçus afin de retenir certains composés organiques volatils. Bien que pouvant résulter de la mobilisation d'un grand nombre de composants, la spécificité d'une

---

<sup>394</sup> CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Flammarion, Paris, 1982, p. 141.

<sup>395</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 70.

<sup>396</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, Op cit. p. 71. « *La ventilation, qu'elle soit passive ou mécanique, n'a que rarement des fonctions spécifiquement « désodorisantes » puisqu'il s'agit de renouveler l'air des bâtiments principalement afin d'y maintenir une hygrométrie et un taux de gaz carbonique suffisamment faibles. La ventilation mécanique contrôlée, ou VMC, équipé aujourd'hui tous les bâtiments contemporains (dans la société occidentale). Elle permet de réguler et d'optimiser les débits d'airs de façon à éviter les gaspillages d'énergie. [...] La ventilation mécanique contrôlée n'a qu'un objectif indirect de gestion de l'odeur, à travers le renouvellement de l'air dans le bâti. En même temps, en mettant différentes pièces en « contact » aéraulique, elle peut jouer un rôle dans la propagation des odeurs et elle peut même être à l'origine d'odeurs parasites si elle n'est pas correctement entretenue. La présence systématique de VMC dans les bâtiments construits ou rénovés depuis une quarantaine d'années doit en outre nous amener à distinguer les volumes des espaces de leurs « volumes aérauliques », c'est-à-dire leurs volumes d'air augmentés de leurs taux de renouvellement. Une odeur va en effet probablement se « concentrer » différemment dans un espace ventilé ou dans un volume clos. »*



adsorption par matériau poreux réside en ce que son efficacité est régulièrement proportionnelle au taux d'humidité de l'air, et nécessite en conséquent, afin qu'une performance minimale puisse être constamment assurée, que le choix du composé soit prioritairement opéré en fonction de sa porosité en conditions humides, raison pour laquelle le charbon actif se voit souvent privilégié. Permettant une performance malléable par choix de ses origines, telles que le bois, la tourbe ou encore la noix de coco, et modulation de ses formes, allant de la poudre à la membrane en passant par les granulés, billes, mousses et fibres, il favorise de surcroît la récupération des éléments capturés par opération d'une simple désorption à la vapeur d'eau. Le principe d'ionisation renvoie à la dispersion dans l'air d'atomes de charges positive et négative afin qu'ils s'y lient aux particules, poussières, débris, fumée, pollens, et composés organiques volatils, dont les odorants, et qu'ainsi chargés, ces éléments entament de se fixer entre eux puis sur les surfaces avoisinantes. Phénomène de pénétration totale d'un liquide par un gaz, le lavage par absorption permet de neutraliser les odorants en les faisant passer de l'air à l'eau, et peut également se décliner en lavage par oxydation lorsque le besoin est à leur élimination, impliquant dès lors l'ajout au liquide nettoyant d'une solution basique telle que la soude contribuant à la destruction des molécules acides, et d'un oxydant tel que l'eau de Javel ou le permanganate de potassium, contribuant à celle des molécules carbonylés, animés et soufrés. Consistant enfin en l'activation par les ultraviolets d'un solide semi-conducteur, ou rendu comme tel suite à l'application d'une solution contenant par exemple du dioxyde de titane, engendrant une réaction chimique impliquant la dégradation des composés organiques volatils présents dans l'air en dioxyde de carbone, eau et radicaux libres, la photocatalyse est utilisée afin de traiter des surfaces qui pourront plus avant « s'auto-nettoyer » grâce à la lumière du soleil.

Un choix successif, mais optionnel, d'odorisation peut par ailleurs être opéré au recours de procédés relevant de l'évaporation, de la vaporisation ou de la micro-encapsulation. Employée quant à des espaces de moindre volume, la diffusion de molécules odorantes par évaporation se décline en une voie passive, consistant à mettre au contact de l'air une solution odorante ayant préalablement imbibé un matériau poreux par capillarité, et une voie active, renvoyant à l'accélération du processus de désorption du liquide par le matériau au recours d'appareils générant chaleur ou vapeur d'eau, l'évaporation à froid contribuant au maintien la stabilité olfactive des molécules lors de leur propagation dans l'air. Principalement incarnée par la bombe aérosol, la vaporisation consiste en la projection d'un liquide odorant sous forme de fines gouttelettes, dont la vitesse de propagation peut être améliorée par recours à des

générateurs de flux d'air, et le déclenchement, modulé par minuteur ou détecteur de mouvement. Couramment utilisée quant aux échantillons de parfums fournis dans les magazines, la technologie de la micro encapsulation suscite enfin, par séchage d'un liquide odorant mélangé à un composé spécifique, la formation de capsules capables de préserver l'effluve du premier puis de le libérer sous l'effet d'une simple action mécanique telle que le grattage. La préservation des œuvres demeurant une priorité pour le musée, l'ensemble de ces procédés se restreignent à des odorisations de proximité car il n'existe en effet, et à ma connaissance, exception ici faite des expositions de Diana Vreeland<sup>397</sup>, aucun établissement ayant favorisé une odorisation générale intervenant directement sur le système de ventilation, au détriment d'une odorisation locale opérant par implantation stratégique de dispositifs de diffusion au sein d'espaces sélectionnés. Le musée aurait ainsi bien plus tendance à « désodoriser » que l'inverse<sup>398</sup>, pour autant, peut-il être avéré qu'il parvienne à relever de l'inodore ?

En visite au musée d'ethnographie, Picasso déclare : « *Quand je suis allé au Trocadéro, c'était dégoûtant. Le marché aux puces. L'odeur. J'étais tout seul. Je voulais m'en aller.* »<sup>399</sup>. Au cours d'une journée d'étude, Mairesse raconte :

---

<sup>397</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, thèse, Paris, 2016, p. 95. « *Fantasmagoriques, les expositions de Diana Vreeland se caractérisent par la véracité historique approximative, les décors exagérés et stylisés, la lumière théâtrale, la musique d'ambiance et la diffusion dans les salles d'exposition de parfums connus. Ainsi, elle associe à l'exposition The Glory of Russian Costume, le parfum Cuir de Russie de Chanel ; à l'exposition The Manchu Dragon, le parfum Opium d'Yves Saint Laurent ; à l'exposition The Eighteenth-Century Woman, le parfum Nahema de Guerlain ; à l'exposition La Belle époque, le parfum l'Heure bleue de Guerlain ; à l'exposition Yves Saint Laurent, le parfum Paris d'Yves Saint Laurent. Tous les matins, ces parfums sont diffusés dans les salles d'exposition, à travers le système de ventilation.* »

<sup>398</sup> DROBNICK Jim, « The Museum as Smellscape », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.183. "A primary challenge for olfactory art is the dominant type of space available at major museums and galleries: the white cube. Such spaces are designed for the display of objects through a visual logic of white paint, geometric rooms, and even lighting to create what Rodolphe El-Khoury terms "olfactory silence." They are often inhospitable places for any kind of creative or positive olfactory experience, due to their eradication of odors and other sensory stimuli that might distract from a focused optical encounter. While a sanitized/deodorized exhibition space could bear a useful purpose for olfactory artworks in that it offers a clean slate for them to "appear," even pleasant scents can be stigmatized in the context of the white cube."

<sup>399</sup> MALRAUX André, *Le miroir des limbes, La corde et les souris*, tome II, Gallimard, Paris, 1972.

« À mon sens, il existe en effet quelque chose qui pourrait relever d'une odeur de musée, mon souvenir le plus fort en la matière renvoie à un établissement qui se situe à Tervuren en Belgique : le musée royal d'Afrique centrale. Il s'agit d'une odeur que je pourrais identifier comme étant celle du formol, mêlée à des effluves d'animaux empaillés et de bois exotiques, une odeur singulière que je ne suis jamais parvenu à retrouver ailleurs »<sup>400</sup>.

Et Drobnick de conclure à l'occasion d'un article dans *The multisensory museum* :

« Aucun espace ne peut être exempt de toute odeur, car les atmosphères intérieures et extérieures portent les vestiges olfactifs d'activités humaines et de processus naturels. Malgré leurs efforts pour créer les conditions d'une expérience visuelle pure, les musées ne sont ici pas différents. L'odeur des produits de nettoyage laisse une trace de leur utilisation, l'arôme des restaurants et des cafés se glisse dans les coins, et le sillage des visiteurs trop parfumés demeure à travers les différents espaces »<sup>401</sup>.

Il apparait en effet que de nombreux paramètres entravent l'acheminement du musée sur la voie de l'aseptique, ayant notamment pour conséquence l'impossibilité pour l'appréhension olfactive des musealia, d'être envisagée dans les espaces d'exposition de la même manière que dans les réserves, un diagnostic de la teneur odorante de ces premiers s'avérant au préalable nécessaire pour déterminer les modalités d'appréhension qui doivent y être privilégiées.

### 3.1.2 Les facteurs d'ambiance

Ce second diagnostic n'est qu'en peu de points semblable à celui précédemment évoqué quant à la perspective de relation résonante passant par l'intermédiaire des musealia. Sa finalité vise la désignation des saillances odorantes présentes dans un espace, ainsi que l'estimation des paramètres influençant leur variation, et ce faisant, la compréhension de l'identité sensorielle

---

<sup>400</sup> Se reporter à l'annexe n°3, MAIRESSE François, « Pour une introduction aux dispositifs olfactifs au musée », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, p. 26.

<sup>401</sup> DROBNICK Jim, « The Museum as Smellscape », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S., 2014, p.183.

des lieux où doit plus avant pouvoir se déployer l'espace spécifique des éléments authentiques. Procédant principalement par localisation des sources odorantes et inventaire des facteurs d'ambiance, une analyse sensorielle standard réalisée in situ par un nez humain, couplée au repérage des bouches de ventilation et d'extraction d'air, ainsi qu'à la régulière prise de température en divers endroits de l'espace, devrait a priori suffire à performer ce diagnostic<sup>402</sup>. Sa méthode avoisinant par ailleurs celle de l'olfactométrie<sup>403</sup>, il ne requerrait nullement de recourir à l'expertise d'un parfumeur. Sollicitant des jurys de population, l'olfactométrie fut mise au point par Köster dans les années 1970 quant à l'avancé des recherches relatives à la pollution odorante<sup>404</sup>, et fit simultanément l'objet d'applications diverses<sup>405</sup> et adaptations transverses<sup>406</sup>. Afin d'étudier la qualité de l'air d'une zone géographique définie, sa méthode

---

<sup>402</sup> BALEZ Suzel, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, Op cit. p. 244.

<sup>403</sup> GOURONNEC Anne-Marie, « Analyses olfactométriques ou mesure des odeurs par analyse sensorielles », *Pollution atmosphérique*, n°168, 2000, pp. 583-598.

<sup>404</sup> KÖSTER Egon Peter, *Adaptation and Cross-adaptation in olfaction*, thèse, Pays-Bas, 1971.

<sup>405</sup> MAINET-DELAIR Nicole, « Fragrances, fumets et pestilences. État des lieux en pays brestois » *Géographie des odeurs*, Harmattan, Paris, 1998, p. 227. « Il reste l'usine de trituration du soja (Soja-France du Groupe Cargill) et c'est aussi la principale source d'odeurs sur la ville. Le soja, provenant essentiellement des États-Unis, d'Argentine et du Brésil, est déchargé et transféré directement du bateau dans les silos. Lors de cette opération, des graines s'échappent, constituant la « freinte » (terme de la marine marchande désignant les pertes au moment d'un déchargement de marchandise.) Les graines perdues et dispersées autour de l'usine s'imprègnent d'humidité, fermentent et dégagent une odeur caractéristique plus ou moins tenace. Quand souffle le surcroit, « Ça sent le soja ! ». »

MORINIAUX Vincent, « Les odeurs de levure dans la ville de Maisons-Alfort » *Géographie des odeurs*, Op cit. p. 162. « C'est chose courant à Maisons-Alfort que d'entendre dire : « Ça sent la levure, il va pleuvoir. » Les Maisonnais ont en effet depuis bien longtemps établi le lien entre la situation météorologique et la fréquence des odeurs qui émanent de l'usine Springer. »

GRESILLON Lucile, « Le Paris qui sent. Les odeurs du quartier de la Huchette » *Géographie des odeurs*, Harmattan, Paris, 1999, p. 196. « Dans cette ambiance d'odeur culinaire omniprésente, la fréquentation du piéton se métamorphose, de flânerie elle devient passage. »

ELLENA Céline, « Le métro parisien » *NEZ, La revue olfactive*, Contrepoint, n° 2, Paris, 2016, p. 50. « Je suis une étrange personne. En ce vendredi 27 Mai 2015, à 14h17, depuis la place de la République, je descends dans les couloirs de la RATP pour un voyage sous la capitale. Pendant trois heures, j'inspire, je gobe, je grimace parfois. A chaque soubresaut odorant, je note dans un carnet tout ce qui me passe par le bulbe. Je suis une voueuriste des odeurs. Je suis parfumeur. »

<sup>406</sup> Application du Langage des nez (référentiel odorant conçu en 1983 par Jean-Noël Jaubert) pour la caractérisation olfactive des échantillons de la matériauthèque de l'École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs

consiste à mobiliser des personnes bénévoles et riveraines du site étudié, afin qu'à dates et heures spécifiques, elles sortent de chez elles, appréhendent l'air environnant, puis l'évaluent au recours d'une carte-réponse. Favorisant la compréhension sensorielle des espaces, le principal intérêt de cette technique consiste en ce que son acheminement permet l'aboutissement d'une cartographie olfactive de la zone étudiée<sup>407</sup>.

Dulau écrit quant à ce mode de restitution que « *rendre compte des espaces odorants au moyen d'une cartographie subtile [...] pourrait constituer, après analyse et théorisation des données sensorielles, un outil de référence pour toute entreprise de terrain* »<sup>408</sup>. Évoquée en 1991<sup>409</sup>, établie en 1998<sup>410</sup>, et servant actuellement le déploiement de pratiques afférentes à l'art, l'architecture, l'anthropologie ou encore le design, la cartographie des odeurs connaît un essor sans précédent depuis le début des années 2000<sup>411</sup>. De fait, permettant de rendre simultanément compte de l'implantation des systèmes d'ambiance et de la localisation des saillances odorantes d'un espace, l'établissement d'une cartographie olfactive, succédant la performance d'un diagnostic par analyse sensorielle, repérage du traitement de l'air et relevés de température des lieux d'exposition pressentis pour l'appréhension de l'espace spécifique des muséalia, permettrait d'en avérer ou démentir l'éligibilité, ainsi que d'envisager plus avant les moyens d'y exposer l'odeur des éléments authentiques.

---

depuis 2012, « Les nez de l'ENSAD », *La gazette des nez*, 9/06/16, <http://www.atmonormandie.fr> et <https://www.ensad.fr/fiches-documentaires>.

<sup>407</sup> STASZAK Jean-François, « Pistes pour une géographie des odeurs », *Géographie des odeurs*, Op cit. p. 55.

<sup>408</sup> DULAU Robert, « Deux lieux, deux approches du champ odorant : Pondichéry – Paris », *Sentir. Pour une anthropologie des odeurs*, Harmattan, Paris, 2004, p. 130.

<sup>409</sup> ONFRAY Michel, *L'art de jouir : Pour un matérialisme hédoniste*, Grasset, Paris, 1991.

<sup>410</sup> DULAU Robert, PITTE Jean-Robert, *Géographie des odeurs*, Harmattan, Paris, 1998,

<sup>411</sup> TOLAAS Sissel, *SIRAP mon amour*, exposée à la Fondation Cartier pour l'art contemporain, Paris, 2003.

BARBARA Anna, PERLISS Anthony, *Invisible architecture: Experiencing places through the sense of smell*, Skira, Suisse, 2006.

DIACONU Madalina, *Senses and the City: An Interdisciplinary approach to urban sensescapes*, Lit Verlag, Münster, 2011.

HENSHAW Victoria, *Urban smellscapes: Understanding and designing city smell environments*, Routledge, Abingdon, 2013.

MCLEAN Kate, "Smell map narratives of place, Paris", *New American notes online*, n°6, 2014, et <https://sensorymaps.com>.

HENSHAW Victoria, *Designing with smell: Practices, Techniques and Challenges*, Routledge, Abingdon, 2017.

GELARD Marie-Luce, « L'anthropologie sensorielle en France, un champ en devenir ? », *L'Homme*, n°217, 2016, Paris, p. 100.

### 3.2 L'EXPOSITION

Exposer est un système de communication culturelle passant par les objets<sup>412</sup>, un processus visant à réduire la tension résidant entre leur appréhension sensorielle et intellectuelle<sup>413</sup>, ainsi qu'à « *comprendre les effets de l'expérience perceptive, en modulant l'espace de présentation d'une œuvre, en modifiant son contexte, ou en la faisant varier dans son cadrage, ses tons et ses contrastes* »<sup>414</sup>. Or, en dépit du fait que le musée se soit historiquement construit autour du regard<sup>415</sup>, la conception du média exposition semble être, en quelques occasions, parvenue à échapper au dictat de la vue. Merleau-Ponty rapporte en effet que, dès 1985, le conservateur Jean-Pierre Laurent considère la muséographie comme relevant du sensoriel et ce, en raison du fait que l'exposition est « *un langage visuel pouvant devenir audible, tactile, olfactif ou même gustatif* »<sup>416</sup>. Ainsi, si la possibilité d'appréhender la dimension olfactive des muséalia dans un contexte expographique constitue une nouveauté, l'exposition olfactive en tant que telle n'en est pas une, ce faisant, plusieurs éléments contraignent la reconstitution de son histoire.

J'évoquais à propos du *musée imaginaire* que l'odeur parvient à échapper à la photographie, de fait, lorsque cette dernière sert à archiver les expositions<sup>417</sup>, elle ne peut servir à rendre compte de leur dimension olfactive éventuelle. Les seules alternatives permettant alors de l'attester renvoient au fait d'avoir soi-même visité ses programmations, ou d'avoir trouvé témoignages de ses effluves dans des documents de rapport, d'enquête, ou de critique. Quant à ce dernier recours, l'invisibilité et le caractère anecdotique du médium odorant ne sont pas sans poser

---

<sup>412</sup> MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Harmattan, Paris, 2009, p. 24.

<sup>413</sup> DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Armand Colin, Paris, 2011, p. 138.

<sup>414</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.91.

<sup>415</sup> LARDELLIER Pascal, « Le regard au musée », *Publics et Musées*, n°16, Paris, 1999, p. 17. « *Par-delà leurs fonctions de conservation, leur mission de patrimonialisation et leur rôle politique majeur, qu'on ne saurait occulter ni minorer, les musées justifient et légitiment leur existence dans le face-à-face qu'ils entretiennent avec le regard de leurs visiteurs illustres ou anonymes, depuis les quelques siècles qu'ils se sont institutionnalisés. Et les contextes muséographiques, dans leur diversité, sous-entendent tous des dispositifs d'exposition, dont la finalité est d'être organisés pour montrer des objets – œuvres d'art, objets de mémoire, curiosités naturelles... précisément gardés là pour être regardés.* »

<sup>416</sup> MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Op cit. p. 24.

<sup>417</sup> PARCOLLET Rémi, *Photogénie de l'exposition*, Manuella, Paris, 2018.

problème, car si certains professionnels de musée parviennent à envisager qu'une exposition puisse en partie relever de l'olfactif, cette dimension fait généralement l'objet d'une attention si distraite, que faute d'être indexée comme faisant partie du propos de l'exposition, le visiteur peut tout simplement passer à côté<sup>418</sup>. Il suffit pour s'en convaincre de comparer différents témoignages relatifs à l'exposition internationale du surréalisme organisée par Duchamp en 1938, constituant généralement la première référence d'exposition de type olfactif<sup>419</sup>. Certains y font effectivement mention d'une odeur de café participant à l'ambiance du lieu<sup>420</sup>, mais d'autres, pourtant personnalités référentes du commissariat d'exposition, n'en relatent aucune trace<sup>421</sup>. Ainsi, une exposition olfactive ne peut être rétrospectivement reconnue comme telle qu'à la condition que de sa nature sensorielle, subsiste une forme de témoignage, une précaution visant ici à ne pas confondre thématique et nature, une exposition pouvant tout à fait traiter d'un sujet relatif à l'odeur sans être pour autant odorante<sup>422</sup>. La forte croissance du marketing olfactif au cours des dernières décennies ayant par ailleurs favorisé le développement et la

---

<sup>418</sup> KELLER Andreas, « The Scented Museum », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.169. "Smelling is an active exploration of our environment, whereas seeing is passive and automatic. Our eyes are open as long as we are awake, whereas exploring the olfactory environment through sniffing is an active process and the sniffing is necessary to consciously perceive smells. There is a reason why we tell people to stop and smell the roses as a way of advising them to pay attention and appreciate the world around them. The smell of roses doesn't automatically draw our attention; we have to actively attend to it to be consciously aware of it."

<sup>419</sup> MULLER Clara, « Panorama de l'art olfactif », *NEZ la revue olfactive*, n°4, 2017, p. 101. « Mais c'est en 1938 que Duchamp, alors à la recherche d'un art non-rétinien, concrétise l'introduction de l'odeur dans l'art en réalisant la scénographie de l'exposition internationale du surréalisme : dans une grotte artificielle, du café grille sur un brasero électrique, emplissant l'espace de l'odeur du Brésil. »

<sup>420</sup> BOBA'NO, « La peinture en trompe-nez », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, p. 203. « 1938, Paris, galerie des Beaux-Arts, exposition internationale du Surréalisme. Dans la salle aménagée par Marcel Duchamp, sorte de grotte à l'obscurité soigneusement étudiée, le plafond est constitué de mille deux cents sacs de charbon suspendus, le sol, jonché de feuilles mortes, comporte une mare avec roseaux et nénuphars. Le tout baigne dans une odeur de café du Brésil... »

<sup>421</sup> OBRIST Hans-Ulrich, *Les voies du curating*, Manuella, Paris, 2015, p. 38.

<sup>422</sup> « Homme, parfums et dieux », *Musée de l'Homme*, Paris, 1980. « Parfums de plantes », Muséum National d'Histoire Naturelle, Paris, 1987. « Hymne aux Parfums. Deux siècles d'histoire dans les Arts Décoratifs », *Musée des arts et de la mode*, Paris, 1990. « Miss Dior », *RMN-Grand Palais*, 2013. « N°5, Culture Chanel », *Palais de Tokyo*, Paris, 2013. « La Petite robe noire », *Boutique Guerlain des Champs Élysées*, Paris, 2015.

standardisation d'usage des dispositifs de diffusion<sup>423</sup>, il est à envisager que la nature non olfactive d'une exposition traitant d'une thématique qui le soit, relève davantage du parti pris que du manque de moyens<sup>424</sup>. Ceci suggère que pour relever de l'exposition olfactive, l'odeur d'une programmation doit enfin émaner de l'intention du concepteur. Le musée n'étant en effet pas inodore et les odeurs relevant couramment de l'anecdote, il peut arriver qu'à la manière des œuvres de Blazy, saillamment odorantes sans que cela soit leur première vocation<sup>425</sup>, une exposition se révèle accidentellement et non intentionnellement odorante. L'intentionnalité forgeant pourtant l'exposition<sup>426</sup>, une dimension odorante non résultante de la volonté du concepteur ne peut par conséquent suffire à l'octroi du titre d'exposition olfactive<sup>427</sup>. Qui dit « odeur intentionnelle » dit par ailleurs « odeur indexée », car s'il est aisé de comprendre en pénétrant l'exposition de Klein<sup>428</sup> que le « vide » relève de sa volonté, le cheminement s'avère moins évident lorsqu'il s'agit d'assimiler qu'une odeur est sciemment diffusée pour être perçue dans un parcours de visite. Indexer la présence d'une odeur permet également d'y attirer l'attention du visiteur, désormais capable de la percevoir et plus avant, d'en témoigner, participant ainsi à l'établissement d'une reconnaissance des expositions olfactives capable de leur survivre et donc, d'écrire leur histoire. La considération qui fut toutefois et jusqu'à présent faite de l'odeur des expositions comme relevant d'un « média d'information complémentaire »<sup>429</sup> ne justifiait a priori que l'on s'y attarde dans de telles mesures. De fait, l'histoire de l'exposition olfactive, bien qu'elle ne soit pas nouvelle, ne fait encore qu'émerger

---

<sup>423</sup> BARBET Virginie, LEHU Jean-Marc, BREESE Pierre, *Le marketing olfactif : Une approche créative, commerciale et juridique du parfum et des odeurs*, Les Presses du management, Paris, 1999.

<sup>424</sup> « Just a second » est une exposition numérique conçue par Rebecca Lamarche-Vadel, commissaire d'exposition rattachée au Palais de Tokyo, quant au parfum n°5 L'eau de Chanel.

<https://www.youtube.com/watch?v=KAIL9Wbz6qU>, consulté le 25/12/18.

<sup>425</sup> PAULHAN Camille, *Du périssable dans l'art des années 1960-1970*, thèse, Paris, 2014.

<sup>426</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.11.

<sup>427</sup> Raison pour laquelle je ne retiendrai pas les expositions d'artistes utilisant des matériaux naturellement odorants sans que cet aspect participe à la problématisation de leurs œuvres, comme les expositions d'*Arte povera* ou d'art dit « périssable ».

<sup>428</sup> KLEIN Yves, « La Spécialisation de la sensibilité à l'état matière première en sensibilité picturale stabilisée » *Galerie Iris Clert*, Paris, 1958.

<sup>429</sup> MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Harmattan, Paris, 2009, p. 149.



et, pareillement à celle de « l'art olfactif »<sup>430</sup>, s'érige par analogies avec celles de la parfumerie et des dispositifs de diffusion.

Cependant, et relativement aux rapports établis par les jurys d'expositions universelles, il semble que cette histoire puisse au moins remonter à 1867, mention y étant faite de « vaporisateurs » ayant permis aux parfumeurs exposés de compléter la scénographie de leurs espaces par la propagation de leurs compositions<sup>431</sup>. Peuvent être successivement évoquées les odorisations performées par Duchamp au cours des expositions internationales du surréalisme de 1938 et 1959, la première avec du café grillé, la seconde, avec le parfum *Flatterie* de Houbigant, lesquelles ne trouvent a priori succession qu'après le prix Nobel de 2004, ayant certainement ouvert la voie à la multiplication des collaborations entre institutions culturelles et industries de la parfumerie, dont découle la grande majorité des expositions olfactives<sup>432</sup>.

---

<sup>430</sup> Dénomination ayant été proposée dans JAQUET Chantal, *L'art olfactif contemporain*, Garnier, Paris, 2015, et renvoyant à la pratique d'artistes plastiques accordant, au sein de leurs médiums d'expression, une place privilégiée à l'odeur.

WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », *Sens public*, 14/03/2018, p.7. « *La création artistique en matière d'olfaction dépend aussi, en grande partie, des procédés de synthétisation et de diffusion des odeurs, de sorte qu'en ce qui concerne l'art olfactif, l'histoire esthétique est intriquée avec une histoire des dispositifs d'odorisation ou des médias olfactifs, mais aussi avec une histoire de la maîtrise des odeurs comme moyen de communication.* »

<sup>431</sup> BARRESWIL, *Rapport du jury international*, Exposition universelle, Paris, 1867, tome 3, groupe 3, classe 25, p. 421. « *Pour diverses préparations de parfums à brûler, la nomenclature des odeurs est très restreinte, c'est pourquoi on a cherché à les remplacer par d'autres moyens de disperser les parfums : ainsi M. Rimmel et M. Raynaud ont exposé des vaporisateurs basés sur la division mécanique des senteurs par la vapeur d'eau. [...] Tel est le charmant vaporisateur, formé de deux tubes de verre qui rappelle l'injecteur Giffard. Un autre consiste dans un tube d'étain rempli de liquide parfumé, ce liquide n'a d'autre issue possible qu'une petite ouverture capillaire par laquelle s'échappe, quand on comprime le tube, le mince jet de parfum qui, se divisant dans l'atmosphère, forme comme un brouillard odorant. Ces flacons malléables et les procédés de pulvérisation des liquides, qui ont reçu en médecine des applications nombreuses, ont donné à M. Pivert un moyen de faire apprécier au public la senteur de ses parfums.* »

BENILAN, *Rapport sur la parfumerie*, Exposition universelle, Paris, 1878, groupe 3, classe 28, p.2. « *Agnel, Parfumeur : Inventeur de l'Odorisation des salons. Nouveau système pour répandre les parfums, assainir et rafraîchir les appartements et se parfumer soi-même. Article déposé, propriété exclusive de la Maison. Grand choix de modèles depuis les plus courants jusqu'aux plus riches.* »

<sup>432</sup> « Odeurs des Alpes », *Musées Nationaux Suisse*, Schwytz, Suisse, 2004, collaboration avec la société de composition Givaudan, mentionnée par MAGNOL Jacques, « Quoi de plus mystérieux qu'une odeur ? », *GenèveActive*, 27/05/05, <https://www.geneveactive.ch>, consulté le 25/12/18.

L'émergence successive, à partir de 2005, des blogs consacrés à la critique de parfum<sup>433</sup>, l'influence qu'exerça leur voix sur l'industrie de la parfumerie, et l'explosion conséquente de la production de cette dernière courant 2012<sup>434</sup>, eurent pour effet, et afin de déjouer le sentiment de saturation provoqué par le marché, une plus grande contribution de l'industrie à la médiatisation du parfum comme relevant de l'œuvre d'art et donc, de l'unique<sup>435</sup>. Cette stratégie passant évidemment par le médium de l'exposition olfactive, son expression la plus marquante demeure « The Art of Scent. 1889-2012 » organisée au Museum of Art and Design de New York par Chandler Burr, journaliste spécialisé en parfumerie reconverti en commissaire d'exposition, à la fin de l'année 2012. Résolvant progressivement les contraintes relatives à la monstration d'un médium invisible, l'exposition olfactive conquiert par ailleurs les artistes travaillant avec l'odeur de manière intentionnelle et privilégiée, l'exemple le plus saillant en

---

« Essences insensées », *École Nationales Beaux-Arts*, Paris, 2006, organisée par Anne-Pierre d'Albis dans le cadre du parcours Saint-Germain en collaboration avec Givaudan, mentionnée dans WALTER Frédéric, « Art et parfum : de la fascination à la co-création », *Mode de recherche*, Institut Français de la mode, n° 11, p. 18.

« L'Inde des sens », *Galerie Asia*, Paris, 2008, organisée par Véronique Durruty, en collaboration avec la société de composition Firmenich, <http://veroniqueurruty.free.fr>, consulté le 25/12/18.

<sup>433</sup> BEAULIEU Denyse, « Blogs parfums, quand les amateurs deviennent émetteurs », *Musée International de la parfumerie*, Grasse, conférence du 24 septembre 2015.

<sup>434</sup> CASTEL Mathilde, *Le patrimoine olfactif : un placebo à l'appréhension de la perte*, mémoire, Paris, 2015, p. 17. « Il faut savoir qu'en 1992, le nombre de lancements mondiaux ne dépassait pas les 100 parfums. En 2002, le chiffre était encore inférieur à 500. Mais en 2012, ce n'est pas moins de 1330 parfums qui ont été lancés à travers le monde. [...] Afin d'illustrer la mutation exponentielle de la parfumerie en industrie, les designers néerlandais Lernert et Sander ont réalisé en 2013 une œuvre intitulée *Everything*. Cette dernière consiste à mélanger au sein d'un même flacon d'un litre et demi de contenance, 1200 parfums ayant été lancés en 2012. Y figurent notamment *La petite robe noire* de Guerlain (classé dans le top 10 des ventes selon une étude du NPD avec une recette de 40 millions d'euros), *La vie est belle* de Lancôme (classé avec 23 millions), *One million* de Paco Rabanne (classé avec un peu plus de 30 millions), *Manifesto* de Yves Saint Laurent, *Fame* de Lady Gaga, *Lumière blanche* d'Olfactive studio ainsi que *l'Heure vertueuse* de Cartier. » LERNERT & SANDER, *Everything*, proposé à la découverte du 1er au 9 Mars 2013 au concept store Colette à Paris, <https://vimeo.com/60555406>, consulté le 25/12/18.

<sup>435</sup> « Le ministère est au parfum », *Ministère de la culture et de la communication, Palais Royal*, Paris, 2012. Exposition proposée à l'occasion de la remise des insignes de chevalier des Arts et des Lettres aux parfumeurs : Daniela Andrier (Givaudan), Françoise Caron (Takasago), Olivier Cresp (Firmenich), Dominique Ropion (IFF), Maurice Roucel (Symrise). Notons que ces parfumeurs appartiennent à des sociétés de composition, et non à des maisons de parfum, ce qui pourrait en partie expliquer la réponse des expositions « Miss Dior » et « N°5, Culture Chanel » organisées l'année suivante à l'initiative respective de leurs maisons, « La petite robe noire » de Guerlain ne leur succéda qu'en 2015.

étant « Belle haleine : l'odeur de l'art » organisée au musée Tinguely de Bâle par la commissaire Annja Müller-Alsbach, en 2015<sup>436</sup>. Mais le musée, incarnant la scène où se jouent et s'enchaînent les représentations de l'exposition olfactive, en demeure pourtant un faible initiateur, lui préférant encore l'accessoire de l'odorisation, que cette dernière contribue à l'implémentation de son ambiance<sup>437</sup> ou de sa médiation<sup>438</sup>. Parfumeurs et artistes seraient ainsi les principaux protagonistes de l'exposition olfactive, hybridant leurs démarches malgré des intérêts fondamentalement divergents et ce faisant, j'y reviendrai<sup>439</sup>, rendant relativement incertaine la projection de son avenir. Si le musée persiste en effet à contempler la situation sans y prendre position, l'exposition olfactive pourrait bien rapidement devenir aussi anecdotique que son médium.

### 3.2.1 La transparence

Pourquoi le musée, puisqu'originellement cadre d'expérience visuelle<sup>440</sup>, se soucierait en effet d'œuvrer au développement d'expositions où il n'y aurait rien à voir ? Exposer l'olfactif revenant, à priori, à exposer l'invisible, quel pourrait être pour l'institution muséale l'intérêt de se livrer à ce genre strip-tease<sup>441</sup> ? Si toute exposition peut être conçue comme l'adresse du

---

<sup>436</sup> Mais également « The olfactive project », *Le laboratoire*, Paris, 2013, avec la contribution de Marlène Staiger. « La douche froide », *Musée international de la parfumerie*, Grasse, 2014, organisée par Boris Raux. « The smell of war », *Château de Lovie*, Poperinge, Belgique, 2015, organisée par Peter de Cupere. « Reconstruction », *Galerie Mianki*, Berlin, Allemagne, 2015, organisée par Christophe Laudamiel. « Anosmie : vivre sans odorat », *Espace Pierre-Gilles de Gennes*, Paris, 2015, organisée par Éléonore de Bonneval. « Voyage dans les sens », *Maison du Japon*, Paris, 2015. « Synesthesia project », *Galerie Miguel Justino*, Lisbonne, Portugal, 2015, organisée par Gabriel Garcia et Miguel Matos. « Perfume art project », *Festival Parasophia*, Kyoto, Japon, 2015, organisée par Yoko Iwasaki...

<sup>437</sup> « Jardins » *RMN-Grand Palais*, Paris, 2017, avec Sophie Radix, « Fernand Khnopff, le maître de l'énigme », *Petit Palais*, Paris, 2018, avec Fabienne Cousin. Rajouter références.

<sup>438</sup> « Parfum de Chine, la culture de l'encens au temps des empereurs », *Musée Cernuschi*, Paris, 2018, organisée par Éric Lefebvre. Rajouter références.

<sup>439</sup> Se reporter au chapitre 3, section Art.

<sup>440</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.241. « L'institution muséale a pour elle l'évidence des choses observables. »

<sup>441</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997, p. 68. « Et regardez ! Mesdames et messieurs, il enlève la perspective, et maintenant il enlève l'imitation, et attention ! Toujours plus fort ! Il enlève le tableau ! »

message d'un concepteur, par les objets, à d'un visiteur<sup>442</sup>, Davallon souligne que son média ne parvient jamais à la réunion de ces trois éléments, l'apparition d'un objet dépendant à ce point de la disparition du concepteur<sup>443</sup> que lors de sa réception par le visiteur, elle en vient à l'éclipser totalement<sup>444</sup>. De fait, si l'exposition est un « média de la présence »<sup>445</sup>, elle est celui de l'amputée, or l'odeur, je l'évoquais à propos du diagnostic des musealia, est bel et bien un médium de la présence, favorisant la réunion physique, dans les réserves et autour d'un objet, d'un conservateur et d'un parfumeur. Or, c'est ici par le biais d'une autre de ses caractéristiques qu'elle se révèle également capable de réunir, toujours autour d'un objet, mais dans l'exposition, le concepteur et le visiteur : son invisibilité ou plutôt, sa transparence.

Desmet soutint en 2012 une thèse en partie consacrée à la représentation des expositions « vides »<sup>446</sup>, par l'intermédiaire desquelles elle entreprit l'étude de « *la disparition de l'œuvre comme corollaire de l'invention d'un véritable dispositif socio-symbolique* »<sup>447</sup>. L'exposition « vide » étant ici conçue comme média de mise en tension d'éléments connexes autres qu'elle-même, n'est pas sans fournir quelques éclairages quant aux intérêts que peut avoir le musée à

---

<sup>442</sup> DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Op cit. p. 150.

<sup>443</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.191.

<sup>444</sup> Ibid. p.29. « *Le visiteur se met en relation non avec un acteur en train de jouer, mais avec les objets qui sont en situation de monstration. Or, une quelconque analyse de n'importe quelle exposition montre, à l'évidence, que l'objet ne renvoie pas vers l'auteur qui a construit celle-ci. Même la mise en scène, qui pourtant relève du bon vouloir du producteur, est considérée comme étant d'abord au service de ce qui est montré (les objets) avant même d'exprimer – et d'être autorisée à exprimer – la vision d'un producteur. Ce point essentiel peut être reformulé en disant que l'univers construit par l'interprétation que le visiteur opère de la mise en scène est plus un univers rattaché à l'objet qu'un univers visant à exprimer le producteur : il est plus « orienté objet » qu'« orienté auteur. » »*

DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Op cit. p. 163. « *Car si ex-poser, c'est toujours pro-poser, visiter une exposition, c'est composer, dans les deux sens du terme : celui de produire une combinatoire, et celui de s'accommoder. S'accommoder : pactiser, négocier. Visiter une exposition, c'est négocier son rapport à l'exposé (et donc, nécessairement à l'exposant.) Ce dernier étant, d'une façon ou d'une autre, un énonciateur institutionnel de culture, c'est son rapport au savoir, que le sujet, par exposition inter-posée, négocie. »*

<sup>445</sup> Ibid. p. 143.

<sup>446</sup> DESMET Nathalie, *Les expositions « vides » : économies et représentations (1957-2010)*, thèse, Paris, 2012.

<sup>447</sup> DESMET Nathalie, « L'art de faire le vide. L'exposition comme dispositif de disparition de l'œuvre » *Nouvelle revue d'esthétique*, n°8, 2011, p.41.

s'investir dans le développement de l'exposition olfactive<sup>448</sup>, le premier étant de favoriser la réapparition du concepteur dans le processus de réception de son exposition par un visiteur. Si l'exposition amplifie en effet la dimension visible des objets au point qu'ils parviennent à évincer le concepteur de leur agencement, mettre l'accent sur leur dimension invisible serait en faveur de l'apparition d'éléments étant habituellement éclipsés. Par son invisibilité, l'exposition olfactive contribuerait ainsi à révéler l'ensemble de ses acteurs, la théorie du « vide » permettant de la concevoir comme diffraction d'une sur-visibilité gratifiant tour à tour le dispositif, le concepteur et l'institution. « *Si les œuvres invisibles ne peuvent être regardées, ni contemplées, comment le visiteur peut-il en faire l'expérience ? C'est leur dispositif d'exposition qui évite l'imperceptibilité totale* »<sup>449</sup>. Si l'exposition olfactive met en avant l'odeur des muséalia au détriment de leur visibilité, admettons par exemple que l'espace soit plongé dans le noir, elle contribue dans un premier temps à rendre « *visible les signaux qui font le contexte de monstration et l'idéologie qui s'y cache* »<sup>450</sup> et donc, à opacifier son propre dispositif. La quête du concepteur vient en succédant car si le geste expositif est, par nature, doublement déictique : « *en montrant l'objet on se montre, car le doigt qui point est attaché à un corps, à une personne* »<sup>451</sup>, « *l'invisibilité conduit presque systématiquement à chercher du sens dans l'intention de l'auteur* »<sup>452</sup>, la manière dont j'ai précédemment introduit les références de quelques expositions olfactives pouvant ici en rendre compte. A l'heure où le commissariat d'exposition ne relève plus des missions afférentes au conservateur, où les parfumeurs se veulent artistes et les artistes, parfumeurs, mais également où tout le monde peut a priori se décréter curateur, identifier le concepteur d'une exposition olfactive devient décisif à son assimilation, permettant notamment la mesure de sa crédibilité sur un plan institutionnel<sup>453</sup>. Car

---

<sup>448</sup> Se reporter à l'annexe n°3, CASTEL Mathilde, « Odorama. L'instinct olfactif de la Fondation Cartier pour l'art contemporain », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, pp. 233-281.

<sup>449</sup> DESMET Nathalie, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir » *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p.86.

<sup>450</sup> DESMET Nathalie, « L'art de faire le vide. L'exposition comme dispositif de disparition de l'œuvre » *Nouvelle revue d'esthétique*, n°8, 2011, p.42.

<sup>451</sup> DESMET Nathalie, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir » *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p.87.

<sup>452</sup> Ibid. p.86.

<sup>453</sup> Les Soirées nomades Odorama de la Fondation Cartier ont par exemple été organisées par Hervé Mikaeloff, diplômé de l'école du Louvre, actuellement conseiller artistique pour la maison Louis Vuitton, qui intervint également dans l'organisation des expositions « India of the senses » et « Miss Dior ». « The Art of scent » fut organisée par Chandler Burr, ancien journaliste spécialisé parfumerie reconverti en commissaire d'exposition, dit

c'est bien à l'institution que profite en dernier lieu la visibilité émanant de l'invisibilité de l'odeur<sup>454</sup>, la révélation de son complexe résultant des apparitions successives du concepteur et des dispositifs de monstration, l'exposition olfactive pourrait ainsi constituer « *une première étape dans l'extension de ses prérogatives* »<sup>455</sup>. Contribuer au développement de l'exposition olfactive, bien que cela semble a priori contradictoire avec les prérequis du musée, serait donc en réalité une stratégie salutaire, lui permettant de prouver en l'exploitant, qu'il est en vérité capable de tout exposer<sup>456</sup>. L'invisibilité de l'odeur devient ainsi transparence<sup>457</sup>, favorisant l'accès à un ailleurs<sup>458</sup>, maximisant les perspectives de relation résonante à la réalité culturelle et plus avant, au monde dont elle rend compte.

### 3.2.2 *L'actualisation de la muséologie d'objet*

Obrist écrit que « *chaque exposition doit inventer une nouvelle règle du jeu* »<sup>459</sup>, or, l'appréhension de la dimension olfactive des musealia en contexte expographique, conçue comme actualisation résonante de la phase de présentation de la muséologie de Stránský, ne correspond en rien à l'exposition olfactive telle qu'elle est actuellement en train de se propager. Davallon distingue en effet trois types de muséologies s'entrelaçant à différents degrés au sein de chaque exposition, respectivement dites « d'objet », « d'idée » et de « point de vue ». La

---

désormais « conservateur de l'art olfactif » du MAD à New York. Effet papillon, feu le Grand musée du parfum était piloté par un entrepreneur issu de la téléphonie.

<sup>454</sup> DESMET Nathalie, « De l'invisible comme un service artistique », *Marges*, n° 8, 2008, p. 98.

<sup>455</sup> DESMET Nathalie, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir » *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p.88. Ibid. p. 90. « *Au caché, au secret lié à l'institution muséale traditionnelle repliée sur le sacré, l'institution contemporaine montre en toute transparence qu'elle a compris les leçons de la démocratie – sans pour autant intégrer celles de la démocratisation – qu'elle est libérale, au sens noble du terme, quitte à ce que cela l'exonère parfois de donner les outils nécessaires à la compréhension.* »

<sup>456</sup> Ibid. p.90. « *Derrière l'idée que tout peut s'exposer, même l'invisible, l'idéologie de la transparence se pose en stratégie de communication de l'institution. La transparence affichée par l'œuvre invisible lui permet de se donner une image libérale, et de laisser penser qu'elle se place dans une tradition d'avant-garde.* »

<sup>457</sup> Ibid. p.89. « *Ainsi, plutôt que d'invisibilité de l'œuvre, il faudrait parler de sa transparence – la qualité qu'elle a de laisser voir ce qui se trouve derrière – et de sa capacité à servir de métaphore pour l'institution qui aurait la possibilité d'informer complètement sur son fonctionnement, ses pratiques et de prouver qu'elle peut tout exposer, même ce qui se détourne du visible, même de l'intangible.* »

<sup>458</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.143.

<sup>459</sup> OBRIST Hans-Ulrich, *Les voies du curating*, Manuella, 2015, Paris, p. 81.

première favorise la présentation des objets de collection, comprenant deux pôles actoriels interagissant en sa matrice communicationnelle autour de l'objet<sup>460</sup>, et privilégiant l'orientation de son dispositif de monstration vers l'unité élémentaire de la vitrine. La seconde soutient la présentation et la transmission des savoirs, sa matrice communicationnelle se définissant par l'élaboration d'outils capables d'optimiser la prise d'informations par le visiteur, elle oriente son dispositif de monstration vers l'unité de l'interactif<sup>461</sup>. La troisième promeut enfin une présentation centrée sur le visiteur, objets et savoirs y étant agencés comme « *matériaux pour la construction d'un environnement hyper-médiatique dans lequel il évolue* »<sup>462</sup> afin d'adopter plusieurs points de vue sur le sujet traité, sa matrice communicationnelle se caractérisant ainsi par des scénographies fortes recourant abondamment aux nouvelles technologies. Conçu comme « *média d'information complémentaire* »<sup>463</sup>, il arrive que la muséologie d'idée ait ponctuellement recours au médium olfactif<sup>464</sup>, toutefois, son caractère immergeant et sa capacité

---

<sup>460</sup> DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? » *Publics et Musées*, n°2, Regards sur l'évolution des musées, 1992, p. 113. « *La matrice communicationnelle est alors constituée de deux pôles actoriels : celui qui d'un même geste conserve et présente le patrimoine (le conservateur) et celui qui visite, celui qui vient rencontrer les objets (le visiteur.) Mais, compte tenu de la circularité communicationnelle tenant au fait que le savoir sert à régler à la fois le choix, la présentation et l'interprétation, le dispositif présuppose de fait une identification de ces deux pôles dans la rencontre avec l'objet : le visiteur doit avoir un peu appris comme un conservateur et le conservateur reste au fond, le visiteur le plus compétent.* »

<sup>461</sup> Ibid. p. 114. « *On comprend pourquoi une forme exemplaire de l'unité de présentation en muséologie d'idée est l'interactif. Celui-ci est un objet muséal qui est la matérialisation de la relation prévue entre un visiteur-modèle et un savoir, et qui est en même temps l'objet d'une rencontre offert à chaque visiteur concret.* » [...] « *A l'autre extrémité de la chaîne, les visiteurs ne sont plus appréhendés comme un public au sens précédemment défini, mais ils sont classés en diverses catégories d'utilisateurs selon des critères fonctionnels (ceux qui savent, ceux qui sont intéressés, ceux qui peuvent aider les autres...)* »

<sup>462</sup> Ibid. p. 115. « *Ces objets complexes sont ainsi des sortes de « méta-objets » ou des « hyper-textes » qui proposent au visiteur non plus de parcourir une exposition dans laquelle il verrait ou rencontrerait des objets, des vitrines, des vidéos, des panneaux ou des interactifs, mais d'abord de naviguer à l'intérieur de la matérialisation d'un espace imaginaire qui sert d'enveloppe à ce qu'il rencontre. La modalité d'accès au « monde utopique » de l'exposition s'inverse : ce n'est plus la rencontre d'objets matériels – qu'ils soient naturels, artefacts ou outils – mis en espace dans l'exposition qui sert d'entrée vers ce monde, mais c'est la matérialisation de ce monde qui va servir d'enveloppe à la rencontre avec des objets.* »

<sup>463</sup> MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Harmattan, Paris, 2009, p. 149.

<sup>464</sup> « La cave aux arômes », *Cité des vins de Bourgogne*, Beaune, depuis 2002. « Nuit », *Muséum National d'Histoire Naturelle*, Paris, 2014.

de reviviscence mémorielle aidant, c'est bien dans la muséologie de point de vue qu'il se révèle susceptible de conquérir une exploitation favorite et régulière<sup>465</sup> au cours des prochaines années. Ce faisant, il se fait évident que l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia en contexte expographique ne puisse que procéder d'une certaine actualisation de la muséologie d'objet et donc en effet, de l'invention d'une nouvelle règle du jeu. Car si la dimension olfactive des expôts peut contribuer à l'octroi de l'« en-plus »<sup>466</sup> dont parle Davallon, elle nécessite pour ce faire, que lui soit adapté leur actuel dispositif de monstration, la traditionnelle vitrine pouvant par exemple et plus avant, favoriser la propagation de l'espace spécifique des objets<sup>467</sup>, ajustements au-delà desquels « *se profile en réalité la possibilité de mettre en place de nouvelles modalités d'accès aux objets du patrimoine* »<sup>468</sup>, et ce faisant, la nécessité de poursuivre le développement des dispositifs dits « olfactifs ».

*Images à suivre, de haut en bas, de gauche à droite :*

*Exposition internationale du surréalisme, Étude de la première scénographie de Marcel Duchamp, 1938*

*Hypothèse de grue, Carsten Höller et François Roche, Exposition Belle Haleine : l'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, 2015*

*FEAR 1/8, The FEAR of smell, Sissel Tolaas, Museum of Modern Art, Louisiana, 2009*

*Exposition The Art of Scent 1889-2012, Museum of Art and Design, New York, scénographiée par Diller Scofidio + Renfro, 2013*

*Exposition The Art of Scent 1889-2014, rééditée au Circulo de Bellas Artes de Madrid, scénographiée par Cano Estudio, 2015*

*Exposition n°5 Culture Chanel, Palais de Tokyo, Paris, 2013*

---

<sup>465</sup> « Le parfum dans tous les sens », *Jardins du Palais Royal*, Paris, 2015. « Le sentiment de la licorne », *Musée de la Chasse et de la Nature*, Paris, 2017.

<sup>466</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.192.

<sup>467</sup> Voir par exemple la vitrine conçue par Peter de Cupere pour la présentation de sa *Salt flower*, dans le cadre de l'exposition « *Ecce Homo. See human* » en 2017 : <http://www.peterdecupere.net>, consulté le 3/01/19.

CASTEL Mathilde, « Olfactique muséale : de l'espace expographique au cadre de l'œuvre », *Nouveaux territoires de l'expérience olfactive*, MétisPresses, Genève, 2019, à propos de l'exposition *Belle Haleine : l'odeur de l'art* : « *Les œuvres d'une quarantaine d'artistes y étaient entreposées sur 1200m<sup>2</sup> de white cube, avec un aménagement spécifique pour les œuvres odorantes. Les moins diffusives étaient présentées sous vitrine, certaines étant équipées d'un cylindre se terminant en passoire pour permettre au visiteur d'hummer les œuvres, les plus imposantes étaient isolées dans des pièces closes.* »

L'expérimentation d'une « vitrine olfactive » a par ailleurs fait l'objet d'une participation à l'édition 2017 du workshop « *Adapte ma thèse : le musée de demain* » organisée par la Cité des sciences et de l'industrie. <http://carrefour-numerique.cite-sciences.fr/blog/adapte-ma-these-recit-dune-journee-dexperimentation>, consulté le 27/12/18.

<sup>468</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Op cit. p.198.





### 3.3 LES DISPOSITIFS

Agamben écrit qu'il ne semble plus y avoir d'instant de la vie qui « *ne soit modelé, contaminé, ou contrôlé par un dispositif* »<sup>469</sup>, au sens de « *tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants* »<sup>470</sup>. Particularisé au contexte muséal, un dispositif peut être compris comme la concrétisation de l'intention d'une exposition, par la mise en place d'environnements aménagés visant l'optimisation de création d'effets sur les corps et les esprits<sup>471</sup>, comme coproduction d'expérience par actualisation d'intentions déterminant la rencontre, dans un contexte social et économique donné, des objets, acteurs et institutions<sup>472</sup>, comme une machine enfin capable de faire émerger la réalité de notre choix<sup>473</sup>. Or, bien qu'une certaine tolérance soit théoriquement reconnue au dispositif de type muséal<sup>474</sup> quant au ménagement de ses effets<sup>475</sup>, le pragmatisme de sa déclinaison olfactive ne peut véritablement consentir à l'approximatif, un dispositif opérant de manière imprécise faisant inévitablement encourir à la dimension olfactive le risque d'être imperçue et donc, éludée. De l'impératif incombant ainsi à l'optimisation de la performance d'un dispositif olfactif, entendu comme appareil capable d'assurer la diffusion paramétrée d'un odorant dans un contexte donné, découle le caractère « clé en main » de la plupart de ses offres, les sociétés de diffusion<sup>476</sup> assurant simultanément la production des sources odorantes et des technologies afférentes à leur diffusion, ainsi que leur maintenance

---

<sup>469</sup> AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Paris, Payot, 2007, p. 34.

<sup>470</sup> Ibid. p. 31.

<sup>471</sup> MEON Jean-Matthieu, « Les dispositifs artistiques et culturels », *Dispositifs artistiques et culturels, Création, institutions, public*, Bord de l'eau, Paris, 2011, p. 9.

<sup>472</sup> Ibid.

<sup>473</sup> GOFFMAN Erving, *Les cadres d'expérience*, Minuit, Paris, 2013, p. 13.

<sup>474</sup> BERTEN André, « Dispositif, Médiations, Créativité : Petite généalogie », *Hermès*, n°25, Mars 1999, p. 42.

<sup>475</sup> MICHAUD Yves, Critères esthétiques et jugement de goût, Fayard, Paris, 1999, p. 37. « *Il arrive que l'effet recherché ne se produise pas (ratage par absence d'effet), ou que l'effet produit ne soit pas l'effet recherché (malentendu sur les effets) ou que l'effet perçu ne soit pas l'effet voulu (incapacité perceptive.) La relation, dans son principe, n'a cependant nullement besoin d'être adéquate.* »

<sup>476</sup> Telles Scentys, Scentair, Sigmacom, Olfacom, Exhalia, La guilde, Odoravision, AC2i-Olfacom...

Se reporter à l'annexe n°3, SUISSA David, « Les dispositifs olfactifs Scentys », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 76-80.

respective in situ<sup>477</sup>. De fait, au détriment de techniques d'odorisation jusque-là improvisées<sup>478</sup> et potentiellement nuisibles pour les œuvres exposées<sup>479</sup>, cette globalisation permet l'expansion de la dimension olfactive intentionnelle au musée, ainsi que l'optimisation des moyens de son appréhension par le visiteur. Toutefois, l'offre ne dissociant plus la conception des techniques de diffusion de celle de leurs odorants, un second effet consiste en ce qu'il peut désormais sembler saugrenu pour un musée de chercher à faire sentir autre chose que ce qui peut être fourni par un prestataire spécialisé, c'est-à-dire du parfum. Entre autres, la standardisation de l'offre forgeant son attractivité pour des institutions demeurant étrangères aux singularités d'usage du médium olfactif, la création de dispositifs sur-mesure, pouvant notamment favoriser l'adaptation des techniques de diffusion à d'autres sources odorantes que celle des jus, ne fait actuellement pas partie du catalogue des prestations proposées par les sociétés de diffusion.

---

<sup>477</sup> Globalisation relativement récente de l'offre, comme permet d'en témoigner ce mail adressé par la société de diffusion Prolitec à la Fondation Cartier pour l'art contemporain en novembre 2003, soit quelques jours avant le lancement des soirées nomades Odorama : « *Concernant les questions que vous avez formulées lors de notre entretien, j'ai demandé conseil à un ancien commercial et technicien de Prolitec, voici ses réponses, j'espère qu'elles seront limpides. Il n'existe pas de système télécommandable à distance. Toutefois, vous pouvez trouver des prises télécommandées chez un quincaillier. Voire, si votre installation électrique le permet, gérer la mise en marche des diffuseurs en actionnant leur prise électrique en amont. Exemple : Si vous programmez la diffusion à 20h30 et commencez le spectacle à 21h, et que vous avez une prise à rallonge, vous pouvez la brancher au moment désiré et le diffuseur se mettra automatiquement en marche, sachant qu'il a été programmé pour démarrer plus tôt. Il n'y a pas de système d'accroche prévu sur les diffuseurs. En revanche, il est possible d'installer une vis à l'arrière de la partie droite du diffuseur de sorte à pouvoir le suspendre. Le diffuseur doit rester en position verticale et droite, sinon le liquide ne pourra pas rentrer dans le conduit de la tête de nébulisation. Pour installer un tuyau, mettez un de ses embouts sur le bec de la tête de nébulisation située dans la partie gauche de l'appareil, retirez la grille d'évacuation noire située sur le dessus de la partie gauche du diffuseur, et faites passer le tuyau par le trou occasionné. Une précaution toutefois : veillez à ce que le tuyau forme un triangle, c'est-à-dire, passe par un sommet. Le tuyau devra donc à sa sortie du diffuseur, monter d'une manière verticale jusqu'à un point, et éventuellement descendre de l'autre côté de ce sommet. J'espère avoir été claire. »*

<sup>478</sup> CASTEL Mathilde, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La lettre de l'OCIM*, n°180, 2018, pp. 22-29.

<sup>479</sup> Se reporter à l'annexe n°3, BOUTELLIER Marion, « Les tableaux ont-ils une odeur ? Le cas du musée Fabre », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, pp. 192-199.

Ainsi, ce que nous qualifions de « dispositifs olfactifs au musée »<sup>480</sup> ne renvoie en réalité qu'aux outils de l'aliénation<sup>481</sup>, contribuant à mettre à notre portée une réalité plus complaisante que celle du monde véritable, étant pour ainsi dire les mêmes que ceux exhalant des relents de cuir neuf dans une Golf 1, de muguet aux abords d'une zone industrielle, et pourquoi pas, de barbe à papa au détour de la Joconde.

Nous savons que Rosa ancre la perspective résonante dans les sensibilités existentielles du fait qu'en le corps, le phénomène d'accélération trouverait a priori sa limite<sup>482</sup>, ce dont l'aliénation n'a cure, car si le monde peut être parodié, le corps peut être travesti. McLuhan écrit que l'homme n'a en effet cessé de prolonger son corps dans l'espace, ajoutant les chaussures à ses pieds, puis les rollers, le skateboard, le hoverboard et plus récemment, la roue électrique, allongeant sa main par la plume, puis le stylo, le clavier et maintenant, l'écran tactile, portant plus loin sa voix par le cri, puis le mégaphone et enfin, les micros connectés, étendant sa peau par le vêtement et ses versions numériques<sup>483</sup>, décuplant sa vue par le monocle, puis les lunettes, celles connectées et aujourd'hui, le casque de réalité virtuelle, approchant ce faisant

---

<sup>480</sup> Se reporter à l'annexe n°3, CASTEL Mathilde, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit.

<sup>481</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Op cit. p. 192. « Nous avons donc pu constater un double péril suscité par l'état du corpus olfactif dans la société contemporaine. [...] Un pouvoir de l'atmosphérique odorant qui nous transforme subrepticement et nous livre aux aléas du marketing. Ce péril est d'autant plus grave qu'il nous a semblé entrevoir dans la démarche occasionnelle de désodorisation le signe d'une précarité humaine, d'une nudité existentielle, essentielle sans doute, mais particulièrement ressentie par l'homme contemporain dont la relation aux odeurs semble exprimer une pathologie profonde, à la fois comme carence de constitution de racines existentielles et comme perte de dynamisme, d'élan vers le monde sensible. »

<sup>482</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 112. « La logique d'accroissement de la société moderne, qui repose sur une croissance permanente, une accélération continue et une densification de l'innovation, a des incidences sensibles sur le corps humain et trouve en lui une de ses limites. Cette limite s'observe partout où le corps humain est devenu trop lent pour effectuer des opérations techniquement possibles. Elle se fait jour aussi à travers la contrainte qu'elle impose régulièrement aux sujets de décélérer et de marquer une pause dans leur vie. Nous avons tendance à exploiter à l'excès nos ressources corporelles et ne nous arrêtons que lorsque notre corps nous l'impose. »

<sup>483</sup> SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2014, p. 36. « Parmi les dernières innovations, la gamme de plus en plus étendue des vêtements numériques, du fait de la miniaturisation des ordinateurs, s'annonce comme une doublure de la peau. Le textile, la toile, le fil deviennent média communiquant, non plus seulement signe distinctif, mais interface informatisée s'interposant dans la relation à autrui. »

dangereusement la phase finale que serait la simulation technologique de la conscience<sup>484</sup>. Cadre d'appréhension de la réalité culturelle, le contexte muséal se présenterait comme lieu d'expérimentation idéal pour des technologies favorisant l'accès à des réalités parallèles telles que les actuels dispositifs de prolongement du corps<sup>485</sup>, cohérence vis-à-vis de laquelle, redoutant l'écueil de la gadgetisation, Salesse invite néanmoins à la prudence<sup>486</sup>. Car si l'intermédiaire du dispositif se révèle nécessaire à l'émission d'une incitation d'ordre sensori-moteur par les éléments authentiques, contribuant de fait, à la démultiplication de l'action transitionnelle<sup>487</sup>, son effet ne doit pouvoir se dissocier d'eux. Entre autres, contribuer à rendre

---

<sup>484</sup> MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977, pp. 22-25. « *Tout prolongement, que ce soit de la peau, de la main ou des pieds, influe sur l'ensemble complexe psychique et social. [...] Le besoin de comprendre quelque chose aux prolongements de l'homme vient plus urgent d'heure en heure. [...] Les effets du médium sur l'individu ou sur la société dépendent du changement d'échelle que produit chaque nouvelle technologie, chaque prolongement de nous-même dans notre vie.* »

<sup>485</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 152. « *Les musées ont souvent été fascinés par le rêve borgésien d'une carte de l'Empire qui coïnciderait en tout point avec l'Empire lui-même, à savoir une simulation parfaite du réel ou la production d'une réalité parallèle. Or les moyens techniques dont nous disposons aujourd'hui permettent enfin cet exploit. Avec le numérique, le sensoriel n'a pas disparu, car il réapparaît sous une nouvelle forme, l'immersion polysensorielle par médias interposés : les visiocasques, les gants numériques, les capto-senseurs voire l'implantation d'électrodes, etc. Toutes ces prothèses ne relèvent plus de la science-fiction mais forment l'outil majeur de ce que l'on a appelé probablement à tort la réalité virtuelle. Le problème de la surréalité est bien une question muséale, car le musée n'a cessé de redoubler le réel en tentant de créer l'illusion pour mimer la vie même. On a rêvé parfois de transformer le musée en salle d'immersion dans une réalité expérimentale par le biais de ces techniques sophistiquées qui simulent le réel en créant artificiellement un monde de sensations multiples au point que le public risque parfois de confondre cette vie artificiellement reconstituée avec la vraie vie et ne plus faire le partage entre la réalité et le leurre. C'est l'expérience polysensorielle portée à son comble au point de provoquer une sorte de délire hallucinatoire. On est alors dans l'illusion de la « vraie chose » qui se confond désormais avec son substitut au grand dam des conservateurs.* »

<sup>486</sup> Se reporter à l'annexe n°3, SALESSE Roland, « Les beaux-arts seraient-ils anomiques ? », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. p. 85. « *Une petite réflexion personnelle concernant les visites, et particulièrement dans les musées : je trouve que le visiteur est de plus en plus équipé en gadgets : vidéos, casques, réalité virtuelle. Je redoute que l'on s'avance vers la création d'un cyber-visiteur de musée et je crois que c'est une des choses que nous devons surveiller dans les années à venir.* »

<sup>487</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.66. « *L'art ne peut remplir cette fonction d'incitation sensori-motrice que pour autant qu'il interpose entre l'homme et le monde une sorte de support intermédiaire et malléable jouant simultanément le double rôle de projection de soi et d'élément du réel, quelque chose de comparable à l'objet transitionnel de Winnicott.* »

compte d'une odeur qui soit étrangère aux muséalia suffirait à transformer la perspective de résonance muséale en situation d'aliénation privilégiée. Dès lors, comment expliquer que tous les dispositifs olfactifs obéissent a priori et infailliblement à cette logique ? McLuhan distingue les médias dits « chauds » et « froids ». Les premiers œuvrent au prolongement d'une seule modalité de perception sensorielle, cherchant à lui octroyer une plus « haute définition », ils ne laissent que peu de loisir à la participation du visiteur, et sont essentiellement de nature audiovisuelle. Les seconds prenant leur contre-pied, appellent une plus grande implication du sujet par recours privilégié à la multisensorialité<sup>488</sup>. Ce faisant, c'est évidemment aux médias chauds que tend la préférence occidentale, leur légitimité n'ayant pourtant pas été sans traverser plusieurs crises, lesquelles ont notamment contribué à la destitution du régime de vérité afférant à l'image, ainsi qu'à l'appel d'une succession passant par l'expérimentation directe de l'information<sup>489</sup>, ayant par ailleurs eu pour effet la création d'une surenchère technologique visant la production d'une réalité dont l'appréhension serait la plus crédible possible<sup>490</sup>, ressenti que le médium olfactif permet aisément de susciter. Car si les dispositifs prolongent

---

BERTEN André, « Dispositif, Médiations, Créativité : Petite généalogie », *Hermès, La Revue*, n°25, Mars 1999, p. 41. « *C'est dans cet entre-deux ou cet espace potentiel que surgissent les objets transitionnels que nous désignerons comme « dispositifs. » Les dispositifs ne sont pas le « milieu », l'environnement ou l'entre-deux, mais ils s'y disposent et s'y rendent disponibles pour autant que l'on sache qu'ils y sont immergés et que l'on ne se hâte pas de les prélever, de les isoler, de les dissocier pour en disposer techniquement, instrumentalement. »*

<sup>488</sup> MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977, p. 42.

<sup>489</sup> WEISSBERG Jean-Louis, « Dispositifs de croyance », *Hermès, La Revue*, n°25, Mars 1999, p. 170. « *Un certain régime de vérité est révolu, celui par lequel l'image enregistrée lors d'une capture directe renvoyait au caractère apparemment immuable du passé. Les formules reliant croyance et mise en forme audiovisuelle du monde, qui ont assuré les beaux jours de ces techniques, entrent aujourd'hui en crise, car au prélèvement événementiel auquel nous avons été habitués, succède désormais l'épreuve d'une animation simulée de modèles. Les nouvelles formes de présence à distance (réseaux, supports numériques interactifs) ouvrent progressivement la voie à ce qu'on pourrait nommer « l'expérimentation directe de l'information. » J'y vois la confirmation d'un processus logique. Les techniques d'enregistrement classiques sont parvenues aux limites de leur promesse de restitution audiovisuelle de la réalité. Nous exigeons désormais des images incarnées, vivantes : des moyens pour expérimenter l'actuel – et même le passé – et non plus pour en reproduire de simples traces indéformables. »*

<sup>490</sup> SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2014, p. 37. « *Pour que l'écran ne fasse plus écran, l'imagerie de synthèse est devenue immersive. Les casques de visualisation, les combinaisons et les data gloves à retour d'effort tendent à couvrir l'intégralité du champ sensoriel de l'utilisateur. Bardé de capteurs, le sujet, vêtu de sa panoplie, manipule les objets immatériels, en ressent le poids virtuel, interagit physiquement avec eux. »*

mécaniquement le corps, l'odeur y contribue de manière naturelle<sup>491</sup>, raison pour laquelle elle est instinctivement reconnue comme gage d'authenticité des choses dont elle émane et donc, outil de réalité augmentée en puissance pouvant servir la réinvention des médias chauds<sup>492</sup>, ce dont McLuhan et Parker contribuent, sans doute à leur insu, à donner exemple dès 1967<sup>493</sup>, et se manifeste désormais par un phénomène d'odorisation croissant des supports médiatiques, qu'ils soient de type papier, numérique, ou immersif<sup>494</sup>. Mais l'odeur prenant source dans un jus composé et non dans un objet de la réalité, tout aussi saisissants que puissent être sur nous les effets de sa perception, relève fatalement d'une prestidigitacion dont nous consentons l'illusion<sup>495</sup> : nous savons que notre Golf 1 ne sent pas vraiment le cuir, la zone industrielle, pas

---

<sup>491</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 87. « *Sentir l'autre ou être senti par lui, c'est toujours découvrir la part intime d'un être et pénétrer dans son intériorité. Cela tient au fait que l'odeur est l'émanation du corps, l'extériorisation de l'espace intérieur hors des frontières de la peau. L'odeur de l'autre, c'est sa chair exhalée et inhalée par moi à la fois dehors du dedans et dedans du dehors. L'autre étend son emprise sur le monde, prolonge son corps par ses odeurs.* »

<sup>492</sup> SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Op cit. p. 36. « *La réalité augmentée participe de ce processus progressif des extensions du corps en visant à accroître la performance sensorielle tout en cherchant à convaincre de la réalité introduite par les artefacts.* »

<sup>493</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Op cit. p. 89. « *MCL : Que dire des odeurs ? Dans cette sorte d'environnement, les odeurs balsamiques, de pin et de résine, devraient être saisissantes. HP : Également celle de l'eau salée. MCL : Je ne pense pas que l'odeur de l'eau salée puisse être comparée à celle des résines. HP : Cette eau salée résulte de l'évaporation de la marée. MCL : C'est celle du bois flotté. Je pense que le sens olfactif est très important pour cela. On pourrait avoir énormément de participation grâce à l'utilisation de l'odeur de pins. Comment serait-il possible de concevoir un programme olfactif dans cet univers forestier ? Ce serait formidable, ce serait comme le sel de la mer. Je pense que l'olfaction est un élément très précieux pour cette sorte d'installation.* »

<sup>494</sup> Voir à ce sujet les projets de la startup The Feelies : <https://www.thefeelies.io> dont « Ocean of air » : <https://www.marshmallowlaserfeast.com/experiences/ocean-of-air/>, ainsi que les casques et accessoires générateurs d'odeurs tels que Feelreal et Vaqso VR.

<sup>495</sup> WEISSBERG Jean-Louis, « Dispositifs de croyance », *Hermès, La Revue*, n°25, Mars 1999, p. 172. « *L'expérimentation virtuelle est-elle à l'abri de tout soupçon ? Doit-on lui reconnaître une meilleure aptitude à convoquer la vérité grâce à son expérimentabilité ? Peut-on considérer que l'ingénierie interactive serait, par nature, plus véridique, qu'elle transcrirait plus directement l'événement qu'une narration ou un reportage filmé, bref, qu'elle ne recèlerait aucune mise en scène ? Non, elle est tout simplement plus adéquate à l'esprit du temps, expérimentateur en diable.* »

WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », *Sens public*, 2018, p.5. « *Encore peu satisfaisants, les procédés d'odorisation restent stigmatisés par les douloureux échecs du cinéma en*

réellement le muguet, les natures mortes de Cézanne, certainement pas la damascone<sup>496</sup>, tout comme du reste, les lentilles ne sentent pas le parfum<sup>497</sup>. C'est par ailleurs bien parce que sa nature ne laisse présumer de ses fonctions que peut résider dans le dispositif olfactif l'arme du crime parfait dont parle Baudrillard<sup>498</sup>, l'odeur pouvant simultanément et selon l'usage qui en est fait, maintenir l'aliénation ou conduire la résonance. Point étant tranché par Deloche car « *peu importent ces prouesses où la technique flirte avec les paradis artificiels de l'alcool et de la drogue pour procurer des états seconds, le rôle du musée n'est pas là* »<sup>499</sup> car « *c'est la fonction d'évaluation de l'impact sensori-moteur des expôts qui peut à terme, contribuer à transformer le musée en laboratoire d'expérimentation sensorielle* »<sup>500</sup>. Revient ainsi l'odeur des muséalia, pour le véhicule de laquelle il n'existe encore aucun dispositif spécifique. Ce

---

*odorama des années 1950 et, loin de paraître propices à susciter un effet de réel, ils renvoient généralement à un artifice kitch. Relevant de l'expérience individuelle davantage que de l'échange interpersonnel, les usages de l'olfaction visent donc le plus souvent à créer une sensation agréable et un sentiment de bien-être, voire à stimuler et à ancrer des réflexes de consommation grâce à l'immédiateté du rapport entre olfaction, mémoire et émotions. »*

<sup>496</sup> Molécule de synthèse utilisée en parfumerie dont l'odeur avoisine celle de la pomme. Lors des visites « Des effluves et des œuvres » proposées au musée d'Orsay par Constance Deroubaix et Carole Couturier, les auditeurs sont invités à sentir de la damascone devant le tableau Pommes et oranges (1899) de Paul Cézanne.

<sup>497</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 42. « *La citation du poète Strattis : « quand vous faites cuire des lentilles, n'y versez pas de parfum » vise à montrer combien le mélange des deux espèces d'odeurs, l'odeur-saveur des lentilles et celles du parfum, est problématique car les deux sensations, l'agréable par accident et l'agréable en soi, s'opposent et produisent une certaine forme de désagrément en « faisant violence au plaisir par l'habitude » tant qu'elles ne parviennent pas à s'harmoniser et à se combiner pour apparaître sous la forme d'une seule et même sensation à l'origine de l'agrément. »*

<sup>498</sup> BAUDRILLARD Jean, *Le crime parfait*, Galilée, Paris, 1995, p. 47. « *Le crime parfait est celui d'une réalisation inconditionnelle du monde par actualisation de toutes les données, par transformation de tous nos actes et de tous les événements en information pure. »*

SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2014, pp. 35-39. « *De l'informatique à l'ingénierie biologique, les expériences bricolent le sujet en modifiant son corps. Celui-ci, tout à la fois impliqué et appliqué, mobilisé et instrumenté, nous fait franchir des niveaux de réalités différentes, des réalités multiples. « Augmentées », « virtualisées », « générées », ces réalités transgressent la notion de présence jusqu'à l'acting out paradoxal, le projet d'une disparition irréversible. [...] L'objet abouti du crime, c'est donc l'acting out, l'expulsion de l'homme par lui-même. Les tentatives répétées d'imiter, de prolonger, voire de se substituer aux organes sensoriels avec l'avènement du multimédia et l'intelligence avec la cybernétique, précipitent le cumul des prothèses motrices, sensorielles, neuromimétiques. »*

<sup>499</sup> DELOCHE Bernard, « L'irruption du numérique au musée : de la muséologie à la noologie », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 152.

<sup>500</sup> Ibid. p. 153.



faisant, si le consommable<sup>501</sup> choisi pour les actuels appareils d'odorisation contribue à les condamner à la dynamique aliénante, la compréhension de leurs systèmes pourrait a priori tout à fait laisser cours à l'expérimentation successive de leur adaptation pour d'autres types de sources odoriférantes. Étudier les outils de l'aliénation pourrait ainsi permettre de forger plus avant les moyens de la résonance.

### 3.3.1 Leur histoire

Influençant l'histoire des expositions olfactives, celle des dispositifs remonte au moins à l'odorisation du feu soit, l'orientation des tonalités odorantes de la fumée par sélection des éléments qui étaient alors jetés dans les flammes<sup>502</sup>, et trouve ses premières expressions appareillées dans l'encensoir<sup>503</sup>, le brûle-parfum<sup>504</sup>, et les bijoux aromatiques. Green et Dyett écrivent que dès la préhistoire, la fonction attribuée à la parure vise la protection de celui qui l'arbore, pouvoir pouvant être décuplé par l'adjonction d'un parfum, ayant pour effet l'exaltation de la valeur perçue de l'amulette et donc, l'accroissance de la croyance en sa

---

<sup>501</sup> DAZORD Cécile, « Conserver à l'heure du consommable », *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, n°37, 2013, p. 13. « Un consommable constitue une ressource pour un système donné, pour être actif, il est dépendant du système dans lequel il est inséré, enfin, ses ressources ne sont pas inépuisables et il doit être renouvelé. »

<sup>502</sup> BALEZ Suzel, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, Op cit. p. 69. « Par sa présence odorante et par ses diverses activités, l'homme a de tout temps odorisé son cadre de vie. Quand commence l'odorisation ? Très vraisemblablement avec le feu : selon ce qu'on y jette, la fumée change de tonalité odorante. Per fumare, enfumer, parfumer, voici l'origine du mot parfum. »

<sup>503</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Flammarion, Paris, 1999, p. 34. « Les encensoirs, plats métalliques ou coupelles percées, étaient tenus dans les mains des officiants ou balancés au bout d'une chaîne. Dans l'Égypte ancienne, ils étaient portés à bout de bras par les suppliants, comme des offrandes. À certaines périodes, on les a dotés d'une poignée en bois, ou en céramique. Les encensoirs que l'on peut voir aujourd'hui dans les églises, sortes de bols suspendus à trois ou quatre chaînes, s'inspirent d'une forme datant du IV<sup>e</sup> siècle. Ces instruments associés à la liturgie chrétienne ont cependant existé ailleurs qu'en occident. Ainsi, on a retrouvé en Chine un pendentif en or en forme d'encensoir, sphérique et percé, datant de la dynastie des Tang (618 – 906.) L'intérieur de la sphère est muni d'une petite plate-forme conçue pour se maintenir à l'horizontale, même lorsque l'encensoir se balance, ce qui évite les débordements et permet de porter cet objet sur soi. »

<sup>504</sup> MARINVAL Philippe, « Senteur de la préhistoire à l'époque gauloise », *Une histoire mondiale du Parfum. Des origines à nos jours*, Somogy Éditions d'Art, Paris, 2007, p. 35.

mission de préservation individuelle<sup>505</sup>. Retracer l'évolution de ces bijoux, dits « aromatiques » au fil des siècles, permet alors de dégager une histoire des dispositifs olfactifs passifs qui soit bien plus sophistiquée que celle afférant aux seules mutations de l'encensoir et du brûle-parfum, car de même que « *la fumée odorante est encore mise en œuvre à travers le brûlage de papier d'Arménie, ces dispositifs d'odorisation n'ont pas beaucoup évolué depuis leur création* »<sup>506</sup>. Or, c'est une nouvelle fois à l'inventivité des maîtres parfumeurs européens que revient toute l'ingéniosité ayant été insufflée à la création des bijoux de parfum<sup>507</sup>, ces derniers répondant au désir humain « *d'avoir toujours à portée de main de quoi reconforter son corps, séduire et se protéger des mauvais sorts* »<sup>508</sup>. Le pomander, dit également « pomme d'ambre » ou « pomme de senteur », fut mentionné pour la première fois au XIIe siècle dans un texte décrivant le présent offert à l'empereur Frédéric Barberousse par le roi Baudouin de Jérusalem. Petite boule de métal percée et ciselée, emplie de matières premières animales telles que le musc ou l'ambre gris, que l'on tenait à la main ou portait à la ceinture, ce bijou se retrouve dans de nombreuses représentations picturales, dont la plus célèbre est le portrait de Jan Gerritz van Egmond van Dijenborgh par Jacob Cornelisz Oostanen en 1518. La Renaissance lui fit connaître l'apogée, et le XVIIIe siècle, le déclin, car l'avènement des parfums liquides eut tôt fait d'appeler la création d'un bijou qui leur soit adapté, soit, un pendentif à secret équipé d'une grille sous laquelle se plaçait un morceau d'éponge imbibé de parfum, et que l'on baptisa « vinaigrette ». Son système inspira par ailleurs celui de la bague à parfum et vit émerger dans son sillage ceux du flacon-pendentif porté au cou et du porte-bouquet épinglé à la poitrine. Classés jadis parmi les curiosités décoratives<sup>509</sup>, n'ayant alors fait l'objet d'aucune publication

---

<sup>505</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Op cit. p. 23. « *Un bijou enrichi d'un parfum voit son pouvoir renforcé : son propriétaire est protégé à la fois par l'objet et par la senteur qu'il exhale.* »

<sup>506</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, Op cit. p. 69.

<sup>507</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Flammarion, Paris, 1999, p. 40. « *Autre caractéristique du bijou aromatique, son rapport intérieur-extérieur le distingue de toute autre forme d'ornement, à l'exception du médaillon, qui est lui aussi porteur de secrets. Le compartiment à parfum est caché, à la fois pour empêcher son contenu de s'évaporer, et pour donner à l'objet l'apparence d'un bijou à part entière. Il arrive même que le couvercle et la charnière soient dissimulés, comme pour imiter un bijou massif. Seule la personne qui porte cet objet a accès à l'intérieur, ingénieusement compartimenté en plusieurs espaces. Elle seule sait que derrière la petite grille délicatement ciselée repose un petit morceau d'éponge de Turquie imprégné d'un délicieux parfum, jalousement conservé comme une mèche de cheveux ou une petite photo dans un médaillon.* »

<sup>508</sup> Ibid. p. 39.

<sup>509</sup> Ibid. p. 23. « *Sans doute parce qu'ils présentent vis, couvercles, capuchons, charnières et autres parties mobiles*

spécifique et depuis, de peu d'intérêt de la part des historiens, les bijoux aromatiques ont récemment et brièvement connu un exceptionnel renouveau par l'intermédiaire de créations signées Jody Kocken<sup>510</sup> et By Kilian<sup>511</sup>. Exceptionnel car la successive émergence d'une réglementation afférente à la non-dangerosité des matières premières utilisées en parfumerie permit que le parfum soit directement pulvérisé à même la peau, et ouvrit ce faisant, un second volet de l'histoire des dispositifs olfactifs, celui de ses variantes actives.

La création du vaporisateur est généralement attribuée au gastronome Brillat-Savarin en 1825<sup>512</sup>, ayant successivement fait l'objet d'une réappropriation par Marcel Franck en 1884 afin d'être appliquée à la dissémination de parfum dans l'air, que cette dernière soit d'usage individuelle ou collectif<sup>513</sup>. Wicky écrit en effet que la fin du XIXe siècle fut marquée par « *l'apparition de toutes sortes d'instruments destinés à insuffler un mouvement propice à la diffusion du parfum [...] ces diffuseurs se déclinant sous les formes les plus diverses : éventails*

---

*non nobles, ces bijoux n'ont jamais été très recherchés, en dépit de leur valeur historique et esthétique. »*

<sup>510</sup> KOCKEN Jody, *Perfume tools*, prix Wallpaper Design Award, 2014.

<sup>511</sup> Collaboration pour la création d'une collection de bijoux parfumés parue en 2017 entre la maison de parfum By Kilian et le joaillier Elie Top.

<sup>512</sup> WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », *Sens public*, 2018, p.1.

<sup>513</sup> DE FLEURY Maurice, « Le Paris des Parisiens : L'Art des parfums II », *Le Figaro*, supplément littéraire du dimanche, 22 mars 1890. « *Certes, la tentative à laquelle j'ai assisté est loin d'être parfaite encore, il y a des améliorations nombreuses à introduire dans l'appareil à disséminer les parfums ; c'est encore un art bien confus, et il faut s'exercer un peu pour distinguer des nuances parfois subtiles. Mais je dois dire que j'étais arrivé très incrédule et que je suis parti convaincu, qu'il y a là quelque chose de vraiment nouveau, de vraiment curieux, capable d'intéresser vivement les blasés, peut-être même le public. »*

*parfumés, odorisateurs, lance-parfums*<sup>514</sup>, *seringues à parfums ou encore vaporisateurs* »<sup>515</sup>, un remarquable pistolet à parfum, ayant été conçu par l'orfèvre Jean-François Bautre au tout début du siècle, étant par ailleurs visible dans les collections du musée Cognacq-Jay à Paris<sup>516</sup>. Les parfumeurs, nous le savons, usèrent des vaporisateurs dès 1867 afin d'odoriser les expositions universelles auxquelles ils étaient appelés à prendre part<sup>517</sup>, Paul Napoléon Roinard y eut quant à lui recours en 1891 dans le cadre de la représentation de son adaptation du *Cantique des Cantiques* au Théâtre d'Art de Paris<sup>518</sup>, expérimentation qui fut vivement huée, et suivie du

---

<sup>514</sup> LEFEBVRE Thierry, RAYNAL Cécile, « Le lance-parfum. Un matériel médical devenu accessoire de carnaval », *Revue d'Histoire de la pharmacie*, vol. 56, n° 357, 2008, pp. 71 – 72. « Avant la Première Guerre mondiale, les parfumeurs disposaient de lance-parfum en verre ou en métal, selon les marques, dont l'utilisation ludique et la petite taille – 30, 60 ou 100g – en firent des accessoires de carnaval par excellence, notamment pour le Carnaval de Rio. [...] La présence de chlorure d'éthyle dans la solution pulvérisée n'était pas sans danger : involontairement, les usagers dispersaient autour d'eux les effets de l'intoxication par l'éther. Les symptômes – hallucinations, troubles nerveux et cardiaques – furent longtemps mis sur le compte de la transe du Carnaval. Mais après plusieurs décennies d'utilisation, il fut démontré que des décès avaient bien résulté de l'usage abusif de ce produit. »

Mais également les lance-parfums conçus par Rodo en 1896 et que l'on connaît principalement pour l'affiche publicitaire que leur a dessinée Alphonse Mucha.

<sup>515</sup> WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », Op cit. p. 9.

<sup>516</sup> <http://parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-cognacq-jay/oeuvres/pistolet-a-parfum>, consulté le 1/01/19.

<sup>517</sup> BARRESWIL, *Rapport du jury international*, Exposition universelle, Paris, 1867, tome 3, groupe 3, classe 25, p. 421. BENILAN, *Rapport sur la parfumerie*, Exposition universelle, Paris, 1878, groupe 3, classe 28, p.2. « Agnel, Parfumeur : Inventeur de l'Odorisation des salons. Nouveau système pour répandre les parfums, assainir et rafraîchir les appartements et se parfumer soi-même. Article déposé, propriété exclusive de la Maison. Grand choix de modèles depuis les plus courants jusqu'aux plus riches. »

<sup>518</sup> WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », *Sens public*, 2018, p.10. « Or, encore plus que les parfums eux-mêmes, ce sont justement ces vaporisateurs utilisés par Roinard pour odoriser *Le Cantique des cantiques* qui ont le plus suscité l'ire de la critique. En effet, l'usage, au théâtre, d'un objet généralement circonscrit au contexte de la toilette et donc de l'intimité a semblé ridicule et a alimenté la mauvaise réception de la pièce. Roinard convenait lui-même que l'instrument choisi pour la diffusion des parfums n'était pas adapté à ses ambitions et qu'il aurait préféré brûler l'ensemble des senteurs de manière à souligner la référence à la tradition religieuse dans laquelle s'inscrit le parfum. Selon le journal de Jules Renard (23 décembre 1891), il aurait tenu à ce sujet les propos suivants :

« J'ai été très content de ma soirée, en somme, dit Roinard. *Le Cantique des Cantiques* est une chose nouvelle. Avec Salomon derrière moi, je n'avais pas peur, mais avec tout autre je n'aurais pas osé faire ça. Ma machine des parfums qu'on a tant blaguée (blague de bon aloi !) m'est venue naturellement. Ça pue le parfum, dans le *Cantique*. Seulement, il m'aurait fallu un calorifère, tout au moins un poêle, où ces parfums eussent pu cuire. Au

cuisant échec du cinéma en odorama dans les années 1950, lequel eu a priori pour effet de suspendre jusqu'à la fin du siècle, l'engouement relatif au développement des dispositifs olfactifs actifs. Il ne fut actualisé que par la progressive émergence à partir de 1990 de démarches artistiques pouvant être regroupées sous l'appellation « d'art olfactif », lesquelles nécessitent pour se manifester de recourir à des instruments capables de dissiper méthodiquement des fragrances dans un environnement, et génèrent ce faisant un nouveau besoin vis-à-vis de techniques de diffusion dont le niveau de performance demeure à leur égard, insuffisant<sup>519</sup>.

### 3.3.2 Leurs systèmes

L'évolution des technologies numériques eut pour effet notoire de mettre très en vogue la notion d'immatérialité, celle-là même qui, prétextant l'invisibilité de leur médium, fut affublée aux odeurs dans un quasi lieu commun, écueil ayant contrarié la plupart des initiatives visant à équiper d'une dimension olfactive intentionnelle, des institutions lui demeurant jusque-là étrangères. Car toute transparente et subtile qu'elle soit, l'odeur est un médium physique<sup>520</sup>, nécessitant pour être diffusée que soient générés des flux de force tangibles et contrôlés, le système afférent à ses dispositifs renvoyant par conséquent principalement à la production de souffles d'air, succédant au calcul des trajectoire et puissance nécessaires à l'optimisation du transport des molécules odorantes jusqu'au nez du sujet destinataire. Ces paramètres font par

---

*lieu de ça, on m'a donné un monsieur avec un vaporisateur dans une loge. D'ailleurs, quelle soirée ! Tout le monde m'était hostile. Vous comprenez qu'on sentait là quelque chose de neuf. »*

<sup>519</sup> BALEZ Suzel, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, Op cit. p. 101. « *La propagation d'une odeur dépend de plusieurs phénomènes complexes, qui tiennent à la fois des volatilités de ses composantes et des mouvements d'air. [...] C'est sans doute pour ces raisons que, comme hier, les procédés d'odorisation ou de désodorisation de l'espace paraissent aujourd'hui, à bien des égards, encore assez empiriques. La répartition des sources odorantes dans l'espace, leurs positionnements en fonction de leurs contacts à l'air, les volatilités différentes dans un mélange, plus ou moins durables et perceptibles à plus ou moins grande distance, ou encore les quantités de produits odorants émis, ou captés, dans l'air ne font pas souvent l'objet de règles précises comme celles régissant l'usage d'autres stimuli sensoriels tels que la lumière ou le son. »*

<sup>520</sup> SALESSE Roland, DOMISSECK Sophie, « Technique d'odorisation dans les arts vivants », *L'Art olfactif contemporain*, Classique Garnier, Paris, 2015, pp. 80 – 81. « *La nature du stimulus justifie donc que la vision soient des sens « à distance », tandis que l'odorant va chercher le spectateur sur son siège : il s'agit bel et bien d'un contact matériel dont notre civilisation occidentale s'est beaucoup méfiée. »*

ailleurs l'objet d'une estimation relative au scénario d'interaction prévu entre visiteur et dispositif, selon que ce dernier relève du proximal ou du distancié, car de l'ampleur présumée du trajet à effectuer par les molécules dans l'air, dépend la structuration chimique du concentré faisant office de source odorante. Si le trajet est effectivement long, le jus-source doit être composé de molécules ayant des degrés de volatilité similaires, de sorte que lors de la diffusion, elles puissent être acheminées à la même vitesse, parvenir en même temps au visiteur et assurer ainsi une expérience olfactive optimale, les molécules de volatilité différentes ayant au contraire tendance à se disperser<sup>521</sup>. Les plus légères parviennent au visiteur de manière dissociée, les plus lourdes surviennent quelques secondes plus tard, tandis que les premières commencent à se dissiper, l'odeur perçue demeurant ce faisant, fatalement différente de celle ayant été initialement émise<sup>522</sup>.

Deux typologies de diffusion doivent alors être distinguées : la diffusion humide et la diffusion sèche. Salesse et Domisseck écrivent que la diffusion humide relève pratiquement toujours d'une pulvérisation par effet Venturi telle que « *l'injection d'un liquide sous pression à travers un orifice étroit, provoque une vaporisation du fluide en aval de l'orifice, l'aérosol ainsi généré pouvant être repris par la circulation d'air ambiant ou poussé par un ventilateur* »<sup>523</sup>, la diffusion humide étant privilégiée pour des odorisations extérieures ou de grands espaces tels que salles de concert, cinémas ou théâtres. La diffusion sèche renvoie quant à elle à l'imprégnation par un concentré odorant de grains de polymère type Pebax, étant

---

<sup>521</sup> SALESSE Roland, DOMISSECK Sophie, « Peut-on raconter une histoire rien qu'avec des odeurs ? La gageure de *Green Aria : A scent Opera* », <https://prodinra.inra.fr/>, consulté le 3/01/19.

<sup>522</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, p. 100. « *Certaines substances émettent des composés odorants qui vont peu à peu se mélanger aux molécules de l'air dans une dynamique d'homogénéisation et / ou grâce aux mouvements aérauliques. Hors des conditions de laboratoire, les composés émis sont toujours multiples et n'ont donc pas forcément les mêmes volatilités, ni les mêmes propriétés perceptives. Autrement dit, certaines molécules sont émises et se mélangent plus rapidement à l'air que d'autres et, de surcroît, certaines molécules sont perçues à des concentrations beaucoup plus faibles que d'autres. Quand plusieurs composés sont émis en même temps et à des concentrations équivalentes, ils ne sont, en conséquence, pas forcément perçus simultanément. Comme « l'aspect » de l'odeur résultante dépend des proportions respectives des différents odorants, il peut varier considérablement en fonction de la distance de flairage par rapport à la source.* »

<sup>523</sup> SALESSE Roland, DOMISSECK Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants », *L'art olfactif contemporain*, Garnier, Paris, 2015, p. 86.

successivement enfermés dans des cartouches favorisant la circulation des flux d'air chargés de transporter les molécules odorantes jusqu'au sujet cible. Ne laissant pas de résidu et ne nécessitant le recours à aucun solvant, elle ne présente a priori aucun risque pour l'utilisateur, et trouve par conséquent son application dans des diffusions de proximité, lesquelles permettent qu'en un espace où sont diffusées plusieurs odeurs, soit minimisé le risque qu'elles viennent à se mélanger<sup>524</sup>.

Définir la modalité d'une diffusion, puis y adapter les paramètres afférant aux trajectoire et puissance des flux d'air devant être générés pour favoriser la perception olfactive d'un sujet cible, à partir d'un composé odorant ayant été structuré relativement à la distance prévue par le scénario d'interaction d'un parcours de visite<sup>525</sup>, soit, maîtriser la diffusion ad hoc d'une odeur dans un espace donné, constitue la première fonction que se doit d'assurer un dispositif olfactif de type actif. Mais, de même que l'invisible ne suggère l'immatériel, la transparence n'équivaut l'absence, entre autres, les odeurs ayant été diffusées ne disparaissent pas miraculeusement après avoir été senties, et suggèrent ce faisant, que leurs dispositifs soient également capables de réguler leur propagation successive dans l'espace et le temps. C'est là que le bât blesse, car invisible et volatile, il est impossible de stabiliser la propagation d'une odeur dans un espace limité<sup>526</sup>, de parer à l'éventualité de ses mélanges, ainsi qu'aux effets d'accumulation et de

---

<sup>524</sup> KELLER Andreas, « The Scented Museum », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.168. "Odor clouds cannot be spatially delimited, and when there are several odor sources in a room, the odors overlap and blur and are perceived as a blend."

<sup>525</sup> Et devant par ailleurs faire l'objet d'une maintenance régulière afin de garantir la fraîcheur de l'odeur diffusée. CASTEL Mathilde, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La lettre de l'OCIM*, n°180, 2018, p. 27. « La maintenance, paramètre pourtant tout aussi déterminant que les autres, est pratiquement toujours négligée par les institutions, encore trop peu familières des particularités du médium olfactif. Une image projetée sur un écran restera visible aussi longtemps que ce dernier demeure alimenté et allumé. Il en va de même d'une bande sonore diffusée par une enceinte. Sitôt qu'une image ou un son est effectif dans l'espace d'exposition, nul besoin, a priori, d'une maintenance particulière. Mais des billes de polymère imprégnées de molécules odorantes, progressivement délogées par des flux d'air récurrents, sont vouées à redevenir inodores passés plusieurs mois d'utilisation. Il importe donc d'assurer la maintenance des dispositifs olfactifs en remplaçant régulièrement les cartouches de billes imprégnées. »

<sup>526</sup> La preuve étant que même en isolant chaque œuvre olfactive dans une pièce close, la commissaire de *Belle Haleine : l'odeur de l'art* n'est pas parvenue à contenir efficacement la propagation de leurs effluves durant les trois mois qu'a duré l'exposition.

stagnation pouvant conduire à la perplexité du visiteur, voire son rejet le plus total<sup>527</sup>. L'ironie étant ici que ce dernier n'est pas sans contribuer à la détérioration des odorants dont il peut successivement être amené à se plaindre, puisque la foule fait partie intégrante des variables contribuant à déterminer l'atmosphère d'un lieu, ainsi que l'évolution successive de ses ambiances<sup>528</sup>. Ce faisant, le seul moyen permettant de réguler la propagation d'un odorant dans l'espace consiste à pourvoir son évacuation synchronisée après diffusion, alternative nécessitant d'intervenir de manière plus significative sur le système de traitement d'air de l'établissement d'accueil ce qui, notamment dans le cas des monuments nationaux<sup>529</sup>, peut relever du délicat, voire de l'impossible. Résident donc ici les principaux objectifs afférents au développement des futurs dispositifs olfactifs actifs : permettre à l'odeur de se concentrer sans perdre du terrain, et de se disperser, sans perdre de sa force<sup>530</sup>.

Raison pour laquelle ne doit à mon sens être reconnu comme relevant des dispositifs olfactifs

---

<sup>527</sup> CASTEL Mathilde, « Olfactique muséale : de l'espace expographique au cadre de l'œuvre », *Nouveaux territoires de l'expérience olfactive*, MétisPresses, Genève, 2019, témoignage rapporté de la journaliste et experte du parfum Denyse Beaulieu quant à l'exposition *Belle Haleine : l'odeur de l'art* : « *Quand j'ai mis le nez dans Belle haleine, trois jours avant le décrochage, l'expo courait déjà depuis trois mois. Ce sont donc les problèmes techniques qui m'ont frappée d'abord. Les odeurs fuient. Elles se mêlent et se contaminent. [...] Au bout de trois mois, forcément, ces onze sueurs froides se sont amalgamées pour ne former qu'un immense remugle de frousse... la panique collective ayant apparemment l'odeur d'un accident dans un labo de parfum [...] En fin de compte, cette œuvre censée sentir la peur évoquerait plutôt la cuisine.* »

KELLER Andreas, « The Scented Museum », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.169. "After half a century, the interviewees still recalled that "the smells got all mixed up and they couldn't get them out; so, it was a terrible situation," and "Your clothes reeked when you came out of this stuff that had been dumped into the air conditioning system. As I recall there was even a fine mist in the air."

<sup>528</sup> DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, vol. 17, n°4, 2002, p. 47. « *La foule n'a pas le même statut que les autres variables d'atmosphère dans la mesure où elle excite tous les sens à la fois : elle produit des sons, des odeurs, des couleurs et des sensations tactiles. La foule est une source d'atmosphère.* »

BEN MEMI Mariem, « La foule en magasin : conséquences sur le comportement des consommateurs », *Institut supérieur de gestion de Tunis*, p.2. « *La littérature indique que la foule est considérée à la fois comme une composante de l'environnement physique, un facteur de stress et un facteur atmosphérique.* »

<sup>529</sup> Se reporter au chapitre 6.

<sup>530</sup> « *Si l'ennemi se concentre, il perd du terrain. S'il se disperse, il perd de la force* » est une expression du général vietnamien Giap, ayant été reprise par l'artiste Mario Merz pour son œuvre *Igloo di Giap* en 1968.



actifs que les systèmes ayant été développés dans le but d'assurer à minima les maîtrises simultanées des diffusion et propagation de molécules odorantes dans l'air, technologies dont le prix des standards peut rapidement dépasser les budgets de musée sans que leurs performances n'aient été adaptées plus avant aux espaces d'exposition, celui du sur-mesure avoisinant par ailleurs la disproportion pour peu que ne soit qu'envisagé en l'odeur l'ajout d'un « média d'information complémentaire ». Il est par conséquent courant qu'aux dispositifs olfactifs, dont l'odorama de 1986 fut une prometteuse démonstration<sup>531</sup>, soient régulièrement préférés des appareils n'assurant qu'une relative odorisation, suffisant à créer l'évènement et pouvant aisément se décliner à moindre coût. Aux inventaires qu'en font respectivement

---

<sup>531</sup> Premier odorama français ayant été conçu par Jacqueline Blanc-Mouchet, société Transens, pour la Cité des sciences et de l'industrie à Paris.

AUBER Olivier, « L'invention du Sniff interactif », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, p. 195. « L'Odorama n'a rien à voir avec l'idée habituelle qu'on se fait d'un cinéma en odeurs, il n'y a pas une histoire pour tout le monde, mais un cheminement personnel pour chacun. [...] Donc, le boudoir aux odeurs est arrivé. Une pièce de verre d'une dizaine de mètres carrés, ventilée en permanence. Une paroi interne protège la machinerie du spectacle. L'écran vidéo offre à voir et à entendre de courts extraits de films, qu'un carrousel d'aérosols télécommandés s'ingénie à accompagner d'un léger flot odorant immédiatement réaspiré, afin de toujours garder « l'endroit aussi propre que. » Sous la main, un boîtier de commande et, sous les yeux, un écran pour dialoguer avec l'ordinateur qui s'occupe du reste : il pilote clavier, vidéodisque, et gère les stocks d'odeurs, il offre en permanence au visiteur huit minutes d'interactivité olfactive sur trois modes différents, et ce sans rien à perdre ou à gagner. »

Dannaud<sup>532</sup>, Salesse et Domissek<sup>533</sup>, pourraient par ailleurs être ajoutés les diffuseurs d'huiles essentielles<sup>534</sup>, ainsi que leur version aromatique, le Whaf<sup>535</sup>. Plus récemment, l'industrie de la parfumerie contribuant à la médiatisation du parfum comme œuvre d'art, empruntant ce faisant à la théorie institutionnelle, en se manifestant dans les musées au recours d'expositions ayant vocation à devenir olfactives, investit de manière inédite dans la conception de dispositifs olfactifs actifs sur-mesure relativement pointus, dont les *Scents drops*<sup>536</sup> du Grand musée du parfum et l'*OSNI#1*<sup>537</sup> de Cartier servent ici l'exemple. Pareils aux vinaigrettes, les dispositifs prenant pour source odorante un jus ayant été composé ad hoc peuvent également se décliner en version passive, renvoyant ce faisant de manière quasi-systématique aux déclinaisons<sup>538</sup> de

---

<sup>532</sup> DANNAUD Charles, « Le parfum met l'intimité en scène », *Art & Olfaction, Arts Hebdo Médias*, 2015, non paginé. « Humidificateurs, ambianceurs, encapsulation braseros, poudres, encensoirs, turbines puissantes, éventails à parfum, machines célibataires, atomisations géantes sous azote, soufflets à lycopode, charges de supports papier tirées avec des canons à air comprimé, matières brutes distribuées ou lâchées au sol, fumées, olfactisation corporelle directe des spectateurs, fumigation, pulvérisation d'émulsion sur eau, orgues à odeurs... » [...] « Certains inventent, sans le savoir, le métier de diffuseurs d'odeurs, évoluant parfois d'un artisanat bricoleur à la conception de systèmes plus sophistiqués, tenant compte des spécificités de chaque lieu et de chaque spectacle. [...] « Emmanuel Martini invente l'activité de perfume jockey en 2009. L'activité de son agence se déroule sur trois temps : perfume jockey pour des événements, chef de produit et conseiller artistique, et la scénographie olfactive, « une déclinaison du perfume jockey. » Dans ce dernier cadre, Emmanuel Martini travaille avec la parfumeuse Laurence Fanuel. »

WINTER Ruth, « L'odeur de l'argent », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, p. 187. « Dans cet esprit a été lancé sur le marché un article très populaire : l'Aroma disc player. Ce diffuseur ressemble à un petit électrophone dans lequel on glisse des disques imprégnés d'odeur. La senteur choisie se répand dans la pièce où elle subsiste cinq heures environ. »

<sup>533</sup> SALESSE Roland, DOMISSECK Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants », *L'art olfactif contemporain*, Op cit. pp. 83-84. « Touche de parfumeur, boîtier à couvercle, grille-pain ou four, pulvérisateur à main. »

<sup>534</sup> Se reporter à l'annexe n°3, BOUTELLIER Marion, « Les tableaux ont-ils une odeur ? Le cas du musée Fabre », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, pp. 192-199.

<sup>535</sup> Se reporter à l'annexe n°3, STAIGER Marlène, « Le Whaf et ses usages », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 107-115.

<sup>536</sup> Se reporter à l'annexe n°3, ALLONAS Élise, « Les dispositifs du Grand musée du parfum », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 43-52.

<sup>537</sup> Se reporter au chapitre 7.

<sup>538</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Flammarion, Paris, 1999, p. 162. « En 1979, la société américaine Arcade Inc., spécialisée dans les matériaux pour échantillons de parfums, et qui a récemment acquis le département de 3M chargé de la promotion des parfums, lance le révolutionnaire Scentsstrip. Des

la technique du *Scratch'n' sniff* conçue par la société 3M dans les années 1960<sup>539</sup>, dont l'utilisation se retrouve par ailleurs dans des œuvres telles que les *Scratch and sniff paintings* de Peter de Cupere, ou à l'imprégnation de supports poreux comme la céramique, qui permit notamment l'odorisation des mallettes multisensorielles ayant été conçues pour les actions hors les murs du Louvre<sup>540</sup>. Version passive pouvant également s'adapter à des sources odorantes naturelles tel que cela fut opéré par le dispositif de la *Cave aux arômes* des vins de Bourgogne, et plus généralement par les coffrets de médiation contenant des fruits, des herbes aromatiques, des graines, des bois, des fleurs, ou des épices, solutions pouvant a priori sembler bon marché,

---

*microcapsules d'essence de parfum sont déposées sur une bande de papier que l'on replie et qu'on laisse sécher. Lorsque la bande est dépliée, le parfum se libère. Créée pour le lancement de Giorgio Beverly Hills, le Scentstrip est le premier exemple d'échantillon de parfum placé dans une publicité de magazine. Dans les années 1980, d'autres procédés sont mis au point par 3M, JSC (Orlandi-Division), R.P. Scherer North America, Retail Communications Corp. Et Webcraft Technologies. Aujourd'hui, les bandes à microcapsules commencent à être supplantées par de nouveaux supports. [...] En 1996, la société Arcade Inc. a recours à ce procédé pour créer un bijou aromatique ultra contemporain, unique en son genre : le bracelet parfumé. Il s'agit d'une fine bande de plastique double épaisseur, à mi-chemin entre le bracelet d'identification d'hôpital et la bande de négatif photo que l'on porte au poignet. Pour que le parfum se libère, il suffit d'enlever la pellicule supérieure. Ce Wristlet a été présenté pour la première fois au public en 1997, à l'occasion du lancement du parfum Calvin Klein Ck one. »*

<sup>539</sup> Ibid. « La société américaine 3M est le pionnier de la micro-encapsulation. Spécialisée dans les adhésifs et les fibres non tissées, c'est à elle que nous devons, entre autres, le Scotch et le Post-it. Pendant les années 1960, son département chargé de la promotion des parfums a mis au point la technique du *Scratch'n' sniff* (« gratter et sentir ») déposée sous le nom de *Microfragrance*. Ce procédé consiste à enfermer un parfum dans des millions de bulles de plastique minuscules (plus de trente millions par centimètre carré de papier.) Le parfum se libère si l'on gratte ou si l'on frotte la surface. »

<sup>540</sup> CASTEL Mathilde, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La lettre de l'OCIM*, n°180, 2018, pp. 26. « C'est par le biais d'un mécénat de compétence que le Louvre a pu bénéficier de l'expertise de la société *Cinquième sens*, afin de concevoir un outil de médiation sensorielle hors-les-murs dont se munissent les médiateurs pour présenter les œuvres du musée en secteurs hospitalier ou carcéral. Conçu sous forme de mallettes thématiques, ce dispositif contient des représentations d'œuvres, un baladeur et une enceinte, des objets à toucher et des éléments à sentir. Pour la partie odorante, *Cinquième sens* a fait le choix de médaillons en céramique imprégnés de parfums et stockés dans des tubes hermétiques. Cette solution offre une expérience olfactive qualitative puisque la porosité de la céramique, pour peu que les médaillons soient méticuleusement remplacés dans leur conditionnement après chaque utilisation, peut diffuser des odorants sur une période de plusieurs mois. Leur maintenance nécessite simplement de vaporiser les médaillons avec le concentré odorant une à deux fois par an. »

Se reporter à l'annexe n°3, MULLER Séverine, « Les mallettes multisensorielles du musée du Louvre », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 96-107.

mais nécessitant en réalité des coûts considérables et essentiellement relatifs à la maintenance ainsi qu'au réapprovisionnement des matières premières périssables. L'utilisation des molécules odorantes émises par la matière exposée demeurant pourtant la façon la plus simple de parfumer un espace<sup>541</sup>, cette dernière alternative permet de faire fi des améliorations devant être apportées aux technologies relatives à la propagation des jus diffusés, afin d'envisager plus avant la nature des dispositifs pouvant permettre l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia en contexte expographique, ces derniers empruntant a priori à la seule combinaison n'ayant encore été opérée : l'adaptation d'un système actif à une source odorante brute.

### 3.3.3 Leur pouvoir

Ce faisant, et avant de poursuivre, une dernière caractéristique afférente aux dispositifs olfactifs actifs ayant pour source odorante un jus composé semble mériter ici que l'on s'y attarde : la contribution des odeurs de synthèse à l'amplification de leur pouvoir, ainsi que le ménagement d'une éthique de leur exercice en contexte muséal. Stránský indique que, contribuant aux mutations de la société par son agissement sur la conscience des sujets, la fonction de présentation du musée implique une responsabilité d'ordre moral quant à la mesure de son impact<sup>542</sup>, ainsi, malgré la fortune que la technicisation de nos environnements octroie aux dispositifs depuis plusieurs décennies<sup>543</sup>, il conviendrait de ménager à leur égard une certaine marge de réserve. Si la paternité de la pensée afférente au pouvoir des dispositifs revient évidemment à Foucault<sup>544</sup>, Agamben écrit que c'est parce qu'il est « *une machine à produire des subjectivisations que le dispositif est aussi une machine de gouvernement* »<sup>545</sup>, amenant ainsi la nuance d'un pouvoir insidieux, n'opérant pas par asservissement mais par

---

<sup>541</sup> SALESSE Roland, DOMISSECK Sophie, « Technique d'odorisation dans les arts vivants », *L'Art olfactif contemporain*, Op cit. p.82.

<sup>542</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Op cit. p. 61.

<sup>543</sup> LEBLANC Gérard, « Du déplacement des modalités de contrôle », *Hermès, La Revue*, n°25, 1999, p. 233.

<sup>544</sup> FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

<sup>545</sup> AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Payot, Paris, 2014, p. 42.

coopération<sup>546</sup>, voire par évidente adhésion<sup>547</sup>, et à l'assise duquel les odeurs, dont l'assimilation procède par intuition et non par raisonnement, peuvent de fait, aisément contribuer. Faivre écrit quant à ces dernières, que la liberté du sujet sentant dépend de la conscience qu'il a de sentir<sup>548</sup>, autrement dit, un sujet demeurant non informé de l'effectivité d'une dimension olfactive intentionnelle de l'atmosphère dans laquelle il évolue, est bien plus susceptible de se livrer aux aléas et périls de son pouvoir, qu'un sujet en ayant été au préalable notifié<sup>549</sup>. Cela en raison du fait que « *nous n'appréhendons jamais une odeur comme étant fausse* »<sup>550</sup>, mais également, que la composition olfactive tire en partie son extase d'une usurpation toujours plus aboutie de la réalité, ne cherchant plus simplement la juste imitation des éléments de la nature, mais également la production simulée des effets qu'ils ont d'ordinaire sur nous<sup>551</sup>. Pour peu que son appréciation demeure consciente, là réside la magie du parfum, l'ambivalence de son usage n'existant qu'en sa dissimulation à l'égard de ceux qui l'appréhendent, et donc, dans l'activation de son action subliminale<sup>552</sup>, favorisant l'immédiate adhésion à la réalité qu'il

---

<sup>546</sup> Ibid. p. 49. « *L'ontologie du commandement a pris la place de l'ontologie de l'assertion non sous la forme claire d'un impératif, mais sous celle, plus insidieuse, du conseil, de l'invite, de l'avertissement donnés au nom de la sécurité, de sorte que l'obéissance à un ordre prend la forme d'une coopération et, souvent, celle d'un commandement à soi-même.* »

<sup>547</sup> HUYGHE Pierre-Damien, « Exposer ou exploiter l'art », *Le jeu de l'exposition*, Harmattan, Paris, 2016, p. 106. « *Un pouvoir fort ne se montre pas comme tel, ne se manifeste pas comme force. Peut-être même ne force-t-il pas. En fait, il fait adhérer ceux qu'il met dans l'obligation.* »

<sup>548</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 192.

<sup>549</sup> KELLER Andreas, « The Scented Museum », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.170. « *Headline-making studies have shown that releasing a specific odor among the slot machines on the casino floor of the Las Vegas Hilton increased the amount of money gambled in that area. However, this effect was seen only in the participants that were not consciously aware of the odors. No effect was seen in subjects that were aware of smelling an odor. In this study odors only had an effect when they were not perceived consciously. This suggests that with odors, less actually is more.* »

<sup>550</sup> Ibid. p.172.

<sup>551</sup> *L'Heure perdue*, parfum composé par Mathilde Laurent en 2015, avait notamment pour ambition de créer le sentiment d'une odeur familière à partir de matières premières synthétiques, n'ayant pour la plupart, jamais été senties par un néophyte.

<sup>552</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, Op cit. p. 278. « *C'est dans ce paradoxe que se situe le problème d'éthique que rencontrerait un « odorisateur d'espaces ».* Sachant que

véhicule, et contribuant ce faisant à le transformer en outil de manipulation institutionnelle<sup>553</sup>. Keller pose par conséquent la question : un musée étant sur le point de présenter une exposition dont la vocation serait d'être en partie olfactive, doit-il ou non faire part de cette intention au public ? Comme précédemment indiqué, envisagée à long terme, l'action d'indexer la nature odorante d'une présentation muséale contribuerait à la pleine reconnaissance de son propos, ainsi qu'à la progressive écriture de l'histoire des expositions olfactives, mais, envisagée à court terme, elle soulèverait des impératifs davantage relatifs à la performance que se doit d'assurer une présentation ayant été annoncée comme olfactive, ainsi qu'à la génération de coûts supplémentaires et nécessaires à l'optimisation de ses chances de réussite, mais insuffisants à sa garantie<sup>554</sup>. De fait, un musée annonçant une exposition olfactive amplifierait lui-même le risque qu'il court de décevoir son visiteur, sans moyen de successivement s'en prémunir et ce, malgré l'ampleur des sommes pouvant être investies dans le développement de nouveaux dispositifs<sup>555</sup>. Ainsi, et par souci d'économie de moyens, Keller semble pencher en faveur du non-dit, lequel relève pour lui davantage de l'omission que de la dissimulation, et serait par conséquent sans impact réel quant à la réception de la présentation. Sa principale crainte consiste en ce que dans l'exposition ayant été annoncée comme olfactive, le visiteur ne sente

---

*l'odeur est interprétée comme une vérité, peut-elle être comme un panneau en trompe-l'œil disant « marbre » ou « bois » là où il n'y a que plâtre ? Le trompe-l'œil visuel, aussi parfait soit-il, finit toujours par être démasqué. Comme il s'agit d'un art très ancien, sa mystification, intégrée dans notre culture, est objet d'admiration. Un excellent « trompe-nez » au contraire, peut très bien ne jamais se révéler en tant que tel. »*

<sup>553</sup> CASTEL Mathilde, « Odorama : l'instinct olfactif de la Fondation Cartier pour l'art contemporain, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. p. 256. « *Le spectacle Parfum visible proposé par Abdul Alafrez et Norbert Abouardham a retenu mon attention par sa volonté de mettre le parfum au service de la manipulation qu'opère un magicien de son public. Or cette influence, connue et consentie par l'assemblée venue assister au spectacle de magie, soulève de profondes questions d'éthique dès lors qu'il est question d'un médium invisible qu'on ne peut anticiper, contre lequel on ne peut se prémunir, et qui agit parfois totalement à notre insu. Ces réflexions, s'appliquant activement à la pensée du marketing sensoriel, trouveraient également et amplement de quoi se déployer dans la considération du pouvoir des dispositifs expographiques olfactifs. Si « un panorama historique et raisonné de la manipulation des foules par le parfum reste à écrire » Alafrez et Abouardham s'étaient proposés, le temps d'une soirée, de déjouer cette « arme du crime idéal » en rendant visibles les parfums employés au cours de leur numéro de magie. »*

<sup>554</sup> KELLER Andreas, « The Scented Museum », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.171. "On the other hand, advertising the fact that smell is part of an exhibit creates pressure to use very high concentrations to avoid disappointing those visitors with a bad sense of smell."

<sup>555</sup> Se reporter au chapitre 7.

rien au point de rejeter la proposition par frustration, inversement, Drobnick redoute une contrariété encore plus grande chez un visiteur ayant compris qu'au sein d'une exposition, des odeurs sont diffusées à son insu, pareille initiative pouvant être assimilée aux manipulations du marketing sensoriel<sup>556</sup> dont les méthodes sont désormais relativement connues et redoutées du grand public<sup>557</sup>. Ce à quoi il ajoute qu'une « *intervention olfactive désignée oriente l'utilisation du parfum vers une intention artistique plutôt que vers une intention instrumentale, ce qui permet d'éviter les problèmes d'éthique liés à l'odorisation ambiante* »<sup>558</sup>. Ainsi, et comme l'évoquait Stránský, le musée a la responsabilité morale d'annoncer comme telle, une exposition désireuse de s'exprimer en partie par la production d'une dimension olfactive. Car si de l'expression de cette intention découle évidemment le recours à des dispositifs olfactifs que l'on souhaite performants, réside également en elle, la possibilité de déjouer le pouvoir qu'ils auraient exercé sur un public non averti, ainsi que la perspective successive d'élever leur performance au rang d'expérimentations artistiques.

---

<sup>556</sup> DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, vol. 17, n°4, 2002, p. 46. « *Le marketing sensoriel peut être défini comme le fait d'utiliser les facteurs d'atmosphère du point de vente afin de susciter, chez le consommateur, des réactions affectives, cognitives ou comportementales favorables à l'acte d'achat.* »

<sup>557</sup> DROBNICK Jim, « The Museum as Smellscape », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.193. “*Audiences tend to be suspicious of and annoyed at smells they cannot readily identify, especially if they are anonymously introduced. As well, ethical issues and the feeling of manipulation may arise when the purpose of the scent is not evident. Environmental fragrancing is a popular technique by retailers, corporations, and institutions to influence behavior, such as to increase shopping by consumers, regulate factory workers' production levels, or keep prisoners calm. Critics consider these functions to be instrumental, especially when they are anonymously diffused into the indoor atmosphere.*”

DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, Op cit. p. 58. « *Certains distributeurs appréhendent les critiques sur l'éthique d'une telle démarche et préfèrent ne pas s'engager sur ces éléments de marketing du point de vente. Il est en effet totalement interdit de diffuser des odeurs artificielles de fruits mûrs pour faire croire à une qualité supérieure du produit, ou comme l'a fait récemment un parc d'attraction, de diffuser du gaz hilarant pour créer une euphorie non justifiée chez le visiteur. Ces utilisations sont totalement irresponsables et peuvent être punies par la loi puisqu'il s'agit alors de tromper le consommateur ou de l'influencer à son insu sans qu'il ait la capacité de se défendre.* »

<sup>558</sup> DROBNICK Jim, « The Museum as Smellscape », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.193. “*However, with “named” olfactory interventions, the purpose of scent can be inferred to be artistic, rather than instrumental, and thus the ethical issues of environmental fragrancing can be avoided.*”

*Images à suivre, de haut en bas, de gauche à droite :*

*OSNI. 1 Le nuage parfumé, Cartier, Parvis du Palais de Tokyo, Paris, 2017*

*Exposition Reconstruction, Christophe Laudamiel, Galerie Mianki, Berlin, 2015*

*Exposition Wildscreens, Julie C. Fortier, Galerie Florence Loewy, Paris, 2014*

*The Smoke cloud, Peter de Cupere, The importance of being, Musée national des beaux-arts, Argentine, 2013*

*Dead body bullet, Peter de Cupere, The smell of war, Chateau de Lovie, Belgique, 2015*

*La chasse, Julie C. Fortier, Vertige, Centre d'art Micro-onde, Vélizy Villacoublay, 2014*





### 3.4 L'ART

Le prétexte de l'art légitime donc les dispositifs, au point même qu'ils puissent assurer la suppléance de ses œuvres<sup>559</sup>, le mener au progressif abandon de son « régime objet », ainsi qu'à sa simultanée mutation en « *producteur d'expériences, illusionniste, magicien ou ingénieur d'effets* »<sup>560</sup>. Michaud décrit l'avènement d'un régime artistique où l'expérience prévaudrait sur les objets<sup>561</sup>, où le spectateur ne confronterait plus les œuvres, mais les absorberait comme elles l'immergent, où les dispositifs favoriseraient enfin l'effectivité de l'interpénétration<sup>562</sup>. Or si comme je l'évoquais, l'industrie de la parfumerie demeure le principal investisseur de la recherche afférente au développement des dispositifs olfactifs, elle devient par effet de logique, l'exclusif bénéficiaire de leur pouvoir, celle à qui profite de prétexter l'art, comme par ailleurs d'y prétendre. Si des intentions artistiques de la parfumerie dépend ainsi la conception des outils nécessaires à la structuration d'une muséographie de type olfactif, il me semble alors utile de s'attacher plus avant à la compréhension de leurs tenants et aboutissants.

Il faut savoir que jusqu'au XIXe siècle, les ingrédients utilisés en parfumerie étaient essentiellement d'origines végétale ou animale, obtenus par application de divers procédés d'extraction à d'importants ratios de matières premières<sup>563</sup>, et dont le prix croissait en regard des quantités que chasses et récoltes permettaient d'approvisionner chaque année, mais également de l'épuisement progressif de certaines ressources, et de la résultante raréfaction de leur offre sur le marché. Du coût par conséquent nécessaire à l'acquisition de tels ingrédients, découle l'absolue restriction de leur gaspillage, entre autres jusqu'à la fin des années 1870, être parfumeur consistait à exécuter des formules ayant été transmises par les générations précédentes, à performer, perpétuer un savoir-faire et donc, à être un bon artisan. Car ce n'est

---

<sup>559</sup> MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux*, Fayard, Paris, 2003, p. 10. « *Les œuvres ont été remplacées dans la production artistique par des dispositifs et des procédures qui fonctionnent comme des œuvres et produisent la pure expérience de l'art.* »

<sup>560</sup> Ibid. p. 11 et 35. « *Ce qui compte, c'est moins la matérialité de cet objet complexe qu'est le dispositif que le fait qu'il puisse générer une certaine gamme d'effets.* » [...] « *Il n'est pas indispensable que le dispositif soit aisément identifiable comme « de l'art » : ce qui est de l'art, c'est l'effet produit.* »

<sup>561</sup> Ibid. p. 169.

<sup>562</sup> Ibid. p. 115.

<sup>563</sup> L'obtention d'un kilo d'huile essentielle de rose nécessite par exemple quatre tonnes de pétales.

qu'avec la progressive insertion, dans sa palette, de matières premières d'origine synthétique<sup>564</sup> que sa profession put successivement prendre le tournant de la création<sup>565</sup>. Conçues en laboratoire, et pouvant être approvisionnées à moindre frais durant toute l'année, elles donnèrent effectivement au parfumeur la marge de manœuvre nécessaire à l'expérimentation et l'aboutissement de ses propres formules, l'amenant ainsi au débordement progressif des codes artisanaux, et soulevant à même mesure la problématique du droit d'auteur afférant à ses créations. Ce à quoi Edmond Roudnitska répond dès 1946 que « le parfum est un art ». Parfumeur renommé du XXe siècle, notamment influencé par la pensée de Souriau, il synthétise en 1977<sup>566</sup> les exigences devant être selon lui satisfaites pour qu'un parfum puisse accéder au statut d'œuvre d'art<sup>567</sup>, quête légitimante ardemment poursuivie depuis par l'industrie à la soustraction près de sa première motivation : pourvoir à la protection juridique de la création de parfums<sup>568</sup>. De fait, malgré la diversité des références ayant été entre temps sollicitées afin de justifier l'évidente accession du parfum au domaine artistique<sup>569</sup>, demeure la remise en

---

<sup>564</sup> *Fougère Royale* et *Jicky*, parfums respectivement créés en 1882 et 1889 pour les maisons Houbigant et Guerlain, sont généralement reconnus comme les premières compositions incluant en leurs formules, des matières premières de synthèse.

<sup>565</sup> BRIOT Eugénie, *La fabrique des parfums : naissance d'une industrie de luxe*, Vendémiaire, Paris, 2015.

<sup>566</sup> ROUDNITSKA Edmond, *L'esthétique en question : introduction à une esthétique de l'odorat*, Presses universitaires de France, Paris, 1977.

<sup>567</sup> DESJARDINS Marie-Laure, « L'odeur encensée », *Art & Olfaction, Arts Hebdo Médias*, Février 2016, non paginé. « Stimuler l'imagination et procurer une jouissance esthétique, disposer d'une palette de matières dont on peut jouer, posséder les moyens techniques nécessaires à son art, profiter de conditions socio-historiques ayant favorisé l'éducation non seulement des créateurs, mais aussi du public, disposer enfin d'hommes de talent ou de génie pour jouer de ces conditions. »

<sup>568</sup> ROUDNITSKA Edmond, « L'univers du parfum », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, p. 83. « Car il ne faut pas oublier le handicap fondamental que nous avons sur toutes les autres arts : nous ne pouvons pas divulguer notre formule, nous ne pouvons donc parler librement de sa construction, de sa structure. [...] Nous avons vu que ce n'est déjà pas facile de décrire une œuvre d'art, comme pouvons-nous le tenter pour notre parfum si nous devons nous taire sur sa construction ? Or, ce mutisme sera toujours obligatoire, par nécessité fondamentale. Donc, quels que soient les progrès réalisés dans le domaine de l'olfaction, ce handicap originel subsistera... tant que la « forme » de notre parfum ne sera pas en sécurité. »

<sup>569</sup> Par exemple, HUYSMANS Joris Karl, *A rebours*, Gallimard, Paris, 1884, pp. 222-223. « Il n'était en somme, plus anormal qu'un art existât, en dégageant d'odorants fluides, que d'autres en détachant des ondes sonores, ou en frappant de rayons diversement colorés la rétine d'un œil. [...] En résumé dans la parfumerie, l'artiste achève l'odeur initiale de la nature dont il taille la senteur, et il la monte ainsi qu'un joaillier épure l'eau d'une pierre et la fait valoir. »

question des intérêts qu'aurait nourri la parfumerie à l'égard de l'art si n'avait résidé en ce dernier la perspective d'une protection pour ses formules, ainsi qu'une invitation à la considération raisonnée de l'amalgame résultant de la revendication formulée par les parfumeurs, pour leurs créations, de l'appellation générique « d'art olfactif ». Ce vis-à-vis de quoi Jaquet écrit qu'« *on peut en effet se demander s'il y a vraiment quelque chose de commun entre la recherche d'un parfumeur centrée toute entière sur la composition de fragrances, et l'intégration ponctuelle de parfums et d'odeurs dans une œuvre d'art fondée sur la synesthésie* »<sup>570</sup>. Mais tandis que Simmel soutient que « *c'est la plus grave des erreurs de penser que la parure doit être une œuvre d'art* »<sup>571</sup>, Michaud souligne qu'« *il est temps de reconnaître que nous sommes entrés dans un autre monde de l'art* »<sup>572</sup>, celui où, cherchant à dire l'identité d'une époque à travers la mode, l'art transite du style à l'ornement, de l'ornement à la parure, de la parure au parfum, à l'atmosphère, au gaz, à *l'air de Paris* tel que Duchamp le concevait déjà en 1919<sup>573</sup>.

### 3.4.1 L'évanescence

Obrist écrit que l'art est ce qui étend la définition<sup>574</sup>. Faut-il ainsi comprendre que ce qui n'est pas art aujourd'hui est simplement appelé à le devenir demain ? Que si l'artistique devient évanescent, alors toute évanescence devient par conséquent artistique ? Que si l'art est le parfum d'une époque, alors tout parfum du marché est une œuvre en puissance, et mal de reconnaissance ? Cet état de confusion profite évidemment à la quête légitimante passant par la revendication artistique de la parfumerie, dont l'ambition ne vise plus tant la protection des formules<sup>575</sup>, que l'augmentation de la valeur perçue afférente à la composition de parfums<sup>576</sup>, et donc potentiellement, de ses prix. Heinich et Shapiro désignent comme « artification », le

---

<sup>570</sup> JAQUET Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Classique Garnier, Paris, 2015, p. 11.

<sup>571</sup> SIMMEL Georg, « Psychologie de la parure », *La parure et autres essais*, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1998, p. 84.

<sup>572</sup> MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux*, Fayard, Paris, 2003, p. 18.

<sup>573</sup> Ibid. p. 205.

<sup>574</sup> OBRIST Hans-Ulrich, *Les voies du curating*, Manuella, 2015, Paris, p. 13.

<sup>575</sup> GALAN Delphine, *La protection de la création olfactive par le droit de la propriété intellectuelle*, thèse, Avignon, 2008.

<sup>576</sup> LISBONNE Karine, *L'art, avec perte ou profit ? Des compétences de l'art dans l'entreprise*, Flammarion, Paris, 2007.

processus visant à transformer le non-art en art par « *changement de définition et de statut des personnes, des objets et des activités* »<sup>577</sup>, permettant à une pratique d'être légitimée dans un monde où l'art est actuellement valorisé, et faisant ainsi l'objet de nombreux recours par des institutions désireuses de voir reconnue une pratique qu'elles estiment injustement sous-estimée<sup>578</sup>. De fait, et bien que sa problématique ne soit pas celle de la légitimité, l'artification contribue à l'alimentation d'une sociologie de la reconnaissance, telle que « *des êtres cherchent à obtenir d'autrui d'être perçus et traités conformément aux catégories et valeurs dont ils estiment être porteurs* »<sup>579</sup>, et dans laquelle se lit aisément le « combat » des parfumeurs<sup>580</sup>, puisque « *dès que le statut d'artiste revêt un certain prestige dans des conceptions partagées, sa revendication procède inévitablement d'une recherche de reconnaissance* »<sup>581</sup>. Toutefois, et malgré les affinités du luxe<sup>582</sup> avec l'artification, le caractère encore utilitaire de la parfumerie rend a priori son passage à l'art impossible<sup>583</sup>, la condamnant à de « sporadiques mouvements artificatoires » incapables de pleine réalisation, et faisant que « *le parfum restera, dans le*

---

<sup>577</sup> HEINICH Nathalie, SHAPIRO Roberta, *De l'artification : Enquêtes sur le passage à l'art*, EHESS, Paris, 2016, p. 20.

<sup>578</sup> Ibid. p. 273.

<sup>579</sup> Ibid. p. 297.

<sup>580</sup> DESJARDINS Marie-Laure, « L'odeur encensée », *Art & Olfaction, Arts Hebdo Médias*, Op cit. « *Quand il s'agit de réfléchir au statut d'une œuvre olfactive vient immédiatement à l'esprit le combat entrepris depuis des années par nombre de parfumeurs, dont les créations ne sont aujourd'hui pas encore reconnues comme « œuvre de l'esprit » et ne bénéficient donc pas de la protection du droit d'auteur.* »

<sup>581</sup> HEINICH Nathalie, SHAPIRO Roberta, *De l'artification : Enquêtes sur le passage à l'art*, EHESS, Paris, 2016, p. 297.

<sup>582</sup> Ibid. p. 294. « *L'artification est donc favorisée lorsqu'on a affaire à une activité de luxe, peu manuelle, peu équipée techniquement, autorisant l'individualité, non soumise à la prouesse technique, susceptible d'innovation, pratiquée par ou s'adressant à des adultes de milieux sociaux plutôt favorisés, permettant une certaine autonomie sur la clientèle, relativement professionnalisée, transportable dans l'espace et dans le temps. S'ajoutent à cela d'autres facteurs propitiatoires tels que la visibilité, une certaine marginalité, une posture avant-gardiste et enfin, la possibilité d'une économie administrée.* »

<sup>583</sup> Ibid. p. 293. « *Ce qui semble faire obstacle à l'artification, c'est le caractère utilitaire de l'activité, le fait qu'il s'agisse d'un travail manuel, la part du machinisme, la sérialité de la production, la division du travail, lorsque la distribution des opérations en plusieurs postes ne permet pas d'isoler un moment artistique, les contraintes et les difficultés techniques qui minimisent la part de l'esthétique au profit de la prouesse, le poids de la tradition et du rapport aux maîtres, l'infériorité sociale des producteurs et/ou des amateurs, la dépendance envers le client, l'amateurisme, l'inamovibilité ou la restriction dans l'espace, le caractère éphémère ou la restriction dans le temps.* »

meilleur des cas, un « art » au sens métaphorique du terme, sans que ses producteurs puissent être durablement, universellement et institutionnellement considérés comme des artistes à part entière, et leurs productions comme des œuvres offertes à une appréciation purement artistique »<sup>584</sup>. Paradoxalement, l'état de confusion semble alors s'accroître, comment l'art pourrait-il plus avant consister à être le parfum d'une époque, si la parfumerie dans son ensemble se voit d'emblée refuser la perspective du passage à l'art ? Ce à quoi, Lipovetsky suggère qu'il ne soit, en réalité, pas question d'un « passage de l'art à l'état de gaz ou de vapeur, mais d'une restructuration de l'univers consommatoire par le principe créatif, fonctionnant comme stratégie marketing, processus créateur de valeur, et instrument de compétitivité des entreprises »<sup>585</sup>. Le nouveau monde qu'annonçait Michaud en écrivant que moins il y aurait d'art, et plus l'artistique se répandrait sur tout comme une buée<sup>586</sup>, renverrait ainsi à l'invention par le « capitalisme transesthétique » d'un art intégrant les principes afférant à la logique économique, au marketing, à l'obsolescence accélérée, ainsi qu'au renouvellement permanent, « un art de masse dont l'objectif [...] serait de stimuler la consommation de tous au travers de plaisirs passagers, immédiats, faciles, sans cesse renouvelés et n'exigeant aucun apprentissage, compétence, enracinement ou imprégnation culturels particuliers »<sup>587</sup>. Favorisant l'expression simultanée des caractères singuliers et l'assouvissement des désirs de visibilité, reconnaissance, et célébrité étant insufflés par les médias, cet art prétexterait l'éthique et la beauté, en étant tout entier tourné vers la compétitivité des entreprises qui l'emploient<sup>588</sup>, recourrait au cadre légitimant des institutions en faisant fi de l'inadéquation théorique à s'y manifester, serait finalement un refuge alternatif pour les refusés de l'artificialité et donc, pour le parfum.

### 3.4.2 La théorie institutionnelle

Telle que conçue par Dickie, la théorie institutionnelle veut que soit reconnu comme œuvre d'art, tout objet ayant été admis comme tel par le monde de l'art<sup>589</sup>, l'habilitation de ce dernier

---

<sup>584</sup> Ibid. p. 292.

<sup>585</sup> LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *L'esthétisation du monde*, Gallimard, Paris, 2013, p. 77.

<sup>586</sup> MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux*, Op cit. p. 9.

<sup>587</sup> LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *L'esthétisation du monde*, Gallimard, Paris, 2013, p. 71.

<sup>588</sup> Ibid. p. 32 et 113.

<sup>589</sup> DANTO Arthur, *Ce qu'est l'art*, Post-Éditions, Paris, 2013, p. 47. « La théorie de George Dickie affirme, en

à en « *décider de manière royale ou divine* »<sup>590</sup> étant essentiellement validée par sa relation aux institutions<sup>591</sup>, ainsi que par le recours qu'il peut avoir à leurs « théories persuasives »<sup>592</sup>. Entre autres, et malgré la comparaison qu'en fit Danto avec la chevalerie, telle que la reconnaissance artistique « *n'est pas donnée à tout le monde et que seuls les rois et reines peuvent en décider* »<sup>593</sup>, Mairesse confirme que la référence la plus classique pour juger de la valeur d'une œuvre consiste à faire le constat de sa présence dans un musée<sup>594</sup>, raison pour laquelle de nombreux artistes souhaitent faire don de leurs créations aux institutions, mais également pour laquelle « l'art » dont parle Lipovetsky cherche absolument à s'y montrer. Ainsi, lorsqu'obnubilée par l'adoubement artistique, la parfumerie recourt à l'exposition tel que « *plusieurs expériences muséales ont récemment consisté à présenter des parfums du marché comme des œuvres d'art* »<sup>595</sup>, la juste compréhension du phénomène relatif à l'insertion d'odeurs dans les musées semble alors dépendre de l'examen « *des relations de pouvoir internes au monde de l'art, et pouvant être mises en évidence à l'occasion de certains projets d'exposition* »<sup>596</sup>.

Car bien que le monde se donne désormais à l'appréhension par le biais privilégié de l'exposition<sup>597</sup>, pouvant ainsi tendre à la banalisation de son média, les premiers rendez-vous qu'eût cette dernière avec la profession du parfumeur relevaient pourtant d'une tradition si chère aux maisons de parfums<sup>598</sup>, qu'il est aujourd'hui regrettable de constater leur incapacité à

---

*substance, que la question de la définition de l'art dépend entièrement de la façon dont on définit le « monde de l'art » - qu'il définit autrement que moi. Pour Dickie, le monde de l'art est une sorte de réseau social, fait de curateurs, de collectionneurs, de critiques d'art, d'artistes ... Dont la vie est associée à l'art d'une manière ou d'une autre. Ainsi, quelque chose est de l'art si le monde de l'art décrète que c'est bien le cas. »*

<sup>590</sup> MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux*, Op cit. p. 50.

<sup>591</sup> DICKIE Georges, *Evaluating art*, Temple University Press, Etats-Unis, 1988, p. 155.

<sup>592</sup> MICHAUD Yves, *L'artiste et les commissaires. Quatre essais non pas sur l'art contemporain mais sur ceux qui s'en occupent*, Pluriel, Millau, 2012, p.50.

<sup>593</sup> DANTO Arthur, *Ce qu'est l'art*, Post-Éditions Paris, 2015, p. 47.

<sup>594</sup> MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La documentation française, 2012, p. 79.

<sup>595</sup> WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », Op cit. p.5.

<sup>596</sup> GLICENSTEIN Jérôme, *L'art : une histoire d'expositions*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016, p. 236.

<sup>597</sup> Ibid.

<sup>598</sup> LHEUREUX Rosine, *Une histoire des parfumeurs : France 1850 – 1910*, Champ Vallon, Paris, 2016, p.157. « *Entre 1867 et 1900, on trouve bien souvent les mêmes volontaires pour tenter l'aventure, qui débute près de deux*

l'envisager autrement que comme une stratégie de communication. Lheureux écrit que les expositions universelles furent en effet de régulières occasions pour les parfumeurs d'interroger les difficultés relatives à la présentation de leurs créations en contexte institutionnel. Elles se prêtèrent ainsi à l'expérimentation de divers odorisateurs, mais également au déploiement de décors toujours plus « remarquables »<sup>599</sup>, à l'augmentation progressive du nombre de parfumeurs siégeant aux comités d'admission et d'installation<sup>600</sup> et ce faisant, aux progrès et

---

*ans avant l'ouverture de l'exposition. Alphonse Piver, Jean-Baptiste Gellé, Charles Gallet, Aimé Guerlain sont les initiateurs de cette prise de responsabilité qui devient, pour leurs maisons, une tradition. »*

<sup>599</sup> PIVER, *Rapport du jury international*, Exposition universelle, Paris, 1900, groupe 14, troisième partie, classe 90, Parfumerie, p.363-366. « *L'agencement général était d'une élégance et d'un goût parfaits. L'art des parfums touche de très près à la beauté, il a tous les caractères du luxe, il revêt tous les caprices de la fantaisie. Il faut savoir gré aux organisateurs de la classe 90 d'avoir donné aux matières précieuses qui composent la parfumerie un cadre digne d'elles. Cet aspect ravissant, d'une impression essentiellement artistique, était l'œuvre de l'éminent artiste M. Frantz Jourdain. [...] L'idée première de M. Frantz Jourdain avait été de représenter un vaste jardin où les parfums eussent été placés à côté de fleurs naturelles. Il dut se borner à des prétentions plus modestes et plus pratiques, et, sans toutefois abandonner complètement le projet primitif, il composa des treillis formant pavillons et portiques et pouvant satisfaire aux exigences d'une exposition. Les treillis de style moderne, les gaines terminées en chapiteaux fleuris donnaient bien l'impression d'une architecture nouvelle. Enfin, le ton jaune choisi par M. Frantz Jourdain n'avait pas été inspiré par le hasard : l'habile architecte avait voulu écrire une symphonie des couleurs dans une tonalité donnée, et il avait orné son treillage de fleurs artificielles, dont les teintes variaient du blanc ivoire du jasmin à l'orange rouge de la capucine. [...] Sur l'un des petits côtés, à droite et à gauche, en entrant, était installé le musée centennal, les deux grands côtés étaient pris par les vitrines d'exposants, le quatrième par l'exposition des matières premières. Au-dessus des vitrines, une frise due au talent de M. Karbowski cadrait admirablement par son ton un peu vaporeux avec les tendances décoratives de la classe entière. [...] Au milieu de la classe s'élevait une fontaine, œuvre remarquable de Mme Besnard. L'eau qui en jaillissait retombait en cascade sur un amas de pierres à demi cachées par un massif de plantes et de fleurs naturelles entouré de bancs modern style. Enfin, formant un ovale gracieux autour de ce massif, étaient disposés les douze salons occupés par les grandes maisons de parfumerie à qui le sort avait attribué ces emplacements. [...] La place nous manque pour entreprendre une description détaillée de chacune des vitrines mises à disposition des autres maisons exposantes. Nous nous bornerons donc à noter le bon goût et le sens artistique qui avaient présidé à l'installation de chacune. L'ensemble dénotait un effort général. Sans doute, certaines ont déployé moins de luxe, mais on a pu remarquer chez toutes un égal souci de l'apparence artistique qui a prouvé une fois de plus aux étrangers combien le goût français se plie à toutes les combinaisons. »*

<sup>600</sup> LHEUREUX Rosine, *Une histoire des parfumeurs : France 1850 – 1910*, Op cit. p.158-159. « *Les parfumeurs n'acquiescèrent pas tout de suite leur autonomie. Durant les expositions de 1867 et de 1878, ils sont encore placés sous la tutelle de personnes dont les activités ont un rapport plus ou moins lointain avec leur industrie, médecins, pharmaciens, ingénieurs ou chimistes. En 1865, le comité Barreswil, unique et très restreint, ne comprend guère que le chimiste, président et rapporteur bienveillant, un pharmacien secrétaire et un parfumeur, Alphonse Piver,*



réussites de la parfumerie française, la première ayant sans doute été de s'affranchir des classes afférentes aux produits chimiques et accessoires pour devenir une catégorie à part entière. Partant de la classe 29 « *Objets de parure, savons, bougies et parfumerie* » en 1851, le parfum connut en effet les classe 45 « *Produits chimiques et pharmaceutiques, produits des sciences, produits organiques, produits chimiques employés comme parfum* » en 1889 et 19 « *Produits chimiques et pharmaceutiques, matériel de peinture, parfumerie, savonnerie* » en 1893, avant de parvenir à la classe 90 « *Parfumerie* » en 1900<sup>601</sup>. La perspective d'une seconde réussite, outre les nombreuses médailles ayant été attribuées à des parfumeurs au cours de ces expositions<sup>602</sup>, pouvant plus avant se distinguer dans les propos ayant été tenus par Krantz en 1893 : « *si la parfumerie confine au domaine de la science par les secours qu'elle lui emprunte, elle s'écarte de son rôle essentiellement pratique en poursuivant une visée artistique et agréable* »<sup>603</sup>, suggérant qu'à la fin du XIXe siècle, la collaboration parfumeurs-exposition semblait sur le point d'aboutir une reconnaissance du parfum comme « art sensitif de l'odorat »<sup>604</sup>.

Entreprise ayant sans doute été finalement avortée par les progrès de la photographie, car malgré l'ingéniosité des dispositifs conçus par les parfumeurs pour faire sentir leurs

---

*qui siège en tant que membre. L'équilibre est cependant rétabli pour régler les problèmes relatifs à l'installation de la classe par l'adjonction de deux délégués des déposants, Antonin Raynaud et Jean-Baptiste Gellé. Par la suite, les parfumeurs, grâce à ces membres élus, sont toujours majoritaires dans les comités d'installation. [...] En 1887, les parfumeurs ont fait leurs preuves aux yeux de la direction. Ils sont neuf dans le comité d'admission. [...] En 1900, le comité, présidé par Chiris, est beaucoup plus important, puisqu'il comprend vingt-deux membres. Les responsables des plus grandes maisons y siègent tous et les non-parfumeurs y font définitivement figure d'exception. Le comité d'installation comprend onze membres, dont sept nommés, tous parfumeurs. »*

<sup>601</sup> Rapports du jury international des expositions universelles de 1851, 1889, 1893, 1900, 1911, *Archives du Conservatoire National des Arts et Métiers*, Paris.

<sup>602</sup> LHEUREUX Rosine, *Une histoire des parfumeurs : France 1850 – 1910*, Op cit. p.176. « *Ainsi que le montre un rapide comptage, la classe de la parfumerie française récolte des moissons impressionnantes de médailles par rapport à l'ensemble des parfumeurs étrangers : si en 1867, sur 61 exposants français, 37 sont primés, soit une proportion de près de 60% du palmarès général, en 1900, sur 90 français, 86 remportent une médaille, dont 45 d'or ou d'argent, ce qui ne représente toutefois plus que 44% du palmarès général, 109 des 176 exposants étrangers étant décorés cette année-là. »*

<sup>603</sup> KRANTZ Camille, *Exposition internationale de Chicago, 1893*, Rapport du comité 19, Produits chimiques et pharmaceutiques, Matériel de peinture, parfumerie, savonnerie, Paris, 1893, p. 219.

<sup>604</sup> LHEUREUX Rosine, *Une histoire des parfumeurs : France 1850 – 1910*, Op cit. p.182.

compositions durant les expositions, ils ne parvinrent jamais à les parer d'une évidence semblable à celle des choses observables<sup>605</sup>. Entre autres, si la photographie échoue à restituer l'odeur et ce, malgré les tentatives de Devaux et Breitenbach<sup>606</sup>, son expansion autorisa les parfumeurs à délaisser l'exploitation de « l'identité olfactive » du parfum, déjà trop coûteuse pour être approximative, au profit de celle de son « identité symbolique »<sup>607</sup>, de la successive élaboration de sa sémiotique visuelle<sup>608</sup> et donc, de sa publicité. Les sociétés de diffusion reprirent à leur compte le marché des dispositifs olfactifs, et les maisons de parfums se dotèrent de départements marketing à rapide extension, capables de faire paraître le parfum par l'image et progressivement, de l'y réduire. Elles n'avaient donc plus à collaborer avec l'exposition puisque la visibilité du parfum, nouvellement acquise et habilement maniée<sup>609</sup>, leur permettait enfin de l'exploiter à profusion. Rykner et Hasquenoph dénoncent en effet l'avènement d'un nouveau genre d'expositions ayant pour objectif explicite la participation aux stratégies de communication de maisons de prestige, par l'agencement de leurs marques et produits au sein d'institutions renommées, et se situant de fait entre l'évènement culturel et l'opération publicitaire<sup>610</sup>. Conséquemment baptisées « publi-expositions »<sup>611</sup>, elles mirent l'aura muséale

---

<sup>605</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.241.

<sup>606</sup> BREITENBACH Josef, DEVAUX Henri, *Rose petal exhaling its fragrance*, Gelatin silver print, 1937, tirage non parfumé.

<sup>607</sup> BOUTAUD Jean-Jacques, « Parfums et images des corps extrêmes », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 142.

<sup>608</sup> BOUTAUD Jean-Jacques, *Sémiotique et communication : du signe et du sens*, Harmattan, Paris, 1998.

<sup>609</sup> BOUTAUD Jean-Jacques, « Parfums et images des corps extrêmes », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 142-144. « Il n'est pas indifférent que le corps lui-même soit le lieu par excellence de l'image publicitaire du parfum, vecteur essentiel de sa communication. [...] L'une des formes les plus en vue aujourd'hui consiste à augmenter tous les effets de la représentation du corps : grossir les plans, amplifier les mouvements, exagérer les postures. Recherche de sensations fortes au contact de corps extrêmes qui saturent l'image, l'envahissent, captifs d'un cadre trop étroit pour les sensations vécues. [...] Corps actif et productif, expression de vie et d'envie, corps figé dans la pose, cultivant la ligne et la perfection plastique, corps sexué qui joue avec les interdits, masque et dévoile tout son pouvoir d'exciter les sens. Corps qui s'offre, se donne, s'expose, mais sans espoir de sortir de la vitrine publicitaire. L'usage fonctionnel veut que l'on consomme ces images, en présence non de sujets, en prise avec le réel, mais de simulacres d'objets, humains et matériels, quand bien même les corps paradent et se pavanent. »

<sup>610</sup> HASQUENOPH Bernard, « Publi-expositions, des expos publicitaires dans les musées et ailleurs », *Louvre pour tous*, 17/11/13, <http://www.louvrepour tous.fr>, consulté le 13/01/19.

<sup>611</sup> RYKNER Didier, « Breguet : une publi-exposition au Louvre », *La tribune de l'art*, 31/07/09, <https://www.latribunedelart.com>, consulté le 13/01/19. Inspiré du publi-reportage, le terme fut inventé par Rykner

au service de la promotion d'articles du commerce, tels que les parfums. Dans la thèse qu'elle consacre aux relations entretenues par les industries de la parfumerie avec les musées, Pronitcheva estime que, par le biais de son emballage, le parfum apparaît dans les musées classiques à partir de 1959<sup>612</sup>, mais n'y aurait été donné à sentir qu'avec l'arrivée au Costume Institute de Diana Vreeland en 1972<sup>613</sup>. L'ancienne collaboratrice du magazine *Harper's Bazaar* et rédactrice en chef de *Vogue* avait en effet pour habitude l'accommodante et systématique association d'un parfum à une exposition de mode<sup>614</sup>, lequel était alors diffusé dans les salles et quotidiennement renouvelé par l'intermédiaire du système de ventilation. Exacerbées et fantasmagoriques, ses propositions odorisées soulevaient alors de tels débats qu'en l'espace d'une décennie, elle aurait contribué à la conversion définitive des expositions de mode en manifestations de luxe<sup>615</sup>, ainsi qu'à la successive « *avalanche à partir de 1980, aux Etats-Unis et dans le monde entier, d'expositions célébrant ses industries* »<sup>616</sup>. Force étant par ailleurs de constater qu'au fil des années, leur multiplication opéra au détriment de leur force d'impact. Aussi opportun que puisse ainsi sembler le format de la publi-exposition pour une maison de parfums projetant dans sa présence muséale, la perspective d'une reconnaissance artistique, la

---

à l'occasion de cet article afin de qualifier des expositions mettant en scène des marque, entreprises ou produits, sans objectivité scientifique ou avec une telle bienveillance, qu'elles peuvent s'apparenter à des opérations publicitaires.

<sup>612</sup> Exposition « One of the 20th century's most prominent useful objects », *MoMa*, New York, 1959.

<sup>613</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, thèse, Paris, 2016, p. 94.

<sup>614</sup> Ibid. p. 95. « Elle associe à l'exposition *The Glory of Russian Costume*, le parfum *Cuir de Russie* de Chanel ; à l'exposition *The Manchu Dragon*, le parfum *Opium* d'Yves Saint Laurent ; à l'exposition *The Eighteenth-Century Woman*, le parfum *Nahema* de Guerlain ; à l'exposition *La Belle époque*, le parfum *l'Heure bleue* de Guerlain ; à l'exposition *Yves Saint Laurent*, le parfum *Paris* d'Yves Saint Laurent. [...] D'ailleurs, l'association de l'exposition *The Manchu Dragon : Costumes of China, the Ch'ing Dynasty (1980-1981)* et de *l'Opium*, le nouveau parfum, sorti en 1977, par Yves Saint Laurent, illustre bien l'approche sensationnelle et non scientifique de Diana Vreeland de la mode et de ses propres activités en tant que *Special Consultant* du Costume Institute. En effet, Diana Vreeland choisit *l'Opium* car ce parfum "captures the essence of China". Cependant: "Considering how hard the Chinese government tried to keep opium out of China, and how British fought two wars to force them to import it, Vreeland's neocolonialist celebration of the « exotic » Orient seemed like a cruel joke." Or, la véritable raison de l'association du parfum *Opium* à l'exposition « chinoise » semble être le mécénat que l'entreprise Yves Saint Laurent accorde à l'exposition *The Manchu Dragon*, ainsi que les liens d'amitié entre Diana Vreeland et le créateur Yves Saint Laurent. »

<sup>615</sup> Ibid. p. 100.

<sup>616</sup> Ibid.

banalisation de son phénomène les engagea en dernier lieu à la reconsidération de ce que le parfum peut avoir de somatique et de singulier : sa forme olfactive.

La parfumerie revint ainsi à s'investir dans le développement de moyens capables de sublimer l'olfaction, trouvant sans doute dans le sillage du corps parfumé l'œuvre d'un premier dispositif<sup>617</sup> et qui, du vaporisateur au nuage olfactif<sup>618</sup>, s'érigèrent progressivement de l'accessoire en de véritables installations artistiques. Ce faisant, bien que la dérivation de leur usage soit entre temps et notamment devenue nécessaire au déploiement des expositions olfactives, les appareils ayant été ainsi développés par la parfumerie ne peuvent à l'évidence se passer d'elle, ni par l'intermédiaire de l'odeur qu'ils véhiculent, renvoyer à autre chose qu'à la parodie de l'ailleurs étant déjà performée par ses jus. Incapables de rendre compte de l'odeur des vraies choses, ils ne peuvent permettre ni l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia en contexte expographique, ni l'optimisation des perspectives résonantes de leur relation avec le visiteur. La corrélation entretenue par leurs offres avec le déploiement des propositions d'œuvres et d'expositions olfactives<sup>619</sup> justifie par conséquent que je n'en développe plus avant les panoramas respectifs puisque, certaines ayant été initialement conçues à partir de l'odeur des vraies choses et non de compositions parfumées, aucune des initiatives ayant eu le potentiel théorique de restituer ce que pourrait être la muséologie olfactive<sup>620</sup>, n'est à ma connaissance, véritablement parvenu à en aboutir l'exemple<sup>621</sup>. L'exclusivité dont ces

---

<sup>617</sup> JAQUET Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Classique Garnier, Paris, 2015, p. 12.

<sup>618</sup> Se reporter au chapitre 7.

<sup>619</sup> WICKY Erika, « Description et olfaction de l'art contemporain : Les mutations de la critique d'art », *Marges*, 2014, p. 86.

<sup>620</sup> Entendue comme actualisation résonante de la muséologie de Stránský par le biais privilégié de l'olfaction.

<sup>621</sup> Exemple de non maîtrise de la diffusion : Au cours d'un entretien réalisé en 2017, l'artiste Boris Raux évoque au sujet de son œuvre *A boat on the sea*, qu'il souhaitait restituer l'odeur de la mer en encapsulant littéralement dans des billes, l'eau de mer qu'il prélevât sur la plage lors d'un séjour à Brighton. Le processus était, dit-il bien plus long et fastidieux que l'aurait été une simple commande à un parfumeur d'un concentré odorant évoquant la mer, et pourtant bien moins efficace puisque lorsque l'œuvre fut présentée, il ne s'en exhalait pas la moindre odeur. Déconvenue ayant été successivement amorcée par une documentation plus importante de la démarche artistique, sans que cela ne parvienne réellement à compenser le déficit olfactif de l'œuvre.

Exemple de non maîtrise de la propagation : A l'occasion de l'exposition « Belle haleine : l'odeur de l'art », la commissaire Annja Müller-Alsbach expérimente un dispositif de présentation consistant à isoler chaque installation olfactive dans une pièce close, afin de limiter la propagation de leurs effluves respectifs au périmètre de la salle qui leur fut été attribuée. Entreprise qui se solda par un échec puisqu'au bout de trois mois, l'intégralité

dispositifs, pensés donc par et pour la parfumerie, jouissent par ailleurs sur le marché, contribue à la progressive réduction de l'odorant au parfumé, telle que la plupart des musées, exception faite des motivations afférentes au mécénat, semble croire que l'insertion d'une dimension olfactive intentionnelle au sein de leurs espaces d'exposition, ne peut qu'émerger des suites d'une collaboration avec une maison de parfums. Alternative qui, bien qu'ayant fait ses preuves<sup>622</sup>, ne peut s'inscrire dans la logique d'une muséologie olfactive puisque dès que l'appréhension d'un jus parfumé se soustrait à celle de l'odeur des vraies choses, quand bien même le premier parviendrait à la parfaite imitation de la seconde, la perspective d'une relation résonante au monde par l'intermédiaire de l'odeur des objets se voit fatalement perdue. Si l'expertise du parfumeur peut ainsi s'avérer nécessaire à l'actualisation résonante des phases de sélection et de thésaurisation de la muséologie de Stránský, son habileté à composer des jus capables d'imiter l'odeur des vraies choses, ne peut successivement conduire l'actualisation résonante de leur présentation puisqu'en vérité, elle la contrecarre. De fait, la présentation résonante des muséalia ne peut emprunter aux dispositifs olfactifs monopolisant actuellement le marché, puisque son effectivité dépend en réalité de la conception de variantes sur-mesure, à même de prendre des objets de musées pour source odorante, et d'ainsi favoriser l'appréhension de l'odeur des vraies choses en contexte expographique.

*Images à suivre, de haut en bas, de gauche à droite :*

*Aromapoetry, Eduardo Kac, Invisible & Insaisissable, Centre d'art Enghien-les-Bains, 2011*

*Olfactory labyrinth, Maki Ueda, Tokyo, 2013*

*Épithélium n°10, Boris Raux, 2009*

*Épithélium n°12, Boris Raux, 2009*

*Exposition Smell me, Martynka Wawrzyniak, Envoy Enterprises, New York, 2012*

*Épithélium n°2, Boris Raux, 2009*

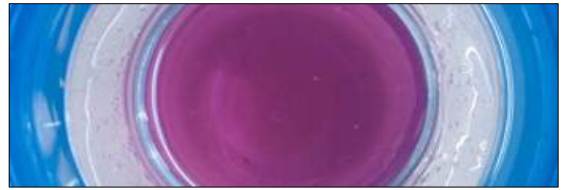
*Épithélium n°13, Boris Raux, 2009*

*Scratch & sniff, Black oil painting, Peter de Cupere, 2015*

---

des odeurs s'étaient mélangées au point qu'en pénétrant dans une pièce, le visiteur était incapable de distinguer celle qui appartenait à l'œuvre de celles qui la parasitaient.

<sup>622</sup> La prise en charge des supports olfactifs de l'exposition « Parfums de Chine, la culture de l'encens au temps des empereurs », *Musée Cernuschi*, Paris, 2018, fut notamment assurée par la maison Dior, l'équipe du parfumeur François Demachy, et la société de diffusion Exhalia.



### 3.5 LES PERSPECTIVES

En 1983, aidé de trois femmes et deux hommes Inuits, le couple d'ethnologues Robbe conduisit la restauration d'un umiak au sein même des espaces d'exposition du musée de l'Homme. Initiative au sujet de laquelle Bernadette Robbe évoque rétrospectivement qu'il s'agissait de la toute première occasion qu'avait le public de découvrir ce que pouvait véritablement sentir ce genre d'objets. Un umiak est une embarcation traditionnelle Inuit constituée d'une structure en bois recouverte de peaux de phoque dont la graisse ne fut pas retirée lors du dépeçage, particulièrement sujet au dessèchement causé par la chaleur, et nécessitant afin d'être restauré que soit mobilisé un savoir-faire relatif à la couture des peaux humides. Une importante quantité de peaux pourvues de graisse fut par conséquent importée du Groenland afin d'optimiser la restauration de cette barque, acheminées à Paris à la fin du mois d'Aout, elles embaumèrent les espaces d'exposition d'une odeur de graisse tiède durant toute la durée de l'opération, qui permit a priori de « faire revivre le musée »<sup>623</sup>. Ne relevant ni de l'exposition, ni de l'installation

---

<sup>623</sup> Verbatim d'entretien réalisé avec Bernadette Robbe, le 9 février 2016. « *Le temps où on a restauré cet umiak c'était en 1983. Un umiak c'est une grande embarcation qu'utilisent les Inuits et que nous avons donc entièrement restauré et recousu avec trois femmes Inuits. [...] Cet umiak qui avait été prêté en Hollande et qui avait été rendu dans un état très abimé, car effectivement on le constate aussi pour tous les vêtements confectionnés en peau, ils souffrent énormément de la chaleur, du dessèchement, et nous on connaissait des gens qui sur place, étaient capables d'effectuer un travail de restauration pour un tel objet. [...] C'était un très gros travail, mais donc on a fait venir ces femmes à Paris pour qu'elles puissent nous aider à restaurer cet umiak de façon traditionnelle. [...] On a donc pu faire venir cinq personnes, trois femmes et deux hommes, ces derniers ayant pour mission de réparer les parties en bois, tandis que les femmes et moi-même restaurerions la peau, venue directement du Groenland. Mon mari était parti au Groenland deux semaines avant parce qu'il fallait effectivement récupérer certains types de peau de phoque, en vérité des peaux sur lesquelles la couche de graisse a été laissée au moment du dépeçage de l'animal. Toutes ces peaux sont donc arrivées par bateau à Paris, et effectivement quand les caisses sont arrivées et qu'on les a ouvertes, je vous laisse imaginer l'odeur ! Fin Aout, début Septembre, c'était formidable ! On a commencé à travailler sur ces peaux à l'atelier de restauration, notamment moi expliquant aux autres femmes comment nous devons procéder au sein du musée et surtout pour rentabiliser au mieux le temps des gens qui allaient venir nous aider. [...] Ça sentait donc très fort dans tout le musée, et donc on a recousu dans les salles publiques, dans l'espace consacré aux Inuits on a conçu un sol spécial en bois pour pouvoir directement travailler dessus. Donc simultanément la carcasse de bois était mise à nue par les hommes pour que chaque planche abimée soit remplacée par une nouvelle, et nous à même le sol, nous nous occupions des peaux. Nous les avons notamment mises sur cadre pour mieux pouvoir les traiter et donc tout le monde a pu profiter de ce moment et de ce travail, qui d'ordinaire ne s'effectue que dans les ateliers de restauration. Ça a fait revivre ce musée pour quelques temps. J'en reviens à l'odeur des peaux. Donc pour certains c'était une odeur qui était terrible. Le soir à la maison quand*

artistique, ce transfert d'opération de l'espace des réserves à ceux de présentation, pouvant ainsi s'y faire performance, permet une idéale démonstration de ce que pourrait être la muséologie olfactive mais ce, sans parvenir pour autant à se soustraire à son statut d'exception. Pourrait-on en effet envisager que telle initiative soit aujourd'hui réitérée à pareille ampleur au sein d'un musée ? Stránský écrit qu'il est rare que les nouveaux savoirs fassent l'objet d'adaptations muséographiques<sup>624</sup> et Cometti, que « *les conditions actuelles de scénographie muséale présentent ce regrettable défaut de se substituer à l'imagination et de faire du visiteur un « spectateur assisté » alors qu'il appartient à l'intelligence et à l'imagination d'induire, à partir de ce qui est perçu, la signification que l'objet est susceptible de prendre dans notre existence* »<sup>625</sup>. Glicenstein évoque ainsi une analogie de la muséologie et de l'oracle, telle qu'apparaissant initialement muette, le musée parviendrait à la faire parler en permanence et la plupart du temps, pour lui faire dire ce dont il a besoin, quand il en a besoin<sup>626</sup>. Servant cette même logique, les dispositifs olfactifs dont il peut par ailleurs s'aventurer à l'essai sabotent la rencontre du sujet avec l'espace spécifique des muséalia, au profit d'une immersion dans ce que les techniques du divertissement peuvent avoir de « violent »<sup>627</sup> et ce, malgré que « *le véritable effet, le choc souvent, ne dépend pas tant de subterfuges inhérents aux dispositifs muséographiques qu'aux œuvres elles-mêmes, puissamment auratiques, aussi lumineuses que numineuses, étymologiquement animées* »<sup>628</sup> d'une suffisante énergie<sup>629</sup> les rendant capables de

---

*je rentrais, je devais faire une à deux lessives pour retirer l'odeur de nos vêtements. Cette odeur c'était une odeur de graisse ancienne. Cette graisse était de couleur marron du fait de sa vieillesse. Je reviens à nouveau à l'odeur, donc une odeur de graisse rance mais ce n'est pas n'importe quelle graisse puisqu'il s'agit de graisse phoque, c'est très particulier. La peau de phoque qui a encore la graisse ça a une texture molle, un peu spongieux du fait qu'elle est encore humide et la graisse du dessous fait un peu l'effet du lard mais en plus foncé. »*

<sup>624</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie, Op cit. p. 66.

<sup>625</sup> COMETTI Jean-Pierre, *Conserver-Restaure; L'œuvre d'art à l'époque de sa préservation technique*, Gallimard, Paris, 2016, p.120.

<sup>626</sup> GLICENSTEIN Jérôme, *L'art : une histoire d'expositions*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016, p. 214 et 243.

<sup>627</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 338.

<sup>628</sup> LARDELLIER Pascal, « Le regard au musée », *Publics et Musées*, n°16, Paris, 1999, p. 19.

<sup>629</sup> STRANSKY Zbyněk, « L'ontologie de la mémoire et la muséologie, 1997 », Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie, Harmattan, Paris, 2019, p. 172. « *Il a été démontré que la cognition constitue un échange d'informations basé sur le transfert d'énergie. En rapport avec ceci, Miroslav Kral écrit que la cognition provient « de l'intérieur, sous forme d'un dialogue entre l'homme et le monde où l'aspect de l'énergie ne peut être*



parler leur propre langage, et justifiant qu'elles soient donc présentées comme telles, ce que Parker et McLuhan défendaient déjà en 1967<sup>630</sup>. Au cours de leur intervention au musée de la ville de New York, ils évoquent que pour peu que soient connus l'effet et l'affect que peut exercer sur le visiteur, une muséologie sortie de sa vitrine, et qu'il soit par ailleurs possible d'effectivement l'en extraire, l'immersion d'un sujet au sein de l'environnement qu'elle serait alors en mesure de déployer, le rendrait a priori capable de modalités relationnelles totalement nouvelles<sup>631</sup>. Telles qu'après plusieurs siècles d'espace visuel uniforme, « nous voulons seulement sentir »<sup>632</sup>, « respirer et entendre de tout notre épiderme »<sup>633</sup> avec « les sens dont relèvent la plupart des artefacts du musée, ceux de ce que nous appellerions un pays très arriéré, où l'on ne se servirait pas des yeux mais de l'ensemble des sens [...] de la peau de l'homme comme agent de perception intuitive »<sup>634</sup>. Ce qui n'est pas sans rappeler les sensorialités existentielles dans lesquelles Rosa ancre les possibles de la résonance, et suggérerait plus avant la conception de dispositifs capables de « rendre compte du fait qu'un nouveau rapport aux objets caractérise la société contemporaine, [...] non plus basé sur le mode de l'instrumentation ou de l'aliénation, mais sur celui de la fréquentation, du contact ou

---

*négligé ». C'est un élément d'information qui exige de prendre en considération l'effet énergétique d'un objet muséal pendant le processus de familiarisation, aussi bien de la part des chercheurs que des visiteurs. Je crois que c'est par ce biais également que nous pouvons donner une explication scientifique du phénomène de l'aura de l'objet muséal qui se présente comme un agent réel affectant la psyché humaine. Naturellement, ce savoir est très important pour la présentation muséale tout comme pour la composition des formes de présentation et, peut-être aussi – si les technologies le permettent – pour l'évaluation de l'impact de ces formes-là sur la psyché humaine. »*

<sup>630</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Aléas, Lyons, 2008, p. 61. « HP : Je pense qu'une des perspectives les plus intéressantes serait de reconstituer ainsi les espaces et la participation sensorielle qui se trouvent dans les objets. [...] MCL : Il y a beaucoup d'autres espaces en dehors de l'espace visuel. Il y a les espaces acoustique, tactile, olfactif. [...] Question : Je pense que ce qui peut être fait est ce que fait M. Parker, à savoir tenter de casser ce cercle visuel et de montrer les œuvres d'art comme si elles pouvaient parler leur propre langage. »

<sup>631</sup> Ibid. pp. 34-35.

<sup>632</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 186.

<sup>633</sup> MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977, p. 148.

<sup>634</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 41.

*même de l'expérience affectivo-corporelle, voire du jeu »<sup>635</sup>, par lesquels d'une muséologie, « le fragile effluve ouvre alors un horizon d'existence où le monde se fait parole »<sup>636</sup>.*

---

<sup>635</sup> PEETERS Hugues, CHARLIER Philippe, « Contributions à une théorie du dispositif », *Hermès, La Revue*, n°25, Mars 1999, p. 17.

<sup>636</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 228.

#### 4. LA RELATION AUX ELEMENTS DE LA REALITE

La sélection, la thésaurisation et la présentation des éléments authentiques permettent ainsi la restitution de la réalité dont ces derniers sont issus mais également, par l'exaltation des sens qu'elle génère, la progressive transformation enrichie de la conscience culturelle de l'individu et, plus généralement, de l'humanité toute entière<sup>637</sup>. Stránský souligne cependant qu'il devient par ailleurs évident que la pérennité afférente à l'existence des musées dépend principalement de la qualité du dialogue instauré par ces derniers à l'égard de leur public, laquelle ne dépend pas uniquement de la nature du contenu à transmettre, mais également de la manière, des formes et méthodes ayant été mobilisées afin de parfaire son acheminement<sup>638</sup>. Entre autres, Rosa écrit que la source du pouvoir d'attraction que peuvent exercer les musées réside en partie en ce qu'ils sont des lieux où, par l'exploration et le jeu, le sujet expérimente diverses modalités de relation au monde, canalisant et modifiant celle qui était la sienne avant le début de sa visite<sup>639</sup>, rendant ainsi capables les institutions de déterminer « *les formes, axes et intensités des relations que nous pouvons développer avec le monde sur un plan cognitif, physique et émotionnel* », mais également de nous disposer plus avant à l'éveil de sensibilités résonnantes<sup>640</sup>. Ce à quoi Deloche et Mairesse ajoutent que le musée est « *un des rares endroits où l'on peut rencontrer la réalité concrète en chair et en os* »<sup>641</sup> et Bergeron, qu'à l'heure du numérique son expérience se singularise, puisqu'en un monde en proie à la constante dématérialisation, le musée offre un espace concret où visiteur et objets tangibles peuvent se rencontrer, où sujet et monde matériel peuvent ainsi renouer<sup>642</sup>. De fait, bien qu'il semble a priori entendu que les futures transformations du musée soient à orienter vers la possibilité pour le visiteur d'y « *exercer*

---

<sup>637</sup> STRANSKY Zbyněk, « L'ontologie de la mémoire et la muséologie, 1997 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 170.

<sup>638</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 68.

<sup>639</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 327.

<sup>640</sup> Ibid. p. 458.

<sup>641</sup> DELOCHE Bernard, MAIRESSE François, « Vers une nouvelle génération de musées ? », *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 16.

<sup>642</sup> BERGERON Yves, « Musées et muséologies : entre cryogénéisation, ruptures et transformations », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 233.

*pleinement l'ensemble de ses fonctions sensorielles* »<sup>643</sup>, demeure la question de leur mise en œuvre : « *comment transformer le musée, de média chaud qu'il était, en média froid ouvert à la participation du public ?* »<sup>644</sup>, interrogation nécessitant que soit au préalable connues les manières dont ce dernier sollicite ses organes sensoriels au sein des institutions culturelles, et dans le cas qui nous intéresse, les façons dont il y emploie plus particulièrement son nez<sup>645</sup>.

J'évoquais précédemment que la perte de l'odeur des lieux, des autres, des objets, et sa successive substitution par des compositions de synthèse, ont engendré notre intolérance aux odeurs de la réalité lorsqu'il nous apparaît d'y être à nouveau confrontés, faisant qu'en une semi-conscience, nous les anticipons par rétention quasi-constante de notre respiration<sup>646</sup>. Mais également que le déploiement du marketing sensoriel à partir des années 1970<sup>647</sup> et la popularisation qu'il connut courant 2000<sup>648</sup>, eurent pour effet le successif accroissement de cette méfiance<sup>649</sup>, tel qu'un visiteur venant aujourd'hui à réaliser que des odeurs sont diffusées

---

<sup>643</sup> DELOCHE Bernard, MAIRESSE François, « Vers une nouvelle génération de musées ? », *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 16.

<sup>644</sup> Ibid, se référant à MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977, p. 42.

<sup>645</sup> BLANC-MOUCHET Jacqueline, « Synesthésies parfumées », *Odeurs et Parfums*, Op cit. p. 229.

<sup>646</sup> Se reporter au chapitre 1, section 1, sous-section 1.

<sup>647</sup> KOTLER Philip, "Atmospherics as a marketing tool", *Journal of retailing*, vol. 49, n°4, 1973, pp. 48-64.

<sup>648</sup> DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel des points de vente : résultats des recherches aux pratiques des distributeurs », Colloque Etienne Thil, La Rochelle, 2000.

<sup>649</sup> DROBNICK Jim, « The Museum as Smellscape », *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014, p.193. "Audiences tend to be suspicious of and annoyed at smells they cannot readily identify, especially if they are anonymously introduced. As well, ethical issues and the feeling of manipulation may arise when the purpose of the scent is not evident. Environmental fragrancing is a popular technique by retailers, corporations, and institutions to influence behavior, such as to increase shopping by consumers, regulate factory workers' production levels, or keep prisoners calm. Critics consider these functions to be instrumental, especially when they are anonymously diffused into the indoor atmosphere."

DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, Op cit. p. 58. « Certains distributeurs appréhendent les critiques sur l'éthique d'une telle démarche et préfèrent ne pas s'engager sur ces éléments de marketing du point de vente. Il est en effet totalement interdit de diffuser des odeurs artificielles de fruits mûrs pour faire croire à une qualité supérieure du produit, ou comme l'a fait récemment un parc d'attraction, de diffuser du gaz hilarant pour créer une euphorie non justifiée chez le visiteur. Ces utilisations sont totalement irresponsables et peuvent être punies par la loi puisqu'il s'agit alors de tromper le consommateur ou de l'influencer à son insu sans qu'il ait la capacité de se défendre. »

à son insu en un musée, éprouverait le conséquent sentiment d'avoir été trahi et manipulé par l'institution<sup>650</sup>. Dans la thèse qu'elle soutint sur le rôle des odeurs dans la communication interpersonnelle, Tonelli évoque quatre types de situation dans lesquels l'individu est amené à recourir à des mécanismes de défense : la scotomisation, la mémorisation sélective, l'interprétation défensive et la négociation de l'autorité de la source. La scotomisation consiste à ne pas percevoir une information gênante, la mémorisation sélective, à la percevoir puis à l'oublier instantanément, l'interprétation défensive, à la percevoir puis à en infléchir le sens vers une version qui nous plaît davantage, et la négation de l'autorité de la source, à dévaloriser son émetteur afin de successivement la refouler<sup>651</sup>. Tonelli en vient par conséquent à évoquer le *principe de coopération* ayant été développé par Grice dans les années 1970<sup>652</sup>, afin d'évaluer les perspectives de son application aux modalités d'interaction olfactive telles que, bien que la perception odorante relève physiologiquement d'instincts afférant à la peur et au désir, le ménagement d'une zone réciproque de coopération chez les interlocuteurs s'avèrerait nécessaire à toute effectivité d'une communication par l'odeur<sup>653</sup>. Ce faisant, si le visiteur coopère le premier en se présentant au musée afin de renouer avec le monde matériel, comment l'institution peut-elle successivement régler les modalités d'appréhension de l'espace spécifique des muséalia, et notamment de leur dimension olfactive, afin de rendre au visiteur l'équivalent de son initiative, par l'optimisation du potentiel résonant de son interaction avec les éléments authentiques et plus avant, avec le monde transparaissant en leurs effluves ?

---

<sup>650</sup> Se reporter au chapitre 3, section 3, sous-section 3.

<sup>651</sup> TONELLI Amandine. « Effluve de Communication. Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive. » thèse, Marseille, 2011, p. 52.

<sup>652</sup> GRICE Paul Herbert, "Logic and conversation", *Syntax and Semantics*, Academic Press, New York, 1975.

<sup>653</sup> TONELLI Amandine. « Effluve de Communication. Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive. » Op cit. p. 54.

#### 4.1 LES EFFETS ODORANTS

Reprenant la notion d'*effet sensible* proposée par Augoyard et Torgue en 1995<sup>654</sup>, Balez conçoit un outil conceptuel permettant l'articulation des analyse et production de l'espace olfactif par croisement de divers champs de connaissance, qu'elle baptise « effet odorant »<sup>655</sup>. L'effet sensible serait un outil qualitatif favorisant la pluridisciplinarité de lecture des phénomènes in situ, la confrontation simultanée de leurs dimensions perceptive, physiologique et physique, ainsi que le successif renouvellement de l'approche leur étant afférente au sein du cadre bâti<sup>656</sup>. L'effet odorant permettrait quant à lui l'interaction des mondes olfactifs subjectif, objectif et social<sup>657</sup>, telle que « *les dimensions physiques et humaines de l'odeur trouveraient en lui la perspective d'un sens commun* »<sup>658</sup>, l'érigeant ainsi en un liant envisageable entre l'appréhension rendue possible de la dimension olfactive des muséalia en contexte expographique, et l'optimisation du potentiel résonant de leur interaction avec le visiteur. En 2001, Balez répertorie trente-trois effets odorants répartis en cinq catégories : les effets élémentaires, ceux de composition, les mnémo-perceptifs, les psychomoteurs et les sémantiques<sup>659</sup>. Les effets élémentaires renverraient aux caractéristiques physiques de l'odeur, son intensité, sa nature et les propriétés de sa propagation, les effets de composition, aux modalités de son agencement dans l'espace, les effets mnémo-perceptifs, aux aptitudes sensorielles des individus en situation concrète, les effets psychomoteurs, à l'interaction entre perception et motricité, et les effets sémantiques, à la variation d'écart entre contexte réel et interprétation signifiante du phénomène s'y déployant. A l'époque, l'auteur souligne néanmoins que prenant essentiellement appui sur l'évocation de sensations usagères, ce premier répertoire d'effets odorants ne peut s'affranchir en l'état du statut d'hypothèse heuristique,

---

<sup>654</sup> AUGOYARD Jean-François, TORGUE Henri, *Sonic experience: a guide to everyday sound*, McGill Queen's university press, Montreal, 1995.

<sup>655</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 273.

<sup>656</sup> Ibid. p. 146.

<sup>657</sup> Tels que distingués dans ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014.

<sup>658</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, thèse, Nantes, 2001, p. 146.

<sup>659</sup> Ibid. p. 147.

nécessitant encore d'être affiné en regard des connaissances afférentes aux phénomènes physiologiques, afin de devenir un outil de recherche exploitable quant à l'appréhension éloquente des odeurs dans le cadre bâti<sup>660</sup>. En 2018<sup>661</sup>, elle en présente par conséquent une version actualisée recensant quarante-cinq effets odorants classés en deux familles et cinq catégories.

La famille des effets à dominante dynamique concerne les situations où l'odeur est interprétée en fonction de ses modalités d'apparition, de maintien et de disparition, elle regroupe les catégories d'effets respectivement afférents au mouvement, à l'espace ainsi qu'à la durée. La catégorie du mouvement concerne l'imbrication des dimensions temporelle et spatiale de l'appréhension olfactive d'un sujet mobile et comprend douze effets odorants. L'*effet d'habituation* qualifie un état d'anosmie succédant rapidement la perception odorante, et peut se décliner en *effet de sur-habituation* lorsque cet état parvient à perdurer sur de plus conséquentes plages temporelles et quant à des odeurs particulièrement familières, tous deux se soldant par un *effet de récupération* soit, un phénomène physiologique de retour à une sensibilité olfactive ayant été précédemment mise en veille. L'*effet d'irruption* renvoie au rapide et clivant passage d'une ambiance olfactive à une autre, l'*effet de crescendo*, à l'augmentation progressive de l'intensité odorante perçue et l'*effet de decrescendo*, à sa diminution. L'*effet de sillage* indexe l'appréhension d'une trace olfactive laissée par le passage d'une source mobile, ou ayant été détachée d'une source ponctuelle par le biais d'un flux d'air. L'*effet de zigzag* désigne l'attitude d'un sujet arpentant un espace de manière systématique afin d'y déceler un effluve, l'*effet de latence*, le caractère retardé d'une perception odorante ayant été repoussée par un état d'esprit non favorable à sa détection, l'*effet d'attraction*, la polarisation consciente ou incontrôlée de l'attention d'un sujet sur une senteur particulière, et l'*effet de répulsion*, la réaction esquissée ou véritable de ce dernier à en fuir une autre. L'*effet de désorption* caractérise enfin le phénomène de contagion odorante, par un objet émissif, d'autres artefacts.

La catégorie de l'espace concerne les modalités de propagation d'une senteur et comprend neuf effets odorants. L'*effet de diffusion passive* renvoie à l'expansion naturelle de molécules

---

<sup>660</sup> Ibid. p. 163.

<sup>661</sup> Colloque international *Sens et senteurs*, Université de Lille, 5 et 6 Octobre 2018, Lille. Se reporter à la fin de l'annexe n°5.

odorantes dans l'air, et l'effet *de diffusion active*, à leur expansion motorisée. L'*effet de localisation* désigne la possibilité d'identifier précisément la position d'une source odorante au sein d'un espace, l'*effet de délocalisation*, l'incapacité de le faire, pouvant engendrer un *effet d'ubiquité*, soit le sentiment que l'odeur surgit en divers endroits, un *effet d'envahissement*, soit la conscience d'une arrivée progressive et continue d'un effluve au sein d'un lieu, voire un *effet de sur-envahissement*, soit une conscience de perception odorante si intense qu'engendrant le sentiment d'une émanation située au-delà du seuil de perception moyen. L'*effet de halo* qualifie la délimitation d'une zone de propagation de molécules odorantes autour de leur source, et l'*effet de calepinage*, l'agencement spatial d'odeurs non mélangées entre elles.

La catégorie de la durée concerne les données temporelles olfactives et comprend huit effets odorants. L'*effet madeleine* caractérise l'état de conscience sollicité par une fragrance d'une situation ou d'une atmosphère passée. L'*effet de conditionnement évaluatif* indexe le changement de statut hédonique pouvant survenir des suites de l'appréhension d'une odeur particulière, et peut notamment se décliner en *effet de sensibilisation*, soit une atténuation du phénomène d'habituation par détection d'un effluve suggérant le danger. L'*effet de répétition* qualifie le statut de repère dont peut se voir gratifier une odeur par le jeu de sa régulière perception à l'appréhension d'un lieu, et son association résultante à cet endroit au sein de la mémoire. L'*effet de mélodie* désigne la capacité d'un sujet à se repérer dans une succession de perceptions odorantes de diverses natures, l'*effet de disparition différentielle*, son aptitude d'estimation de l'ancienneté d'une senteur par constat d'absence des molécules les plus volatiles, l'*effet d'évanouissement*, le sentiment d'appréhension résultant du constat continu d'atténuation de cette odeur, et l'*effet de disparition*, l'ultime constat de sa perte.

La famille des effets à dominante sémantique renvoie quant à elle aux cas d'interprétation de l'odeur comme ensemble de signes, et regroupe par conséquent les catégories afférentes à la signification et au décryptage. La catégorie de la signification concerne le rapport réciproque unissant signifiant et signifié de la donnée olfactive et comprend neuf effets odorants. L'*effet générique*, résultant de l'*effet de répétition*, renvoie à l'association d'un type de lieu à un ensemble de senteurs, peut se décliner en *effet doudou*, soit l'attachement émotionnel résultant de cette association et favorisant la sollicitation ultérieure de son pouvoir rassurant, et se lit par opposé à l'*effet d'icône*, soit l'appréhension d'une odeur dans un lieu ne lui ayant été précédemment associé revêtant de fait, un caractère exceptionnel. L'*effet de concordance* désigne l'adéquation perçue entre la nature d'une odeur appréhendée et le lieu de sa perception,



et l'*effet de discordance*, leur inadéquation. L'*effet d'oxymore* qualifie l'inversion de valence hédonique pouvant être attribuée à une senteur en fonction de la culture de référence du sujet perceptif. Succédant à l'*effet d'envahissement*, l'*effet d'intrusion* indexe en suivant le sentiment d'être corporellement envahi par une odeur, et résultant de l'*effet de délocalisation*, l'*effet de confusion* décrit celui provoqué par la reconnaissance d'une source odorante erronée. L'*effet indiciel* pointe enfin le potentiel informatif de l'ensemble des émissions olfactives.

La catégorie du décryptage concerne la lecture de la matière odorante elle-même et comprend sept effets odorants. Résultant de l'*effet de répétition*, de l'*effet générique*, et de l'*effet de concordance*, l'*effet d'accord* renvoie à l'association systématique d'un corpus odorant à des unités définies de lieux et de temps conduisant la courante désignation d'odeurs-types. L'*effet de synecdoque* caractérise la faculté de distinction des différentes facettes odorantes présentes au sein d'une composition, l'*effet de simulacre*, l'habileté à créer une odeur au recours de molécules originellement étrangères à sa source, et l'*effet de distorsion*, la modification du dosage des concentrations odorantes d'une composition pouvant engendrer un *effet masque*, soit la domination perçue d'une facette odorante sur une autre. Succédant à l'*effet zigzag* et l'*effet d'ubiquité*, l'*effet de schizolfaction* désigne enfin l'appréhension variée d'effluves singuliers aux lieux de leur appréhension, pouvant susciter un *effet de brouillage*, soit une indistinction des odeurs perçues indexant une saturation physiologique de l'appareil olfactif.

Ainsi conçus, les effets odorants proposés par Balez pourraient constituer un outil d'orientation quant à la conception sur-mesure des dispositifs olfactifs prenant une muséalie pour source odorante, ces derniers ne servant ainsi plus l'unique appréhension de sa dimension olfactive, mais également l'optimisation des effets qu'elle serait en mesure de produire sur le visiteur, et dont le diagnostic olfactif, ayant été réalisé par un conservateur et un parfumeur, permettrait l'estimation préalable. La maîtrise étant exercée par ces dispositifs quant à la diffusion et la propagation des effluves pourrait donc être estimée en fonction des effets à dominante dynamique, la restitution des saillances perceptives ayant été éprouvées par le parfumeur au cours du diagnostic pouvant par ailleurs et plus avant être évaluée en regard des effets à dominante sémantique. Les effets odorants permettraient ainsi la transposition du potentiel résonant du diagnostic olfactif, de l'espace des réserves à ceux d'exposition et ce, malgré la probabilité d'erreurs pouvant survenir lors de la restitution des effets<sup>662</sup>, mais également

---

<sup>662</sup> MICHAUD Yves, Critères esthétiques et jugement de goût, Fayard-Pluriel, Paris, 1999, p. 37. « *Il arrive que*

l'articulation de l'appréhension olfactive des muséalia en contexte expographique avec les *problématiques existentielles de base* du sociologue Gerhard Schulze, reconnues par Rosa comme facteurs d'optimisation de résonance.

---

*l'effet recherché ne se produise pas (ratage par absence d'effet), ou que l'effet produit ne soit pas l'effet recherché (malentendu sur les effets) ou que l'effet perçu ne soit pas l'effet voulu (incapacité perceptive.) La relation, dans son principe, n'a cependant nullement besoin d'être adéquate. »*

## 4.2 LES PROBLEMATIQUES EXISTENTIELLES DE BASE

Du fait que des institutions découlent les modalités relationnelles dont dispose l'individu afin de se lier au monde, Schulze identifie dans *La société de l'expérience vécue* en 1992, cinq formes d'existence spécifiques au milieu que le critère de la problématique existentielle de base<sup>663</sup> permet de distinguer. Recoupant en partie ce que Rosa appelle « forme fondamentale de relation au monde », les problématiques existentielles de base permettent la standardisation des attitudes déterminant le positionnement d'un individu dans le monde, ainsi que l'orientation de ses actes et pensées. Articulées à l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia en contexte expographique par le biais des effets odorants, elles permettraient d'orienter la conception des dispositifs olfactifs prenant une muséalie pour source odorante, afin d'optimiser le potentiel résonant de la rencontre entre visiteur et objet par l'intermédiaire de l'odeur, l'effectivité d'une actualisation résonante de la muséologie de Stránský par le biais privilégié de l'odorat soit, la perspective d'une muséologie dite « olfactive ». Telles qu'ayant été identifiées par Schulze, les problématiques existentielles de base sont : la menace, la mise à l'épreuve, la stimulation, l'expérience de soi et l'adaptation<sup>664</sup>. Elles peuvent par ailleurs, être

---

<sup>663</sup> SCHULZE Gerhard, *Die Erlebnisgesellschaft : Kultursoziologie der Gegenwart*, Campus Verlag, Francfort-sur-le-Main, Allemagne, 1992, p. 232. « *Ce que nous entendons par le concept de problématique existentielle de base se précise dès que l'on représente l'ensemble des actions, des pensées et des émotions d'une personne sur un long laps de temps. Les nombreuses orientations que nous suivons, selon les situations, quand nous vaquons à notre travail, consommons, entretenons notre vie sociale etc, renferment de façon implicite une réponse globale à la question de savoir à quelle fin nous vivons. Il existe une corrélation à peine consciente, intuitive, entre les innombrables activités qui s'enchainent et se superposent dans notre vie quotidienne et notre attitude fondamentale vis-à-vis du sens même de la vie.* »

<sup>664</sup> Afin de les illustrer, Rosa donne l'exemple suivant dans ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 160 : « *Imaginons qu'un instituteur entre un matin dans sa salle de classe et annonce à ses élèves qu'il a besoin de volontaires pour se livrer à une expérience qu'il ne précise pas davantage. Comment réagiront-ils ? Une élève qui perçoit le monde essentiellement comme un champ de menaces tâchera, craintive, d'esquiver le danger : elle baissera les yeux, refera ses lacets ou fera mine de fouiller dans son sac, espérant que ça ne tombe pas sur elle. Si, au contraire, elle conçoit le monde comme un vaste champ d'opportunités et de défis à relever, elle s'empressera de lever le doigt avec enthousiasme. Le groupe des volontaires variera cependant selon les précisions données par l'instituteur sur ce qu'il attend d'eux : s'il s'agit d'une tâche intellectuellement difficile requérant des connaissances et compétences précises, seuls se porteront volontaires ceux qui conçoivent leur PEB comme une mise à l'épreuve où ils pourront se distinguer et occuper le plus haut rang. S'il explique au contraire qu'il faut s'attendre à de l'action, que ça pourrait être explosif, que l'on pourrait se faire éclabousser, qu'il pourrait y avoir du danger, elle intéressera alors un autre groupe d'élèves,*

aisément distinguées en fonction de la manière dont un sujet est amené à réagir vis-à-vis d'une chose nouvelle. Ceux ayant une problématique existentielle de base relative à la *menace* demanderont en effet si cette chose nouvelle est dangereuse, ceux dont elle renvoie à la *mise à l'épreuve* demanderont si cette chose est difficile, ceux dont elle concerne la *stimulation*, demanderont si cette chose contient de l'action, ceux dont elle est afférente à *l'expérience de soi* demanderont si cette chose ouvre de nouveaux horizons, et ceux dont elle est liée à *l'adaptation* demanderont si cette chose est opportune<sup>665</sup>.

Ainsi, si la programmation des effets odorants dynamiques des dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source odorante dépend principalement, dans un contexte expographique, de l'articulation de l'odeur des objets au discours de l'exposition, et donc, d'enjeux scénographiques, la connaissance que possède une institution de son public permettrait d'infléchir certaines décisions, afin de maximiser le potentiel résonant de la rencontre entre visiteur et objet par l'intermédiaire de l'odeur de ce dernier. Par exemple, si au cours du diagnostic olfactif d'un objet donné, le parfumeur évoque une odeur suffisamment saillante pour mener à un effet sémantique d'*intrusion*, les effets dynamiques du dispositif olfactif correspondant à cet objet dans un contexte expographique pourront, soit viser l'amplification de cette odeur si les visiteurs connus de l'institution répondent à une PEB<sup>666</sup> relative à la *stimulation*, soit son atténuation s'ils répondent davantage à une PEB liée à la *menace*. De même, des effets sémantiques *madeleine* ou de *confusion* pourront être respectivement accentués vis-à-vis de publics répondant à la PEB de *l'expérience de soi* ou de la *mise à l'épreuve*. L'attention ainsi portée à l'articulation de la restitution des effets sémantiques ayant

---

*auxquels le monde apparaît non comme un champ d'épreuves mais comme un champ de stimulations. Ce qui rend la tâche attrayante à leurs yeux, ce n'est pas la maîtrise de la difficulté, mais l'excitation nerveuse qu'ils en attendent, ils recherchent davantage un « frisson » qu'un défi intellectuel. La question n'est pas pour eux de savoir s'ils pourront se distinguer, mais de savoir « ce que ça fait ». Il existe un quatrième type d'élève qui, lui, n'aspire ni au défi intellectuel, ni au « frisson », mais recherche de nouveaux modèles et de nouvelles possibilités d'expérience de soi. L'expérience n'intéressera ce genre d'élève que si elle lui promet des émotions insolites, inconnues, susceptibles de modifier son état de conscience, ou la possibilité d'une redécouverte de soi. Enfin, le cinquième et dernier type d'élève n'exprime aucun modèle de réponse « intrinsèque » : sa problématique existentielle est celle de l'adaptation, car le monde est pour lui un champ dans lequel il est sans cesse confronté à des attentes normatives qu'il s'agit de satisfaire. Si le chouchou du maître se porte volontaire, il fera de même, si les leaders de la classe refusent d'un air blasé, il s'abstiendra également. »*

<sup>665</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 161.

<sup>666</sup> Problématique existentielle de base.

été relevés au cours du diagnostic olfactif par un parfumeur, avec les problématiques existentielles de base auxquelles peuvent a priori répondre les visiteurs connus de l'institution, permettrait aux dispositifs olfactifs d'optimiser le potentiel résonant de la rencontre des dits visiteurs avec l'odeur des muséalia mais également, de renforcer leur *sentiment d'efficacité personnelle*.

#### 4.3 LE SENTIMENT D'EFFICACITE PERSONNELLE

Le concept d'efficacité personnelle fut forgé en 1977 par le psychologue canadien Albert Bandura<sup>667</sup> comme « *la confiance que nous avons en notre capacité de contrôler les évènements qui affectent notre vie* »<sup>668</sup>, mais également comme « *ce qui induit les hommes à considérer que les opérations sont déterminées par leur propre capacité d'intervention* »<sup>669</sup>, et fut successivement interprété par Rosa comme « *la faculté et le désir de générer des résonances ciblées* »<sup>670</sup> en ce que « *la relation humaine au monde dépend de la confiance qu'ont les sujets en leur capacité à relever des défis et à mener à bien des actions planifiées* »<sup>671</sup>. La résonance supposant que soit entretenu un rapport actif, intentionnel et libidinal entre un sujet et le monde, le sentiment d'efficacité personnelle pourrait être en effet compris comme l'élan de sa recherche, « *comme l'espérance de pouvoir atteindre le monde et de le faire parler par sa propre action* »<sup>672</sup>. Les expériences d'efficacité personnelle contribuant de fait à l'augmentation de notre maîtrise d'un certain registre d'actions, elles favorisent l'instauration d'un mécanisme par lequel nous réitérons une action que nous maîtrisons, et la maîtrisons davantage à mesure que nous la réitérons, accroissant de fait notre sentiment d'efficacité personnel, ainsi que le plaisir en résultant. Elles deviennent par conséquent un moteur important de l'aspiration à des relations résonantes, que ces dernières soient générales et concernent l'interaction avec le monde en tant que telle, ou particulières et se rapportant par exemple au cadre d'expérience spécifique que constitue le musée. Institution vis-à-vis de laquelle Abouddrar pointe un paradoxe non dénué d'éloquence quant au sentiment d'efficacité personnelle qu'il conviendrait de ménager chez le visiteur afin de parvenir à l'effectivité d'une muséologie résonante, puisque bien que le musée ait a priori vocation à instruire son public, et que ce dernier ne relève que ce qui contribue de sa propre édification<sup>673</sup>, la présentation des savoirs à transmettre aurait selon

---

<sup>667</sup> BANDURA Albert, « Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological Review*, n°84, 1977, pp. 191-215.

<sup>668</sup> BANDURA Albert, « Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning », *Educational Psychologist*, 1993, p.118.

<sup>669</sup> Ibid.

<sup>670</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 181.

<sup>671</sup> Ibid. p. 182.

<sup>672</sup> Ibid. p. 184.

<sup>673</sup> DEOTTE, Jean-Louis, « Il n'y a pas de chef d'œuvre inconnu », *Le jeu de l'exposition*, Harmattan, Paris, 2016, p. 95.

lui pour premier effet la création « d'ignorants ahuris et honteux »<sup>674</sup>. Stránský estime que l'efficacité de la présentation des éléments de la réalité peut être mesurée par comparaison des proportions d'informations ayant été respectivement émises et reçues de part et d'autre du média muséal, et rappelle l'importance afférente à l'étude de cette efficacité puisque c'est en la présentation qu'aboutit la muséalisation de la réalité, mais également par elle que s'exerce l'immédiate influence de l'institution sur les conscience et mémoire de la société<sup>675</sup>. Pourtant, si le sentiment d'efficacité personnelle éprouvé par le visiteur de musée, lorsque recevant les savoirs lui ayant été initialement adressés par l'institution, devient ainsi indiciel de l'efficacité de sa présentation, le constat qu'il permet de dresser se révèle mitigé puisqu'Aboudrar évoque à propos de la relation musée-visiteur, l'analogie du célèbre conte : *Les Habits neufs de l'empereur*<sup>676</sup>. Il écrit en effet que le plaisir étant agencé par le musée est un « plaisir sans représentation de plaisir, un plaisir qu'on sait devoir être pur et qu'on se soupçonne toujours un peu d'éprouver sur un mode inadéquat et peut-être pour des objets inadéquats »<sup>677</sup>, un plaisir fait de silences, et donc « bien proche d'être une angoisse »<sup>678</sup>. Et Michaud de surenchérir que « nous sommes tout à coup à la fois trop riches et très démunis devant une variété d'œuvres et d'expériences qui nous font hésiter, selon les cas, entre l'ennui et la répulsion, la contemplation désintéressée dans la pure tradition de la grande esthétique et l'ironie facile, la sensualité et la

---

<sup>674</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997, p. 27.

<sup>675</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 61.

<sup>676</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997, p. 114.

ANDERSEN Hans Christian, *Les Habits neufs de l'empereur*, 1837. « Il y a de longues années vivait un empereur qui aimait par-dessus tout être bien habillé. Un beau jour, deux escrocs arrivèrent dans son royaume, prétendant savoir tisser une étoffe que seules les personnes sottes ou incapables dans leurs fonctions n'étaient en mesure de voir, et proposèrent au souverain de lui en confectionner un habit. L'empereur pensa qu'il pourrait ainsi repérer les personnes intelligentes et accepta. Les deux charlatans se mirent alors au travail. Quelques jours plus tard, l'empereur, curieux, vint voir où en était le tissage de ce fameux tissu, mais ne vit rien sur le métier. Troublé, il décida de n'en parler à personne, car personne ne voudrait d'un empereur sot. Il envoya alors plusieurs de ses ministres inspecter l'avancement des travaux. Aucun ne vit plus que son souverain mais personne n'osa l'avouer de peur de paraître idiot. Le jour où les deux escrocs décidèrent que l'habit était achevé, ils aidèrent l'empereur à l'enfiler et ainsi vêtu, le souverain se présenta à son peuple qui à son tour, prétendit voir et admirer ses nouveaux habits. Un enfant s'exclama alors que le roi était nu, et bien que la rumeur se répandit à tous les villageois, tant et si bien que le roi comprit qu'il avait été dupé, il poursuivit sa marche comme si de rien n'était. »

<sup>677</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997, p. 38.

<sup>678</sup> Ibid.

*satisfaction intellectuelle* »<sup>679</sup>, contribuant à rendre compte que malgré que cela soit nécessaire à l'acheminement de sa mission, le musée semble régulièrement échouer à gratifier son public d'un sentiment d'efficacité personnelle de valence positive, tant il est à son plaisir d'exhiber que l'institution « *a compris les leçons de la démocratie, sans pour autant intégrer celles de la démocratisation, qu'elle est libérale, au sens noble du terme, quitte à ce que cela l'exonère parfois de donner les outils nécessaires à la compréhension* »<sup>680</sup>. L'expérience du musée peut en effet bien souvent se solder par un échec tel que, sapant la confiance du visiteur en sa capacité d'adaptation et de maîtrise des particularités afférentes à ce cadre d'expérience<sup>681</sup>, il contribue à la diminution de ses sentiments d'efficacité personnelle et de légitimité, à l'augmentation des probabilités de sa réitération et donc, au déclin progressif du courage lui étant nécessaire pour confronter à nouveau l'institution<sup>682</sup>. Aboudrar titre d'ailleurs son ouvrage : *Nous n'irons plus au musée*<sup>683</sup>. Pour le dire autrement, un musée sert rarement de cadre à des expériences résonantes. Il apparaît par conséquent nécessaire d'insister sur le fait que bien que la muséologie de Stránský n'accorde qu'une attention relativement sommaire aux rôle et place du visiteur, le ménagement du sentiment d'efficacité personnelle de ce dernier devient fondamental à l'actualisation résonante de son système par le biais privilégié de l'odorat, puisqu'il se révèle l'objectif que, ajustant leur performance par l'articulation des effets odorants aux problématiques existentielles de base, les dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source odorante se doivent de servir. Ceci, afin de favoriser la rencontre résonante du visiteur et de la réalité muséalisée d'une part, mais également de rendre ce premier successivement capable de réitérer son positionnement résonant hors du cadre du musée, afin d'ainsi renouveler son appréhension du monde véritable. Stránský écrit en effet que la fonction de la muséographie consiste à « *expliquer les moyens concrets grâce auxquels on peut réaliser l'appropriation spécifique de la réalité afin de l'appliquer concrètement dans la société* »<sup>684</sup>, justifiant que demeurent et prospèrent les musées puisque fournissent ainsi à l'homme une chose dont il a

---

<sup>679</sup> MICHAUD Yves, *Critères esthétiques et jugement de goût*, Fayard-Pluriel, Paris, 1999, p. 27.

<sup>680</sup> DESMET Nathalie, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir », *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p.90.

<sup>681</sup> LE MAREC Joëlle, *Publics et musées : la confiance éprouvée*, Harmattan, Paris, 2007.

<sup>682</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 183.

<sup>683</sup> ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Op cit.

<sup>684</sup> STRANSKY Zbyněk, « Muséologie. Introduction aux études, 1995 », *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019, p. 62.



besoin et qu'il ne saurait trouver ailleurs<sup>685</sup>, remplissant de fait une fonction de portée sociale<sup>686</sup>. Ainsi, l'actualisation résonante de la muséologie de Stránský par l'odorat, et la résultante perspective d'une muséologie olfactive, n'ont donc pas pour vocation l'accessoirisation du musée par l'odeur, mais l'initiation du visiteur aux modalités d'une assimilation<sup>687</sup> sagace<sup>688</sup> de la réalité, dont il pourra plus avant faire usage dans l'ensemble des cadres d'expériences par lesquels il appréhende le monde et ce, tout au long de sa vie.

---

<sup>685</sup> STRANSKY Zbyněk, « Aurons-nous encore besoin de musées au XXIe siècle ? 1993 », Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie, Op cit. p. 256.

<sup>686</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p.228. « L'avenir de l'homme passe aussi par la simulation du réel. La simulation n'est pas le simulacre de la réalité, elle la crée. »

<sup>687</sup> Rosa distingue l'appropriation dominante et l'assimilation résonante dans *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, Op cit. p. 218 : « En ce sens, une résonance profonde, un « être porté » fondamental, sont la condition nécessaire à l'instauration d'un rapport d'assimilation – et non d'appropriation – avec ce qui apparaît d'abord muet et répulsif. »

<sup>688</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 357. « Étymologiquement, sagax, désigne celui qui a l'odorat subtil. La sagacité se présente ainsi comme une forme de pénétration d'esprit qui permet de comprendre et de découvrir les choses les plus subtiles. La sagacité est la qualité d'un esprit qui, loin d'avoir besoin d'un arsenal de preuves, perçoit quelques traits suffisants et découvre la vérité seul et par lui-même à l'instar du chien dont l'odorat subtil lui permet de repérer le gîte dissimulé de la bête traquée, une fois qu'il est lancé sur la bonne piste. Le sagace saisit ce qui échappe à la vue, il est capable de déceler l'invisible par le flair. »

#### 4.4. METHODOLOGIE

Compte tenu de la nécessaire implication d'un parfumeur dans la conduite du diagnostic olfactif des collections devant déterminer les effets odorants sémantiques que les dispositifs afférents aux objets étudiés devront successivement tenter la restitution en contexte expographique, mais également du fait que l'industrie de la parfumerie demeure le principal investisseur de la recherche relative au développement des dispositifs olfactifs, l'acheminement des applications pratiques de la présente recherche nécessitait que soit adopté un positionnement simultané dans les champs de la parfumerie et de l'université. Elle bénéficia par conséquent d'une Convention Industrielle de Formation par la Recherche afin d'être développée au sein du laboratoire de parfums de la maison Cartier durant trois ans, et d'y bénéficier de l'expertise du parfumeur Mathilde Laurent, dont les visions et valeurs ont régulièrement nourri la dynamique et l'ajustement de ces travaux. Sa grande implication dans l'aboutissement des intentions artistiques de la parfumerie<sup>689</sup>, mais également l'avant-gardisme dont fit notamment preuve la Fondation Cartier pour l'art contemporain avec le cycle de soirées nomades *Odorama* en 2003<sup>690</sup>, institution au-dessus de laquelle se situe aujourd'hui le laboratoire de parfums de la maison, ont offert à la présente thèse un cadre d'expansion tout à fait unique.

##### 4.4.1 *Le diagnostic olfactif des collections*

Il fut pourtant convenu que le diagnostic olfactif ne serait pas, tout du moins à l'occasion de ces recherches, développé au contact d'une collection d'art contemporain comme celle de la Fondation Cartier, mais relativement à des collections ethnographiques et ce, pour trois raisons. La première concerne les préjugés sensoriels ayant été signalés par McLuhan quant à la présentation des artefacts que, étant simultanément l'enfant et le garant de ceux de l'Occident préconisant la perception de l'œil au détriment de toutes les autres, le musée agence sur un mode strictement visuel<sup>691</sup>. Il évoque que chaque culture possède un préjugé sensoriel dont la

---

<sup>689</sup> Dont a notamment découlé la participation de Cartier au projet du Grand musée du parfum, mais également la création de la série OSNI : Objet Sentant Non Identifié.

<sup>690</sup> Se reporter à l'annexe n°3, CASTEL Mathilde, « Odorama. L'instinct olfactif de la Fondation Cartier pour l'art contemporain », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, pp. 233-281.

<sup>691</sup> DELOCHE Bernard, MAIRESSE François, « Vers une nouvelle génération de musées ? », *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 22.

nature des artefacts qu'elle produit constitue une immédiate indication, mais que faute de restituer les modalités de lecture et de compréhension de langages sensoriels n'étant pas les siens, le musée demeure détenteur de quantité d'artefacts extra-européens réduits à l'appréhension visuelle par sa présentation<sup>692</sup> et donc, peu ou prou, au silence<sup>693</sup>. J'avais par conséquent pour hypothèse que résident en les collections ethnographiques des artefacts n'ayant pas été conçus pour être uniquement vus, mais éventuellement pour être également sentis<sup>694</sup>, et qu'à la manière du récit ayant été formulé par le linguiste Jean Charconnet à propos de l'odeur des expôts africains<sup>695</sup>, l'appréhension de leur espace spécifique par le diagnostic olfactif

---

<sup>692</sup> COMETTI Jean-Pierre, *Conserver/Restaurer, L'œuvre d'art à l'époque de sa préservation technique*, Gallimard, Paris, 2016, p.113. « *La seule perception immédiate que nous puissions avoir des objets ethnographiques est donc celle que suscitent en nous les œuvres d'art, sur la base de dispositions propres à notre culture et aux apprentissages qui lui sont liés : la perception esthétique, c'est-à-dire essentiellement attentive (l'attention en est une condition) aux dimensions formelles, à leurs effets émotionnels et au plaisir qui leur est lié. Ce type de perception, défini de la sorte, peut parfaitement être pris en défaut par les œuvres – il s'agit même d'une constance de la modernité dans sa valorisation de l'innovation et sa dépréciation de l'académisme – mais les modalités qui en font partie correspondent à l'idéologie artistique qui s'est imposée depuis le XIXe siècle, et surtout à l'institution muséale : « Le mythe de l'œil innocent et du donné absolu sont de fieffés complices. »*

<sup>693</sup> MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, *Le musée non linéaire*, Op cit. p. 115.

<sup>694</sup> LE BRETON David, *La Saveur du monde*, Métailié, Paris, 2006, p. 18. « *La vue exerce un ascendant sur les autres sens dans nos sociétés, elle est la première référence. Mais d'autres sociétés, plutôt que la « vision » du monde, parleraient de « gustation » ou de « tactilité », « d'audition » ou « d'olfaction » du monde pour rendre compte de leur manière de penser ou de sentir leur relation aux autres et à l'environnement. »*

<sup>695</sup> CHARCONNET Jean, « Bokassa Bokassa », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, pp. 69-71. « *Pendant la journée, un village africain est étonnamment vide, comme abandonné. Il ne reste que quelques cabris, qui gambadent de-ci, de-là, comiques sur leurs petites pattes, et peut-être quelques vieux au fond des cases, trop fatigués pour aller aux champs. [...] Immobilie. Silencieux. Fasciné. Je retrouve, identique après les années, cette même odeur. Je suis toujours emporté par sa douce puissance, transporté dans un monde inconnu, mais familier: Ce sont les effluves de la terre et du sang, une odeur qui ne s'en va pas, qui se diffuse lentement dans l'air immobile, comme si elle attendait placidement son heure avec la certitude qu'elle viendra. Une odeur de vie. [...] Parfois je la retrouve ici, maintenant que je la connais bien. Du temps a passé, on me demande un article sur une exposition d'art africain. Je regarde tristement les masques et les statues, qu'on a volés pour les mettre dans des vitrines où ils viennent mourir comme dans des cercueils de verre. Et puis, tout d'un coup, transpirant à travers les parois de verre Triplex, la petite odeur est là, rassurante, indestructible, comme pour prouver que quelque chose vit encore. Alors j'ai le sentiment de comprendre le pourquoi de la quiétude que je ressens lorsque je pose le pied sur la terre d'Afrique. C'est la sensation que l'Afrique me prend avec tendresse dans ses grands bras chauds, et maternels. Parce que les ancêtres sont là, leur parfum doux et plein suinte des cases où ils se tiennent. Le temps n'a plus d'importance. [...] Je retrouve pendant quelques instants l'absence où*

pourrait constituer un cadre optimisé d'expérience résonante avec le monde dont ils proviennent, idée que les témoignages successifs d'Hélène Joubert et Daria Cevoli ont en partie conforté<sup>696</sup>.

La deuxième raison consiste en ce qu'étant constituées d'objets dits « d'appropriation »<sup>697</sup>, soit des objets n'appartenant pas stricto sensu au patrimoine occidental mais y ayant été en partie annexés comme trophées de la colonisation, les collections ethnographiques n'ont que tardivement fait l'objet d'un souci de conservation préventive, s'étant lui-même heurté à l'absence de documentation devant être normalement effectuée au cours du prélèvement d'un objet sur le terrain, à la résultante méconnaissance de ces artefacts et des justes manières de les préserver, ainsi qu'à leur conséquente, progressive et silencieuse disparition des réserves du musée<sup>698</sup>. Dans un article de 1998, Rolland-Villemot indique que l'absence de documentation peut respectivement résulter des méthodes ayant été mobilisées afin de collecter ces objets et qui, neuf fois sur dix, renvoient à l'achat forcé, à la réquisition, et au pillage, ou des dégradations ayant été subi par les objets au cours du temps tels que la moisissure ou les attaques d'insectes<sup>699</sup>. Quant aux alternatives permettant d'y remédier, elle évoque le cas d'un manteau de marabout ayant intégré les collections du musée des Arts d'Afrique et d'Océanie en 1960 et qui, semblable au manteau de chamane dont Daria Cevoli fit récit de l'acquisition, était recouvert de sachets en tissus attachés par des liens de cuir et contenant des amulettes. Cet objet reteint suffisamment l'attention pour que des mesures soient successivement déployées afin de pallier son manque de documentation. Furent ainsi entamées une étude historique et comparative avec des manteaux du même type, ainsi qu'une analyse technologique par radiographie des matériaux étant contenus dans les sachets, laquelle ne livra que des résultats approximatifs. Rolland-Villemot conclue que les analyses de laboratoire ne sont par conséquent pas en mesure

---

*j'ai été plongé pour la première fois dans la case du féticheur, que je ressens maintenant comme un vide sans menace. Puis je reviens dans cette exposition d'art africain. Je regarde les autres visiteurs, cherche un signe du même envoutement. Ils étudient les cartes fixées aux murs, font de savantes comparaisons. Je reste au milieu de la salle, les yeux clos, respirant lentement. Le parfum des ancêtres est là, même si c'est pour moi seul. »*

<sup>696</sup> Se reporter au chapitre 2.

<sup>697</sup> COMETTI Jean-Pierre, *Conserver/Restaurer, L'œuvre d'art à l'époque de sa préservation technique*, Gallimard, Paris, 2016, p.108.

<sup>698</sup> ROLLAND-VILLEMOT Bénédicte, « Les spécificité de la conservation-restauration des collections ethnographiques », *La lettre de l'OCIM*, n°56, 1998, p. 15.

<sup>699</sup> Ibid. p. 16.

de contourner le principe d'intégrité, interdisant ici que les sachets soient ouverts et leur contenu ainsi révélé, pour permettre une connaissance physique totale de l'objet<sup>700</sup>, et préconise que soit urgemment développée « *une politique d'inventaire et de constat d'état des collections ethnographiques* »<sup>701</sup> principalement « *du point de vue des examens qui permettraient notamment d'établir un répertoire des matériaux et substances pouvant être rencontrés dans ces objets* »<sup>702</sup>, afin de « *privilégier la conservation préventive pour ces collections qui sont parmi les plus fragiles et pour lesquelles les altérations sont en général irréparables* »<sup>703</sup> mais également et plus avant, de former des restaurateurs qui leur soient spécifiques. Aussi, bien que les modalités d'approvisionnement de ces collections aient depuis fait l'objet de nombreuses réglementations, demeurent encore dans les musées des objets ethnographiques n'ayant pas été initialement documentés, et auxquels a par exemple pu être attribué une documentation devenue générique aux artefacts d'un même type. J'avais ainsi l'espoir que les soumettre au diagnostic olfactif permettrait de faire ressortir les singularités de chacun, mais également de livrer quelques indices quant à l'identification de leurs matériaux si ces derniers se révélaient encore inconnus.

La troisième raison touche au fait qu'interagir avec des collections ethnographiques questionne ipso facto notre rapport à l'altérité, renvoyant au désir et à la peur dont les instincts articulent les mécanismes de l'olfaction, ainsi qu'au principe de coopération dont Tonelli souligne le nécessaire ménagement quant à la juste compréhension d'une information transmise par l'odeur d'un émetteur à un destinataire. Chaumier écrit que du sentiment inspiré par la perception de l'odeur de l'autre découle la tonalité affective de sa rencontre, telle que la vue permet sa reconnaissance humaine et l'ouïe, sa reconnaissance sociale, mais que seul l'odorat favorise sa reconnaissance charnelle, et par la naissance qu'il engendre simultanément du désir de l'approcher ou de s'en éloigner, signifie le plus fort rapport pouvant être engagé avec autrui, car « l'odeur, c'est le corps avant le corps »<sup>704</sup>. Débordement de ce dernier hors des limites de la peau, elle rappelle la perméabilité des frontières, l'impossibilité d'être seul avec soi et la

---

<sup>700</sup> Ibid. p. 17.

<sup>701</sup> Ibid. p. 18.

<sup>702</sup> Ibid.

<sup>703</sup> Ibid.

<sup>704</sup> CHAUMIER Serge, « L'odeur du baiser », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 78.

constante intrusion de l'autre, qu'il s'agisse alors d'une pénétration consentie ou d'un viol<sup>705</sup>. De fait, si l'odeur de l'autre participe d'envolées amoureuses et passionnelles particulièrement ardentes<sup>706</sup>, réside également en elle un puissant ressort de racisme par lequel « *l'altérité sent*

---

<sup>705</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 54.

<sup>706</sup> MARCADE Bernard, « Odor di femina », *Odeurs : l'essence d'un sens*, Autrement, n°92, Paris, 1987, p. 144.  
« Je sus que je l'aimais quand je compris que j'acceptais toutes ses odeurs, les plus intimes, les plus extrêmes, les plus douteuses... j'aimais jusqu'à ses parfums les plus indiscrets, jusqu'à ses sécrétions et humeurs les plus inavouées. »

souvent mauvais »<sup>707</sup> et fait que « nous sommes toujours le puant de quelqu'un »<sup>708</sup>. Discrimination olfactive ne servant par ailleurs pas l'unique rejet des ethnies, mais également celui de toute catégorie ayant été reconnue comme inférieure ou misérable, telle que celles des

---

<sup>707</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 33.

LE BRETON David, « Les mises en scènes olfactives de l'autre. Ou les imaginaires du mépris », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003, p. 116.

JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, pp.100-101. « Le médecin français Bérillon, marqué par l'idéologie de la Grande Guerre, en vient à forger une « odeur de boches » et à donner corps à l'idée d'une maladie ethnique pestilentielle, la bromidrose fétide de la race allemande. Inventeur d'une fausse science, l'ethnochimie, Bérillon s'estime en mesure de pouvoir définir des races et des caractères en fonction de la composition chimique des odeurs. [...] Ce brillant diagnostic vise à animaliser l'ennemi et à le ravalier au rang de bête brute incapable de maîtriser son instinct. En somme, l'Allemand est un vrai putois. »

ALBERT Christiane, « L'insoutenable odeur de l'Afrique », *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987, pp. 147-148, à propos de la littérature coloniale sur l'Afrique noire et les ouvrages MARAN René, *Batouala*, 1921, GIDE André, *Voyage au Congo*, 1927, D'ESME Jean, *Fièvres*, 1935, GUILLOT René, *Le blanc qui s'est fait nègre*, 1946, BEDEL Maurice, *Tropiques noirs*, 1950, et CELINE Louis-Ferdinand, *Voyage au bout de la nuit*, 1952. « Le climat d'abord accable. Si André Gide s'extasie sur la pureté de l'air « parfois si léger, si suave, si voluptueusement doux, qu'on croit respirer le bien être », son enthousiasme n'est pas partagé par la plupart des écrivains qui s'accordent à trouver « qu'il y a quelque chose de pourri dans l'air » qui ressemble à une « purée de miasmes. » La chaleur, la moiteur, l'humidité « pèsent aux épaules comme une couverture de laine mouillée. » Rien ne permet d'échapper à cette sensation désagréable, aggravée par le fait que, quelle que soit la région d'Afrique évoquée – savane ou forêt – règne une odeur « âcre », « âpre », « piquante », « forte », « desséchée », une odeur de « fermentation, de terre fiévreuse », « une odeur chaude sauvage qui monte de cette haleine puissante. » Les pluies, parfois, permettent de respirer « la bonne odeur des terres mouillées » mais cette odeur a vite fait de se métamorphoser sous la plume de l'auteur qui l'évoque en « pestilence de la brousse inondée. » Il se dégage, alors, « une fade odeur de boue et de pourriture végétale. » Elle finit par recouvrir toutes autres senteurs que l'on pourrait supposer plus agréables comme celles des fleurs, de la végétation ou des arbres, dont il n'est jamais question dans ces ouvrages. [...] La faune, elle aussi, empoisonne littéralement. Les hippopotames « se vautrent dans des cuvettes pestilentielles. » Les fauves se signalent le plus souvent par « leur puanteur sauvage », par « une âcre senteur mêlée à des relents putrides », ou éventuellement par une « immonde odeur de charogne. » Les insectes, particulièrement les fourmis, laissent derrière eux « une prenante odeur de pourriture », quant aux chenilles, si on les écrase, maladroit, gare à soi ! On est puni par huit jours consécutifs de puanteur extrême qui se dégage lentement de cette bouillie inoubliable. »

<sup>708</sup> CHAUMIER Serge, « L'odeur du baiser », *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Op cit. p. 92.

pauvres, des domestiques, des prostituées<sup>709</sup> mais également des femmes en général<sup>710</sup>, des homosexuels<sup>711</sup> ou encore des professeurs<sup>712</sup>. Lesquels peuvent alors tenter de parer les motifs de cette exclusion en désodorisant leur propre corps afin de le parfumer agréablement<sup>713</sup>, artifice pouvant un temps faire illusion, mais conduisant fatalement à sa propre désignation, engendrant de fait, la réitération de la dénonciation de leurs origines ainsi que l'accentuation de leur rejet<sup>714</sup>. Alternative à l'égard de laquelle peut être désormais préconisé un principe de coopération tel que « *la confrontation au nez de l'autre d'une odeur ayant été choisie pour soi, ne peut être envisageable qu'à la condition que chaque acteur consente à fournir un minimum d'effort* »<sup>715</sup>. Cometti écrit que par le souci étant désormais accordé à la préservation des collections ethnographiques, transparait aujourd'hui la reconnaissance d'une altérité respectée<sup>716</sup>. Quand est-il pourtant de la restitution muséale de son odeur quand ceux étant supposés la connaître, conservateurs, par ailleurs ethnologues ou anthropologues, n'ont pas été formés à l'objectivité

---

<sup>709</sup> CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Flammarion, Paris, 1982, pp. 209-223.

<sup>710</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 96.

<sup>711</sup> Ibid. p. 92.

<sup>712</sup> CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Flammarion, Paris, 1982, p.117, à propos d'une étude de Paul Gerbod. « *Ces vieux célibataires insatisfaits dont les anciens élèves bourgeois gardent en souvenir l'odeur de sperme et de tabac se sont révélés incapables de mener à bien leur rêve de promotion, comme celle que dégagent les membres du clergé issus du peuple, leur puanteur continue de trahir leur origine.* »

<sup>713</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 101. « *Parfois l'intégration à la communauté repose sur un processus de substitution d'une odeur à une autre. Le parfum qui éclipse l'odeur initiale opère alors comme un agent d'assimilation. Il abolit la différence et en rend semblable à l'autre.* »

<sup>714</sup> Ibid. p. 103, évoquant la pièce *La Cerisaie*, écrite par Anton Tchekhov au début des années 1900. « *Loin d'être abolie, la distinction de classe se déplace sur le terrain olfactif, car les individus issus d'une couche sociale inférieure trahissent toujours leur origine par un usage peu discret du parfum de luxe ou par l'aspersion de senteurs peu raffinées. [...] Il en résulte une nouvelle forme d'ostracisme, qui consiste à se gausser du parfum des parvenus qui se révèlent comme tels en raison de leur mauvais goût. Trop ou mal parfumé, le parvenu sent la vulgarité à plein nez. [...] Ironie du sort : l'usage du parfum, au lieu d'être une manière d'éclipser la mauvaise odeur de ceux qui sont jugés inférieurs, devient un nouveau moyen de les stigmatiser.* »

<sup>715</sup> TONELLI Amandine. « *Effluve de Communication. Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive* » thèse, Marseille, 2011, p. 9.

<sup>716</sup> COMETTI Jean-Pierre, *Conserver-Restaureur; L'œuvre d'art à l'époque de sa préservation technique*, Gallimard, Paris, 2016, p.109.



de son appréhension sur le terrain<sup>717</sup> ? Quel peut donc être, encore de nos jours, le degré d'impartialité du musée quant à la restitution de l'odeur de l'autre ? L'application du diagnostic olfactif aux collections ethnographiques ne peut en l'état résoudre une telle question, sa vocation étant d'être exécutée dans un musée, évoquer à son occasion la nature de l'odeur de l'autre, reviendrait à confronter les souvenirs d'un conservateur l'ayant véritablement mais partialement appréhendée, à l'appréhension impartiale d'un parfumeur d'un de ses substituts, autrement dit, l'un comme l'autre n'a jamais eu l'occasion de l'assimiler objectivement à la source. Choisir les collections ethnographiques constituait en cela une prise de risque, puisque bien que le parfumeur possède en sa mémoire les références de plusieurs centaines de matières premières odorantes, ainsi que les effets pouvant résulter de leurs combinaisons et dégradation, la probabilité que puissent régulièrement coïncider avec cette base de données les matériaux constitutifs d'objets étant issus de ces collections, était relativement faible. Je nourrissais toutefois l'espoir qu'au détriment d'une démonstration de sa justesse, à laquelle la successive présentation au parfumeur de référents odorants caractéristiques du terrain de provenance des objets étudiés, permettrait aisément de remédier, appliquer le diagnostic olfactif à des collections ethnographiques permettrait celle de sa fiabilité. Il suffirait en effet que le parfumeur admette ne parvenir à l'identification d'une odeur étant exhalée par un objet, perspective dont la probabilité fut donc sciemment augmentée par ce choix de collections, afin de démontrer sa capacité à se prémunir d'un jugement olfactif subjectif et donc, à exercer le principe de coopération préconisé par Tonelli quant à la transmission d'informations par l'odeur. Choisir les collections ethnographiques revenait donc à prioriser la démonstration de la fiabilité du diagnostic olfactif lorsque ce dernier se voit appliqué à l'étude des collections de musée, sa justesse ne pouvant à l'évidence qu'être améliorée à mesure de sa répétition sur différentes variétés d'objets.

---

<sup>717</sup> Verbatim d'entretien réalisé avec l'anthropologue Alain Epelboin, le 21 janvier 2016. « *J'ai principalement effectué des terrains dans les cultures pygmées au Sénégal. La dimension olfactive dont je me souviens très distinctement lors de ces sessions, c'est celle due au fait que les pygmées ont des poils très longs, une activité sexuelle très forte et un accès à l'eau seulement une fois par jour. Donc comment dire, ils étaient constamment échauffés, éprouvés par la chaleur et sentaient le sexe à plein nez. [...] Je me souviens des odeurs de la décharge, de celle du karité non raffiné, je me souviens également du fait qu'avant la chasse, les pygmées déposaient un peu de parfum sur le museau des chiens. Oh et je me souviens naturellement des ceintures odorantes que portent les femmes Laoubé lorsqu'elles dansent. Le bruissement des perles mêlé aux mouvements du corps quasiment nu et à l'odeur des bois qui composent la ceinture m'ont aidé à mieux comprendre pourquoi ces gens sentent constamment le sexe ! »*

Le laboratoire de parfums de la maison Cartier étant basé à Paris, il fut successivement décidé, principalement pour des raisons de commodité liées aux déplacements de Mathilde Laurent, afin de contribuer à l'exercice d'un diagnostic olfactif devant être pratiqué en collaboration avec le conservateur responsable des objets étudiés, au sein du musée détenteur, de sélectionner comme premier cadre d'application de ces recherches, un musée d'ethnographie situé en Île de France. Un entretien par conséquent conduit avec la gestionnaire des collections d'anthropologie culturelle du musée de l'Homme en janvier 2016, offrit l'occasion d'effectuer un premier repérage odorant dans une partie des collections ethnographiques de ce musée<sup>718</sup>, mais également dans ses collections d'ethnobotanique<sup>719</sup> et de momies<sup>720</sup>. D'autres lui succédèrent courant février<sup>721</sup>, avant de mener à l'exploration des collections de taxidermie et d'ostéologie du Musée National d'Histoire Naturelle au cours du mois de mars<sup>722</sup>, lesquelles révélèrent de fortes saillances odorantes qui, si non moins singulières, ne répondaient toutefois pas au choix qui fut précédemment opéré d'appliquer prioritairement le diagnostic olfactif à des collections qui soient exclusivement de nature ethnographique. Une importante partie des collections du musée de l'Homme ayant par ailleurs été transférée au musée du Quai Branly à l'occasion de son ouverture en 2006<sup>723</sup>, il revint régulièrement au cours de mes entretiens avec les conservateurs de ce premier musée, des mentions faites d'objets a priori odorants mais n'étant désormais plus en leur possession. Ce musée n'étant de surcroît pas doté d'une base de données des collections qui soit accessible au public, il m'était de fait, impossible d'y constituer des corpus de consultation autrement qu'en me rendant régulièrement dans les réserves afin d'y sélectionner des objets, alternative fastidieuse qui se serait par ailleurs révélée arbitraire et peu

---

<sup>718</sup> Conduit par Delphine Brabant, le 21 janvier 2016.

<sup>719</sup> Conduit par Alain Epelboin, Musée de l'Homme, le 21 janvier 2016.

<sup>720</sup> Conduit par Éloïse Quetel, Musée de l'Homme, le 21 janvier 2016.

<sup>721</sup> Entretien avec l'ethnologue François Aubaile, Musée de l'Homme, le 1 février 2016.

Entretien avec l'ethnologue Bernadette Robbe, Musée de l'Homme, le 9 février 2016.

Entretien avec l'ethnologue Daria Cevoli, Musée du Quai Branly, le 17 février 2016.

Entretien avec l'ethnologue Hélène Joubert, Musée du Quai Branly, 17 mai 2016.

<sup>722</sup> Repérage olfactif, collections de taxidermie, Musée National d'Histoire Naturelle, conduit par Justine de Jong, le 17 février 2016.

Repérage olfactif, collections d'ostéologie, Musée National d'Histoire Naturelle, conduit par Éric Pelé, le 3 mars 2016.

<sup>723</sup> De même que les collections du Musée National des Arts d'Afrique et d'Océanie, anciennement situé au Palais de la Porte Dorée de 1990 à 2003, qui ferma successivement ses portes.

pertinente sur le long terme. Je portais par conséquent mon choix sur le musée du Quai Branly, dont les collections constituent désormais le fond d'ethnographie le plus important de Paris, et rencontrais le directeur du patrimoine et des collections en mai 2016 afin de lui présenter le projet afférent au diagnostic olfactif des collections. Issus de recherches effectuées sur la base de données en ligne du musée<sup>724</sup>, les corpus de consultation furent constitués au cours de l'été, soumis en septembre, validés en octobre, et les sessions de diagnostic eurent successivement lieu le 22 novembre 2016 au Pavillon des sessions du Louvre, ainsi que les 30 novembre 2016, 29 avril 2017, 14 juin 2017 et 5 juillet 2017 à la muséothèque du Quai Branly, en présence systématique de Catherine Duruel<sup>725</sup>, Marie-Laurence Bouvet<sup>726</sup>, Pierre-Alexis Kimmel<sup>727</sup>, Mathilde Laurent et moi-même, ainsi qu'alternée d'Aurélien Gaborit<sup>728</sup>, Daria Cevoli<sup>729</sup> et Philippe Peltier<sup>730</sup>.

Reprenant les préconisations de Rolland-Villemot<sup>731</sup>, et souhaitant ainsi contribuer à la constitution d'un répertoire de référents odorants permettant l'identification des matériaux fréquemment rencontrés dans les collections ethnographiques, les corpus d'objets destinés à l'exercice du diagnostic olfactif furent constitués de cinq façons. Le premier souhaitait évaluer la possibilité pour ce diagnostic de fournir des informations complémentaires aux traditionnelles analyses réalisées en laboratoire. Il prit par conséquent appui sur une étude publiée par Pierre Detienne et Christiane Naffah en 2000<sup>732</sup> quant à l'identification, par analyse d'échantillons au microscope métallographique, des bois d'objets africains ayant été sélectionnés par Jacques Kerchache<sup>733</sup> pour entrer au Pavillon des sessions la même année. Les photographies publiées dans l'article permirent la reconstitution de l'intégralité de ce corpus. Le second souhaitait affiner la nature des descripteurs servant la documentation de certains

---

<sup>724</sup> <http://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections>, consulté le 21/01/19.

<sup>725</sup> Directrice adjointe du département Patrimoine et collections, Musée du Quai Branly.

<sup>726</sup> Chargée des réserves et des consultations en muséothèque, Musée du Quai Branly.

<sup>727</sup> Régisseur des espaces d'expositions permanentes, Musée du Quai Branly.

<sup>728</sup> Responsable des collections Afrique et du Pavillon des sessions, Musée du Quai Branly.

<sup>729</sup> Responsable des collections Asie, Musée du Quai Branly.

<sup>730</sup> Responsable des collections Océanie, Musée du Quai Branly.

<sup>731</sup> ROLLAND-VILLEMOT Bénédicte, « Les spécificité de la conservation-restauration des collections ethnographiques », *La lettre de l'OCIM*, n°56, 1998, p. 15.

<sup>732</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000.

<sup>733</sup> Collectionneur et marchand d'art français spécialisé dans les arts premiers.

objets. Il émergea par conséquent d'une recherche effectuée par mots-clés sur la base de données en ligne des termes génériques « matières organiques », « matières végétales », « matières minérales », « matières animales » et « matières non identifiées ». Le troisième fut composé d'objets n'ayant pas pour unique vocation d'être vus, mais également d'être sentis tels les parures odoriférantes, les boîtes ayant contenu du parfum et des onguents, ainsi qu'un échantillon ayant été annoté comme étant de l'ambre gris<sup>734</sup>, et qui purent être isolés par recherche des mots-clés « parfum » et « odorant ». Le quatrième rassemblait l'ensemble des objets ayant été précédemment présentés par Daria Cevoli comme étant fragrant, et dont la reconstitution fut permise par croisement des photographies et de l'enregistrement sonore ayant été réalisés au cours de sa conférence en 2015<sup>735</sup>. Déclinant cette dynamique, le cinquième et dernier corpus fut élaboré par un conservateur à qui l'on demanda de sélectionner les objets qu'il considérait comme étant les plus odorants de sa collection, et fut ainsi exclusivement composé de Bilums<sup>736</sup> et de Tapas<sup>737</sup>.

Étant donné que les modalités de stockage des objets au sein des réserves ne permettent l'actuelle préservation de leurs empreintes olfactives individuelles<sup>738</sup>, que leur documentation peut s'avérer générique, et que les référents odorants d'un parfumeur européen, constituant pourtant la base de données la plus riche du nez humain, ne peuvent servir l'imparable identification de matériaux venus d'Afrique, d'Asie ou d'Océanie, le déroulé des sessions de diagnostic olfactif suivit quant à lui, une méthodologie de recherche essentiellement exploratoire. Je me présentais lors de chaque consultation munie de grilles d'observations relatives aux objets que nous devions étudier, sur lesquelles figurait l'ensemble des informations disponibles à leur sujet sur la base de données en ligne du musée, et dont je prenais soin de ne pas préalablement notifier Mathilde Laurent. Cette dernière était équipée de gants<sup>739</sup> lui permettant de manipuler les objets, lesquels étaient, soit mis à notre disposition sur un plan

---

<sup>734</sup> Matière première d'origine animale utilisée en parfumerie et figurant parmi ses ingrédients les plus rares.

<sup>735</sup> CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*, musée du quai Branly, Paris, verbatim du 7 juin 2015.

<sup>736</sup> Sacs constitués de fibres naturelles.

<sup>737</sup> Étoffes constituées d'écorce.

<sup>738</sup> Certains objets de petite taille peuvent être conservés dans des sachets en plastique, mais il est plus courant que les artefacts soient alignés dans des caisses les uns à côté des autres, le plus odorant contaminant ainsi toutes les unités.

<sup>739</sup> Le coton fut privilégié au latex afin que l'odeur de ce dernier ne puisse parasiter celles des objets.

de travail dans une des salles de la muséothèque de Branly, soit exposés comme ce fut le cas au Pavillon des sessions, nécessitant que Pierre-Alexis Kimmel nous donne alors progressivement accès à chacune de leurs vitrines. Dans ce dernier cas, le battant de la vitrine était premièrement entrouvert de sorte que Mathilde y passe seulement le nez, et perçoive ainsi l'unité de la dimension olfactive y ayant été exhalée par l'objet au cours des derniers mois. Il était successivement grand ouvert afin de lui permettre d'y pénétrer et de sentir l'objet au plus près. Si sa taille l'autorisait, l'artefact était enfin extrait de la vitrine, manipulé sur un chariot et senti sous différents angles. L'unique constante était que Mathilde devait parler en continu de l'ouverture à la fermeture de la vitrine, livrant à voix haute l'ensemble de ses perceptions et impressions olfactives dont je prenais progressivement note sur la grille d'observation correspondant à l'objet qu'elle était en train de sentir. Je favorisais sciemment l'écriture à l'enregistrement sonore afin de ménager une souplesse d'exécution du diagnostic, et de permettre à Mathilde de prendre le temps lui étant nécessaire afin d'accorder une attention qualitative à chaque objet. Ses évocations suscitérent régulièrement la contribution spontanée de nos hôtes, ponctuelle et parfois filée allant jusqu'à favoriser l'instauration de véritables dialogues entre parfumeur et conservateurs autour de l'odeur des objets, dont je prenais alors la mesure tout en me gardant d'intervenir, ces derniers contribuant à valider ma première hypothèse quant au potentiel résonant du diagnostic olfactif. Le déroulé des consultations ayant eu lieu en muséothèque fut sensiblement le même, à ceci près que les objets ne furent appréhendés qu'en un seul temps. Chaque issue de session était ponctuée par l'établissement d'un bilan comparatif des informations respectivement fournies par la base de données en ligne et le diagnostic olfactif, ainsi que par la rédaction d'un rapport préconisant les ajustements nécessaires à l'amélioration de la consultation suivante, lequel était successivement transmis à l'ensemble des participants. Quant aux référents odorants caractéristiques des lieux de provenance des objets étudiés, permettant de palier les éventuelles lacunes du parfumeur, la restriction géographique me contraignit en premier lieu à les chercher dans les collections de la Xylothèque du Musée National d'Histoire Naturelle.

#### *4.4.2 Le diagnostic olfactique des espaces d'exposition*

Outre la notion d'*effet odorant*, Balez propose en 2001 celle d'*olfactique* telle que, « *comme l'acoustique désigne la qualité d'un lieu du point de vue de la propagation du son, l'olfactique pourrait être son équivalent pour l'odeur, et tendrait à travailler sur les interactions entre les sources d'odeurs et les dispositifs techniques influents sur leur propagation dans un*

*bâtiment* »<sup>740</sup>. A l'occasion de sa thèse, elle fit notamment démonstration d'une étude olfactive réalisée dans un centre commercial, pour laquelle fut conçue une méthodologie basée sur des « comptes rendus de perception en mouvement » succédant l'entretien de divers visiteurs du lieu et comprenant, l'identification préalable de potentielles sources odorantes ainsi que leur classement éventuel en cas de grande diversité<sup>741</sup>, le repérage des dispositifs de traitement de l'air afférents au lieu, et notamment l'implantation des bouches de ventilation, ainsi que celui des sources d'éclairage naturel, ce dernier favorisant a priori la saillance des odeurs étant perçues par les usagers. Ce protocole d'analyse lui ayant permis le successif établissement d'une cartographie du centre commercial rendant simultanément compte de l'état de sa nature odorante, ainsi que des modalités d'évolution de cette dernière dans l'espace, son application se fit toute désignée quant à la réalisation d'un préalable diagnostique des espaces d'exposition devant accueillir l'appréhension, par le visiteur, de la dimension olfactive des muséalia, et fut par conséquent mise en œuvre le 9 juillet 2018 au sein des locaux du musée de la Chasse et de la Nature, à Paris<sup>742</sup>.

Hormis le fait qu'elle se soit déjà essayée à la restitution d'un parcours olfactif<sup>743</sup> et que, comme précédemment démontré<sup>744</sup>, la chasse ait affaire avec les origines mêmes du musée, le choix de cette institution se justifie en ce que de l'annexion successive des deux hôtels particuliers qui la composent, découle une particularité tout à fait singulière en termes de propagation d'effluves. Fondée par François et Jacqueline Sommer, la Fondation de la maison de la Chasse

---

<sup>740</sup> BALEZ Suzel, *Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire*, Op cit. p. 277.

<sup>741</sup> Ibid. p. 244. « *Les sources potentielles d'odeur, dans le centre commercial, ont été découpées en « familles » qui correspondent grossièrement à celles qui sont massivement ressorties de l'analyse du vocabulaire employé par les passants pour les décrire durant leurs parcours : Nourriture : en distinguant les processus de grillage et de friture ; Produit d'hygiène : qui comprend les parfumeries et les pharmacies vendant des cosmétiques, des savons et des pots-pourris ; Matériaux : qui inclue les odeurs issues de l'ameublement neuf (bois et ses produits d'entretien, tissus d'ameublement, cuir, ski...) les odeurs issues des boutiques de maroquinerie, chaussures et bagages. »*

<sup>742</sup> CASTEL Mathilde, « Olfactive muséale : de l'espace expographique au cadre de l'œuvre », *Nouveaux territoires de l'expérience olfactive*, MétisPresses, Genève, 2019.

<sup>743</sup> Un parcours olfactif baptisé *Sentiment de la licorne* fut proposé du 16 au 28 mai 2017 dans certains espaces du musée par la maison Cire Trudon. Les fragrances étaient composées par la société Takasago et la diffusion olfactive, assurée par la société Scentsys.

<sup>744</sup> Se reporter au chapitre 2.

et de la Nature s'engage en 1964 à restaurer l'hôtel Guénégaud, menacé de destruction pour cause d'insalubrité publique en 1959, puis classé monument historique et racheté par la ville de Paris en 1962, contre un droit de location d'une durée de 99 ans. En 2002, la Fondation devient propriétaire du bâtiment adjacent, l'hôtel Mongelas, et y entreprend d'importants travaux d'extension des espaces d'exposition, lesquels n'ouvrirent au public qu'à partir de 2007, le musée de la Chasse et de la Nature occupant désormais le rez-de-chaussée, le premier et le deuxième étage de l'hôtel Mongelas ainsi qu'une partie du premier étage de l'hôtel Guénégaud<sup>745</sup>. Sa particularité réside en ce que, propriétaire de Mongelas et locataire de Guénégaud, la Fondation ne put faire climatiser que 60% de l'établissement tel que, lorsqu'au premier étage du musée l'on gravit le petit escalier séparant la *Salle du sanglier* de la *Salle d'armes*<sup>746</sup>, l'absence de climatisation bouleverse totalement les paramètres relatifs à la propagation odorante, que sont la circulation des flux d'air et la régulation des températures. Autrement dit, une partie du musée peut se prêter à la maîtrise des effluves venant à y être diffusés tandis que l'autre, pas du tout. Entre autres, cette singularité ne me permit l'ancrage du diagnostic olfactique dans la réalisation d'une enquête de public comme le fit Balez puisque, ce terrain ayant eu lieu au mois de juillet 2018, Paris était en pleine canicule, et faute de système de climatisation, la température ambiante des espaces d'exposition de l'hôtel Guénégaud avoisinait les 40°, contribuant à l'exaltation du mélange des odeurs de poussière et de vernis émanant respectivement des tapisseries et boiseries, ainsi qu'à l'incapacité des visiteurs interrogés en fin de parcours<sup>747</sup> de se souvenir par contraste, avoir senti la moindre chose dans le reste des espaces. Il s'avère qu'en des températures plus clémentes, ce musée est effectivement bien moins odorant que ce que l'on serait tenté de croire<sup>748</sup>, de fait, la réalisation d'un diagnostic olfactique ne put s'y réduire qu'au repérage des implantations du système de traitement d'air du musée, qui fut conduit par Jean-Marie Alcaraz, responsable des bâtiments, au cours d'un jour de fermeture, ainsi qu'au passage de l'ensemble des espaces d'exposition au détecteur thermique, afin d'évaluer le niveau d'isolation des pièces<sup>749</sup>, la variation des

---

<sup>745</sup> Se reporter à l'annexe n°2.

<sup>746</sup> Se reporter à l'annexe n°2.

<sup>747</sup> Les vendredi 6 et samedi 7 juillet 2018.

<sup>748</sup> Repérage d'éventuelles sources odorantes ayant été réitéré pour vérification par des étudiants en école de parfumerie le samedi 20 octobre 2018.

<sup>749</sup> Le musée étant doté de très nombreuses fenêtres.

températures<sup>750</sup>, ainsi que la circulation d'éventuels courants d'air<sup>751</sup>. La restitution de ces résultats consista au premier report de l'ensemble de ces éléments sur des plans ayant préalablement été fournis par Ugo Deslandes<sup>752</sup>, à la déduction successive des modalités de circulation, au sein des espaces d'exposition, des principaux flux d'air, ainsi qu'à la résultante définition des localisations étant à privilégier quant à la mise à disposition en ces lieux, de la dimension olfactive des muséalia.

#### 4.4.3 Les dispositifs olfactifs prenant un jus composé pour source

L'étude successive d'un dispositif olfactif prenant pour source un jus composé ne pouvait quant à elle, et malgré sa non exhaustivité, se départir de la préalable esquisse d'un panorama des appareils étant ou ayant récemment été employés en vue de l'insertion d'une dimension olfactive intentionnelle au sein d'une institution culturelle. Or, comme ce fut déjà indiqué il y a de cela près de vingt ans, l'ancienneté des procédés d'odorisation ne justifie qu'en de rares occasions que leur soient exclusivement consacrées des publications, nécessitant alors, afin d'en dresser l'inventaire, de procéder à l'identification et l'entretien de professionnels œuvrant simultanément ou respectivement à leurs conception, production et exploitation<sup>753</sup>. En 2014 et 2016, je sollicitais par conséquent la communauté de pratiques<sup>754</sup> Muzeonum<sup>755</sup> quant à l'indexation d'éventuelles expériences olfactives ayant récemment été pratiquées par des musées, collectais approximativement et à chacune de ces reprises, une trentaine de

---

<sup>750</sup> Des températures chaudes contribuant à exalter la perception olfactive.

<sup>751</sup> Et donc, le potentiel risque de fuite des odorants diffusés.

<sup>752</sup> Chargé de communication du musée de la Chasse et de la Nature.

<sup>753</sup> BALEZ Suzel, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, Op cit. p. 73. « *Si la plupart des procédés d'odorisation sont très anciens, ils ne font que rarement l'objet de publication spécifiques. Ce sont des entretiens avec des professionnels de l'odorisation, participation à différents congrès ou colloques et des lectures transversales de documents, d'anthropologie ou d'histoire principalement, qui ont permis de dresser un inventaire des dispositifs technologiques utilisés, ou utilisables, aujourd'hui pour odoriser dans le cadre bâti.* »

<sup>754</sup> WENGER Etienne, "Introduction to communities of practice", 2006, <http://wenger-trayner.com>, consulté le 30/01/19, référence citée par Omer Pesquer : « *Les communautés de pratiques sont des groupes de personnes qui partagent une préoccupation ou une passion pour quelque chose et qui apprennent à le faire mieux en interagissant régulièrement.* »

<sup>755</sup> Plateforme de ressources et d'échanges sur le musée et le numérique, ayant été conçue en 2011 par le consultant en usages numériques Omer Pesquer.



témoignages dont j'entretenais successivement les émetteurs, afin de collecter l'ensemble des détails techniques relatifs aux projets évoqués, ainsi que le retour d'expérience des personnes en ayant assuré l'acheminement, entreprise dont l'exécution nécessitait environ six mois. La poursuite de ce recensement se concrétisa par la participation à l'édition 2016 de l'hackathon Muséomix auquel prenait part cette année le Musée International de la Parfumerie de Grasse<sup>756</sup>, rassemblant quarante-deux personnes réparties en six équipes afin de concevoir en trois jours, les prototypes de dispositifs olfactifs supposés diversifier les actuels outils de médiation du musée<sup>757</sup>. S'ensuivit au cours du mois de décembre, le dépouillement des archives de la Fondation Cartier pour l'art contemporain relatives au cycle de soirées nomades *Odorama*, ayant été organisé en 2003<sup>758</sup>, tandis que la maison ne s'était encore dotée d'un parfumeur<sup>759</sup>, et que les sociétés de diffusion assurant l'actuelle majorité des odorisation de musée, Exhalia et Scentys, n'existaient pas encore<sup>760</sup>, afin d'étudier la nature des équipements ayant alors été fournis quant à l'odorisation des performances prévues pour cet événement. Le laboratoire de parfums de Cartier fut enfin impliqué à partir d'octobre 2015 dans le projet d'ouverture à Paris du Grand musée du parfum, lequel autorisa le suivi de conception de l'ensemble des dispositifs olfactifs de l'établissement par Mathilde Laurent, processus qu'il me fut par ailleurs permis d'observer à distance à validation de la CIFRE en avril 2016, avant d'en reprendre le suivi de mon arrivée chez Cartier au mois de septembre, jusqu'à l'ouverture du musée en décembre. Soucieuse de la juste restitution du panorama ainsi dressé des appareils ayant été déployés afin d'odoriser le musée, j'organisais en juin 2017 une journée d'étude intitulée « Quand la muséologie prend tout son sens : les dispositifs olfactifs au musée »<sup>761</sup>, à laquelle fut convié à

---

<sup>756</sup> Évènement s'étant déroulé du 11 au 13 novembre 2016 à Grasse.

Voir pour plus de détails, <https://www.museomix.org/editions/2016/grasse>, consulté le 30/01/19.

Reportage France 3, « Grasse, Museomix, musée du futur au MIP », <https://vimeo.com/191618712>, consulté le 30/01/19.

Museomix au MIP, jour 1, [https://www.youtube.com/watch?v=6G7r\\_igtZco](https://www.youtube.com/watch?v=6G7r_igtZco), consulté le 30/01/19.

Museomix au MIP, jour 2, <https://www.youtube.com/watch?v=6-yG1i110c0>, consulté le 30/01/19.

<sup>757</sup> BADULESCU Cristina, *Médiation muséale et dispositif de préfiguration du sens : nouvelle approche expographique du Musée International de la Parfumerie* thèse, Dijon, 2010.

<sup>758</sup> Se reporter à l'annexe n°3, CASTEL Mathilde, « Odorama. L'instinct olfactif de la Fondation Cartier pour l'art contemporain », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018, pp. 233-281.

<sup>759</sup> Mathilde Laurent ne rejoint la maison qu'en 2005.

<sup>760</sup> Elles ne furent respectivement créées que l'année suivante, en 2004.

<sup>761</sup> Voir pour plus de détails : <https://calenda.org/402803> et <https://calenda.org/402808?file=1>, consulté le 30/01/19.

s'exprimer un important nombre de professionnels rencontrés dans le cadre de mes entretiens sur la plateforme Muzeonum, ou dans celui de mon affectation au suivi de la collaboration de Cartier au Grand musée du parfum. Je consacrais la période de juin à décembre à la retranscription de ces interventions, leur complément par ajout d'entretiens semi-dirigés réalisés avec d'autres professionnels du champ muséal et de l'industrie de la parfumerie, l'adresse d'un appel à contributions à divers chercheurs traitant de l'olfaction en de nombreuses disciplines ayant à mon sens, la capacité de nourrir la réflexion relative à la place des odeurs au musées, la rédaction d'un article de fond sur les soirées *Odorama*, ainsi que celle d'un papier d'ouverture consacré à l'ouvrage collectif qui fut ainsi constitué. Soumis aux éditions du Contrepoint<sup>762</sup> au mois de janvier 2018, *Les dispositifs olfactifs au musée* fut publié en novembre, inaugurant la collection « Nez recherche »<sup>763</sup>, et nourrissant l'espoir de pouvoir à l'avenir contribuer à toute initiative désireuse d'interroger les rôles et enjeux de l'olfaction au sein des institutions culturelles.

J'évoquais précédemment que le réinvestissement de la parfumerie dans le développement de dispositifs capables de sublimer l'olfaction eut notamment pour effet la mutation de leur statut d'accessoire en celui d'installation artistique, mais également que Mathilde Laurent est un parfumeur particulièrement impliqué dans les aboutissement et reconnaissance des intentions artistiques afférentes à sa profession, ce dont le premier opus des OSNI de Cartier permet ici de rendre simultanément compte. L'appellation *Objet Sentant Non Identifié* fut en effet conçue par la maison en 2016 afin de désigner une série d'installations favorisant l'appréhension, dénuée de toute finalité de vente, du médium artistique que peut être le parfum. L'année précédente, se tenait près de Paris la Conférence des Parties sur les changements climatiques<sup>764</sup> en regard de laquelle, la Fondation EDF eut l'initiative d'une exposition visant à nuancer le politique des négociations par la poétique de vingt-quatre installations ayant investi la notion de « climats artificiels »<sup>765</sup>, et dont la collaboration de l'architecte Tetsuo Kondo avec la société d'ingénierie climatique Transsolar, permit le déploiement de la principale pièce. Dans un espace ayant été

---

<sup>762</sup> Publiant notamment, *Nez la revue olfactive* : <http://www.editions-lecontrepoint.com/livre/2160-2>, consulté le 30/01/19.

<sup>763</sup> Voir pour plus de détails, <http://www.editions-lecontrepoint.com/collection/nez-recherche>, consulté le 30/01/19.

<sup>764</sup> COP21, *Parc des expositions de Paris-Le Bourget*, du 30 novembre au 12 décembre 2015.

<sup>765</sup> « Climats artificiels », *Fondation EDF*, Paris, du 4 octobre 2015 au 28 février 2016.

aménagé d'un escalier, *Cloudscapes* recréé de manière artificielle et par stratification de trois couches d'air<sup>766</sup>, les conditions météorologiques nécessaires à la formation d'un nuage, invitant ainsi le visiteur, par ascension et descente des marches, à en expérimenter la traversée, mais également à méditer la traditionnelle opposition de la nature à l'artifice, donnant ainsi tort à Wittgenstein qui soulignait en 1942 que nous ne sommes pas en mesure de construire des nuages<sup>767</sup>. Aboutissement de cinq années de recherche, cette installation fut pour la première fois présentée en intérieur à l'occasion de la Biennale de Venise en 2010, où le centre de l'Arsenal lui était alors consacré. Rééditée en 2013 pour le Musée d'art contemporain de Tokyo, elle fut alors exposée en extérieur, isolée dans la structure d'un cube transparent de six mètres d'arrêtes capable d'isoler l'atmosphère nécessaire au maintien du nuage des conditions météorologiques extérieures<sup>768</sup>, un similaire habitacle ayant par ailleurs été successivement reproduit dans le cadre de sa mise en place à la Fondation EDF en 2015. J'évoquais que l'odeur a pour caractéristique esthétique d'être transparente soit, d'autoriser à voir à travers elle, mais il est également au nombre de ses propriétés physiques d'être traversable et traversante, sans quoi nous ne pourrions la percevoir, raison pour laquelle le mot « parfum » prend notamment son origine dans le terme « per fumare » qui signifie littéralement « à travers à la fumée ». Favorisant la relecture des origines du parfum tout en exaltant l'expansion de ses terminaisons artistiques, il était de fait riche de sens que le premier OSNI de Cartier œuvre à une déclinaison olfactive de *Cloudscapes* telle que le visiteur, trop habitué qu'il est désormais des infinies ingéniosités du vaporisateur, puisse redécouvrir l'appréhension d'une odeur par traversée d'un nuage parfumé. Cet ambitieux projet fut initié par le département parfum de la maison en avril 2016 avec pour ambition une présentation coïncidant avec l'édition 2017 de la FIAC<sup>769</sup>. J'y fus rattachée deux mois avant échéance afin d'alimenter son positionnement artistique et de former les médiateurs allant être affectés à son exposition, et collaborais post-événement avec la personne chargée de son pilotage<sup>770</sup> afin d'en structurer les archives.

---

<sup>766</sup> Un air frais et sec au sol (22° et 40% d'humidité), un air chaud et humide au niveau du nuage (27° et 100% d'humidité), un air chaud et sec au-dessus du nuage (35° et 60% d'humidité).

<sup>767</sup> WITTGENSTEIN Ludwig, *Philosophica*, n°2, Trans-Europ-Repress, Mauvezin, 2000, p. 103.

<sup>768</sup> L'ETFE, dit aussi, éthylène tétrafluoroéthylène est un matériau semi-cristallin employé comme alternative au verre et pouvant endurer des températures allant de -80° à 155°C.

<sup>769</sup> Foire Internationale d'Art Contemporain ayant alors eu lieu du 19 au 22 octobre 2017.

<sup>770</sup> Ancienne responsable Image et Marketing du Grand musée du parfum, Élise Allonas devint responsable communication chez Cartier parfums en mai 2017, et prit à ce titre la charge relative à l'acheminement de la série OSNI.

#### *4.4.4 Les dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source*

Les moyens du cheminement ayant été nécessaire à la définition structurelle et fonctionnelle d'un dispositif prenant une muséologie pour source odorante furent à l'évidence bien moindre que ceux visant à sublimer le parfum. Ne requérant en effet qu'une maîtrise de la propagation d'effluves étant exhalés par des matériaux bruts, semblable appareil ne saurait servir la stratégie des intentions artistiques de la parfumerie, ni justifier que cette dernière y accorde de l'intérêt ou le bénéfice de son expertise. Pouvant de surcroît sembler une étrangeté pour des professionnels de musée à qui l'idée de porter un intérêt à l'odeur des objets paraissait saugrenue, la première difficulté ayant été afférente à la conception d'un tel dispositif fut le ménagement d'un espace d'échange ouvert à la considération de sa perspective. Ce que permit le workshop « Adapte ma thèse : le musée de demain » ayant eu lieu à la Cité des sciences et de l'industrie en partenariat avec le Laboratoire d'Excellence des Industries Culturelles et de la Création Artistique, le 21 avril 2017, à Paris. Professionnels de divers horizons s'étaient alors réunis afin de concevoir et prototyper des dispositifs inédits, soucieux d'apporter une solution concrète aux problématiques ayant été soulevées par six thèses de muséologie. Au besoin de faire sentir les collections fut ainsi proposé un système de vitrine olfactive basé sur la simple implantation, dans une vitrine classique, d'une entrée d'air propulsé par un ventilateur placée près de l'objet et d'une sortie d'air aménagée à niveau de nez sur la paroi vitrée. Sa gestion pouvant être assurée par l'ajout d'une interface numérique à l'extérieur de la vitrine, ce système conduirait l'évacuation de la dimension olfactive de l'objet à hauteur de visage, favorisant ainsi son appréhension par le visiteur initiateur de l'activation. Une première version du protocole d'intervention permettant, à terme, l'appréhension de la dimension olfactive d'un objet par le biais de la vitrine le contenant, fut donc esquissée par les professionnels présents lors du workshop afin d'être présentée durant la restitution des différents projets de la journée. J'entrepris successivement son approfondissement par l'organisation en mai, juin, septembre et octobre 2017, de sessions de réflexion collective réunissant deux professionnels dont les expertises avaient auparavant croisé mes recherches : Pierre-Alexis Kimmel, responsable des espaces d'exposition permanente du musée du Quai Branly, notamment chargé de la maintenance des vitrines et ayant assisté aux consultations de diagnostic olfactif réalisées par Mathilde Laurent, et David Suissa, fondateur de la société de diffusion Scentsys qui œuvra exclusivement à l'ensemble des dispositifs olfactifs ayant été conçus pour le Grand musée du parfum. Dès lors, confronté à divers paramètres liés au degré d'intervention permis par les

vitaines ainsi qu'à l'optimisation des modalités d'exhalaison, diffusion et propagation de l'odeur des objets, le concept de vitrine olfactive fut optimisé du printemps à l'automne, amenant la progressive définition de nouveaux aménagements. Les nombreux standards régissant la conception des vitrines devinrent en effet un obstacle à la catalyse des odeurs puisque, permettant qu'elles conviennent indifféremment à des objets de grande et petite taille, l'espace demeurant après leur placement s'avéra trop vaste pour qualitativement collecter les molécules odorantes exhalées qui, quantitativement faibles, avaient alors tendance à s'y disperser, puis s'y perdre<sup>771</sup>. De fait, un système d'air propulsé utilisant l'intégralité de la vitrine afin de stocker l'odeur d'un objet ne pourrait en conduire la juste restitution puisqu'y étant indifféremment éparpillées, les molécules odorantes ne sauraient s'en extraire de manière privilégiée. L'activation d'un tel dispositif engendrerait donc la propagation d'un air dont la charge de molécules odorantes serait constamment aléatoire, renforçant le risque d'une émanation située en dessous du seuil de perception d'un néophyte, d'un *effet de disparition* et ce faisant, d'une non coopération du visiteur à l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia. Nous avons par conséquent cherché à mieux structurer le circuit des molécules odorantes, en en matérialisant notamment le contour par un habitacle de plexiglas hermétique. Prenant la forme d'un pavé droit dont les dimensions seraient proportionnelles à celles de l'objet, permettant ainsi que ses exhalaisons soient confinées dans un espace restreint au possible, la première partie de cette structure serait posée sur le socle de la vitrine afin de simultanément recouvrir l'artefact et l'entrée d'air lui étant adjacente, la seconde, consistant en un conduit desservant de part en part ce catalyseur et la sortie d'air, optimiserait enfin la non divergence des molécules de leur trajet afin que toutes puissent être qualitativement acheminées lors de l'activation du dispositif. Cet habitacle permettant par ailleurs d'isoler les dimensions olfactives respectives d'objets étant présentés au sein d'une même vitrine, il contribua à la mise en évidence d'un second paramètre devant être pris en compte : le potentiel diffusif propre à chaque objet.

Les muséalia n'ayant en effet pour première vocation de sentir, la préservation de leur dimension olfactive ne fit l'objet que de peu d'attention, engendrant une importante disparité dans la capacité qu'elles ont individuellement d'exhaler des molécules odorantes. Ce paramètre nous fit comprendre qu'à la différence des dispositifs prenant un jus composé pour source,

---

<sup>771</sup> « *Si l'ennemi se concentre, il perd du terrain. S'il se disperse, il perd de la force* » est une expression du général vietnamien Giap, ayant été reprise par l'artiste Mario Merz pour son œuvre *Igloo di Giap* en 1968.

celui-ci ne pourrait être continuellement disponible pour activation, l'effectivité de sa démonstration dépendant du temps ayant été auparavant accordé à chaque objet afin d'emplir la cloche de suffisamment de molécules odorantes pour que leur appréhension atteigne le seuil de perception du visiteur. Il conviendrait par conséquent d'y ajouter un minuteur, dont la durée serait relative au potentiel diffusif de chaque objet contenu, afin de réguler les instants où le dispositif pourrait être actionné, que leurs intervalles soient de quelques minutes ou bien de quelques heures. Ceci suggère qu'en l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia ne peut résider la perspective d'une offrande constamment tendue vers le visiteur, rendant simultanément en cela son dispositif divergent de l'infaillible disponibilité des traditionnels aménagement muséaux, mais cohérent avec les paramètres de la résonance puisque favoriserait que le monde soit à la fois « *suffisamment fermé pour pouvoir parler de sa propre voix, et suffisamment ouvert pour se laisser atteindre* »<sup>772</sup>. Par l'odeur d'une muséalie, ce dernier ne se donnerait donc qu'à la fin de chaque compte à rebours, son assimilation ne devenant par ailleurs effective qu'à la condition que le visiteur actionne pour sa part le dispositif implanté dans la vitrine, semblable scénario pouvant a priori actualiser les modalités d'interactions résonantes ayant été préconisées par Rosa<sup>773</sup>. Scentys étant en mesure de réaliser les tests nécessaires à l'estimation simultanée du potentiel de diffusion des objets et du temps devant leur être accordé entre chaque activation afin d'optimiser la saillance de leurs odeurs, mais également de concevoir le circuit en plexiglas et d'assurer l'implantation des entrées et sorties d'air propulsé à l'intérieur des vitrines, la réalisation d'un prototype de dispositif prenant une muséalie pour source odorante semblait tout à fait envisageable. Une session de repérage des différents modèles de vitrines équipant le musée du Quai Branly fut par conséquent organisée le 4 octobre 2017 afin que puissent être définies les étapes de création du prototype et qu'un devis soit établi.

---

<sup>772</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 69. p. 200.

<sup>773</sup> Ibid. p. 337 et 524. « *L'indisponibilité du phénomène de résonance – phénomène complexe car à la fois tactile, physique, sensible, narratif, affectif et cognitif – implique qu'il puisse se produire dans les conditions les plus improbables, y compris sous la torture, et faire défaut dans les situations qui lui sont les plus propices. Quand les flux canalisés et chronométrés de visiteurs n'ont qu'une vingtaine de secondes pour découvrir le sourire de la Joconde, ou sont conduits sur des tapis roulants devant les objets exposés (comme les bijoux de la couronne à la Tour de Londres) il ne reste plus le temps d'une assimilation transformatrice. [...] Il est revanche impossible d'imposer la résonance par voie directe : d'abord parce que toute contrainte est tendanciellement répulsive, ensuite parce que l'indisponibilité intrinsèque de la résonance empêche toute possibilité d'établir des axes de résonance par décret autoritaire.* »

Cette dernière n'ayant toutefois permis la collecte exhaustive des informations requises, le musée nous adressa à la société UNIFOR, prestataire ayant fourni l'ensemble des vitrines de l'établissement, mais malgré plusieurs tentatives, l'obtention des plans nécessaires à l'estimation des coûts du prototype ne nous fut accordée, tant et si bien que dans le cadre de la présente recherche, ce projet ne put dépasser le stade de sa conception.

#### 4.4.5 La faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle

L'évaluation de la faculté des dispositifs olfactifs à ménager un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur ne put donc s'appuyer sur un système prenant une muséologie pour source odorante, ce qui n'était en soi impératif à la compréhension des agencements étant nécessaires afin qu'une odeur, quelle que soit sa source, soit en mesure de conforter le visiteur dans sa capacité d'interagir avec elle, ce faisant, cette enquête fut déployée autour des systèmes odorants du Grand musée du parfum. Lors de son établissement en 2016, Pronitcheva souligne à l'issue d'un historique des créations de musées de parfums<sup>774</sup>, l'imminente ouverture d'un

---

<sup>774</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, thèse, Paris, 2016, p. 104-109. « *Le premier musée du parfum au monde serait le Musée de la Parfumerie de Barcelone, fondé en 1961, suivi de près par le Musée de la Parfumerie, inauguré à la Havane, à Cuba, en 1963. En France, l'usine-musée Fragonard, au centre-ville de Grasse, propose, dès la fin des années 1970, une exposition dédiée à l'histoire de la parfumerie de l'Antiquité au début du XXe siècle, en 1983 et en 1993, deux autres musées du parfum Fragonard ouvrent dans le quartier de l'Opéra, à Paris. En 1981, la société de composition Drom inaugure son musée du Flacon à parfum dans les locaux de l'entreprise Baierbrunn, en 1989, le Musée International de la Parfumerie ouvre ses portes à Grasse, tandis que le Musée des arômes et du parfum s'installe à Graveson-en-Provence dans les Bouches-du-Rhône. En 1990, La Collezione Borsari 1870 est ouverte au public dans les locaux de l'entreprise Borsari à Parme, en Italie. La même année, le Musée du Flacon à Parfum ouvre à la Rochelle, suivi de près du Musée du Parfum de Bastia, en Corse et du château de Chamerolles, dans le Loiret, qui devient en 1992, le Château-Promenade des parfums. En 1996, naît l'Oita Fragrance and Woods Museum, au Japon (rebaptisé l'Oita Fragrance Museum en 2007) suivi, en 1997, d'un second musée du parfum japonais, Parfum Forêt, à Toyoda. En 1998, le musée La Magie du Parfum voit le jour à Veynes, dans les Hautes-Alpes (actuellement le Musée du Parfum à Prissé, Saône-et-Loire) en 1999, l'Annette Green Perfume Museum est inauguré à New York. Enfin, en 2001, le Musée de l'art de la parfumerie ouvre à Moscou, et en 2004, le Musée du Parfum – Fondation Julia Bonet est installé à Escaldes-Engordany, en Andorre. Sans oublier le Musée du parfum de la maison Farina à Cologne, le Museo Perfumeria Gal à Madrid, ainsi que de nombreux musées d'entreprise « internes » qui naissent dans les années 1980-1990 et qui ont davantage l'aspect d'une collection que d'un musée, car difficilement accessibles au public (Lancôme, Rochas, Bourjois, Givaudan etc) [...] La deuxième vague de création des musées de la parfumerie débute en 2010, avec la Fondation de l'Espaço Perfume Arte + Historia à*

établissement parisien susceptible de « *compromettre le monopole dont jouit Fragonard depuis 1983, mais aussi de concurrencer le Musée International de la Parfumerie à l'échelle nationale* »<sup>775</sup>. Amorcé en 2014, l'origine de ce projet tiendrait en ce que « *malgré un rayonnement international et un rôle majeur dans l'histoire et la culture du pays où elle s'est développée, la parfumerie française ne disposait, à Paris, d'aucun lieu emblématique à sa vraie mesure* »<sup>776</sup>, mais également en ce que, « *le prestige du parfum français constituant un pilier de leur communication* »<sup>777</sup>, « *les professionnels du secteur attendaient un musée du parfum à Paris de longue date* »<sup>778</sup>. Ce dernier motif ayant été parfaitement assumé par ses initiateurs, le Grand musée du parfum, ouvert en décembre 2016, définitivement fermé en juillet 2018, fut effectivement édifiant par la démonstration qu'il opéra des multiples modalités de collaboration pouvant être engagées avec l'industrie de la parfumerie afin d'aboutir une programmation de type muséal : un partenariat privilégié avec la société de composition International Flavors & Fragrances, ayant notamment fourni l'intégralité des odorants présents dans le parcours de visite, un comité scientifique et culturel composé de parfumeurs (Jean-Claude Ellena, Mathilde Laurent, Patricia de Nicolai, Nicolas Beaulieu, Sylvaine Delacourte, Anne Flipo, Jean-Christophe Hérault), d'experts du parfum (Sabine Chabbert, Isabelle Ferrand, Élisabeth de Feydeau, Céline Manetta, Lionel Paillès, Roland Salesse, Élisabeth Sirot, Delphine

---

*Sao Paulo au Brésil : suivent alors le Musée de la Parfumerie de Saint Pétersbourg et l'Esprit du Parfum de Chartres en 2012, la Cour des senteurs à Versailles et le Musée du Parfum du Palazzo Mocenigo à Venise en 2013, le Musée de la Parfumerie de Moscou et le Deluxking Perfume Museum à Kuming en Chine, en 2014, tandis que le troisième musée du parfum Fragonard à Paris devrait ouvrir à la rentrée 2015, et l'Asian International Spice & Perfume Museum à Kuming serait en cours de création. [...] Notons également qu'en mettant en place leurs musées du parfum, les entreprises font appel à des professionnels d'histoire de l'art ou, plus tard, de muséologie : le musée Drom est aménagé par l'historien de l'art et décorateur Patrick Utermann, l'exposition sur l'histoire de la parfumerie au second étage de l'usine historique de Fragonard à Grasse est conçue par l'historienne d'art Ghislaine Pillivuyt, l'aspect du musée de la fabrique Nouvelle étoile à Moscou est dû à Anna Bagoulina, collaboratrice du Musée historique d'État de Moscou etc. En ce qui concerne les musées du parfum publics, la palme revient à la France qui en possède quatre – le Musée International de la Parfumerie à Grasse, le Château-Promenade des parfums de Chamerolles, l'Esprit du parfum à Chartres et la Cour des senteurs à Versailles – inaugurés en 1989, 1992, 2012 et 2013 respectivement. [...] Pour conclure, les musées du parfum de particuliers émergent à partir de la fin des années 1980 et prennent pour la plupart la forme d'un musée de collectionneur (ou d'un musée monoparental) soit d'un musée promotionnel. »*

<sup>775</sup> Ibid. p. 302.

<sup>776</sup> Se reporter à l'annexe n°5, Dossier de presse du Grand musée du parfum, p.10.

<sup>777</sup> Ibid.

<sup>778</sup> Ibid.



de Swardt, Diane Thalheimer Krief), et des dispositifs résultant d’ambitieuses collaborations entre la société de diffusion Scentys et différentes agences de design, d’architecture et de scénographie (Harvey & John, Jason Bruges Studio, Projectiles). Sous l’autorité de Guillaume de Maussion<sup>779</sup> et simultanément exempt d’un projet scientifique et culturel<sup>780</sup> et d’une collection propre – les objets s’y trouvant en dépôt<sup>781</sup> et la gamme d’odorants<sup>782</sup> ne répondant nullement à la définition d’une collection<sup>783</sup> en ce que sa présence au sein de l’établissement ne justifia qu’elle soit par ailleurs retirée du catalogue de vente de la société l’ayant produite<sup>784</sup> – cet établissement parvint tout de même à voir le jour au bout de deux ans<sup>785</sup>, se faisant ainsi la preuve que, tel que l’indique Mairesse, un musée parvient désormais à se développer « *non parce qu’il est basé sur des collections prodigieuses, mais parce que son projet social ou environnemental a frappé l’imagination de nombreux acteurs ayant souhaité s’y associer* »<sup>786</sup>, mais également la démonstration du fait que la non réglementation d’usage de l’appellation « musée » autorise une « *véritable exploitation du terme générique au profit d’intérêts souvent mercantiles, ainsi que la prolifération de bon nombre d’établissements qui n’ont de musée que*

---

<sup>779</sup> Ibid. p. 33. « Guillaume de Maussion bénéficie d’un véritable parcours d’entrepreneur. A 28 ans, il fonde Planfax, société de cartographie numérique, puis d’annuaire sous la marque Bottin. Il contribue également à l’aventure des renseignements téléphoniques en lançant un service 118. Il participe ensuite à plusieurs start-ups, dont dernièrement une société spécialisée dans la billetterie d’opéra à destination d’une clientèle internationale. Guillaume de Maussion insuffle sa créativité d’entrepreneur, sa persévérance et sa capacité à mener des projets. C’est aussi un expert des nouvelles technologies et du digital. »

<sup>780</sup> Sa mise en forme ne fut initiée qu’en septembre 2016 et achevée seulement quelques jours avant l’ouverture du 16 décembre.

<sup>781</sup> Ibid. p. 25.

<sup>782</sup> Ibid. p. 13.

<sup>783</sup> POMIAN Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*, Gallimard, Paris, 1987. « Une collection est un ensemble d’objets naturels ou artificiels, maintenus temporairement ou définitivement hors du circuit d’activités économiques, soumis à une protection spéciale dans un lieu clos aménagé à cet effet, et exposé au regard ».

<sup>784</sup> Quand bien même cela aurait été le cas, il se serait tout de même agi d’une collection d’odeurs laissée en dépôt par la société IFF.

<sup>785</sup> Se reporter à l’annexe n°5, Dossier de presse du Grand musée du parfum, p. 11.

<sup>786</sup> MAIRESSE François, *Le Musée, temple spectaculaire*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 2002, p. 9.

*le nom* »<sup>787</sup>. Combinée au « carnet de visite olfactif »<sup>788</sup> et au concept store<sup>789</sup> de l'établissement, la collection d'odorants mise en avant par le Grand musée du parfum inviterait en effet à relire l'analogie opposant musée et grand magasin, telle qu'un grand musée serait un grand magasin dont les objets ne sont pas à vendre, et un grand magasin, un grand musée dont les collections peuvent être acquises par le visiteur<sup>790</sup>, le Grand musée du parfum semblant alors relever davantage du second que du premier. Mais le véritable intérêt que revêt ici cette « collection olfactive » réside dans les moyens de sa présentation autrement dit, dans ses dispositifs. L'établissement revendiquait à ce sujet qu'afin de « relever le défi de la mise en scène de cet art immatériel et impalpable qu'est le parfum, le musée partit à la recherche de talents du design et de l'artisanat pour créer des dispositifs uniques »<sup>791</sup> engendrant le déploiement d'un « système de présentation des odeurs encore jamais pensé à une telle échelle, ayant été conçu entièrement sur-mesure pour le Grand musée du parfum »<sup>792</sup>, et sur lequel j'entrepris de réaliser l'évaluation de la faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur. Déclinés sous forme de vasques, de trompettes ou de flacons dont les diffusions s'actionnent via des systèmes de poires, de robinets, de boutons poussoirs ou de détecteurs de mouvements, différents dispositifs y jalonnent un parcours de visite agencé autour de quatre installations saillantes : « Jardin des senteurs »<sup>793</sup>, « Scent drop »<sup>794</sup>, « Blossom »<sup>795</sup> et « Scent constellation »<sup>796</sup>, cette dernière, non-olfactive, ne fut par ailleurs retenue dans le cadre de l'enquête.

---

<sup>787</sup> PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, thèse, Paris, 2016, p. 299. Également développé dans SALLOIS Jacques, *Les Musées de France*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 1995, p. 62.

<sup>788</sup> Se reporter à l'annexe n°5, Dossier de presse du Grand musée du parfum, pp. 40-41.

<sup>789</sup> Ibid. p. 41.

<sup>790</sup> CAPART Jean, « L'utilité des musées royaux d'Art et d'Histoire », *Le Temple des muses*, Bruxelles, 1936, p. 178, cité par MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La documentation française, 2012, p. 62.

<sup>791</sup> Se reporter à l'annexe n°5, Dossier de presse du Grand musée du parfum, p. 10.

<sup>792</sup> Ibid.

<sup>793</sup> Ibid. pp. 18 et 34.

<sup>794</sup> Se reporter à l'annexe n°3, ALLONAS Élise, « Les dispositifs du Grand musée du parfum », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 43-52.

<sup>795</sup> Se reporter à l'annexe n°3, HOUOT Violette, « Le Grand musée du parfum : Blossom, le rosier imaginaire », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 52-57.

<sup>796</sup> Se reporter à l'annexe n°3, VIGNAL Marion, « Le Grand musée du parfum : Scent constellation », *Les dispositifs olfactifs au musée*, Op cit. pp. 57-63.

Conçue par l'agence Projectiles, « Jardin des senteurs » enjoint à déambuler au milieu de corolles, élevées sur des tiges de différentes tailles et inclinées afin de se trouver à portée du visiteur. Leur présentant son visage, il actionne un détecteur de mouvement générant simultanément la diffusion d'une odeur et l'éclairage, au cœur de la fleur, d'une image suggérant la nature de la fragrance proposée, que cette dernière cherche à évoquer la mer, le feu de bois, la pâte à tartiner, le soda ou encore certains fruits. Produite par le studio Harvey & John, « Scent drop » cherche à rendre compte de la diversité des ingrédients avec lesquels un parfumeur est amené à concevoir ses formules, par composition et restitution d'un corpus de vingt-cinq matières premières synthétiques et naturelles<sup>797</sup>, données à sentir dans des sphères de la taille d'une paume de main, respectivement présentées sur des supports de corian descendant du plafond en formant des gouttes. Le scénario d'expérience prévoit que le visiteur saisisse la sphère, la porte au nez pour sentir, puis à l'oreille pour écouter une présentation de l'ingrédient. Chaque sphère renferme un système de diffusion sèche comprenant une cartouche de billes pebax imprégnées et un ventilateur, ainsi qu'un système de diffusion sonore incluant une carte SD et un haut-parleur. Elle est également pourvue d'un détecteur d'inclinaison ayant été développé par un concepteur de jouets, et permettant l'activation des différentes modalités de diffusion en fonction de la manière dont le visiteur tient la sphère. Le choix de la langue s'effectue par rotation du globe sur son support avant de le prendre en main, le système de médiation embarquée et l'imperméabilité olfactive permise par le corian autorisent enfin qu'une sphère soit indifféremment reposée sur n'importe quel support sans qu'il y ait contamination odorante. Développée par la designer Violette Houot, « Blossom » vise à exprimer le fait qu'en parfumerie, la composition permet la restitution d'impressions olfactives parfois bien plus réalistes que l'extraction de simples essences, et déploie pour cela une démonstration basée sur les qualia de l'odeur de rose. L'installation se présente comme un rosier à six branches supportant respectivement des sphères odorantes. Celle de la branche centrale restitue une absolue de rose<sup>798</sup>, tandis que les cinq périphériques offrent à sentir des parfums du marché ayant été conçus autour de la thématique de la rose, rendant ainsi compte de la diversité des conceptions que différents parfumeurs peuvent avoir de cette odeur, et conviant le visiteur à l'estimation des affinités que sa propre représentation de l'odeur de rose entretient respectivement avec l'essence et la composition. S'ajoutant à l'ensemble de ces dispositifs, les

---

<sup>797</sup> Se reporter à l'annexe n°5, Dossier de presse du Grand musée du parfum, p. 21.

<sup>798</sup> Une absolue est un extrait très concentré de matière végétale.

boules odorantes de l'exposition temporaire « Subodore »<sup>799</sup> agrémentaient également le parcours de visite du Grand musée du parfum lorsque l'enquête y fut réalisée le 13 février 2018.

Seule une enquête de public pouvait en effet permettre l'évaluation de la faculté des dispositifs olfactifs à ménager un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur, ainsi que la formulation résultante d'éventuels éléments de réponse à l'interrogation ayant été formulée par Rosa à la fin de son ouvrage quant à l'inversion des liens de causalité entre pouvoir et résonance tel que, si la résonance engendre en partie le pouvoir<sup>800</sup>, « *le pouvoir peut-il susciter, imposer ou encore empêcher la résonance ?* »<sup>801</sup>. La recherche afférente à l'approche comportementale des publics en contexte muséal procède régulièrement par observation du comportement des visiteurs durant leur parcours<sup>802</sup>, ce qui selon Schmitt, « *ne permet pas d'interpréter leur expérience ou de tirer des conclusions sur la nature et les modalités de leurs apprentissages, ni d'établir des corrélations entre leur comportement et leur domaine cognitif, c'est-à-dire ce qu'ils pensent, imaginent, ressentent, attendent* »<sup>803</sup>, et aurait de surcroît sans doute été peu performant quant à l'acheminement de notre étude compte tenu du caractère invisible et transparent des odeurs. Pour lui, « *un chercheur observant un visiteur de musée dans le cours de sa visite peut décrire le comportement de ce visiteur, mais si ce visiteur ne commente pas son activité pendant son parcours, cette description ne peut porter que sur le déplacement*

---

<sup>799</sup> Initialement présentée dans les jardins du Palais-Royal du 28 août au 21 septembre 2017, cette exposition vise la restitution par le biais des odeurs de la mémoire des personnages ayant contribué au rythme de la vie du Palais. En dix histoires olfactives exhalées dans des sphères de terre cuite installées galerie d'Orléans, Chantal Sanier propose l'évocation de figures emblématiques telles que Richelieu, Louis XIV, Anne d'Autriche, Monsieur, la princesse Palatine, Molière, le Régent, mademoiselle Montansier, Camille Desmoulins et Philippe Égalité, par association de parfums composés par ses soins à partir d'ingrédients d'origine exclusivement naturelle.

<sup>800</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 524. « *Le pouvoir et la domination, au contraire, reposent au moins en partie sur des relations de résonance, c'est-à-dire sur une appropriation intérieure des dominés dès lors qu'ils se sentent atteints ou touchés par les puissants et qu'ils sont prêts à adopter à leur égard une attitude favorable, de sorte qu'entre dominants et dominés s'établit à minima une sorte de proto-dialogue.* »

<sup>801</sup> Ibid.

<sup>802</sup> GOB André, DROUGUET Noémie, *La Muséologie, Histoire, Développements, Enjeux actuels*, Armand Colin, Paris, 2010, p. 93.

<sup>803</sup> SCHMITT Daniel, MEYER-CHEMENSKA Muriel, « Expériences de visite : de la transmission à la liction », *La Lettre de l'OCIM*, n°155, 2016, pp. 17-23.

*relatif du corps du visiteur dans un espace qui fait sens du point de vue du chercheur »*<sup>804</sup>. Or, « *dès que le chercheur décrit le domaine cognitif du visiteur à partir de sa description de l'environnement et du comportement du visiteur, il commet une double erreur : il fait une description de l'environnement signifiante pour lui-même qu'il suppose signifiante pour le visiteur, et établit une relation entre la description qu'il peut faire du comportement du visiteur avec son domaine cognitif »*<sup>805</sup>. En conséquence et afin de comprendre plus justement les tenants et aboutissants de l'expérience de visite, Schmitt opère une transposition muséale de la théorie de l'énaction de Varela<sup>806</sup>, ayant contribué à démontrer « *qu'il n'existe pas de relation univoque entre le réel et notre représentation du réel »*<sup>807</sup> et « *que la réalité telle que nous la percevons est essentiellement rendue possible par les diverses actions que nous accomplissons dans le monde »*<sup>808</sup> et dont la boucle récursive<sup>809</sup> semble recouper ce que Rosa admet comme étant le moteur du sentiment d'efficacité personnelle. Désireux de « *saisir la nature de l'opérativité de la relation nouée entre le visiteur et les muséalia [...] en tenant compte de la dimension corporelle et émotionnelle de l'expérience »*, Schmitt conçoit une méthode d'enquête éactive basée sur le « *re-situ subjectif »*<sup>810</sup>, qu'il désigne également comme « *un effet madeleine de Proust entretenu et provoqué »*<sup>811</sup>, baptisée REMIND (Reviviscence, Experience, Emotions, sEnse MakINg micro Dynamics)<sup>812</sup>, favorisant la compréhension de l'interaction des visiteurs

---

<sup>804</sup> SCHMITT Daniel, « Décrire et comprendre l'expérience des visiteurs », *ICOFOM study series*, 2013, p. 207.

<sup>805</sup> Ibid.

<sup>806</sup> VARELA Francisco, *Autonomie et connaissance : Essai sur le vivant*, Seuil, Paris, 1989.

<sup>807</sup> SCHMITT Daniel, « Pour une approche éactive de la muséologie », *ICOFOM study series*, 2016, pp. 107-115.

<sup>808</sup> Ibid.

<sup>809</sup> Ibid. reprenant, VARELA Francisco, THOMPSON Evan, ROSCH Eleanor, *L'inscription corporelle de l'esprit*, Seuil, Paris, 1993, p. 35. « *Nos actions construisent nos perceptions et notre cognition, qui guident en retour nos actions et stabilisent et renforcent ainsi des schèmes de perceptions-actions. La boucle récursive d'une action s'appuie sur le réel, passe par la cognition et le corps agissant et percevant, construit une réalité et crée du sens tout en guidant l'action. Cette boucle est au cœur de la théorie de l'énaction. »*

<sup>810</sup> RIX Géraldine, BIACHE Marie-Joseph, « Enregistrement en perspective subjective située et entretien en re-situ subjectif : une méthodologie de la constitution de l'expérience », *Intellectica*, n°38, 2004, pp. 363-396.

<sup>811</sup> SCHMITT Daniel, MEYER-CHEMENSKA Muriel, « Expériences de visite : de la transmission à la liction », *La Lettre de l'OCIM*, n°155, 2016, p. 10.

<sup>812</sup> SCHMITT Daniel, AUBERT Olivier, « REMIND : une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées, Europia*, n°17, 2007, pp. 43-70.

avec le réel tel qu'ils le perçoivent au musée et qui, parce que l'énaction « *fait de la place aux émotions comme participant de la construction de sens [...] concourant à faire « expérience »* »<sup>813</sup>, conduirait avec plus de justesse l'évaluation de la capacité des dispositifs olfactifs à ménager un sentiment d'efficacité personnelle.

La méthode REMIND se déroule en deux étapes. La première consiste à équiper le visiteur ayant accepté de participer à l'étude lors de son arrivée au musée, de systèmes de capture vidéo et sonore capables d'enregistrer son activité d'un point de vue subjectif. Le dispositif principal est un *eye-tracker* dont la fonction est de filmer la perspective subjective du champ visuel tout en assurant une fonction d'indication de la mémoire épisodique, en indiquant la succession des différents points de focalisation du regard. La phase d'équipement du sujet est rapide, légère, non intrusive, n'entravant ni ses mouvements ni sa sécurité, et permettant qu'il soit laissé en autonomie durant son parcours de visite. Lorsque l'enquêteur, suivant la progression du sujet par retransmission simultanée des captures de l'*eye-tracker* sur une tablette numérique, juge les enregistrements suffisants, il est autorisé à interrompre l'activité de visite, pouvant être reprise ultérieurement, afin d'inviter le sujet à réaliser un entretien. Cette seconde étape se déroule dans un endroit calme où le visiteur est déséquipé puis convié à prendre place devant un écran sur lequel la vidéo de sa perspective subjective au sein du parcours d'exposition se voit successivement diffusée. La restitution de l'ensemble des traces recueillies au cours de la visite stimule alors sa mémoire tandis qu'il est invité à commenter son expérience à partir de la lecture des enregistrements qui lui sont présentés, l'ensemble de ses verbalisations servant plus avant la catégorisation de ses attentes, savoirs mobilisés, et nature de ses engagements récurrents<sup>814</sup>, mais également la compréhension et mesure de ses états émotionnels qu'il est régulièrement convié à quantifier à l'aide d'une échelle graduée. Au cours de cette étape, nombreux sont les visiteurs qui parviennent à décrire leur activité avec une précision telle qu'ils se disent capables de la revivre et d'éprouver à nouveau les émotions s'y étant attachées la première fois, confortant ainsi le fait que la méthode REMIND « *permet l'approche, l'identification et le partage de la nature de la relation des visiteurs au monde* »<sup>815</sup>. La reviviscence étant enfin, de

---

<sup>813</sup> Ibid.

<sup>814</sup> SCHMITT Daniel, « Pour une approche énaactive de la muséologie », *ICOFOM study series*, 2016, pp. 107-115. « Voir, toucher, identifier, comparer, mais aussi éprouver de l'empathie, de la crainte, de la méfiance, du dégoût... »

<sup>815</sup> Ibid.

par ses connexions physiologiques à la mémoire et aux émotions, une propriété singulière du médium olfactif, Daniel Schmitt et moi-même avons formulé l'hypothèse que la stimulation d'un visiteur du Grand musée du parfum par restitution de ses enregistrements subjectifs, pourrait le rendre capable de se souvenir d'odeurs appréhendées au cours de sa visite, et d'évoquer, voire de revivre les émotions éprouvées à l'occasion de leur rencontre, semblable verbalisation pouvant alors avoir valeur d'expression d'un sentiment d'efficacité personnelle éprouvé à l'égard de l'interaction communicationnelle ménagée par les dispositifs olfactifs du musée.

*Images à suivre, de haut en bas, de gauche à droite :*

*Jardin des senteurs, agence Projectiles, Grand musée du parfum, Paris, 2017*

*Scent drop, studio Harvey & John, Grand musée du parfum, Paris, 2017*

*Concept store, Grand musée du parfum, Paris, 2017*

*Blossom : le rosier imaginaire, Violette Houot, Grand musée du parfum, Paris, 2017*

*Scent drop, studio Harvey & John, Grand musée du parfum, Paris, 2017*





# 2

## **VERS UN DEVENIR OLFACTIF DES MUSÉES**

## 5. LE DIAGNOSTIC OLFACTIF DES COLLECTIONS DU MUSEE DU QUAI BRANLY

### 5.1 LES BOIS

#### 5.1.1 Les objets

La première consultation exploratoire visant la conception d'un protocole de diagnostic olfactif des collections se tint le 22 novembre 2016 au Pavillon des sessions du musée du Louvre, jour de fermeture hebdomadaire de l'établissement. A la différence des artefacts ayant été retenus dans la constitution des divers autres corpus de cette étude, pour leur part stockés dans les réserves du Quai Branly, les objets composant le groupe des « bois »<sup>816</sup>, initialement structuré par Pierre Detienne et Christiane Naffah au tout début des années 2000<sup>817</sup>, et dont l'exploitation renouvelée visait l'évaluation de la complémentarité des informations potentiellement émises par le diagnostic olfactif avec celles émanant de méthodes d'analyse plus conventionnelles<sup>818</sup>, sont tous présentés dans l'exposition permanente du Pavillon des sessions, la seule alternative permettant de les sentir consistant en à ce qu'un accès à leur vitrine nous y soit directement donné. Mathilde Laurent et moi-même y avons par conséquent rejoint Aurélien Gaborit, responsable du Pavillon des sessions et des collections Afrique du musée du Quai Branly, ainsi que Pierre-Alexis Kimmel, chargé de la maintenance des espaces afférents à la présentation des collections permanentes. Notre visite succédant de quelques jours la réalisation de travaux de rénovation, nous redoutions le parasitage par des relents en résultant d'un diagnostic pratiqué in situ, raison pour laquelle Mathilde Laurent prit premièrement le temps de familiariser son odorat des effluves environnants ainsi que des émanations propres aux vitrines, dont certaines parcelles métalliques avaient été repeintes et les socles de bois de Padouk, à nouveau cirés, avant que ne soit amorcée l'appréhension de la dimension olfactive des artefacts.

Parmi les treize objets constitutifs du corpus initial de Détiennne et Naffah dont la demande fut adressée pour consultation à la direction du musée, diverses raisons justifèrent que l'accès à trois d'entre eux ne nous fut accordé. Que la *boîte à divination* (n° inventaire

---

<sup>816</sup> Référencé comme tel dans le cadre de la présente recherche.

<sup>817</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000.

<sup>818</sup> Voir à ce sujet les activités du Centre de Recherche et de Restauration des Musées de France, <https://c2rmf.fr>, consulté le 12/02/19.

71.1933.132.1.1- 3)<sup>819</sup> soit par exemple composée de petites pièces détachées ne permet qu'une personne non habilitée soit autorisée à la manipuler, la *statue féminine* (n° inv. 70.1998.6.1) et la *maternité* (n° inv. 73.1996.1.102) se trouvant par ailleurs dans des vitrines dont l'accès ne s'effectue que par le haut, il aurait été disproportionné de déployer les moyens nécessaires à les ouvrir dans le cadre d'une recherche exploratoire. Parmi les dix artefacts restants, trois firent acte d'un potentiel d'exhalaison situé à la limite du seuil de perception du parfumeur, et en dessous de celui du conservateur. Faute d'être ainsi sentis par ce dernier, ils ne pouvaient être d'une quelconque pertinence dans le cadre du diagnostic, ni dans la restitution d'une dimension olfactive intentionnelle en contexte expographique, ni dans la contribution au ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur. Je pris par conséquent la décision de ne pas en référencer plus avant l'analyse. Il s'agissait d'un *masque* (n° inv. 71.1965.104.1), d'une *boîte de reliquaire anthropomorphe* (n° inv. 73.1963.0.67.1-5), ainsi que d'une *statue hermaphrodite* (n° inv. 71.1935.105.106). Aux sept objets restants vinrent enfin se greffer trois unités dont je n'avais initialement fait demande, mais dont le constat de l'aspect physique au cours de notre visite suggérera un potentiel odoriférant suffisamment évident pour que Mr Gaborit consente à ce que Mr Kimmel nous y donne exceptionnellement accès. S'ajoutèrent ainsi à notre corpus une *statue de gardien de reliquaire* (n° inv. 73.1965.9.1), une *sculpture en bas-relief* (n° inv. 70.1998.11.2), ainsi qu'une *sculpture masculine assise* (n° inv. 70.1998.11.1). Le groupe des « bois » comprenait par conséquent treize unités, dont trois révélées inodores au cours de la consultation, cette dernière ayant été réalisée en suivant le sens de visite prévu par le parcours du Pavillon des sessions<sup>820</sup> soit :

1. Statuette masculine assise (70.1998.8.1)
2. Statuette au bras levé (70.1999.7.1)
3. Statuette masculine (73.1977.6.1)
4. Statue hermaphrodite (71.1935.105.106)
5. Statuette masculine assise (70.1998.7.1)
6. Boîte de reliquaire anthropomorphe (73.1963.0.67.1-5)
7. Statue de gardien de reliquaire (71.1901.4.4)
8. Statue de gardien de reliquaire (73.1965.9.1)
9. Sculpture en bas-relief (70.1998.11.2)

---

<sup>819</sup> Références disponibles sur <http://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections>, consulté le 12/02/19.

<sup>820</sup> Se reporter à l'annexe n°1.

10. Maternité (73.1994.11.1)
11. Sculpture masculine assise (70.1998.11.1)
12. Masque (71.1965.104.1)
13. Poteau funéraire (71.1901.6.12)



*Statuette masculine assise  
(70.1998.8.1) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

Le premier objet analysé fut une sculpture datée de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et rapportée par le commandant Pierre August Eugene Aumont de l'île de Caravela, archipel des Bissagos en Guinée-Bissau, Afrique de l'Ouest, lors d'une expédition punitive menée par la France le 22 février 1853. En langue bidjogo cet objet porte le nom d'orebok, représente un personnage assis dont le corps est recouvert de scarifications, et incarne un vecteur de communication sacré entre les hommes et le dieu créateur. Taillé dans un bois particulièrement dense, la tradition veut qu'il soit consacré par le roi ou la prêtresse du village avec du sang de bœuf, avant d'être placé dans le lieu dédié aux cérémonies religieuses, afin de régulièrement recevoir les libations nécessaires à l'entretien de son énergie divine. L'étude qu'en firent Détiénne et Naffah permit l'identification d'un bois appartenant à l'espèce *Fagara xanthoxyloides Lam*<sup>821</sup>, ainsi que la désignation de plomb incrusté au niveau d'un œil, et d'ocre rouge<sup>822</sup> subsistant par traces en divers endroits. A l'entrebâillement de la vitrine où cet objet est exposé seul, Mathilde Laurent évoque une troublante odeur de « cigarette froide » ciselée de facettes « moquette humide », « colle », « teck », et « café grillé », laissant deviner une contamination olfactive de l'artefact antérieure

---

<sup>821</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « En section transversale, les vaisseaux du bois apparaissent relativement fins, moins de 100 um de diamètre, et nombreux (environ 20 par mm<sup>2</sup>), fréquemment accolés radialement par deux à quatre. Le parenchyme est indistinct. Au microscope, ce tissu est observé en manchon autour des vaisseaux, et certaines de ses cellules, très recloisonnées, contiennent de longues chaînes de cristaux d'oxalate. Les vaisseaux présentent des perforations simples et des ponctuations intervasculaires fines d'environ 5 um de diamètre. Les rayons 2 - rarement 3 sériés, au nombre moyen de 8 par mm, ont une structure homogène, la rangée terminale aux extrémités étant parfois composée de cellules carrées. Les ponctuations radiovasculaires sont identiques aux intervasculaires. Les fibres ont de fines ponctuations simples sur leurs parois radiales. Ce type de structure permet d'identifier le genre *Fagara* de la famille des Rutacées. En Afrique occidentale, l'espèce *Fagara xanthoxyloides Lam* est la seule du genre ayant des vaisseaux aussi fins et aussi fréquemment accolés que ceux du bois de cet objet. »

<sup>822</sup> Terre argileuse et siliceuse colorée par des oxydes de fer rouges.

à son acquisition par le musée. Afin d'en évaluer l'uniformité, la sculpture fut extraite de la vitrine puis placée sur un chariot, permettant ainsi que soit sentie l'intégralité de sa surface. En sa base, l'odeur de « cigarette » s'estompe au profit de celle de « teck », par ailleurs teintée d'un effet « terre froide », révélant l'ampleur de l'altération ayant été subite par la dimension olfactive de l'objet lors de son interaction avec les diverses ambiances de ses environnements de transit, et scindant l'artefact en une double identité odorante, « nicotine et café grillé » en surface exposée, « teck et terre froide » en surface non exposée. Quant à l'expliquer, Aurélien Gaborit se souvint que les précédents propriétaires de la sculpture, les collectionneurs Hélène et Philippe Leloup, étaient de fins amateurs de cigares, aidant à la simultanée contextualisation des exhalaisons de l'objet au sein de son parcours de vie, ainsi qu'à la résultante réorientation de son potentiel résonant, puisque le monde transparaisant en ses effluves n'est plus ici celui de l'île de Caravela, mais d'un couple de collectionneurs d'art primitif, l'odeur maintenant ainsi réelle la vie qui fut la sienne avant le musée ce qui, compte tenu de l'ampleur de la dépossession étant nécessaire à ce qu'un objet devienne muséale<sup>823</sup>, témoigne ici du caractère inédit de sa dimension olfactive.

---

<sup>823</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, pp.166-170. « De la sélection d'éléments pris à l'extérieur de l'espace de l'exposition et appartenant au monde, et de la combinaison de ces éléments rassemblés à l'intérieur de l'exposition en un nouveau monde, découle le statut fondamentalement ambigu, sinon paradoxal, de l'objet d'exposition : il est un objet réel qui n'est plus dans le réel. [...] En réalité, il est, comme on dit, en mode semi-passif : il ne sert pas à concevoir, il n'a d'autre fonction que de montrer qu'il peut le faire. Installé dans l'exposition, il a ainsi franchi la limite d'un monde. Non seulement parce qu'il n'est plus dans son lieu habituel d'utilisation, mais en plus, qu'ayant quitté le monde, il ne peut avoir, en tant qu'objet d'exposition, la fonction qu'il avait en tant qu'objet du monde. [...] N'étant plus objet appartenant au monde de la pratique, il est dorénavant objet d'un monde de langage. Son statut et sa signification seront donc définis par les rapports qu'il entretiendra avec les autres objets de l'exposition. [...] L'objet exposé se trouve à l'articulation de ces trois mondes : le monde réel d'où il vient, l'espace synthétique auquel il appartient et le monde utopique sur lequel il ouvre. »

Le deuxième objet étudié fut une statuette rituelle sculptée entre le XVe et le XVIIe siècle, attribuée au peuple Tellem et rapportée du village d'Irélie, situé dans la falaise de Bandiagara au Mali. Figurant un personnage féminin debout dont la gestuelle, bras gauche levé au-dessus de la tête, paume ouverte vers le ciel, bras droit collé au corps, main rejoignant le pubis, correspond aux courantes représentations des supplications adressées au dieu Amma afin qu'il fasse pleuvoir, indiquant qu'elle faisait sans doute partie des objets utilisés à l'occasion des rites de pluie. Principalement exhibés au cours de processions durant lesquelles ils étaient enduits de matières



Statuette au bras levé  
(70.1999.7.1) ©musée du  
quai Branly – Jacques Chirac

sacrificielles, ces artefacts étaient successivement rapatriés auprès de leurs propriétaires lorsque ces derniers venaient à mourir, afin d'être enterrés avec eux dans le sol de certaines grottes, demeurant ainsi dans des conditions engendrant des gonflement et craquellement de la patine leur étant devenus caractéristiques, la présente statuette affichant une épaisse couche grumeleuse et grisâtre atténuant en partie les traits de son visage. Malgré l'expansion de cette croûte à toute la surface de l'objet, Détienne et Naffah parvinrent à suggérer l'appartenance du bois dans lequel il fut taillé à l'espèce *Ficus Thonningii Blume*<sup>824</sup> dont les spécimens sont considérablement déployés dans les savanes d'Afrique de l'Ouest. L'ouverture de la vitrine de cette statuette, également commune à deux autres artefacts, s'accompagne une nouvelle fois de fortes exhalaisons de « tabac », lesquelles se révélèrent en suivant ne pas émaner d'elle. Son extraction pour appréhension révéla en effet l'uniformité d'une odeur de « poussière » sur laquelle se détachait un effluve si ténu que Mathilde Laurent ne sut dire s'il s'agissait d'une « cire » ou d'une « sève oxydée ». L'intervention de Mr Gaborit nous signalant que la patine sacrificielle de la sculpture consistait en un mélange principalement composé de céréales nous fit alors comprendre que, pour être identifiés, les matériaux amenés à transparaître en l'odeur d'un artefact n'ayant fait l'objet d'une contamination ultérieure, doivent être systématiquement appréhendés en acceptant le fait qu'il est impossible pour un sujet, fût-il parfumeur, de saisir

<sup>824</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « *Tendre et léger, le bois présente, en section transversale, des vaisseaux gros et rares, et du parenchyme disposé en bandes très larges. Au microscope, les rayons apparaissent très variables, généralement 3 à 5 séries atteignant 1mm de haut plus un certain nombre d'uni-sérié très petits, de structure homogène ou sub-homogène parfois rendue hétérogène par la présence de cellules bordantes carrées. Ces cellules carrées renferment souvent un cristal d'oxalate. De petits détails sur la largeur et la hauteur des rayons ou la fréquence moindre des uni-sériés pourraient suggérer l'espèce Ficus Thonningii Blume très commune dans les savanes de l'Ouest africain.* »

avec exactitude l'ampleur du recul temporel et des modalités d'altération conduisant au fil des siècles, la transfiguration de leurs identités olfactives. Dans le cas présent, l'odeur d'un mélange de céréales ayant été cultivées en Afrique il y a de cela plusieurs siècles, patiné sur un objet en bois puis enfoui près d'un corps amené à se décomposer, ne pouvait à l'évidence faire partie des référents odorants qu'un parfumeur européen possède des céréales et des manières dont elles se désagrègent. Peut-être l'odeur décelée de « cire » ou de « sève oxydée » était en réalité une odeur de céréales ayant gonflé, moisi et séché en de particulières conditions, mais Mathilde Laurent préféra ne pas statuer sur cette hypothèse, admettant qu'elle n'était en mesure d'identifier cet effluve, performant ainsi le principe de coopération préconisé par Tonelli quant à la transmission d'informations par l'odeur et ce faisant, contribuant à démontrer la fiabilité d'un protocole de diagnostic olfactif des collections.



Statuette masculine  
(73.1977.6.1) ©musée du  
quai Branly – Jacques Chirac

Le troisième objet fut une statuette datée du XIII<sup>e</sup> siècle, attribuée au peuple Soninké, provenant également du plateau de Bandiagara, et figurant une représentation de l'ancêtre Nommo. Dans la mythologie Dogon<sup>825</sup>, au commencement était le dieu Amma. Ayant la forme d'un œuf, il se divisa afin de donner naissance aux quatre éléments que sont la terre, l'air, le feu et l'eau. De son union avec la terre, Amma engendra des jumeaux, Ogo et Nommo<sup>826</sup>, le premier refusant de servir le dessein de son père afin de bâtir son propre univers, le second créant les esprits Arou, Domno, Dyon et Ono afin de se rendre sur terre, de fonder et de peupler ce qui devint le pays Dogon. Juché sur un tabouret, paré de bracelets, d'un collier de perles ainsi que d'un bonnet, muni d'un carquois et d'un coutelas, Nommo est ici figuré avec un visage affligé de scarifications ainsi qu'un corps d'allure serpentiforme. Détienne et Naffah diagnostiquent à son égard un bois de l'espèce des *Azelia africana* Sm<sup>827</sup>, unique spécimen de la famille des Caesalpiniacées capable de proliférer en

<sup>825</sup> Peuple malien dont la population est estimée à 700 000 habitants et dont la zone d'occupation, baptisée Pays Dogon, s'étend de la falaise de Bandiagara jusqu'au sud-ouest de la boucle du Niger.

<sup>826</sup> GRIAULE Marcel, *Dieu d'eau : Entretien avec Ogotemméli*, Anté-matière, Roubaix, 1948 et GRIAULE Marcel, DIETERLEN Germaine, *Le renard pâle*, Anté-matière, Roubaix, 1965.

<sup>827</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « Cette statue au bois relativement dur et lourd a été taillée dans un tronc, ou une branche, de moins de 20cm de diamètre. Les caractéristiques essentielles visibles sur la section transversale du bois sont les vaisseaux de taille moyenne isolés ou accolés radialement par deux ou trois, toujours entourés par un manchon losangique de

région de savane. L'extraction de cette sculpture hors de sa vitrine, cette dernière comprenant également la statuette de pluie ci-dessus évoquée, confirma qu'elle était la source des relents de « tabac » ayant été perçus à l'ouverture de l'habitable. Le constat renouvelé de la propagation de cette contamination à l'intégralité de la surface de l'artefact ne nous permit d'y apposer un diagnostic autrement développé que celui du premier objet ayant été examiné. La similarité des identités olfactives de ces deux statuettes nous invitait par ailleurs à considérer l'hypothèse que la seconde comme la première provenait également de la collection d'Hélène et Philippe Leloup, ce qui nous fut successivement confirmé par Mr Gaborit.

Le quatrième objet fut une sculpture dite « bitégué » façonnée à la fin du XIXe siècle, attribuée à l'ethnie Téké, principalement basée au Congo mais dont une minorité de la population subsiste également au sud-est du Gabon, et figurant un personnage masculin assis. Le visage strié de gravures, pourvu d'une barbe trapézoïdale, d'une moustache marquant l'encoignure des lèvres ainsi que d'yeux en boutons de chemise, la tête ornée d'un bonnet, les bras recouverts de clous de laiton et la surface entièrement nappée d'une patine croûteuse, cette représentation est également dotée d'une charge magique contenue dans un textile, maintenu au niveau de son



Statuette masculine assise  
(70.1998.7.1) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac

abdomen par une cordelette, dont elle tire un pouvoir de protection. Les statuettes bitégué ont en effet pour vocation d'attirer la faveur des esprits sur les habitations dans lesquelles elles se trouvent. Positionnées afin que leurs yeux soient tournés vers la porte d'entrée, elles empêchent tout mauvais sort ou personne malveillante de pénétrer la demeure. La charge magique placée sur leur ventre, également appelée « bonga », se compose à cette fin de divers éléments organiques tels que du sang, des os, de la terre, des feuilles ou encore des graines, dont la

---

*parenchyme. Ce tissu apparaît en plus sous la forme de lignes terminales fines et discontinues. Au microscope, les vaisseaux montrent des perforations uniques et des ponctuations intervasculaires ornées, de 6 à 7 um de diamètre. Les rayons, relativement petits, 2 ou 3 sériés et hauts de 250-350 um, ont une structure sub-homogène, cellules couchées bordées par une rangée terminale de cellules carrées. Les ponctuations radiovasculaires sont identiques aux intervasculaires. Les fibres, à parois épaisses, portent de très fines ponctuations simples sur leurs faces radiales. Cette structure correspond à celle du bois du genre Afzelia de la famille des Caesalpiniacées du grand groupe des Légumineuses. Il n'est pas possible de séparer les différentes espèces de ce genre par les caractères anatomiques du bois, mais il paraît logique de désigner l'espèce Afzelia africana Sm qui est la seule à pousser dans les zones de savane. »*



combinaison favorise la transformation de la sculpture de bois en réceptacle à ancêtres bienveillants. Dans le cas de cet objet, l'analyse microscopique suffit à l'identification par Détienne et Naffah d'un bois appartenant à l'espèce *Hymenocardia Acida Tul*<sup>828</sup> issue de la famille des Euphorbiacées, l'entrebâillement de sa vitrine révélant par ailleurs le déploiement d'importantes quantité et variété d'effluves, Mathilde Laurent évoquant notamment des odeurs de « patchouli », « cuir », « oud »<sup>829</sup>, « cypriol »<sup>830</sup>, « réglisse » ainsi que des effets « terreux ». Malgré l'association anticipée de ces relents aux éléments organiques, dits par la documentation de l'objet, contenus dans sa charge magique, l'extraction pour manipulation de la sculpture révéla au contraire, que l'ensemble des exhalaisons provenait essentiellement de sa barbe. Cette dernière ne relevant, dans la culture Téké, pas d'une symbolique des genres, mais d'une symbolique du prestige, nous invite ici à considérer l'hypothèse qu'elle reçut régulièrement du temps de son usage, des soins odorants qui ne furent consignés au sein dans sa notice, et quant auxquels nos accompagnateurs ne furent en mesure de nous renseigner. Mr Gaborit nous indiquant à ce propos que la documentation des objets relève couramment du générique, les cartels ne résultant nullement d'études approfondies leur étant particulières. Il nous avisa toutefois que la charge magique de cette statuette, pour étude des matériaux qui la composent, avait été ultérieurement passée au scanner, l'issue de cette analyse n'ayant nullement permit

---

<sup>828</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « En section transversale, le bois montre des vaisseaux d'environ 50 um de diamètre, nombreux, environ 50 par mm<sup>2</sup>, isolés ou accolés radicalement par deux ou trois. Les rayons sont également en grand nombre, quinze par millimètre. Le parenchyme est indistinct. L'observation au microscope confirme l'absence de parenchyme vertical. Les vaisseaux à perforation unique présentent des ponctuations intermusculaires fines, de 5-6 um de diamètre. Les rayons, larges de deux ou trois cellules, ont une structure hétérogène : cellules couchées et carrelés en mélange, certaines contenant un cristal d'oxalate. Les ponctuations radiovasculaires sont ovales ou étirées horizontalement en balafres. Les fibres, toutes cloisonnées, sont marquées par des ponctuations très fines, simples ou très faiblement aréolées. Ces caractéristiques conduisent à identifier ce bois comme appartenant à l'espèce *Hymenocardia Acida Tul*, de la famille des Euphorbiacées, à laquelle appartient également le bois bien différent de la sculpture Fang du Gabon représentant le masque du Ngil. Dans la famille botaniquement très hétérogène des Euphorbiacées, *Ricinodendron* appartient à la sous-famille des Crotonoïdées alors que *Hymenocardia* appartient à celle des Phyllantoïdées. »

<sup>829</sup> Résine sécrétée par quelques variétés d'arbres tropicaux de l'espèce *Aquilaria* pour se défendre lorsqu'ils sont attaqués par certains types de champignons. En moyenne, un spécimen sur cent recèle cette sécrétion que l'on appelle le oud. Sa rareté en fait par conséquent une des matières premières les plus chères de la palette des parfumeurs contemporains.

<sup>830</sup> Plante originaire d'Inde et appartenant à la famille des *Cyperaceae* dont on distille les racines afin d'obtenir une matière première naturelle aux notes boisées.

d'y confirmer la présence d'éléments connus pour être odoriférants, le diagnostic olfactif invitant ainsi à l'appréhension, nouvelle ou réitérée, de ce qu'au-delà d'une documentation générique, un objet de musée peut avoir de singulier.



Statue de gardien de reliquaire  
(71.1901.4.4) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac

Le cinquième objet fut une statuette datée du XIXe siècle, provenant de la rive nord du fleuve Sanaga, figurant un personnage aux jambes fléchies, et dont la posture suggèrerait qu'elle soit de ces sculptures taillées par les Fangs<sup>831</sup> afin d'être plantées dans les paniers contenant les ossements des ancêtres, sans que son esthétique n'autorise véritablement cette affiliation, puisque malgré l'évocation manifestée par cette dernière à l'iconographie des gardiens de reliquaires, la documentation de cet objet ne spécifie nullement la nature exacte de son usage premier. Tête brachycéphale, visage triangulaire et projeté vers l'avant, yeux en nacre et arcades sourcilières en visière, bras courts à peine dégagés du tronc, paumes de mains ouvertes en forme de disques plats, parée d'un collier de perles et d'un bracelet de bois, ayant le dos, les jambes, les avant-bras incisés de dessins circulaires, les canons de représentation afférents à cette sculpture demeurent par ailleurs à nuls autres pareils dans les figurations connues des arts sculpturaux propres au Gabon et au Congo. Déduisant un bois appartenant à l'espèce *Bombax Buonopozense*<sup>832</sup>, l'analyse de

---

<sup>831</sup> Groupe ethnique dont la population s'élève à environ 4 200 000 habitants, résidant en Afrique centrale, principalement au Cameroun, en Guinée équatoriale ainsi qu'au Gabon.

<sup>832</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « Le bois très léger montre des vaisseaux extrêmement larges, de plus de 200 um de diamètre, du parenchyme abondant, en nombreuses petites chaînettes, régulièrement espacées. Au microscope, les vaisseaux apparaissent avec des perforations simples et des ponctuations intervasculaires larges de plus de 10 um. Les cellules du parenchyme, en files verticales de quatre sont étagées. Certaines contiennent un cristal d'oxalate de calcium. Les rayons sont de tailles très diverses, des uni-sériés, hauts de 150 um à 8-sériés hauts de 2300 um, seuls les plus petits sont étagés avec les cellules de parenchyme. Leur structure est hétérogène : cellules couchées au centre et cellules carrées en bordures et aux extrémités. Cette structure de bois est celle du genre *Bombax* de la famille des *Bombacacées*, représentée au Cameroun par deux espèces, *B. Buonopozense* Pal. de Beauv. et *B. Costatum* Pellegr. et Vuillet. Leur bois sont quasi identiques si ce n'est la hauteur des rayons supérieurs à 2000 um de la première et inférieure de la seconde, différence anatomique de faible valeur surtout si elle est appréciée sur un très petit relèvement. Le bois de cette statue est cependant rapproché de celui de l'espèce *Bombax Buonopozense* par la hauteur de ses rayons, déduction confirmée par la présence de cette espèce dans les forêts secondaires du bassin de Sangha, l'autre espèce ne poussant que sur les terres arides des savanes du Nord du Cameroun. »

Détienne et Naffah signifie également, quant à la composition de cet objet, la présence de fragments de peau, de coquillage, de perles de verre ainsi que d'incrustations sacrificielles. Une marge importante étant à constater entre la taille de l'artefact et celle de sa vitrine, l'appréhension de la dimension olfactive de ce premier à l'ouverture de la seconde fut à peine possible, son potentiel de diffusion n'ayant sans doute permis la saturation par molécules odorantes d'un tel espace, ces dernières s'y étant alors dispersées, atténuant progressivement la saillance de l'odeur de l'objet. A l'extraction, Mathilde Laurent évoque la perception de notes vertes particulièrement localisées dans le pli des articulations, lui rappelant tour à tour « l'encens », la « myrrhe », la « résine » et le « champignon », et au sujet desquelles Mr Gaborit expliqua la réception antérieure par l'objet de nombreuses libations pratiquées à l'huile de palme avant d'être successivement noirci à la fumée. A nouveau, la documentation ne semble donc correspondre aux informations émises par le diagnostic olfactif, car faute d'avoir été auparavant parfumée ou mélangée, Mathilde Laurent statue sur le fait que ce qu'elle sent ne peut a priori provenir d'une huile de palme, fut-elle rance, encore moins de dépôts ayant été engendrés par de la fumée. L'odeur verte pouvant émaner d'après elle soit du bois lui-même, en des endroits ayant échappé à l'érosion des usages et du temps, soit de soins ayant une nouvelle fois été prodigués à l'objet sans être plus avant consignés. La démonstration résultant de l'application du diagnostic olfactif à cette statue s'inscrit par conséquent dans le sillage de la précédente.

Le sixième objet fut bel et bien quant à lui, une statuette de gardien de reliquaire ayant été façonnée par les Fangs du Gabon au cours du XIXe siècle, figurant également un personnage masculin aux jambes fléchies dont la vocation initiale était d'orner la boîte à ossements sur laquelle il était placé. Ayant similairement reçu de régulières libations d'huile de palme avant d'être noirci à la fumée, il est le premier artefact qu'il nous fut permis de sentir alors que la demande n'en avait été administrativement formulée et ce, en raison du fait que son apparence laissait espérer un potentiel olfactif particulièrement saillant. La particularité de l'état de cet objet est qu'il est en effet



*Statue de gardien de reliquaire  
(73.1965.9.1) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

suintant, sa patine exsudant en l'intégralité de sa surface une substance grasse et luisante s'étant notamment accumulée dans un petit récipient tenu à deux mains par la figurine, maintenue ainsi contre sa poitrine. Cette pellicule de graisse n'autorisa à l'évidence ni son extraction, ni sa manipulation toutefois, exposé dans une vitrine commune à trois autres sculptures, idéalement

placé près du battant de l'habitable, Mathilde Laurent put appréhender sa dimension olfactive de manière tout à fait satisfaisante en avançant simplement son visage à l'intérieur de la vitrine. Décrivant un registre culinaire évoluant progressivement vers l'animal, elle évoque des odeurs « d'huile chaude », de « poisson fumé », de « lardons à la poêle », de « hareng », de « fumé animal », de « cuir », de « vieux daim » ainsi que des versants phénoliques<sup>833</sup> et aminés<sup>834</sup>, s'avérant bien plus cohérents avec l'antériorité de libations pratiquées à l'huile de palme et d'un noircissement par enfumage que ne l'étaient les effluves du précédent objet. Permettant ainsi la confrontation comparative de deux artefacts ayant été référencés avec des documentations similaires, l'ajout fortuit de cette statuette à notre corpus fut particulièrement opportun puisque permit l'appréhension d'une dimension olfactive suffisamment cohérente avec l'historique des libations et de l'enfumage, pour conforter la précédente prise de position de Mathilde Laurent sur le fait que la documentation afférente à la sculpture Sanaga semblait lui avoir été attribuée de manière générique. Le cas de cet objet faisant ainsi démonstration que le diagnostic olfactif peut simultanément pointer la potentielle incohérence d'attribution d'une documentation à un objet mais également, et dans le meilleur des cas, contribuer à en conforter l'adéquation et ce faisant, l'ampleur de son potentiel résonant.



*Sculpture en bas-relief  
(70.1998.11.2) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

Le septième objet fut une sculpture de bas-relief façonnée en terre cuite, attribuée à la culture Nok, datée d'environ 500 ans avant J-C, provenant du Nigéria, et ne faisant à nouveau partie de notre corpus initial, son examen nous ayant été indexé par Mr Gaborit en raison du fait qu'elle avait récemment bénéficié d'interventions visant à la restaurer. Pièce creuse et circulaire structurée par la figuration de six personnages, respectivement trois hommes et trois femmes, portant au-dessus de leurs têtes un corps de serpent soulignant le sommet de l'objet, représentant des scènes de la vie quotidienne principalement liées à l'exécution de travaux agricoles tels l'égrainage de bottes de céréales, le transport de jarres d'eau et la fabrication de denrées alimentaires, interprétées par des figurines de moindre taille comprenant essentiellement des femmes et des enfants, la fonction initiale de cet artefact, lacunaire au demeurant, subsiste de manière indéterminée dans les documentations à disposition des équipes du musée. L'association de la représentation de

<sup>833</sup> Les odeurs dites phénoliques renvoient à des notes pouvant notamment évoquer le cuir synthétique.

<sup>834</sup> Les odeurs dites aminées renvoient à des notes pouvant notamment évoquer le poisson, voire l'urine.

scènes agricoles à celle d'un serpent, symbole africain renvoyant à la création du monde, la fertilité ainsi que l'univers des ancêtres, laisse seulement supposer l'existence antérieure d'un culte voué à la faveur des récoltes abondantes. De taille imposante, l'extraction de cette sculpture hors de sa vitrine fut inenvisageable, Mathilde Laurent procédant par conséquent à nouveau à l'appréhension de sa dimension olfactive en pénétrant elle-même à l'intérieur de l'habitable, avançant simplement son buste pour examiner la surface de l'artefact, puis montant sur un étrier pour en sentir l'intérieur. Sa réaction fut relativement vive à l'entrebâillement de la vitrine puisqu'elle s'exclama que cela sentait « l'hôtel », affinant successivement sa perception par évocation de la « colle Cléopâtre » puis de l'odeur « d'amande » lui étant caractéristique, ce que Mr Gaborit vint à confirmer en précisant que la restauration de cet objet fut opérée par application localisée d'un mélange composé de poussière d'argile et de colle. Il ne fut néanmoins en mesure de confirmer que ladite colle sentait bel et bien l'amande, information qui aurait pourtant favoriser la définition d'un référent odorant propre à cette substance, permettant instantanément d'en identifier la présence sur un objet ainsi que d'estimer la date approximative de son application, en se référant notamment aux fraîcheur et saillance de cette exhalaison. Dans le cas de cette sculpture, de laquelle n'émane aucun autre relent que cette odeur d'amande, le diagnostic olfactif favorise à nouveau le constat de la réorientation du potentiel résonant d'un artefact, le monde transparaisant ici dans les effluves de ce bas-relief se révélant être celui des réserves, ainsi que des opérations de conservation préventive et de restauration pouvant y être pratiquées afin d'assurer la pérennité des objets de musée.

Le huitième objet fut une sculpture commémorative datée du XVIII<sup>e</sup> siècle, attribuée au village Bangwa dans l'ouest du Cameroun, collectée en 1967 dans la commune de Nwa-Metaw située plus au nord, et figurant une mère en train d'allaiter son enfant. Relativement peu documentée, sa position assise rappelle les canons de représentation propres aux sculptures Do Ba, façonnées par les Bambaras du Mali dans le cadre des rituels du Gwan, dits aussi fête de la fertilité, sans une nouvelle fois justifier qu'elle puisse y être plus avant assimilée. Représentant Ba Fâro, déesse de l'eau et mère de l'humanité, ces sculptures sont en effet façonnées assises sur des sièges à dossier ayant longtemps été assimilés à des trônes, portant un ou deux enfants sur les genoux, étant munies d'insignes de pouvoir tel que le bonnet habituellement porté par les chasseurs, ainsi qu'un poignard pouvant être arborer le long de leur bras gauche, étant enfin



*Maternité (73.1994.11.1)  
©musée du quai Branly –  
Jacques Chirac*

présentées aux femmes stériles durant les cérémonies du Gwan afin que chacune d'elles puissent leur offrir libations, sacrifices et colliers de perles. Renvoyant par conséquent davantage à une conception puissante et combative de la mère, leur symbolique se présente comme antinomique à celle du présent objet, figuré sans appareil dans un geste d'allaitement où le personnage maintient son sein à portée de la bouche de l'enfant, manifestant un souci affectueux, et affichant au visage une expression béate inconnue des Do Ba, la mise en regard de ces dernières favorisant donc l'appréhension de cet objet par élimination, non pour ce qu'il est, mais en premier lieu pour ce qu'il n'est pas. Détienne et Naffah identifient à son égard un bois du genre *Cordia*, de la famille des Boraginacées, suspectant plus avant une appartenance à l'espèce *Cordia Platythyrsa Bak*<sup>835</sup>, mais n'ayant été en mesure de le prouver. Lors du diagnostic olfactif, la sculpture étant par ailleurs très lourde, Mathilde Laurent appréhenda l'ensemble de ses faces en la faisant lentement pivoter sur son socle à l'intérieur de la vitrine. L'entrebâillement de l'habitable suscita la première perception d'une faible odeur de « brûlé » généralisée à toute la surface de la figure maternelle, mais étrangement nuancée d'effets « eau croupie » localisés dans le pli des articulations, semblable contraste incitant à préconiser de complémentaires analyses afin de s'assurer qu'en les endroits fleurant l'humidité ne réside aucun champignon ou moisissure susceptible de menacer la stabilité de l'état de l'objet. La figure de l'enfant se distingua en suivant par l'exhalaison d'une identité olfactive lui étant propre, détachant des versants « grillés » sur un fond « costus »<sup>836</sup> et faisant démonstration d'un potentiel diffusif tel que laissant supposer que du temps de son usage, et au détriment du personnage maternel, il reçut des soins réguliers lui étant exclusifs. L'odorat contribue par conséquent ici à distinguer une scission là où, l'allaitement aidant, l'œil considère aisément

---

<sup>835</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « Bien que la section transversale de ce bois n'ait pu être observée, quelques éléments microscopiques très typiques en ont permis l'identification. Le parenchyme est constitué de cellules fusiformes ou une seule fois divisées, localement étagées, certaines contenant du sable cristallin. Les rayons larges de six à dix cellules, hauts de 500 à 1000 um sont nombreux, 2 ou 3 par mm, et de structure hétérogène : cellules couchées au centre et cellules carrées et dressées en bordure et aux extrémités. Quelques cristaux plus ou moins cubiques sont présents dans certaines cellules. Bien que peu nombreuses, ces observations conduisent à l'identification du genre *Cordia* de la famille des Boraginacées. La séparation des différentes espèces de ce genre n'est pas facile et, dans ce cas où tous les caractères anatomiques du bois ne sont pas observés, le rapprochement avec le bois de l'espèce *Cordia Platythyrsa Bak* n'est pas totalement prouvé. »

<sup>836</sup> Le costus est une plante originaire d'Inde et de Chine dont les racines sont lavées, séchées puis distillées afin d'obtenir une essence à l'odeur animale et poussiéreuse pouvant en certains aspects évoquer le plâtre.

l'unité, permettant d'entrevoir qu'à l'inverse des sculptures Do Ba et dans le cas de cet objet, la représentation de l'enfant joue a priori un rôle plus important que celui de sa mère, la particularité, la puissance et la netteté de son odeur signifiant l'importance des libations lui ayant été antérieurement prodiguées, et invitant à considérer qu'au-delà de la fécondité, cet artefact avait possiblement pour principale vocation la préservation de la santé des nouveau-nés.



*Sculpture masculine assise  
(70.1998.11.1) ©musée du  
quai Branly – Jacques Chirac*

Le neuvième objet fut une seconde sculpture en terre cuite, similairement attribuée à la culture Nok, datée de 500 ans avant J-C, provenant du Nigéria et ne faisant à nouveau partie de notre corpus initial. Il nous fut permis de l'appréhender afin d'estimer si, analogue au bas-relief, elle sentait également l'amande. Conçu dans une argile mélangée à des grains de quartz et de silice, ayant été montée au colombin et figurant un personnage assis, une jambe repliée à l'horizontale, l'autre ramenée vers le torse, genou touchant le menton, pourvu de bras de petite taille repliés contre le buste, d'une mâchoire allongeant le visage au tiers du corps et d'yeux triangulaires aux pupilles percées, paré de colliers, ceinture, bracelets ainsi que d'un bonnet, l'usage de cet objet, bien qu'une fonction funéraire soit suspectée, réside à nouveau dans le spéculé. Son appréhension olfactive révéla bel et bien une nouvelle exhalaison amandée dont Mathilde Laurent précisa qu'elle était plus ténue que celle émanant du bas-relief, information pouvant sans doute s'expliquer en raison du delta de taille distinguant les deux objets, la statuette étant plus petite, en nombre comme en surface, les retouches y ayant mobilisé le mélange composé de colle et de poussière d'argile y étaient certainement moindres. Ce faisant, l'examen comparatif de cette sculpture permit la définition d'un référent odorant propre à l'argile chamottée, dans laquelle furent respectivement façonnés les deux objets, complétant ainsi les outils d'analyse à notre disposition pour la poursuite du diagnostic olfactif des collections.



Le dixième objet fut un poteau funéraire dit « aloalo », sculpté entre le XVIIe et le XVIIIe siècle, attribué aux Sakalava du Menabe résidant sur la côte sud-ouest de Madagascar, ayant été offert au Musée d'Ethnographie du Trocadéro en 1901, et figurant en son sommet un couple dont les sexes furent mis en relief, les yeux creusés et vers lequel, un crocodile détaillé sur le fût chassant en deçà le zébu, semble indirectement se diriger. Dans le sud de Madagascar, les aloalo sont érigés à la mémoire de ceux décédés loin de chez eux et dont le corps ne put être rapatrié dans le tombeau familial. Cénotaphes, ils sont également totems, figurant des scènes de vie



Poteau funéraire  
(71.1901.6.12) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac

choisies dans le quotidien du défunt, et pouvant se multiplier à proportion de son honneur, de sa richesse ou encore de son succès. Un tombeau pouvant ainsi se voir consacré par un maximum de quatre aloalo. L'analyse de Détienne et Naffah tend ici à l'identification d'un bois du genre *Albizia*<sup>837</sup> appartenant à la famille des Mimosacées, sans toutefois parvenir à l'indexation d'une espèce particulière. N'étant de surcroît présenté dans une vitrine mais à l'air libre au sein des espaces d'exposition, nous redoutions que le diagnostic olfactif de cet objet ne soit par ailleurs capable de plus de précision. En arpentant sa surface, Mathilde Laurent fait pourtant mention de la perception d'une odeur « douce » et « balsamique »<sup>838</sup> lui évoquant le

---

<sup>837</sup> DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000. « Sur la section transversale, les vaisseaux du bois apparaissent de taille moyenne, toujours entourés d'un manchon de parenchyme légèrement losangique. Ces manchons sont anastomosés entre eux lorsque les vaisseaux sont proches les uns des autres. Au microscope, les vaisseaux montrent des perforations uniques et des ponctuations ornées d'environ 6 um de diamètre. Le parenchyme apparaît en files verticales de deux à quatre cellules, certaines recloisonnées contenant des chaînes d'au moins huit cristaux d'oxalate. Les rayons, 2-sériés ont une structure homogène, rarement sub-homogène. Les fibres, parfois cloisonnées, sont très finement ponctuées sur leurs faces radiales. Cette structure conduit à approcher ce bois de celui du genre *Albizia* de la famille des Mimosacées, du groupe des Légumineuses. Environ seize espèces d'*Albizia* poussent dans le sud-ouest de Madagascar, et même en excluant les espèces ne produisant que des arbustes ainsi que celles dont le bois ne possède que des rayons 1-sériés ou des rayons 4-sériés, il n'est guère possible d'identifier ce bois avec certitude au niveau spécifique. »

<sup>838</sup> L'évocation de notes balsamiques en parfumerie sert à caractériser des impressions odorantes sucrées, suaves et chaudes, notamment suscitées par l'ajout de baumes et de résines à une composition.



baume du Pérou<sup>839</sup>, nuancée d'une note « benjoin »<sup>840</sup> ainsi que d'effets « lacté » et « grillé ». Ayant été écartée l'hypothèse que cette odeur puisse naturellement provenir du bois dans lequel fut taillé le cénotaphe, Mr Gaborit ne put la justifier que par supposition de libations ayant été ultérieurement prodigué à l'objet, sans qu'il en soit plus avant fait consignation au sein de sa documentation. La saillance constatée des exhalaisons malgré l'absence de vitrine, où leur progressive accumulation contribue d'ordinaire à l'optimisation de leur perception ponctuelle, suggérant par ailleurs une récurrence importante des soins ayant été dispensés ainsi que, par effet miroir, l'ampleur des lacunes potentiellement afférentes au descriptif de cet objet. Ce constat n'entravant toutefois son potentiel résonant puisque, le principe de coopération dont fit précédemment démonstration Mathilde Laurent favorisant l'appréhension par assimilation de l'inconnu, le monde transparaisant dans les effluves de cet artefact, malgré son manque apparent de documentation, se maintient par son intermédiaire, à portée de l'individu désireux de l'appréhender.

### 5.1.2 Le bilan

Par la diversité des identités odorantes qui y furent appréhendées, l'issue de cette consultation fut riche d'enseignements quant à la définition d'un premier protocole de diagnostic olfactif des collections. Elle permit, entre autres, l'assimilation du fait que la dimension olfactive d'un artefact peut être facilement sujette à de nombreuses contagions, nécessitant que soit à l'avenir préconisé à l'attention des conservateurs, en amont de la consultation, dans le cas objets n'étant exposés en vitrine individuelle, mais conservés en réserve, à l'air libre et proximité d'autres unités, et dont la taille l'autorise, un isolement préventif dans des sachets hermétiques favorisant l'accumulation de leurs exhalaisons propres, ainsi que l'optimisation de leur appréhension successive lors du diagnostic. Bien que les odeurs n'aient par ailleurs « *l'évidence des choses observables* »<sup>841</sup>, cette consultation offrit l'accord d'une attention particulière au fait que les

---

<sup>839</sup> Substance recueillie par opération d'incisions dans l'écorce du Myroxylon balsanum pereirae, dit aussi « Baumier du Pérou », de consistance sirupeuse et de teinte sombre, elle fleure un mélange de vanille et de cannelle lui étant devenu caractéristique.

<sup>840</sup> Résine extraite d'arbustes appartenant à la famille des Styrax puis traitée par extraction aux solvants volatils afin d'obtenir du résinoïde benjoin, son odeur est chaude, vanillée, boisée, pouvant évoquer le caramel et le beurre de cacao avec un effet légèrement médicamenteux.

<sup>841</sup> DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000, p.241.

exhalaisons d'objets ne peuvent être appréhendées comme des données de première fraîcheur, exception étant ici faite des artefacts récemment restaurés, mais comme des effluves-vestiges qui similairement à la matière dont ils émanent, ont survécu en s'altérant pour se présenter dans un état leur étant aussi inédit que particulier. Outre le fait d'encourager en conséquent le parfumeur menant le diagnostic à demeurer dans une démarche d'association par évocation et non par exacte correspondance entre ce qu'il sait et ce qu'il sent, ce constat pourrait appeler l'établissement, par recours aux procédés de vieillissements artificiels accélérés notamment employés par Lattuati-Derieux dans le cadre de ses recherches<sup>842</sup>, de chronologies d'altérations odorantes afférentes aux matériaux régulièrement rencontrés dans les collections ethnographiques. Ces dernières pouvant plus avant désamorcer la confusion entre l'odeur d'une matière s'étant altérée et l'odeur d'un tout autre élément lui étant désormais semblable, mais également favoriser l'insertion d'un facteur temps dans l'examen du parfumeur, lui permettant ainsi d'étudier la dimension olfactive d'un objet en distinguant la nature de ses divers composants mais également, leur temporalité d'application ainsi que leur stade de dégradation. Se manifesta en suivant, afin de confirmer, infirmer, compléter les premières appréhensions du parfumeur, l'utilité de la comparaison entre des unités affichant la même documentation, le cinquième et le sixième objet étant similairement décrits comme enduits d'huile de palme et noircis à la fumée, des unités partageant la même provenance, le septième et le neuvième objet étant communément attribués à la culture Nok et datés de 500 ans avant J-C, ainsi que des unités exaltant des identités olfactives similaires, le premier et le troisième objet exhalant la même odeur de tabac. En résulte l'idée que le diagnostic olfactif ne peut que parcimonieusement se référer à la documentation des objets, cette dernière pouvant leur être attribuée de manière générique, elle ne rend en effet que rarement compte des facteurs ayant véritablement influencé la nature de leur dimension olfactive. A l'occasion de cette première consultation et à titre d'exemple, sur un total de treize objets examinés dont seulement dix furent précédemment référencés, seul le sixième fit démonstration d'une juste correspondance entre son odeur et sa documentation. Semblable remise en question des savoirs étant communément attribués aux objets pouvant par ailleurs, engendrer la manifestation d'un regain de curiosité des conservateurs à l'égard d'artefacts dont ils songeaient connaître l'exhaustivité, ce dont Mr Gaborit fit régulièrement démonstration au cours de notre intervention. Dans le prolongement de sa propension à la contagion, fut enfin portée à notre attention la diversité des informations

---

<sup>842</sup> LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, Op cit.

pouvant être restituées par la dimension olfactive d'un objet, allant de la nature des produits dont il fut patiné du temps de son usage, de celle des environnements dans lesquels il fut successivement entreposé, à celle des opérations de restauration lui ayant été prodiguées dans un contexte muséal. La nature des matériaux à partir desquels il fut conçu pouvant a priori rejoindre cette liste, l'exhalaison des artefacts précédemment étudiés n'en permit pourtant l'appréhension, non que ces matériaux ne dégagent aucun effluve, mais que faute de bénéficier de référents odorants afférents à des bois africains vieux de plusieurs siècles, Mathilde Laurent fut naturellement plus encline à la détection d'émissions lui étant davantage familières. Cette lacune n'ayant nullement entravé le déroulé de notre étude, je tentais néanmoins de la palier en organisant une consultation ultérieure et complémentaire des collections de la xylothèque du Musée National d'Histoire Naturelle, le 28 juin 2017 à Paris.

Fruit de collectes entreprises au début du XIXe siècle, la collection de bois du muséum recèle plus de 12 000 spécimens provenant de 80 pays répartis sur l'ensemble des continents. Sa base de données n'étant accessible au public, je transmis en amont de consultation, la liste des pays dont les objets étudiés au Pavillon des sessions étaient originaires, afin que me soient successivement partagées les références des spécimens de même provenance étant consultables en xylothèque. Sur 12 000 échantillons, 90 provenaient du Congo, 72 du Gabon et seulement 5 du Cameroun. La recherche spécifique des sept types de bois identifiés par Détienne et Naffah quant aux artefacts de notre étude ne trouva par ailleurs qu'une seule correspondance, celle du genre *Albizia* ayant été indiqué quant au poteau funéraire provenant de Madagascar, et pour lequel la xylothèque répertorie trois espèces spécifiques : l'*Albizia boinensis*, l'*Albizia bellula* et l'*Albizia fastigiata*, dont les échantillons constituèrent les uniques références de cette consultation complémentaire. La xylothèque se présente comme une succession d'armoires respectivement attribuées à des continents, à l'intérieur desquelles sont agencées des caisses correspondant à des pays, dans lesquelles les échantillons de bois, individuellement étiquetés et confinés dans des sachets hermétiques, s'accumulent en vrac. J'y fus accueillie par Mme Tengberg Mongne, responsable des lieux, qui m'indiqua dès mon arrivée l'emplacement des échantillons d'*Albizia* que je souhaitais étudier. Le constat du recours à des sachets hermétiques individuels m'ayant confortée dans l'idée que j'allais appréhender des dimensions olfactives idéalement conservées, je restais perplexe en découvrant que l'ensemble des échantillons fleurait la poussière, leur mise sous plastique particulière n'étant à l'évidence que trop récente. Ayant été autorisée à consulter au hasard les contenus d'autres armoires, je compris en suivant que la majeure partie des collections de la xylothèque avait été par trop éventée avant d'être

protégée, se révélant par conséquent inexploitable quant à l'établissement des référents odorants nous ayant précédemment manqué afin d'identifier le bois des artefacts diagnostiqués.



## 5.2 LES MATIERES

La deuxième consultation se tint le 30 novembre 2016 dans les locaux de la Muséothèque du Quai Branly. Uniquement composé d'objets non exposés et conservés au sein des réserves, le corpus « matières »<sup>843</sup> souhaitait évaluer la possible explicitation, par le diagnostic olfactif, des descriptifs génériques pouvant être attribués à des objets insuffisamment documentés. Il émergea en conséquent d'une recherche effectuée par mots-clés sur la base de données en ligne du musée à partir des termes « matières organiques », « matières végétales », « matières minérales », « matières animales » ainsi que « matières non identifiées », le faible nombre des unités ainsi révélées ayant par ailleurs autorisé qu'elles soient toutes intégrées au dit-corpus avant sa soumission. Les natures et fonctions de ces artefacts étant enfin parmi les moins définis des collections du Quai Branly, leur consultation se fit l'occasion d'une évaluation de la performance d'un diagnostic olfactif pratiqué, non en parcimonieux regard de la documentation, mais en son absence quasi-totale.

Parmi les quatorze objets dont la demande fut adressée pour étude à la direction du musée, des raisons ne nous ayant été communiquées justifiaient que l'accès à cinq d'entre eux ne nous fut accordé. Il s'agissait d'une *sculpture* (n° inv. 71.1943.0.433)<sup>844</sup>, d'une *statue magique* (n° inv. 73.1963.0.175), d'un *masque anthropo-zoomorphe* (n° inv. 73.1962.1.59), d'une *statuette magique* (n° inv. 71.1892.70.6) ainsi que d'un *tambour tronconique* (n° inv. 73.1966.18.1). L'impossible appréhension de ce dernier artefact ayant été particulièrement regrettée en raison du fait que sa notice était seule à mentionner le descriptif « matière non identifiées ». Parmi les neuf objets restants, deux firent à nouveau acte d'un potentiel d'exhalaison trop faible pour justifier que leur examen soit plus avant référencé. Il s'agissait d'une *statuette magique* (n° inv. 71.1886.79.11) ainsi que d'un *sac magique* (n° inv. 71.1987.0.12). Le caractère non odoriférant de cette dernière unité ayant à nouveau été déploré car, suite aux respectives évocations par Bénédicte Rolland-Villemot et Daria Cevoli, de cas de sachets odorants scellés dont le contenu ne put être identifié par les traditionnelles méthodes d'analyse, principalement en raison du fait que pour d'évidentes raisons de réversibilité, la déontologie n'autorise pas qu'ils soient ouverts, je nourrissais l'espoir qu'elle soit l'occasion d'une démonstration de la plus-value que peut avoir le diagnostic olfactif en regard de plus classiques approches de laboratoire. Le déroulé

---

<sup>843</sup> Référencé comme tel dans le cadre de la présente recherche.

<sup>844</sup> Références disponibles sur <http://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections>, consulté le 26/02/19.

des consultations en muséothèque étant par ailleurs plus structuré que ne le fut notre intervention dans les espaces d'exposition du Pavillon des sessions, consistant en ce que les objets dont la demande fut formulée et approuvée soient en amont prélevés des réserves, puis mis en commun dans un bac en plastique nous étant successivement présenté dans une salle spécialement consacrée à la consultation des collections, il nous fut impossible, comme cela fut précédemment mais exceptionnellement le cas, d'ajouter à notre examen des objets dont nous n'avions antérieurement fait demande. Le groupe des « matières » comprenait par conséquent neuf unités, dont deux révélées inodores au cours de la consultation qui se déroula dans un ordre aléatoire, les artefacts ayant été disséminés au hasard sur le plan de travail mis à notre disposition, soit :

1. Masque zoomorphe (73.1962.8.27)
2. Masque zoomorphe (73.1970.9.1)
3. Statue magique (71.1931.87.13)
4. Sac magique (71.19870.12)
5. Masque (73.2012.0.883)
6. Objet magique au crâne de singe (73.1999.18.1)
7. Statuette magique (71.1886.79.11)
8. Figurine magique (73.1963.0.98)
9. Écorce pour se frotter les dents (71.1964.34.20 bis)

### 5.2.1 Les objets



Masque zoomorphe (73.1962.8.27) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac

Le premier objet fut un masque conçu par les Bambaras du Mali aux environs de 1962, façonné avec du bois, du textile, des matières organiques, et figurant un crocodile. Chez les Bambaras comme dans de nombreuses autres ethnies africaines, les masques, principalement arborés à l'occasion de danses cérémonielles performées en l'honneur des divinités, font office d'interface de rencontre entre l'un de leurs esprits et le corps du danseur amené à l'incarner durant la performance. Leur capacité de mystique entremise étant entretenue par l'adresse de réguliers sacrifices et offrandes, la tradition veut qu'ils soient mis en terre



lorsque cette première s'avère épuisée. L'appréhension de la surface de cet objet suscita la mention par Mathilde Laurent d'une odeur évoquant le « bois vieilli » et le « tabac à rouler », clivée d'un effluve beaucoup plus facetté émanant de sa base, une exhalaison « fumée » aux effets « huile d'olive », « hareng » et « viande marinée », de laquelle se détache une troisième senteur, dite « âcre » et « terpénique »<sup>845</sup> suggérant des notes « bitume », « goudron », « pamplemousse », et semblant être particulièrement diffusée par les cornes de l'artefact. Malgré les apories de sa documentation, la netteté de la pluralité des dimensions olfactives de cet objet, et des scissions de leurs étendues, encourage ici la confirmation d'au moins deux éléments. Les saillance et richesse des exhalaisons tendent à affirmer que ce masque reçut bel et bien diverses et régulières libations du temps de son usage, la préservation de leurs localités respectives suggérant plus avant que tandis qu'elles étaient encore vivaces, et non éventées comme ce fut le cas des collections de la xylothèque, l'objet fut placé dans des conditions favorisant leur non interaction, entreprise pouvant sembler délicate étant donné qu'elles émanent toutes du même artefact, mais à laquelle l'hypothèse de la mise en terre correspond parfaitement. Implémentant par conséquent la véracité des présomptions selon lesquelles ce masque aurait servi à favoriser l'interaction des hommes et des divinités avant d'être enterré, le diagnostic olfactif permet ici de démontrer qu'une muséologie n'a nullement besoin d'être richement documentée afin de permettre une relation résonante au monde transparaissant en ses effluves.

Le deuxième objet fut un masque de mêmes provenance et attribution que le précédent, daté d'environ 1970, composé d'un crâne de phacochère ayant été modelé avec un mélange de matières organiques telles que de la terre et de la paille liées avec de la résine, muni d'un couvre-nuque confectionné de raphia, ayant enfin appartenu aux attributs du Komo<sup>846</sup>, société d'initiation des Bambaras. Chargée d'assurer le culte de Dieu, l'institution masculine du Komo pourvoit à l'éducation religieuse, sociale et politique de tout jeune homme ayant subi



*Masque zoomorphe (73.1970.9.1) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

<sup>845</sup> Le qualificatif terpénique renvoie à des odeurs particulièrement aromatiques pouvant évoquer l'essence de térébenthine, le pin et la cire à bois.

<sup>846</sup> DIETERLEN Germaine, TARDITS Claude, « Religions de l'Afrique noire », *Annuaire de l'École pratiques des hautes études*, n°77, 1968, pp. 132-138.



la circoncision. Veillant aux conservation et diffusion des connaissances traditionnelles, constituant ainsi le fondement de l'organisation sociale des Bambaras, ses procédures initiatiques sont particulièrement connues pour la violence exercée sur le physique et le moral des novices, et l'esthétique des masques servant ses cérémonies, pour le souhait qu'elle explicite de susciter la peur<sup>847</sup>. L'appréhension olfactive de cet artefact engendra la mention d'une odeur ténue de « cendre froide » et d'un plus saillant effluve « poussiéreux », uniformisant de leur rencontre l'intégralité des faces de cet objet, et ne laissant entrevoir d'autres informations qu'une hypothèse relative à l'existence d'une pratique rituelle impliquant la calcination des masques Komo.



*Statue magique  
(71.1931.87.13) ©musée du  
quai Branly – Jacques Chirac*

Le troisième objet fut une statuette « nkisi », sculptée vers 1931 par les Batsanguis du Gabon avec du bois, du métal et des matières organiques, figurant un personnage debout, le corps criblé de lames et de clous, les yeux respectivement cernés de kaolin<sup>848</sup> et de pigment rouge, arborant au front une scarification en forme de losange, étant enfin muni d'une coiffe de plumes ainsi que d'une charge magique placée sur l'abdomen. Également dites « fétiches à clous », les statues nkisi remplissent essentiellement une fonction magico-religieuse. La charge habituellement fixée sur leur crâne ou leur ventre, dite aussi « bilongo », permettant l'activation de leur pouvoir, elle doit être soustraite de tout artefact s'appêtant à entrer une possession d'un

collectionneur afin que ce dernier ne soit détenteur d'un objet magique encore actif. La présente figurine demeurant par conséquent exceptionnellement dotée de l'ensemble de ses attributs, sa documentation précise qu'elle fut un objet de protection contre la sorcellerie, ayant notamment le pouvoir de faire mourir à distance, un individu ayant été précédemment désigné. Les apparentes diversité et accumulation des matériaux composant cet artefact, et participant des propriétés magiques lui ayant été antérieurement accordées, justifèrent que Mathilde Laurent en performe une appréhension plus compartimentée que ne le furent celles des précédents masques, dont l'exhalaison des senteurs opérait essentiellement par aplats. Suivant un ordre descendant, émanaient ainsi de la coiffe une senteur simultanément décrite comme

<sup>847</sup> Ibid.

<sup>848</sup> Les kaolins sont des argiles blanches notamment utilisées dans la confection de porcelaine et de papier mais intervenant également dans les industries de la médecine et de la cosmétique.

« ozonique »<sup>849</sup>, « grasse » et « florale », des yeux, particulièrement celui cerné de kaolin, un effluve « farine humide » se retrouvant également dans le dos, tacheté de similaires éclats d'argile blanche, et de la charge magique, une odeur finalement mentionnée comme étant « cuirée », « cinnamique »<sup>850</sup> et « vineuse ». Cette dernière évocation par Mathilde Laurent m'ayant suggéré une senteur auparavant appréhendée lors des repérages odorants effectués dans les collections du musée de l'Homme, je me permis de sentir à mon tour l'effluve émanant du bilongo, dans lequel je reconnus le référent odorant que j'avais établi quant aux collections de momies, consistant en une odeur aromatique et liquoreuse, épicée et nuancée d'effets cuir vanillé et jasmin blanc. Favorisant ainsi l'identification de composants, le bilongo pouvant être désormais supposé comme en partie composé d'épices, incluant de la cannelle, et de chaires s'étant momifiées à leur contact<sup>851</sup>, mais également l'établissement d'un nouveau référent odorant afférant au kaolin, ainsi que la considération de soins supposés précédemment prodigués au turban de la coiffe au recours d'huile parfumées, la pluralité des dimensions olfactives de cet objet contribue ici à l'augmentation de la réalité perçue de ses fonctions magiques, permettant plus avant l'appréhension d'un potentiel résonant exceptionnellement non résultant d'une interaction entre Mathilde Laurent et Mr Gaborit, mais entre elle et moi-même. L'identification partielle des éléments inclus dans la charge close favorisa enfin la démonstration d'une plus-value du diagnostic olfactif sur de plus traditionnelles méthodes d'analyse, hypothèse dont j'espérais premièrement fournir la preuve par appréhension du *sac magique* s'étant malheureusement avéré inodore.

Le quatrième objet fut un masque de bois rapporté du Gabon, dont la création fut estimée entre le XIXe et le XXe siècle, ayant pour particularité d'être référencé comme une parure de danse et patiné d'un enduit de nature inconnue. La première appréhension par Mathilde Laurent de sa face externe n'ayant favorisé la distinction d'un quelconque effluve, celle successive de sa face interne offrit avec surprise l'exhalaison d'une odeur décrite comme évoquant la



<sup>849</sup> Le terme ozonique est employé en parfumerie pour qualifier une odeur évoquant la fraîcheur et la propreté, pouvant par ailleurs se teinter d'effets chlorés ou métalliques.

<sup>850</sup> Le terme cinnamique est employé pour qualifier une odeur évoquant la cannelle, l'acide cinnamique étant originellement extrait de cette épice.

<sup>851</sup> L'acide cinnamique étant entre autres, couramment employé dans des procédés visant la momification.

« gomme brûlée » et le « pneu chauffé ». Si Mr Gaborit ne sut expliciter l'origine de cette senteur, sa particularité n'est ici sans rappeler les propos m'ayant été tenus par Hélène Joubert, responsable de l'unité patrimoniale Afrique du musée du Quai Branly, lors de notre entretien du 17 mai 2016. Elle y évoquait notamment le devenir odorant des masques de danse étant arborés par les Himbas de Namibie, expliquant qu'ils étaient enduits d'un mélange de graisse, de poudre, de beurre de karité et d'huile de palme, s'altérant au contact répété des chaleur et sueur du visage des danseurs jusqu'à former sur le revers de chaque masque, une patine modelée dont l'odeur leur devint suffisamment caractéristique pour successivement servir d'élément d'appréciation de leur authenticité. Favorisant a priori la démonstration de ces informations, le présent objet permet ainsi d'offrir à nouveau la preuve que la signifiante du potentiel résonant d'une muséologie ne doit nullement s'estimer par proportion à l'exhaustivité de sa documentation.



*Objet magique au crâne de singe  
(73.1999.18.1) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

Le cinquième objet fut un nouvel artefact nkisi, attribué aux Vilis du Congo, daté de la fin du XXe siècle, consistant en une boîte composée d'un crâne animal cerné d'une gangue de matières minérales et végétales, enserrée d'une vannerie de rotin, scellée mais contenant des objets, le bruit émergeant de sa manipulation contribuant à en indexer la présence, la nature de ce dernier incitant par ailleurs à penser qu'il pourrait s'agir de petits os. N'offrant à nouveau la possibilité que son contenu soit extrait pour étude, l'intérêt de cet artefact résida en ce que les orifices du crâne lui servant de couvercle favorisèrent aisément l'appréhension olfactive de ce qu'il renfermait, la mention formulée par Mathilde Laurent d'une odeur de « crypte » contribuant à renforcer plus avant l'hypothèse des ossements. L'analyse de la vannerie désignant en suivant l'exhalaison d'un effluve « ferrique », mi « rouille », mi « myrrhe » invita à envisager que les fibres de rotin furent enduites d'un mélange de résine et de sang visant le scellement magique des os à l'intérieur du réceptacle. Celle de la base, amenant pour sa part l'identification de senteurs « d'osier » et de « paille », contribua enfin à l'explicitation du descriptif générique afférent aux matières végétales mentionnées par la documentation de cet objet, répondant ce faisant au principal objectif incombant à l'étude de ce second corpus.

Le sixième objet fut une figurine magique datée du XXe siècle, attribuée aux Tekes du Congo, conçue en bois et fibres végétales, figurant un personnage masculin debout, coiffé d'un bonnet et doté d'un bilongo couvrant l'intégralité de ses torse et abdomen, étant enfin composé de matières organiques ayant été enveloppées dans un tissu imbibé de résine. L'appréhension olfactive de sa tête et de ses jambes suscita l'évocation par Mathilde Laurent d'une odeur de « farine humide » similaire à celle ayant précédemment servi l'établissement d'un référent odorant afférent au kaolin, l'hypothèse de la présence de cette argile pouvant être plus avant renforcée par la distinction de traces



*Figurine magique (73.1963.0.98) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

blanches éparses et visibles sur l'ensemble de l'objet. La charge magique exhalant quant à elle un effluve évoquant un « patchouli » dont auraient été accentués les effets « verts », « terreux », « mousse » et « moisi », tend à suggérer la nature d'un contenu autrement différent que celui ayant été partiellement identifié dans le cas de la statue nkisi, sans permettre plus avant de la supposer de manière non arbitraire, la source de cette émanation, par trop quelconque, pouvant aussi bien être le textile résineux du bilongo que la nature des matériaux y étant contenus ou encore leur état de dégradation. Le cas de cet objet favorisa par conséquent essentiellement les sollicitation et renforcement du référent odorant ayant été établi afin de permettre la rapide identification de kaolin.



*Écorce pour se frotter les dents (71.1964.34.20 bis) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le septième objet fut une écorce prélevée en 1960 chez les Baloutches résidants de Nindowari, au Pakistan. De nature inconnue, sa documentation spécifie des fibres jaunâtres pouvant évoquer la réglisse et suppose en conséquent la provenance d'un bois épineux légèrement odorant. Originellement employé afin de nettoyer les dents et de parfumer l'haleine<sup>852</sup>, la particularité de cet objet réside en ce qu'il fut le premier élément non composite soumis à notre appréhension, sa pureté n'ayant pourtant permis l'identification de son unique matériau et ce, pour des raisons que Mr Gaborit ne sut évoquer. Son analyse par Mathilde Laurent ne dura par ailleurs que quelques secondes puisqu'une mention quasi

<sup>852</sup> PORTÈRES Roland, « Un curieux élément culturel arabico-islamique et néo-africain : les baguettes végétales mâchées servant de frotte-dents », *Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée*, 1974, pp. 1-36.

instantanée se fit d'une senteur qualifiée de « grasse » et indexée de « nonalactone », renvoyant aux singularités olfactives de la noix de coco. Bien que cette identification fût formelle, la non connaissance d'un emploi de cette fibre visant le nettoyage des dents, conduisit les conservateurs présents à remettre en question le diagnostic de Mathilde Laurent, permettant ainsi à un morceau d'écorce d'engendrer une situation demeurant inédite à nos consultations : la confrontation des certitudes du parfumeur au scepticisme des conservateurs. Aussi modeste que put par conséquent sembler cet objet, son appréhension suscita le débat le plus saillant de notre deuxième consultation, permettant sans doute de discerner, à couvert d'une polémique afférente à l'identification d'un morceau de noix de coco, le désappointement pouvant résulter de la facilité avec laquelle, en certaines occasions, le diagnostic olfactif parvient à performer l'identification des composés d'objets de musée.

### *5.2.2 Le bilan*

Désireux de poursuivre la définition d'un premier protocole de diagnostic olfactif des collections, l'objectif ayant incombé à la réalisation de cette deuxième consultation, à savoir l'explicitation de descriptifs génériques pouvant être attribués à des objets faiblement documentés, impliquait pour être atteint que soit développé l'établissement de référents odorants semblables à celui précédemment identifié quant au mélange de colle et de poussière d'argile étant appliqué à des objets dans le cadre d'opérations de restauration, et fleurant l'amande. La définition d'un référent odorant nécessitant que soient comparés deux unités exhalant des dimensions olfactives de natures similaires, l'issue de cette deuxième consultation, ayant favorisé l'appréhension de neuf artefacts dont seulement sept firent acte d'un potentiel odorant justifiant leur étude, ne permit de n'en définir qu'un de plus, une odeur de « farine humide » servant l'identification de kaolin et pouvant s'accompagner de la détection de traces de couleur blanche. L'appréhension de l'effluve de « pneu chauffé » laissant par ailleurs espérer l'établissement prochain d'un référent odorant afférant à l'altération, au contact des chaleur et sueur du visage, du mélange de beurre de karité et d'huile de palme dont sont enduits les masques de danse, et ce faisant, à la senteur désignée par Hélène Joubert comme repère d'appréciation de l'authenticité de ces artefacts, l'appréhension d'une dimension olfactive similaire exaltée par un artefact de même nature demeure nécessaire à son actualisation. Confortant la nécessité de leur recours dans le processus de diagnostic, un référent odorant antérieurement établi lors d'un repérage effectué en 2016 dans les collections de momies du musée de l'Homme, autorisa plus avant la supposition de morceaux de chaires momifiées

figurant à l'intérieur d'un bilongo dont le scellement ne permettait d'approfondir l'analyse du contenu. Ce faisant, malgré la fiabilité dont souhaite se revendiquer le protocole de diagnostic olfactif des collections, et dont la preuve fut notamment fournie au cours de la première consultation quant à la sculpture Tellem vis-à-vis de laquelle Mathilde Laurent ne souhaita supposer la nature de l'effluve appréhendé, faisant ainsi acte du principe de coopération préconisé par Tonelli quant à la transmission d'informations par le biais d'émissions odorantes, les nouveauté et singularité de sa performance semblent entraver la confiance des conservateurs à son égard. L'identification formelle en fin de consultation par Mathilde Laurent d'une odeur de noix de coco afférente à un morceau d'écorce dont la nature ne fut au préalable référencée, engendra notamment et pour la première fois l'expression tant réitérée de doutes que la suggestion d'un recours à l'expertise complémentaire d'un botaniste fut successivement émise afin d'attester ou de démentir les dires du parfumeur. Semblable idée nous ayant quelque peu paru saugrenue puisque, quelle que soit la nature de son expertise, un individu n'est pas moins sujet à l'erreur qu'un autre quant à la mobilisation de ses savoirs<sup>853</sup>, certaines approximations manifestes dans l'identification ayant été opérée par Détéienne et Naffah des bois composant les objets de notre premier corpus pouvant notamment le démontrer. La vivacité des protestations émises quant à l'identification de la noix de coco ayant par ailleurs sans doute dû justifier que soit envisagé le recours à une méthode d'analyse plus catégorique que la sollicitation d'une expertise alternative, afin de conforter auprès des professionnels de musée la fiabilité d'un diagnostic olfactif convenablement performé.

Le constat enfin réitéré à l'occasion de cette consultation du caractère non odorant d'objets ayant été sélectionnés pour étude, remet en dernier lieu en question la pertinence d'une constitution des corpus par intermédiaire de la base de données des collections, les documentations y figurant étant désormais connues comme potentiellement génériques, partielles ou inexistantes. Il suscita en conséquent, afin de s'assurer le potentiel odorant des objets devant être analysés, l'ajout, aux trois consultations initialement programmées, de deux nouvelles dates mobilisant des corpus autrement constitués puisque regroupant les artefacts ayant été désignés comme odoriférants par les conservateurs afférents à leurs collections.

---

<sup>853</sup> DUBOIS Sébastien, MOHIB Najoua, OGET David, SCHENK Éric, SONNTAG Michel, « Connaissance et reconnaissance de l'expert », *Les Cahiers de l'INSA de Strasbourg*, 2005, pp. 89-108.





### 5.3 LES PARURES

Investissant à nouveau les locaux de la muséothèque, la troisième consultation se tint le 29 avril 2017, autour d'un corpus d'objets dont l'exhalaison de senteurs constituait ou résultait de la principale fonction<sup>854</sup>. Visant ainsi l'évaluation du potentiel odorant d'artefacts ayant été conçus à cette fin, exemplifiant pour la plupart la nature des bijoux aromatiques ayant été mentionnés quant aux origines des dispositifs olfactifs, il fut baptisé « parures »<sup>855</sup>, et émergea d'une ultime recherche effectuée sur la base de données en ligne du musée, des termes « parfum », « odeur » et « ambre ». Importantes en nombre, les unités révélées le furent moins en variété, répondant majoritairement aux appellations de « boîtes à parfum » et de « colliers odoriférants », et nécessitant qu'une sélection de références types soit opérée afin de favoriser l'appréhension de chacune d'elles. Voulant se garder de l'arbitraire, semblable tri privilégia les objets comparativement munis des documentations les plus fournies, bien qu'au demeurant lacunaires, afin d'ancrer la performance du diagnostic olfactif dans une connaissance des artefacts qui soit la plus exhaustive possible. Ceci faisant suite au cas de la noix de coco nous ayant enseigné que bien que le diagnostic olfactif n'ait nécessairement besoin de préalable documentation afin de performer une analyse, et que malgré l'objectivité et la coopération dont sait faire acte un parfumeur quant à l'appréhension de l'odeur d'un objet, l'étude par cette modalité de diagnostic d'une unité peu documentée ou approximativement maîtrisée par les conservateurs, engendre a priori, et paradoxalement, plus facilement leur scepticisme que leur adhésion. Ce faisant, malgré le minutieux dépouillement des unités révélées par les recherches menées sur la base de données, le corpus « parures » se compose une nouvelle fois d'objets faiblement documentés, couramment non datés, et dont le caractère usuel ne fut que rarement référencé.

D'ultérieures recherches furent par conséquent nécessaires afin d'identifier l'appartenance des unités afférentes aux colliers odoriférants, et partageant une provenance commune de Tunisie, à la désignation des *Skhab*, soit des parures parfumées dont le port est exclusivement réservé, compte tenu du caractère aphrodisiaque du parfum, aux femmes mariées lorsqu'elles sont en

---

<sup>854</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Flammarion, Paris, 1999, p. 23. « Un bijou enrichi d'un parfum voit son pouvoir renforcé : son propriétaire est protégé à la fois par l'objet et par la senteur qu'il exhale. »

<sup>855</sup> Référencé comme tel dans le cadre de la présente recherche.



présence de leur époux, la première occasion en étant le mariage<sup>856</sup>. Mobilisant des matériaux régulièrement employés dans la composition de l'encens, la confection des perles odorantes façonnant ces bijoux se décline en diverses recettes et serait encore pratiquée par certaines femmes du Maghreb, de Mauritanie, du Mali et du Sénégal, leur pouvoir odoriférant étant réputé pour durer toute une vie<sup>857</sup>. Parmi les mélanges les plus connus de Tunisie se distinguent ceux à base de terre, de graines et de bois. Le premier consiste à prélever, humidifier puis parfumer de la terre avec un mélange de bois d'aloès, d'ambre, de clou de girofle, de safran et de noix de muscade<sup>858</sup>. Le deuxième, à broyer ensemble des amandes, des noyaux de cerise, des dattes et des blancs d'œuf, puis à parfumer l'ensemble d'un mélange composé de clou de girofle, de noix de muscade, de musc, de civette, de benjoin et d'ambre gris<sup>859</sup>. Le troisième, à piler du bois *Aquilaria agallocha* puis à l'imbiber d'ambre gris préalablement dilué dans de l'eau de rose avant d'y ajouter de la gomme adragante<sup>860</sup>. Tous favorisent l'obtention de la génériquement désignée « pâte d'ambre » dans laquelle sont successivement moulées les perles permettant la fabrication des *Skhab*.

Parmi les onze objets dont la demande fut adressée pour étude à la direction du musée, seul l'accès à l'un d'eux ne nous fut permis. Il s'agissait d'une *boîte à onguents* (n° inv. 71.1960.27.18.1-2)<sup>861</sup> se trouvant en dépôt au Musée International de la Parfumerie de Grasse. La constitution du corpus ayant par ailleurs sollicité la sélection de plusieurs références afférentes à un même type d'objets, nous bénéficions entre autres pour examen d'une *boîte à parfum* (n° inv. 71.1950.45.34.1-3) ainsi que d'une autre *boîte* (n° inv. 71.1951.47.5.1-2), l'impossible appréhension de cette unité ne pénalisa à priori que peu notre étude. A défaut enfin, d'une documentation exhaustive préalablement avérée par l'autorité des conservateurs, et dont l'existence aurait permis la plus ample explicitation des exhalaisons perçues au cours de la consultation, il fut à noter que toutes les unités justifiaient d'un potentiel odorant légitimant le

---

<sup>856</sup> GÉLARD Marie-Luce, « Les colliers odoriférants (ssxab) en Afrique du Nord aujourd'hui », *Une histoire mondiale du Parfum. Des origines à nos jours*, Somogy Éditions d'Art, 2007, Paris, p. 189.

<sup>857</sup> OPPER Marie José, *Scented magic beads in Africa made of aphrodisiac paste: Tunisia, Algeria, Morocco, Mauritania, Mali, Senegal*, Privately printed, 1990, p. 74.

<sup>858</sup> GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Op cit. p. 25.

<sup>859</sup> GÉLARD Marie-Luce, « Les colliers odoriférants (ssxab) en Afrique du Nord aujourd'hui », *Une histoire mondiale du Parfum. Des origines à nos jours*, Op cit. p. 188.

<sup>860</sup> GOBERT Ernest-Gustave, *Parfums et tatouages*, Sahar, Tunis, 2003, p. 52.

<sup>861</sup> Références disponibles sur <http://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections>, consulté le 4/03/19.

référencement de leur analyse, sans que cette dernière ne puisse systématiquement et plus avant servir l'avènement de nouvelles informations les concernant. Le groupe des « parures » comprenait par conséquent dix unités dont l'analyse se déroula dans un ordre aléatoire, les artefacts ayant de nouveau été disséminés au hasard sur le plan de travail mis à notre disposition, soit :

1. Flacon (71.1992.0.316 X)
2. Boîte (71.1951.47.5.1-2)
3. Collier (71.1993.29.9)
4. Pendentif (71.1958.54.18)
5. Collier (71.1958.54.17)
6. Boîte à parfum (71.1950.45.34.1-3)
7. Collier (71.1934.193.4)
8. Coiffe (71.2012.0.3043)
9. Échantillon : Ambre gris (71.1963.19.12)
10. Broche (71.1963.19.25)

### 5.3.1 Les objets



Flacon (71.1992.0.316 X) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac

Le premier objet fut un flacon daté de 1992, prélevé au Gabon, consistant en un fruit évidé enduit d'un mélange non identifié dans lequel trois cercles furent moulés afin de souligner l'accès du récipient, ayant supposément contenu des huiles parfumées et des onguents. Son appréhension par Mathilde Laurent révéla en surface une odeur qualifiée « d'irisée »<sup>862</sup> et « sudéral »<sup>863</sup>, et en creux, un effluve décrit comme « monolithique », situé entre le « santal »<sup>864</sup> et la « peinture de vieux volets ». Bien qu'a priori

---

<sup>862</sup> Le beurre d'iris possède une odeur délicate mais persistante, poudrée, boisée, pouvant évoquer la violette, la paille et le beurre.

<sup>863</sup> Le sudéral est une matière première de synthèse dont l'odeur peut évoquer le daim et le magasin de chaussures.

<sup>864</sup> L'essence de santal possède une odeur chaude, boisée, cireuse et fumée possiblement teintée d'effets lactés et onctueux.

suffisamment éloquentes pour prêter à suppositions quant à la nature de leurs sources, la totale absence de documentation susceptible de justifier ces exhalaisons, et pouvant être possiblement relative à l'ethnobotanique gabonaise<sup>865</sup>, la flore du pays s'étant notamment vue consacrée une encyclopédie répertoriant la variété d'usages de près de trois cents espèces, allant de la confection de colliers aromatiques au parfumage par broyage de racines séchées, en passant par le traitement de résines pour applications locales ou fumigations<sup>866</sup>, contraint fatalement la perspective de leur interprétation au chancellement. Nous n'avons par conséquent souhaité nous y aventurer.

Le deuxième objet fut une boîte dite « Batta », datée du début du XXe siècle, attribuée aux Touaregs, prélevée dans le sud du Sahara et confectionnée de peau moulée, ayant originellement servi le transport de gommes odorantes, de tabac, de fard et d'encens. Présentée close, l'appréhension de sa surface externe ne se révéla propice à la perception d'aucun effluve, tandis qu'ouverte, celle de sa surface interne exalta la propagation d'une senteur « grasse », « animale » et « aldéhydée »<sup>867</sup>



Boîte (71.1951.47.5.1-2) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac

désignée comme évoquant le « costus »<sup>868</sup>, le « sébum oxydé », la « peau » et finalement, le « parchemin ». Cette dernière évocation fut approuvée par Mr Gaborit qui intervint afin de signifier la similarité que peuvent entretenir les procédés afférents à la confection de ce genre de boîtes avec ceux conduisant la création des parchemins, tous deux renvoyant au dégraissage de peaux animales, successivement trempées dans des bains, raclées afin d'en soustraire les poils et la chaire, amincies au recours d'une pierre ponce, moulées puis séchées dans le cas des boîtes, séchées puis découpées dans celui des parchemins. Étudiant plus avant la finesse de la

---

<sup>865</sup> MOUÉLÉ Médard, « L'apprentissage des odeurs chez les Waanzi : note de recherche, *Enfance*, vol 50, n°1, Paris, 1997, pp. 209-222.

PEQUET Luc, « Parfums d'Afrique », *Une histoire mondiale du Parfum. Des origines à nos jours*, Somogy, Paris, 2007, pp. 177-181.

<sup>866</sup> RAPONDA-WALKER André, SILLANS Roger, *Les plantes utiles du Gabon*, Paul Lechevalier, Paris, 1961.

<sup>867</sup> Les aldéhydes sont des molécules de synthèse existant à l'état naturel dans le zeste des agrumes. Déclinées en divers types dont les odeurs varient légèrement, elles se distinguent par une senteur métallique, grasse et chaude pouvant tirer vers l'orange, le savon et le fer à repasser.

<sup>868</sup> Le costus est une plante originaire d'Inde et de Chine dont les racines sont lavées, séchées puis distillées afin d'obtenir une essence à l'odeur animale et poussiéreuse pouvant en certains aspects évoquer le plâtre.

peau dans laquelle fut formée la présente boîte, il en vint à suggérer qu'il pourrait s'agir non d'une peau de bœuf, de vache ou de chameau comme cela est couramment le cas pour ce genre d'artefact, mais d'une peau de veau, laquelle se voit régulièrement employée afin de confectionner du parchemin, sa contribution venant ainsi étayer le diagnostic olfactif précédemment établi. La manifestation renouvelée d'une déconvenue notifiée entre l'odeur présumée de l'objet par sa documentation et celle véritablement constatée en cours d'appréhension mérite enfin d'être soulignée, non en ce qu'elle contribuerait à dénoncer le caractère générique des informations afférentes à l'artefact, mais en ce qu'elle permet ici l'appréciation de sa singularité. Entre autres, sur quantité de boîtes ayant a priori servi le transport de substances odoriférantes, celle-ci n'en faisait peut-être pas partie.



*Collier (71.1993.29.9) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

Le troisième objet fut un collier odoriférant, non daté, prélevé en Égypte, composé de clous de girofle et de perles en plastique, dont l'usage était essentiellement de nature prophylactique, ayant enfin pour particularité, qu'afin qu'aucun de ses éléments ne se perde, il fut préservé dans un sachet hermétique. Comme le préconisait le bilan de notre première consultation, le stockage individuel d'objets dont la taille le permet à l'intérieur de semblables sachets contribue à la préservation de leur dimension olfactive et se faisant, à la prévention du risque que lors de leur appréhension, la conclusion aille au constat d'unités s'étant par trop éventées. Le cas de cet objet servit principalement la démonstration de cette recommandation puisque l'ouverture du contenant pour appréhension ne fut qu'à peine nécessaire, tant s'y était accumulée l'exhalaison de l'objet au fil du temps. N'ayant enfin été notifiée de la nature des matériaux composants cette unité, Mathilde Laurent fit rapidement mention d'une odeur de « clou de girofle » qu'elle qualifia de « nette » et « précise », nuancée d'un léger effet « feuilles de tabac ».

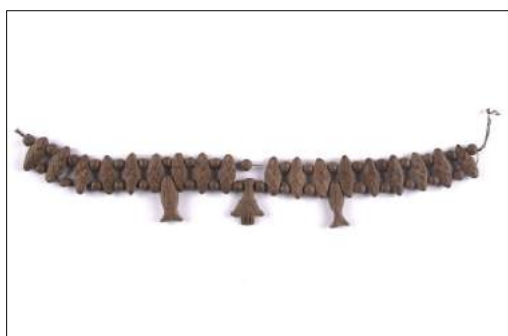
Le quatrième objet fut un pendentif non daté, ayant été prélevé à Moknine, en Tunisie, puis de nouveau conservé à l'intérieur d'un sachet hermétique au sein des collections du Quai Branly.

Confectionné en pâte d'ambre, les informations relatées par sa documentation suggèrent un mélange de bois, d'eau de rose et de gomme adragante ayant été moulé à la main puis séché à l'abris du soleil. L'appréhension de ce bijou par Mathilde Laurent favorisa la mention d'une odeur de « fleurs séchées », à dominante « violette », effet « fruité » et fond « tabac »,



*Pendentif (71.1958.54.18) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

pouvant contribuer à confirmer le type de pâte d'ambre identifié, puisque les mélanges à base de terre et de graines ne sollicitent a priori aucun ingrédient d'origine florale. L'indexation successive d'une éminente note « pyrogénée » tendit toutefois, Mr Gaborit n'y trouvant d'autre explication, à concevoir l'éventualité que les perles composant ce pendentif ne furent nullement mises à sécher comme cela fut notifié, mais davantage mises à cuire. Cette nuance, si tant est qu'elle fut avérée, serait pourtant peu cohérente avec la vocation principalement odoriférante de cet objet, le recours à la cuisson engendrant inévitablement l'altération de l'effluve afférent à la pâte d'ambre par celui de la fumée, réduisant ce faisant, les probabilités qu'elle soit à l'origine de l'odeur « pyrogénée ». Cette dernière ne résultant a priori d'une action intentionnelle, l'hypothèse d'une contamination accidentelle fut évoquée, mais il aurait une nouvelle fois été hasardeux et de peu d'intérêt de présumer plus avant la cause de ce fumet.



*Collier (71.1958.54.17) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le cinquième objet fut un collier odoriférant non daté, de provenance et composition similaires à l'artefact précédent, conservé dans un sachet, et dont les pendants furent moulés en formes de main et de poissons. Son appréhension suscita l'évocation d'une note « tabac » plus prononcée, nuancée « d'eugénol »<sup>869</sup> et « poivre blanc » sur fond « épicé », dépourvue d'enveloppe « pyrogénée »,

mais relevant d'un taux d'exhalaison plus ténue que l'odeur du précédent objet, ces informations portant à envisager que malgré la ressemblance entretenue par cet objet avec le pendentif, il n'en partageât l'itinéraire au point d'être également contaminé ou mis précocement sous sachet,

---

<sup>869</sup> L'eugénol est le composant donnant au clou de girofle son odeur, épicée, fumée et boisée.

ce dernier recours ne lui ayant sans doute été appliqué que lorsqu'il entamât de perdre ses perles. L'absence étant enfin notifiée dans son exhalaison d'effluves d'origines florale et animale, conduit plus avant la supposition d'une pâte d'ambre ayant pour sa part été confectionnée avec un mélange à base de terre, et non de bois, le diagnostic olfactif contribuant ainsi à la relativisation des analogies suggérant l'identité de ces deux unités.

Le sixième objet fut une boîte « Batta » datée du début du XXe siècle, attribuée aux Haoussas, prélevée dans le sud du Niger, confectionnée de peau moulée teintée d'un pigment obtenu par macération de tiges de mil, ayant originellement servi le transport de parfum et pouvant de fait, à nouveau conduire l'anticipation d'effluves de nature aromatique. Mathilde Laurent évoqua pourtant quant à son appréhension, une senteur de « peau tannée » et « graisse rance » ne variant nullement de l'extérieur à l'intérieur de sa surface, désappointant ce faisant l'anticipation de vestiges olfactifs susceptibles de conforter l'antériorité d'une contenance de composés parfumés. Faisant plus avant démonstration d'une singularité



*Boîte à parfum  
(71.1950.45.34.1-3) ©musée  
du quai Branly – Jacques  
Chirac*

consistant en deux couvercles, positionnés de part en part et révélant des récipients isolés, assurant une pluralité de contenance au détriment de la stabilité, la conception articulée de cet objet implémente l'apparente inadéquation de la désignation lui ayant été attribuée, rejoignant le diagnostic olfactif en ce qu'à l'évidence, elle ne permet l'étanchéité et l'équilibre nécessaires au transport de parfum, que ce dernier se trouve sous forme d'huile ou de pommade. Desservant une issue similaire à l'étude de la batta précédente, le diagnostic olfactif contribue ici à l'indexation de documentation et appellation ayant probablement été affectées de manière générique à un artefact ne laissant nullement présumer qu'il put remplir les fonctions d'une boîte à parfum.



*Collier (71.1934.193.4) ©musée du quai Branly –  
Jacques Chirac*

Le septième objet fut un collier odoriférant daté du début du XXe siècle, ayant été prélevé dans la commune algérienne de Touggourt, conséquemment attribué à la culture berbère, composé de perles de plastique et de pâte parfumée, confectionnée à base d'ambre et de clous de girofle, et qui ne fut conservé sous sachet hermétique comme les précédentes unités

de son genre. Malgré le constat en résultant d'une homogène exhalaison de « poussière », Mathilde Laurent discerna dans son appréhension, un effluve qualifié de « léger » mais « persistant » n'étant pas celui du clou de girofle, et incitant à remettre en question la nature de l'ambre désigné par la documentation de cet objet, dont il ne fut précisé s'il était d'origine fossile ou animale. L'ambre fossile, dit aussi « ambre jaune », est une oléorésine sécrétée par des conifères il y a plusieurs millions d'années, s'étant fossilisée et servant désormais couramment la fabrication d'objets à finalité ornementale. L'ambre animal, dit aussi « ambre gris », est une concrétion intestinale de cachalot résultant de l'interaction entre les sécrétions biliaires et les aliments ingérés qui, lorsqu'expulsée, remonte à la surface et s'érode au contact du soleil et de l'eau salée, se dotant au fil du temps de propriétés olfactives tout à fait singulières, justifiant qu'elle soit une des matières premières les plus rares et les plus chères de parfumerie. L'ambre jaune n'exaltant a priori aucune odeur et l'ambre gris étant écarté en ce qu'ayant considérablement travaillé à l'appréhension de cette matière lors de son apprentissage chez Guerlain, Mathilde Laurent sut formellement discerner qu'il ne s'agissait là pas de ça, l'émanation de la senteur par trop légère pour qu'en soit hasardée l'identification, n'évoquant par ailleurs les combinaisons de matériaux conduisant la confection des différentes pâtes dites « d'ambre », amena l'interrogation de Mr Gaborit quant aux variétés de composés pouvant être désignés par cette appellation au sein des collections ethnographiques. Ce dernier nous indiqua que la nature de l'ambre n'est nullement spécifiée par les documentations d'objets en ce que les conservateurs semblent ignorer qu'il en existe plusieurs espèces, la dénomination « d'ambre » renvoyant systématiquement pour eux à la désignation d'un ambre d'origine fossile. N'autorisant ce faisant l'identification de la senteur perçue par Mathilde Laurent, l'application du diagnostic olfactif à cet objet laissa néanmoins présager la présence d'un matériau dont les conservateurs ignoraient jusque-là l'existence, ce qui ne fut pas d'un quelconque intérêt, et dont l'appréhension réitérée à un taux d'exhalaison plus soutenu favoriserait d'après le parfumeur, l'avènement aisé de plus d'informations le concernant.

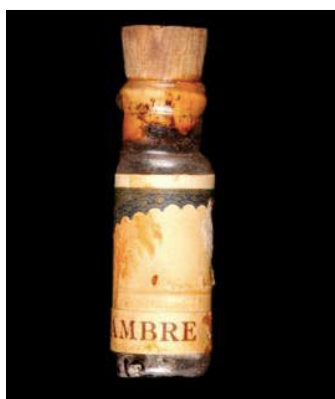
Le huitième objet fut une coiffe datée de la fin du XIXe siècle, ayant été prélevée dans le sud de l'Éthiopie et confectionnée d'une peau à laquelle furent adjoints des cheveux, plumes et fibres ainsi que des morceaux de textile, bois et métal, le tout ayant été successivement recouvert d'un enduit terreux puis orné d'une queue de calebasse. Communément attribué aux éleveurs y investissant une importante part de leur argent, son port n'est nullement cérémoniel mais quotidien, voire permanent, ses détenteurs possédant des appui-têtes spécialement conçus afin de pourvoir également l'arborer en dormant. Le caractère commun de l'usage afférent à cette parure



*Coiffe (71.2012.0.3043) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

suggère plus avant qu'elle ne reçût du temps de son emploi de traitement particulier susceptibles d'altérer l'odeur de ses composants, comme cela fut notamment le cas des masques étudiés au cours de notre deuxième consultation. L'appréhension de sa surface laissa cours à l'évocation d'une odeur désignée comme « âcre », « aldéhydée » et « acide », facettée d'effets « « pyrogéné » et « amer », amenant la suggestion par Mathilde Laurent que la peau constituant la base de cet objet serait une peau de bison, hypothèse ayant été instantanément réfutée par Mr Gaborit étant donnée l'absence de cette espèce à l'ensemble du continent. L'appréhension successive de sa face interne ayant par ailleurs exalté la même senteur à un taux d'exhalaison beaucoup plus élevé, il fut déduit que le caractère odoriférant de cet objet ne résulta ici de la nature de ses composants, riches et variés au demeurant, mais de la récurrence antérieure de son port, exprimant ce que Mathilde Laurent identifia dans un second temps comme relevant d'un mélange de sueur et de sébum de cheveux. L'application du diagnostic olfactif à cet objet favorisa ainsi l'appréhension d'un potentiel résonant particulièrement intéressant en ce que, semblable au masque gabonais étudié au cours de notre précédente consultation, transparaissant ici en ses effluves ne se révèle pas seulement l'altérité du monde, mais également celle de l'homme.





Échantillon : Ambre gris  
(71.1963.19.12) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac

Le neuvième objet fut un flacon scellé conservé sous sachet, daté de 1963, ayant été prélevé à Tunis par le médecin anthropologue et archéologue Ernest Gustave Gobert, qui en fit initialement don au musée de l'Homme en spécifiant qu'il s'agissait là d'un échantillon d'ambre gris. Consistant plus précisément en une substance n'étant produite que par 1% des cachalots en réaction aux irritations intestinales découlant de leur ingestion de calmars, animaux qu'ils ne sont pas en mesure de digérer, l'ambre gris, lorsque de son expulsion dans l'océan par le cétacé, est une substance noirâtre de consistance molle et d'exhalaison particulièrement fécale.

Remontant et demeurant à la surface, il s'éclaircit jusqu'à parfois avoisiner le blanc, faisant à mesure démonstration d'un effluve ayant gagné en suavité, nuance et rondeur. Ce temps de dérive et flottaison étant par conséquent nécessaire à la constitution de l'ambre gris, seule la chance, favorisant qu'une quantité en soit trouvée en mer ou sur la plage, assure aujourd'hui la satisfaction de son approvisionnement. Son aspect demeurant celui d'une pierre relativement quelconque, mais son estimation variant entre 7 000€ et 10 000€ le kilo, il devint régulier de « crier à l'ambre gris » si tôt qu'une substance non identifiée fut trouvée à proximité des flots, le recours au nez d'un expert permettant successivement l'affirmation ou l'infirmité de sa nature, la quasi-totalité des cas desservant toutefois la seconde option<sup>870</sup>. Il est donc courant de voir présentées comme de l'ambre gris des matières n'en étant pas, entre autres ici, il semblait étrange de concevoir qu'un don de 4g en fut fait à un musée sans qu'un plus conséquent travail de documentation n'accompagnât l'échantillon. Pour la première fois depuis le début de nos consultations, le principe de coopération ne put par conséquent s'exercer quant à l'appréhension de cet objet, sa désignation d'ambre gris orientant instantanément la performance du diagnostic olfactif vers l'évaluation de sa véracité, ce dont les équipes de Branly n'avaient a priori jamais douté. Bien que craint, le scellement du flacon n'entrava nullement l'appréhension de son exhalaison tant cette dernière était saillante. Mathilde Laurent évoqua rapidement une odeur semblant similaire à celle précédemment perçue à moindre volume dans le cas du collier odoriférant, et dont la netteté autorisa ici le détail de notes « miellées » et « vanillées » évoquant le « pain d'épice », conduisant plus avant l'identification de « l'ambre » nous ayant auparavant échappé. Mentionnant un ambre dit « fantaisie », le parfumeur désigne une matière grasse dont

---

<sup>870</sup> KEMP Christopher, *Floating gold: A Natural (and Unnatural) history of Ambergris*, University of Chicago Press, Chicago, 2012.

la consistance avoisine celle de la pâte à modeler, étant parfumée à loisir puis vendue sur la plupart des souks. L'appréhension comparative et réitérée du dernier collier odoriférant étudié permit de confirmer que le léger effluve n'y ayant été identifié relevait bien d'un ambre fantaisie s'étant altéré en l'absence d'une protection hermétique adaptée. La performance du diagnostic olfactif quant à l'appréhension de cet échantillon favorisa par conséquent le complément d'une documentation annexe, mais également l'avènement auprès des conservateurs de deux variétés d'ambre leur étant jusqu'alors inconnues, et pouvant être plus avant distinguées à l'odeur, l'ambre fantaisie fleurant le pain d'épice et l'ambre gris, un pain de seigle versant dans le crottin de cheval, ainsi que la dénonciation se faisant du fait que le présent objet ne recèle nullement le second, mais bien le premier.

Le dixième objet fut une broche datée du début du XXe siècle, ayant également été prélevée à Tunis et confectionnée de perles de pâte d'ambre et de ciselures d'argent. Son appréhension favorisa la mention d'une odeur qualifiée de « douceâtre » et « veloutée », « balsamique »<sup>871</sup> et « vanillée », suggérant à nouveau la présence d'un ambre fantaisie dont l'exhalaison fut pourtant divergente de la précédente unité. Mathilde Laurent justifia le constat de cette distinction en ce qu'en les compositions d'encens, dont celles de l'ambre et de ses pâtes sont



*Broche (71.1963.19.25) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

en réalité déviées, réside en partie l'expression des créations parfumées personnelles antérieures à l'avènement de la parfumerie de synthèse et des horizons s'étant ouverts dans son sillage. Par conséquent composé d'ingrédients demeurant couramment les mêmes, la confection d'un ambre fantaisie peut résulter d'une pluralité de dosages influençant respectivement et différemment la nature de son odeur. Le diagnostic olfactif de cette dernière parure contribua ainsi à nuancer le précédent, indexant la possible identification de cette matière en dépit du fait qu'elle se présente rarement deux fois de la même manière, la note vanillée contribuant notamment à la dénonciation de sa présence et ce faisant, à l'établissement d'un référent odorant lui étant afférent.

---

<sup>871</sup> L'évocation de notes balsamiques en parfumerie sert à caractériser des impressions odorantes sucrées, suaves et chaudes, notamment suscitées par l'ajout de baumes et de résines à une composition.

### 5.3.2 *Le bilan*

L'issue de la consultation visant l'évaluation du potentiel odoriférant d'artefacts ayant été conçus à cette fin, fut ainsi concluante pour plusieurs raisons. Favorisant l'appréhension d'un corpus dont les unités, bien que moindrement documentées, firent pour la première fois acte d'exhalaisons justifiant qu'elles soient toutes référencées, principalement en raison du fait que les petite taille et nature composite afférentes à la plupart d'elles suscitèrent le recours à des modalités de conservation impliquant une mise sous sachet hermétique, elle permit la poursuite de l'estimation par le diagnostic olfactif des cohérences résultant de l'attribution des documentations aux objets, le complément de ces dernières par déduction des performances du premier, l'approfondissement des variétés de matériaux pouvant être désignés par l'appellation « d'ambre », ainsi que l'établissement d'un nouveau référent odorant.

L'étude des boîtes annotées comme ayant servi le transport de composés parfumés suscita la systématique évocation de documentation ayant été attribuées de manière générique, l'exhalaison des artefacts ne trahissant que la peau ayant servi à les mouler. La perméabilité de cette dernière aurait sans doute d'autant plus favorisé la préservation de vestiges afférents à des objets odorants si tant est qu'elle en eût véritablement côtoyés. Succédant l'épisode de la noix de coco, les émanations du flacon, pourtant particulièrement sujettes à interprétation, ne donnèrent lieu à aucune déduction de la part de Mathilde Laurent, compte tenu du trop peu d'informations accompagnant l'unité. L'analyse des colliers odoriférants donna plus avant cours à l'identification de deux types de pâtes d'ambre ayant été recensés au cours de recherches préliminaires et respectivement conçus à base de bois et de terre, ainsi que la désignation d'un mélange non anticipé se distinguant par l'incorporation d'ambre fantaisie, dont les exhalaisons se démarquent en majeure partie par leur aspect sucré, et dont la comparaison successive des dimensions olfactives afférentes à la broche et à l'échantillon, autorisa l'établissement d'un référent odorant consistant une vanille tirant vers le pain d'épices. L'appréhension suivante et combinée de cette matière au libellé d'ambre gris, étrangers des conservateurs, ces derniers soupçonnant a priori sous l'appellation « d'ambre » la désignation d'une substance unique, justifia par ailleurs l'esquisse d'un panorama non exhaustif des composants susceptibles de répondre à ce qualificatif : l'ambre jaune, l'ambre gris, l'ambre fantaisie ainsi que les pâtes dites « d'ambre » résultant de compositions à base de bois, de terre et de graines. Complétant enfin l'examen de la statue nkisi, celui de l'échantillon « d'ambre gris » permit de conforter

l'aptitude du diagnostic olfactif à performer l'identification de composés contenus à l'intérieur de récipients scellés.



## 5.4 LES OUTILS

La quatrième consultation se tint le 14 juin 2017 dans les locaux de la muséothèque du Quai Branly, mobilisant le corpus d'objets antérieurement constitué par Daria Cevoli, responsable des collections Asie, à l'occasion de son intervention « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? »<sup>872</sup>, réalisée en 2015 dans le cadre du zoom organisé par Muriel Lardeau pour le salon de lecture Jacques Kerchache « Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs », et dont la reconstitution fut opérée par croisement préliminaire des photographies et enregistrements réalisés en cours de conférence, puis par recherche effectuée sur la base de données en ligne des termes ayant été employés afin d'introduire chaque unité. Lors de son intervention, Mme Cevoli avait fait extraire des réserves, afin d'évoquer les natures et effets de leurs dimensions olfactives, une dizaine d'objets collectés au début du XIXe siècle dans le nord de l'Asie, qu'elle introduisit en ces termes: la boîte sibérienne qui « *sent le bois* », la louche sacrificielle qui « *sent la graisse* », la boîte à tsampa qui « *sent la farine d'orge grillé mélangée à du beurre* », le coussinet de portage dont « *on ne sait ce qui lui donne sa bonne odeur* », une galette qui « *sent le thé séché* », ainsi que divers récipients ayant contenu de l'alcool, du beurre et des épices et qui, en conséquence, « *sentent l'alcool, le beurre et les épices* »<sup>873</sup>. Les dits-artefacts avaient été alignés sur un plan de travail de sorte que l'issue de la conférence se solde par l'appréhension de leurs dimensions olfactives respectives par le public, or j'évoquais précédemment que la réponse ayant été adressée par Mme Cevoli à une personne lui ayant alors signifié l'imperception de l'odeur de beurre de yak ayant été annoncée quant à l'un des objets (« C'est sans doute qu'il faut savoir ce que sent le beurre de yak pour pouvoir en percevoir l'odeur ») laissait supposer une hérédité entre les effluves évoqués par la conservatrice et la projection de souvenirs olfactifs actualisés au détriment de la perception sensible de la véritable odeur des choses<sup>874</sup>. N'ayant disposé des moyens nécessaires à l'investigation de cette piste en 2015, la sollicitation réitérée de ce corpus,

---

<sup>872</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*, musée du quai Branly, Paris, verbatim du 7 juin 2015, évoqué au chapitre 2, section 3, sous-section 3.

<sup>873</sup> Ibid.

<sup>874</sup> Ibid.

baptisé « outils »<sup>875</sup>, à l'occasion d'une consultation de diagnostic olfactif eut la mise à l'essai de cette hypothèse pour principal objectif.

Parmi les dix objets dont la demande fut adressée pour étude à la direction du musée, des raisons ne nous ayant été communiquées justifiaient que l'accès à quatre d'entre eux ne nous fut accordé. Il s'agissait d'une *boîte à couvercle* (n° inv. 71.1966.46.100.1-2)<sup>876</sup>, d'une *clé de baratte* (n° inv. 70.2011.7.1), d'un *coussinet de portage* (n° inv. 71.1967.58.54) ainsi que d'une *louche pour nourrir les esprits* (n° inv. 71.1911.20.214). Si la validation annexe de similaires unités ne nous fit que peu déplorer le non accès aux trois premières, nous bénéficions entre autres pour examen d'une *boîte à tsampa* (n° inv. 71.1933.29.10.1-2), d'un *support d'axe de baratte* (n° inv. 71.1973.78.11) ainsi que d'un autre *coussinet de portage* (n° inv. 71.1967.58.52.1-2), l'impossible appréhension de la louche sacrificielle fut plus spécifiquement regrettée. Semblable à la *statue de gardien de reliquaire* qu'il nous fut donné d'étudier lors de notre première consultation, cet artefact a pour particularité d'exsuder une substance grasse s'étant accumulée en son creux, justifiant que lui soient appliquées de particulières conditions de conservation dont il ne put être exempté à l'occasion de notre analyse. Le constat antérieur du potentiel odoriférant afférent à des unités se trouvant dans cet état légitima la déception éprouvée lorsque son accès nous fut refusé. Ce faisant, cette consultation visant principalement l'attribution de la paternité, à la projection de souvenirs olfactifs actualisés ou à la perception sensible de la véritable odeur des choses, des effluves ayant été prêtés aux objets de ce corpus par Mme Cevoli, l'ensemble des unités appréhendées fut exceptionnellement référencé plus avant malgré la faiblesse constatée de la plupart de leur taux d'exhalaison. Le groupe des « outils » comprenait par conséquent six unités dont l'analyse se déroula dans un ordre aléatoire, les artefacts ayant été disséminés au hasard sur le plan de travail mis à notre disposition, soit :

1. Baratte à beurre (71.1979.84.22.1-6)
2. Boîte à tsampa (71.1933.29.10.1-2)
3. Coussinet de portage (71.1967.58.52.1-2)
4. Mortier à épices (71.1961.114.81)
5. Support d'axe de baratte (71.1973.78.11)

---

<sup>875</sup> Référencé comme tel dans le cadre de la présente recherche.

<sup>876</sup> Références disponibles sur <http://www.quaibrantly.fr/fr/explore-les-collections>, consulté le 10/03/19.



## 6. Tabatières (71.1884.61.2.1-2)

### 5.4.1 Les objets



*Baratte à beurre  
(71.1979.84.22.1-6) ©musée du  
quai Branly – Jacques Chirac*

Le premier objet fut une baratte à beurre prélevée en 1970, attribuée aux tibétains résidant la vallée de Langtang, au Népal, composée d'un tronc évidé cerclé de deux bandes de bois dans lesquelles furent taillés des mécanismes de fermeture par tenon et mortaise, et dont la contenance environne les quinze litres. Lors de l'introduction de cet artefact en 2015, Mme Cevoli évoque l'importance revêtue au Népal par les objets se trouvant au contact des substances employées afin de nourrir les esprits, que sont notamment le lait, l'alcool et le sang. Le premier, renvoyant à la sacralité de la vache, mobiliserait entre autres, un fort imaginaire liant sa préparation et ce faisant, le barattage du beurre, au mythe de la création, justifiant que les outils employés à cette tâche reçoivent un traitement spécifique les distinguant des autres objets du quotidien. Ils ne sont en conséquence jamais lavés et isolés du reste de la vaisselle dans un endroit leur ayant été consacré au sein de la maison, semblables conditions conduisant à nouveau et selon ses dires, l'exhalaison d'effluves caractéristiques servant l'appréciation ultérieure de leur authenticité par un conservateur<sup>877</sup>. Les imposants poids et taille de cet objet contraignirent son appréhension à se dérouler en deux temps, sa progressive rotation sur le plan de travail favorisa celle de sa surface externe, et l'élévation de Mathilde Laurent sur un marchepied, celle de sa surface interne. La première laissa cours à l'évocation d'une odeur « légère » et « composite » « d'humidité » et de « bois moisi », de « poussière », « cendre » et « poivre » dont le taux d'exhalaison était moindre, et la nature, par trop quelconque. Plus surprenante, la seconde n'autorisa au parfumeur la mention du moindre effluve lorsque son nez parvint aux abords de la baratte, rien qui ne suggère le lait caillé, le

---

<sup>877</sup> Se reporter à l'annexe n°6, CEVOLI Daria, « Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? », *Mille milliards d'odeurs, de parfums, de senteurs*, musée du quai Branly, Paris, verbatim du 7 juin 2015. « *Ce qui est intéressant dans le cas de tous ces objets c'est que, bien qu'ils ne rentrent pas dans la logique du marché de l'art, l'élément qui permet véritablement d'attester de leur authenticité, ce n'est ni leur patine, ni les décorations, mais leurs odeurs. Donc au final même les conservateurs se doivent d'avoir du nez !* »



beurre ou même le gras en général. Prévenant l'éventualité que l'artefact se soit entre temps éventé, je demandais à Mme Cevoli de bien vouloir à son tour performer l'appréhension de sa face interne, laquelle en s'exécutant, me confirma qu'elle y percevait bien une odeur identifiée comme étant celle du beurre de yak. N'ayant à nouveau été notifiée, afin de préserver l'impartialité de ses évaluations, de l'objectif afférant particulièrement à cette consultation, je priais Mathilde Laurent de bien vouloir réitérer la seconde appréhension. M'adressant un léger signe de tête afin de ne susciter de contrariétés inutiles, elle confirma qu'aucune exhalaison n'émanait de l'intérieur de cette baratte à beurre, l'application du diagnostic olfactif à cette unité tendant ainsi à conforter l'hypothèse d'une hérédité subsistante entre les effluves prêtés aux objets par la conservatrice au cours de sa précédente intervention, et la projection de souvenirs olfactifs actualisés.

Le deuxième objet fut une boîte tibétaine dite « Bag-cha kyi phor » datée de la fin du XIXe siècle, prélevée en Chine, conçue de fer battu doré et ciselé, référencée comme ayant initialement servi la contenance du tsampa soit, une farine d'orge grillé. Lors de sa présentation en 2015, Mme Cevoli avait de nouveau prêté à cette unité l'odeur du contenu lui ayant auparavant été présumé par sa documentation laquelle, nous le savons désormais, encourt le risque de lui avoir été attribuée de manière générique. Ce faisant, l'appréhension qui en fut performée par Mathilde Laurent suscita l'évocation d'une unique odeur de « fer » de laquelle ne se détachait aucun autre effluve, le cas de cet objet rejoignant en conséquence la démonstration entamée par le précédent.



*Boîte à tsampa (71.1933.29.10.1-2) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*



*Coussinet de portage (71.1967.58.52.1-2) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le troisième objet fut un coussinet de portage daté du milieu du XXe siècle, attribué au Tharus, prélevé au Népal, confectionné de coton tissé et de vannerie, servant initialement d'intermédiaire entre la tête des femmes et les charges qu'elles y posent afin de les transporter. Lors de l'introduction de cet artefact en 2015, Mme Cevoli explique que chaque femme conçoit pour elle-même son propre coussinet, accordant à sa confection un soin particulier visant à le rendre capable, en plus de ménager la douleur engendrée par le poids des

charges, de nuancer les effets disgracieux causés par l'effort physique. Sa structure est en conséquence montée à partir de matériaux colorés, ornée d'éléments lui faisant avoisiner le bijou, et rembourrée de substances odoriférantes qui, sous l'action de la chaleur dégagée par le corps au moment de l'effort, exhalent des parfums supposés masquer les odeurs de transpiration. La conservatrice précise que les collections du musée du Quai Branly recèlent une quinzaine de coussinets de ce type, fleurant tous agréablement sans qu'aucun de leur contenu n'ait jusque-là fait l'objet d'une étude visant la désignation de leurs composants. Cette dernière information tendit à suggérer que l'application du diagnostic olfactif à cette unité, dont le potentiel odoriférant semblait a priori avéré, serait par conséquent l'occasion d'une nouvelle identification de matériaux contenus dans un objet scellé. Son appréhension par Mathilde Laurent ne suscita pourtant que la mention d'un vague effluve dont elle suggéra qu'il pourrait s'agir de crin de cheval, sans que le taux d'exhalaison ne lui permette de l'affirmer. Aucune autre odeur n'émanait a priori de cet objet, et Mme Cevoli déclina cette fois-ci de le vérifier.

Le quatrième objet fut un mortier à épices daté du milieu du XXe siècle, prélevé dans la vallée de Tarap, au Népal, constitué de bois taillé de nature inconnue, et dont la fonction visait le pilage des épices à des fins essentiellement culinaires. En 2015, il fut dit de cet artefact que sa dimension olfactive renvoyait aux condiments et aromates qu'il servit à broyer du temps de



*Mortier à épices (71.1961.114.81) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

son usage, mais son appréhension par Mathilde Laurent suggéra une nouvelle fois que la nature de ses exhalaisons était davantage liée à celle du matériau ayant servi sa taille, lequel, contrairement à celui de la baratte à beurre, fit ici démonstration d'une éloquence plus prononcée. Analysant la surface ayant été antérieurement enduite d'une substance brillant encore parcimonieusement sur le manche, le parfumeur fit en effet mention d'une odeur de « cuir » et de « bouleau » tendant à s'accroître dans le creux de l'objet. Sont alors énumérés des effluves « d'herbes brûlées », de « goudron fumé », « d'épicéa » et « d'huile de bouleau » amenant Mathilde Laurent à performer l'identification d'un bois de cade. Provenant d'une espèce de genévrier du même nom, l'huile de bois de cade, comme le furent auparavant l'ambre gris et la noix de coco, est une matière première de parfumerie, principalement employée pour sa note fumée permettant de sublimer les accords cuir, que Mathilde Laurent fut en mesure d'identifier formellement. Mme Cevoli entreprit par conséquent une recherche sur le poste informatique mis à disposition dans les locaux de la muséothèque afin de vérifier la présence

de genévriers aux environs de la vallée de Tarap où fut prélevé l'objet. Le constat d'une forêt, en grande partie composée de cette espèce, se situant à 3 135 mètres d'altitude, la vallée se trouvant aux alentours des 4 000 mètres, tendit à valider l'information précédemment fournie par le diagnostic olfactif, favorisant ici, l'identification d'un bois de cade comme matériau dans lequel fut taillé le présent mortier à épices.



*Support d'axe de baratte (71.1973.78.11)  
©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le cinquième objet fut un support d'axe de baratte, ayant été prélevé en 1960 dans la zone Dhawalagiri du Népal, attribué aux Magars, constitué de bois taillé, servant initialement la stabilisation de l'axe utilisé afin de battre le beurre à l'intérieur d'une baratte et n'étant ce faisant, nullement amené à entrer en contact avec des substances susceptibles de l'imprégner et potentiellement, de l'odoriser. L'appréhension de sa surface par Mathilde Laurent conduisit en effet rapidement le constat d'un potentiel odoriférant situé en dessous de son seuil de perception, exception faite du creux visant l'accueil de l'axe, ce dernier exhalant une odeur qualifiée de « cuirée » et « calcinée », coïncidant a priori avec les frottements répétés de la tige contre les parois internes du support au cours des opérations de barattage, mais ne favorisant l'avènement d'aucune nouvelle information afférente à cette unité.

Le sixième objet fut un ensemble de tabatières daté de la fin du XIXe siècle, prélevé au Viet Nam, essentiellement composé de bambou et de fibres végétales, référencé à l'évidence comme ayant servi le transport de tabac, étant enfin et à nouveau conservé à l'intérieur de sachets hermétiques. L'appréhension respective de ces deux unités par Mathilde Laurent conclut à l'absence d'effluve émanant de leurs surfaces externes, mais laissa cours, en leur intérieur, à l'évocation d'une odeur suggérant la « pâte à bois », le « paracrésol »<sup>878</sup> et le « riz rond », qui fut interprétée comme résultant davantage d'un bambou s'étant éventé que d'un tabac anciennement contenu. Les odeurs



*Tabatières (71.1884.61.2.1-2)  
©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

<sup>878</sup> Le paracrésol est une molécule de synthèse dont l'odeur peut évoquer l'écurie, le crin de cheval et les marqueurs indélébiles.

de nicotine afférentes à ce dernier venant en effet à manquer au cours de l'étude de ces objets, elles se manifestèrent étonnamment à l'intérieur des sachets ayant servi leur conservation. Mme Cevoli n'étant en mesure de justifier ce phénomène, Mathilde Laurent le jugea par trop anecdotique pour qu'il soit entrepris de s'y attarder, le potentiel odoriférant de ces unités demeurant somme toute, insuffisant à la performance d'un diagnostic olfactif de qualité.

#### 5.4.2 *Le bilan*

Mobilisant le premier corpus ayant été conçu par un conservateur quant au potentiel odoriférant des objets afférents à la collection dont il a la charge, modalité de constitution visant la garantie du taux d'exhalaison des artefacts appréhendés par le diagnostic olfactif afin d'optimiser le rendement de ses consultations, celle portant sur les outils fut, paradoxalement et jusque-là, moyennant le refus d'accès à plusieurs unités ainsi que la faiblesse des effluves exaltés par celles qui nous furent accordées, l'intervention la moins fructueuse que nous ayons effectuée. L'évaluation a posteriori par Mathilde Laurent des dimensions olfactives ayant été antérieurement prêtées aux objets de ce corpus par Mme Cevoli à l'occasion de son intervention de 2015, et notamment celle de la baratte à beurre, tendit à confirmer l'hypothèse d'une hérédité subsistante entre ces effluves et la projection de souvenirs olfactifs actualisés au détriment de la perception sensible de la véritable odeur des choses. Exception étant ici faite du mortier à épices, les unités firent acte de taux d'exhalaison si faibles que si n'avait été attribuée à cette consultation d'évaluer l'hérédité des odeurs évoquées par Mme Cevoli, aucune d'elle n'aurait plus avant justifié le référencement de son étude, le mortier à épices ayant ce faisant, par la mobilisation du référent odorant existant en parfumerie quant au bois de cade, réitéré la démonstration des rapidité et perspicacité pouvant être afférentes à la performance du diagnostic olfactif lors de l'identification des matériaux constituant un objet. Remplissant par conséquent son objectif, désignant la possibilité pour un conservateur de projeter sur des objets des odeurs leur étant étrangères, l'issue de cette consultation conduit à poursuivre la réflexion attenante aux modalités de constitution des corpus devant être soumis au diagnostic olfactif et ce faisant, aux moyens susceptibles de favoriser le prolongement de cette recherche hors du cadre de la thèse. Les temps nécessaires à l'organisation d'une consultation et les impératifs liant respectivement les emplois du temps des conservateurs et Mathilde Laurent, n'ayant en effet permis la planification de nouvelles sessions dans les temps étant impartis à l'acheminement de mes travaux, l'issue de cette quatrième consultation, se faisant par ailleurs l'occasion d'un premier bilan quant à l'expérimentation d'un protocole de diagnostic olfactif

des collections, suscita plus avant l'anticipation des perspectives d'avenir de ce dernier au musée.





## 5.5 LES FIBRES

La cinquième consultation se tint le 5 juillet 2017 dans les locaux de la muséothèque du Quai Branly, mobilisant un corpus d'objets constitué par Philippe Peltier, responsable des collections Océanie, dont la particularité fut de se restreindre à seulement deux types d'unités : les bilums et les tapas. En Papouasie-Nouvelle Guinée, un bilum est un sac formé de ficelles de fibres végétales nouées, confectionné par les femmes afin de servir le transport commun d'objets de diverses tailles. Les plus petits sont couramment employés par les hommes afin de ranger du tabac, des noix d'arec, des allumettes et quelques outils, mais peuvent également conduire des desseins sorciers en se prêtant au transit de substances magiques, les plus grands sont quant à eux mobilisés par les femmes se rendant au jardin afin de collecter d'importantes quantités de légumes<sup>879</sup>. Un tapa qualifie pour sa part l'étoffe végétale obtenue par battage, teinture et parfumage des écorces de mûrier à papier, *Broussonetia papyfera*, ou d'arbre à pain, *Artocarpus altilis*. Ces dernières sont prélevées en bandes, mises à tremper, puis grattées jusqu'à isolement du liber, tissu conducteur de la sève élaborée qui, par opposition à la sève brute provenant des racines et contenant des sels minéraux, transporte les sucres ayant été synthétisés par les parties aériennes de l'arbre au cours de la photosynthèse. Le liber est successivement battu sur un tronc d'arbre servant d'enclume au recours d'un battoir, sorte de gourdin de section carré aux faces gravées de rainures, jusqu'à obtention de l'épaisseur souhaitée pour l'étoffe, cette dernière ayant principalement vocation à rendre compte des richesses et du pouvoir de son propriétaire au cours de rites sacrés, d'échanges cérémoniels et d'interactions sociales en tout genre. Conséquemment baptisé « fibres »<sup>880</sup>, l'appréhension de ce corpus visait la confirmation ou l'infirmité des a priori résultant de l'intervention « outils » quant à la pertinence de la mise à contribution des conservateurs dans la constitution des corpus devant être soumis au diagnostic olfactif afin d'en optimiser les consultations. L'évaluation, comme tendant à être un cas commun ou isolé, de l'inaptitude précédemment démontrée par Mme Cevoli quant à la perception sensible de la véritable odeur des objets dont elle a la charge, fut par conséquent le principal objectif afférent au déroulé de cette dernière consultation, justifiant que l'ensemble des unités soit à nouveau et plus avant référencé malgré la faiblesse constatée de certains taux d'exhalaison.

---

<sup>879</sup> MACKENZIE Maureen, *Androgynous objects: string bags and gender in Central New Guinea*, Routledge, Londres, 1991.

<sup>880</sup> Référencé comme tel dans le cadre de la présente recherche.

L'ensemble de leurs accès ayant été automatiquement validé par intercession de Mr Peltier auprès de la direction du musée, le groupe des « fibres » comprenait un total de dix unités dont l'analyse se déroula dans un ordre aléatoire, les artefacts ayant une ultime fois été disséminés au hasard sur le plan de travail mis à notre disposition, soit :

1. Filet de portage bilum (71.1998.42.42)
2. Sac koh (72.1993.1.117)
3. Filet à lanières (71.2000.50.22)
4. Filet de portage (71.1955.76.135)
5. Filet de portage (71.1966.138.17)
6. Sac bilum (72.1993.1.113)
7. Étoffe d'écorce battue tapa (70.2015.11.1)
8. Étoffe d'écorce tapa (72.53.314)
9. Étoffe d'écorce tapa (71.1930.29.708)
10. Étoffe d'écorce tapa (71.1884.87.6)

### 5.5.1 Les objets



*Filet de portage bilum (71.1998.42.42)  
©musée du quai Branly – Jacques  
Chirac*

Le premier objet fut un filet de portage bilum daté de la fin du XXe siècle, prélevé à Palimbei, village de Papouasie-Nouvelle-Guinée situé dans la province du Sepik oriental, attribué aux Iatmuls et confectionné de coton teinté de divers pigments d'origines respectivement naturelle et synthétique. Son appréhension par Mathilde Laurent suscita l'évocation d'une « très belle odeur de terre » qualifiée comme étant « verte », « aqueuse », suggérant tour à tour les « feuilles », « l'humus », la « forêt » avec un versant « compost » et « décomposition » dont elle souligna l'étonnante fraîcheur. Au cours de nos consultations, l'impression de fraîcheur constatée quant à la dimension olfactive d'un artefact ne se présenta en effet qu'en deux cas appréhendés au Pavillon des sessions dont les spécificités laissaient présager la rareté du phénomène : le bas-relief en terre cuite exhalant une odeur amandée résultante de récentes opérations de restauration et la statue de gardien de reliquaire en état de suintement, exsudant une substance grasse fleurant les « lardons cuits à la poêle ».



La vivacité de l'odeur conduit ici le parfumeur à privilégier la supposition afférence à la présence d'un champignon au détriment de celle relative à de la boue ayant imprégné la fibre, cette dernière option ayant conduit la propagation d'effluves similaires mais nuancés de facettes plus sèches, et à un taux d'exhalaison bien moindre, quand la première correspond en nature, effets et intensité à l'odeur émise par cet objet, son caractère humide et vivace se justifiant en ce que là où de la terre aurait séché, un champignon serait encore en activité. Lorsque Mr Peltier fut successivement interrogé quant à la nature des évènements susceptibles de justifier la vivacité d'une telle odeur, il exposa en effet que cet objet fit longtemps partie d'un corpus ayant été entreposé dans les sous-sols de l'ambassade de France, où la plupart des unités vinrent à s'infecter. Lorsque la collection fut récolée en 2005 en prévision de l'ouverture du musée du Quai Branly l'année suivante, plusieurs objets furent constatés moisissés. Dès lors, seuls furent déployés des moyens visant l'estimation de la stabilité de la contamination ainsi que du risque de sa propagation à d'autres unités, ce dernier ayant été écarté, aucune autre recherche ne tendit plus avant à l'identification de l'infection. Il existe plus d'une quinzaine de champignons dont la prolifération conduit un phénomène de moisissure et vis-à-vis desquels, la perspective d'exhalaisons suffisamment variées pour en permettre la distinction peut être envisagée, ce faisant, semblable répertoire de référents odorants leur étant afférents reste à établir. Mathilde Laurent ne possédant par conséquent les repères nécessaires à l'identification particulière du champignon ayant contaminé ce bilum, le protocole de diagnostic olfactif ne fut suffisamment développé pour que son application permette ici d'approfondir l'étude de cet artefact. Ce faisant, l'appréhension de cette unité tendit à prendre le plein contrepied des a priori précédemment émis à l'issue de la consultation « outils » en ce que Mr Peltier exprima avoir sciemment sélectionné cet objet dans l'espoir que l'analyse de son odeur favorise l'identification de l'infection l'assaillant en demeurant inconnue. Et bien que ce genre de performances soit en effet ambitionné par le développement du diagnostic olfactif, le caractère exploratoire de notre démarche le rendait encore trop précoce pour lui permettre d'opérer une telle analyse, un ensemble de référents odorants relatifs aux variétés de champignons engendrant la moisissure lui ayant pour cela été nécessaire.

Le deuxième objet fut un sac dit « koh », daté du XXe siècle, prélevé à Mino, autre village du Sepik oriental, attribué aux Kwoma et confectionné de fibres végétales provenant du tulipier de Virginie, *liriodendron tulipifera*, teintées de produits synthétiques et naturels. Son appréhension laissa cours à une évocation plus modérée que la précédente, Mathilde Laurent décelant le cas d'un objet s'étant éventé puis imprégné d'une odeur qu'elle présuma comme étant celle des réserves, ce que Mr Peltier tendit à confirmer en se penchant à son tour sur l'unité afin de l'humer. Il exprima en suivant que ce sac avait été directement acheté à un marchand afin de rejoindre les collections du musée, n'avait en conséquent jamais été employé et justifiait sans doute en cela d'une dimension olfactive peu caractérisée, ce que Mathilde Laurent tendit à son tour à approuver bien que seule l'amorce d'une conservation sous sachet hermétique de cette unité dès son entrée dans les collections aurait véritablement permis de confirmer.



*Sac koh (72.1993.1.117) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*



*Filet à lanières (71.2000.50.22) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le troisième objet fut un filet à lanières bilum de provenance et attribution identiques à celles de la première unité, composé de fibres végétales et de plumes ayant été teintées en violet. Son appréhension suscita la mention d'une odeur qualifiée de « vineuse » dont Mathilde Laurent supposa qu'il pouvait en partie s'agir du pigment ayant été employé afin de performer la teinture. Mr Peltier expliqua alors que l'obtention des tons les plus foncés résulte de mélanges mobilisant d'importantes quantités d'encre, ce à quoi Mme Laurent répondit que l'encre contient des phénols<sup>881</sup> subsistant également dans le vin. L'interaction entre parfumeur et conservateur permit ainsi l'explicitation de l'effluve exalté par l'objet et ce faisant, la désignation du potentiel résonant afférent à sa dimension olfactive. Semblable odeur de vin n'ayant été jusque-là appréhendée quant à l'analyse d'une autre unité, il ne fut par ailleurs permis de d'ores et déjà l'établir comme référent odorant favorisant l'identification de l'encre.

<sup>881</sup> Composés chimiques aromatiques d'origine végétale.

Le quatrième objet fut un filet de portage bilum daté du milieu du XXe siècle, prélevé à Markham, district de la province Morobe en Papouasie-Nouvelle Guinée, attribué aux Watut-Bokuana et confectionné de fibres végétales teintées et ornées de maxillaires d'opossum. Son appréhension laissa cours à la mention d'un effluve léger, uniformément répandu à la surface de l'objet, qualifié « d'acide », « gras » et « rance », pouvant évoquer le « costus »<sup>882</sup> et être aisément associé à l'altération des os faisant office de décoration. L'unité ne laissant exalter plus avant d'autres odeurs, son cas fut d'un moindre intérêt quant à la poursuite de définition d'un protocole de diagnostic olfactif des collections.



*Filet de portage (71.1955.76.135)*  
©musée du quai Branly – Jacques Chirac



*Filet de portage (71.1966.138.17)*  
©musée du quai Branly – Jacques Chirac

Le cinquième objet fut un filet de portage bilum non daté, prélevé dans la province Morobe, attribué aux Buang et confectionné de fibres végétales *sterculia lowl* teintées de pigments synthétiques. Son appréhension suscita la première désignation de ce que Mathilde Laurent nomme des « non-odeurs » soit, des effluves nécessitant afin d'être intelligibles, que soit déployé un apport intellectuel disproportionné afin de pallier les qualités approximatives de leur émission. La détection de quelques relents affleurant à peine le seuil de sa perception, et auxquels elle s'efforça premièrement de prêter une éloquence sans pouvoir plus avant s'affranchir du registre hypothétique, lui fit en dernier lieu conclure que malgré le cas prometteur du premier bilum étudié, force était de considérer l'éventualité que Mr Peltier ait à son tour pu se méprendre quant au potentiel odoriférant de certains objets soumis à notre évaluation.

<sup>882</sup> Le costus est une plante originaire d'Inde et de Chine dont les racines sont lavées, séchées puis distillées afin d'obtenir une essence à l'odeur animale et poussiéreuse pouvant en certains aspects évoquer le plâtre.

Le sixième objet fut un autre sac « koh » daté du XXe siècle, prélevé à Mino dans le Sepik oriental, attribué aux Kwoma, confectionné de fibres végétales provenant du tulipier de Virginie, ayant également fait l'objet d'achat auprès d'un marchand, acte visant son imminente intégration des collections du musée du Quai Branly. N'ayant jamais été employé, il ne put s'imprégner d'effluves dans lesquels aurait été susceptible de transparaître le monde qui fut le



*Sac bilum (72.1993.1.113) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

sien, ni de fait, se doter plus avant d'un quelconque potentiel résonant. Son appréhension par Mathilde Laurent désigna une senteur similaire à celle précédemment perçue quant à l'unité de même provenance, qui fut dès lors identifiée par Mr Peltier comme étant une odeur de « réserves », et de laquelle ne vint se détacher l'expression d'aucune autre exhalaison. Ne se prêtant ainsi que trop peu à l'application du diagnostic olfactif, cette unité laissa seulement présager qu'elle fut prélevée et conservée dans des conditions semblables à la précédente, et questionna à nouveau l'adéquation du recours aux conservateurs afin de constituer des corpus susceptibles d'optimiser les consultations visant la définition d'un protocole de diagnostic olfactif des collections.



*Étoffe d'écorce battue tapa (70.2015.11.1) ©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

Le septième objet fut une étoffe d'écorce battue tapa datée de la fin du XIXe siècle, prélevée sur l'île Moala dans l'archipel des îles Fidji, attribuée aux Lau et confectionnée de liber de mûrier à papier teinté de produits naturels. Son appréhension par Mathilde Laurent constata en premier lieu l'absence d'effluve afférent au bois constituant cette unité, puis suscita l'évocation d'une odeur qualifiée de « grillée » évoquant le « café moulu » et les « pyrazines »<sup>883</sup>, se trouvant nettement et étrangement localisée, non sur les bords du tapa où la teinture se voit pourtant la plus foncée et condensée, mais sur chaque point de couleur marron situé au centre de l'objet, enjoignant de fait le parfumeur à supposer que des graines torrifiées furent notamment employées afin de confectionner la teinture de couleur brune. Mr Peltier évoqua en réponse que les tapas peuvent

<sup>883</sup> Les pyrazines sont des molécules de synthèse particulièrement puissantes dont l'odeur peut évoquer le chocolat, le café, la noisette et le cacao amer.

être simultanément brunis en étant placés au-dessus d'un feu de cannes ou en étant enduits d'un mélange de boue de mangrove et de suie, mais ne fut en mesure d'évoquer la nature des composés favorisant l'obtention des teintures tirant vers le rouge. Aussi, bien que l'hypothèse de graines torrifiées, broyées, mélangées et liées lui paraisse envisageable, il ne fut en l'état capable de l'avérer, laissant le diagnostic olfactif de cet objet dans l'attente de recherches complémentaires susceptibles de l'attester.

Le huitième objet fut une étoffe d'écorce battue tapa non datée, prélevée sur l'île Éfaté du Vanuatu, confectionnée de liber non identifié peint, et référencée comme ayant fait office de ceinture de femme. Son appréhension par Mathilde Laurent laissa cours à la mention d'un effluve qualifié de « doux », lui évoquant le « tabac » et le « carton ondulé » avec un versant « noix de coco », sur lequel Mr Peltier intervint afin de signifier que cette étoffe fut régulièrement enduite de gomme végétale visant son imperméabilité, et parfumée d'eau de coco afin de camoufler les odeurs afférentes aux menstrues. L'interaction du parfumeur et du conservateur autour de cet objet permit ainsi l'explicitation



*Étoffe d'écorce tapa (72.53.314)  
©musée du quai Branly – Jacques Chirac*

de ses effluves mais également la gratification de sa documentation d'une réalité augmentée, la perception de l'odeur de noix de coco rendant bien plus saisissante son assimilation comme artefact ayant initialement servi l'amointrissement des effets disgracieux des menstrues de femmes et ce faisant, la mise en saillance de son potentiel résonant.

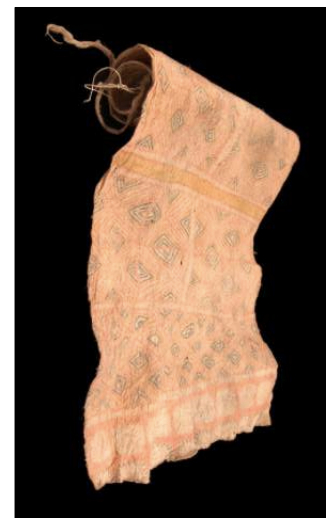


*Étoffe d'écorce tapa (71.1930.29.708) ©musée  
du quai Branly – Jacques Chirac*

Le neuvième objet fut une étoffe d'écorce battue tapa datée de la fin du XIXe siècle, prélevée dans les îles Samoa, en Polynésie, et composé de liber non identifié peint. Son appréhension par Mathilde Laurent suscita l'évocation d'une odeur identifiée comme étant celle du « patchouli », teintée d'effets « boisé », « terreux » et « sec » dont elle supposa qu'il s'agissait à nouveau d'un composant ayant été mobilisé afin de confectionner la substance dont fut enduit l'objet après battage. Mr Peltier nous informa qu'il avait en effet sélectionné cet objet en raison du fait que la gomme-laque dont il fut recouvert résulte d'un processus de confection n'étant plus pratiqué de nos jours, quant

auquel ne subsiste aucune forme documentation, et pour lequel il espérait à nouveau que le diagnostic olfactif permette la découverte de nouvelles informations. Ce faisant, si les précédentes consultations démontrèrent qu'une odeur conséquemment dotée en saillance et éloquence suffit à performer une identification en l'absence constatée de documentation, elles nous enseignèrent également que l'interprétation d'effluves ne subsistant qu'à l'état de suggestion, et performée sans plus de guidage de la part des notices d'objets, ne peut conduire l'avènement d'informations suffisamment tangibles pour être considérées. Dans le cas présent, il conviendrait de vérifier l'éventuelle extension des cultures par trop connues de patchouli aux Philippines et en Indonésie jusqu'au Samoa, avant d'envisager que l'effluve perçu par Mathilde Laurent dénonça littéralement la présence de patchouli au sein de la composition de la gomme-laque, et non l'agencement de composés annexes dont l'interaction pourrait générer une senteur similaire. En l'état, la totale absence de documentation afférente à l'ethnobotanique de cette île et l'état par trop précoce de l'application du diagnostic olfactif à l'opération d'une telle analyse, ne nous permit de satisfaire les espoirs nourris par Mr Peltier quant à l'appréhension de cet objet.

Le dixième objet fut une étoffe d'écorce battue tapa datée du XIXe siècle, prélevée dans la province nord de la Papouasie-Nouvelle-Guinée, confectionnée de liber non identifié peint et référencée comme ayant fait office de tablier. Son appréhension par Mathilde Laurent suscita l'évocation d'une odeur particulièrement prononcée de « tabac », de laquelle se détachèrent des effluves non moins saillants qualifiés de « grillés », suggérant le « café » et le « caramel », et se localisant particulièrement sur une tâche affligeant le bord de l'étoffe. Cette indication déçut à nouveau les attentes de Mr Peltier dont les informations désignaient la présence d'une importante quantité de curcuma ayant été employée afin de teindre cet objet, ce dont le parfumeur ne décela aucune trace. Ce faisant, le



*Étoffe d'écorce tapa  
(71.1884.87.6) ©musée du quai  
Branly – Jacques Chirac*

fort taux d'exhalaison n'autorisa de conclure immédiatement au caractère générique de ces informations, du curcuma ayant parfaitement pu rentrer dans la composition de cet artefact, sans que son odeur ne résiste plus avant à l'opération d'actions ultérieures, telle qu'une importante activité de fumeur ou le renversement d'un café, ni que cela n'amoindrisse pour autant le potentiel résonant de cet objet.



### 5.5.2 *Le bilan*

Favorisant l'appréhension des disparités sensorielles dans l'analogie des formes, le corpus proposé par Mr Peltier permit de nuancer les doutes antérieurement émis quant à la capacité des conservateurs à percevoir la véritable odeur des objets dont ils ont la charge. Sur un ensemble de dix unités, trois firent en effet acte d'un taux d'exhalaison insuffisant à permettre le détail de leurs effluves, cinq exprimèrent un potentiel odorant propice à l'approfondissement de leurs documentations, deux exaltèrent un potentiel résonant, et chacune fut recrutée par le conservateur moyennant des mobiles transcendant la simple mise à l'épreuve de leurs notices. Mr Peltier fit par ailleurs mention en deux occasions d'attentes ayant été spécifiquement nourries quant à l'application du protocole de diagnostic olfactif aux unités de sa collection et plus particulièrement, aux renseignements susceptibles d'en résulter. Succédant l'absence ou l'inaboutissement du recours à des méthodes d'analyse plus traditionnelles, il exprima en effet l'espoir que notre approche parvienne à performer l'identification du champignon étant à l'origine d'un état de moisissure constaté sur un des bilums, ainsi que des composés entrant dans la confection d'une gomme-laque dont fut enduit un des tapas. Semblable niveau d'analyse demeurant par trop précoce compte tenu du stade exploratoire de notre recherche, il favorisa toutefois l'appréhension des problématiques pour lesquelles pourrait être plus avant mobilisé le diagnostic olfactif, et en regard desquelles il convient par conséquent d'envisager son développement. La posture d'attente ayant par ailleurs été adoptée par Mr Peltier contribua à démontrer que, développée et mise au point, une telle modalité d'analyse pourrait tout à fait répondre à des besoins afférents aux gestion et suivi de conservation des collections, encourageant ce faisant, la projection de la poursuite du diagnostic olfactif hors du cadre de la thèse. Remplissant par conséquent l'objectif qui lui fut assigné, le déroulé de cette dernière intervention tendit à mettre en tension la volonté d'optimisation des corpus devant être soumis au diagnostic olfactif, sa faisabilité ainsi que son intérêt. Les objets sélectionnés par Mr Peltier ne firent pas tous démonstration d'un potentiel odorant suffisamment éloquent, mais deux unités sur dix se révélèrent pourtant résonantes, de même que lors de notre intervention au Pavillon des sessions, l'artefact dévoilé comme étant le plus résonant ne faisait initialement partie des unités de notre corpus. Le potentiel résonant afférent à la dimension olfactive d'un objet s'annonce par conséquent comme fatalement imprédictible ce qui, bien que contradictoire avec la régularité couramment attendue d'un protocole d'analyse, s'avère en réalité cohérent avec le caractère d'intrinsèque indisponibilité que Rosa reconnaît au phénomène de

résonance<sup>884</sup>. Ce faisant, l'optimisation des corpus d'objets visant la poursuite de l'établissement d'un protocole de diagnostic olfactif des collections serait un non-sens en plus d'être vaine, la désignation des objets résonants susceptibles de prendre part à l'exploration d'une muséologie olfactive s'augurant comme un processus long et fastidieux, nécessitant que soit davantage envisagée une maximalisation des acteurs désireux d'y prendre part que des artefacts s'y présentant comme admissibles.

---

<sup>884</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 337 et 524. « L'indisponibilité du phénomène de résonance – phénomène complexe car à la fois tactile, physique, sensible, narratif, affectif et cognitif – implique qu'il puisse se produire dans les conditions les plus improbables, y compris sous la torture, et faire défaut dans les situations qui lui sont les plus propices. Quand les flux canalisés et chronométrés de visiteurs n'ont qu'une vingtaine de secondes pour découvrir le sourire de la Joconde, ou sont conduits sur des tapis roulants devant les objets exposés (comme les bijoux de la couronne à la Tour de Londres) il ne reste plus le temps d'une assimilation transformatrice. [...] Il est revanche impossible d'imposer la résonance par voie directe : d'abord parce que toute contrainte est tendanciellement répulsive, ensuite parce que l'indisponibilité intrinsèque de la résonance empêche toute possibilité d'établir des axes de résonance par décret autoritaire. »





## 5.6 CONCLUSION

L'acheminement de la recherche exploratoire afférente à la définition d'un protocole de diagnostic olfactif des collections délivra ainsi des résultats rationnels et prometteurs. Au cours de cinq consultations menées dans les collections du musée du Quai Branly, Mathilde Laurent et moi-même avons appréhendé un total de quarante-huit objets, dont treize firent acte d'un taux d'exhalaison insuffisant à l'identification de leurs effluves, vingt-sept, d'une charge odorante suffisamment éloquente à l'approfondissement de leurs documentations, et huit, d'un potentiel résonant. Ces derniers se révélèrent être la *statue de gardien de reliquaire* (n° inv. 73.1965.9.1)<sup>885</sup>, le *poteau funéraire* (n° inv. 71.1901.6.12), le *masque zoomorphe* (n° inv. 73.1962.8.27), la *statue magique* (n° inv. 71.1931.87.13), le *masque* (n° inv. 73.2012.0.883), la *coiffe* (n° inv. 71.2012.0.3043) l'*étoffe d'écorce tapa* (n° inv. 72.53.314) et l'*étoffe d'écorce tapa* (n° inv. 71.1884.87.6). Cinq référents odorants furent plus avant établis quant à la désignation d'une présence d'ambre fantaisie, de bois de cade, de substances momifiées, de kaolin et de colle, un dernier demeurant en attente de validation quant à l'indexation d'éléments encrés.

L'impossibilité autrement constatée, par ailleurs cohérente avec l'intrinsèque indisponibilité de la résonance, d'optimiser la constitution des corpus en s'assurant préalablement du potentiel odoriférant de chaque objet, que ce soit en exploitant les informations de la base de données ou en mobilisant l'expertise des conservateurs, nous enjoignit à projeter différemment la poursuite du diagnostic olfactif des collections hors du cadre de la thèse, optant pour une augmentation du nombre de ses acteurs au détriment des paramètres favorisant le filtrage des unités. Desservant cet objectif, la structuration d'un projet d'association baptisé ODORAH (Olfactory Diagnosis Of Relevant Art and Heritage) fut amorcée afin de sensibiliser et fédérer parfumeurs et conservateurs, quant aux perspectives et intérêts de leur collaboration autour des objets de musée. La poursuite du diagnostic olfactif répond effectivement à un double objectif, elle hiérarchise dans un premier temps, à mesure que croit le répertoire des référents odorants, un outil d'analyse et de documentation des collections simultanément fiable, instantané et non invasif, et conduit plus avant la désignation des unités dotées de dimensions olfactives résonantes. L'appréhension successive de ces dernières étant indispensable à l'initiation du

---

<sup>885</sup> Références disponibles sur <http://www.quaibrantly.fr/fr/explorer-les-collections>, consulté le 17/03/19.

visiteur aux modalités d'une assimilation sagace<sup>886</sup> de la réalité, poursuivre les recherches afférentes à ce diagnostic s'avère un préalable nécessaire au devenir olfactif de tout musée.

---

<sup>886</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 357. « Étymologiquement, sagax, désigne celui qui a l'odorat subtil. La sagacité se présente ainsi comme une forme de pénétration d'esprit qui permet de comprendre et de découvrir les choses les plus subtiles. La sagacité est la qualité d'un esprit qui, loin d'avoir besoin d'un arsenal de preuves, perçoit quelques traits suffisants et découvre la vérité seul et par lui-même à l'instar du chien dont l'odorat subtil lui permet de repérer le gîte dissimulé de la bête traquée, une fois qu'il est lancé sur la bonne piste. Le sagace saisit ce qui échappe à la vue, il est capable de déceler l'invisible par le flair. »

## 6. LE DIAGNOSTIC OLFACTIQUE DU MUSEE DE LA CHASSE ET DE LA NATURE

L'unique identification des unités dotées d'une dimension olfactive résonante ne suffit pourtant à conduire l'initiation du visiteur aux modalités d'une assimilation sagace de la réalité, puisque dès lors que demeurant dans les réserves, ou exposées au sein de vitrines ne laissant cours à l'appréhension de leur espace spécifique<sup>887</sup>, elles ne sont en mesure d'interagir avec lui sur le mode des contacts et correspondances intimes<sup>888</sup> desservant le phénomène de résonance. Pour ce faire, elles doivent en effet être placées à portée de sa perception au sein d'espaces lui étant accessibles soit, ceux étant consacrés au déploiement des expositions permanentes et temporaires. Envisager la perspective de cette transposition conduit ipso facto à l'interrogation de ses moyens et implantations, où et comment favoriser l'appréhension de la dimension olfactive des objets de musée au sein des espaces d'exposition ? Si le développement de dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source odorante, bien que n'ayant été entrepris dans le cadre de cette thèse<sup>889</sup>, ambitionne la résolution des moyens, l'opération d'un diagnostic olfactique des espaces d'accueil mire pour sa part, celle des implantations. Estimer la propension d'un espace à l'intégration et l'exaltation de dimensions olfactives, quelles que soient leurs origines, constitue en effet un prérequis indispensable à favoriser l'interaction du visiteur et des artefacts sur de nouvelles modalités de rencontre, car il est en effet bien moins aisé de discerner l'exhalaison d'une senteur en un lieu déjà par trop chargé d'odorants, qu'au sein d'une pièce convenablement desservie par les systèmes afférents au traitement de l'air et de fait, régulièrement aérée et déchargée des molécules odorantes encombrant son atmosphère. Proposer l'appréhension de la dimension olfactive d'un artefact identifié comme doté d'un potentiel résonant en un lieu déjà trop odoriférant conduira sa non-perception par saturation, soit un *effet d'habituation*<sup>890</sup>, en un lieu trop peu desservi par le système de traitement de l'air, une non-perception par altération, soit un *effet de brouillage*, et en un lieu trop desservi par le système de traitement de l'air, une non-perception par absence, soit un *effet de disparition*. Le

---

<sup>887</sup> DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Op cit. p.52.

<sup>888</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 69. « *Les relations résonantes au monde se distinguent des pures interactions causales ou instrumentales en ceci qu'elles ne désignent pas un rapport fixe, déterministe et régi par le principe de causalité locale, mais reposent au contraire sur l'idée d'un contact et d'une correspondance intimes, sur la notion de réaction réciproque entendue au sens d'authentique réponse.* »

<sup>889</sup> Se reporter au chapitre 4, section 4.

<sup>890</sup> Se reporter au chapitre 4, section 1.

taux d'exhalaison des muséalia étant somme toute, et dans la plupart des cas, relativement faible, le soin devant être apporté au choix des implantations de leurs dimensions olfactives au sein des espaces d'exposition revêt par conséquent, une importance bien plus décisive que ne le requerrait le cas d'une simple intégration de diffuseurs à parfum.

A l'occasion d'un parcours olfactif issu d'une collaboration du musée de la Chasse et de la Nature avec la maison Cire Trudon, baptisé « Sentiment de la licorne » et proposé à l'appréhension durant la dernière quinzaine de mai 2017, quatre créations du parfumeur Antoine Lie furent diffusées par des dispositifs ScentyS dans les espaces d'exposition permanente de l'établissement. Les emplacements ayant été privilégiés quant à l'effectivité de ces odorisations furent les trois alcôves situées au premier étage du bâtiment Mongelas, respectivement désignées sous les noms de *Cabinet de Diane*, *Cabinet de la licorne*, et *Cabinet du cheval* ainsi que la *Salle d'armes*<sup>891</sup> se trouvant au premier étage du bâtiment Guénégaud. Le choix des alcôves pouvant en premier lieu sembler stratégique, leur faible capacité d'accueil, leur hauteur sous plafond et leur non-desserte par le système de traitement de l'air assurant en effet que les effluves y étant diffusés n'aient que peu de loisir de se disperser, il sous-tend pourtant à court terme, la considération d'odeurs s'accumulant, stagnant et s'altérant en un lieu de délicate évacuation, conduisant la création d'un *effet de brouillage* entravant considérablement à moyen terme, la qualité de perception des odorants. La *Salle d'armes* étant plus avant, comme précédemment évoqué, le lieu de transition entre les bâtiments de Mongelas et Guénégaud soit, entre la partie climatisée et non-climatisée du musée, mais également un lieu de passage au travers duquel les allers et venues de visiteurs contribuent à propager les effluves hors de leur périmètre de diffusion, il est à nouveau permis de douter de la qualité de perception favorisée par ce choix d'implantation à moyen terme. Prenant appui sur ce précédent et tenant compte de la singularité d'agencement des bâtiments du musée de la Chasse et de la Nature, la mobilisation en ses locaux du protocole de diagnostic olfactique des espaces ayant été proposé par Suzel Balez dans sa thèse, espérait ainsi la désignation d'emplacements plus adéquats à l'appréhension des dimensions olfactives de muséalia, dont les taux d'exhalaison sont ténus et le potentiel odorant, épuisable, nécessitant de fait, d'être simultanément économisées puis exaltées pour perception. Conduite par le responsable des bâtiments, Jean-Marie Alcaraz, la réalisation de cette opération se tint le 9 juillet 2018 et se déroula en quatre étapes, respectivement afférentes au repérage des implantations du système de traitement de

---

<sup>891</sup> Se reporter à l'annexe n°2.

l'air, à la cartographie des défauts d'isolation succédant le passage d'un détecteur thermique dans l'ensemble des espaces d'exposition, à la schématisation des différents parcours pouvant être réalisés par un visiteur, ainsi qu'à la mise en commun de l'ensemble de ces données, visant la déduction des emplacements étant les plus propices à l'appréhension de dimensions olfactives, ces derniers devant, afin d'être désignés, se trouver à proximité d'une bouche de ventilation, n'être pas situés dans un lieu de passage sujet à de fortes affluences, ni dans une alcôve, ni trop près les uns des autres, n'avoisiner aucune bouche de récupération d'air, ni de zone d'instabilité thermique.

Un total de sept centrales de traitement d'air se disperse dans l'ensemble des bâtiments : les deux premières desservent l'*Auditorium* et la *Salle événementielle* situés au sous-sol, les deux suivantes sont reliées à la *Salle Avifaune* et la *Salle Cerf et Loup* qui se trouvent au premier étage, la cinquième est rattachée à la *Salle exposition temporaire* du rez-de-chaussée, les deux dernières desservent la « salle air neuf » et la « salle documentation », localisées au deuxième étage et correspondant à la *Salle Animal contemporain* ainsi qu'à la réserve où est entreposée une partie des œuvres. Comme dans la plupart des systèmes de traitement d'air, les bouches de ventilation sont situées en hauteur tandis que celles de récupération d'air se trouvent près du sol, l'une et l'autre étant généralement implantées par binôme. Deux couples de bouches se positionnent de part et d'autre de la *Salle exposition temporaire* située au rez-de-chaussée, un troisième enserme plus avant le fond de la *Salle Cerf et Loup* côté Mongelas, au premier étage. Neuf bouches de ventilation sont par ailleurs installées seules. Au premier étage, l'une se trouve au fond de la *Salle du sanglier* côté Mongelas, les deux suivantes, dans la *Salle Fauconnerie*, quatre autres ponctuent la transition de la *Salle du chien* à la *Salle Avifaune*, les deux dernières sanglent la *Salle Animal contemporain*, au deuxième étage. Deux bouches de récupération d'air sont enfin implantées seules, l'une au fond de la *Salle chien*, côté *Cabinet du cheval*, au premier étage, et l'autre, dans le renforcement central de la *Salle Animal contemporain*, au deuxième.

Un logiciel permettant plus avant de définir la température à laquelle se voit ajusté l'air aspiré avant sa réinsertion dans les salles, assure une homogénéité thermique de l'ensemble des locaux Mongelas. En juillet 2018, le passage du détecteur thermique dans les espaces d'exposition afférents à ce bâtiment indique une température de 27°, se maintenant aussi bien au centre des pièces qu'au niveau des murs et ce, malgré un important nombre de fenêtres dont l'ancienneté laissait présager des irrégularités d'isolation. Cependant, dès son entrée dans la *Salle d'armes* soit, le passage aux locaux Guénégaud, le détecteur thermique transite vers une température de

38°, pouvant monter jusqu'à 40° près des fenêtres, cette augmentation s'accompagnant dans cette pièce de l'exhalaison d'une saillante odeur de bois vernis<sup>892</sup>. Bien que l'endroit regorge de tapisseries et d'animaux empaillés desquels auraient pu émaner quelques remugles, aucune autre odeur n'est à signaler dans le reste du parcours, quel que soit le bâtiment. Un premier pronostic olfactique du musée pourrait par conséquent préconiser la non-implantation de dimensions olfactives dans les espaces de l'hôtel Guénégaud soit : la *Salle d'armes*, le *Salon bleu*, le *Salon de compagnie* et l'*Antichambre*, dans lesquels, de même que dans les alcôves, les odeurs auraient tendance à macérer en se mélangeant.

Le repérage successif des différents parcours de visite permis par l'agencement des salles se solda enfin, dans l'ensemble du musée, par l'esquisse de boucles émergeant inévitablement de la déambulation du visiteur. La particularité de celles se trouvant au rez-de-chaussée, au premier étage côté Guénégaud ainsi qu'au deuxième, réside en ce que le sujet n'a d'autre choix, afin de poursuivre sa visite, que de se rendre au fond d'une pièce ou d'une succession de pièces, puis de revenir sur ses pas, tandis que celle du premier étage côté Mongelas s'effectue dans les deux sens, le sujet pouvant respectivement entamer sa visite par la *Salle des trophées* ou par la *Salle du sanglier* selon qu'il se dirige à gauche ou à droite en sortant de l'escalier. Ce faisant l'examen des informations collectées, effectué en regard des préconisations précédemment énumérées, et tenant plus avant compte des appels d'air causés par les différentes cages d'escaliers se trouvant à chaque étage, conduit la restriction du nombre d'emplacements propices à l'implantation de dimensions olfactives à une demi-dizaine de localisations, confinées en quasi-totalité aux seins des espaces d'exposition temporaire du rez-de-chaussée et du deuxième étage, l'exception résidant au fond de la *Salle du chien* côté *Salle Avifaune*, au premier<sup>893</sup>.

La mobilisation du diagnostic olfactique quant à l'évaluation du potentiel d'accueil et d'exaltation de dimensions odorantes par les espaces d'exposition conduit ce faisant, la poursuite de deux réflexions attenantes à l'appréhension de l'espace spécifique des muséalia hors du cadre des réserves. La première renvoie à son caractère hypertélique. Pour Guchet, « *un objet est hypertélique lorsqu'il est suradapté à un contexte technique donné, et incapable de*

---

<sup>892</sup> Au sein de sa thèse, Suzel Balez expose la manière dont la perception d'un certain niveau de chaleur peut accentuer celle d'un odorant.

<sup>893</sup> Se reporter à l'annexe n°2.



*continuer de fonctionner si le système se trouve un tant soit peu modifié* »<sup>894</sup>. Par définition, un diagnostic olfactique est donc hypertélique. Dans le cadre du musée de la Chasse et de la Nature, beaucoup de variables entravent en effet l'établissement d'un pronostic fiable, et menacent en permanence d'en rendre les prémices obsolètes. En juillet 2018, le responsable des bâtiments m'informa notamment qu'un dossier était en cours d'instruction quant à l'engagement de travaux visant l'extension du système de traitement d'air aux locaux de Guénégaud, ainsi que l'actualisation de l'ensemble des vitreries d'ici l'automne 2020. Le présage de ces améliorations laissant d'ores et déjà présumer d'une prochaine évolution du diagnostic olfactique de l'établissement, à la faveur espérée de nouveaux emplacements susceptibles de flatter l'appréhension de la dimension olfactive des objets de musée au sein des espaces d'exposition.

Ce faisant, la seconde réflexion découlant de la première, renvoie à sa rigidité, au fait que l'identification des emplacements s'avérant propices à l'appréhension de dimensions olfactives, condamne a priori la mise en exposition des objets résonants à s'y restreindre. Sanglée de contraintes étrangères aux préceptes régissant actuellement l'agencement des expositions<sup>895</sup>, cette dernière ne peut en effet jouir, à court terme, que d'une liberté scénographique relativement modeste, la présentation des artefacts résonants ne pouvant s'affranchir des espaces ayant été assignés à leur appréhension, au risque que leurs odeurs soient épuisées inutilement. Son effectivité appellerait pourtant, à moyen et long terme, le renversement des principes scénographiques traditionnels, la progressive destitution des priorités accordées au confort de la perception visuelle et plus avant, l'acheminement des musées vers un devenir olfactif.

*Images à suivre, de haut en bas, de gauche à droite :*

*Musée de la Chasse et de la Nature, La salle d'armes, L'antichambre, Le salon bleu, Paris.*

*Musée de la Chasse et de la Nature, Le salon de compagnie, La salle Avifaune, Paris.*

*Musée de la Chasse et de la Nature, La salle du chien, La salle des trophées, Paris.*

---

<sup>894</sup> GUCHET Xavier, « Art et technique au prisme du phénomène de l'obsolescence », *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, n°37, 2013, p. 23. Voir également à ce sujet, SIMONDON Gilbert, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris, 1989.

<sup>895</sup> CHAUMIER Serges, *Traité d'expologie : Les écritures de l'exposition*, La documentation française, Paris, 2013.





## 7. LE DISPOSITIF OLFACTIF OSNI.1 DE CARTIER

La prouesse afférente au premier *Objet Sentant Non Identifié* de Cartier ne réside pas selon moi dans la transposition olfactive de l'installation *Cloudscapes* soit, dans la création d'un nuage parfumé dont la performance fait essentiellement démonstration d'une maîtrise relative à la diffusion d'effluves, mais dans la stabilisation pour appréhension de la dimension olfactive de cet artefact au sein d'un espace délimité soit, dans la démonstration d'une maîtrise relative à la propagation des odorants. Rendue ici préhensible par la visibilité du nuage condensant les diffusions parfumées, et maintenant son niveau de flottaison au sein du cube transparent lui servant finalement de cadre<sup>896</sup>, le contrôle de propagation assuré par l'OSNI.1 le rend en cela capable d'imager la performance attendue de l'habitable antérieurement mentionné, quant à la préalable nécessité de condenser la dimension olfactive des objets résonants afin d'en optimiser la successive appréhension par le visiteur<sup>897</sup>. Bien que demeurant un dispositif olfactif prenant un jus composé pour source, ici, un parfum conçu par Mathilde Laurent en 2016 et baptisé *L'Envol*, l'étude de cette installation favoriserait donc la progression de la réflexion afférente au développement des dispositifs prenant une muséologie pour source odorante, et ce faisant, l'acheminement d'un devenir olfactif des musées.

OSNI.1 se présente comme l'aboutissement d'une collaboration entre le département parfums de la maison Cartier et la société d'ingénierie climatique Transsolar, ayant œuvré avec l'architecte Tetsuo Kondo au développement initial de *Cloudscapes* en 2010, et possédant depuis sa réédition de 2013, les connaissances afférentes aux aménagements nécessaires à la présentation de cette installation en extérieur, lesquelles furent communiquées pour production dans le cadre de ce projet, à une société spécialisée dans la création de décors de théâtre. La structure du dispositif se compose d'une plateforme carrée posée à même le sol, mesurant environ huit mètres de côté, dans laquelle sont implantés des systèmes de ventilation et d'extraction d'air, et sur laquelle est agencée une architecture de plexiglas, un cube de six mètres de côté dans lequel est encastré un vestibule pouvant contenir jusqu'à quatre personnes, et favorisant la non-communication de l'atmosphère de l'installation avec les conditions extérieures<sup>898</sup>. Huit radiateurs sont plus avant implantés au tiers supérieur de chaque face du

---

<sup>896</sup> GOFFMAN Erving, *Les cadres d'expérience*, Minuit, Paris, Paris, 2013, p. 10.

<sup>897</sup> Se reporter au chapitre 4, section 4, sous-section 4.

<sup>898</sup> Se reporter à l'annexe n°4.

cube afin de parfaire la simulation des stratifications d'air favorisant la stabilisation d'un nuage soit, un air frais et sec au sol (22° et 40% d'humidité), un air chaud et humide au niveau de la nuée (27° et 100% d'humidité) ainsi qu'un air chaud et sec au-dessus d'elle (35° et 60% d'humidité). Deux diffuseurs de fumée sont enfin installés au tiers central de deux arrêtes diagonales et un escalier au colimaçon, positionné au centre de la structure afin de favoriser à terme, la traversée du nuage par le visiteur. L'agencement de la nuée requiert pour sa part que soient homogénéisées les structures respectives des molécules odorantes et particules de fumée afin d'assurer la stabilité commune de leurs diffusion et suspension dans l'atmosphère stratifiée du cube durant ses trois jours de présentation. Le haut fait technique de cette installation réside donc dans la minutie d'agencement de ses performances olfactive et visuelle, exploitant un équilibre dans lequel la suspension du nuage ne se maintient pas au détriment de l'intégrité du parfum y étant véhiculé et inversement, favorisant plus avant la stabilité de cette mesure aux traversées de visiteurs, dont la régularité contribue pourtant à mettre l'harmonie sensorielle du dispositif à rude épreuve.

Le scénario d'expérience proposé par cette installation requiert la contribution de deux médiateurs situés de part et d'autre du vestibule. La communication de l'atmosphère maintenue à l'intérieur du cube avec l'extérieur menaçant immédiatement la stabilité du nuage, il est en effet impératif, au risque de compromettre l'équilibre, de veiller à ce que les portes du vestibule ne soient jamais ouvertes en même temps, raison pour laquelle les entrées et sorties du dispositif doivent être constamment supervisées. Le sujet est donc introduit dans le vestibule par un médiateur qui, lorsqu'ayant refermé la porte donnant sur l'extérieur, autorise plus avant son collègue à faire entrer le visiteur à l'intérieur du cube. Il lui est alors offert de gravir l'escalier afin de performer l'appréhension olfactive de *L'Envol* en traversant le nuage parfumé. Des mesures de sécurité imposant qu'il ne se trouve pas plus d'une personne à la fois sur l'escalier, un temps moyen de cinq minutes se voit respectivement accordé à chaque visiteur afin d'expérimenter le franchissement de la nuée, le médiateur demeurant à l'intérieur du cube veillant une nouvelle fois au bon respect de ce délai. Lorsque le temps lui étant imparti est écoulé, le sujet est invité à redescendre puis reconduit à l'intérieur du vestibule. La fermeture par le médiateur de la porte donnant accès au cube, autorisant enfin le second à permettre au visiteur de quitter l'installation.

Ce faisant, succédant celle afférente à la maîtrise de la propagation manquant à de nombreux systèmes d'odorisation désirant se revendiquer des dispositifs olfactifs<sup>899</sup>, la seconde démonstration performée par OSNI.1 s'avère être celle d'une intrigue, configurant respectivement réalité et dispositions physiques et affectives du sujet, afin de déployer un laisser cours idéal au phénomène de résonance – entendu comme une relation émotionnelle de l'individu au monde dans laquelle les entités tendent communément l'une vers l'autre, et interagissent en se répondant dans un élan d'assimilation mutuelle – y parvenant par la mobilisation des modalités de rencontre afférentes au rendez-vous et la performance, en extérieur, d'une mise en abyme des transparences<sup>900</sup> incombant simultanément au parfum, au nuage et au cube. L'escalier de l'installation n'accueillant qu'une personne à la fois et la perspective résonante pouvant surgir de la contrainte<sup>901</sup>, il était en effet nécessaire à tout sujet désireux de prendre part à l'expérience, de s'inscrire au préalable sur un créneau horaire indiqué comme disponible par le site internet ayant été conçu afin de réguler les flux de visiteurs. Les médiateurs étant équipés de tablettes pourvues d'un accès instantané au back-office de ce site, l'acte de réservation pouvait être anticipé, comme effectué à la dernière minute par un passant avoisinant le parvis où se trouvait l'installation et se découvrant curieux de l'appréhender. Quels que soient les antécédents et temporalité présidant à l'acte d'inscription, l'effectivité de la prise de rendez-vous du sujet avec le nuage conditionne d'ores et déjà chez lui une propension à la résonance, mue par un désir initiateur de prendre part à une rencontre dont il ne sait prédire l'issue, mais dont, dans un élan de porosité confiante, il embrasse pourtant l'ensemble des possibles. Établis par la prise de rendez-vous, le désir initiateur et la porosité confiante susceptibles de desservir le phénomène de résonance sont plus avant ménagés par le rythme du

---

<sup>899</sup> Se reporter au chapitre 3, section 3, sous-section 2.

<sup>900</sup> Se reporter au chapitre 3, section 2, sous-section 1.

<sup>901</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 337 et 524. « L'indisponibilité du phénomène de résonance – phénomène complexe car à la fois tactile, physique, sensible, narratif, affectif et cognitif – implique qu'il puisse se produire dans les conditions les plus improbables, y compris sous la torture, et faire défaut dans les situations qui lui sont les plus propices. Quand les flux canalisés et chronométrés de visiteurs n'ont qu'une vingtaine de secondes pour découvrir le sourire de la Joconde, ou sont conduits sur des tapis roulants devant les objets exposés (comme les bijoux de la couronne à la Tour de Londres) il ne reste plus le temps d'une assimilation transformatrice. [...] Il est revanche impossible d'imposer la résonance par voie directe : d'abord parce que toute contrainte est tendanciellement répulsive, ensuite parce que l'indisponibilité intrinsèque de la résonance empêche toute possibilité d'établir des axes de résonance par décret autoritaire. »

scénario d'expérience, conduisant un acheminement progressif de la rencontre ainsi que le maintien de son anticipation par le sujet. Lorsque ce dernier se présente sur le lieu du rendez-vous, tendant ainsi physiquement vers l'installation, la configuration du parvis du Palais de Tokyo et du musée d'Art moderne ainsi que la transparence du cube font qu'en étant encore dans le monde, il peut effectivement voir le nuage avant de s'y confronter et ce faisant, il l'anticipe et s'y implique émotionnellement. A mesure qu'il se rapproche, la transparence l'autorise alors à discerner les personnes performant avant lui la traversée de la nuée, et servant plus avant de support à l'évolution de son implication émotionnelle, passant de l'anticipation à la projection. Le sujet est toujours physiquement dans le monde mais émotionnellement absorbé par la projection, sur le modèle perçu de l'expérience des autres, de sa propre rencontre avec le nuage. Introduit dans le vestibule, il n'est plus dans le monde, ni tout à fait encore dans l'expérience, sa projection émotionnelle s'y voyant soutenue d'une immersion sonore<sup>902</sup> visant à parfaire l'exaltation de son imaginaire et plus avant, l'optimisation de ses dispositions physiques et émotionnelles en vue de son imminente traversée du nuage parfumé. Pénétrant enfin le cube, vient le suspens des derniers instants. La réduction de la distance le séparant physiquement du nuage se ponctuant d'une régulière augmentation des températures, passant de 11° en extérieur, à 14° dans le vestibule, 20° dans la partie inférieure du cube puis 26° en haut de l'escalier<sup>903</sup>, il en ressent l'atmosphère mais pas encore l'effluve, l'implantation des bouches de récupération d'air empêchant les molécules odorantes de choir en stratification inférieure. Ne lui étant imposé, l'aboutissement de la rencontre, nécessitant que le sujet gravisse enfin l'escalier, suggère qu'il fasse ainsi démonstration d'un désir initiateur s'étant maintenu de la réservation à l'ascension, mais également d'une porosité confiante n'étant plus ici performée émotionnellement comme ayant antérieurement permis la prise de rendez-vous, mais physiquement, afin d'autoriser son immersion corporelle au sein du nuage et ce faisant, l'activation successive d'un *effet de crescendo* puis d'un *effet de halo*<sup>904</sup>. Semblables dispositions lui permettant en dernier lieu d'y performer une aspiration<sup>905</sup>, le sujet et la nuée

---

<sup>902</sup> Une création spécialement conçue pour cette installation par le compositeur Daniel Sonabend, retranscrivant en sons la principale inspiration de *L'Envol*, afférente aux élévations physique et spirituelle, est uniquement diffusée dans le vestibule de l'OSNI.1.

<sup>903</sup> Moyennes ayant été calculées à partir de relevés effectués durant des trois jours de présentation de l'installation.

<sup>904</sup> Se reporter au chapitre 4, section 1.

<sup>905</sup> Se reporter au chapitre 1, section 3, sous-section 1.



s'interpénètrent en s'exposant, le premier à l'appréhension de l'inconnu<sup>906</sup> et le second, à la déstabilisation. La porosité confiante, permise par la manifeste présence d'un cadre d'expérience dédié à la faveur de leur rencontre, leur concède pourtant une interaction responsive, une assimilation mutuelle et ce faisant, la performance d'une réceptivité tolérante ponctuant selon Rosa, les possibles optimisations d'un phénomène de résonance dont le sommet de l'escalier pourrait ici incarner le point d'acmé<sup>907</sup>. L'auteur rapproche la résonance de l'orgasme en ce qu'elle serait « *toujours radicalement passée à l'instant où elle se réalise* »<sup>908</sup>, or il serait effectivement bien susceptible de se produire quelque chose relevant de l'éclat lorsque le sujet parvient au sommet des marches d'OSNI.1. Ce dernier étant ponctué d'une plateforme de l'ordre du mètre carré, un sujet s'y trouvant et mesurant au moins un mètre soixante-dix voit en effet son buste dépasser de la nuée, ne percevant visuellement plus la partie inférieure de son corps, l'escalier sous ses pieds ou encore le sol, une troublante impression de suspension s'offre alors à lui. Son visage se trouvant dès lors dans la stratification la plus chaude du cube, l'exaltation olfactive de *L'Envol* atteint ici son paroxysme, et tandis que l'aspirant, le sujet s'adonne à une lévitation parfumée lui faisant apprécier la transparence des effluves et de la fumée, celle ajoutée des parois du cube lui laisse entrevoir le monde avec netteté, suggérant par un effet de trompe l'œil, transparence n'étant invisibilité<sup>909</sup>, une perméabilité de la réalité avec le transport sensoriel qu'il est en train d'éprouver, l'illusion par la transparence, d'une connexion au monde effectuée sur une fréquence résonante par le biais de l'appréhension parfumée.

Or, bien qu'y ayant été parfaitement agencée, la résonance ne saurait survenir au sein de cette installation, compte tenu de la nature composée du jus ayant été retenu pour encapsulation au sein de la nuée, conduisant l'avènement d'un *effet d'icône* au détriment d'un *effet générique*,

---

<sup>906</sup> *L'Envol* ayant été lancé seulement un an avant que l'installation ne soit présentée, les médiateurs m'ont régulièrement rapporté que la plupart des sujets revendiquait ne pas avoir appréhendé cette fragrance avant d'en traverser le nuage.

<sup>907</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, éd. La Découverte, Paris, 2018, p. 136. « *A cet égard, la conscience de l'éphémère peut renforcer encore l'effet de résonance : si un coucher de soleil est propre à procurer parfois une expérience quasi métaphysique et cosmologique de la nature, c'est par la conscience du transitoire et du fugace qu'il éveille en la personne qu'il touche.* »

<sup>908</sup> Ibid. p. 137.

<sup>909</sup> Se reporter au chapitre 3, section 2, sous-section 1.

voire d'un *effet doudou*<sup>910</sup>. *L'Envol*, par son abstraction et sa nouveauté, ne peut fatalement renvoyer à autre chose que lui-même, à une personne l'ayant déjà suffisamment porté pour y avoir été associée au sein de la mémoire d'un sujet, à un souvenir que son odeur aurait permis d'encoder, ou encore à un morceau de monde, subsistant à notre portée dans l'espoir d'être finalement saisi. Contrairement à la véritable odeur des choses, et tant que n'ayant été mémoriellement associé à des personnes ou événements, un parfum ne peut que se flatter lui-même, sa structure, son écriture, sa performance et ce faisant, trahir par une transparence simultanément physique et visuelle, son opacité d'interaction, son discours à sens unique et plus avant, sa stérilité résonante. Déconvenue dont la perception se propage dès lors à l'ensemble de l'installation, dénonçant sous sa transparence visuelle, une opacité physique du cube telle que le sujet peut voir à travers lui sans pour autant pouvoir le traverser. La structure se révèle ainsi une cage, littéralement incapable de communiquer avec l'extérieur au risque de s'auto-destituer comme cadre d'expérience, le jus composé dénonçant alors le caractère hétérotopique<sup>911</sup> d'OSNI.1, l'hétérogénéité des concepts d'hétérotopie et de résonance et plus avant, l'inadéquation de la conception du musée comme hétérotopie<sup>912</sup> avec la perspective de son devenir olfactif. Le choix d'un jus composé transforme donc littéralement l'installation en écran<sup>913</sup> de fumée où ne s'expérimente de l'orgasme que l'ascension, et à la sortie duquel le sujet ne parvient nécessairement à percevoir le monde avec davantage de sagacité.

Ce faisant, bien qu'OSNI.1 ne performe à lui seul la desserte du phénomène de résonance, l'édification de son exemple permet d'en poursuivre ultérieurement la quête, contribuant à l'enrichissement des réflexions afférentes au développement des dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source, par sa maîtrise de propagation des odorants d'une part, mais également par ses modulations de températures. Bien qu'ayant initialement vocation à maintenir le nuage en suspension, et non à favoriser l'exaltation de ses odorants, comme dans l'absolu, la ventilation a pour première vocation de renouveler l'air d'une pièce et non de la désodoriser, la stratification de l'air du cube par articulation de ses taux de chaleur et humidité,

---

<sup>910</sup> Se reporter au chapitre 4, section 1.

<sup>911</sup> FOUCAULT Michel, « Des espaces autres », *Dits et écrits*, Gallimard, Paris, 1994, pp. 752-762. Les hétérotopies sont des localisations physiques de l'utopie comprise comme représentation d'une société idéale, ce sont des espaces concrets situés en marge et abritant l'imaginaire.

<sup>912</sup> Ce que propose Jérôme Glicenstein dans *L'art : une histoire d'exposition*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016, p. 42.

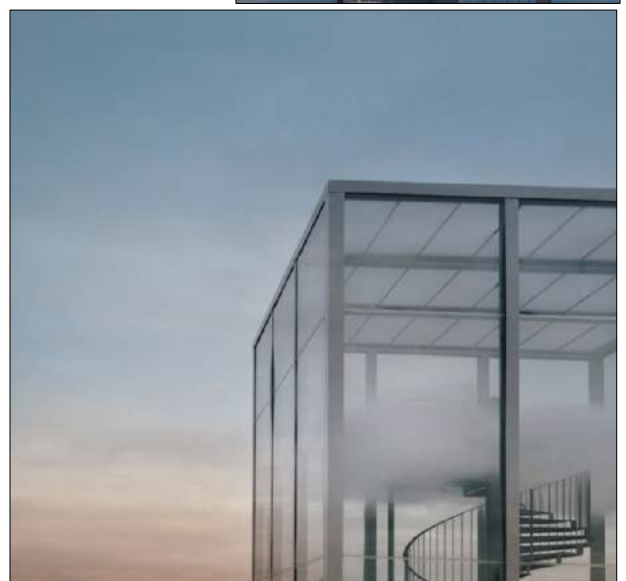
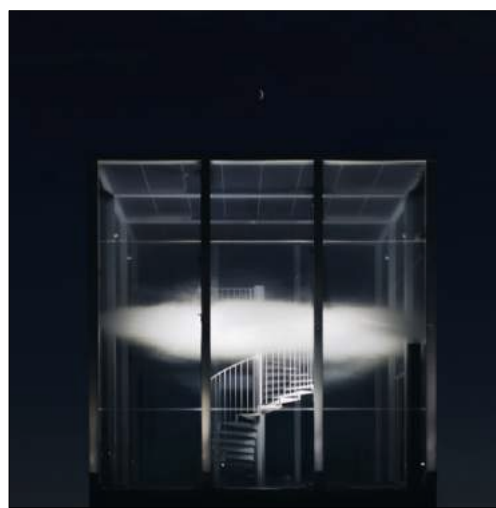
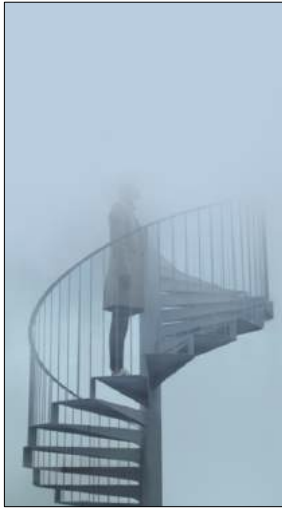
<sup>913</sup> Se reporter au chapitre 1, section 1.

comme la ventilation, remplit accidentellement la seconde vocation en œuvrant à la satisfaction de la première. Ainsi, la chaleur s'avérant nécessaire au maintien du niveau de flottaison de la nuée, permet également et fortuitement, l'optimisation de son potentiel odorant pour appréhension, invitant ainsi à concevoir les modalités d'insertion d'un facteur chaleur dans les paramètres des dispositifs supposés favoriser l'appréhension de la dimension olfactive des objets résonants, afin d'en optimiser la performance mais également de concrétiser la perspective d'un devenir olfactif des musées. Le conduit visant le véhicule de flux d'air servant le transport, à l'activation de ces dispositifs par un sujet confrontant leurs vitrines, et jusqu'à son nez, des molécules odorantes antérieurement exhalées par un artefact et condensées par un habitacle – dont j'évoquais précédemment qu'OSNI.1 constitue par ailleurs une image à grande échelle – pourrait en effet privilégier la circulation d'un air chaud à la faveur d'une meilleure extraction des odorants, ainsi que d'une plus grande exaltation de leur saillance perçue. La température d'un air brièvement projeté ne menaçant a priori l'état de conservation des objets, il convient toutefois d'anticiper la propension d'un air chaud à œuvrer à l'exaltation d'une dimension olfactive au détriment de son économie, un artefact étant ainsi desservi par un air chaud encourageant de devenir plus rapidement inodore qu'un artefact desservi par un air à température ambiante. Ce faisant, les enseignements d'OSNI.1 conduisent l'avènement d'une interrogation relative à la modalité d'appréhension de la dimension olfactive des objets résonants devant être privilégiée afin de conduire le devenir olfactif des musées. Cette décision pouvant en partie s'affranchir des impératifs afférents à la conservation, les repérages odorants et consultations olfactives exécutés à l'occasion de cette thèse ayant en effet démontré que la préservation de l'odeur des objets importe en réalité peu aux professionnels de musée, elle doit être principalement mûrie en regard du sentiment d'efficacité personnelle devant être insufflé au visiteur par la performance des dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source<sup>914</sup>. Optimale et unique, ténue et réitérable, quelle modalité d'appréhension de la dimension olfactive des objets résonants par un visiteur, permettrait d'acheminer en lui le plus grand sentiment d'efficacité personnelle ?

---

<sup>914</sup> Se reporter au chapitre 4, section 3.





## 8. LE SENTIMENT D'EFFICACITE PERSONNELLE AU GRAND MUSEE DU PARFUM

### 8.1 L'ENQUETE

J'évoquais précédemment que la faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur, par un dispositif olfactif, peut s'agencer dans l'articulation de la problématique existentielle de base du sujet et des effets odorants modulés par les diffusions et propagations afférentes au système<sup>915</sup>, mais également que cette capacité pourrait être estimée au recours d'une méthode d'enquête éactive par entretiens en « re-situ subjectif » ayant été conçue par Schmitt pour le laboratoire DeVisu, et que la nature de la source odorante n'entravant enfin nullement l'intégrité d'un tel examen, une application de la méthode REMIND (Reviviscence, Experience, Emotions, sEnse MakINg micro Dynamics)<sup>916</sup> fut opérée au Grand musée du parfum le 13 février 2018, afin d'évaluer la capacité de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle par les dispositifs de l'établissement, lesquels exprimaient, sans exception, le choix d'une appréhension olfactive ténue et réitérable<sup>917</sup>.

Au cours de cette intervention, sept personnes furent enquêtées, dont six se trouvaient en binômes : Isaac et sa compagne Myriam, tous deux résidants d'Île de France, Madeline et le jeune Francis, deux américains en visite à Paris, Marie et son amie Anna, résidant en province et se trouvant à Paris pour quelques jours, ainsi que Geisa, brésilienne en déplacement professionnel. La modestie numérique de cet échantillon pouvant dans un premier temps conduire à douter de sa pertinence, il importe de préciser que l'utilisabilité d'un dispositif peut être convenablement évaluée au cours d'une enquête dès la participation de trois à quatre visiteurs<sup>918</sup>. Lorsque les enquêtés réalisent leur visite à deux, une seule personne est équipée de l'*eye-tracker*, tandis que l'entretien en re-situ subjectif s'adresse simultanément aux deux sujets. Dans le cadre de notre enquête, seuls Isaac, Madeline, Marie et Geisa furent donc

---

<sup>915</sup> Se reporter au chapitre 4, section 3.

<sup>916</sup> SCHMITT Daniel, AUBERT Olivier, « REMIND : une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées, Europia*, n°17, 2007, pp. 43-70.

<sup>917</sup> Se reporter au chapitre 4, section 4, sous-section 5.

<sup>918</sup> TULLIS Tom, ALBERT Bill, *Measuring the user experience: collection, analyzing and presenting usability metrics*, Morgan Kaufmann, Burlington, 2008, p. 17.

équipés<sup>919</sup>. L'ensemble des enquêtés découvrant plus avant pour la première fois le Grand musée du parfum, l'analyse successive de la retranscription de leurs entretiens – comprenant les valences émotionnelles qu'il leur fut régulièrement demandé d'exprimer sur une échelle allant de - 3 à +3, 0 étant neutre – favorisa, par mise en regard des questions ayant été attribuées par Rosa<sup>920</sup> quant à la distinction des différentes problématiques existentielles de base<sup>921</sup>, la supposition de celles ayant respectivement mobilisé la visite de chacun des sujets<sup>922</sup>. Interrogé quant au fait qu'il soit parvenu à identifier la plupart des odeurs véhiculées par les dispositifs du musée, Isaac répond : « *j'ai découvert beaucoup de choses différentes du reste de ma vie* » et précise : « *chaque fois que je découvre quelque chose, je suis heureux comme un enfant* ». L'appréhension d'une chose inconnue semblant ainsi susciter chez lui l'interrogation du potentiel exaltant de cette nouveauté, Isaac paraît se mouvoir sous l'effet d'une problématique existentielle de base afférente à la *stimulation*. Questionnée quant au motif de leur visite, Madeline répond pour sa part : « *nous sommes venus parce que je pensais que ce musée serait interactif et que cela pourrait plaire à Francis, mais le parfum ne m'intéresse pas particulièrement* »<sup>923</sup>. L'appréhension d'une chose nouvelle semblant dès lors susciter chez elle l'interrogation du caractère opportun de cette inconnue, Madeline paraît se mouvoir sous l'effet d'une problématique existentielle de base afférente à l'*adaptation*. Également questionnée sur le motif de sa venue, Marie répond que son activité professionnelle consiste à « *cultiver des plantes aromatiques* » et que cette visite était pour elle l'occasion de « *voir ce qui existe* ». L'appréhension des contenus proposés par le musée semblant viser la validation de ses connaissances, comme la satisfaction exprimée quant à la découverte, au sein du parcours, d'un espace consacré à la présentation du vinaigre des quatre voleurs, qui est « une recette très

---

<sup>919</sup> Se reporter à l'annexe n°6.

<sup>920</sup> ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018, p. 161.

<sup>921</sup> SCHULZE Gerhard, *Die Erlebnisgesellschaft : Kultursoziologie der Gegenwart*, Campus Verlag, Francfort-sur-le-Main, Allemagne, 1992, p. 232. « *Ce que nous entendons par le concept de problématique existentielle de base se précise dès que l'on représente l'ensemble des actions, des pensées et des émotions d'une personne sur un long laps de temps. Les nombreuses orientations que nous suivons, selon les situations, quand nous vaquons à notre travail, consommons, entretenons notre vie sociale etc, renferment de façon implicite une réponse globale à la question de savoir à quelle fin nous vivons. Il existe une corrélation à peine consciente, intuitive, entre les innombrables activités qui s'enchainent et se superposent dans notre vie quotidienne et notre attitude fondamentale vis-à-vis du sens même de la vie.* »

<sup>922</sup> Se reporter au chapitre 4, section 2.

<sup>923</sup> Traduction proposée de « *I just came because I thought it could be an interactive museum and I thought Francis could enjoy it, so we came, but I am not very interested in perfume.* »

traditionnelle » de la région dans laquelle elle vit, tend notamment à le suggérer, Marie paraît se mouvoir sous l'effet d'une problématique existentielle de base afférente à la *mise à l'épreuve*. Geisa évoque enfin qu'elle est venue visiter le Grand musée du parfum pour « *vivre des expériences sensorielles* » et précise en fin d'entretien : « *je ne savais pas que j'avais la sensibilité pour reconnaître des parfums, parce qu'il y a des gens qui ne peuvent pas sentir les parfums, parce qu'il y a des trucs, on ne sait pas, ils hésitent quelque chose comme ça, et moi j'ai senti tous les parfums, les odeurs, l'ambiance voilà, c'était très positif* ». L'appréhension d'une chose inconnue semblant ainsi susciter chez elle l'interrogation du potentiel édifiant de cette nouveauté, Geisa paraît se mouvoir sous l'effet d'une problématique existentielle de base afférente à l'*expérience de soi*.



*Exemple de vasques se trouvant au niveau -1 du Grand musée du parfum*

Au sous-sol, où commence le parcours de visite du musée, le premier dispositif donné à sentir se présente comme une vasque à l'intérieur de laquelle se voit diffusée une composition évoquant l'odeur de la myrrhe. Bien que Myriam affirme que « *ça sentait* », Isaac ne perçoit ici aucune odeur, vaquant au reste de la salle et s'adonnant à l'activation d'autres vasques, il revient pourtant régulièrement à celle-ci, s'y présentant en tout quatre fois afin de voir « *si ça marche* ». La mobilisation d'un *effet de disparition* par un dispositif olfactif semblant ainsi susciter chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à la *stimulation*, une impression de frustration desservant sans doute, un sentiment d'efficacité personnelle relativement faible. Lorsque Marie se penche sur ce système, elle ne perçoit à son tour aucune odeur, et s'adonne également à l'activation répétée du dispositif sans parvenir à plus de résultat. Anne, bien qu'ayant dû pour cela mettre son nez « *carrément au fond* », lui affirmant pourtant que l'odeur de myrrhe est agréable, Marie se dit déçue d'elle-même, venant à conclure que son nez ne fonctionne pas bien. La mobilisation répétée d'un *effet de disparition* semblant dès lors susciter chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à la *mise à l'épreuve*, une impression d'échec, desservant également un faible sentiment d'efficacité personnelle. Quant à cette même vasque, Madeline affirme n'avoir également rien senti mais poursuivi sa visite sans insister, un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à l'*adaptation* semblant donc pouvoir répondre à un *effet de disparition* par de l'indifférence, conduisant ce faisant une

certainne neutralisation de l'établissement d'un sentiment d'efficacité personnelle, ce dernier requérant en effet que le sujet s'investisse à minima dans l'acheminement d'une action. Geisa mentionne pour sa part la perception d'une odeur qualifiée de « très forte », ayant été assimilée comme étant celle du gaz, et l'ayant ramenée à un souvenir désagréable de sa vie. Le système de la vasque à la myrrhe semble alors mobiliser chez elle des effets d'*envahissement*, de *madeleine* et de *sensibilisation*, vis à vis desquels, un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à l'*expérience de soi* peut a priori ménager un espace de réception tolérante, la réaction de Geisa n'ayant pas été de rejeter radicalement l'odeur, mais de revenir plus tard afin d'évaluer si son émotion à son égard avait changé. Cette initiative n'ayant pourtant suffi à lui rendre l'effluve agréable, elle attribue à cette première expérience une valence hédonique négative. Ce faisant, l'estimation de la faculté de ménagement, par ce premier dispositif de diffusion, d'un sentiment d'efficacité personnelle chez le visiteur peut être restituée par le tableau suivant :

	<i>Dispositif de la vasque à la myrrhe</i>	
	<i>Effets odorants modulés</i>	<i>Sentiment efficacité personnelle suscité</i>
<i>PEB Stimulation</i>	Disparition	Frustration (0)
<i>PEB Adaptation</i>	Disparition	Indifférence (0)
<i>PEB Mise à l'épreuve</i>	Disparition	Échec (-1)
<i>PEB Expérience de soi</i>	Envahissement Madeleine Sensibilisation	Coopération (-1)

Au premier étage, trois vaporisateurs à poires restituent à l'appréhension l'effluve de matières premières entrant en parfumerie dans la composition d'une odeur de rose : l'alcool phényléthylique, le clou de girofle et la citronnelle. Isaac les active à tour de rôle, affirme avoir reconnu l'ensemble des odeurs, indexant ainsi un *effet de mélodie*, puis souligne qu'avant de poursuivre sa visite, il s'est à nouveau adonné à l'appréhension de l'alcool phényléthylique afin de « garder la bonne odeur dans son nez »,



*Vaporisateurs à poires se trouvant au niveau +1 du Grand musée du parfum*

suggérant plus avant un *effet d'attraction*, tous deux semblant dès lors susciter chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à la *stimulation*, une sensation de plaisir, voire de gourmandise, desservant un sentiment d'efficacité personnelle présumé en hausse. Geisa interagit à son tour avec l'ensemble des systèmes, évoque ne pas se souvenir de l'odeur du clou de girofle, mais avoir reconnu celles de l'alcool phényléthylique et de la citronnelle, cette dernière n'ayant par ailleurs été identifiée comme telle, mais comme étant celle du « *répulsif à moustiques* ». Entrevoir que cet effluve puisse plus avant participer à la création d'une odeur de rose surprend puis amuse Geisa, sa réaction suggérant la succession d'un *effet de discordance* puis d'un *effet de conditionnement évaluatif* laissant entrevoir, chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *l'expérience de soi*, un état de porosité confiante maintenant stable, l'avènement d'un sentiment d'efficacité personnelle positif. Les binômes de Marie et Anne et de Madeline et Francis ne s'étant pas ou trop peu investis dans l'appréhension de ce dispositif, l'évaluation de sa faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle peut être résumée par le tableau suivant :

	<i>Vaporisateurs à poires</i>	
	<i>Effets odorants modulés</i>	<i>Sentiment efficacité personnelle suscitée</i>
<i>PEB Stimulation</i>	Mélodie Attraction	Gourmandise (+3)
<i>PEB Expérience de soi</i>	Discordance Conditionnement évaluatif	Porosité confiante (+3)



*Diffuseurs se trouvant au niveau +1 du  
Grand musée du parfum*

Quelques mètres plus loin, deux diffuseurs offrent à la découverte des molécules odorantes nécessitant, afin d'être perçues, un récepteur olfactif dont nous ne sommes pas tous dotés. Il en résulte que certaines personnes les perçoivent, et d'autres non. Il s'agit des muscs de synthèse et des phéromones. Chaque système est relié à une interface numérique permettant au sujet d'activer la diffusion, puis

d'indiquer s'il a, ou non, senti quelque chose, le scénario d'expérience voulant que des « félicitations » lui soient adressées par l'interface quelle que soit la nature de sa réponse.



Devant ce système, Marie ne veut pas se précipiter, elle observe la manière dont les visiteurs actionnent le dispositif pour comprendre son fonctionnement avant de s’engager. Après avoir interagi avec les deux appareils, elle dit être parvenue à sentir l’ensemble des effluves et se réjouit de constater que son nez fonctionne finalement convenablement, d’autant plus que « *tout le monde ne peut a priori sentir ces odeurs* ». La succession ainsi suggérée d’effets de *récupération* et de *mélodie* laissant entrevoir, chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *la mise à l’épreuve*, une impression de soulagement suggérant une hausse du sentiment d’efficacité personnelle et ce, malgré la nature « *pas très agréable* » des senteurs appréhendées. A son tour, Geisa observe un temps d’analyse du mécanisme avant de s’adonner à son activation, mentionne avoir senti les deux odeurs, et particulièrement apprécié les « *félicitations* » qui lui furent adressées lorsqu’elle l’indiqua. Elle évoque également avec beaucoup d’émotion que l’appréhension de l’odeur indiquée comme étant celle des phéromones l’a ramenée à un souvenir d’enfance et plus particulièrement, à sa grand-mère, dont elle dit : « *elle m’a donné beaucoup de souvenirs positifs surtout pour les expériences sensorielles parce que sur son miroir qu’elle avait dans sa chambre il y avait des flacons pour chaque occasion, donc j’ai pensé à ma grand-mère, c’était incroyable* ». La succession des effets de *mélodie*, de *madeleine* et de *doudou* tendant ainsi à exalter, chez un sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *l’expérience de soi*, un sentiment d’efficacité personnelle particulièrement fort puisque Geisa indexe une valence hédonique supérieure à l’échelle lui ayant été indiquée en début d’entretien. Exaltation dont il est plus avant permis de présumer de la nature résonante puisque dans l’odeur véhiculée par ce dispositif, transparait le souvenir de la grand-mère de Geisa avec lequel il lui fut possible d’interagir, l’espace d’un bref instant. Les binômes d’Isaac et Myriam et de Madeline et Francis ne s’étant pas ou trop peu investis dans l’appréhension de ce dispositif, l’évaluation de sa faculté de ménagement d’un sentiment d’efficacité personnelle peut être résumée par le tableau suivant :

	<i>Diffuseurs muscs synthétiques et phéromones</i>	
	<i>Effets odorants modulés</i>	<i>Sentiment efficacité personnelle suscité</i>
<i>PEB Mise à l’épreuve</i>	Récupération Mélodie	Soulagement (+)
<i>PEB Expérience de soi</i>	Mélodie Madeleine Doudou	Résonance (+4)

Toujours au premier étage, se trouve l'installation « Jardin des senteurs », dont le scénario d'expérience consiste à passer la main devant la corolle que l'on souhaite sentir, afin d'actionner un détecteur de mouvement enclenchant à son tour, la diffusion d'une senteur combinée à l'éclairage, en négatif, d'une image suggérant la nature de l'effluve. Arrivés dans la salle dédiée à cette installation, Isaac déduit, par



*Jardin des senteurs se trouvant au niveau +1 du Grand musée du parfum*

observation du comportement des autres visiteurs, le fonctionnement du dispositif puis l'explique à Myriam. Cette dernière sent alors l'intégralité des corolles proposées en indiquant progressivement la nature des odeurs perçues à Isaac afin qu'il puisse sélectionner, en fonction, celles qu'il souhaite également sentir. Passant alors devant une corolle dont l'image, pourtant supposée évoquer la pâte à tartiner, lui suggère de la fondue à fromage, Isaac entreprend de quitter la pièce avant que l'odeur ne parvienne jusqu'à lui, exprimant un *effet de répulsion* tel que : « *j'ai vu du fromage, j'ai dit je laisse tomber, je suis allergique au fromage* ». Interrogé quant au reste des odeurs appréhendées au contact de ce dispositif, il répond n'avoir rien senti des quelques corolles devant lesquelles il s'est arrêté, témoignant ainsi d'un nouvel *effet de disparition*, initiant pourtant l'attribution d'une valence positive à cette expérience, dont l'originalité mentionnée semble avoir malgré tout combler les attentes d'Isaac, ce dernier faisant dès lors démonstration d'une capacité de résilience du sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *la stimulation* desservant plus avant, le maintien positif de son sentiment d'efficacité personnelle. Reproduisant le même schéma lors de leur arrivée devant l'installation, Francis explique à Madeline la manière dont semblent se déclencher les différents systèmes. Malgré ses indications, elle évoque n'être pas parvenue à sentir l'ensemble des corolles qu'elle entreprit d'actionner, suggérant à son tour la perception d'un *effet de disparition* initiant pourtant, l'attribution d'une valence positive à cette expérience en ce qu'elle fut l'occasion d'un échange avec Francis. Semblable réaction laisse entrevoir une capacité d'interaction du sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *l'adaptation*, témoignant de son implication dans l'acheminement d'une action et ce faisant, d'une hausse de son sentiment d'efficacité personnelle. Geisa et le binôme de Marie et Anne n'ayant pu poursuivre leur visite jusqu'à l'appréhension de ce dispositif, l'évaluation de sa



faculté de ménagement d'un sentiment d'efficacité personnelle peut être plus avant retranscrite par le tableau suivant :

	<i>Jardin des senteurs</i>	
	<i>Effets odorants modulés</i>	<i>Sentiment efficacité personnelle suscité</i>
<i>PEB Stimulation</i>	Disparition Répulsion	Résilience (+3)
<i>PEB Adaptation</i>	Disparition	Interaction (+1)



*Scent drop se trouvant au niveau +2 du Grand musée du parfum*

Au deuxième étage se trouve enfin l'installation « Scent drop » dont le scénario d'expérience consiste à saisir la sphère de son choix, à la porter à son nez pour sentir l'odeur qu'elle contient, puis à son oreille afin d'écouter une présentation sonore de l'ingrédient. S'adonnant à la découverte de ce dispositif, Isaac et Myriam mentionnent que les sphères leur semblaient chaudes au toucher, comme si elles avaient été intentionnellement chauffées pour faire sentir les odeurs autrement. L'un à la suite de l'autre, ils essaient l'ensemble des dispositifs, Myriam sentant la première puis transmettant la sphère à Isaac avant d'en saisir une

autre. Elle évoque avoir reconnu quelques ingrédients tandis que lui, n'ayant compris comment programmer en français la langue des présentations sonores, dit n'en avoir reconnu aucun, rendant ainsi compte d'une succession d'*effets d'irruption* dont la valence hédonique fut à nouveau encodée positivement compte tenu de l'originalité du dispositif. Cette réaction suggère le maintien de l'état de résilience précédemment constaté quant au sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *la stimulation* et plus avant, le maintien de son sentiment d'efficacité personnelle. Découvrant l'installation, Madeline et Francis s'adonnent à leur tour à la découverte de la plupart des sphères, ils les sentent puis écoutent les présentations sonores en anglais, rendant ainsi compte d'un *effet de mélodie* ayant successivement été encodé de manière neutre par Madeline lors de l'entretien, en ce qu'elle ne parvenait plus à se souvenir de ce qu'elle avait perçu quelques instants auparavant. Son attitude indexe un retour à

l'indifférence ayant été relevée en début de parcours chez le sujet répondant à une problématique existentielle de base afférente à *l'adaptation* et ce faisant, une nouvelle mise en suspens de l'établissement de son sentiment d'efficacité personnelle. L'évaluation de la faculté de ménagement de ce dernier par l'installation « Scent drop » peut donc être restituée par le tableau suivant :

	<i>Scent drop</i>	
	<i>Effets odorants modulés</i>	<i>Sentiment efficacité personnelle suscité</i>
<i>PEB Stimulation</i>	Irruption	Résilience (+3)
<i>PEB Adaptation</i>	Mélodie	Indifférence (0)

## 8.2 LE BILAN

A terme, l'issue de l'enquête REMIND menée au Grand musée du parfum permet ainsi la mise en saillance d'un important nombre de correspondances subsistant entre les effets odorants mobilisés par les dispositifs olfactifs, la problématique existentielle de base du sujet au moment de l'interaction, et les modalités d'acheminement d'un sentiment d'efficacité personnelle au cours de la médiation. La première réitère l'importance devant être accordée au choix de la modalité d'appréhension d'une dimension olfactive afin d'optimiser sa capacité à laisser cours au déploiement d'un sentiment d'efficacité personnelle chez le sujet. Sur une dizaine d'effets odorants s'étant manifestés au cours de l'enquête, seuls s'avèrent en effet communs à l'ensemble des problématiques existentielles de base incarnées par les visiteurs, ceux à dominante dynamique relatifs à la durée soit, aux modalités de diffusion des odorants. Devant le système de la vasque à la myrrhe, Isaac, Marie et Madeline font communément constat d'un *effet de disparition* soit, d'une non-appréhension de l'odeur résistant à une vigilance olfactive soutenue, inversement, devant les diffuseurs de muscs synthétiques et de phéromones, Marie et Geisa rendent toutes deux compte d'un *effet de mélodie* soit, d'un repérage harmonieux favorisé entre les différents effluves. Le choix de la modalité d'appréhension d'une dimension olfactive tire donc son importance du fait qu'il soit le dénominateur commun de tous les cours d'expérience pouvant successivement se déployer dans son sillage et subir dès lors, les infléchissements propres aux différentes problématiques existentielles de base.

Compte tenu du degré d'ouverture sous-tendu par les PEB afférentes à *la stimulation* et *l'expérience de soi*, ces dernières peuvent être successivement indexées comme étant les plus favorables à l'appréhension tolérante d'effets odorants de nature variée. Au cours de sa visite, Isaac s'adonne en effet à l'appréhension de cinq effets odorants qu'il n'encode pas négativement au moment de l'entretien, malgré l'inconfort et le déplaisir mentionnés à l'égard de certains d'eux. Il souhaite en effet que l'expérience lui plaise. Lorsque la performance sensorielle des dispositifs échoue par conséquent à lui procurer du plaisir, il s'en remet à l'originalité des scénarios d'expérience afin de maintenir une valence hédonique positive, et fait ainsi preuve de résilience. Geisa s'adonne pour sa part à l'appréhension de six effets odorants dont seul le premier fut encodé négativement au moment de l'entretien, les autres ayant successivement fait l'objet d'une réception plus tolérante. Elle souhaite en effet avant tout que l'expérience la touche, et suite à l'appréhension de la vasque à la myrrhe, conçoit la possibilité que les odeurs puissent simultanément le faire de manières positive et négative.

Acceptant cette perspective, elle fait ainsi preuve de coopération, s'adonne à une plus grande porosité, et signale en montant les escaliers menant au premier étage qu'elle se prépare à « vivre de vraies expériences sensorielles ». Deux dispositifs plus loin, elle évoque les yeux mouillés au moment de l'entretien, avoir entrevu le souvenir de sa grand-mère dans la diffusion du dispositif afférent aux phéromones.

Les PEB relatives à *l'adaptation* ainsi qu'à *la mise à l'épreuve* sous-tendent quant à elles un moindre degré d'ouverture du sujet, une nature restreinte des effets odorants perçus et ce faisant, un établissement binaire du sentiment d'efficacité personnelle. Au fil de son parcours, Marie ne s'adonne en effet à l'appréhension que de trois effets odorants, dont le premier fut encodé négativement et les deux autres, positivement afin de le compenser. Attendant avant tout de sa visite qu'elle légitime les connaissances afférentes à son activité professionnelle, la première impression d'échec suscitée par l'appréhension de la vasque à la myrrhe conduit successivement Marie à s'investir intellectuellement à chaque étape de sa visite, afin de lier sa profession aux contenus proposés par le musée, mais également à faire preuve de beaucoup de précaution quant à la rencontre des dispositifs olfactifs à venir, comme si chaque nouvelle interaction menaçait de mettre à nouveau en péril son sentiment d'efficacité personnelle. Prenant le contre-pied de son exemple, Madeline ne s'adonne pour sa part à l'appréhension que de deux effets odorants, tous deux encodés de manière neutre en ce que sa visite ne fut pas initialement motivée par un intérêt personnel pour le parfum, mais par l'espoir que la proposition scénographique et interactive de l'établissement parvienne à plaire au jeune garçon l'accompagnant. Chaumier et Mairesse écrivent que « *pour que la médiation fonctionne, il faut que les participants qui s'y adonnent soient volontaires et motivés* »<sup>924</sup> or ici, le non-investissement de Madeline dans la rencontre des dispositifs n'a pas seulement pour effet d'entraver le scénario d'expérience prévu par la médiation, mais également de suspendre l'établissement d'un sentiment d'efficacité personnelle durant la quasi-totalité de son parcours de visite. Ce faisant, l'ensemble des cours d'expérience appréhendés à l'occasion de cette enquête peuvent être restitués par le tableau suivant :

---

<sup>924</sup> CHAUMIER Serge, MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Armand Colin, Paris, 2013, p. 73.

	<i>Stimulation</i>	<i>Expérience de soi</i>	<i>Mise à l'épreuve</i>	<i>Adaptation</i>
<i>Disparition</i>	Frustration puis résilience		Échec	Indifférence puis interaction
<i>Mélodie</i>	Satisfaction		Soulagement	Indifférence
<i>Récupération</i>			Soulagement	
<i>Madeleine</i>		Le gaz		
<i>Doudou</i>		Sa grand-mère		
<i>Sensibilisation</i>		Coopération		
<i>Attraction</i>	Gourmandise			
<i>Répulsion</i>	Résilience			
<i>Discordance</i>		Tolérance		
<i>Irruption</i>	Résilience			
<i>Envahissement</i>		Coopération		
<i>Conditionnement évaluatif</i>		Tolérance		

REMIND se présente dès lors comme une méthode adaptée à la compréhension des modalités d'établissement d'un sentiment d'efficacité personnelle chez un sujet, par l'interaction agencée de sa problématique existentielle de base au moment de la visite avec les effets odorants modulés par les dispositifs olfactifs structurant la proposition de médiation sensorielle. La répétition de ce genre d'enquête pourrait en effet conduire à plus long terme une optimisation concrète des interactions olfactives permises en contexte muséal, le public cible d'une programmation pouvant dès lors être traduit en termes de PEB afin que soient déterminés les effets odorants les plus à même à desservir chez lui, l'avènement d'un sentiment d'efficacité personnelle, voire de résonance, et que soit ainsi orienté le développement des dispositifs olfactifs afférents à l'évènement.

Ce faisant, deux nuances doivent être pourtant soulignées. La première consiste en ce que REMIND permet de saisir la nature de l'opérativité de la relation nouée entre visiteur et dispositifs par la réalisation d'un entretien en re-situ subjectif au cours duquel, le sujet est invité à mettre en mots son cours d'expérience. D'ordinaire, la notion de « description symbolique acceptable » introduite par Varela<sup>925</sup> permet de faire valoir sur un plan scientifique les informations ayant été collectées par ce biais, mais le cas d'une reviviscence olfactive s'expose à nouveau ici au fait qu'il n'existe pas de vocabulaire communément partagé pour parler des

---

<sup>925</sup> VARELA Francisco, *Autonomie et connaissance : Essai sur le vivant*, Seuil, Paris, 1989.

odeurs et qu'en conséquence, « *chaque mot modifie l'objet* »<sup>926</sup>. Or, pour qu'une description symbolique soit acceptable, le visiteur doit parvenir à condenser dans le domaine linguistique, et par des symboles partagés par une communauté, les régularités de ses interactions internes ou externes, ce qui ne fut pas sans quelques difficultés pour nos enquêtés. Ainsi, si REMIND se présente comme une méthode habilitée à la compréhension de l'expérience olfactive en contexte de visite, la recevabilité scientifique des descriptions ayant été fournies par les sujets au cours de l'enquête ne peut à l'heure actuelle, faire l'objet de la moindre certitude.

La seconde nuance consiste en un doute émis quant au changement d'encodage des *effets de disparition* ayant été opéré par deux visiteurs au fil de leur parcours, passant d'une valence négative à une valence positive, amenant la suspicion d'une projection de souvenirs olfactifs actualisés, consciemment ou inconsciemment déployée afin de répondre aux déconvenues et obstination à sentir mobilisées par la vasque à la myrrhe, et pouvant illustrer les décalages subsistant entre ce qui est attendu par une institution et l'expérience intime de chaque visiteur soit, la manière dont un dispositif ne réalise jamais parfaitement sa fonction<sup>927</sup>. Exprimer à deux reprises des perceptions odorantes ne correspondant aux informations que nous détenions quant aux effluves factuellement diffusés par les dispositifs du musée et la programmation temporaire « Subodore »<sup>928</sup>, Isaac fut le principal agitateur de ce doute. Succédant l'*effet de disparition* éprouvé quant à l'appréhension de la myrrhe<sup>929</sup>, il s'adonne en effet à celle du

---

<sup>926</sup>BEAULIEU Denyse, « Conversation avec Nicolas Bourriaud : Quels instruments façonner pour penser en tant qu'œuvre le parfum, objet insaisissable par nature ? », *Nez la revue olfactive*, n°1, 2016, p. 105.

<sup>927</sup>SCHMITT Daniel, « L'énaction, un cadre épistémologique fécond pour la recherche en SIC » *Les Cahiers du numérique*, n°2, 2018, p. 95.

<sup>928</sup> Initialement présentée dans les jardins du Palais-Royal du 28 août au 21 septembre 2017, cette exposition vise la restitution par le biais des odeurs de la mémoire des personnages ayant contribué au rythme de la vie du Palais. En dix histoires olfactives exhalées dans des sphères de terre cuite installées galerie d'Orléans, Chantal Sanier propose l'évocation de figures emblématiques telles que Richelieu, Louis XIV, Anne d'Autriche, Monsieur, la princesse Palatine, Molière, le Régent, mademoiselle Montansier, Camille Desmoulins et Philippe Égalité, par association de parfums composés par ses soins à partir d'ingrédients d'origine exclusivement naturelle

<sup>929</sup> Se reporter à l'annexe n°6. « *Je n'ai rien senti. Ah rien, mais vous allez le voir je reviens à chaque fois essayer pour voir si ça marche ou pas. Là je vais partir, je vais sentir cette odeur, je vais plus loin, je viens re-sentir l'autre et vous avez vu, je reviens et je refais. Je me dis que peut-être qu'il ne faut pas l'activer avec le doigt alors j'essaie avec la main, mais ça ne marche pas.* » [...] « *Je reviens encore pour sentir et je me dis que peut être que l'odeur ne vient pas de là peut être que l'odeur vient d'en bas, j'essaie de comprendre.* » [...] « *Non là c'est bon parce que je suis quand même un peu énervé.* »

Kyphi<sup>930</sup> dont il dit : « *ça ne m'a rien rappelé ni Moïse, ni rien* », puis à celle d'une odeur qu'il affirme avoir reconnue comme étant celle du savon noir « *que les vendeurs marocains ajoutent à l'eau pour la rendre plus fraîche* ». Cette dernière lui évoquant le souvenir de son enfance, il précise au cours de l'entretien ne pas vouloir connaître la nature de l'effluve véritablement diffusé à cet endroit, indexant ainsi une semi-conscience du fait que l'odeur de savon noir n'était a priori pas « la bonne ». A nouveau, au premier étage, il annonce percevoir une senteur lui ayant été indexée par Myriam aux abords de la vitrine traitant de la technique du head space.



*Vitrine du head space se trouvant au niveau+1 du Grand musée du parfum*

Le head space est un procédé permettant de scanner l'empreinte olfactive des matières premières auxquelles les principes d'extraction traditionnels ne peuvent s'appliquer, sa particularité consistant en ce qu'il peut être aussi bien employé pour scanner l'empreinte olfactive d'une fleur fragile comme le muguet, que celle d'un croissant ou de tout autre produit dont on voudrait reproduire l'odeur. Ce faisant, un brin muguet et un croissant en plastique sont présentés dans cette vitrine afin d'illustrer la gamme des applications possibles. A cet endroit, Myriam évoque la détection d'une forte odeur de muguet dont la mention conduit successivement Isaac à confirmer qu'il est également en mesure de la percevoir : « *j'ai senti parce qu'elle m'a dit tiens regarde, sens comme ça sent bon le muguet* ». Or, s'il fut impossible d'estimer l'analogie olfactive de l'odeur proposée par Chantal Sanier dans la sphère où Isaac fit précédemment mention d'une senteur de savon noir, nous savions de manière factuelle qu'aucune diffusion n'était effective à l'endroit où le binôme affirma sentir le muguet. Plusieurs hypothèses peuvent être alors mobilisées quant à l'explication de ce paradoxe et parmi elles, celle afférente à la projection, mue par la perception visuelle du brin de muguet, de souvenirs olfactifs relatifs à cette fleur étant ici actualisés, ne peut être minorée compte tenu du fait qu'elle prévaut par nature la perception sensible de la véritable odeur des choses<sup>931</sup> entravant plus avant, toute

<sup>930</sup> Parfum datant de l'Égypte antique.

<sup>931</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 51. « *L'odorat peut donc compenser l'absence par sa puissance imaginative et en cela, il surpasse tous les autres sens.* »

JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 381, citant CONDILLAC Etienne Bonnot (de), *Traité des sensations*, 1754. « *L'imagination désigne ce degré où la mémoire a tant de force qu'elle nous fait jouir du passé comme s'il était présent. Entre les deux facultés n'existe pas une*

perspective de relation résonante au monde par le biais privilégié de l'odorat. Ce faisant, si la modalité d'appréhension ténue et réitérable d'une senteur conduit un tant soit peu le risque d'une non-perception résultant d'un taux d'exaltation trop faible, et laissant cours à la projection de souvenirs olfactifs actualisés au détriment de la perception sensible de la véritable odeur des choses, elle ne peut être recommandée quant à l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia résonantes, en ce que le sentiment d'efficacité personnelle qu'elle autorise s'avère une simulation se déployant aux dépens d'une authentique interaction avec le monde. La perspective d'un devenir olfactif des musées verra donc les dispositifs olfactifs prenant une muséalie pour source privilégier une modalité d'appréhension optimale et unique, veillant plus avant à l'aménagement des conséquences afférentes à ce choix soit, un devenir évènementiel de la muséalité, dont Jacobi avait en partie présagé l'avènement il y a de cela quelques années<sup>932</sup>.

---

*différence de nature mais de degré. L'imagination reste du registre de la remémoration et se présente comme une subdivision de la mémoire qui mérite une dénomination particulière en vertu de ses effets. La capacité de se remémorer « conserve le nom de mémoire, lorsqu'elle ne rappelle les choses que comme passée, et elle prend le nom d'imagination lorsqu'elle les retrace avec tant de force qu'elles lui paraissent présentes. »*

<sup>932</sup> JACOBI Daniel, « Muséologie et accélération », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 35.



## CONCLUSION

Dans *Les nouvelles tendances de la muséologie*, Jacobi opère, au prisme de l'accélération<sup>933</sup>, une lecture de l'actualité muséale, remettant en question la cohérence des dématérialisation de collections en items numérisés et démultiplication des programmations temporaires accueillies par le musée, avec l'acheminement des premières missions lui étant afférentes à savoir, permettre l'assimilation des connaissances et valeurs transmises par ses « *immenses, uniques et inimitables* »<sup>934</sup> collections. Interrogeant plus avant les perspectives d'avenir de la muséologie, il envisage alors deux voies susceptibles de succéder au paradigme de ce qu'il nomme le « *tout-exposition-temporaire* ». La première serait une transposition d'une logique d'exhibition à une logique événementielle, dans laquelle le musée n'accueillerait plus uniquement des expositions temporaires, mais également des événements tels que des concerts, des conférences, projections de films ou encore ateliers. La deuxième serait une transformation du musée en espace de diffusion de contenus internet par le biais de l'interactivité, où l'on se « *contenterait d'offrir un condensé de ce qu'on pourrait appeler la google-isation de la culture et du savoir* »<sup>935</sup>. Ce faisant, prolongeant la première option en en prenant le contre-pied, l'actualisation résonante de la muséalité de Stránský par le biais privilégié de l'odorat soit, la perspective d'une muséologie olfactive, s'aventure ici à la suggestion d'une troisième voie, dans laquelle le musée n'accueillerait pas davantage d'événementiel, mais tendrait à le devenir lui-même.

L'acheminement de cette alternative, afférente au devenir olfactif des musées, doit en premier lieu procéder à l'identification des muséalia dotées d'un potentiel résonant – soit d'une dimension olfactive laissant transparaître leur environnement d'origine et autorisant à s'y connecter par le biais de son appréhension – et recourt pour cela au croisement d'expertises pouvant être performé par des parfumeurs et conservateurs à l'occasion d'un diagnostic olfactif des collections. Nécessitant que la dimension olfactive de ces objets soit successivement mise à portée de la perception du visiteur, et soit pour cela transposée au sein des espaces d'exposition, un diagnostic olfactique doit être plus avant déployé afin de déterminer les

---

<sup>933</sup> ROSA Hartmut, *Accélération : une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris, 2010.

<sup>934</sup> JACOBI Daniel, « Muséologie et accélération », *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016, p. 38.

<sup>935</sup> Ibid. p. 39.

emplacements s'y avérant les plus propices. Le développement de dispositifs olfactifs prenant une muséologie pour source favoriserait en suivant l'effectivité de l'appréhension de la dimension olfactive des muséalia résonantes par le sujet, veillant au minutieux ajustement de leurs taux d'exaltation à ceux d'exhalaison des objets soit, à la régulation proportionnée des flux d'air chaud mobilisés afin de servir le transport des molécules odorantes afférentes à chaque unité. Les effets odorants structurant leur scénario d'expérience seraient successivement déterminés en fonction des problématiques existentielles de base présumées des visiteurs connus et ciblés par le musée, favorisant ainsi un laisser cours idéal de leur interaction à la desserte en cascade d'un sentiment d'efficacité personnelle, d'une aspiration et ce faisant, d'une initiation du sujet aux modalités d'une relation sagace<sup>936</sup> au monde. Mimant enfin l'acmé de la résonance, cette nouvelle modalité d'appréhension de la réalité muséalisée devrait être agencée sur le modèle d'une fréquence unique, sous-tendant ainsi dans la perspective d'un devenir olfactif des musées, celui de leur devenir évènementiel.

L'issue de la présente recherche permet donc de dégager la perspective d'une muséologie olfactive, émergeant de la transposition du concept de résonance proposé par Rosa à celui de muséologie tel qu'interprété par Stránský, mobilisant la dimension olfactive des objets de collection afin de sensibiliser le visiteur aux manières de les assimiler par son intermédiaire et ce faisant, de se connecter au monde dont ils proviennent. La principale limite entravant l'effectivité de cette nouvelle muséologie réside pour l'heure, en ce que l'intégralité de ses dispositifs doit être pensée, conçue, produite et développée afin de rendre concrète la rencontre de la dimension olfactive des objets de musée avec les dispositions physique et corporelle des sujets. Laissant entrevoir l'ouverture d'un prochain champ de recherche et d'investigation, la mise en suspens de ce paramètre n'entrave toutefois nullement la formulation d'un premier élément de réponse quant à la principale interrogation de ce travail. A la problématique : « En quoi la transposition du concept de résonance proposé par Rosa à celui de muséologie, tel qu'interprété par Stránský, permettrait l'acheminement de ce dernier vers l'avènement d'une

---

<sup>936</sup> JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 357. « Étymologiquement, sagax, désigne celui qui a l'odorat subtil. La sagacité se présente ainsi comme une forme de pénétration d'esprit qui permet de comprendre et de découvrir les choses les plus subtiles. La sagacité est la qualité d'un esprit qui, loin d'avoir besoin d'un arsenal de preuves, perçoit quelques traits suffisants et découvre la vérité seul et par lui-même à l'instar du chien dont l'odorat subtil lui permet de repérer le gîte dissimulé de la bête traquée, une fois qu'il est lancé sur la bonne piste. Le sagace saisit ce qui échappe à la vue, il est capable de déceler l'invisible par le flair. »

muséologie dite « olfactive » ? », il est donc permis de répondre que compte tenu de l'importance accordée par la résonance au rôle des odeurs dans l'équilibre et la pérennité de la relation de l'homme au monde, sa transposition au concept de muséologie semble automatiquement le teindre d'une dimension olfactive importante, cette dernière ne relevant ni de l'odorisation, ni de la parure de l'institution, mais bien de la quintessence du monde et des manières dont il est encore permis à l'homme de s'y engager. Il est donc permis de conclure que la manière dont certains musées se proposent actuellement de mobiliser l'odorat, que ce soit par le parfumage de leurs expositions ou la mise à sentir d'éléments structurant leur médiation, ne laisse entrevoir qu'une part infime et relativement fantaisiste des perspectives d'expérience rendues possibles par le recours à la perception olfactive. Transposé au registre visuel afin de fournir un exemple à cette idée, le choix de l'odorisation pourrait s'apparenter à une modalité de décision scénographique, privilégiant des agencements esthétiquement remarquables, développés pour être photographiés et partagés par les visiteurs sur les réseaux sociaux<sup>937</sup>, au détriment de dispositifs prioritairement conçus pour transmettre le contenu scientifique d'une programmation, et non pour être visuellement surprenants. Ce choix répondrait à un objectif quantitatif relatif à l'accroissement du taux de fréquentation d'une exposition. Convenablement partagée sur les réseaux sociaux, une scénographie esthétiquement remarquable peut effectivement déclencher un effet boule de neige selon lequel, des utilisateurs découvrant sa capture photographique vont se trouver désireux d'en figer une représentation qu'ils pourront à leur tour partager, et vont ainsi se rendre au musée, chose qu'ils n'auraient peut-être pas fait sans cela. Le partage des photographies prises par leurs soins insufflera à d'autres l'envie de les imiter et ainsi de suite : chacun se rend à l'exposition, paie sa place, rentabilise et promeut le musée où se trouve la programmation. Ce dernier y gagne en quantité de visiteurs, mais pas nécessairement en qualité d'attention de leur part, ce que peut à contrario favoriser l'olfaction, et justifier que certains établissements s'essaient en conséquent à l'odorisation. Qu'elle soit présentée comme outil d'inclusion, de distraction ou encore d'immersion, l'annonce de l'odorisation d'une exposition peut en effet maintenir le visiteur alerte lors de sa venue au musée, curieux qu'il se voit alors d'y détecter des senteurs, d'estimer sa capacité à les reconnaître, voire à les nommer. L'odorisation, comme certaines scénographies, apostrophe par la surprise, l'une et les autres trouvant un second point commun en ce qu'elles agissent régulièrement au détriment de l'attention que le visiteur pourrait prêter aux collections d'objets soit, au fait qu'il se trouve dans un musée, et non dans un studio de

---

<sup>937</sup> Comme par exemple, Instagram et Pinterest.

décors se prêtant à la réalisation de selfies<sup>938</sup>, ni dans un grand magasin où le recours au marketing olfactif ne craindrait nullement d'affliger l'intégrité scientifique de l'établissement qui l'emploie<sup>939</sup>. De fait, malgré l'affriolante promesse d'un accroissement de fréquentation permis par leur intermédiaire, modérer le recours à l'odorisation, comme à des scénographies prioritairement pensées pour être partagées sur les réseaux sociaux, semble recommandé afin de ne précipiter davantage sur la voie du parc d'attraction, des établissements muséaux y étant déjà par trop avancés<sup>940</sup>. Il faudrait donc modérer le recours à l'odorisation ou penser autrement la place de l'olfaction au musée, ce que le présent travail s'est efforcé de faire.

Ainsi, la prédiction : « *tout le monde est intimement persuadé que les concepts qui doivent émerger dans les années à venir viendront de l'olfaction* »<sup>941</sup>, formulée par Pierre-Marie Lledo en 2004, n'aurait pas dû être assimilée comme une incitation à la multiplication de programmations parfumées, mais comme une invitation à l'assimilation des singularités olfactives par les différents champs de recherches, ainsi qu'à l'embrassement des perspectives s'ouvrant ainsi à chacun d'eux. Desvallées et Mairesse écrivent entre autres que « *la muséologie sera vraiment établie quand elle rendra le travail muséal indispensable à l'épanouissement humain* »<sup>942</sup> et Faivre, que « *l'homme a besoin de réaccepter sa corporéité, [...] de retisser sa continuité à partir d'empreintes authentiques, [...] de se réaffirmer comme être de désir et d'échapper à l'autisme de masse* »<sup>943</sup>, ce que permettrait en partie le devenir olfactif des musées et son projet d'initiation des sujet aux modalités d'une relation sagace au monde. Il existe donc bien une troisième alternative à l'avenir de la muséologie, celle d'un musée où, respirant plus fort, « *le monde se soulève avec ma poitrine* »<sup>944</sup>, celle d'un musée dont, comme le préconisait

---

<sup>938</sup> DIS Magazine, *Artselfie*, Jean Boîte, 2014, Paris.

<sup>939</sup> DAUCE Bruno, *La diffusion de senteurs d'ambiance dans un lieu commercial*, thèse, Rennes, 2000.

<sup>940</sup> MAIRESSE François, *Le Musée, temple spectaculaire*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 2002.

<sup>941</sup> Cité dans un article de Jean-Yves Nau, *Le Monde*, 6 octobre 2004, p. 23, mentionné par JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010, p. 26.

<sup>942</sup> DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Armand Colin, Paris, 2011, p. 365.

<sup>943</sup> FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013, p. 209.

<sup>944</sup> MICHAUX Henri, « En respirant », *La nuit remue*, Gallimard, Paris, 1967.

déjà Focillon au siècle dernier, apprenant à y sentir avec profondeur, nous ressortirions dotés d'une notion accrue de la vie<sup>945</sup>.

---

<sup>945</sup> FOCILLON Henri, « La conception moderne des musées », *Neuvième congrès international de l'histoire de l'art*, 1921.

# **BIBLIOGRAPHIE**

ABOUDRAR Bruno-Nassim, *Nous n'irons plus au musée*, Aubier, Paris, 1997.

ADJANOHOUN Édouard, *Contribution aux études ethnobotaniques et floristiques en République populaire du Bénin*, Médecine traditionnelle et pharmacopée, Paris, 1989.

ALBERT Jean-Pierre, « L'odeur des autres. À propos de quelques stéréotypes », *Corps normalisé, corps stigmatisé, corps racialisé*, De Boeck Université, Bruxelles, 2007, pp. 77 – 86.

ANZIEU Didier, *Le Moi-peau*, Dunod, Paris, 1995.

ARCE ROSS German, « Destins de l'odeur », *Cliniques méditerranéennes*, n°75, 2007.

AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Payot, Paris, 2007.

ASSOULY Olivier, *Goûts à vendre, Essais sur la captation esthétique*, Regard, Institut Français de la mode, Paris, 2007.

ASSOUN Paul-Laurent, *Le fétichisme, Que sais-je ?* Presses Universitaires de France, Paris, 2002.

AUBAILE-SALLENAVE Françoise, *Parfums de plantes*, Musée National d'Histoire Naturelle, Paris, 1987.

AUGOYARD Jean-François, TORGUE Henri, *Sonic experience: a guide to everyday sound*, McGill Queen's university press, Montreal, 1995.

EVERY Gilbert, *What the Nose Knows. The Science of Scent in Everyday Life*, Crown Publishers, New York, 2008.

BACHELARD Gaston, *La poétique de la rêverie*, Presses Universitaires de France, Paris, 1960.

BADULESCU Cristina, *Médiation muséale et dispositif de préfiguration du sens : nouvelle approche expographique du Musée International de la Parfumerie* thèse, Dijon, 2010.

BALEZ Suzel, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, thèse, Nantes, 2001.

BALZAC Honoré de, *Le cousin Pons*, La comédie humaine, Paris, 1847.

BANDURA Albert, « Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological Review*, n°84, 1977, pp. 191-215.

BARBARA Anna, PERLISS Anthony, *Invisible architecture: Experiencing places through the sense of smell*, Skira, Suisse, 2006.

BARBET Virginie, LEHU Jean-Marc, BREESE Pierre, *Le marketing olfactif : Une approche créative, commerciale et juridique du parfum et des odeurs*, Les Presses du management, Paris, 1999.

BARDIN Christophe, LAHUERTA Claire, MEON Jean-Matthieu, *Dispositifs artistiques et culturels, Création, institutions, public*, Bord de l'eau, Paris, 2011.

BARRESWIL, *Rapport du jury international*, Exposition universelle, Paris, 1867.

BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, Gallimard, Paris, 1980.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Seuil, Paris, 1957.

BARTHES Roland, *Système de la mode*, Folio, Paris, 1967.

BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image », *Communications*, n°4, 1964, pp. 40-51.

BAUDRILLARD Jean, *Car l'illusion ne s'oppose pas à la réalité*, Descartes & Cie, Paris, 1998.

BAUDRILLARD Jean, *Le crime parfait*, Galilée, Paris, 1995.

BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, Paris, 1978.

BAUDRILLARD Jean, *Pourquoi tout n'a-t-il pas disparu ?* L'Herne, Paris, 2007.



BAUMGARTEN Alexander Gottlieb, *L'invention de l'esthétique : Méditations philosophiques sur quelques sujets se rapportant au poème*, [1735], Presses Universitaires de France, Paris, 2017.

BELAEN Florence, *L'expérience de visite dans les expositions scientifiques et techniques à scénographie d'immersion*, thèse, Bourgogne, 2002.

BENFOUGHAL Tatiana, *Bijoux et bijoutiers de l'Aurès : Traditions et innovations*, CNRS, Paris, 1998.

BENFOUGHAL Tatiana, « Collier de mariée en pâte odoriférante aphrodisiaque, *tazlgt n'skhab*, Aurès, Algérie » *Trésors méconnus du musée de l'Homme. Dans le secret des mondes*, Le Cherche Midi, Paris, 1999, pp. 86-94.

BENILAN, *Rapport sur la parfumerie*, Exposition universelle, Paris, 1878.

BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 1939.

BENJAMIN Walter, *Petite histoire de la photographie*, Allia, Paris, 1931.

BIACHE Marie-Joseph, RIX Géraldine, « Enregistrement en perspective subjective située et entretien en re-situ subjectif : une méthodologie de la constitution de l'expérience », *Intellectica*, n°38, 2004, pp. 363-396.

BIANCHI Pamela, *Espaces de l'œuvre, espaces de l'exposition*, thèse, Paris, 2015.

BLANC-MOUCHET Jacqueline, *Odeur, L'essence d'un sens*, Autrement, n° 92, Septembre 1987.

BOILLOT Francine, GRASSE Marie-Christine, HOLLEY André, *Olfaction et patrimoine, quelle transmission ?* Edisud, Aix-en-Provence, 2004.

BONNAFFE Edmond, *Les collectionneurs de l'ancienne France*, Paris, Auguste Aubry, 1873.

BOUCHARD Karine, WICKY Erika, « Description et olfaction de l'art contemporain : Les mutations de la critique d'art », *Marges, La critique d'art en question*, Hors-série, Paris, 2014.

BOURDIEU Pierre, DARBEL Alain, SCHNAPPER Dominique, *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, Minuit, Paris, 1966.

BOURDIEU Pierre, *La distinction : critique sociale du jugement*, Minuit, Paris, 1979.

BOUTAN Nicolas, *Quand le design crée l'événement : esthétique du curating*, thèse, Bordeaux, 2015.

BOUTAUD Jean-Jacques, *Sémiotique et communication : du signe et du sens*, Harmattan, Paris, 1998.

BREUIL Marie-Hélène, DAZORD Cécile, *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, n°37, 2013.

BRIOT Eugénie, *La fabrique des parfums : naissance d'une industrie de luxe*, Vendémiaire, Paris, 2015.

BUCI-GLUCKSMANN Christine, *La Folie du voir : Une esthétique du virtuel*, Galilée, Paris, 2002.

CABANIS Pierre-Jean-George, *Rapports du physique et du moral de l'homme*, tome I, Firmin Didot, Paris, 1828.

CABANNE Pierre, *Les grands collectionneurs*, tome I et II, Amateur, Paris, 2004.

CAMPORESI Piero, *Les effluves du temps jadis*, Plon, Paris, 1995.

CANDAU Joël, *Mémoire et expériences olfactives. Anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, PUF, Paris, 2000.

CANDAU Joël, GRASSE Marie-Christine, HOLLEY André, *Fragrances, du désir au plaisir*, Jeanne Laffitte, Marseille, 2002.

CANDAU Joël, « De la ténacité des souvenirs olfactifs » *La Recherche*, n°344, 2001, pp. 58 – 62.

CASTEL Mathilde, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Contrepoint, Paris, 2018.

CASTEL Mathilde, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La lettre de l'OCIM*, n°180, 2018, pp. 22-29.

CASTEL Mathilde, « Olfactique muséale : de l'espace expographique au cadre de l'œuvre », *Nouveaux territoires de l'expérience olfactive*, MétisPresses, Genève, 2019.

CASTEL Mathilde, « Indice et fétiche : l'odeur des objets de musée », *Sens et senteurs*, Presses Universitaires Septentrion, Hauts-de-France, 2020.

CASTEL Mathilde, BLONDEAU Virginie, DUQUENNE Marianne, SCHMITT Daniel, « Emotions et médiation olfactive dans les musées », *Culture & Musées, L'émotion dans les expositions*, 2020.

CAUNE Jean, *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1999.

CAUNE Jean, LESCOT David, *La démocratisation culturelle : une médiation à bout de souffle*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 2006.

CAUNE Jean, *La médiation culturelle : expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 2017.

CHAUMIÉ Jean-Baptiste, *Nez : aspects culturels ou la sentinelle avancée*, Laboratoires Zyma, Rueil-Malmaison, 1990.

CHAUMIER Jean-Baptiste, *Nez : aspects culturels ou la sentinelle avancée*, Laboratoire Zyma, 1990.

CHAUMIER Serge, MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Armand Colin, Paris, 2013.

CHAUMIER Serges, *Traité d'expologie : Les écritures de l'exposition*, La documentation française, Paris, 2013.

CLASSEN Constance, HOWES David, SYNOTT Anthony, *Aroma. The Cultural History of Smell*, Routledge, Londres, 1994.

CLASSEN Constance, *Worlds of sense: exploring the senses in history and across cultures*, Routledge, Londres, 1993.

CLOQUET Hippolyte, *Osphrésiologie, ou Traité des odeurs, du sens et des organes de l'olfaction : avec l'histoire détaillée des maladies du nez et des fosses nasales et des opérations qui leur conviennent*, Méquignon-Marvis, Paris, 1821.

COBBI Jane, DULAU Robert, *Sentir. Pour une anthropologie des odeurs*, Harmattan, Paris, 2004.

COLLOT Michel, *La Matière-émotion*, Presses Universitaires de France, Paris, 1997.

COMETTI Jean-Pierre, *Conserver-Restaure, L'œuvre d'art à l'époque de sa préservation technique*, Gallimard, Paris, 2016.

CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : L'odorat et l'imaginaire social au XVIIIe et XIXe siècles*, Flammarion, Paris, 1982.

CSERGO Julie, *Liberté, égalité, propreté*, Aubier-Montaigne, Paris, 1988.

DANTO Arthur, *Ce qu'est l'art*, Post-Éditions, Paris, 2013.

DASSIE Véronique, *Objets d'affection, une ethnologie de l'intime*, CTHS, Paris, 2010.

DASSIE Véronique, « Les doudous d'enfants au prisme des objets d'affection des adultes » *L'art d'accommoder embryons, fœtus et bébés*, ERES, « Enfance & parentalité » 2014.

DAUCE Bruno, RIEUNIER Sophie, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, vol. 17, n°4, 2002.

DAUCE Bruno, *La diffusion de senteurs d'ambiance dans un lieu commercial*, thèse, Rennes, 2000.

DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? » *Publics et Musées*, n°2, Regards sur l'évolution des musées, 1992.

DAVALLON, Jean, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers : la mise en exposition*, Centre Georges Pompidou, Paris, 1993.

DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Harmattan, Paris, 2000.

DE FEYDEAU Elizabeth, *Les Parfums. Histoire, anthologie, dictionnaire*, Robert Laffont, Paris, 2011.

DEBRAY Régis, *Introduction à la médiologie*, Presses universitaires de France, Paris, 2000.

DELBourg-DELPHIS Marylène, *Le sillage des élégantes : un siècle d'histoire des parfums*, Jclattès, Paris, 1983.

DELEUZE Gilles, GUATTARI Félix, *Qu'est-ce que la philosophie ?* Minuit, Paris, 1991.

DELOCHE Bernard, *Museologica, Contradictions et logique du musée*, MNES, Paris, 1989.

DELOCHE Bernard, *Le musée virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris, 2001.

DEOTTE Jean-Louis, *Le musée, l'origine de l'esthétique*, Harmattan, Paris, 1993.

DEOTTE Jean-Louis, *Oubliez !: Les ruines, l'Europe, le musée*, Harmattan, Paris, 1995.

DESMET Nathalie, « De l'invisible comme un service artistique », *Marges*, n° 8, 2008.

DESMET Nathalie, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir » *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 3, 2009.

DESMET Nathalie, « L'art de faire le vide. L'exposition comme dispositif de disparition de l'œuvre » *Nouvelle revue d'esthétique*, n°8, 2011.

DESMET Nathalie, *Les expositions « vides » : économies et représentations (1957-2010)*, thèse, Paris, 2012.

DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire encyclopédique de Muséologie*, Armand Colin, Paris, 2011.

DESVALLÉES André, « Muséologie comme champ disciplinaire : trajectoires », *Artigos*, 2015.

DETIENNE Pierre, NAFFAH Christiane, « Identification des bois d'objets africains », *TECHNE*, n°11, 2000, pp. 17-27.

DETIENNE Marcel, *Les jardins d'Adonis. La mythologie des aromates en Grèce*, Gallimard, Paris, 1972.

DIACONU Madalina, *Senses and the City: An Interdisciplinary approach to urban sensescapes*, Lit Verlag, Münster, 2011.

DICKIE Georges, *Evaluating art*, Temple University Press, Etats-Unis, 1988.

DIDEROT Denis, *Œuvres complètes*, Garnier, Paris, 1877.

DIDI-HUBERMAN Georges, *Ce que nous voyons, Ce qui nous regarde*, Minuit, Paris, 1999.

DIDI-HUBERMAN Georges, *Désirer, désobéir : ce qui nous soulève*, Minuit, Paris, 2019.

DIETERLEN Germaine, TARDITS Claude, « Religions de l'Afrique noire », *Annuaire de l'École pratiques des hautes études*, n°77, 1968, pp. 132-138.

DUBOIS Danièle, « Des catégories d'odorants à la sémantique des odeurs », *Terrain*, n° 47 : *Odeurs*, Paris, ministère de la Culture, Maison des sciences de l'Homme, 2006.

DUBOIS Sébastien, MOHIB Najoua, OGET David, SCHENK Éric, SONNTAG Michel, « Connaissance et reconnaissance de l'expert », *Les Cahiers de l'INSA de Strasbourg*, 2005, pp. 89-108.

DULAU Robert, PITTE Jean-Robert, *Géographie des odeurs*, Harmattan, Paris, 1998.

DUPAIGNE Bernard, *Le scandale des arts premiers : la véritable histoire du musée du quai Branly*, Mille et une nuits, Paris, 2006.

DUPIRE Marguerite, « Des goûts et des odeurs : classifications et universaux », *L'Homme*, n° 104, 1987, pp. 5 – 25.

ECO Umberto, *Le signe*, Livre de poche, Paris, 1992.

ECO Umberto, *Les limites de l'interprétation*, Livre de poche, Paris, 1994.

ECO Umberto, *Construire l'ennemi*, Livre de poche, Paris, 2016.

ELLENA Jean-Claude, *Le Parfum*, Presses Universitaires de France, Paris, 2008.

ELLENBOGEN Eileen, *English vinaigrettes*, The Golden head press, Cambridge, 1956.

EUDEL Paul, *Dictionnaire des bijoux de l'Afrique du Nord : Maroc, Algérie, Tunisie, Tripolitaine*, La Croisée des Chemins, Maroc, 2014.

FAIVRE Hélène, *Odorat et humanité en crise à l'heure du déodorant parfumé : pour une reconnaissance de l'intelligence du sentir*, Harmattan, Paris, 2013.

FAURE Paul, *Parfums et aromates dans l'antiquité*, Fayard, Paris, 1987.

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

FOUCAULT Michel, *Dits et écrits*, Gallimard, Paris, 1994.

FOURTEAU Claude, *Les Institutions culturelles au plus près du public*, La Documentation française, Paris, 2002.

FREUD Sigmund, *Un souvenir d'enfance de Léonard de Vinci*, Point, Paris, 1910.

FREUD Sigmund, *Trois essais sur la théorie de la sexualité*, Gallimard, Paris, 1923.

FROMANTIN Isabelle, *Étude de la flore bactérienne dans les plaies tumorales du sein : incidence des biofilms bactériens sur l'évolution des plaies et le développement d'odeurs*, thèse, Cergy, 2012.

GABUS Jean, *L'objet témoin, les références d'une civilisation par l'objet*, Bibliothèque des Arts, Paris, 1975.

GABUS Jean, ERNI Hans, *Sahara : Bijoux et techniques*, La Baconnière, Neuchâtel, 1982.

GALAN Delphine, *La protection de la création olfactive par le droit de la propriété intellectuelle*, thèse, Avignon, 2008.

GAUTIER Théophile, *Les Beaux-Arts en Europe*, Michel Levy, Paris, 1855.

GELARD Marie-Luce, « L'anthropologie sensorielle en France, un champ en devenir ? », *L'Homme*, n°217, 2016, Paris.

GENETTE Gérard, *L'Œuvre de l'art, La relation esthétique*, Seuil, Paris, 1997.

GIDE André, *Les nourritures terrestres*, Gallimard, Paris, 1927.

GINZBURG Carlo, « Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice », *Débat*, n°6, 1980.

GLICENSTEIN Jérôme, *L'art : une histoire d'expositions*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016.

GLICENSTEIN Jérôme, *L'invention du curateur : mutations dans l'art contemporain*, Presses Universitaires de France, Paris, 2015.

GLICENSTEIN Jérôme, *Rhétorique de la fin de l'art*, thèse, Paris, 1999.

GOB André, DROUGUET Noémie, *La Muséologie, Histoire, Développements, Enjeux actuels*, Armand Colin, Paris, 2010.

GOBERT Ernest-Gustave, *Parfums et tatouages*, Sahar, Tunis, 2003.

GOFFMAN Erving, *Les cadres d'expérience*, Minuit, Paris, 2013.

GOODMAN Nelson, *L'Art en théorie et en action*, Gallimard, Paris, 1996.

GOODMAN Nelson, *Langages de l'art : une approche de la théorie des symboles*, Hachette, Paris, 2001.

GOODMAN Nelson, *Manières de faire des mondes*, Gallimard, Paris, 2006.



GOODY Jack, *La culture des fleurs*, Seuil, Paris, 1994.

GORGUS Nina, *Le magicien des vitrines : le muséologue Georges-Henri Rivière*, Maison des sciences de l'homme, Paris, 2003.

GOURONNEC Anne-Marie, « Analyses olfactométriques ou mesure des odeurs par analyse sensorielles », *Pollution atmosphérique*, n°168, 2000, pp. 583-598.

GRASSE Marie-Christine, LARDELLIER Pascal, *Évanescences. Parfums et odeurs de l'anthropologie à la communication*, Musée International de la Parfumerie, Grasse, 2000.

GRASSE Marie-Christine, *Une histoire mondiale du Parfum. Des origines à nos jours*, Somogy Éditions d'Art, Paris, 2007.

GREEN Annette, DYETT Linda, *Quand le parfum se fait Bijou*, Flammarion, Paris, 1999.

GRESILLON Lucile, *Sentir Paris : Bien-être et matérialité des lieux*, Quae, Versailles, 2010.

GRIAULE Marcel, *Dieu d'eau : Entretien avec Ogotemméli*, Anté-matière, Roubaix, 1948.

GRIAULE Marcel, DIETERLEN Germaine, *Le renard pâle*, Anté-matière, Roubaix, 1965.

GRICE Paul Herbert, "Logic and conversation", *Syntax and Semantics*, Academic Press, New York, 1975.

GUCHET Xavier, « Art et technique au prisme du phénomène de l'obsolescence », *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, n°37, 2013, pp. 20-26.

HALL Edward Twitchell, *La dimension cachée*, Seuil, Paris, 1971.

HAVELANGE Carl, *De l'œil et du monde : Une histoire du regard au seuil de la modernité*, Fayard, Paris, 1998.

HEINICH Nathalie, *Faire voir. L'art à l'épreuve de ses médiations*, Les impressions nouvelles, Bruxelles, 2009.

HEINICH Nathalie, *De la visibilité : excellence et singularité en régime médiatique*, Gallimard, Paris, 2012.

HEINICH Nathalie, SHAPIRO Roberta, *De l'artification : Enquêtes sur le passage à l'art*, EHESS, Paris, 2016.

HENSHAW Victoria, *Urban smellscapes: Understanding and designing city smell environments*, Routledge, Abingdon, 2013.

HENSHAW Victoria, *Designing with smell: Practices, Techniques and Challenges*, Routledge, Abingdon, 2017.

HOLLEY André, *Éloge de l'odorat*, Odile Jacob, Paris, 1999.

HOWES David, *The Varieties of Sensory experience. A sourcebook in the Anthropology of the senses*, Toronto University Press, Montréal, 1991.

HULMAN Diana-Rey, *Odeurs du monde écriture de la nuit*, Harmattan, Paris, 1999.

HUYSMANS Joris Karl, *A rebours*, Gallimard, Paris, 1884.

ILLICH Ivan, *La perte des sens*, Fayard, Paris, 2004.

JACQUINOT-DELAUNAY Geneviève, MONNOYER Laurence, *Hermès, la revue, Le dispositif : entre usage et concept*, n°25, 1999.

JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Presses Universitaires de France, Paris, 2010.

JAQUET Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Classique Garnier, Paris, 2015.

KANT Emmanuel, *Anthropologie du point de vue pragmatique*, Vrin, Paris, 1785.

KANT Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, Vrin, Paris, 1790.

KEMP Christopher, *Floating gold: A Natural (and Unnatural) history of Ambergris*, University of Chicago Press, Chicago, 2012.

KERHARO Joseph, *La pharmacopée sénégalaise. Plantes médicales et toxiques*, Vigot Frères, Paris, 1974.

KONARE Adame Ba, *Parfums du Mali, dans le sillage du wusulan*, Cauris, Mali, 2001.

KÖSTER Egon Peter, *Adaptation and Cross-adaptation in olfaction*, thèse, Pays-Bas, 1971.

KOTLER Philip, "Atmospherics as a marketing tool", *Journal of retailing*, vol. 49, n°4, 1973, pp. 48-64.

KRANTZ Camille, *Exposition internationale de Chicago*, 1893.

LABARRIÈRE Pierre-Jean, *Le discours de l'altérité*, Presses Universitaires de France, Paris, 1983.

LAFFORT Paul, MARTIN Guy, *Odeurs et désodorisation dans l'environnement*, Tec&Doc, Paris, 1993.

LARDELLIER Pascal, *À fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Belin, Paris, 2003.

LARDELLIER Pascal, *Publics et Musées, Le regard au musée*, n°16, Paris, 1999.

LATTUATI-DERIEUX Agnès, BONNASSIES-TERMES Sylvette, LAVEDRINE Bertrand, "Identification of volatiles organic compounds emitted by a naturally aged book using solid-phase microextraction/gas chromatography/mass spectrometry", *Journal of chromatography A*, vol. 1026, n°1-2, 2004, p. 9-18.

LATTUATI-DERIEUX Agnès, *Les matériaux organiques du patrimoine culturel : Identification, compréhension de processus d'altération et propositions de procédés de préservation*, HDR, Clermont Ferrand, 2015.

LAUNERT Edmund, *Perfume and Pomanders*, Potterton Books, Londres, 1987.

LAURENT Mathilde, *Un monde d'odeurs*, Bayard Jeunesse, coll. Les petites conférences, Paris, 2015.

LAVELLE Louis, *La dialectique du monde sensible*, Presses Universitaires de France, Paris, 1954.

LE BRETON David, MÉCHIN Colette, BIANQUIS Isabelle, *Anthropologie du sensoriel*, Harmattan, Paris, 2000.

LE BRETON David, *Les Passions ordinaires. Anthropologie des émotions*, Payot, Paris, 2004.

LE BRETON David, *La Saveur du monde*, Métailié, Paris, 2006.

LE BRETON David, *Anthropologie du corps et modernité*, Presses Universitaires de France, Paris, 2008.

LE GUÉRER Annick, *Sur les routes de l'encens*, Garde-Temps, Paris, 2001.

LE GUERER Annick, *Les pouvoirs de l'odeur*, Odile Jacob, Paris, 2002.

LE GUERER Annick, *Le parfum : des origines à nos jours*, Odile Jacob, Paris, 2005.

LE MAGNEN Jacques, *Odeurs et parfums*, PUF, Paris, 1961.

LE MAREC Joëlle, *Publics et musées : la confiance éprouvée*, Harmattan, Paris, 2007.

LEFEBVRE Thierry, RAYNAL Cécile, « Le lance-parfum. Un matériel médical devenu accessoire de carnaval », *Revue d'Histoire de la pharmacie*, vol. 56, n° 357, 2008.

LEPINOIS DE Buchère, *L'art dans la rue et l'art au Salon*, Dentu, Paris, 1859.

LEVENT Nina, PASCUAL-LEONE Alvaro, *The multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, AltaMira Press, U.S, 2014.

LEVI-STRAUSS Claude, *La pensée sauvage*, Plon, Paris, 1962.

LEVI-STRAUSS Claude, *Tristes tropiques*, Plon, 1955, Paris.

- LHEUREUX Rosine, *Une histoire des parfumeurs : France 1850 – 1910*, Champ Vallon, Paris, 2016.
- LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *L'esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris, 2013.
- LIPOVETSKY Gilles, *Plaire et toucher : Essai sur la société de séduction*, Gallimard, Paris, 2017.
- LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide : Essais sur l'individualisme contemporain*, Folio, Paris, 1989.
- LIPOVETSKY Gilles, *Le Luxe éternel : de l'âge du sacré au temps des marques*, Folio, Paris, 2015.
- LISBONNE Karine, *L'art, avec perte ou profit ? Des compétences de l'art dans l'entreprise*, Flammarion, Paris, 2007.
- MAIRESSE François, « La relation spécifique », *ICOFOM Study Series, Muséologie et Philosophie*, n°31, 1999.
- MAIRESSE François, *Le musée, temple spectaculaire. Une histoire du projet muséal*, Presses Universitaires de Lille, 2003.
- MAIRESSE François, *Le musée hybride*, La documentation française, Paris, 2012.
- MAIRESSE François, *Les nouvelles tendances de la muséologie*, La documentation française, Paris, 2016.
- MALRAUX André, *Écrits sur l'art, Œuvres complètes*, Gallimard, La Pléiade, Paris, 2004.
- MALRAUX André, *Esquisse d'une psychologie du cinéma*, Gallimard, Paris, 1946.
- MALRAUX André, *Le miroir des limbes, La corde et les souris*, Gallimard, Paris, 1972.
- MALRAUX André, *Le musée imaginaire*, Folio, Paris, 1947.
- MANETTA Céline, URDAPILETTA Isabel, *Le Monde des odeurs. De la perception à la représentation*, Harmattan, Paris, 2011.

MARCUSE Herbert, *Éros et civilisation : Contribution à Freud*, Minuit, Paris, 1963.

MCLUHAN Marshall, PARKER Harley, BARZUN Jacques, *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Aléas, Lyon, 2008.

MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1977.

MCLUHAN Marshall, « Les vieux vêtements de l'empereur », *L'objet créé par l'homme, La connaissance*, Bruxelles, 1968.

MERLEAU-PONTY Claire, EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition, théorie et pratique*, Harmattan, Paris, 2009.

MERLEAU-PONTY Maurice, *Le visible et l'invisible*, Gallimard, Paris, 1988.

MERLEAU-PONTY Maurice, *L'œil et l'esprit*, Gallimard, Paris, 1960.

MICHAUD Yves, *L'art à l'état gazeux*, Fayard, Paris, 2003.

MICHAUD Yves, *Critères esthétiques et jugement de goût*, Fayard, Paris, 1999.

MICHAUX Henri, « En respirant », *La nuit remue*, Gallimard, Paris, 1967.

MINKOWSKI Eugène, *Le temps vécu*, Presses Universitaires de France, Paris, 1968.

MINKOWSKI Eugène, *Vers une cosmologie*, Payot, Paris, 1936.

MOUÉLÉ Médard, « L'apprentissage des odeurs chez les Waanzi : note de recherche », *Enfance*, vol 50, n°1, Paris, 1997, pp. 209-222.

MUENSTERBERGER Werner, *Le collectionneur : anatomie d'une passion*, Payot, Paris, 1996.

NABKI Jean Louis, « Sémiologie des odeurs rituelles-rites et rythmes olfactifs sans le sud tunisien », *Cahiers de Sociologie Économique et Culturelle*, n°4, 1985, pp. 117 – 136.

NIETZSCHE Friedrich, *Ecce Homo : comment devient-on ce que l'on est*, Mille et une nuits, Paris, 1908.

NIETZSCHE Friedrich, *Le gai savoir*, Flammarion, Paris, 1887.

NOGUÉ Jean, *Esquisse d'un système des qualités sensibles*, Presses Universitaires de France, Paris, 1943.

OBRIST Hans-Ulrich, *Les voies du curating*, Manuella, Paris, 2015.

ONFRAY Michel, *L'art de jouir : Pour un matérialisme hédoniste*, Grasset, Paris, 1991.

OPPER Marie José, *Scented magic beads in Africa made of aphrodisiac paste: Tunisia, Algeria, Morocco, Mauritania, Mali, Senegal*, Privately printed, 1990.

OTERO-PAILOS Jorge, "Smell and preservation", *Future Anterior*, vol. 13, n°2, 2016.

PANOFSKY Erwin, *L'œuvre d'art et ses significations : Essais sur les « arts visuels »*, Gallimard, Paris, 1969.

PARCOLLET Rémi, *Photogénie de l'exposition*, Manuella, Paris, 2018.

PEARCE Susan, *On collecting: an investigation into collecting in the European tradition*, Routledge, Londres, 1999.

PAULHAN Camille, *Du périssable dans l'art des années 1960-1970*, thèse, Paris, 2014.

PIVER, *Rapport du jury international*, Exposition universelle, Paris, 1900.

POMIAN Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*, Gallimard, Paris, 1987.

PORTEOUS John Douglas, *Landscape of the mind. Worlds of sense and metaphor*, University of Toronto Press, Toronto, 1990.

PORTÈRES Roland, « Un curieux élément culturel arabico-islamique et néo-africain : les baguettes végétales mâchées servant de frotte-dents », *Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée*, 1974, pp. 1-36.

POUILLON Jean, *Fétiches sans fétichisme*, Maspero, Paris, 1975.

POULARD Frédéric, TOBELEM Jean-Michel, *Les conservateurs de musées, Atouts et faiblesses d'une profession*, La documentation française, Paris, 2015.

POULOT Dominique, *Musée et muséologie*, La découverte, Paris, 2009.

POULOT Dominique, *Une histoire des musées de France*, La découverte, Paris, 2008.

POULOT Dominique, *Patrimoine et musées : L'institution de la culture*, Hachette, Paris, 2001.

PRADINES Maurice, *Le problème de la sensation. Philosophie de la sensation*, Les Belles Lettres, Paris, 1928.

PRONITCHEVA Karina, *L'industrie de la parfumerie française et les musées : entre public et privé*, thèse, Paris, 2016.

PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu*, tome I, Gallimard, Paris, 1913.

PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu*, tome II, Gallimard, Paris, 1989.

RAPONDA-WALKER André, SILLANS Roger, *Les plantes utiles du Gabon*, Paul Lechevalier, Paris, 1961.

RHEIMS Maurice, *Les collectionneurs : de la curiosité, de la beauté, du goût, de la mode et de la spéculation*, Ramsay, Paris, 1981.

RIMMEL Eugène, *Le livre des parfums*, Belfond, Paris, 1998.



RIOUT Denys, *Art et olfaction : des évocations visuelles à une présence réelle*, Cahiers du Musée national d'Art moderne, n°116, Paris, 2011, pp. 84-109.

RIVIERE Georges-Henri, *La muséologie : cours de muséologie, textes et témoignages*, Dunod, Paris, 1993.

ROLLAND-VILLEMOT Bénédicte, « Les spécificité de la conservation-restauration des collections ethnographiques », *La lettre de l'OCIM*, n°56, 1998, pp. 15-19.

ROSA Hartmut, *Accélération : une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris, 2010.

ROSA Hartmut, *Aliénation et accélération*, La Découverte, Paris, 2014.

ROSA Hartmut, *Résonance, Une sociologie de la relation au monde*, La Découverte, Paris, 2018.

ROUBIN Lucienne, *Le Monde des odeurs. Dynamique et fonctions du champ odorant*, Méridiens Klincksieck, Paris, 1989.

ROUBY Catherine, SCHAAL Benoist, DUBOIS Danièle, GERVAIS Rémi, HOLLEY André, *Olfaction, Taste and Cognition*, Cambridge University Press, Cambridge, 2002, pp. 140-159.

ROUDNITSKA Edmond, *L'esthétique en question : introduction à une esthétique de l'odorat*, Presses universitaires de France, Paris, 1977.

ROUDNITSKA Edmond, *Le Parfum, Que sais-je ?* Presses Universitaires de France, Paris, 1990.

ROUDNITSKA Edmond, *Toute une vie au service du parfum*, Presses Universitaires de France, Paris, 1990.

ROYET Jean-Pierre, PLAILLY Jane, DELON-MARTIN Chantal, « L'impact de l'expérience olfactive sur la réorganisation cérébrale chez les parfumeurs » *La revue française d'œnologie*, 2012.

SAADA Serge, *Et si on partageait la culture ? Essai sur la médiation culturelle et le potentiel du spectateur*, L'Attribut, Toulouse, 2011.

SAÏET Mathilde, *Femmes et doudou : l'objet de l'endormissement*, Presses Universitaires de France, Paris, 2008.

SARTRE Jean-Paul, *Œuvres romanesques*, Gallimard, Paris, 1981.

SARTRES Jean-Paul, *Baudelaire*, Gallimard, Paris, 1947.

SAUVAGEOT Anne, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2014.

SCHMITT Daniel, MEYER-CHEMENSKA Muriel, « Expériences de visite : de la transmission à la fiction », *La Lettre de l'OCIM*, n°155, 2016, pp. 17-23.

SCHMITT Daniel, « Pour une approche éactive de la muséologie », *ICOFOM study series*, 2016, pp. 107-115.

SCHMITT Daniel, AUBERT Olivier, « REMIND : une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées », *Revue des Interactions Humaines Médiatisées, Europa*, n°17, 2007, pp. 43-70.

SHINER Larry, KRISKOVETS Yilia, « The Aesthetics of Smelly Art », *The journal of Aesthetics and art criticism*, 65, n°3, 2007, pp. 273-286.

SIMMEL Georg, *La parure et autres essais*, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1998.

SIMONDON Gilbert, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris, 1989.

STEPHANE Roger, *André Malraux, entretiens et précisions*, Gallimard, Paris, 1984.

STOLLER Paul, *The taste of ethnographic things: the senses in anthropology*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989.

STRANSKY Zbyněk, *Zbyněk Z. Stránský et la muséologie : Une anthologie*, Harmattan, Paris, 2019.

SÜSKIND Patrick, *Le parfum*, Fayard, Paris, 1985.

SYNNOTT Anthony, *The body social: symbolism, self and society*, Routledge, Londres, 1993.

THOMSON Garry, *The museum environment*, Routledge, United Kingdom, 1978.

TONELLI Amandine. « Effluve de Communication. Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive. » thèse, Marseille, 2011.

TULLIS Tom, ALBERT Bill, *Measuring the user experience: collection, analyzing and presenting usability metrics*, Morgan Kaufmann, Burlington, 2008.

VAN MENSCH Peter, "Museality at breakfast", *Museologica Brunensia*, n°7, 2015, pp. 14-19.

VARELA Francisco, *Autonomie et connaissance : Essai sur le vivant*, Seuil, Paris, 1989.

VÁSQUEZ Angélica González, *Les écrits des curateurs : analyse depuis la théorie curatoriale et l'histoire des expositions*, thèse, Paris, 2016.

VIGNAUD Jacques, *Sentir*, Universitaires, Paris, 1982.

VINCENT Frédéric Vincent, *L'artiste-curateur : entre création, diffusion, dispositif et lieux*, thèse, Paris, 2016.

WALKER Alexandra, *Scent bottles*, Alexandra Walker, Londres, 1987.

WHATELET Olivier, *Anthropologie de la transmission des savoir-faire sensoriels. Étude de cas : la transmission familiale d'un patrimoine olfactif*, thèse, Nice, 2009.

WICKY Erika, « La peinture à vue de nez ou la juste distance du critique d'art, de Diderot à Zola », *RACAR*, n°1, 2014.

WICKY Erika, « Description et olfaction de l'art contemporain : Les mutations de la critique d'art », *Marges*, 2014.

WICKY Erika, « L'œil, le goût et le flair : les compétences sensorielles du collectionneur fin de siècle », *Sociétés et Représentations*, n°44, 2017.

WICKY Erika, « L'art olfactif contemporain, ses médias et leurs inventions fin-de-siècle », *Sens public*, 2018.

WIND Edgar, *Art et anarchie*, Gallimard, Paris, 1963.

WINNICOTT Donald Woods, *Les objets transitionnels*, Payot, Paris, 1951.

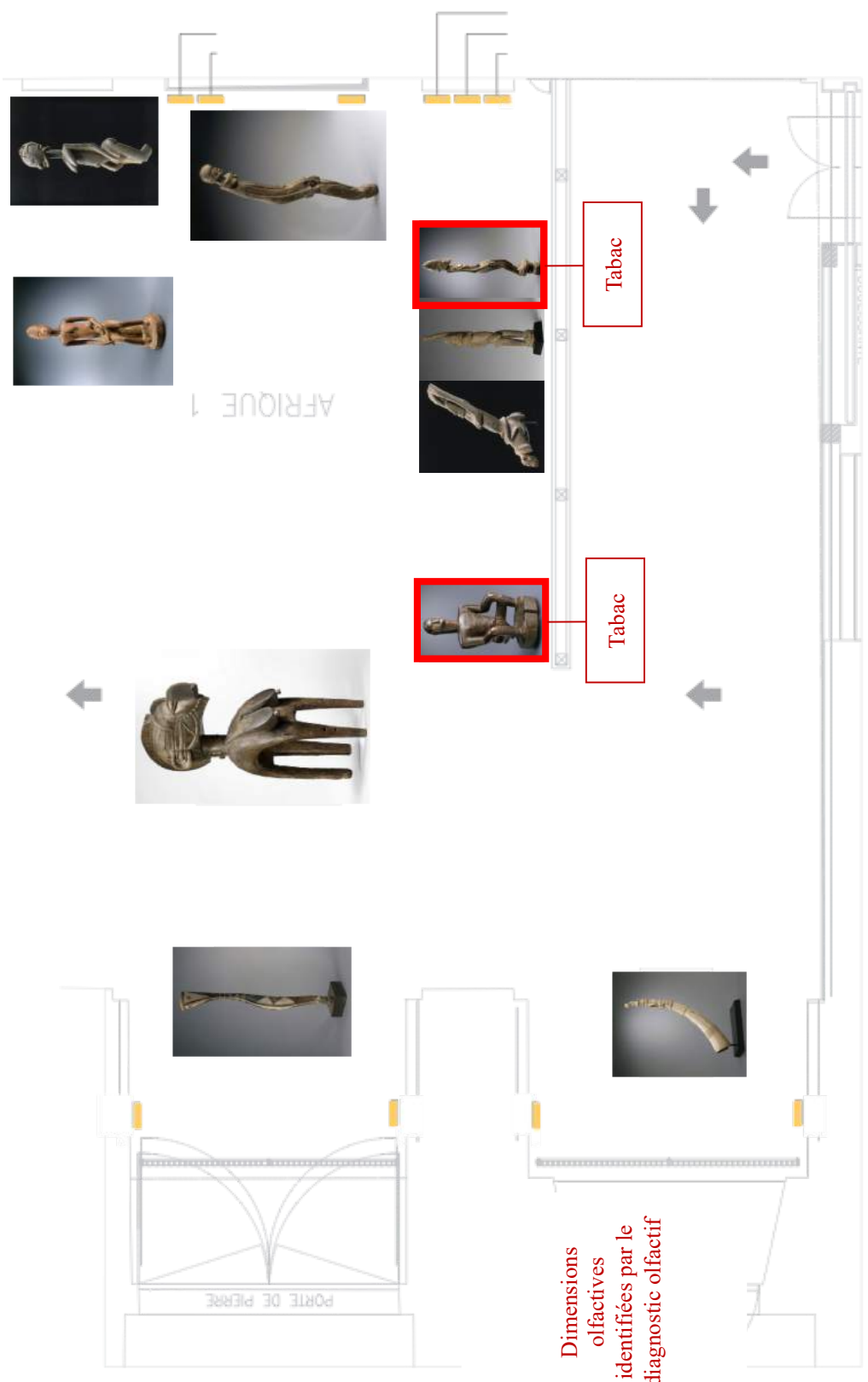
WINTER Ruth, *Le livre des odeurs*, Seuil, Paris, 1978.

WULFF Moshe, "Fetishism and object choice in early childhood", *Psychoanalytic Quarterly*, n°15, 1946, pp. 450-471.

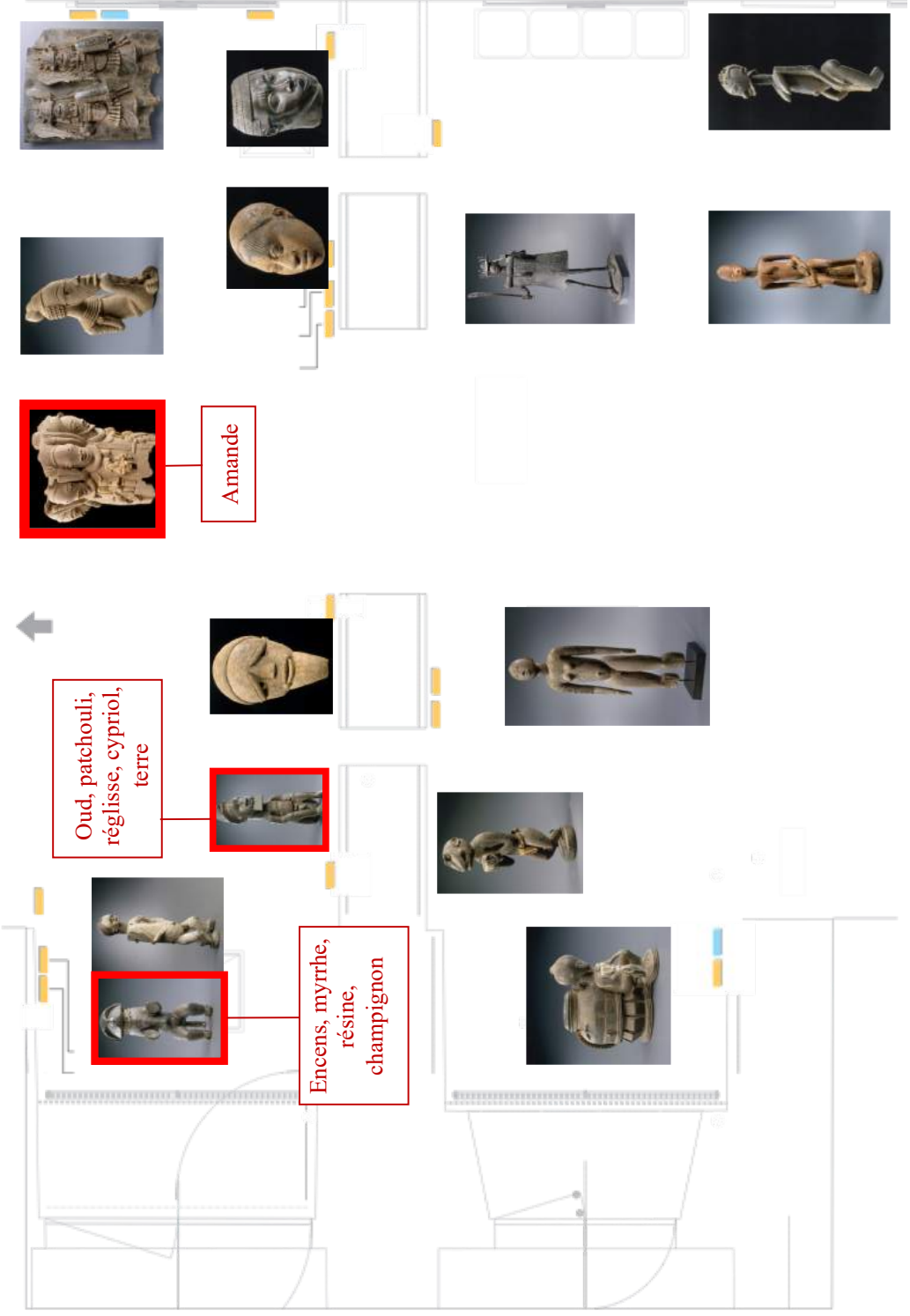
# **ANNEXES**

# 1

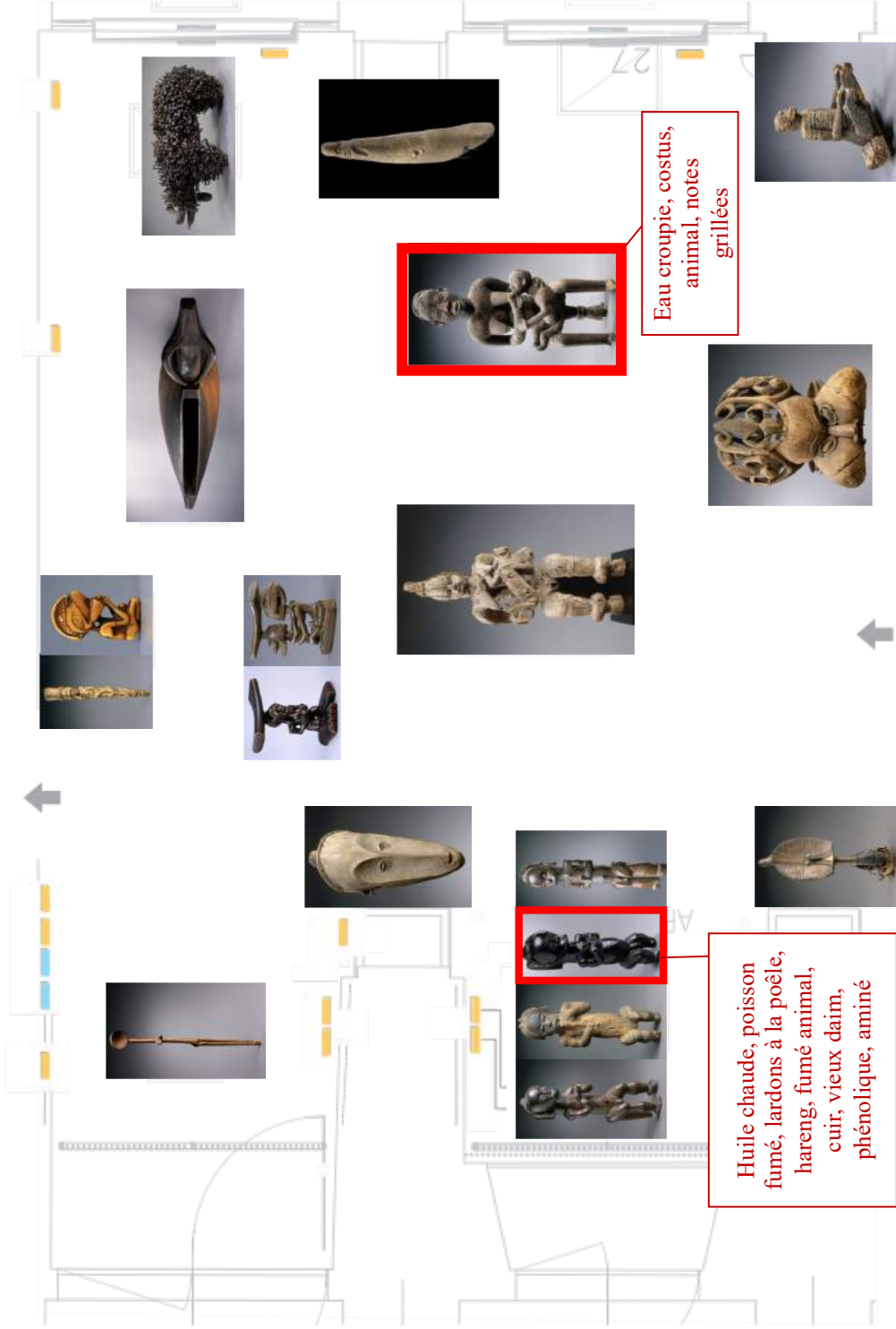
## LE PAVILLON DES SESSIONS



Dimensions olfactives identifiées par le diagnostic olfactif

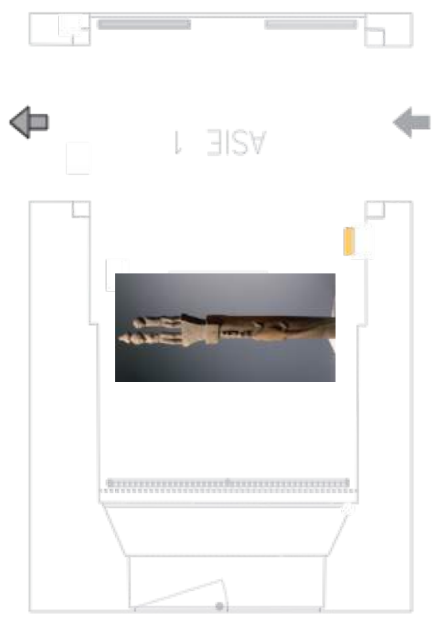
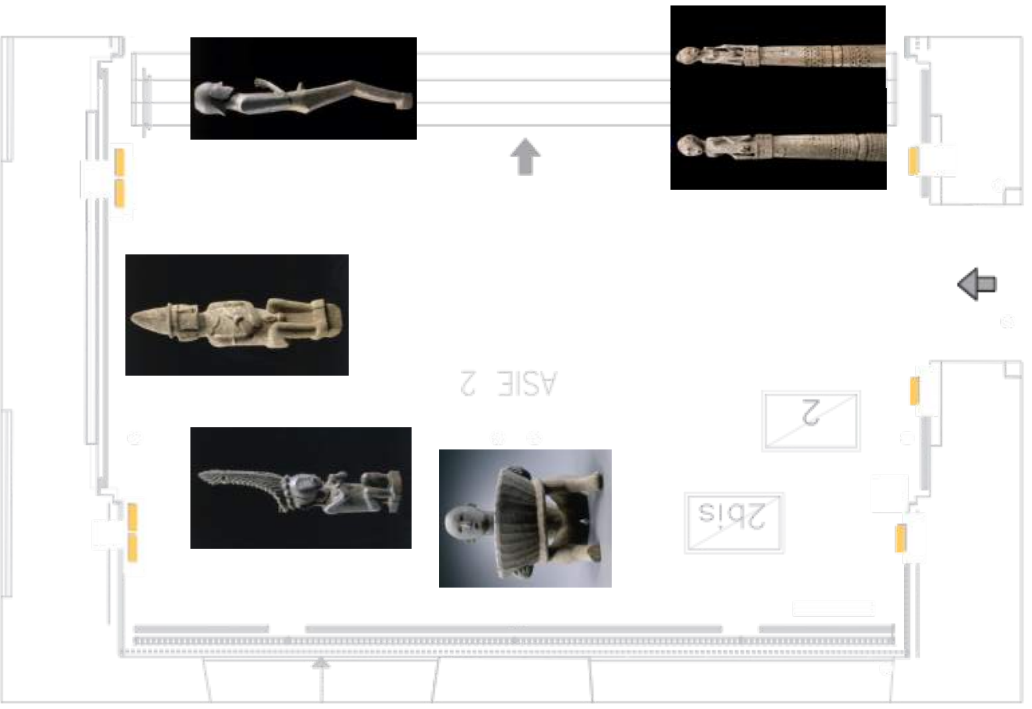


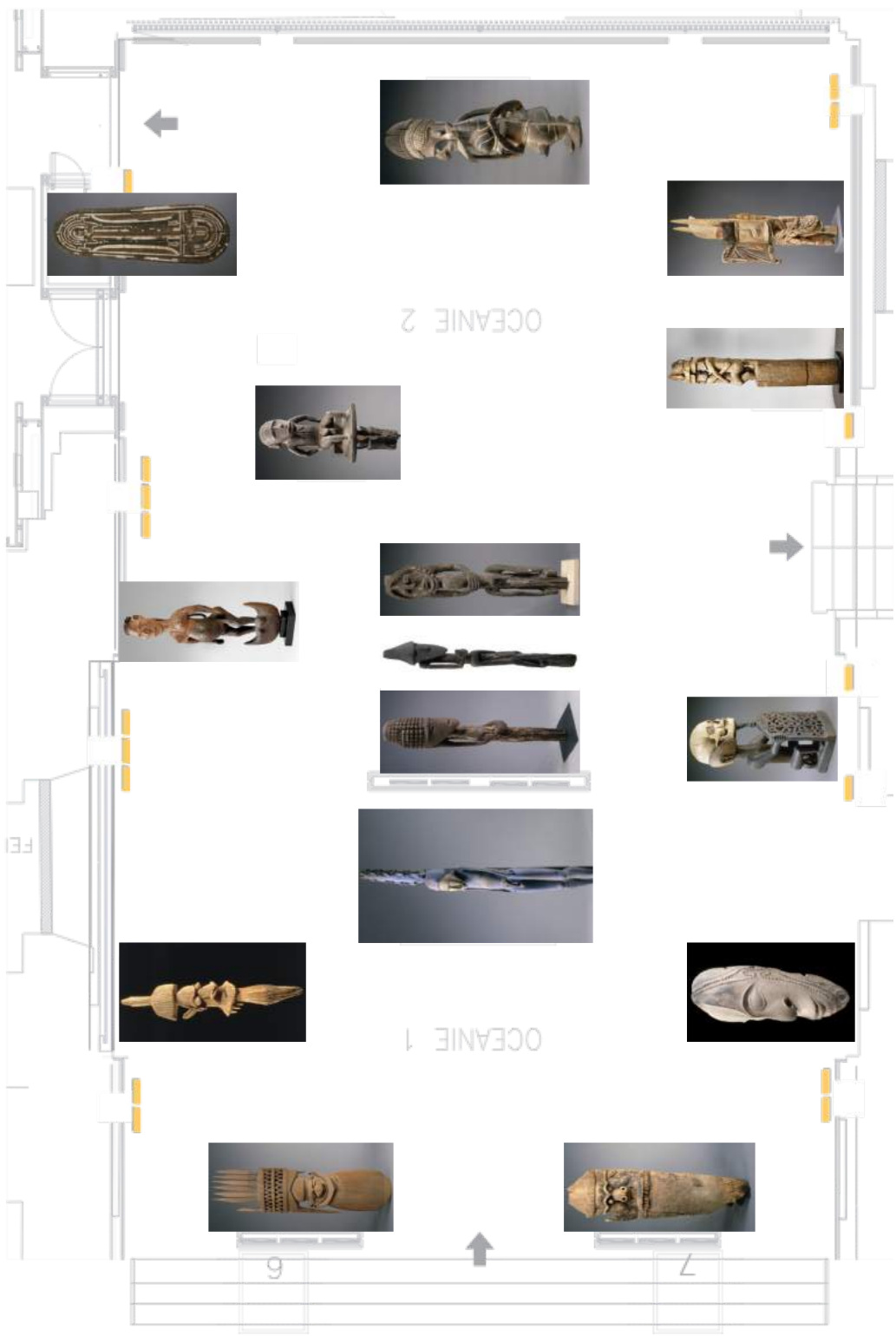


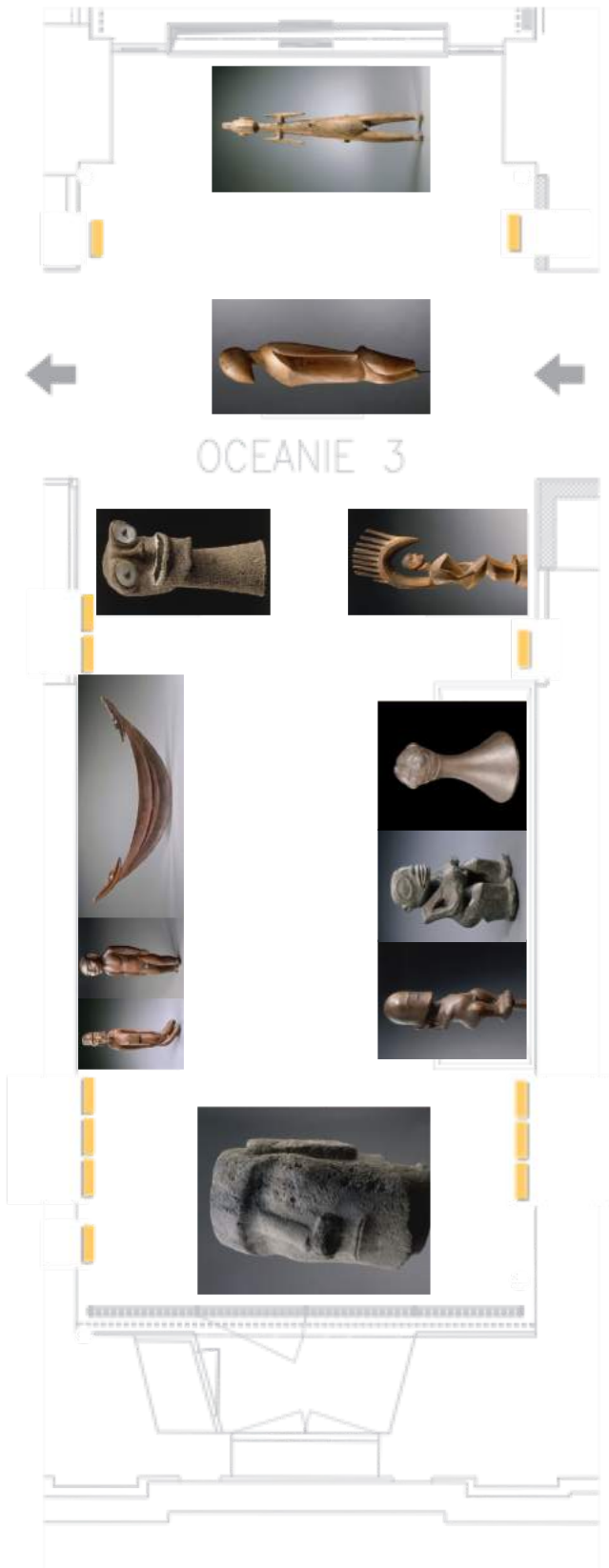


Eau croupie, costus,  
animal, notes  
grillées

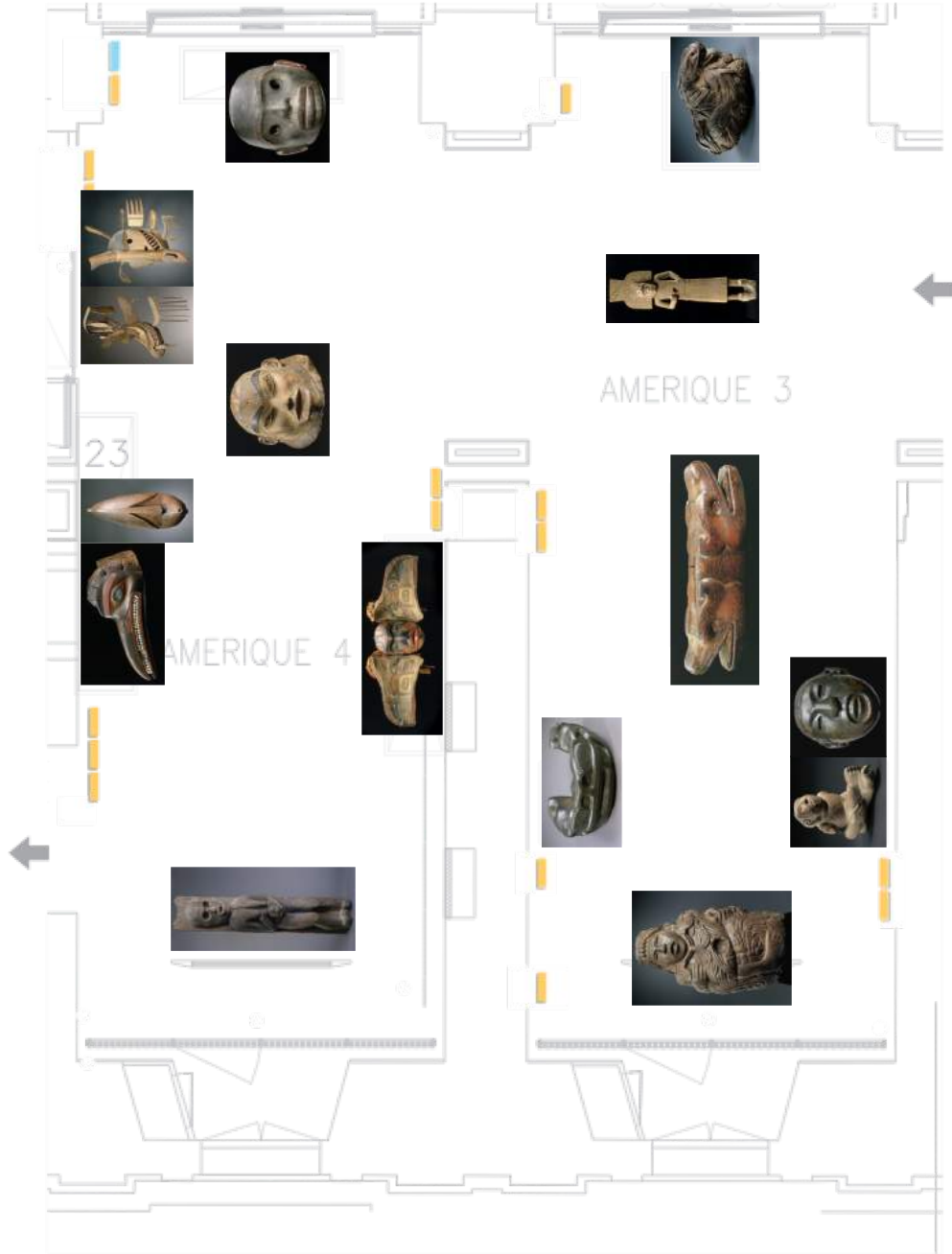
Huile chaude, poisson  
fumé, lardons à la poêle,  
hareng, fumé animal,  
cuir, vieux daim,  
phénolique, aminé





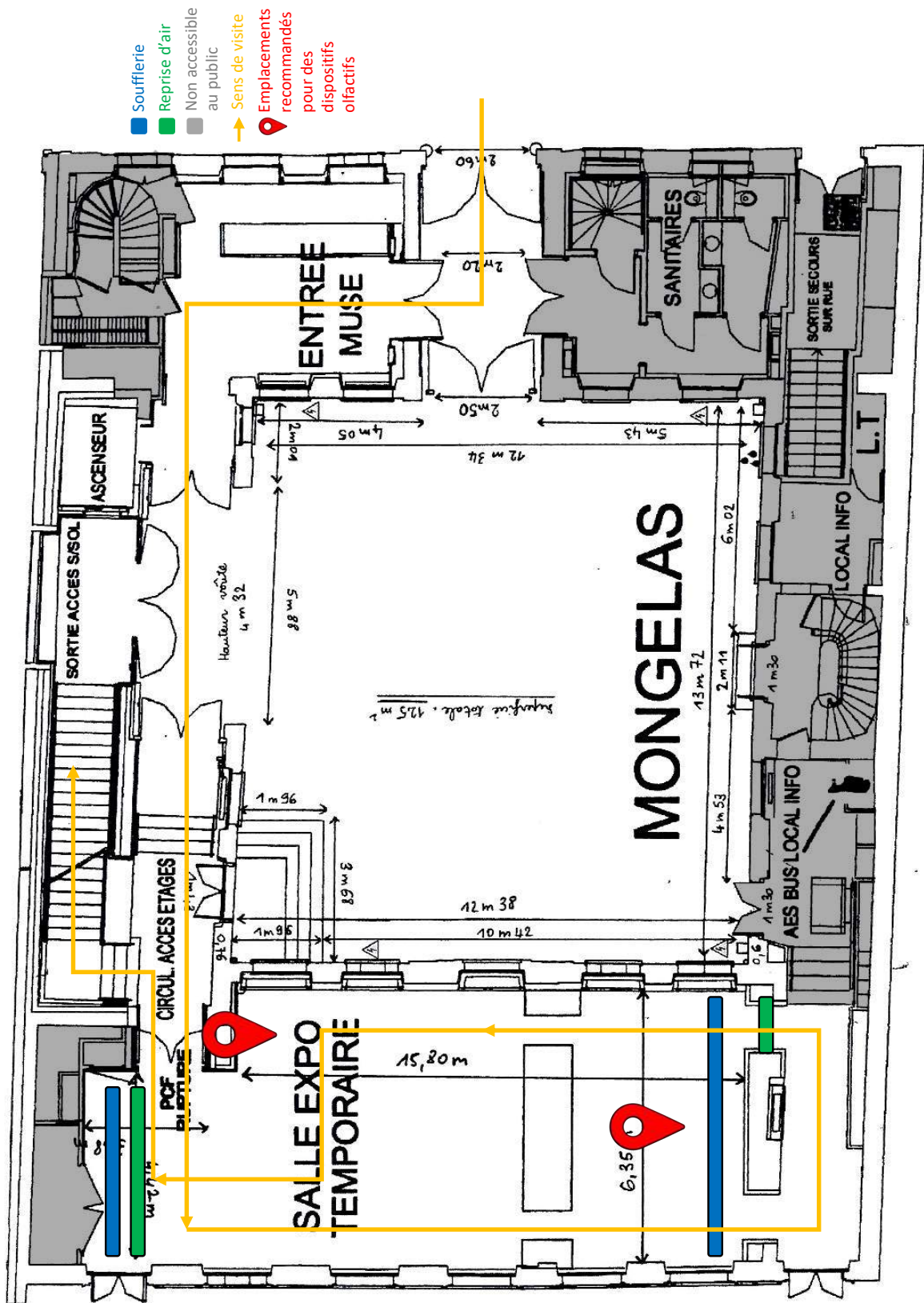




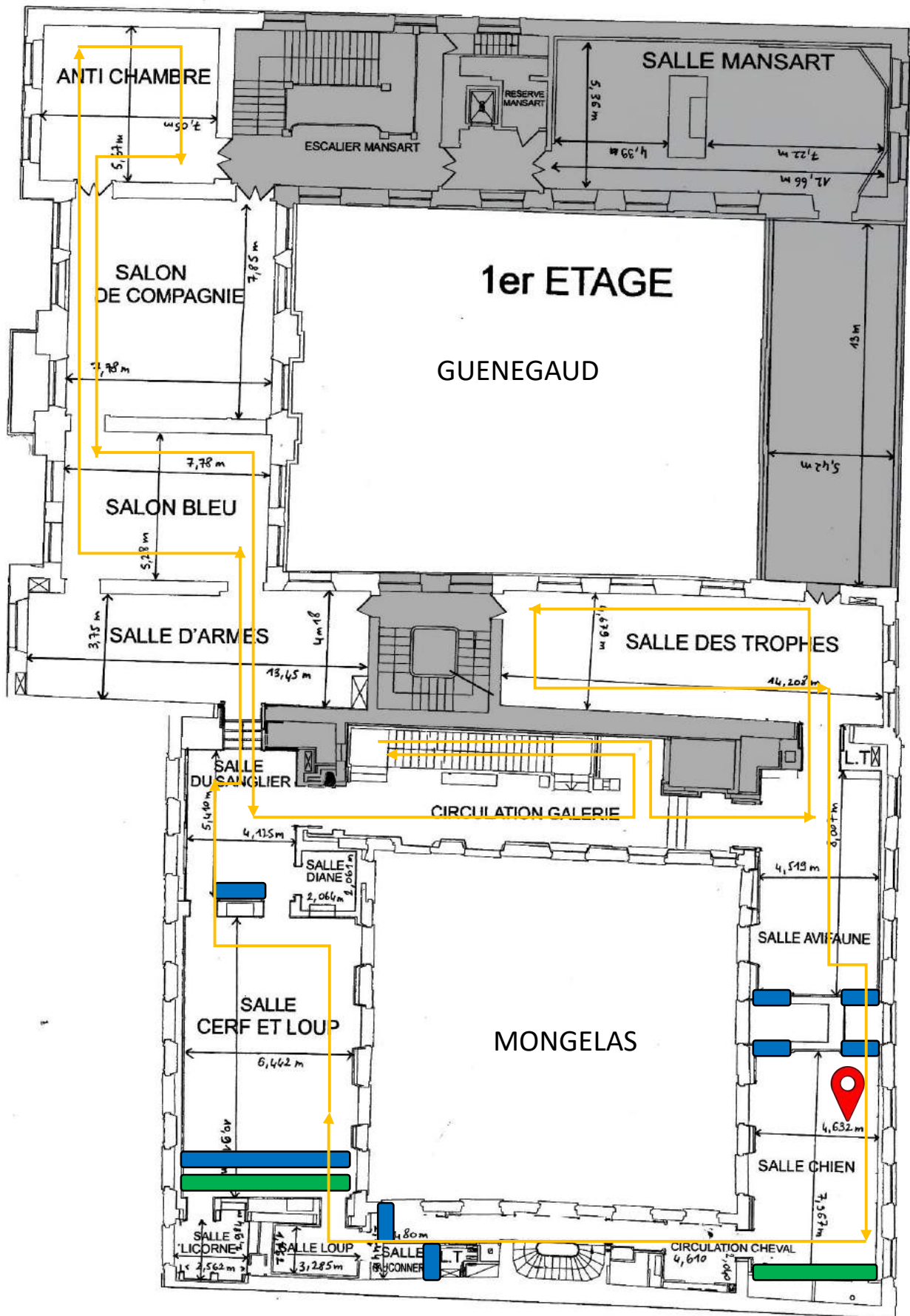


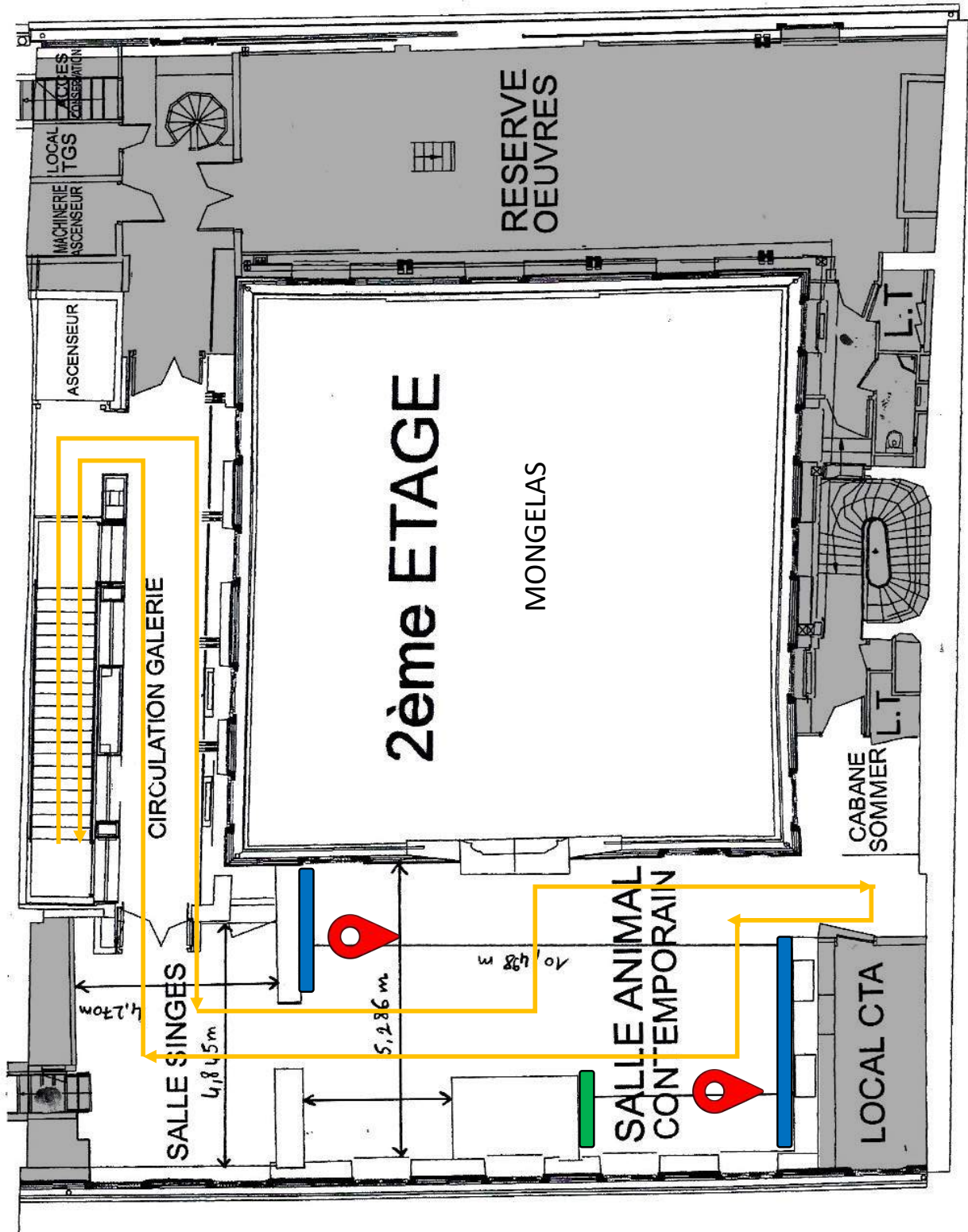
# 2

## LE MUSÉE DE LA CHASSE ET DE LA NATURE









# 3

## **LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE**

## LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

SOUS LA DIRECTION DE MATHILDE CASTEL

La multiplication des œuvres d'art, expositions et médiations olfactives sur le devant de la scène culturelle pose régulièrement la question du « pourquoi ? ».

Pourquoi l'odorat serait-il soudainement légitime, voire vedette, d'un renouvellement de la pensée artistique et esthétique occidentale ? Pourquoi le médium olfactif deviendrait-il brutalement, et finalement, l'étendard d'artistes militants, l'argument d'institutions avant-gardistes et la bannière d'un nouveau critique ? Pourquoi serions-nous aujourd'hui capables d'embrasser les diversités sociales et les méandres individuels pouvant être révélés par une odeur ? Pourquoi sommes-nous désormais fiers de nous réclamer de ceux qui « sentent » ?

Cet ouvrage ne pose pas la question du « pourquoi ? », mais celle du « comment ? ». Comment conçoit-on une œuvre d'art, une exposition ou une médiation olfactive ? Par quels moyens, dans quels contextes, selon quels objectifs ? Au fil des pages, vous réaliserez qu'en se demandant « comment ? » on comprend également le « pour quoi ? ».

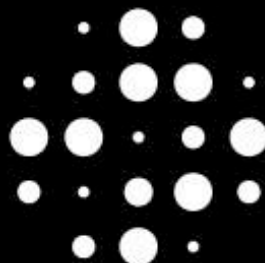
Sous la direction de Mathilde Castel. Ont participé à cet ouvrage Élise Allonas, Cristina Badulescu, Sandra Barré, Denyse Beaulieu, Éléonore de Bonneval, Marion Boutellier, Olivier R. P. David, Constance Deroubaix, Julie C. Fortier, Victor Fraigneau, Gilles Frogier, Violette Houot, François Mairesse, Clara Muller, Séverine Muller, Dominique Paquet, Sophie Radix, Boris Raux, Christine Saillard, Roland Salessse, Marlène Straiger, David Suissa, Septembre Tiberghien, Marion Vignal et Erika Wicky.



39 €

# LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

SOUS LA DIRECTION DE  
MATHILDE CASTEL



nez recherche

LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

nez recherche

# LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

SOUS LA DIRECTION DE  
MATHILDE CASTEL

*NEZ recherche*

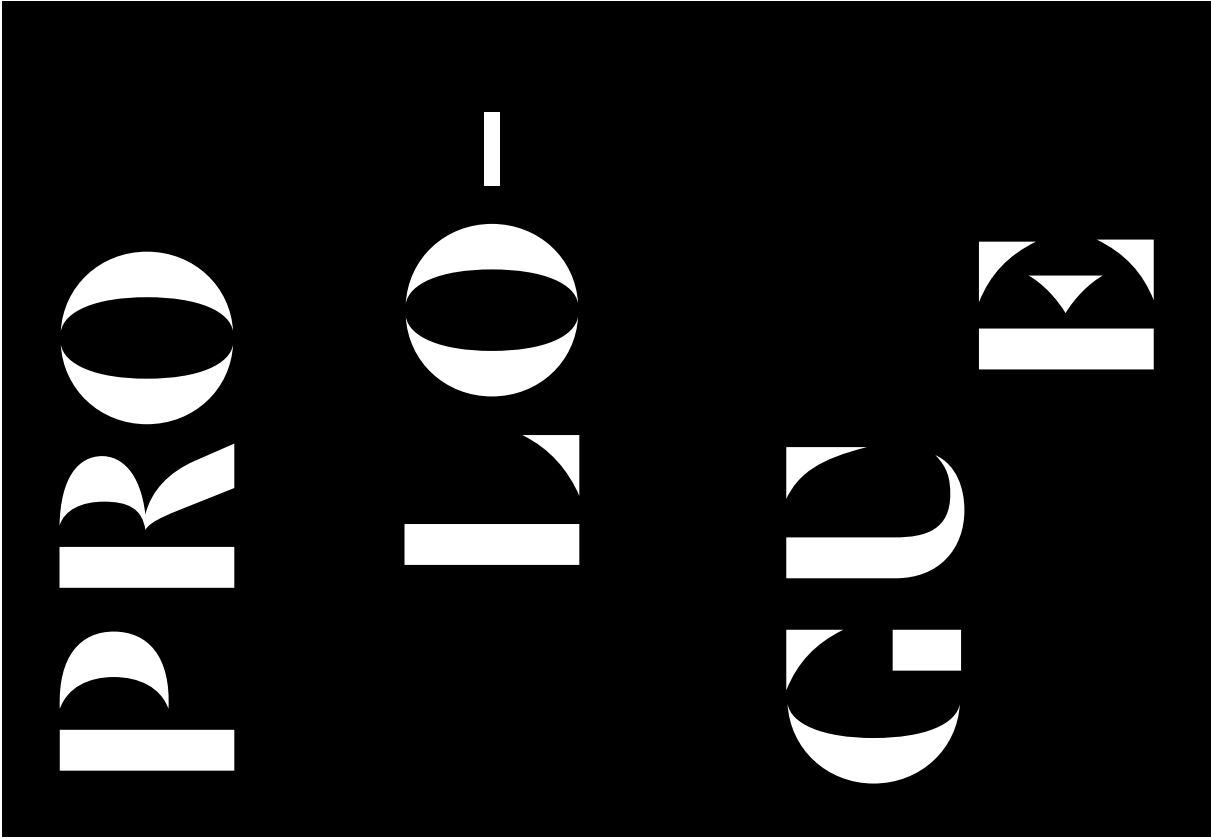
Je tiens à remercier par cet ouvrage l'ensemble des communautés et individus qui contribuent avec passion à l'épanouissement d'une culture olfactive enthousiaste et inspirante.

Ma reconnaissance sincère s'adresse à tous ceux qui par leur implication, leur contribution, leur soutien et leurs encouragements ont rendu possible la publication de cette réflexion collective sur la place des dispositifs olfactifs au musée.

Ma gratitude va à François Mairesse et Mathilde Laurent pour l'intérêt, la bienveillance et la confiance qu'ils accordent à mes recherches de thèse depuis plusieurs années.

J'adresse enfin une pensée affectueuse à Violaine de Carné et Daniel Sonabend dont l'ampleur émotionnelle des performances n'a pu être restituée ici par un simple verbatim. Travailler à la retranscription de leur travail fut une instructive leçon d'humilité. De celles qui me rappellent que malgré l'innovation de dispositifs toujours plus performants à la travestir, l'odeur demeurera toujours, avec son insolence insidieuse et fascinante, insaisissable.

MATHILDE CASTEL



**VOUS AVEZ DIT  
« DISPOSITIF  
EXPOGRAPHIQUE  
OLFACTIF? »**

MATHILDE CASTEL

En 2007, Giorgio Agamben écrit une vérité qui ne cesse de s'actualiser depuis : « Il semble qu'aujourd'hui, il n'y ait plus un seul instant de la vie des individus qui ne soit modelé, contaminé, ou contrôlé par un dispositif<sup>1</sup>. » Par cette désignation, il faut entendre « tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants<sup>2</sup> ». Pour simplifier, tout ou presque, est un dispositif. Les systèmes au gré desquels s'articulent nos parcours, les entreprises pour lesquelles nous travaillons, les institutions que nous fréquentons, les échanges que nous cultivons, l'ensemble des productions que nous consommons, l'art lui-même relève du dispositif. D'après Jean-Louis Déotte,

1. Giorgio Agamben, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Payot, 2007, p. 34.

2. *Ibidem*, p. 31.

Les musées ne sont pas des « lieux d'appropriation d'un patrimoine qu'il s'agirait de commémorer en commun<sup>3</sup> » mais des dispositifs politiques dont l'activité d'*oubli actif* assure l'effectivité. Pour lui, tout musée est nécessairement un musée d'histoire dont la fonction consiste à « poursuivre le travail des analystes des lieux de mémoire, qui montrent que ces endroits ont été fabriqués, parfois de toutes pièces, et même dans tous les sens du terme "fabriqués"<sup>4</sup> ». Ce que le musée permet d'oublier, ce sont les destinations originaires des œuvres qu'il regroupe en son sein. Interrompus dans leurs trajectoires, ayant originellement fait l'objet d'une commande, étant voués au culte, destinés à être offerts ou à soutenir les attributs du pouvoir, les artefacts de musée ont été détournés de leur finalité première. Devenus inaliénables, ils servent désormais de support et de démonstration à l'histoire de l'humanité que le musée agence à notre attention, nous autres, « amateurs impressionnables<sup>5</sup> ». Pourquoi le musée est-il au cœur d'une politique culturelle cohérente ? C'est qu'il est par essence public et cosmopolite, universel. C'est qu'il procède nécessairement à l'oubli des appartenances ethniques et historiques. C'est qu'il institue l'oubli actif. C'est qu'il suspend les destinations. C'est à cette interruption de trajectoires qu'Yves Michaud fait référence lorsqu'il écrit : « La meilleure stratégie de récupération de l'art du xx<sup>e</sup> siècle est passée par l'institution du musée, où s'effectue la collecte de l'art en un espace qui le préserve, le sacralise mais surtout, le stérilise et le rend inoffensif<sup>6</sup>. » Effaçant les origines ethniques pour faire apparaître une histoire universelle de l'homme, la fonction d'oubli, oubli de la différence et de la division, fait du musée une condition sine qua non au maintien de la bonne société et à l'unité de son art<sup>7</sup>. Le musée pensé

3. Jean-Louis Déotte, *Oublier ! Les ruines, l'Europe, le musée*, Paris, L'Harmattan, 1994, p. 35.

4. *Ibid.*

5. *Ibid.*, p. 46.

6. Yves Michaud, *L'Art à l'état gazeux*, Paris, Fayard-Pluriel, 2003, p. 76.

7. *Ibid.*, p. 98.

comme dispositif politique renvoie par conséquent à une appartenance de l'art conditionnelle à l'oubli actif de ses origines, au Louvre conçu comme « tombeau de toutes les divisions<sup>8</sup> ». Par renoncement aux repères identificateurs des œuvres qu'il détient, le musée se fait dispositif de l'oubli. Mais un oubli positif, en ce que « ce qui s'efface ainsi de nous doit nous revenir enrichi de cette perte, et accru de ce manque, idéalisé<sup>9</sup> ». L'oubli serait un heureux pouvoir.

Il devient alors intéressant de faire se croiser les destinations du musée, dispositif d'oubli, avec celles des odeurs, dispositif de reviviscence mémorielle par excellence. Ayant pour projet l'esquisse d'un état des lieux concret de cette problématique, un colloque s'est tenu en juin 2017 à la Maison de la recherche de la Sorbonne Nouvelle. Le présent ouvrage restitue l'ensemble des échanges ayant eu lieu à cette occasion, ainsi qu'un certain nombre de contributions ayant vocation à poursuivre la réflexion attenante à la place des dispositifs olfactifs au musée.

Cette thématique appelle une considération du dispositif selon sa finalité technique, qui renvoie à « la manière dont les parties d'un appareillage sont agencées en vue de celui-ci s'active d'une certaine façon » ou encore « les modalités selon lesquelles un appareillage peut agir sur son entourage<sup>10</sup> ». Projeté dans le contexte muséal, le dispositif pensé comme appareil « organise et rend possible quelque chose<sup>11</sup> ». Au musée, l'un des multiples dispositifs concevables, celui sur lequel les odeurs nous invitent présentement à nous attarder,

8. *Ibid.*, p. 107.

9. *Ibid.*, p. 206.

10. Sverre Raffnsøe, « Qu'est-ce qu'un dispositif? L'analytique sociale de Michel Foucault », *Symposium. Revue canadienne de philosophie continentale*, Société canadienne de philosophie continentale, n° 12, 2008, p. 46.

11. Hugues Peeters, Philippe Charlier, « Contributions à une théorie du dispositif », *Hermès. La revue*, CNRS, n° 25, mars 1999, p. 39.



s'entend comme un aménagement particulier favorisant la possibilité de survenue d'expériences inédites dont les paradigmes peuvent être contemplatifs et/ou pédagogiques. Ces supports de possibles suspendus, visant l'optimisation expérimentale de la visite, prolongent le positionnement stratégique de l'institution dans laquelle ils sont implantés et se proposent comme « la concrétisation d'une intention par la mise en place d'espaces aménagés<sup>12</sup> ». Principalement tournés vers l'utilisateur, les dispositifs au musée permettent d'envisager l'environnement construit de l'homme non comme lieu d'acquisition et de transmission du savoir, mais comme « réseau de médiation du savoir<sup>13</sup> ». La théorie du dispositif selon Agamben insiste d'autre part sur sa fonction stratégique, qu'il considère comme dominante. Pour lui, un dispositif résulte avant tout « de stratégies de rapports de force supportant des types de savoir<sup>14</sup> ». Parce qu'il est un générateur de subjectivations, ce qui se vérifie d'autant plus dans le cas de dispositifs olfactifs, l'auteur considère le dispositif comme « une machine de gouvernement » résultant du croisement des relations de pouvoir et de savoir, et du réseau établi entre les différents éléments qu'il intègre<sup>15</sup>.

Le conseil international des musées (ICOM) définit ainsi le musée :

*Un musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouvert au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de détente.*

12. *Ibid.*, p. 19.

13. André Bertens, « Dispositif, médiations, créativité : petite généalogie », *Hermès, La revue, op. cit.*, p. 42.

14. Giorgio Agamben, *Qu'est-ce qui est un dispositif?*, *op. cit.*, p. 10.

15. *Ibid.*, p. 11.

En 2010, Cécilia Hurley-Griener écrit que des cinq fonctions reconstruites au musée par l'ICOM, une étude du dispositif amène à se concentrer sur celles relevant de l'étude, de l'exposition et de la transmission du patrimoine<sup>16</sup>. Dans un article coécrit avec François Mairesse deux ans plus tard, elle précise que l'analyse du dispositif muséal consiste principalement à interroger « le système mis en place pour donner à voir les collections<sup>17</sup> ».

### Dispositif expographique

Parler de dispositif au musée implique donc, a priori, l'emploi du terme « dispositif expographique », soit une typologie de dispositifs incluant nécessairement un système de monstration et d'indexation. Ceci en raison du fait que « pendant longtemps, un seul de nos cinq sens a trouvé droit de cité dans les musées : la vue<sup>18</sup> ». Dans son *Traité de peinture*, Léonard de Vinci écrit que c'est par l'œil que la beauté de l'univers nous est révélée et que seule la vue des œuvres est capable de faire « demeurer l'âme contente dans la prison du corps<sup>19</sup> ». Pour Jean-Paul Sartre, « prendre connaissance, c'est manger des yeux<sup>20</sup> ». « Miroir de notre œil<sup>21</sup> », c'est donc à une appropriation des collections par la vue que le musée traditionnel convie le visiteur, dont on pourrait questionner sa tendance à se mouvoir en « regardeur » au sein de l'espace institutionnel.

16. Cécilia Hurley-Griener, « Jalons pour une histoire du dispositif », *Culture & musées*, n° 16 : *La Révolution des musées d'art*, Actes sud, 2010, p. 207.

17. Cécilia Hurley-Griener, François Mairesse, « Éléments d'expologie. Matériaux pour une théorie du dispositif muséal », *Média Tropes*, vol. 3, n° 2, 2012, p. 2.

18. Danièle Mignot, « Autour de la sensorialité dans les musées », *Publics et musées*, n° 13 : *Publics, nouvelles technologies, musées*, Lyon, PUL, 1998, p. 177.

19. Léonard de Vinci, *Traité de peinture*, traduit par André Chastel, Paris, Calmann-Lévy, 2003, p. 19.

20. Jean-Paul Sartre, *L'Être et le néant*, Paris, Gallimard, 1976.

21. Carl Havelange, « Le musée mélancoïque. Tentative pour photographier nos manières de voir », *Publics et musées*, n° 16 : *Le Regard au musée*, 1999, p. 15.

Le *Dictionnaire encyclopédique de muséologie* spécifie que le musée, dans son exposition, constitue par excellence l'un des lieux du regard puisqu'il « privilégie l'appréhension sensible, et plus précisément la vue, parfois au détriment des autres sens : ne pas toucher, ne pas parler trop fort... » Si l'injonction « ne pas sentir », à entendre dans les deux sens du terme, n'est pas explicitement donnée par les établissements culturels, les odeurs ne sont pas moins en reste dans la liste des éléments pouvant contrarier la bienséance d'une visite de musée. En janvier 2013, une famille en situation de grande précarité fut notamment priée de quitter le musée d'Orsay tandis qu'elle effectuait une visite en compagnie d'un bénévole du mouvement AïD Quart-Monde, en raison de la « mauvaise odeur » qu'elle dégageait. Bien qu'ayant objecté le fait qu'une émission odorante, qu'elle soit reconnue comme nuisible ou non, ne fasse aucunement entorse au règlement intérieur de l'établissement, le bénévole et ses trois accompagnants furent malgré tout expulsés de l'institution pour des « raisons d'hygiène ». À quand l'avènement d'une consigne interdisant le port de parfum au musée, de sorte que la cacophonie des produits du marché cesse d'altérer l'expérience esthétique des œuvres ? Par ailleurs, de même qu'il est aujourd'hui possible de prendre des photographies dans les salles d'exposition, et que de nombreuses initiatives de méditation permettent désormais de toucher certains objets, il est à espérer que la législation des institutions culturelles, ainsi que la recherche dans le domaine des dispositifs, nous permettent prochainement de sentir les collections muséales<sup>22</sup>. Car après tout, « ce sont les propriétés morphologiques perçues visuellement que les sciences de la nature, en accord avec la valorisation du sens de la vue dans notre culture intellectuelle,

22. Mathilde Castel, « ODORAH: Olfactory Diagnosis of Relevant Art and Heritage », *Pour une expertise olfactive muséale. De la documentation des collections aux dispositifs épigraphiques*, thèse de doctorat Esthétique et sciences de l'art - Muséologie, dir. François Mairesse, Paris, soutenance espérée en juin 2019.

ont régulièrement privilégiées dans l'élaboration des connaissances, en ignorant les caractéristiques olfactives des objets<sup>23</sup> ». Entre autres, si « la plus ou moins grande spiritualité de l'œuvre d'art n'est jamais que le prolongement poétique d'une jouissance organique<sup>24</sup> », rien ne semble contre-indiquer que cette délectation puisse relever d'une expérience olfactive et non exclusivement d'une appréhension visuelle. L'application de cette hypothèse semble néanmoins délicate : Pascal Lardellier indique qu'« en dépit des tentatives ayant voulu ouvrir le musée à la synesthésie, le regard y dévient encore une préséance<sup>25</sup> ». Noël Nel fait pourtant remonter la recherche d'une « synthèse polysensorielle capable de rendre le spectateur actif<sup>26</sup> » aux années 1930, décollant elle-même du « fantasme de l'art total, synesthésique et multisensoriel, cherché dans les correspondances depuis le siècle dernier<sup>27</sup> ». Les difficultés auxquelles se heurte l'établissement d'une appréhension esthétique olfactive des œuvres au musée relèvent sans doute bien moins du fait que le nez n'est pas en mesure d'inspirer des sentiments élevés, ou « qu'une goutte au nez n'a jamais fait l'effet d'une larme à l'œil<sup>28</sup> », que de l'état précocé de la recherche appliquée aux dispositifs épigraphiques olfactifs. L'artiste Julie C. Fortier déclare que « pour sentir, les gens ferment souvent les yeux, comme pour voir

23. Danièle Dubois, « Des catégories d'odorsans à la sémantique des odeurs », *Terrain*, n° 47 : Odeurs, Paris, ministère de la Culture/Maison des sciences de l'Homme, 2006, p. 90.

24. André Desvallées, François Mairesse, *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 652.

25. Pascal Lardellier, « Le regard au musée », *Publics et musées*, n° 16, *op. cit.*, p. 17.

26. Noël Nel, « La monstration de l'art dans les régimes scopiques contemporains », *Publics et musées*, n° 16, *op. cit.*, p. 90.

27. *Ibid.*, p. 93.

28. Jean-Baptiste Chaumât, *Nœz : aspects culturels ou la scintille avancée*, Rueil-Malmaison, Laboratoires Zyma, 1990, p. 6.

à l'intérieur d'eux-mêmes<sup>29</sup> ». Une reconsidération des modalités de combinaisons sensorielles opérées lors de l'écriture expographique pourrait par conséquent intégrer les enjeux d'une future muséographie.

### Dispositif expographique olfactif

Prenant appui sur les recherches de Peter Van Mensch<sup>30</sup>, Jean Davallon propose la distinction de trois types de muséologies, celles dite « d'objet », « d'idée » et de « point de vue ». La muséologie d'objet renvoie à « des musées dont le mode de fonctionnement et de présentation est fondé sur les collections<sup>31</sup> ». Elle s'articule autour de la conviction que l'exposition des objets est génératrice d'une relation positive avec le visiteur dès lors que celui-ci est en contact avec eux. Elle invite en conséquence à la seule considération de la partie visible du dispositif de présentation. Dans la muséologie d'objet, la matrice communicationnelle est constituée de deux pôles actuels : celui d'un même geste conserve et présente le patrimoine, le conservateur, et celui qui vient rencontrer les objets, le visiteur. Mais compte tenu de la circularité communicationnelle, le dispositif pré suppose une identification de ces deux pôles relative à la rencontre de l'objet : « le visiteur doit donc avoir appris un peu comme un conservateur et le conservateur reste au fond, le visiteur le plus compétent<sup>32</sup> ». Si la muséologie d'idée, quant à elle, n'élimine pas les objets de l'exposition, elle en modifie considérablement le statut puisqu'elle les place, eux ainsi que leurs outils de présentation, au service du concept de

29. Propos rapportés de Julie C. Fortier dans Marie-Laure Desjardins, « *Art & olfaction*. L'odeur encensée », *ArtHélio-Médias*, février 2016, [consulté en juillet 2018](http://artsheliodomédias.com/article/50216-art-olfaction-odeur-encensee/).

30. Peter Van Mensch, « *Museologist in a Train to Helsinki*. First Attempt to Analyse their Discussion », *ICOFOM study series*, n° 13, 1987.

31. Jean Davallon, « *Le musée est-il vraiment un média ?* », *Publics et musées*, n° 2 : *Regards sur l'évolution des musées*, 1992, p. 111.

32. *Ibid.*, p. 113.

la programmation. « De ce que l'on appelle parfois "message", qui est soit un savoir à faire passer, soit un principe de présentation, soit l'un et l'autre<sup>33</sup> ». La matrice communicationnelle ne consiste donc plus en un conservateur souhaitant favoriser la rencontre entre un visiteur et un objet en s'impliquant le moins possible, mais en un « producteur d'exposition à message qui va chercher à élaborer un outil de communication qui optimise la prise d'informations et l'interprétation des objets par le visiteur<sup>34</sup> ». Ce dernier n'est donc plus appréhendé comme étant constitutif d'un public, mais se voit désormais classé dans des catégories d'utilisateurs conçus sur des critères fonctionnels. Raison pour laquelle l'auteur comprend l'interactif comme unité élémentaire de présentation de la muséologie d'idée. « Celui-ci est un objet muséal qui est la matérialisation de la relation prévue entre un visiteur-modèle et un savoir, et qui est en même temps l'objet d'une rencontre offert à chaque visiteur concret<sup>35</sup> ». La troisième typologie de muséologie proposée par Jean Davallon, celle de point de vue, a pour particularité de centrer son expérience non sur l'objet ou le savoir, mais sur le visiteur. « Objets et savoirs y sont présents comme dans les autres formes, mais sont utilisés comme matériaux pour la construction d'un environnement hypermédiatique dans lequel il est proposé au visiteur d'évoluer, lui offrant un ou plusieurs points de vue sur le sujet traité par l'exposition<sup>36</sup> ». Sa caractéristique essentielle est que le visiteur est traité comme partie intégrante de la scénographie. C'est autour de lui que se fait l'articulation des registres technologiques tels que reconstitutions, films, vitrines, ou dans le cas présent, dispositifs expographiques olfactifs. Ces derniers font que la modalité d'accès à l'univers de l'exposition s'inverse : « Ce n'est plus

33. *Ibid.*

34. *Ibid.*, p. 114.

35. *Ibid.*

36. *Ibid.*, p. 115.

la rencontre d'objets matériels – qu'ils soient naturels, artefacts ou outils – mis en espace dans l'exposition qui sert d'entrée vers ce monde, mais c'est la matérialisation de ce monde qui va servir d'enveloppe à la rencontre avec les objets<sup>37</sup>. Si l'on considère le fait qu'ils relèvent d'une muséologie de point de vue, plaçant le visiteur au centre de l'écriture expographique et engageant donc une relation entre l'individu et l'institution muséale<sup>38</sup>, il devient nécessaire de ne pas focaliser l'ensemble de nos ressources sur la seule innovation en matière de dispositifs expographiques olfactifs. Il importe également d'étudier les modalités de réception par le public de l'éventail d'expériences pour lequel ces appareils ont été pensés et conçus.

Dans sa thèse<sup>39</sup>, Cristina Badulescu s'est intéressée à l'étude des dispositifs expographiques olfactifs conçus pour le musée international de la Parfumerie à Grasse au cours des rénovations de l'établissement en 2006. Toutefois son étude, fondée sur la conception et la mise en place des dispositifs, consiste davantage en « l'analyse des structures narratives qui préparent les conditions de rencontre avec le public » qu'en « l'analyse de l'interaction de ces instances avec le visiteur<sup>40</sup> ». Penser le dispositif dans un état anticipatif de la visite était également à l'origine de l'édition 2016 du hackathon Muséomix auquel le MIP prenait part cette année. Six équipes avaient été constituées pour concevoir, en trois jours, de nouveaux dispositifs expographiques olfactifs intégrables au parcours d'exposition permanent du musée. Ces projets<sup>41</sup> firent l'objet d'une restitution doublée d'une présenta-

37. *Ibid.*

38. *Ibid.*, p. 116.

39. Cristina Badulescu, *Médiation muséale et dispositif de médiation du sens. Nouvelle approche expographique du musée international de la Parfumerie (Grasse)*, dir. Jean-Jacques Boutaud, thèse de doctorat soutenue le 14 décembre 2010 à l'Université de Dijon.

40. *Ibid.*, p. 135.

41. Voir la vidéo <https://www.youtube.com/watch?v=6-yG1u1oco>, ainsi que le site du projet : [www.museomix.org/editions/2016/grasse/prototypes/flaconator](http://www.museomix.org/editions/2016/grasse/prototypes/flaconator) et [www.museomix.org/editions/2016/grasse/prototypes/le-pianoodeur](http://www.museomix.org/editions/2016/grasse/prototypes/le-pianoodeur) [consultés en juillet 2018].

tion au public, mais ne purent donner lieu à une enquête auprès des utilisateurs. Seulement, en tant que muséographes et médiateurs « nous parlons souvent au nom du public pour justifier des choix de conception, or nous savons bien que les visiteurs sont des êtres doués d'une raison autonome et d'une trajectoire de vie singulière<sup>42</sup> ». Entre autres, la volonté d'étudier les modalités de réception des dispositifs expographiques olfactifs par le public fait rejaillir un problème de méthode, qui n'est pas sans actualiser le primat de la vue attaché aux institutions culturelles et aux recherches qu'elles développent. Une méthodologie d'enquête traditionnelle repose, pour l'essentiel, sur une variation des degrés d'observation du visiteur durant son parcours. Il n'est sans doute pas utile d'explicitier pourquoi cette approche se révélerait sans doute décevante en vue de comprendre les modalités d'effectivité de l'interaction proposée par un dispositif expographique olfactif. Il conviendrait par conséquent de penser l'analyse de ces méta-objets par l'intermédiaire de protocoles tels que les entretiens en *reviviscence stimulée* développés par Daniel Schmitt. Ces derniers confirmeront que la simple observation des visiteurs in situ durant leur parcours ne permet pas d'interpréter leur expérience ou de tirer des conclusions sur la nature et les modalités de leurs apprentissages. « Elle ne permet pas d'établir des corrélations entre un comportement et le domaine cognitif des visiteurs, c'est-à-dire ce qu'ils pensent, imaginent, ressentent, attendent<sup>43</sup>... » Pour l'auteur, un chercheur observant un visiteur de musée dans le cours de sa visite peut décrire le comportement de ce visiteur, mais si ce visiteur ne commente pas son activité pendant son parcours, cette description ne peut porter que sur le déplacement relatif du corps du visiteur dans un espace, qui fait sens du point de vue du chercheur. Dès que le chercheur décrit le domaine

42. Daniel Schmitt, Muriel Meyer-Chemenska, « Expériences de visite : de la transmission à la liction », *La Lettre de l'OCIM*, n° 355, 2016, p. 1.

43. *Ibid.*, p. 2.

cognitif du visiteur à partir de sa description de l'environnement et du comportement du visiteur, il commet une double erreur : « Il fait une description de l'environnement significative pour lui-même qu'il suppose significative pour le visiteur et il établit une relation avec la description qu'il peut faire du comportement du visiteur avec le domaine du cognitif du visiteur<sup>44</sup>. » L'enjeu des entretiens en *reviviscence stimulée* consiste par conséquent à dissocier le temps de l'expérience et le temps de la verbalisation de l'expérience, tout en conservant la précision et la finesse de la description de l'expérience réellement vécue. Le principe de réminiscence au cœur de cette méthode d'enquête procède de ce que Daniel Schmitt qualifie comme étant un effet « madeleine de Proust » provoqué et entretenu. Le protocole de ces entretiens pourrait par conséquent constituer un outil d'étude idéal pour la poursuite de la recherche sur les dispositifs expographiques olfactifs<sup>45</sup>. Il pourrait, entre autres, permettre d'évaluer le degré de cristallisation esthétique permis par l'odeur en contexte expographique, ainsi que sa persistance dans le temps. Par effet de prolongement, il permettrait également de dé-samorcer la conception du musée comme étant un dispositif d'oubli.

### Art olfactif

Que l'attention portée à l'expérience d'usage qui est faite des dispositifs expographiques olfactifs par le visiteur devienne prioritaire ne découle pas uniquement du cadre théorique instauré par la muséologie de point de vue. Elle est également indispensable à l'établissement pérenne d'un art olfactif contemporain. L'autonomie revendiquée par Pascal Lardeller au sujet des *arts réminiscents* entre le dispositif et

les œuvres muséales comme quoi « le véritable effet ne dépend pas tant de subterfuges inhérents aux dispositifs muséographiques qu'aux œuvres elles-mêmes<sup>46</sup> » devient obsolète dès lors qu'il est question de concevoir un odeur comme œuvre d'art. De même qu'il ne peut y avoir d'odorant sans source émettrice, il ne peut y avoir d'odeur dans un contexte muséal sans support, sans dispositif minimal. Or, de même qu'exposer des œuvres olfactives se révèle stratégique pour les institutions culturelles<sup>47</sup>, l'instauration effective de l'art olfactif dans le monde de l'art lui impose d'être présent dans les musées. Nelson Goodman reconnaît dans l'approche institutionnelle « l'aboutissement moderne le plus accompli<sup>48</sup> » répondant au fantôme de l'attitude esthétique selon lequel les œuvres seraient vérifonctionnelles. George Dickie considère que « le monde de l'art est une sorte de réseau social, fait de curateurs, de collectionneurs, de critiques d'art, d'artistes... dont la vie est associée à l'art d'une manière ou d'une autre<sup>49</sup> ». Pour lui, quelque chose est de l'art si le monde de l'art décreète que c'est bien le cas. Arthur Danto reproche à cette théorie de trop avoisiner la chevalerie, « elle n'est pas donnée à tout le monde et seuls des rois ou des reines peuvent en décider<sup>50</sup> ». Partant du principe qu'une œuvre s'établit à propos de quelque chose, il défend pour sa part la théorie selon laquelle toute œuvre d'art consiste en une signification incarnée. Pour lui, « quand les philosophes supposaient qu'il n'existait aucune propriété commune aux œuvres d'art, ils ne considéraient que les propriétés visibles, or, ce sont les propriétés invisibles qui font que quelque chose est bien de l'art<sup>51</sup> ». Qui dit « signification incarnée »

46. Pascal Lardeller, « Le regard au musée », *op. cit.*, p. 19.

47. Mathilde Castel, « Odorama. L'instinct olfactif de la fondation Cartier pour l'art contemporain », p. 233 du présent ouvrage.

48. Nelson Goodman, *Langages de l'art*, Paris, Jacqueline Chambon, 1998, p. 10.

49. Arthur Danto, *Ce qu'est l'art*, Paris, Post-Éditions, 2015, p. 47.

50. *Ibid.*

51. *Ibid.*, p. 53.

sous-tend « unités significantes » et « support d'expression ». Les dispositifs expographiques olfactifs deviennent par conséquent sine qua non à l'effectivité de l'œuvre d'art considérée comme « signification incarnée », s'actualisant dans la rencontre de son point de vue avec l'altérité de celui du visiteur. Passeurs, ils sont également garants de l'insertion des œuvres olfactives dans l'environnement institutionnel, et participent ainsi de la reconnaissance de l'art olfactif par le monde l'art qui ne cesse « de manière royale ou divine<sup>52</sup> » de faire et défaire la valeur des œuvres au gré des tendances du marché.

On érige souvent le travail de Duchamp comme ayant constitué le coup d'envoi de l'art olfactif avec des œuvres telles que *Belle Haleine - Eau de Voilette* en 1921, et l'odorisation de l'exposition internationale du surréalisme en 1938. Ce qu'il importe néanmoins de ne pas éclipser c'est que le ready-made, en imposant une « dé-définition » de l'œuvre, met au centre de l'enquête philosophique les modalités opératoires réglant l'existence de cette dernière. Depuis Duchamp, la question de l'œuvre d'art ne s'attache plus à la « nature intrinsèque d'un élément » mais à sa « place au sein d'une configuration d'éléments qui détermine un contexte sémiotique d'emploi<sup>53</sup> ». Depuis Duchamp, la considération de l'œuvre glisse vers le dispositif dont dépend son effectivité, jusqu'à constater aujourd'hui que le dispositif fait œuvre. « Les œuvres ont été remplacées, dans la production artistique, par des dispositifs et des procédures qui fonctionnent comme des œuvres et produisent la pure expérience de l'art<sup>54</sup>. » Comme le précise Yves Michaud, « il arrive que l'effet recherché ne se produise pas (ratage par absence d'effet), ou que l'effet produit ne soit pas l'effet recherché (malentendu sur les effets) ou que l'effet perçu ne soit pas l'effet voulu

52. Yves Michaud, *L'Art à l'état gazeux*, op. cit., p. 50.

53. *Ibid.*, p. 11.

54. *Ibid.*, p. 10.

(incapacité perceptive)<sup>55</sup>. Dans le cas de l'art olfactif cependant, seule la relation qui parvient à s'instaurer entre le visiteur et l'œuvre paraît significative, son principe en lui-même n'a nullement besoin d'être adéquat. Il devient par conséquent nécessaire, si l'on ambitionne l'édification d'une histoire de l'art olfactif, d'envisager les œuvres en fonction de la relation opérante qu'elles nouent avec les dispositifs qui les supportent.

Dans *L'Art à l'état gazeux*, l'auteur reconnaît la prépondérance acquise par les dispositifs en ce que ce qui compte désormais dans l'œuvre n'est pas tant la matérialité de l'objet complexe, potentiellement identifiable comme de l'art, que la « capacité du dispositif à générer une certaine gamme d'effets<sup>56</sup> ». En conséquence, il écrit que nous sommes entrés dans un autre monde de l'art, « celui où l'expérience esthétique tend à colorer la totalité des expériences [...] celui où l'art devient un parfum ou une parole<sup>57</sup> ». Pour lui, nous sommes passés d'une œuvre autonome et organique ayant sa vie propre, au style, puis du style à l'ornement et enfin, de l'ornement à la parure. « Un pas de plus, juste un pas, et il ne reste qu'un parfum, une atmosphère, un gaz : de l'air de Paris, dirait Duchamp<sup>58</sup>. » Cette idée n'est pas sans écho avec la conception hybride de l'art du parfum proposée par Delphine de Swardt<sup>59</sup>, décoratif, à usage ornemental et contemplatif. Pour elle, le parfum conçu comme œuvre n'est pas vérificationnel. La possibilité de sa considération se trouverait par conséquent dans une attitude spécifique du visiteur-consommateur, une ouverture consciente à la réception olfactive, une rigueur d'accueil, une attention focalisée. « Un parfum, aussi fin et nuancé soit-il, utilisé pour désodoriser, jamais ne pourra

55. Yves Michaud, *Critères esthétiques et jugement de goût*, Paris, Fayard-Pluriel, 2011, p. 37.

56. Yves Michaud, *L'Art à l'état gazeux*, op. cit., p. 35.

57. *Ibid.*, p. 18.

58. *Ibid.*, p. 205.

59. « Le parfum : un art (en)mêlé », *Nez*, n° 4 : Le parfum et l'art, octobre 2017, p. 84.

remplir les conditions d'avènement de l'expérience esthétique. Cette expérience naît en grande partie dans l'attention portée au parfum, senti pour lui-même, et dans la verbalisation de sa perception<sup>60</sup>. » En 1981, Monroe Beardsley dresse la liste des cinq paramètres permettant, selon lui, l'actualisation d'une expérience esthétique. Il évoque la concentration de l'attention sur l'objet, le détachement, le déplacement de l'affect, l'implication active dans la découverte de l'objet et le sentiment d'intégration de l'expérience<sup>61</sup>. Il apparaît cependant utopique de croire que l'ensemble de ces éléments puisse être mobilisé à la force de la seule volonté du visiteur-consommateur. Si l'odeur n'est pas considérée comme vérifonctionnelle – et elle ne l'est pas – l'attribution de sa valeur esthétique inclut irrémédiablement l'influence de son dispositif. Delphine de Swardt explique que, pour que le parfum sorte de sa dimension accessoire, il faut lui mettre un cadre. Cela revient nécessairement à « définir une zone d'opération et d'expérience artistique<sup>62</sup> » et relève par conséquent déjà du dispositif. Ceci se voulant une démonstration de l'idée énoncée en ouverture qui est que tout ou presque, est un dispositif, y compris l'art olfactif.

### Vers des dispositifs olfactifs d'archivage et de vente ?

Le présent ouvrage recèle un certain nombre de témoignages relatifs à l'expérimentation de dispositifs expographiques olfactifs en contexte muséal, à la théorisation de l'art olfactif ainsi qu'au déploiement d'une esthétique relationnelle de l'odeur-média incarnée dans de nouvelles formes de médiation culturelle. Chacune des contributions à suivre saura compléter, par l'exemplarité de son cas, les concepts du dispositif muséal applicables au médium olfactif que j'ai tenté de synthétiser,

60. *Ibid.*

61. Monroe Beardsley, *Aesthetics: Problems in the Philosophy of Criticism*, Cambridge (MA), Hackett Publishing, 1981.

62. Yves Michaud, *L'Art et l'état gazeux*, *op. cit.*, p. 37.

de manière non exhaustive, au cours de cette introduction. Avant de céder la place à ces lectures, je crois opportun de pointer la nécessité de réflexions imminentes attenantes à de nouveaux types de dispositifs olfactifs. Yves Michaud s'étonne du fait que « les discussions de l'art se concentrent, et même s'hypnotisent sur les musées, alors qu'ils sont loin de constituer l'essentiel du monde de l'art<sup>63</sup> ». Si l'on se soucie de la prégnance des œuvres d'art olfactives, outre les dispositifs expographiques permettant leur effectivité dans l'espace muséal, il importe en effet d'également interroger la nature des dispositifs pouvant favoriser leur entrée sur le marché de l'art, et relevant donc nécessairement de finalités d'archivage et de vente. Interviewée par Clara Muller, Saskia Wilson-Brown, fondatrice et directrice de l'Institut pour l'art et l'olfaction à Los Angeles déclare qu'« une grande part de l'hésitation à reconnaître l'art centré sur les odeurs vient du fait qu'elles sont très compliquées à archiver<sup>64</sup> ». Et Michaud de surenchérir: « Le seul mais important problème [...] est celui de l'archivage et du tri. Que pourront revenir de tout cela le futur et la postérité<sup>65</sup>? » J'aurai l'occasion de revenir plus avant sur la notion d'archivage, et sur la possibilité pour les œuvres olfactives de trouver dans le *storytelling*, auquel les entretiens en *revisite* stimulée de Daniel Schmitt pourraient participer, la stabilité d'une première empreinte<sup>66</sup>.

Le dispositif sur lequel je souhaite présentement attirer l'attention relève davantage des alternatives pouvant permettre la vente d'une œuvre d'art olfactif, invisible, immatérielle et éphémère.

Le commissaire-priseur Alban Gillet déclare que les attributions légales conférées aux gens de sa profession leur permettent uniquement

63. Yves Michaud, *L'Artiste et les commissaires. Quatre essais non pas sur l'art contemporain mais sur ceux qui s'en occupent*, Paris, Fayard-Pluriel, 2012, p. 161.

64. Saskia Wilson-Brown, citée par Clara Muller, « Panorama de l'art olfactif », *Nez, la revue olfactive*, n° 4: *Le Parfum et l'art*, Paris, Le contrepoint, 2017, p. 102.

65. Yves Michaud, *L'Art et l'état gazeux*, *op. cit.*, p. 177.

66. Manthilde Castel, « Odorama », *op. cit.*

de réaliser des ventes de biens meubles<sup>67</sup>. Deux types de meubles sont évoqués, les corporels ayant une réalité matérielle, et les incorporels, renvoyant essentiellement à des droits, des fonds de commerce, des marques et des brevets. L'œuvre d'art olfactive monosensorielle<sup>68</sup> n'entre donc a priori dans aucune de ces catégories. Toutefois la formule de parfum, faisant déjà l'objet de cessions par certains artistes<sup>69</sup>, peut intégrer la section des biens meubles incorporels, et être par conséquent légalement vendue aux enchères. Sur la dématérialisation des œuvres d'art nées au cours du siècle passé et sur la possibilité de les vendre dans le cadre du marché de l'art, Alban Gillet note le fait que les œuvres appartenant à l'ordre de l'invisible et de l'immatériel, à caractère éphémère et sans substance palpable doivent être en conformité avec les dispositions législatives et réglementaires<sup>70</sup> qui, lorsqu'elles établissent la nouvelle réglementation des ventes volontaires, n'envisagent que les ventes de meubles par nature et les effets mobiliers corporels<sup>71</sup>. Concernant l'œuvre d'art olfactive, il est donc possible de vendre le dispositif expographique qui la supporte, à condition que celui-ci ait une réalité matérielle, mais pas l'odeur en tant que telle. En l'état actuel, la loi ne prévoit donc pas que l'art olfactif puisse s'insérer sur le marché de l'art. François Robert-Duret se penche en conséquence sur le cas des œuvres d'art contemporain que les caractéristiques propres maintiennent hors de cette institution. Il est éditant de noter que l'ensemble des exemples qu'il mobilise – les

67. Entretien avec Alban Gillet, maison de vente aux enchères Chaitivestle, mercredi 27 décembre 2017.

68. Chantal Jaquet, « Introduction. Des objets à flairer à l'œuvre parfumée », dans *L'Art olfactif contemporain*, Paris, Classiques Garnier, 2015, p. 11.

69. Julie C. Fortier, « Volatilité-durabilité : exposer les odeurs », p. 135 du présent ouvrage.

70. Loi du 10 juillet 2000 et loi du 20 juillet 2011.

71. Entretien avec Alban Gillet, *op. cit.*

ready-mades de Marcel Duchamp<sup>72</sup>, le mouvement de l'arte povera<sup>73</sup> et l'exposition vide d'Yves Klein – participent régulièrement d'une théorisation de l'art olfactif :

*On prendra l'exemple des ready-mades de Marcel Duchamp, ces objets utilitaires que l'artiste élève, de sa propre autorité, au rang d'œuvres d'art. Leur exposition dans un musée suspend leur fonction habituelle mais leur appropriation par un particulier risque de leur rendre leur nature première. L'urinoir redevenait un urinoir et le porte-bouteilles, un porte-bouteilles. Il semble donc qu'il soit hasardeux de les vendre, sauf à un musée<sup>74</sup>.*

*Les artistes de l'arte povera attribuent un rôle prépondérant à la relation de l'œuvre à son environnement. L'espace est utilisé comme support de l'œuvre. Or, dès l'instant où l'environnement de l'objet fait partie des composantes essentielles de l'œuvre, il paraît difficile de séparer cet objet de son environnement car on aboutirait à une amputation de l'œuvre. D'où l'impossibilité de le vendre indépendamment du lieu où il figure. On sort alors du cadre des ventes mobilières<sup>75</sup>.*

72. Clara Muller, « Panorama de l'art olfactif » *op. cit.*, p. 101 : « En 1921, Marcel Duchamp réalise *Bele Hélène – Eau de toilette*, ready-made composé d'un flacon de parfum Rigaud sur l'étiquette duquel figure une photographie prise par Man Ray de l'alter ego féminin de Duchamp Krosse Sclavy. Mais c'est en 1938 que Duchamp, alors à la recherche d'un art non-réim, concrétise l'introduction de l'odeur dans l'art en réalisant la scénographie de l'exposition internationale du sur-réalisme : dans une gracieuse grille, sur un brasero électrique, enveloppant l'espace de "l'odeur du Brésil" ».

73. *Ibid.*, p. 105 : « En 1999, Giuseppe Penone, représentant de l'arte povera, crée *Respirare l'ombra*, une salle aux murs de cages remplies de feuilles de laurier dont l'odeur imprègne l'espace et la mémoire des visiteurs qui découvrent l'installation. »

74. François Duret-Robert, *Droit du marché de l'art*, Paris, Dalloz, 2015, p. 53-54.

75. *Ibid.*



*Il est un autre cas limite, celui des œuvres d'Yves Klein, intitulées Sensibilité picturale. La galerie où furent présentées ces œuvres était rigoureusement vide. Autant dire que c'est le vide qui constituait la substance des œuvres en question.*

*La vente de celles-ci paraissait donc difficilement concevable.*

*Il y eut pourtant huit cessions de "sensibilité picturale".*

*On doit toutefois souligner que les conditions de ces ventes étaient assez singulières, puisque les acquéreurs recevaient simplement un certificat, qu'ils s'engageaient à brûler.*

*Quoi qu'il en soit, si de telles cessions étaient théoriquement possibles de gré à gré, elles ne l'étaient pas, en principe, dans le cadre d'une vente publique puisqu'elles ne portaient pas sur des meubles corporels<sup>76</sup>.*

À l'aune de ces brèves études de cas, et fort de l'exemplarité de l'exposition vide d'Yves Klein sur laquelle je reviendrai, Alban Gillet songe que les dispositifs de vente des œuvres d'art olfactives sont en premier lieu à concevoir à l'échelle des galeries d'art, dont la marge de manœuvre semble plus clémentine à l'accueil d'un art des odeurs que celle des maisons de ventes aux enchères. L'olfaction et ses dispositifs promettent donc de belles années de recherche.

<sup>76</sup> *Ibid.*, p. 54.

## POUR UNE INTRODUCTION AUX DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

FRANÇOIS MAIRESSE

Je ne suis pas spécialiste de la muséologie olfactive. C'est donc avec un peu de crainte que j'introduis cette journée d'étude sur le thème des dispositifs olfactifs au musée. Avec beaucoup d'humilité, je vais vous proposer quelques éléments plus personnels et plus subjectifs que ceux qui constituent d'ordinaire mes interventions. En même temps, c'est parce que l'odeur est directement liée à une certaine subjectivité que je peux, ce me semble, m'autoriser à vous soumettre des pistes de réflexion sur le sujet.

J'aimerais commencer par solliciter l'image de la madeleine de Proust, pour mettre en avant l'idée qu'il existe également des madeleines muséales. Vous avez peut-être des souvenirs d'odeurs que vous avez perçues dans des musées. C'est, en tout état de cause, mon cas. Dès les

années 1920, Paul Valéry parlait des « solitudes cirées » des musées. À mon sens, il existe en effet quelque chose qui pourrait relever d'une odeur de musée. Mon souvenir le plus fort en la matière renvoie à un établissement qui se situe à Tervuren en Belgique, le musée royal d'Afrique centrale. Il s'agit d'une odeur que je pourrais identifier comme étant celle du formol, mêlée à des effluves d'animaux empaillés et de bois exotiques. Une odeur singulière que je ne suis jamais parvenu à retrouver ailleurs. J'y ai associé des événements heureux puisque le musée royal d'Afrique centrale est sans doute l'un des premiers musées que j'ai eu l'occasion de visiter, à l'âge de trois ou quatre ans. Au-delà de ce souvenir qui m'est personnel, je crois qu'il existe une odeur que l'on pourrait qualifier de « type » pour les musées, et particulièrement pour les institutions anciennes. Une odeur de poussière et de bois ciré peut-être.

La deuxième idée que je soumetts renvoie à un type d'odeurs différentes. Des odeurs contre lesquelles j'ai dû lutter lorsque j'étais directeur du musée royal de Mariemont en Belgique : des odeurs de cuisine. Les cafétérias de musées, dans des bâtiments comme celui de Mariemont, ont été conçues entre 1960 et 1970. À l'époque, les dispositifs d'aménagement pour ce genre d'espaces n'étaient pas encore tout à fait au point. En découlaient un certain nombre de problématiques pouvant notamment concerner les systèmes d'aération. Nous devions donc lutter contre le gérant de la cafétéria qui avait pour passion – pas uniquement parce que nous étions en Belgique mais également parce que les enfants adorent ça – de faire des frites. Il arrivait donc très fréquemment que l'on perçoive des odeurs d'huile de friture lorsque l'on se trouvait dans les galeries de porcelaine de Tournai. C'était évidemment un cauchemar pour nous. Imaginez que de magnifiques porcelaines de Tournai aient une odeur d'huile

1. Paul Valéry, « Le Problème des musées », dans *Œuvres. Pièces sur l'art*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1960, p. 1290-1293.

un peu saumâtre ! Ce n'était évidemment pas du meilleur goût. En en discutant par la suite avec un certain nombre de collègues, je me suis rendu compte que la problématique des odeurs existait dans beaucoup d'autres musées. Au-delà de ménager un certain confort et plaisir de visite, la gérance d'une cafétéria peut en effet susciter des difficultés relatives à la préservation des collections. Les odeurs alimentaires peuvent notamment attirer toutes sortes d'insectes et de rongeurs susceptibles de s'attaquer aux œuvres entreposées dans les réserves de l'établissement. Bien que cette répercussion olfactive ne réponde pas véritablement à la thématique des dispositifs olfactifs, il me semble important de la mentionner afin de montrer l'ampleur que peut avoir le spectre olfactif dans un établissement muséal.

C'est en 1993 que j'ai pour la première fois été confronté à une installation muséale intégrant sciemment des effluves spécifiques à destination du visiteur. Au Pays-Bas, une université avait en effet pris le parti de recréer les odeurs de la ville au cours du XIX<sup>e</sup> siècle. Je n'ai pas conservé de photos de l'appareil qui était très expérimental. En revanche, ma rencontre avec le dispositif de « London Dungeon » quelque temps plus tard se punctuait également de perceptions olfactives qui avaient été prévues pour recréer l'ambiance des salles de torture. La finalité de cette installation était explicitement commerciale, mais elle me semble un élément précurseur des modalités d'immersion sensorielle que nous expérimentons aujourd'hui dans les musées.

Par ailleurs, il ne m'apparaît pas surprenant que la mise en présence des odeurs se soit premièrement développée au sein d'organismes qu'on ne considérait pas – au sens de l'ICOM (The International Council of Museums) – comme étant des musées, mais plutôt comme des institutions proposant des expériences de type muséal. Il s'agissait du genre d'initiatives que l'on classe aujourd'hui dans la catégorie du marketing sensoriel.

Le musée ne s'est pas construit autour de la sensorialité olfactive. Les clichés d'Herbert Bayer<sup>2</sup> illustrent en effet bien à quel point le musée est par excellence et avant tout, une institution de l'œil. La civilisation occidentale dans son ensemble s'est historiquement développée autour de la suprématie de la vue. On pourrait donc imaginer que les modalités de collectionnisme dans les musées obéissent également aux préceptes de l'œil que sont l'objectivité et le détachement. Je me hasarderais pourtant à penser que ces dernières suivent plutôt des motivations qui relèvent de l'instinct, de la subjectivité et de l'impulsion, mouvements qui sont davantage impulsés par une sensorialité telle que celle de l'odorat. Plus que les autres sensorialités, l'olfaction possède la faculté de nous ramener à notre prime enfance, d'éveiller en nous des souvenirs avec une acuité singulière. Or la prime enfance et ce qui, à mon sens, tisse un lien tout à fait particulier entre le collectionnisme dans le monde des musées d'une part, et l'odeur d'autre part. Ce lien s'incarnerait dans ce qu'on appelle communément, le « doudou ».

Nous avons tous le souvenir d'un oursin, d'une poupée ou de toute autre peluche, qui fut le premier objet à nous être attaché lorsque nous étions petits. Souvent lié à l'odeur de la mère, cet objet incarne pour l'enfant la possibilité de s'en détacher partiellement, passant d'un rapport de symbiose totale à une autonomisation progressive de son individualité. Cette transition considère le doudou, et le rôle joué par son odeur, comme étant au cœur de ce que Winnicott appelle « stade de l'objet transitionnel<sup>3</sup> ». C'est ce même stade qui est reconnu comme étant moteur du collectionnisme. Nous ne collectionnons pas tous des doudous, mais c'est notre relation au monde qui transparaît dans le rapport que nous avons à l'objet. Raison pour laquelle certains

2. Herbert Bayer, *Diagram of the field of vision*, 1930.

3. Donald W. Winnicott, « L'Observation des jeunes enfants dans une situation établie » (1943), dans *De la pédiatrie à la psychanalyse*, Paris, Payot, 1989, p. 37-56.

vont parvenir à s'attacher à des objets en y associant des souvenirs plus ou moins importants. Pris sous l'angle psychologique, on peut avoir un niveau de lecture très simple avec des collectionneurs de figurines de superhéros ou de barbies, mais également un niveau plus subtil qui s'exprime par exemple dans le collectionnisme de peinture. Il me semble par conséquent intéressant de considérer que des collections extrêmement nobles ont pu s'établir relativement à des principes beaucoup plus connectés à l'instinct primaire et olfactif qu'à l'estimation raisonnée de la vue. Car en somme, le rôle joué par les odeurs lors de notre toute première confrontation à un objet, notre doudou, détermine l'ensemble des rapports que nous serons par la suite capable d'entretenir avec les autres objets du monde, a fortiori, ceux que nous souhaiterions intégrer dans notre collection. Loin d'admettre le rôle plus ou moins conscient joué par les odeurs aux différents stades de notre vie, la culture occidentale s'évertue à dénager une société leur laissant le moins de place possible. On constate ainsi l'émergence et la propagation d'un style clinique à l'ensemble des musées contemporains. Parallèlement à cette démarche, on peut noter le développement de ce qu'on pourrait qualifier d'« initiation aux odeurs nobles ».

Si les conservateurs de musées ne sont pas tout à fait en mesure d'admettre le rôle que jouent les odeurs dans le rapport qu'ils entretiennent avec les objets de leurs collections, je crois intéressant de se tourner vers les collectionneurs privés. Je songe notamment à un certain nombre de collectionneurs d'art africain que j'ai eu l'occasion de visiter et dont je peux affirmer qu'elles possèdent toutes, de manière très évidente, des odeurs spécifiques. Ayant été bibliophile dans une autre vie, je peux également attester qu'il existe une odeur caractéristique des vélins en plus d'un certain nombre d'autres éléments. Le collectionneur sent ses objets et considère l'odeur comme étant une dimension constitutive de ces derniers. Le rapport d'affection

qu'il est à même de tisser avec ses collections est en partie dû à cette relation olfactive.

On peut imaginer que le conservateur va, quant à lui, être amené à développer une posture plus objective vis-à-vis de l'objet. Plus objective et donc plus adaptée aux missions muséales que sont la préservation, la recherche et la communication. Le bon déroulement de ces dernières nécessitant un environnement de type clinique.

On revient à l'appréhension des odeurs évoquée précédemment en ce que ces dernières pourraient attirer des insectes ou rongeurs friands de tissus organiques, principaux composants des collections d'histoire naturelle. Accident qui engendrerait successivement d'importantes procédures de restauration ou à défaut, le constat d'une perte massive de certains éléments.

Les missions du musée relevant de la préservation et de la recherche se révèlent relativement pauvres quant à la considération et l'approfondissement d'une notion de patrimoine olfactif. Ce n'est qu'au niveau de la communication, a fortiori de la médiation que l'on peut constater un certain nombre d'initiatives prises pour faire se rencontrer l'environnement muséal et le médium olfactif. Le principal objectif de cette journée est de passer en revue une partie des dispositifs ayant découlé de ce paradigme de rencontre. Mais bien qu'il soit possible de déployer un certain éventail de propositions – je pense notamment aux diverses explorations sensorielles réalisées en faveur des publics non voyants depuis 1970 – il me semble que tout ce qui a pu être développé en matière de variantes de boîtes à senteurs et dispositifs plus complexes tels que ceux que nous allons voir aujourd'hui, représente un pourcentage qui demeure relativement faible. Faible pourcentage de dispositifs olfactifs qui à leur tour, font démonstration d'un spectre des odeurs également très restreint. Je pense à ce que l'on pourrait être en droit de retrouver et de sentir dans un musée de société par exemple. Appelez-vous

la malencontreuse phrase de Jacques Chirac dans son discours d'Orléans, prononcé en 1991 :

*Comment voulez-vous que le travailleur français qui habite à la Goutte-d'Or, qui travaille avec sa femme et qui, ensemble, gagnent environ 15 000 francs, et qui voit sur le palier à côté de son HLM, empuassé, une famille avec un père de famille, trois ou quatre épouses, et une vingtaine de gosses, et qui gagne 50 000 francs de prestations sociales, sans naturellement travailler ! Si vous ajoutez à cela le bruit et l'odeur, eh bien le travailleur français sur le palier devient fou.*

Le point intéressant est à mon sens qu'il existe effectivement des odeurs propres à chaque société. Bien évidemment, certaines sont incommodes, mais il me semble qu'une part importante pourrait faire l'objet d'un travail de préservation ou de recréation à des fins de recherche tout à fait pertinentes, en musée de société comme en musée d'ethnographie. Or, on se rend bien compte qu'il est pratiquement considéré comme inconvenant de se pencher plus en avant sur les odeurs de telle ou telle société, sauf s'il s'agit d'odeurs nobles telles que celles des préparations parfumées. À mon sens, nous demeurons par conséquent dans une dimension encore très élitiste des odeurs. Seules les odeurs considérées comme agréables sont dignes de recherche et de communication. Par conséquent, quand nous parlons de « patrimoine olfactif » il est en réalité question du patrimoine d'un certain type d'odeurs, et non d'une démocratisation de toutes les odeurs existantes. Malraux évoquait en ces mêmes termes notre relation avec la culture. Il n'est pas question d'une démocratie olfactive qui permettrait de développer une palette beaucoup plus exhaustive d'effluves propres à chaque culture. Ce qui m'amène à revenir sur la notion de musée clinique qui apparaît, finalement, comme la seule référence possible de musée universel. Un musée sans odeur, un musée aseptisé.

Nous développons une vision de notre monde à partir du patrimoine que les musées rassemblent. Ce patrimoine ne découle pas uniquement des classes les plus hautes de la société, un ticket de métro y trouve également très bien sa place. Pourtant, les odeurs ne font pas partie des collectes visant à rassembler le patrimoine de l'humanité. Je trouve cet aspect assez fascinant quand l'on songe aux souvenirs que ces dernières laissent dans la mémoire individuelle et collective. Prenez la cigarette. Lorsque l'on est fumeur, l'odeur de la cigarette fait tant partie de notre quotidien qu'on ne parvient presque plus à la percevoir, on oublie totalement à quel point elle peut être inconfortable pour les personnes qui sont proches de nous. Inversement, lorsqu'on arrête de fumer, on prend à nouveau conscience de cette odeur et on découvre qu'elle peut totalement nous indisposer. Pour ce qui est de la mémoire collective, les plus âgés se souviendront du temps où il était encore possible de fumer dans les avions, dans les cafés. Peut-être aussi que certains se souviendront des amphithéâtres de la Sorbonne, tellement enfumés qu'il n'était presque plus possible de distinguer l'enseignant. La dimension olfactive, bien que notre cerveau ne soit pas constamment conscient de sa perception, participe de notre mémoire individuelle et collective.

Si je reviens sur l'impérialisme de la vue au musée, il doit être dit que ce dernier a été remis en question à partir de 1960 par Marshall McLuhan et sa conception du musée comme étant un système de communication<sup>4</sup>. À cette époque, on passe de la « galaxie Gutenberg » à ce qu'on pourrait appeler la « galaxie de la télévision ». Cette transition a pour effet de faire basculer une dominante visuelle de l'expérience vers un aspect de proximité beaucoup plus tactile que McLuhan perçoit dans la manipulation des boutons de télécommande. La démarche qu'il développe va progressivement se traduire par une propagation de

4. Marshall McLuhan (dir.), *Le Musée non linéaire. Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée*, Lyon, Akéas, 2008.

en plus ample de la plurisensorialité au sein de l'environnement muséal. Plurisensorialité qui se concentre sur le toucher puis infuse progressivement les autres modalités de perception sensorielle. Après le séminaire de 1967<sup>5</sup>, une exposition a eu lieu au Metropolitan à New York. Elle s'intitulait « Harlem on my Mind » et avait pour particularité de présenter des photographies accompagnées de musiques et de bruits issus de la ville de Harlem. Cet événement avait fait scandale puisque les peintres de la ville s'étaient offusqués que des bruits soient considérés comme plus légitimes à intégrer la programmation de l'exposition que leur travail. Après ce premier essai, il a fallu compter une quinzaine d'années avant qu'apparaisse la muséologie dite « de point de vue » conceptualisée par Jean Davallon<sup>6</sup>, qui va amener une muséographie beaucoup plus immersive à se développer, s'intéressant successivement à la vue, au toucher et à l'ouïe. Il est intéressant et simultanément regrettable que dans ce contexte, l'odorat n'ait pas fait l'objet d'investigations plus assidues. J'aime cependant à croire que cette sensorialité sera l'occasion de développements futurs pour le musée et la manière dont nous sommes amenés à le considérer. Développements pour lesquels je vois des prémices dans l'esquisse du panorama des dispositifs que nous allons réaliser aujourd'hui. J'ai le sentiment que des éléments importants et complexes relevant de notre rapport au monde peuvent en effet être mis en tension par l'intermédiaire des dispositifs olfactifs. Cette modalité de transmission nécessite toute fois énormément de recherche dans les années à venir et c'est pour cette raison, je suppose, que je vous vois si nombreux aujourd'hui.

5. Marshall McLuhan, Jacques Barzun, *Exploration of the Ways, Means and Values of Museum Communication with the Viewing Public*, 9 et 10 octobre 1967, Museums of the City of New York, New York.

6. Jean Davallon, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics et musées*, vol. 2, n° 1, 1992, p. 99-123.

# L'OLFACCTION AU MUSÉE: LE POINT DE VUE DES SENSORIAL STUDIES

SEPTEMBRE TIBERGHIEU  
ÉRIKA WICKY

Depuis les années 1990, le *sensorial turn* découlant du *material turn*<sup>1</sup> a considérablement affecté les études sur les arts et la muséologie. En plaçant, notamment, les objets et leur rapport au corps au cœur des préoccupations des chercheurs, l'étude de la culture matérielle 4, en effet, contribué à stimuler l'attention portée aux sens et au caractère polysensoriel de l'expérience des œuvres d'art, qui figure parmi les objets d'étude des *sensorial studies*. Bien qu'elles aient fait l'objet de peu de traductions en français, les *smell studies*, champ de recherche tout spécialement dédié à l'olfaction, qui s'inscrivent dans la démarche des *sensorial studies*, trouvent leur origine, tout comme les études sur

1. David Howes, « Introduction to Sensory Museology », *The Senses and Society*, vol. 9, n° 3, 2014, p. 259-267.
2. Sandra Dudley (dir.), *Museum Materialities: Objects, Engagements, Interpretations*, Abingdon, Routledge, 2010.

l'olfaction menées en France, dans l'ouvrage d'Alain Corbin, *Le Miasme et la jonquille*<sup>3</sup>. Elles répondent à la même nécessité de repenser les sens à l'ère digitale ainsi qu'à celle, dans le domaine de la muséologie, d'attirer de nouveaux publics au musée.

Les recherches menées dans ce domaine rencontrent un terreau particulièrement fertile au sein du *Centre for sensory studies* créé à l'université Concordia (Montréal, Canada) en 1988 par l'historienne Constance Classen, l'anthropologue David Howes et le sociologue Anthony Symont. La revue savante, issue de ce centre de recherche, intitulée *The Senses and Society*<sup>4</sup>, est devenue, depuis sa création en 2006, l'une des plus importantes plateformes de diffusion de la recherche dans ce domaine. En 2014, un numéro spécial, intitulé *Sensory Museology*<sup>5</sup>, a été consacré à la théorisation des enjeux que revêtent, dans le contexte muséal, la perception sensorielle en général et l'olfaction en particulier. Comme on peut le constater dès le sommaire de ce numéro, à travers les sous-titres choisis pour les articles<sup>6</sup>, la recherche sur les sens au musée est ancrée dans l'actualité et étroitement liée à des pratiques artistiques et muséographiques émergentes singulières.

Les dispositifs olfactifs convoqués à l'occasion de ces expériences sont souvent directement liés aux recherches menées sur la question et émanent des mêmes chercheurs. Ainsi, Jennifer Fisher<sup>7</sup> et Jim Drobnick<sup>8</sup>, qui sont à la fois universitaires et commissaires d'expo-

3. Alain Corbin, *Le Miasme et la jonquille. L'odorat et l'imaginaire social, XVIII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles*, Paris, Aubier-Montaigne, 1982.
4. Créée en 2006 par Michael Bull et David Howes en collaboration avec Doug Kahn et Paul Gilroy, la revue *The Senses and Society*, dédiée à l'étude des sens, paraît trois fois par an en ligne.
5. *The Senses and Society*, n° 3: *Sensory Museology*, vol. 9, 2014.
6. Marie-Pierre Cadoua et Mark Climberg, par exemple, présentent des études de cas menées dans deux grands musées canadiens: la National Gallery et le McCord Museum.
7. Jennifer Fisher est professeure au département de Visual Art & Art History à York University (Toronto), critique d'art et curatrice.
8. Jim Drobnick est critique d'art, curateur et professeur au Ontario College of Art and Design University.

sition, se soucient d'intriquer l'expérimentation muséographique et la réflexion critique. Son expérience incite justement Jim Drobnick à émettre des réserves à l'égard d'une approche dissociée des différents sens au musée. Il remarque ainsi que le musée n'est pas un lieu olfactivement neutre et que l'on ne saurait faire abstraction des odeurs préexistantes, ni des stimulations sensorielles environnantes dans l'appréciation des œuvres d'art olfactif. Cela implique que les stimulations sensorielles soient très contrôlées dans les musées et que les odeurs, généralement situées en marge de l'espace muséal, dans les restaurants et les boutiques, soient cantonnées aux espaces commerciaux.

En outre, les *sensorial studies* s'appliquent à historiciser l'importance des sens au musée de manière à remettre en cause des évidences. Constance Classen<sup>9</sup>, par exemple, se penche sur l'interdiction de toucher au musée, rappelant qu'il a longtemps été permis de manipuler les objets présentés, voire de les sentir, ce qui avait l'avantage d'offrir une connaissance plus complète de l'objet (notamment de ses qualités non visuelles) et donc d'en avoir une appréciation esthétique plus juste. De plus, la proximité avec l'objet rendue nécessaire par la saisie tactile donne le sentiment de se rapprocher de son créateur ou de ses usagers. Pourtant, cette pratique a disparu au XIX<sup>e</sup> siècle, alors que la démocratisation de l'accès aux œuvres d'art et aux artefacts exposés augmentait les risques de les endommager<sup>10</sup>. Alors que la possibilité de toucher les artefacts distinguait les spectateurs privilégiés, cela serait alors devenu pour les autres une habitude vulgaire, trahissant d'autant plus la mauvaise éducation du visiteur, qu'elle était associée

9. Constance Classen, « Museum Manners: The Sensory Life of the Early Museum », *Journal of Social History*, vol. 40, n° 4, 2007, p. 895-914.  
10. Voir aussi Constance Classen et David Howes, « The Museum as Sensecape: Western Sensibilities and Indigenous Artifacts », dans Elizabeth Edwards, Chris Gosde and Ruth Phillips (dir.), *Sensible Objects: Colonialism, Museums and Material Culture*, Oxford/New York, Berg, 2016, p. 199-222.

à celle de manger avec les mains qui faisait alors l'objet d'une égale réprobation. Ces études historiques sur les sens au musée, essentiellement menées à travers des témoignages de visiteurs, évoquent surtout le toucher, mais fournissent aussi des pistes de recherche en ce qui concerne l'olfaction ainsi que des éléments de réflexion généraux sur les sens réputés bas<sup>11</sup>.

Cette hiérarchie des sens fait l'objet d'une attention particulière de la part des *sensorial studies* qui se soucient tout particulièrement de la façon dont elle relate d'autres hiérarchies arbitraires construites à travers l'histoire comme les hiérarchies concernant les arts, le genre<sup>12</sup>, mais aussi les hiérarchies racistes. Ainsi, Classen rappelle que dans l'imaginaire des Européens, les non-Européens sont plus sensoriels et sont plus proches des sens inférieurs, comme le goût, le toucher et l'odorat. D'après le symbolisme des sens, la vue est le sens le plus proche de la raison, alors que les autres sens sont associés à la vie du corps et non à celle de l'esprit. Les indigènes d'Afrique ou d'Amérique, dont les facultés sensorielles ont fait l'objet de fantasmes, ont ainsi été assimilés aux animaux. Au XIX<sup>e</sup> siècle, l'historien naturel Lorenz Oken va même jusqu'à inventer une hiérarchie raciale en fonction des sens. Au sommet, se trouve l'Européen (*the « eye-man »*) suivi de l'Asiatique (*the « ear-man »*), du natif Américain (*the « nose-man »*), de l' Australien

11. « The strong association between science and museology served to reinforce the use of multiple senses when interacting with museum pieces. For all its fascination with optic glasses, seventeenth and eighteenth-century science, or natural philosophy, still emphasized the importance of multi-sensorial investigation for understanding the nature of the objects under study. Indeed, whereas today sight would be considered a more serious way of comprehending museum pieces than touch or smell, in the seventeenth century sight might have been deemed the more superficial or frivolous form of apprehension. » Constance Classen, « Museum Manners: The Sensory Life of the Early Museum », *op. cit.*, p. 906.

12. Constance Classen, « The Scented Womb and the Seminal Eye: Embodying Gender Codes through the Senses », dans *The Color of Angels: Cosmology, Gender and the Aesthetic Imagination*, Londres, Routledge, 1998.

(the « *tongue-man* ») et enfin de l'Africain (the « *skin-man* »)<sup>13</sup>. Le musée d'ethnographie est un modèle d'idéal colonial qui impose sa loi et son ordre sur les natifs. Le fait que l'accent soit mis sur l'aspect visuel des artefacts montre à quel point on cherche à coloniser, civiliser et discipliner ces objets. La présentation des objets sous vitrine autorise cette domination, non seulement de la part des conservateurs, mais également des visiteurs. Dans ce cas, le musée opère un processus de désensibilisation non seulement dans l'espace, mais aussi dans le temps, au regard du processus de création de ces artefacts.

En dépit de l'exclusion de certains sens au sein de l'esthétique conventionnelle, les artistes contemporains incorporent les odeurs dans leur pratique de manière à révéler des expériences inédites. Dans l'exposition « *Odor Limits*<sup>14</sup> », les curateurs Jim Drobnick et Jennifer Fisher ont intégré des œuvres olfactives de quatre artistes – Oswaldo Maciá, Jenny Marketou, Chrysanthe Stathacos et Clara Ursitti – qui permettent de questionner la hiérarchie des genres picturaux, comme le portrait, le paysage, mais aussi d'adresser de manière immédiate et sensorielle des questions relatives à notre société actuelle, comme la xénophobie ou la pollution. En raison du rapport subjectif et intime aux odeurs, ces œuvres viennent provoquer une prise de conscience des enjeux liés aux différences culturelles, à la spiritualité et à la philosophie du corps.

Enfin, la muséologie anglo-saxonne convoque, pour étudier les sens au musée, les recherches menées dans le champ de la neurobiologie ouvrant de nouvelles perspectives de collaboration entre arts et sciences. Ainsi, l'exposition « *Sensorium* » présentée à la Tate Britain en 2015 permettrait à l'université de Sussex d'utiliser, avec l'accord des

13. David Howes, *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 2003.

14. Jim Drobnick et Jennifer Fisher, « *Odor Limits* », *The Senses and Society*, vol. 3, n° 3, 2008, p. 349-360.

spectateurs, les données biométriques et les résultats du questionnaire portant sur l'expérience multisensorielle proposée autour de quatre œuvres empruntées à la collection du musée<sup>15</sup>. Développant cette collaboration entre art et science, l'ouvrage *The Multisensory Museum*<sup>16</sup> vise à établir un dialogue entre muséologie et neurosciences similaire à la réflexion conjointe entamée par Chantal Jaquet et Roland Salessse dans le cadre de l'ANR *kôdô*<sup>17</sup>. Andreas Keller<sup>18</sup>, par exemple, souligne les spécificités de l'odeur qu'il est nécessaire de prendre en compte avant de les faire entrer dans l'espace muséal : les odeurs ne sont pas stables dans le temps et dans l'espace, elles peuvent faire l'objet de réactions particulièrement vives de la part des spectateurs et elles touchent différemment chaque personne, puisqu'elles s'adressent directement à son histoire. Il souligne également que la perception olfactive n'est pas toujours consciente et qu'elle nécessite, lorsque les odeurs ne sont pas très fortes, un effort de sorte que l'odeur à percevoir doit souvent être signalée, paradoxalement, par un avertissement visuel. Sans plus insister sur les problèmes éthiques que peut soulever l'utilisation au musée d'odeurs susceptibles à la fois d'être perçues de façon inconsciente et de susciter de fortes réactions émotionnelles, Stevenson insiste sur le fait que l'odorat est doté de modes d'action psychologiques singuliers qui peuvent être convoqués dans le contexte

15. Jean-Alexandre Perras et Erika Wicky, « Exposition "Sensorium" à la Tate Britain : la peinture dans tous les sens », *Espace art actuel*, n° 113, 2016.

16. Nina Levent et Alvaro Pascual-Leone (dir.), *The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2014.

17. L'Agence nationale de la recherche (ANR, France) a soutenu (2010-2013) le programme de recherche *kôdô* «permettant d'envisager la définition d'une esthétique fondée sur l'odorat, dans une double dimension de création et de perception. Le modèle de cette étude est la cérémonie japonaise du *kôdô* (香道), une pratique ancestrale au cours de laquelle les participants "écourent" les subtiles différences d'odeur de bois précieux. Largement inspirée de la philosophie zen, la pratique de cet art des odeurs permet à chaque individu de mieux prendre conscience de lui-même et de trouver son chemin (道 : 道) par les senteurs (氣 : 香) ». Site du projet : <http://kodo.univ-parisi.fr/projet-kodo/> [consulté le 28 octobre 2017].

18. Andreas Keller, « *The Scented Museum* », dans *The Multisensory Museum*, *op. cit.*, p. 167-196.



muséal : il s'agit de sa capacité à évoquer des souvenirs (l'identification des odeurs repose sur la mémoire), à agir sur l'humeur (même lorsque les odeurs sont imperceptibles) et, surtout, à figurer une présence, à donner l'impression d'être quelque part, une « proximité phénoménologique » particulièrement efficace dans les dispositifs immersifs. Il remarque que la faculté des odeurs à rappeler l'enfance peut être utilisée, comme la musique, pour viser des groupes précis en faisant référence à un élément culturel ou bien à une période particulière. Enfin, il remarque que le caractère viscéral de l'expérience séduit particulièrement le jeune public. Enfin, comme le souligne Joseph Kaye<sup>19</sup>, l'olfaction au musée invite le spectateur à prendre conscience de ses propres processus cognitifs.

Les études brièvement évoquées ici témoignent de l'intérêt des *sensorial studies* pour les modalités, l'histoire et les implications de l'olfaction au musée, mais aussi de la diversité et du caractère interdisciplinaire des approches de ces phénomènes. Elles rendent compte du travail de théorisation et d'expérimentation mené conjointement, sur lesquels s'appuient des recherches destinées à développer des dispositifs olfactifs plus adaptés au contexte muséal.

19. Joseph Kaye, *Smell as Media*, Cambridge, MIT Media Lab, 2003.



**1**  
**PANORAMA  
DE DISPOSITIFS  
OLFACTIFS**

## **LES DISPOSITIFS DU GRAND MUSÉE DU PARFUM**

ÉLISE ALLONAS

Le grand musée du Parfum est un projet né en 2014. L'établissement a ouvert en décembre 2016 rue du faubourg Saint-Honoré à Paris [le musée a fermé ses portes en juillet 2018]. Je vais brièvement revenir sur les grandes étapes de création qui se sont succédées au cours de ces deux ans de conception. Notre première mission a été de convaincre des partenaires de la viabilité du projet. Des partenaires publics tels que la mairie de Paris et des partenaires privés comme International Flavors & Fragrances (IFF) qui est un industriel du secteur de la parfumerie. Au cours du développement du musée, IFF nous a aussi bien prodigué des connaissances techniques que fourni l'intégralité des odeurs que vous pouvez sentir dans le parcours permanent de l'établissement. Successivement, il a fallu composer le comité scientifique et culturel du musée. Ce dernier compte actuellement seize professionnels et chercheurs du secteur de la parfumerie. Nous avons

ensuite travaillé à la définition des contenus que nous souhaitions présenter dans le parcours permanent. Ce n'est qu'ensuite que s'est amorcée une longue phase de conception et de développement des installations, avec l'agence de scénographie Projectiles pour l'esthétique globale de l'établissement d'une part, avec différentes agences de design pour des dispositifs spécifiques d'autre part. Notre volonté était de transmettre une vision contemporaine du parfum et de ce qu'est, peut-être, la création en parfumerie. Nous souhaitions mettre en avant l'idée que, parce que le parfum est avant tout une œuvre de l'esprit muée par une intention artistique, il est pleinement légitime à être reconnu comme un art à part entière. Partant de cette orientation principale, nous avons dégagé cinq missions que nous considérons comme essentielles à la vocation muséale de l'établissement : transmettre le patrimoine immatériel de la parfumerie, ménager une accessibilité des installations grâce à la multisensorialité, faire du musée un lieu d'expérimentation et de partage, en faire un pôle de soutien à la création artistique et olfactive contemporaine, en faire un lieu de sensibilisation au développement durable. Notre défi fut de mettre en scène l'impalpable et l'immatériel par le biais de deux types d'installations : des installations olfactives et expérimentelles d'une part, des installations immersives et innovantes d'autre part.

Le parti pris muséal qui a guidé notre travail consistait à privilégier l'expérimentation par rapport à la seule appréhension visuelle. Nous souhaitions que le visiteur soit dans une position active vis-à-vis des installations. À l'heure où les modalités de transmission des connaissances se modulent sous l'influence du numérique et des réseaux sociaux, nous avions à cœur de concevoir un parcours permanent éloquent pour un visiteur habitué à accéder facilement à des informations, de manière intuitive, et dont le temps de concentration a considérablement diminué au cours des dernières années. Ce contexte nous a poussés à totalement réinventer notre politique de médiation, en favorisant

des modalités d'apprentissage novatrices passant par l'implication du visiteur via un degré important d'expérientiel et d'interactivité. Le choix d'une collection d'odeurs centrale à l'établissement s'inscrit dans le prolongement de cette réinvention que nous avons voulu opérer de l'installation muséale, et se voulait complémentaire des divers prêts d'objets dont nous avons pu bénéficier grâce au musée international de la Parfumerie de Grasse ainsi qu'aux collections Drom.

Les experts du comité scientifique et culturel du musée ont travaillé ensemble au choix des éléments constitutifs de cette collection olfactive en tenant compte des missions préablement définies par le musée. Les odeurs présentes dans cette collection devaient illustrer, démontrer ou rendre plus immersifs les messages que nous avions identifiés comme clés dans notre offre de médiation. Un exemple d'illustration nous renvoie à l'installation des *Scents drops* qui se trouve à l'étage du parfumeur. L'idée à l'origine de cette installation était de donner un aperçu de la palette qu'utilise un parfumeur lorsqu'il crée une composition olfactive. Nous avons traduit cette image en proposant à sentir une sélection de vingt-cinq matières premières emblématiques de la création en parfumerie. L'installation du rosier imaginaire *Blossom* est un exemple de démonstration de la manière dont, au cours du processus de création, le parfumeur invente et réécrit sa propre vision de la nature. Lorsque l'on com-

pose « une rose » en parfumerie, on ne se sert pas d'une essence de rose, on va composer une base avec un ensemble d'éléments qui ont des odeurs totalement différentes mais qui, mises ensemble, vont créer une illusion de rose plus vraisemblable encore qu'une simple essence. Dans ce dispositif en forme d'arbre, nous avons donc pris le parti de placer une rose naturelle, un absolu de rose, sur la branche centrale, et de positionner tout autour diverses reconstitutions de roses réalisées par des parfumeurs différents. Il s'agit de parfums

du marché sélectionnés par le comité de rédaction de la revue *Nez*. Grâce à ce dispositif, le visiteur peut se rendre compte de l'ampleur des interprétations possibles de la nature en parfumerie. Quant à donner un exemple d'immersion par l'odeur dans l'optique de faciliter sa compréhension du message, je vais davantage parler d'un échec. Grâce au musée Carnavalet, nous avons en dépôt dans le parcours permanent du musée des pièces du mobilier d'origine d'une boutique Houbigant datant du second Empire. Houbigant est une maison emblématique dans l'histoire de la parfumerie puisqu'à été la première à utiliser des molécules de synthèse dans la composition de ses parfums. La première création du genre s'appelle *Fougère royale* et date de 1882. C'est un parfum qui a révolutionné la création olfactive et qui a permis d'établir la parfumerie moderne. Nous avions donc à cœur de pouvoir diffuser son odeur autour du mobilier afin de recréer l'ambiance olfactive de la boutique Houbigant. Ce projet n'a pas pu aboutir car pour créer ce parfum, certaines matières premières avaient été infusées dans l'alcool, ce qui les rend impossibles à encapsuler pour ensuite les intégrer dans un dispositif de diffusion sèche, modalité de diffusion que nous avions choisie pour l'ensemble des dispositifs du musée. Une alternative aurait été de commander une réécriture du parfum ne contenant que des matières adaptées à la diffusion sèche. C'est par exemple ce que nous avons fait pour l'odeur du *kiphi*, premier parfum de l'humanité dont on connaît la formule, qu'IFF a pu reconstituer pour le musée. Pour de nombreuses raisons, il n'était pas possible de commander à une société de composition qu'un de ses parfumeurs recrée une version de *Fougère royale* pour cet espace. Cette action aurait été contradictoire vis-à-vis des valeurs à l'origine du projet muséal. Le mobilier Houbigant est donc présenté en l'état sans diffusion d'odeur, notre volonté d'installation immersive n'ayant pu aboutir.

La constitution de la collection olfactive a fait émerger un certain nombre de problématiques, dont un important souci d'équilibre entre les odeurs qui sont familières à la plupart des visiteurs et celles, plus rares, qu'ils sont invités à découvrir pour la première fois en visitant le musée. Nous avons par conséquent ajouté des résonances. Au dispositif des *Scents drops* où l'on découvre les matières premières du parfum – a priori inconnues du visiteur néophyte – répond par exemple celui du *Jardin des senteurs* où se retrouvent entre autres, les odeurs connues et rassurantes du feu de bois, de la madeleine, du Coca-cola et de la pâte à tartiner Nutella.

Une fois l'ensemble de la collection olfactive constitué, il nous a fallu réfléchir au moyen de la mettre en présence au sein des espaces muséaux. À ce stade du projet, nous avons considérablement travaillé avec la société Scentsys, qui est spécialisée dans la diffusion de parfum dans l'air et qui a travaillé de concert avec l'ensemble des designers sur la dimension olfactive de chaque dispositif. La première étape consistait à choisir une modalité de diffusion. Il existe en effet un principe de diffusion dite humide et un principe de diffusion dite sèche. Notre choix s'est porté sur la seconde. C'est une technique sans alcool, donc sans rémanence qui a pour atout de ne pas saturer le nez, même lorsque l'on sent beaucoup d'odeurs. La collection olfactive contenant plus de soixante-dix effluves, ce paramètre fut décisif dans le choix du type de diffusion.

Dès lors qu'il s'est agi de concevoir les dispositifs, dans toute leur diversité de forme et de fonctionnement, nous avons tâché d'être le plus inventifs possible, de sorte à ne créer ni répétition ni lassitude qui aurait pu alimenter la baisse du temps de concentration que j'ai précédemment mentionnée chez le visiteur. Nous voulions également que ces dispositifs soient l'occasion d'expérimenter différentes manières d'appréhender une odeur. Nous avons par conséquent tenté des approches multiples tout en adaptant toujours le plus possible le

contenant au contenu et aux impératifs liés à la médiation, le choix des langues et la longueur des cartels. L'intuitivité et l'invisibilité des processus de déclenchement de diffusion ont été des axes déterminants dans la conception des dispositifs. Nous voulions que les gestes du visiteur demeurent naturels dans l'appréhension de chaque installation, en ménageant au mieux l'épure et la magie de l'expérience. Raison pour laquelle les équipements techniques réalisés sur mesure pour chaque appareil sont complètement dissimulés et intégrés à l'intérieur des systèmes. Pour développer sur la notion du sur-mesure, je souligne à nouveau l'importance de l'accompagnement que nous a prodigé la société Scenty, qui a notamment permis d'adapter les concepts standards de leur catalogue à la particularité de chacun de nos designs. Pour le bouquet de roses de *Blossom*, ils ont par exemple développé une modalité de diffusion très locale de sorte à ce que les effluves floraux ne contaminent pas l'installation des *Scent drops* qui se situe à seulement quelques mètres. Ils nous ont également orientés dans le choix de la périodicité de la diffusion. Comme on se trouve dans un musée avec des espaces ouverts et plusieurs dispositifs, on ne pouvait par exemple pas se permettre d'être en diffusion continue sur l'ensemble des installations. Ils ont enfin élaboré un petit projecteur qui fonctionne comme une lampe torche olfactive. Placé à l'intérieur des vasques présentes au sous-sol, il permet de projeter le parfum dès que la cellule détecte la présence d'un visiteur, avec l'intensité et la localité souhaitée.

Je souhaiterais maintenant opérer un focus sur l'installation *Scent drops*. Comme expliqué précédemment, cette installation a pour vocation de donner une illustration de la palette du parfumeur. Nous avons sélectionné vingt-cinq matières premières considérées comme emblématiques par le comité scientifique et culturel – dont font notamment partie Jean-Claude Ellena (parfumeur maison chez Hermès

de 2004 à 2016) et Mathilde Laurent (parfumeur chez Guerlain de 1994 à 2005 et parfumeur maison chez Cartier depuis 2005) – et nous voulions expliquer en quoi chacune d'elles a constitué un jalon dans l'histoire de la création en parfumerie. Une des principales contraintes de ce dispositif était que nous ne souhaitions pas apporter une représentation visuelle des ingrédients, principalement pour ne pas créer d'antagonisme entre la nature et la synthèse. Il est aisé de représenter visuellement des éléments naturels mais beaucoup plus complexe de fournir une illustration éloquente d'une molécule de synthèse dont l'odeur ne ressemble à rien de connu. Nous souhaitions être pédagogiques et non heuristiques, de sorte à permettre au visiteur de comprendre par lui-même que la synthèse peut amener autant d'émotion en parfumerie que la nature. La deuxième raison pour laquelle nous ne souhaitions pas représenter les ingrédients est que lorsque le parfumeur crée, il travaille avec le souvenir olfactif qu'il a de sa palette de matières premières, et non avec des images de ces dernières. À l'instar du parfumeur, nous désirons que le visiteur puisse accueillir les impressions et évocations suggérées par une odeur sans que son esprit soit influencé par des images. Dans le prolongement de ce parti pris, nous avions besoin d'un contenant qui soit le même pour tous les ingrédients, qu'ils soient naturels ou synthétiques. Le second challenge de cette installation était d'inclure un contenu de deux cent cinquante textes. Vingt-cinq textes, un pour chaque matière première, respectivement traduit en dix langues. L'accès à ce contenu devait de surcroît être simple et ludique, de sorte que le visiteur ne se lasse pas après la découverte de deux matières premières, mais qu'il ait au contraire envie de sentir l'intégralité de la palette.

Le tout premier prototype qui a été conçu pour les *Scent drops* consistait en une goutte de verre que l'on viendrait décrocher pour sentir la matière odorante contenue à l'intérieur sous forme de billes Pe bax.

Mais ce dispositif présentait de nombreux inconvénients quant à l'inclusion de la médiation. Une fois la goutte de verre en main, comment pouvons-nous avoir accès à un contenu explicatif fourni en dix langues ? Nous avons envisagé de projeter du contenu au sol, au plafond, de concevoir une plateforme tactile sur laquelle il faudrait poser la goutte pour avoir accès aux explications, mais toutes ces options impliquaient une série de gestes qui devenait complexe. Il nous fallait également prendre en compte la notion de contamination des supports par les odeurs des différentes gouttes. Nous savions qu'il y avait en effet peu de chances que les visiteurs reposent les gouttes au même endroit que là où ils les avaient prises. Le scénario dans lequel ils prennent une goutte, la sentent, l'échangent avec quelqu'un et la reposent un peu plus loin était plus plausible. Mais dans ce scénario, toutes les bases auraient été contaminées par différentes odeurs et la découverte des matières premières aurait été faussée. Nous faisons également face à un problème de propreté et de solidité du verre en plus d'une modalité de diffusion qui aurait obligatoirement été passive. Esthétiquement parlant, il n'était pas envisageable d'inclure un système de diffusion dans une goutte en verre qui aurait laissé tout disparaître. L'ultime inconvénient était la ressemblance de la goutte de verre imaginée avec le flacon de parfum *J'adore* de Dior.

Une fois l'ensemble de ces points identifiés, le studio Harvey & John, qui est à l'origine des *Scent drops*, a progressivement pu faire évoluer ce premier concept qui était la goutte de verre. Nous avons choisi un mode de médiation dite embarquée. C'est-à-dire que l'ensemble du contenu explicatif est directement intégré dans chacune des sphères par le biais d'une carte mémoire contenant dix fichiers, un pour chaque langue, et un petit haut-parleur. Harvey & John ont conçu un système qui permet d'effectuer le choix de langue par rotation de la sphère sur son socle, la manipulation est donc simple et rapide. Ils ont également

élaboré un système de déclenchement successif de la diffusion olfactive puis de la diffusion sonore en fonction du degré de bascule de la sphère. Si la sortie d'air est tournée vers le haut, l'odeur est diffusée. Si la sortie d'air est penchée sur le côté, le son est diffusé. Si la sortie d'air est tournée vers le bas – position de la sphère lorsqu'elle est posée sur son socle – rien n'est diffusé. Sur le développement du mécanisme interne de la sphère, incluant ce mouvement de bascule enclenchant les différents types de diffusion, Harvey & John ont collaboré avec un concepteur de jouets, de sorte à ce que le fonctionnement du système soit le plus fluide possible. La structure interne contient une cartouche Scentys faite sur mesure et contenant des billes Pebax imprégnées de parfum, un ventilateur, une carte mémoire contenant la médiation, un haut-parleur, le dispositif favorisant le mouvement de bascule, tout cela dans une sphère faisant la taille d'une paume de main. Ce nouveau dispositif offre l'énorme avantage d'appréhender chaque matière olfactive en un seul geste, intuitif et multisensoriel. Harvey & John ont résolu le risque de contamination olfactive des supports en travaillant avec du corian, matériel qui est imperméable aux odeurs. Pour une double sécurité, ils ont mis au point un système de valve qui se referme lorsqu'on repose la sphère sur son socle – et que la sortie d'air et donc tournée vers le bas – de sorte à garantir l'imperméabilité de la sphère en plus de l'imperméabilité de son réceptacle. Enfin, en passant d'une goutte en verre à une sphère cuivrée, je pense qu'on s'est suffisamment éloignés du flacon de *J'adore* de Dior.

l'arbre au discours portant sur la réinterprétation de la nature par le parfumeur, en se focalisant sur l'exemple de la rose.

Cette nouvelle orientation m'a permis d'affiner mes premiers dessins et d'aboutir rapidement une vision « d'arbre magique ». Tout comme le parfumeur réinvente la nature, je voulais réinventer la structure classique d'un arbre. J'ai donc épuré les formes et pensé à des sphères en lévitation pour sublimer le côté surnaturel. Par ce mouvement, je voulais figurer l'immatérialité de l'odeur, j'avais en tête la notion de sculpture interactive. Comme nous partions sur un dispositif olfactif sollicitant des sphères, nous avons de nouveau fait appel à Harvey & John pour la réalisation du prototype de *Blossom*. L'idée première était néanmoins différente car, pour que les sphères puissent léviter, il fallait qu'elles soient beaucoup légères que celles qui ont été développées pour les *Scent draps*. Nous nous étions donc engagés sur des coques souples en silicone qui auraient été remplies avec des billes Pebax imprégnées de fragrance, que le visiteur aurait pu actionner avec la même gestuelle que celle destinée aux poires des anciens flacons de parfum. Une mousse avait été prévue à l'intérieur pour optimiser l'appel d'air au moment de la compression et permettre une diffusion olfactive de qualité. Le scénario était donc que le visiteur attrape la sphère en lévitation, puis la porte à son nez et la presse pour découvrir l'odeur.

*Blossom* a été une installation complexe à développer. Lorsque j'ai communiqué mes dessins à Harvey & John pour qu'ils réalisent une maquette imprimée en 3D, nous nous sommes rendus compte qu'il y avait d'emblée un problème de volumétrie. Elise Allonas et moi-même avons fait de nombreux allers-retours à Brighton pour retoucher la structure globale de l'arbre et nous assurer qu'elle soit aussi fine et délicate que possible, malgré l'ensemble des dispositifs contenus dans chacune des branches. Parmi eux, le système de ventilation prenait une

## LE GRAND MUSÉE DU PARFUM : BLOSSOM, LE ROSIER IMAGINAIRE

VIOLETTE HOUCOT

J'ai commencé à travailler pour le grand musée du Parfum en 2014 en tant que stagiaire. On m'avait invitée à réfléchir aux différents espaces et dispositifs du musée pour lesquels aucune direction n'avait encore été choisie. J'ai donc soumis plusieurs idées et propositions de concepts dont un dispositif qui a retenu l'attention et qui, après développement et conception, a abouti à l'installation *Blossom*: le rosier imaginaire.

L'idée initiale était d'avoir un arbre à café situé approximativement au milieu du parcours muséographique, afin de permettre au visiteur de faire une pause parmi les multitudes d'odeurs que le musée invite à expérimenter. Il est parfois expliqué que sentir du café ou sentir sa propre peau permet de « remettre les compteurs à zéro » et d'éviter la saturation olfactive. Ce type de contenu ne semblait néanmoins pas suffisamment pertinent pour intégrer le parcours permanent du musée, c'est pourquoi nous avons décidé d'adapter le dispositif de

place importante. Il s'agissait de tuyaux chargés de propulser l'air et de rendre la lévitation des sphères possible. Le système choisi était un ventilateur Dyson, le même que celui que la plupart des gens retrouvent dans leur sèche-cheveux. À cette étape du projet, tout fonctionnait comme prévu, les sphères tenaient dans les airs et l'ensemble de la technique était parfaitement dissimulé dans le squelette de l'arbre. Nous remplissons par conséquent le cahier des charges esthétiques et fonctionnelles.

Nous nous sommes ensuite penchés sur la création du silicone destiné à la réalisation des sphères. Ce dernier devait être conçu sur mesure car ne pouvait excéder un certain poids, au risque de mettre en péril la lévitation. Nous avons développé plusieurs échantillons avec différentes couleurs, car ces dernières avaient une influence considérable sur l'épaisseur du silicone, et donc sur son poids. Le choix d'une teinte pâle s'est aussi bien imposé à nous pour des raisons techniques qu'esthétiques.

Lorsque l'arbre a été livré au grand musée du Parfum au terme de toutes ces phases de développement, nous avons fait face à de nouveaux imprévus. Le système de soufflerie s'était révélé extrêmement bruyant sur le long terme, engendrant des réglages pour tenter de minimiser l'inconfort sonore, au détriment de la performance de lévitation. À terme, les sphères ne parvenaient plus à flotter. La problématique se concevait sur la globalité du projet car, comme nous avions conçu des branches extrêmement fines pour gagner en esthétique, nous nous retrouvions confrontés à un effet de bouche : plus on fait passer de l'air dans un espace restreint, plus son mouvement génère du bruit, c'est exactement le même principe que lorsqu'on siffle. Il était donc impossible de résoudre ce point sans agrandir les branches de l'arbre, alternative que nous n'avions ni le temps ni l'envie de concevoir. À contrario, il était inenvisageable que *Blossom* génère un bruit de soufflerie perpétuel dans l'espace d'exposition. Harvey & John a

tenté de minimiser le bruit en insérant de la laine de roche haute densité à l'intérieur du dispositif, mais le résultat n'était pas satisfaisant. Ne sachant comment faire, l'arbre nous a par conséquent été envoyé avec des appareillages techniques demeurés apparents.

Un second souci constaté était que le silicone conçu pour la création des sphères était odorant. Plus grave encore que le bruit généré par le système de soufflerie, ce paramètre faussait intégralement la nature de l'expérience proposée au visiteur. Il nous a par conséquent fallu, et dans des temps très courts, réorienter l'intégralité des choix de conception du dispositif. Nous avons choisi de reprendre la technologie des *Scents drops* et d'adapter ces sphères à la structure de *Blossom*. Cette position demeurait délicate puisque nous rajoutions des sphères en inox incluant un procédé de diffusion sèche actif, un ventilateur et un dispositif électronique complexe à un appareil dont le squelette était déjà plein. Il fallait pourtant trouver un moyen de relier les sphères à l'arbre, car nous n'avions plus le temps de mettre au point un système d'alarme comme celui développé pour les *Scents drops* qui ôte l'impératif d'attacher physiquement chaque sphère à son socle. Nous nous sommes résignés à câbler les sphères aux différentes branches et à les laisser posées sur leurs supports plutôt que de chercher à les faire léviter. *Blossom* contient donc un système de soufflerie qui demeure inactif. Nous avons enfin dû, faute de signalétique, solliciter un graveur pour indiquer sur chaque sphère le nom du parfum à la rose qu'elle contient. Cette dernière phase d'ajustement s'est faite en moins d'une semaine avant l'ouverture du musée au public. Le soir du vernissage, *Blossom* a été présenté alors que les finitions esthétiques n'avaient pas encore été faites. J'ai dû les faire réaliser par un carrossier juste avant l'ouverture de l'établissement. Des clous ont été retirés, la peinture a été refaite, les branches ont encore été affinées et une touche d'or a été ajoutée à la branche centrale de l'arbre, afin de discerner l'absolu de rose qui s'y trouve de tous les parfums qui gravitent sur les autres branches.



Le cas du développement de ce dispositif est à mon sens éclairant en matière de contraintes liées à l'odeur dès lors qu'il est question de mise en exposition. Tout est à inventer concernant les dispositifs olfactifs au musée, mais toute expérimentation contient son lot de difficultés. Je crois par conséquent plus important que jamais de partager nos expériences, nos idées et nos ratés, de sorte à ce qu'ensemble, nous parvenions à offrir aux odeurs une place de choix dans les musées, les galeries et tous les autres lieux d'exposition.

## LE GRAND MUSÉE DU PARFUM : SCENT CONSTELLATION

MARION VIGNAL

*Scent constellation* est une installation qui a été créée pour le grand musée du Parfum à partir d'un concours. C'est la seule œuvre du musée qui a suivi ce processus, les autres ont été commandées à des artistes ayant été retenus en amont. Nous voulions procéder différemment pour celle-ci. Le sujet était la réinterprétation de l'orgue du parfumeur, thématique pour laquelle il n'existait alors aucune référence, aucun préalable. Nous souhaitions donc recevoir une palette de propositions variées pour nous permettre de sélectionner la réalisation la plus cohérente avec le concept de l'orgue tel que nous nous le représentions. Le musée souhaitait quant à lui que l'installation soit simultanément accessible et affirmée. Qu'elle soit l'aboutissement d'une véritable vision artistique tout en demeurant éloquente pour un public néophyte.

Mon rôle était de présélectionner des profils de créateurs dans un éventail assez vaste de compétences. J'ai aussi bien retenu des architectes que des artistes, des vidéastes et des designers, mais toujours en m'assurant qu'ils avaient une sensibilité adéquate avec le projet, et une vision plasticienne cohérente avec les attentes du musée. Ce dernier, même dans sa phase de préfiguration, affirmait déjà des orientations esthétiques fortes. Une certaine élégance, un certain minimalisme ainsi qu'une propension à évoquer les nouvelles technologies. L'œuvre en devenir devait par conséquent s'intégrer visuellement dans le parcours muséographique tout en faisant sens avec la scénographie prévue. Suite à l'émission de l'appel à projet, sept propositions ont été soumises aux membres du jury, composé des membres du comité scientifique et culturel, du scénographe ayant en charge l'identité visuelle globale du musée – l'agence Projectiles – et des membres de la direction. L'ensemble était varié, une orientation impliquait la réalité virtuelle, une autre des hologrammes... C'est à l'unanimité la proposition de Jason Bruges, gravitant autour de la notion de lumière, qui a été retenue. Concernant la réinterprétation de l'orgue du parfumeur, la volonté commune était d'entamer une démarche en profondeur, de penser cet objet dans son aspect historique, presque mythologique dès lors qu'on parle de parfumerie. Pourtant, dans la réalité actuelle des laboratoires, l'orgue n'a pas réellement de forme avérée. Il s'agit d'une sorte de palette des matières premières utilisées par le parfumeur qui s'apparente davantage à une bibliothèque d'ingrédients. Dans le cadre du projet, nous voulions sortir de cela pour permettre au visiteur d'appréhender le concept de l'orgue d'une manière beaucoup plus expérientielle.

À l'heure actuelle, la création de Jason Bruges se trouve au deuxième étage du musée. Ce dernier s'ouvre sur les *Scent drops* d'Harvey & John. Le visiteur passe ensuite dans le *Bureau du parfumeur* où des vidéos

expliquant leurs processus de création sont diffusées, et arrive ensuite dans la salle où se trouve *Scent constellation*, qui est une métaphore de l'espace du laboratoire. Cet espace du laboratoire parle davantage de la formule qui est transmise par le parfumeur à son assistant pour les différents travaux de pesée. Cette étape consiste à assembler un à un les différents éléments qui ont été choisis par le parfumeur selon un dosage précis. Ce processus engendre des ajustements en nombre plus ou moins important jusqu'à parvenir à la formule finale du parfum. La pesée demeure, au cours de l'élaboration d'un parfum, la phase nécessitant sans doute le plus de précision et de concentration. L'installation de l'orgue devait répondre à un enjeu double : à la fois raconter l'étape de la pesée qui se passe en laboratoire et s'inscrire donc dans le prolongement de la création de la formule par le parfumeur, mais également parler de l'orgue à parfums dans tout ce qu'il peut avoir d'onirique et de magique par son rapport aux matières premières.

L'œuvre de Jason Bruges – studio d'art multimédia basé à Londres – a été choisie parce qu'elle était particulièrement pertinente par rapport à ces attentes. J'ai découvert leur travail au cours du salon du meuble de Milan. Ils y présentaient une toute petite installation lumineuse qui portait sur le mouvement de la lumière, sujet dont ils sont spécialistes, que j'ai trouvé particulièrement intéressante. Ils ont investi le projet de l'orgue du parfumeur en regard de leurs savoir-faire dans ce domaine, et ont de surcroît pu bénéficier des compétences de l'une de leurs designers ayant déjà travaillé avec l'olfaction lors d'une performance multisensorielle dans l'Himalaya. Projet sur lequel avait également travaillé Daniel Sonabend qui est intervenu sur l'orgue afin de concevoir sa dimension sonore, et donc de participer à la création de son mécanisme synesthésique. La particularité de l'orgue tient en ce qu'il ne s'agit pas d'une installation olfactive, mais d'une métaphore musicale et visuelle de l'élaboration du parfum. Quand vous

entrez dans la pièce où se trouve l'installation, vous vous apercevez qu'aucune odeur n'est diffusée. Contrairement aux autres dispositifs du musée qui invitent régulièrement à « sentir », l'orgue vous invite à « ressentir » en déplaçant la sensorialité olfactive à une synesthésie visuelle et sonore où la lumière structure l'expérience. Cette installation voulait retranscrire le mouvement des gestes qui sont effectués en laboratoire. Sa forme s'est respectivement inspirée des structures moléculaires et des constellations d'étoiles qui lui ont finalement donné le nom de *Scent constellation*.

Elle est constituée d'un hémicycle de prismes en verre. Chaque prisme représente une matière première utilisée par le parfumeur à laquelle a été associée une note musicale précise. Comme précédemment mentionné, le compositeur Daniel Sonabend a travaillé avec Jean-Christophe Hérault et Anne Flipo, parfumeurs chez IFF, à la création d'une gamme sonore aussi variée que la palette de matières premières retenue pour la constitution de l'orgue. Ce travail d'association synesthésique s'est développé au fur et à mesure de la conception de l'installation, il n'était pas d'actualité lorsque nous avons retenu le projet de Jason Bruges. Le comité scientifique et culturel avait à cœur que l'aspect sonore de l'installation fasse néanmoins l'objet d'un approfondissement sérieux, que chaque matière première puisse bénéficier de sa propre note musicale, et que cette dernière parvienne à illustrer à l'oreille ce qu'un parfumeur perçoit au nez. Pareil travail n'avait jamais été réalisé auparavant. Jason Bruges Studio n'avait jamais travaillé là-dessus. Daniel Sonabend n'avait jamais travaillé là-dessus. Les parfumeurs IFF n'avaient jamais travaillé là-dessus. Daniel a donc créé pour la première fois deux cents sons relatifs à deux cents matières premières au fil de plusieurs *workshops* organisés avec les parfumeurs, ces derniers visant à s'assurer la justesse d'illustration de chaque composition musicale.

Le fonctionnement de l'installation suit un scénario en deux temps. À partir des matières premières présentes dans l'orgue, nous avons invité les parfumeurs à composer des formules types pour cinq des grandes familles qui existent en parfumerie. Nous avions une formule pour le floral, une pour le chypré, une pour la Cologne, une pour l'oriental et une pour la fougère. Quand une formule se lance sur l'orgue, l'ensemble des prismes correspondants aux ingrédients qui la composent s'éclaire progressivement. Des rayons lasers viennent successivement les relier au flacon central de l'installation, qui métaphorise le flacon au sein duquel le parfum est en train d'être créé. Dans un deuxième temps, toutes les notes sonores et tous les prismes sont activés en même temps. Les parfumeurs tenaient en effet à ce qu'il y ait un temps de perception instantanée qui mimétise plus justement ce qu'il se passe lorsqu'on sent un parfum. On le saisit dans sa globalité de manière instantanée, on n'en décompose pas chaque note. Ce qui varie toutefois, c'est le temps d'évaporation des différentes facettes olfactives, certaines disparaissent rapidement tandis que d'autres demeurent plusieurs heures. Pour représenter cette particularité des matières premières en parfumerie, Daniel Sonabend a conçu des notes musicales avec des longueurs variables. Le système de variation et d'ondulation sonore ainsi mis en place crée une ambiance qui berce le visiteur tandis que ce dernier regarde et écoute le parfum en train de se construire. Si la question de l'analogie entre le parfum et la musique fait encore largement débat parmi les experts, il demeure unanimement admis que la musique, de par son processus de création et de construction, est l'art qui s'apparente le plus à la création d'un parfum. Comme un chef d'orchestre choisit ses musiciens et ajuste la partition qu'ils sont amenés à jouer, le parfumeur sélectionne ses matières premières et retravaille leurs accords et dosages jusqu'à parvenir à l'odeur qu'il recherche. Dans *Scent constellation*, je considère que nous avons intelligemment investi l'analogie possible entre ces deux arts,

nous l'avons rendu éloquent. Au-delà de la simple association de la note olfactive à la note musicale, la collaboration entre les différents acteurs mobilisés autour de l'orgue a permis de manifester l'ampleur de la cohérence entre musique et parfum.

Du point de vue de sa réception par les visiteurs, je dois admettre que cette installation ne fait pas l'unanimité. Ayant été très focalisés sur la rigueur de sa conception, nous en avons peut-être surestimé l'accessibilité pour un public néophyte. *Scent constellation* requiert en effet un effort de concentration important. Le scénario idéal voudrait que le visiteur demeure dans la salle pour voir et écouter les cinq compositions, de sorte à progressivement comprendre la finesse de décomposition de chaque formule. Mais l'effet parfois hypnotique des lasers et de la musique peut avoir tendance à faire s'assoupir les gens dont la réaction est d'immédiatement quitter la pièce. Il demeure que c'est une installation que nous assumons pleinement, aussi bien dans son ambition que dans son exigence. Elle invite à un temps de contemplation multisensorielle que nous ne souhaitons pas sacrifier au profit d'une facilité d'accès aux contenus. *Scent constellation* constitue un moment très marqué au sein du scénario muséographique. Il arrive que les visiteurs soient un peu décontenancés par cette proposition qu'ils trouvent trop opaque, mais il n'en demeure pas moins qu'elle propose une approche différente du travail qui s'effectue en laboratoire de parfums, mettant en évidence ce qu'il a de profond et de complexe.

## QUE FAUT-IL RETENIR DU GRAND MUSÉE DU PARFUM ?

VICTOR FRAIGNEAU

Le grand musée du Parfum, ouvert à la fin de l'année 2016, a définitivement fermé ses portes durant l'été 2018. Il répondait à l'absence remarquée d'une telle offre culturelle, malgré la proximité du musée du Parfum Fragonard – lui gratuit mais peut-être plus élué – alors que Paris fait incontestablement partie de l'histoire de la parfumerie. La naissance d'un tel projet était portée par la volonté et l'entrepreneuriat (à défaut d'une véritable expérience dans le commissariat culturel ou dans le monde de l'odorat) de Guillaume de Maussion, associé à Dorothee Lepère et Nicolas de Gaulmin, ainsi qu'à l'expertise de Sandra Armstrong, tous assistés d'un comité scientifique et culturel issu du monde de l'olfaction, de la parfumerie et du luxe. L'idée fondatrice de la création du musée, grâce au partenariat avec la maison International Flavors & Fragrances (IFF), créatrice de matières premières olfactives, était d'offrir un parcours muséal mettant la perception olfactive au

premier plan. Cette démarche tout à fait pionnière a donc incité à l'innovation d'un point de vue muséologique comme scénographique pour proposer une expérience variée, en accord avec les spécificités de la perception olfactive.

La réhabilitation de l'hôtel particulier qui accueillait le grand musée du Parfum ainsi que sa scénographie ont été confiées à l'agence Projectiles, notamment lauréate des nouveaux albums des Jeunes architectes 2005/2006, tandis que l'accueil et le concept store ont été réalisés par l'agence CBA Design spécialisée dans le retail, assistée par l'atelier Une Architecture. Le caractère novateur qu'implique un tel projet avait de quoi intriguer : le musée était pensé comme une expérimentation totale, interrogeant la place de la scénographie dans un tel contexte, ses outils de mise en scène dans l'expérience muséale, les passages qui s'y opèrent entre muséographie et muséologie. Alors que la notion d'un art olfactif émerge<sup>1</sup>, l'ouverture du grand musée du Parfum entendait explorer ainsi les manières d'en proposer l'exposition, intimement liées entre elles, par le caractère invisible des odeurs, à la conception, visible et tangible, architecturale en général et scénographique en particulier. Ainsi me semble-t-il pertinent de revenir sur la question des outils de l'architecture invoqués ici, comment ils ont été employés, pour offrir une découverte sensorielle originale, ludique et immersive au fil de ce parcours muséal. Architecte moi-même et curieux d'enquêter sur ce territoire nouveau que constitue la scénographie olfactive, j'en propose ici une lecture tout à fait personnelle pour effleurer les questions qu'une telle visite olfactive a soulevées, à la suite de laquelle j'ai proposé une discussion avec l'architecte et

1. Le prix Art et olfaction (Art and Olfaction Awards) est par exemple décerné chaque année à des compositions olfactives dites non seulement artisanales mais aussi artistiques. Dans l'art contemporain émerge aussi une pratique qui utilise les odeurs comme médium. Voir Chantal Jaquet, *L'Art olfactif, contemporains*, Paris, Classiques Garnier, 2015.

scénographe Reza Azard, de l'agence Projectiles, chef de projet de ce musée. Cet article en propose une retranscription très informelle, fusionnée aux impressions subjectives qu'a pu susciter l'expérience sensorielle du grand musée du Parfum.

### À la rencontre du parfum

Le parcours du musée a été pensé, ex nihilo, sans contexte architectural d'implantation, avant même que l'hôtel particulier rue du faubourg Saint-Honoré ne fût susceptible d'accueillir la collection olfactive. Malgré l'exiguïté relative du lieu pour un tel programme (1 300 m<sup>2</sup> pour condenser tout le monde du parfum), la collection s'était installée naturellement dans trois étages du bâtiment, pour raconter intelligemment trois approches du milieu de la parfumerie : l'histoire du parfum, les caractéristiques de notre perception olfactive et l'appropriation qu'en ont faite les parfumeurs modernes, qui révèlent les coulisses de cette vocation. Après le guichet, la visite commençait au sous-sol de l'immeuble, en empruntant un escalier aux courbes voluptueuses, premier geste architectural, dont on ne pouvait que fantasmer l'odeur de l'hypothétique patine du bois et du métal. L'évolution de l'utilisation des parfums nous était contée dans l'ambiance tamisée des caves voûtées, au sein de l'atmosphère créée par les moellons bruts, d'un jeu de lumière et de reflets idéal pour évoquer la spiritualité originelle des parfums. Les coupes d'offrandes en résine acrylique nous invitaient à les inhaler (et à oublier leurs diffuseurs mécaniques) dans un geste mystique. Le visiteur n'échappait pas au trope courant de la scénographie, en l'évocation d'un cabinet de curiosités, puis une vitrine finissait d'accueillir l'essentiel du catalogue physique de la collection qui se résumait à quelques amphores et flacons. C'est en traversant la galerie des séducteurs une deuxième fois qu'une légère frustration pouvait poindre : la distribution du sous-sol semblait suggérer une déambulation de visiteurs, qui se suivent, se croisent, pourraient se voir

puis se cacher. Partant, un jeu de séduction, inconscient et éphémère, aurait pu être insinué ici, appuyé par une scénographie diaphane et une évocation olfactive, difficilement imaginable toutefois dans la conception d'un parcours linéaire tel qu'il avait été imaginé avant d'être contextualisé à l'hôtel particulier.

Un second escalier menait aux étages du musée, conservant le langage des matériaux presque bruts, métal noir et bois noble. À défaut de présenter les parfums emblématiques attendus dans les vitrines qui l'accompagnaient, l'escalier eût pu accueillir une signature olfactive<sup>2</sup> en accord avec la volonté d'affirmer cet élément architectural dans le parcours. Le premier étage promettait d'explorer notre sensorialité olfactive, ses qualités et ses lacunes. Un bouquet de roses intégré à la scénographie par un vase-socle en résine acrylique accueillait le visiteur, jouant sur la limite entre naturel et artificiel, mais rappelait aussi un débat redouté des architectes : celui de l'ornement. Si la question esthétique a longtemps été évacuée des considérations théoriques, elle est de première importance dans l'expérience sensorielle, en tout cas elle fit naître en moi à ce moment une interrogation, qui peut paraître triviale : quelle limite peut-on établir pour séparer ce qui est kitsch de ce qui ne l'est pas ? Le reste de l'étage exposait un laboratoire, à la fois de nos particularités physiologiques olfactives et de la façon de les présenter. La scénographie expérimentait de cette façon différentes manières de communiquer les caractères sensoriels propres aux odeurs, elle abordait des problématiques fondamentales sur l'expérience sensorielle : quelle proximité aux dispositifs est installée ici, quelle

2. On peut penser à l'installation *L'Escalier* de Boris Raux (2004 et 2014) qui, en plus d'un message humoristique sur la chute – l'œuvre se composait de briques de savon au sol – marquait l'identité du passage par un signe olfactif. Était-ce également l'intention des « passages » prévus dans le projet initial du grand musée du Parfum ?

3. En y réfléchissant, cette interrogation facile peut vite mener à des débats primordiaux de la philosophie de l'esthétique, ceux qui explorent la question de la beauté, pas du tout superficielle, et même étrangement contemporaine.

sensation est intime, laquelle est partagée, comment le dispositif scénographique participe de l'expérience par rapport à ce qu'il expose. La relation du socle à l'œuvre, pour ainsi dire, était une nouvelle fois remise en question.

Avec le deuxième étage, qui racontait l'histoire de l'odeur maîtrisée par le parfumeur, la scénographie continuait d'explorer les réflexions sur les échelles de perception et de diffusion des odeurs. L'expérience doit-elle être solitaire, comme celle où l'on s'isole dans l'espace du bouddoir et de ses coiffeuses, doit-elle être partagée et exubérante, au risque d'être imposante mais perceptible immédiatement par tous ? La scénographie et la particularité de ce qu'elle expose appelaient le visiteur à aller à l'œuvre, faire la démarche d'une rencontre, d'une disponibilité. Une œuvre se démarquait : l'orgue à parfums des designers du Jason Bruges Studio. Elle a pour particularité de ne pas émettre d'odeur (à part celle de la fumée qui l'entoure), c'est pourtant l'un des dispositifs les plus évocateurs du musée. Elle est donc symptomatique de ce que le musée aurait pu proposer : une interprétation artistique des odeurs par analogie plutôt qu'une diffusion aux dispositifs parfois compliqués (voire ne fonctionnant tout simplement pas). L'orgue s'éclairait dans le noir, à la différence du reste du musée baigné d'un éclairage éblouissant. Une question me vint alors : puisque le parcours muséal s'effectue dans une relative neutralité visuelle, pourquoi n'avoir pas privilégié une certaine obscurité, plus propice à la sensibilité olfactive ? Nous y reviendrons plus bas. Toujours est-il que pour renforcer encore le contraste proposé par cette œuvre, elle aurait pu bénéficier d'une distribution spatiale particulière, un marqueur de son importance, visible depuis le reste de l'étage, au moins un seuil d'entrée mieux défini<sup>4</sup>.

4. L'orgue se trouve entre la salle des coiffeuses et le *Barreau du parfumeur*, beaucoup de visiteurs n'y entrent pas et ne semblent pas comprendre que la salle est accessible.

La visite se terminait par un concept store qui reprend les codes esthétiques du musée bien que l'équipe de maîtrise d'œuvre ait changé. Le laiton, le mélaminé et la résine acrylique (à défaut d'un plateau en marbre et d'un plafond peint tels qu'imaginés en avant-projet) et le distributeur automatique de parfums aurait comblé l'imaginaire d'un publicitaire des années 1990. C'est donc dans une confusion olfactive regrettable que s'achevait une expérience pourtant prometteuse.

### Une phénoménologie de l'expérience sensorielle du musée

Le grand musée du Parfum présentait une expérimentation pionnière, interrogeant la place de la composition olfactive en tant qu'art, mais aussi explorant les manières de présenter ce médium émergent. Un Daniel Arasse aurait sans doute beaucoup à dire sur la position dans laquelle un tel art pose le visiteur, contemplateur, observateur, acteur, spectateur (émancipé)? Cependant, le musée abordait des problématiques variées, sans toutefois les a boutir. Pas question, par exemple, d'associer une composition olfactive à une couleur. La neutralité visuelle du parcours du musée, telle que mise en scène par l'agence Projectiles, était pensée dans ce sens, désirée par la maison IFF, créatrice des compositions olfactives, et par le directeur, Guillaume de Maussion. Les étages étaient donc laissés en blanc, sans identité de matériau qui distingue les espaces. La diffusion des odeurs occupait dans ce musée une place aussi importante que les compositions olfactives elles-mêmes. À ce titre, nous pourrions avancer, par métonymie, que le musée se présentait tel un flacon – de ceux qui importeraient peu – contenant le parfum. Les réflexions de fond de la vocation scénographique sont convoquées ici sous un jour nouveau. La mise en scène participait-elle à l'œuvre ou bien n'était-elle là que pour la supporter? Les scénographes savent bien quelle part de concept ils investissent dans un projet de mise en scène, en quoi leur idée répond à l'exposition prévue, mais qu'en est-il lorsque l'impératif de neutralité

est demandé? Une salle d'exposition peut-elle encore se résumer à un espace flexible, neutre, dont les qualités se résument à un volume et un traitement de lumière? C'est une attitude que je qualifierais d'hygiéniste, en référence à la pensée moderne qui a évacué la question du sensible non visuel pour privilégier une approche abstraite. La maison, l'espace public ou le musée contemporain ne sauraient supporter d'être traités comme on a pensé une salle blanche, vierge de toute interaction sensorielle que ce soit, à plus forte raison lorsqu'il est question d'en expérimenter un domaine si particulier. C'est ce que revendique par exemple le professeur et critique d'art Jim Drobnick quand il critique le « cube blanc<sup>5</sup> » insipide que l'on rencontre à longueur de musées. Le choix d'une approche synesthésique, fusionnant les sensorialités, serait véritablement novateur dans un tel projet.

Un parfum, avant d'être senti, est palpé, jugé à la sensualité des courbes, convexes ou concaves, soufflées ou ciselées de son flacon. Le mécanisme en est simple: une pression en diffuse le précieux contenu. La dimension tactile était pourtant traitée au grand musée du Parfum de manière inégale, et pas toujours intuitive. L'installation *Blossom* de Violette Houot et les sphères de laiton de l'agence Harvey & John explorait certes cette sensorialité, mais le reste du musée prenait le parti d'une distance entre le visiteur et la composition. L'odeur était parfois traitée comme faisant partie de l'espace, comme dans les alcôves des « jeux olfactifs », parfois activée par un quelconque bouton-pression, ou bien diffusée lorsque le visiteur fait un mouvement d'approche au dispositif. En général, la sensorialité haptique n'a donc pas été convoquée pour sublimer une perception qui appelle pourtant à la sensualité. Certaines matières premières ne s'expriment pourtant jamais mieux que réchauffées par la main: le cuir caressé,

5. Jim Drobnick, « Volatile Effects », dans David Howes (dir.), *Empire of the Senses. The Sensual Culture Reader*, Londres, Bloomsbury Academic, 2005, p. 266.

le bois frotté, le métal même, qui ne diffuse d'odeurs que celles issues de notre propre peau<sup>6</sup>.

La première contrainte d'un musée si novateur pour offrir une expérience olfactive efficace se trouve dans la maîtrise des échelles spatiales. En effet les caractéristiques de la perception olfactive en font un sens apparemment non spatial, détaché de la notion de limite. Pourtant, ce que Reza Azard retient le plus de la mise en œuvre du projet du musée, et ce qu'il démontre le mieux, c'est que l'odeur a un espace propre. L'odeur échappe à la mesure géométrique. C'est donc l'espace qui l'accueille qui doit en régler le rythme. À chaque méthode de diffusion correspond un espace dans lequel l'odeur se répand, espace qu'il faut appréhender pour composer une expérience qui ne soit ni stroboscopique, ni invasive, ni confondue avec le dispositif voisin. La compétence de projection de l'architecte était requise ici à son paroxysme dans cet exercice inédit de la mise en scène maîtrisée de la sensation olfactive. La mesure, sa maîtrise et sa compréhension, voilà une qualité de l'espace que l'architecte se doit de rappeler. Elle est mise à l'épreuve dès lors qu'elle n'est plus quantifiable, alors une seule mesure compte, celle du corps. C'est dans ce sens que je comprends les paroles de Reza Azard, proches du message du philosophe Olivier Rey: « On peut numériser des images ou des sons, pas des sensations tactiles ou des odeurs; on peut imaginer un pur esprit voyant et entendant, mais pas touchant et humant, car, pour toucher et humer, il est évident qu'il faut un corps<sup>7</sup>. » L'exercice de la mise en scène olfactive dans l'espace est d'autant plus difficile qu'il manquait aux odeurs pré-sentées une qualité essentielle: la rémanence. En effet, les contraintes

6. Notons qu'il manquait au projet réalisé l'idée d'une « forêt des matières » présente dans le projet original, qui aurait donné corps aux odeurs présentées. À aucun moment donc les sources, matières premières des odeurs, ne sont données concrètement à percevoir par le visiteur. La sensualité olfactive résiste-t-elle à une telle perte d'association tangible?

7. Olivier Rey, *Une question de taille*, Paris, Stock, 2014, p. 120.

du musée empêchaient la diffusion de composés qui tiennent dans le temps et dans l'espace, ce qui permettait aux odeurs de ne pas se mélanger, mais les privait d'une certaine profondeur, « comme si l'on ôtait l'écho à un son » commente à juste titre Reza Azard. L'architecte et son équipe ont su prendre la mesure des sensations offertes, elles composent l'espace au fil des dispositifs. Le visiteur les approche naturellement, ce qui démontre également une maîtrise de la kinesthésie, la compréhension du corps en mouvement le long du parcours muséal ondoyant, qui s'arrête le temps d'une inspiration.

Revenons maintenant sur la question de la lumière, qui fait partie de la perception de l'espace. Les architectes souhaitaient garder un lien visuel permanent sur le jardin, qui devait faire partie intégrante de la visite. Cela se traduisait en conservant la lumière naturelle qu'apportaient les fenêtres du musée. Intention louable si le jardin avait été effectivement traité avec l'attention initialement souhaitée. On pourrait croire que des œuvres olfactives ne nécessitent pas la même précision d'éclairage qu'un médium plastique telle une sculpture. Le parti pris ici était pourtant un éclairage significatif des pièces, renforçant l'apparat luxueux du musée. Pour faire oublier la dimension réduite des salles d'exposition qui suivent la distribution classique de l'hôtel particulier, l'agence Projectiles a recouru à un outil courant de la scénographie, l'utilisation de miroirs, déclinés sous diverses formes. Le miroir et son reflet dilatent l'espace, l'agrandissent. Les miroirs du sous-sol s'inséraient dans les voûtes de la cave, le *jardin des senteurs* était agrandi par un miroir dégradé, multipliant les fleurs de résine et les rendant éphémères. Le miroir est aussi un écran quotidien qui met en scène notre propre corps. « Notre mise en scène emprunte un jeu permanent avec la notion de reflet, ceux des paysages intérieurs ou celui du visiteur lui-même, questionnant la notion de l'identité dans le rapport intime entre une personne et son parfum<sup>8</sup>. »

8. Reza Azard, dossier de presse du grand musée du Parfum.



De cette façon, l'orgue à parfums se démarquait évidemment de cette volonté. Par contraste, il nous plaçait dans une disponibilité sensorielle particulière. Cette traduction conceptuelle, plutôt que traitée par exception, n'aurait-elle pu être répétée au long du parcours, voire assumée comme règle ? Je me rappelle à ce propos la leçon des architectes Alain Moatti et Henri Rivière, interrogés par François Chaslin<sup>9</sup>. Les architectes promeuvent une attitude qui ne va pas à l'encontre des prétendus défauts des espaces avec lesquels ils travaillent, mais les accentuent pour les intégrer au projet. C'est de cette façon par exemple que le musée Champollion à Figeac, très étroit et sombre, offre pourtant une qualité spatiale précise et complexe, et l'expérience qui en découle est extraordinaire. Nul doute que ce vocabulaire n'échappe pas à l'agence Projectiles, c'est ce que comprends de l'espace des « passages » étroits du projet original, qui semblent mettre à l'épreuve le corps pour une expérience sensorielle enrichie, c'est plutôt du côté des décideurs que la confiance et le courage de promouvoir de telles expérimentations semblaient manquer. En supprimant la rémanence des odeurs présentes, les dispositifs de diffusion ornent un élément fondamental du parfum : son support. Qu'il soit inerte (un tissu, une céramique, un objet) ou corporel, le support des odeurs fut le grand absent du grand musée du Parfum. Les odeurs faisaient donc partie de l'espace – le temps de leur diffusion maîtrisée – mais pas de ses éléments physiques (seuls, passages, sols, murs, etc.). Le corps lui-même était mis à distance des odeurs. Elles étaient voulues virtuelles, immanentes, aucune association avec un élément palpable n'était souhaitée. Cette sensation de virtualité était renforcée par l'utilisation répétée des écrans, comme si l'attention consacrée à la sensorialité olfactive nécessitait d'être renforcée par l'attrait visuel des écrans omniprésents, jusque dans le guide audio proposé en début de visite.

9. Entretien avec Alain Moatti et Henri Rivière, dans l'émission radiophonique *Métropolitains* animée par François Chaslin, diffusée sur France Culture le 2 septembre 2010.

Cette atrance pour le média audiovisuel peut se comprendre au regard de la vocation du musée Guillaume de Maussion, entrepreneur proche des nouvelles technologies. Le parti pris global est donc cohérent, il n'en est pas moins critiquable, en cela que le musée aurait de la même façon pu prendre la position inverse en privilégiant des perceptions directes, concrètes, détachées du digital qui nous est imposé au quotidien. Enfin, une dernière critique peut être avancée en regard du contexte du musée. Si l'histoire du parfum en France est originellement liée à la ville de Grasse, c'est bien à Paris que son essor se développe, notamment avec la maison Guerlain, en accord avec le marché des produits de luxe. Malheureusement le musée ne raconte que très peu ce qui relie le parfum à la ville de Paris, la relation au contexte historique, culturel et social n'était mentionnée que de façon lacunaire. De fait, le projet conçu à l'origine sans lieu d'accueil, aurait bien pu s'implanter n'importe où, le contenu n'en aurait pas été changé. Ce décalage avec le contexte se répète dans l'omission des sources géographiques des matières premières, qui semblent pourtant avoir été prévues dans l'espace « tour du monde » du projet original. De ces multiples points de vue on peut répéter la notion d'un projet « hors-sol ».

### Conclusion : quelle inspiration permet le grand musée du Parfum ?

Qu'est-ce qu'un musée ? La question est vaste, elle a déjà été abordée par d'autres, que je ne me risquerais pas ici à paraphraser, ni à contre-dire. Tout de même, le grand musée du Parfum présentait une figure particulière, ambiguë, entre exposition scientifique – vulgarisée – et collection artistique en recherche de légitimité, entre importance de la scénographie et effacement de l'identité architecturale. Malgré sa fermeture, il pose la question de ce qui fait musée en lui, de ce qui motive son existence. Je me contenterai de la réflexion de Richard

Scoffier, qui présente les musées comme des « transformateurs<sup>10</sup> ». Les musées s'érigent en réponse à une posture politique étymologiquement parlant, ils ont pour vocation de changer notre rapport au monde, et non seulement de le présenter tel qu'il est, c'est en cela qu'ils sont générateurs d'imaginaire. À mon sens le grand musée du Parfum n'aboutissait pas tout à fait cette volonté, même s'il proposait de nous apprendre à sentir, il n'est pas parvenu à nous immerger complètement. La dimension ludique de la découverte sensorielle réussissait à intéresser, tandis que la compréhension de l'appropriation des odeurs par le parfumeur restait lacunaire, et, d'un point de vue général, le musée manquait d'œuvres en tant que telles.

Je terminerai donc en proposant une interprétation du grand musée du Parfum non pas comme un flacon, mais comme un φάρμακον, un *pharmakon*, tel que je le comprends de Derrida sur sa lecture de Platon<sup>11</sup>. Derrida nous rappelle que la pharmacie a pour étymologie le parfum même, ou plutôt la base du parfum : « l'excipient, la substance entièrement désodorisée, dans laquelle les parfumeurs fixent les odeurs ». Ainsi le *pharmakon* a la capacité de sublimer les odeurs, qu'elles soient bonnes ou mauvaises. Il est bien sûr originellement une drogue, à la fois remède et poison. Comme le *pharmakon*, le grand musée du Parfum est un fard, il travestit l'odeur détachée de sa source, qu'elle soit naturelle ou culturelle, pour la mettre en scène dans un contexte différent (voire différant?), neutralisé, qui ôte à la perception olfactive sa qualité de trace, pour en privilégier sa qualité d'événement. Pour le dire autrement, l'odeur n'est plus considérée comme un signe, mais seulement comme un phénomène abstrait. « Le *pharmakon* désigne

10. Richard Scoffier, cours domé dans le cadre de l'Université populaire du Pavillon de l'Arsenal, 28 janvier 2017.

11. Le texte de Derrida, « La pharmacie de Platon », est paru en 1968 dans *Tel Quel*, n° 32 et 33, puis dans *La Dissémination* (Paris, Seuil, 1972). Il a été réédité dans Jacques Derrida, *Phédon. Suivi de La pharmacie de Platon*, Paris, Flammarion, 2006.

aussi le parfum. Parfum sans essence, comme nous disions plus haut, drogue sans substance. Il transforme l'ordre en parure, le cosmos en cosmétique.» La scénographie de Reza Azard et de l'agence Projectiles parvenait donc à magnifier la collection aux qualités inégales, mais les contraintes de délais, de budget, et la volonté des décideurs ont freiné l'expérimentation pourtant essentielle dans un tel projet. Cette première réalisation les motive tout de même, et à raison, à réitérer l'expérience dans le domaine prometteur de la scénographie olfactive, pour laquelle ils ont su se montrer curieux, novateurs et pertinents.

## LES DISPOSITIFS OLFACTIFS SCENTYS

—  
DAVID SUISSA

Scentys est une société spécialisée dans la diffusion de parfum. La complexité de notre métier consiste en ce que contrairement à la lumière ou au son, la diffusion d'un parfum dans l'air prend du temps. Comme c'est le nez qui sent, cela veut dire que les molécules olfactives doivent arriver jusqu'au nez des gens au moment où l'on souhaite qu'ils sentent. Il faut que la composition complète du parfum ne soit pas déformée dans ses notes de tête, cœur, fond et qu'elle arrive de manière parfaitement fidèle à ce qu'on percevrait si on la sentait sur une touche.

J'ai fondé Scentys en 2004, et depuis le début nous avons trois valeurs fondamentales: la qualité de la diffusion de parfum, l'expertise –à la fois sur l'aspect technique de la diffusion mais également sur le parfum –et la sécurité d'utilisation. Nous avons un département parfum en interne qui assure systématiquement la qualité de la diffusion et

qui vérifie que tout ce qui sort de chez nous est bien fidèle au parfum initial. Nous sommes enfin très vigilants sur ce que nous appelons la sécurité d'utilisation, c'est-à-dire faire en sorte que le parfum soit utilisé sans aucun danger par l'utilisateur en bout de chaîne. Nous avons tout un ensemble de systèmes de diffusion sur lesquels je vais revenir et donner des exemples. Nous avons une palette de systèmes standards, puis pour un certain nombre de projets qui nous plaisent et qui nous enthousiasment, nous faisons du sur-mesure. Le grand musée du Parfum nous a par exemple adressé de très belles demandes. Dans des cas comme celui-ci, nous aimons, une ou deux fois par an, accompagner nos clients sur du sur-mesure.

Au grand musée du Parfum, nous avons un système assez intéressant qui est installé dans le *Sofa des confidences*. C'est un système de diapositives olfactives qui permet de changer de parfums sans aucune contamination d'une odeur à l'autre et ce, tous les 1/5 de seconde. On peut le brancher sur un ordinateur, le synchroniser avec n'importe quel type de contenu, puis mixer les parfums entre eux. Dans le cas du dispositif de *Scent constellation*, ce système permettrait par exemple d'avoir les deux cents odeurs en stock dans la technologie, de les combiner et de pouvoir, au fur et à mesure que la musique joue, diffuser la fragrance en même temps que le son qui lui correspond. C'est un exemple de ce que permet ce dispositif en termes créatifs. En termes techniques, il s'agit d'un projecteur à diapositives, similaire à ce que Kodak faisait pour projeter des images, sauf qu'ici l'image est remplacée par une odeur. Toujours au grand musée du Parfum, et dans un nombre important d'installations situées au sous-sol, nous avons des petits diffuseurs standards. Ce dispositif, appelé Scentys pocket, est mono-parfum et interactif. Vous appuyez sur un bouton et tout de suite vous sentez. On peut également y brancher un capteur pour que la diffusion ne se déclenche qu'au moment où une personne passe devant le dispositif.

J'ai fait une sélection des expérimentations olfactives auxquelles nous nous sommes adonnés au cours des treize dernières années. Je les appelle les « Ultimates ». Une installation que j'aime énormément, c'est le restaurant Ultra-violet du chef français Paul Pairet qui, depuis à peu près une dizaine d'années, rêvait de faire un restaurant complètement sensoriel. Il avait essayé de le faire à Londres, mais la démarche n'avait pas abouti. Il a finalement ouvert à Shanghai. Ce restaurant consiste en une table unique de dix convives. Pour le visuel vous êtes dans une immersion à 360°, il y a même des projections depuis le plafond, au niveau de la table, sur les assiettes. Côté son, ils ont mis des enceintes Devialet, la qualité est donc incroyable. Pour l'olfactif, nous avons travaillé avec la maison de parfum Mane sur des arômes alimentaires qui sont des exhausteurs sensoriels par rapport aux plats qui sont proposés à la dégustation. La diffusion de ces arômes est synchronisée avec le moment exact où les serveurs apportent les assiettes pour rehausser l'expérience gustative. Si vous voulez aller à Shanghai pour le tester, sachez qu'il faut réserver très longtemps à l'avance mais c'est, à ma connaissance, une expérience ultime. Pour le dessert par exemple, vous êtes dans les nuages, vous avez une musique de Pink Floyd absolument fantastique et pour le parfum... et bien je vous laisse imaginer ce qu'on mettrait avec du Pink Floyd !

Nous avons également un système qui sera prochainement testé par Violaine de Carné pour le spectacle *La Bête* dont la sortie est prévue pour septembre 2017. Cet appareil permet de projeter le parfum dans des pièces beaucoup plus grandes. Prenons l'Orangerie à Versailles, l'espace fait 120 mètres de long sur 12 mètres de large et 15 mètres de haut. Pour ce genre de cadre, il faut des systèmes de diffusion avec une puissance beaucoup plus importante. D'autant plus concernant l'Orangerie puisqu'il s'agit des anciennes écuries du château et que l'espace est plein de courants d'air qui rendent la diffusion délicate à maîtriser. Pour la Cité du vin à Bordeaux, nous avons travaillé des

systèmes de projection couplés à du multimédia et des écrans tactiles. De sorte que lorsque l'on vous présente un vin à l'écran, vous puissiez simultanément sentir les arômes qui lui correspondent. D'autres systèmes de diffusion peuvent simplement se poser dans les musées, directement sur une stèle, un rebord de cheminée ou une commode, ils fonctionnent soit sur batterie rechargeable soit directement sur le secteur pour parfumer des petites pièces. Pour la sortie du film *L'Odorat* au cinéma Publicis sur les Champs-Élysées, nous avons fait un essai de cinéma olfactif avec la société IFF. Malheureusement, nous n'avons pas eu suffisamment de temps pour tester l'installation et la configurer par rapport aux mouvements d'air. Je pense que l'expérience pouvait être encore améliorée. Il faut savoir qu'il existe un nombre important de technologies permettant de diffuser du parfum, mais la réelle difficulté réside dans la maîtrise de la diffusion. Scenty est spécialisée dans la création de scénographies innovantes et technologiques allant de diffusions très locales, comme une palette de matières premières à sentir à 5 cm de la source, comme c'est le cas avec les *Scent drops* du grand musée du Parfum, jusqu'à des espaces vraiment très grands. Nous avons même parfumé Bercy !

#### À propos de Scenty

Fondée en 2004, Scenty est une société experte dans la diffusion du parfum. Créée par David Suissa, un ingénieur passionné par la technologie et les fragrances, Scenty est aujourd'hui présidée par Pierre Loustric. L'entreprise propose des expériences sensorielles immersives au travers de nouveaux gestes parfums, grâce à plusieurs innovations brevetées. Forte de plus de treize ans d'expertise, Scenty assure qualité de diffusion, expertise technique et parfum et sécurité d'utilisation de ses produits.

issues des chaussures de footballeurs prestigieux. Fromages que les dégustateurs ont trouvés (paraît-il) « intéressants ».

Il y a tant de formes possibles d'art olfactif qu'il devient fastidieux de rentrer dans les détails. J'ai par exemple participé à deux visites tout à fait classiques, au musée d'Orsay ainsi qu'au Centre Pompidou, dans lesquelles une dimension esthétique supplémentaire est apportée par le recours à la parfumerie. Catherine Werber<sup>3</sup> pourrait vous rapporter la manière dont elle approche des tableaux contemporains avec son savoir de parfumeur. Je conserve enfin un souvenir unique de l'exposition « Belle haleine : l'odeur de l'art » qui a eu lieu au musée Tinguely de Bâle en 2015<sup>4</sup>. Parmi beaucoup d'autres, y était présentée l'œuvre de Carsten Höller et François Roche *Hypothèse de grue* (2013). Il s'agit d'une sorte de dragon qui exhale, nous expliquait-on, des phéromones. Je ne parlerai pas ici des phéromones, qui sont une tout autre histoire.

François Mairese a tout à l'heure esquissé le paysage sociétal, culturel et philosophique actuel, propice à la méditation et à l'expérimentation olfactives. Je n'y reviendrai pas mais je vais m'attacher à exposer comment nos connaissances en physique-chimie, sur les modalités de perception et de traitement du message olfactif, permettent les expérimentations qu'il a mentionnées. L'odorat souffre d'un handicap : lorsqu'on travaille avec la lumière ou le son, qui sont des phénomènes vibratoires, le message parvient quasi instantanément à tous les spectateurs dans la salle. Mais, si vous voulez diffuser des produits odorants, le problème change. Parce que les molécules odorantes sont des éléments matériels, il faut se reposer sur les flux d'air de la salle pour les porter jusqu'à vos narines, ce qui peut prendre plusieurs secondes, voire minutes. Donc, si vous avez une salle de mille places, il faut savoir qu'il

3. [www.essencestart.com](http://www.essencestart.com) [consulté en juillet 2018].

4. <http://artshabomedias.com/article/040515-au-musee-tinguely-bale-les-odeurs-sur-sur-piedestal/> [consulté en juillet 2018].

## LES BEAUX-ARTS SERAIENT-ILS ANOSMIQUES ?

ROLAND SALESSE

Je vais aborder les nouveaux rapports de l'olfaction avec l'art contemporain. C'est encore une petite tendance, mais la diffusion d'odeur, l'art olfactif, tous ces aspects et pas seulement la parfumerie, sont en totale ébullition à l'heure actuelle. À tel point qu'on ne sait pas ce qui va émerger. Pour illustrer quelques manières dont l'olfaction parvient à intervenir dans le champ artistique, je donne l'exemple de James Auger et Jimmy Loizeau avec leur performance *Dating* (Rendez-vous, 2006) au cours de laquelle les acteurs explorent de façon explicite leurs odeurs corporelles pour vérifier leur compatibilité, en espérant trouver le partenaire idéal. Il y a également l'artiste Sissel Tolaas<sup>1</sup> qui a signé un contrat avec Adidas pour une opération tout aussi particulière. Elle consiste à créer des fromages à partir des bactéries

1. [www.auger-loizeau.com/projects/smell/](http://www.auger-loizeau.com/projects/smell/) [consulté en juillet 2018].

2. [www.sighunseen.com/2009/11/sissel-tolaas-scent-expert/](http://www.sighunseen.com/2009/11/sissel-tolaas-scent-expert/) [consulté en juillet 2018].

Y a peu de chance pour que ceux qui sont tout au fond parviennent à sentir les odeurs que vous allez diffuser. Il faut en tenir compte, pour monter des pièces de théâtre olfactives par exemple.

Les données physiologiques peuvent également apporter des éléments de réponse à des problématiques telles que le désintérêt du monde occidental pour l'odorat au profit de la vue. Si l'on regarde de plus près le système de la vision, on constate que l'homme possède deux cent cinquante millions de neurones consacrés à la captation et au transport des messages visuels jusqu'au cerveau. En comparaison, seulement cinq millions de neurones sont en charges de la transmission des messages olfactifs. L'odorat présente donc un second handicap, dès le départ. Ensuite, on constate que le traitement d'un message visuel est extrêmement complexe. Les aires occipitales situées à l'arrière la tête traitent le message brut, puis l'acheminent jusqu'à plusieurs autres zones qui vont successivement analyser la signification du message. Approximativement, chez l'homme comme chez l'animal, un quart de la surface du cortex est dédié au traitement des messages visuels. À côté, avec ses seulement trois à cinq millions de neurones, l'odorat fait figure de parent pauvre. C'est là que la science permet d'inverser la donne. Car pour sentir, il existe bien évidemment la voie des narines mais ce n'est pas la seule. Nous avons également la voie de la rétro-olfaction, qui est bien plus importante. Si comme moi, on n'est pas parfumeur, il faut savoir que la quasi-intégralité de notre bibliothèque olfactive, nous l'avons acquise en mangeant. Tous les produits odorants issus de ce que j'ai mangé remontent par l'arrière-gorge, vers le nez, au niveau de l'épithélium olfactif. C'est ce qu'on appelle traditionnellement le goût, mais qui est en fait essentiellement de l'odorat. J'ai donc emmagasiné tout un tas d'odeurs culinaires depuis que je suis enfant sans jamais mettre de mots dessus. J'ai conservé le goût des aliments en y associant leurs images, mes souvenirs sont donc éventuellement figuratifs mais pas verbalisés.

Pendant, le système olfactif dispose d'un avantage dont aucun autre sens ne bénéficie, il est directement relié au système limbique, le système des émotions et de la mémoire. Pourquoi? Parce qu'à partir des bulbes olfactifs qui se situent juste au-dessus des deux cavités nasales dans le cerveau, le message file directement vers ce qu'on appelle le cortex olfactif et plus précisément vers deux zones particulièrement intéressantes qui sont l'amygdale pour les émotions, et l'hippocampe pour la mémoire. Ce cheminement est hautement séduisant pour les artistes puisque « Comment vais-je faire pleurer Margot? » se demandait Musset, et bien avec un parfum tout simplement! Car avec l'olfaction, je suis immédiatement ému, j'ai déjà des rappels mnésiques avant même d'avoir conscience de ce que j'ai reniflé<sup>5</sup>.

En conséquence, l'un des grands problèmes des artistes renvoie au moyen de traduire les émotions en un parfum. Je ne suis malheureusement pas apte à développer cette thématique car, bien que je m'intéresse à ce qu'il se passe dans le cerveau d'un parfumeur, je serais bien incapable de faire le travail à sa place. C'est pourquoi je vais d'avantage me concentrer sur les moyens techniques auxquels les artistes peuvent recourir afin de nous présenter des odorants.

Il existe deux types de diffusion, la diffusion sèche et la diffusion liquide<sup>6</sup>. La diffusion sèche se pratique avec des billes de polymères dans lesquelles on a enfermé un parfum; c'est en soufflant dessus qu'on va pouvoir libérer l'odorant. Cette méthode est efficace pour les petits volumes. Dès lors qu'il est question de grandes surfaces, soit l'on multiplie les sources, soit on préfère la diffusion liquide. Cette dernière est plus adaptée tout simplement parce qu'elle produit un aérosol de microbilles parfumées qu'on peut disperser rapidement avec des ventilateurs. L'aérosol est généré par effet Venturi; comme

5. Roland Salese, *Faire-il sentir bon pour séduire?*, Versailles-Paris, Quebe, 2015.

6. Sophie Domisseck, Roland Salese, « Technique d'odorisation dans les arts vivants », dans Chantal Jaquet, *L'Art olfactif contemporain*, Paris, Classiques Garnier, 2015.

dans un carburateur, c'est-à-dire qu'on souffle à haute pression de l'air dans un tuyau dans lequel on fait pénétrer un liquide qui est vaporisé sur-le-champ. Malgré la qualité des appareils, on se heurte toujours au délai de diffusion et tout le monde ne percevra pas l'odeur au même moment. D'autres inconvénients existent. Le premier m'a été signalé par Christophe Laudamiel<sup>7</sup>. Lorsque vous êtes parfumeur, votre souci c'est de parvenir à une composition qui corresponde esthétiquement à ce que vous comptiez créer au départ. Mais lorsque l'on diffuse, cette composition va devoir se confronter à la volatilité et la densité de ses différents composants. Certains de ses éléments vont par conséquent se séparer et la perception globale de la composition conçue par le parfumeur va se perdre. L'effet n'est pas flagrant lorsqu'il est question d'une diffusion de proximité, mais cela peut totalement changer l'odeur dans des diffusions de longue portée. Cette notion doit par conséquent être considérée par les parfumeurs dès le moment de la création.

Un autre aspect touche au système d'aération global de l'espace dans lequel on souhaite introduire l'odeur. Pour avoir travaillé sur le projet du grand musée du Parfum, je peux assurer qu'ils ont accordé le soin nécessaire aux systèmes d'extraction d'air. Mais, dans certaines salles de théâtre qui en sont dépourvues, on souffle des aérosols sans pouvoir les évacuer. On se retrouve alors avec des poches d'odeurs par-ci, des zones non odorisées par-là et des zones où les odeurs se sont mélangées... Quand j'étais petit je faisais de la peinture – de la gouache – je mélangeais les couleurs. À la fin j'obtenais toujours la couleur «caca d'oie», une sorte de couleur marronasse verdâtre; eh bien, dans ces zones de mélange, on peut dire qu'on avait une odeur «caca d'oie». Petit à petit on arrive donc à des dispositifs de plus en plus sophistiqués, ceux du grand musée du Parfum sont un bon exemple. On peut également évoquer ceux de la Cité du vin à Bordeaux<sup>8</sup>. Il y

7. [www.dreamair.mobi/christophe-laudamiel/](http://www.dreamair.mobi/christophe-laudamiel/) [consulté en juillet 2018].

8. <http://www.laciteduvin.com/fr>.

en a notamment un qui consiste à présenter un produit sous cloche, qui est odorant par lui-même ou non, peu importe. Une tubulure qui arrive jusque dans le nez du visiteur a été montée sur cette cloche, en plus d'un système de poire qui permet d'activer le flux d'air. Lorsque vous actionnez ce dispositif, vous percevez donc une odeur en ayant déjà une estimation de ce que vous allez percevoir. Cet appareil peut également se concevoir comme une métaphore du *headspace*.

Une petite réflexion personnelle concernant les visites, et particulièrement dans les musées: je trouve que le visiteur est de plus en plus équipé en gadgets: vidéos, casques, réalité virtuelle. Je redoute que l'on s'avance vers la création d'un cyber-visiteur de musée, et je crois que c'est une des choses que nous devons surveiller dans les années à venir. Ce retour à la question des musées m'amène à ma conclusion. Je pense que ce sur quoi nous devons nous concentrer à l'heure actuelle, c'est le développement de l'éducation et de l'éveil olfactifs<sup>9</sup>. Dans un laboratoire de neurosciences, quand on élève des souris ou des rats dans un environnement sensoriel riche, une fois parvenus à l'âge adulte, on constate que ces animaux sont beaucoup plus «intelligents» que leurs congénères. Bien que l'on dispose de très peu de résultats expérimentaux chez les humains, on observe que les enfants qui ont passé leurs toutes premières années dans une crèche pourvue d'un programme d'éducation sensorielle se retrouvent, à l'âge de 10 ans, en avance par rapport à leurs camarades. Et ce parce que l'éveil sensoriel leur a permis d'assurer leur confiance en eux-mêmes, leur curiosité et leur ouverture aux autres. C'est ce qu'on peut souhaiter de mieux à la «muséologie olfactive».

9. Roland Saleste, «Olfaction: les effluves du futur» (2016); <http://theconversation.com/olfaction-les-effluves-du-futur-3-61653> [consulté en juillet 2018].

si les problèmes ont été résolus grâce à l'examen d'un certain nombre de spectacles de la dernière décennie. Cette communication se nourrit aussi des conversations avec Jacqueline Blanc-Mouchet, metteur en scène d'odeurs, Roland Salessse, docteur ès sciences, les metteurs en scène Violaine de Camé et Philippe Boronad, et s'est enrichie aussi grâce aux réflexions des étudiants de mon séminaire *Le Théâtre olfactif*, qui s'est tenu à l'université Paris 8 en 2012-2013.

### Techniques de l'odorisation

L'un des problèmes majeurs résidait dans le défaut des moyens de production d'une mise en scène olfactive, mais surtout dans les difficultés dues à la diffusion des odeurs et à leur évacuation. L'une des raisons venait parfois du caractère tardif de la commande à un nez d'un ensemble d'odeurs par rapport à la date de la création du spectacle ou du fait que le dispositif technique et humain n'était mis en place que très peu de temps avant la première représentation. Dans les dernières répétitions, il arrivait que l'on s'aperçoive que l'évacuation était malaisée, voire impossible en raison de l'architecture de la salle et des nuisances sonores provoquées par l'évacuation. Une autre raison tenait au coût des matières premières et du personnel humain mobilisé. Pour certains producteurs, odoriser un spectacle relevait d'une mode, de l'air du temps, d'un procédé, d'un artifice amusant, mais pas toujours crédible, ni nécessaire.

Il faut néanmoins rendre hommage, à l'heure où il vient de passer la main à la direction du théâtre de la Tempête, à Philippe Adrien, qui avait suivi mes travaux et a été l'un des pionniers dans ce domaine avec des résultats pas toujours à la hauteur de ses désirs, en raison de la structure de la grande salle de la Tempête qui ne permettait pas une évacuation rapide. Ce fut le cas notamment lors des représentations de *La Noce chez les petits-bourgeois* de Brecht (1995) où l'odeur de la colle de poisson restait incrustée dans le théâtre et provoquait le malaise

## LES DISPOSITIFS OLFACTIFS SUR LA SCÈNE THÉÂTRALE CONTEMPORAINE

DOMINIQUE PAQUET

Mon ouvrage *La Dimension olfactive dans le théâtre contemporain* paru en 2004<sup>1</sup> s'achevait sur le constat pessimiste d'une série de relatifs échecs de l'odorisation des spectacles, à la fois pour des raisons techniques mais aussi des raisons artistiques, en particulier le primat, à quelques exceptions près, de l'utilisation de l'odeur comme illustration d'une scène, d'un personnage, d'un objet. Il laissait néanmoins des questions ouvertes destinées à être résolues par une nouvelle génération de metteurs en scène, même s'il faut rendre hommage aux pionniers qui ont essuyé des échecs, mais contribué à nourrir la réflexion et l'expérimentation. À la demande de Mathilde Castel, organisatrice du colloque *Les Dispositifs olfactifs au musée*, j'ai accepté avec joie de revenir sur ces questions laissées en suspens et d'examiner

1. Dominique Paquet, *La Dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, Paris, L'Harmattan, 2004.



des spectateurs, comme pour les odeurs de glèbe et d'encens diffusées de sous le gradin et qui incommodait les spectateurs de *L'annonce faite à Marie* de Claudel (1993). On se souviendra que Philippe Adrien préconisait une odeur subliminale, rêve qui s'est trouvé en partie réalisé par d'autres metteurs en scène, moins sur le mode subliminal que sur celui de l'évocation lointaine, mesurée mais sensible.

Les metteurs en scène du début du xx<sup>e</sup> siècle qui odorisent leurs spectacles travaillent désormais en amont sur la composition, sur les dispositifs techniques, répétant avec les parfumeurs, concevant avec eux une véritable mise en scène olfactive. Leurs spectacles se sont inscrits dans un projet scénaristique, pour reprendre le terme de Roland Barthes, de poly- ou de multi-sensorialité où l'odorisation participe de la dramaturgie générale du spectacle, voire du texte. Dans *Cerclés/Fictions*, Joël Pommerat et son équipe ont travaillé très en amont du spectacle avec Firmenich qui leur a proposé sept fragrances à des concentrations différentes. Pommerat en a choisi trois concentrées précisément en adéquation avec l'intensité qui lui convenait et a utilisé des moyens simples d'odorisation : vaporisations avant l'entrée du public de la note opiacée puis vaporisations pendant les noirs par les comédiens et les techniciens des notes forêt et cheval. Les vaporisateurs étaient cachés dans la poche des acteurs.

Violaine de Carné, pour *L'Encens et le goudron* (2006), a mis en scène un *perfume jockey* qui mixait les odeurs en direct (orange que l'on pèle, forêt, encens, poivre). Laurence Fanuel, qui travaille avec elle, utilise des ventilateurs aux systèmes solides ou semi-liquides : « Avec la technologie du solide, le liquide sera absorbé par une matière solide. Il faut donc arracher les molécules à leur support. » Pour l'évacuation, les systèmes d'extraction d'air des théâtres sont utilisés.

2. Interview de Laurence Fanuel, dans *Actualités de la scénographie*, n° 209, octobre 2016. [www.tiretalyre.com/presse](http://www.tiretalyre.com/presse) [consulté en juillet 2018].

Pour *Los Demónios*, mis en scène par Philippe Boronad, l'utilisation d'Olfacom<sup>3</sup>, un diffuseur d'odeurs contrôlé par substitution moléculaire, évitait les écueils de la rémanence. Des méthodes empiriques aux dispositifs sophistiqués, la technique permet désormais des mises en scène audacieuses, dans lesquelles l'odorisation participe sans effets nocifs ou perturbants au spectacle. L'évacuation est pensée en amont et la saturation peut être évitée, offrant la possibilité de multiplier les séquences olfactives.

### De l'illustration à la métaphore

L'autre question posée dans mon ouvrage concernait la rhétorique de l'odeur. Comment devient-elle signe ? Que provoque-t-elle ? Dans les spectacles jeune public, mais pas exclusivement, l'odeur a souvent été figurative : pâtisserie, biscuits, chocolat, fleurs, ambiances de territoires. J'ai regretté dans la conclusion de mon ouvrage que les formes semi-abstraites ou abstraites soient rares et que la figuration soit source, à la fois de perturbations de la représentation par les sourires, les commentaires, la commivence qu'elle provoque et d'obliteration quasi inévitable de désignation. L'odeur agit dans ce cas comme marqueur olfactif souvent monosémique, qui a certes sa légitimité hédoniste grâce au plaisir et au dépaysement qu'elle procure, mais ancre l'imaginaire du spectateur dans le quotidien ou le souvenir de l'odeur connue.

Pour *Cerclés/Fictions*, créé en 2010 aux Bouffes du Nord, Joël Pommerat a choisi une odeur d'opium pour un homme qui fume, une odeur de forêt (salpêtre), une odeur de cheval. Pour lui, les odeurs sont évocatrices et créent l'imaginaire d'une réalité. Cette création, qui fait croire à la forêt ou au cheval alors que ce dernier n'est qu'une marionnette, trouble les liens entre visible et invisible. « Par l'odeur, on peut à un moment donné se passer de la présence d'un

3. Notes olfactives : Technico Flor.

vrai cheval. La première fonction des odeurs, c'est de produire de l'imaginaire chez le spectateur. [...] C'est un moyen de "soliciter le travail du spectateur" pour qu'il soit lui-même créateur d'images, de décor<sup>4</sup>. » L'odeur est ici saisie dans son pouvoir d'évocation et de convocation des représentations singulières du spectateur. « Les odeurs, c'est quel que chose que j'ai organisé en amont de la première répétition parce que je n'étais pas sûr que ça aille au bout. D'ailleurs franchement, je ne pensais pas que ça irait au bout. Mais je voulais vraiment l'expérimenter. Je savais que si je m'y prenais un mois avant, on n'aurait pas eu le temps vraiment de l'explorer et donc de la mettre en situation<sup>5</sup>. »

L'imaginaire s'en trouve comblé lorsqu'il s'agit de parfums agréables ou suggestifs de la réalité, mais perturbé lors d'émanations désagréables. Le spectacle de Roméo Castellucci *Sur le concept du visage du fils de Dieu* créé au festival d'Avignon en 2011, est à ce titre éclairant. Il comportait régulièrement des émanations excrémentielles en regard des diarrhées du personnage du père qui se vidait sur scène au stade terminal de sa maladie. Cette émanation fonctionnait comme une odeur illustrative. Sa composition herbacée et acide faisait référence aux excréments, malgré une dimension scatolée assez faible, qui n'a pas empêché certains spectateurs de réagir, de rire, voire de quitter la salle. Un dispositif silencieux et très bien conçu du parterre aux balcons diffusait légèrement l'odeur aux moments des lâchers de ventre. Malgré la dérégulation du malade, – le père vidait un jerrycan de liquide d'une couleur excrémentielle sur sa tête, le lit, le sol –, ces rejets participent au-delà du réalisme, du sentiment d'indignité

4. Entretien avec Joël Pommerat, dans *En marge. Cercles/fictions*, n° 110-111, 2012. Un pdf de la publication est disponible en ligne: [http://archives.theatre-odeon.eu/sites/default/files/da\\_import/file\\_859\\_DA\\_CerclesFictions.pdf](http://archives.theatre-odeon.eu/sites/default/files/da_import/file_859_DA_CerclesFictions.pdf) [consulté en juillet 2018].

5. *Ibidem*.

vécue par l'être humain face à la mort, à l'instar de Job sur son tas de fumier. En cela, le spectacle de Castellucci demeure profondément structuré par une sensibilité religieuse, que le metteur en scène ne réfute d'ailleurs pas. L'illustration acquiert ici une dimension métaphysique qui dépasse le réalisme du corps au stade terminal. En même temps, une question demeure : ce réalisme olfactif était-il nécessaire pour éprouver le scandale de la mort de l'homme ? Certains spectateurs ont pensé que l'odeur était superflue, car la vue du liquide imitant les excréments suffisait à évoquer l'odeur, comme une sorte d'hallucination ou de souvenir. La pestilence a pu paraître alors redondante. Ce spectacle met aussi en jeu une esthétique du réalisme dont on peut se demander si elle fonctionne comme une citation du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>6</sup> ou comme une odeur délétère hyperbolique, insistante, nécessaire dans un spectacle qui se fonde sur la dualité matière/ideal ?

D'autres metteurs en scène ont travaillé sur plusieurs odeurs et créé une polysémie par l'émanation d'odeurs abstraites, moins ou pas identifiables. Notamment Violaine de Carné dans *Les Parfums de l'âme*<sup>7</sup> où la dimension mnésique de l'odeur est prépondérante, puisque chacun des personnages cherche à recréer le parfum d'une personne disparue. De fait, il s'agit de parfums métonymiques en ce qu'ils représentent une partie du défunt pour le défunt entier et qu'ils ne sont qu'une interprétation du laboratoire qui compose les odeurs à partir des vêtements des défunts ou de leurs souliers.

Dans *La Belle et la Bête*, son prochain spectacle (2017/2018), le choix des odeurs animales s'impose pour la bête – musc, civette avec une

6. Sur ce spectacle, lire également: <http://observatoiredelecensure-over-blog.com/article-1er-novembre-2011-de-la-censure-des-odeurs-et-parfums-au-theatre-87761437.html> [consulté en juillet 2018].

7. Parfumeurs et mise en parfums: Laurence Faudel et Christophe Laudamiel.

pointe de transpiration humaine –, en contrepoint avec les parfums de repas et de dessert. L'odeur de la bête est un équilibre entre des notes animales et corporelles: acide isovalérique (pieds), des notes civette et crétyliques (cuir/crotin avec différentes nuances de chaleur agréablement miellées selon les dérivés crétyliques), des notes de transpiration: cummin, Aldron, des soufres. Puis des notes grasses et des notes plus douces pour éviter de chasser tout le monde hors de la salle! De la cire d'abeille et différents muscs en combinaison, des notes cuir type castoréum.

Comme une ambiance en panorama, les émanations florales et végétales du jardin de la bête, notamment les roses, rappent le spectacle. Deux fragrances de roses seront diffusées<sup>8</sup>: une rose coupée pour drée, rassurante qui évoque la mère de la Belle et les roses en terre qui, selon Violaine de Carné, traduisent les chipies, des filles un peu hargneuses. La mise en scène olfactive joue donc sur plusieurs figures de rhétorique: l'antagonisme (odeur bestiale/odeur de desserts, rose maternelle/rose hargneuse, odeur corporelle désagréable/bonté de la bête); l'irruption (l'odeur singulière/la nappe). Elle se manifeste aussi en signes territoriaux: géographique (le jardin), intime (l'odeur de la bête). Le rapport à l'intimité est récurrent dans les mises en scène de Violaine de Carné, pour qui la psychologie des personnages sous-tend le travail (rose référée à la mère), comme à l'éthique (bonté de la bête). Inscrit dans la série des contes sur l'amant monstrueux, cette histoire développe la dialectique de l'apparaître contre l'être. Sauf que dans le cas d'une mise en scène olfactive, l'odeur génétique de la bête fait aussi partie de son être. De fait, des questions surgissent: qu'est-ce qui est délétère chez la bête? Son être profond? Comment la belle va-t-elle peu à peu se laisser apprivoiser? Comment dépassera-t-elle la

8. Diffusion: Emmanuel Martini, qui joue également le rôle du serviteur de Monsieur Bestia, la bête.

répulsion olfactive sachant qu'en amour, l'accord sensible des parfums individuels est fondamental? La création nous donnera sans doute des réponses à ces questions.

Philippe Boronad, lui, a travaillé dans *Los Demonios* sur la mémoire et l'évocation, mais davantage par ambiances géographique et fantomatique. L'odeur se réfère aux émotions d'un personnage, Samuel, aux prises avec la douleur liée à son histoire familiale pendant la dictature en Argentine. Deux fragrances sont diffusées: une note douce et fleurie évoquant le fantôme d'Ana, la mère de Samuel, et une note maritime, telle une reminiscence inconsciente de la cale du bateau dans lequel Samuel, nouveau-né, a connu l'exil. L'odeur ne provoque plus cet embayage immédiat de l'énonciation intérieure qui convoque la mémoire sociale ou la mémoire individuelle, mais place le spectateur dans un état d'ouverture, de nonchalance, d'apaisement sensoriel, de réverie qui ne le trouble, ni ne l'effraie, ni ne l'oblige à la reconnaissance. « Les odeurs atteignent directement l'inconscient et le subconscient du spectateur en phase avec les ressentis de Samuel? »

À la demande de Thomas Jolly, metteur en scène de *Richard III* de Shakespeare au théâtre de l'Odéon (2016), les étudiants de 4<sup>e</sup> année de l'École supérieure du parfum, sous la direction de Karine Chevallier, créatrice de parfums et enseignante, ont imaginé le mouchoir du roi contrefait et cruel. Après des entretiens avec le metteur en scène, ils ont conservé les mots d'un brief terrifiant: chaos, propagande, amoralité, narcissisme monstrueux et ceux du dramaturge anglais par la bouche de Margaret à l'acte II: « flétrissure des entrailles de ta mère affligée ». Leur parfum est un chypre boisé, cuiré dont les notes de fumée évoquent les effluves qui persistent après une bataille sanglante, à laquelle s'ajoute la feuille de violette pour ses senteurs poudrés et

9. Dossier du spectacle *Los Demonios*.

légèrement fruitées<sup>10</sup>. Des mouchoirs parfumés ont été offerts aux spectateurs lors de la première, il n'y avait pas de diffusion pendant le spectacle. Métaphore de la cruauté du roi, ce parfum étrange fascine et repousse à la fois, traduisant l'ambivalence de nos sentiments d'attrance et de répulsion.

Pour *La Consolation de Sophie*, créée en 2010 à l'Espace Boris Vian des Ulis, Jacqueline Blanc-Mouchet m'a transmis une composition d'Isabelle Doyen, *Les Jardins de l'Alcazar* (myrte, plantes du maquis, hespéridés) qui figurait dans la dernière scène, la bonne odeur consolatrice de la philosophie. Fragrance subjective dont les notes de myrte et d'agrumes devaient être perçues par le jeune public comme agréables et ne renvoyaient à rien de réel, puisque la scène se passait dans la chambre de Trita, la petite fille qui aspire à être consolée et non dans un jardin andalou. Il s'agissait d'une composition semi-abstraite, propre à suggérer un apaisement lorsque vient la consolation de ses chagrins et qu'elle devient elle-même une Sophie.

#### Vers un théâtre multisensoriel

De fait, aujourd'hui, les questions d'allergie ou de perturbations respiratoires semblent réglées. Les spectateurs ne toussent plus lorsqu'ils sentent le parfum, ni ne font de commentaires, ni ne manifestent sauf dans le cas d'odeurs délétères. La réception du spectacle y gagne. L'odeur ne fonctionne plus comme un signal à décoder ou à commenter à haute voix, mais comme un signe parmi d'autres, chargé de significations plurielles. Lorsqu'elle désigne un personnage, elle résonne comme une évocation possible de ses caractéristiques physiques ou morales et atteint une dimension symbolique. Elle ne dénote rien de connu, provoque un sentiment d'étrangeté, voire de malaise ou de

10. Une œuvre collective de Chiara Claude, Sarah Couzon, Maad Even Andrea de Lassus, Cécile de Monteil, Carline Touche. Installation immersive, technologie de Scentys.

plaisir qui enrichit la perception du personnage sans seulement l'illustrer. Lorsqu'elle figure une ambiance géographique ou territoriale, elle dépasse le pittoresque et ouvre sur des ambivalences rhétoriques ou métaphysiques. Les parfums s'imposent dans leur évidence artistique en association étroite avec les autres signes de la représentation. Ainsi, on ne peut que se réjouir pour l'art olfactif et le théâtre en particulier, des nouvelles pistes ouvertes par les créateurs, nez et metteurs en scène contemporains, qui, enfin, exhaussent les odeurs au rang de signes nécessaires au plaisir du spectacle.

qualité d'usage, c'est-à-dire que nous essayons d'inclure dans notre manière de concevoir les choses tous les usagers possibles quelque soient leurs différences physiques, sensorielles, mentales, psychiques, cognitives, culturelles, sociales ou leurs différences d'âge. J'aimerais rappeler que la question d'accessibilité, au musée du Louvre, s'entend comme une accessibilité physique – on pense tout de suite aux personnes à mobilité réduite, aux personnes qui ont un handicap visuel, auditif... – mais également comme une accessibilité intellectuelle. Cela se traduit par des espaces et des outils dédiés in situ dans le musée du Louvre, mais aussi par des projets que nous réalisons hors-les-murs. C'est la particularité de notre service au musée que d'intervenir très régulièrement auprès des publics. C'est amusant puisque nous disons à nos partenaires qu'il s'agit d'actions hors-les-murs, mais pour eux ça n'a pas de sens puis qu'elles se déroulent à l'intérieur de leurs murs. Nous leur expliquons alors que, pour nous, le hors-les-murs veut dire « en dehors des murs du musée » mais à l'intérieur de leurs murs à eux. Nous intervenons très régulièrement dans plus de quinze hôpitaux de l'Assistance publique-hôpitaux de Paris (AP-HP) également dans des établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes, notamment dans le cadre d'un programme qui s'adresse à des personnes qui ont la maladie d'Alzheimer. Nous travaillons aussi avec des structures très différentes du handicap mental, psychique, cognitif, et évidemment des associations pour les personnes en situation de handicap visuel et auditif, ainsi que des structures du champ social.

L'outil des mallettes multisensorielles est né d'un réel besoin. Au cours d'une année, nous animons de cent à cent cinquante activités de médiation sur nos collections chez des partenaires. Nous avons conçu un format de médiation spécifique pour le hors-les-murs, que nous appelons une « conversation » : c'est un temps privilégié que nous passons avec un petit nombre de personnes pour échanger sur des œuvres, sur des sujets très divers. Nous travaillons énormément

## LES MALLETTES MULTISENSORIELLES DU MUSÉE DU LOUVRE

—  
SÉVERINE MULLER

Mon intervention va porter sur le travail d'élaboration d'un outil de médiation que nous utilisons avec les publics : les mallettes multisensorielles. J'aimerais commencer par rappeler le contexte dans lequel je travaille au musée du Louvre. Je fais partie d'un service qui s'appelle « Démocratisation culturelle et actions territoriales ». Notre mission est d'aller à la rencontre des publics qui ont le plus de difficultés à accéder au musée. Que ces difficultés soient d'ordre matériel, physique, un éloignement géographique, un éloignement intellectuel ou social. L'un des principes qui guident l'ensemble de nos actions, qu'il s'agisse d'un partenariat, d'une exposition ou d'un outil de médiation, est celui de la conception universelle, c'est-à-dire que lorsque nous créons un outil, dès le départ nous intégrons le fait qu'il doit être adapté aux personnes qui vont avoir le plus de difficultés à l'utiliser. L'autre grand principe qui est le nôtre est celui de la haute

sur le ressenti, l'émotion et le partage d'expérience. C'est particulièrement pertinent pour les personnes qui n'ont pas les clés du musée et des œuvres d'art. Nous essayons de faire passer le message que pour profiter des œuvres, certes il y a des références historiques à connaître, mais c'est avant tout une notion de ressenti. C'est ce que nous essayons de créer au cours de nos conversations.

Très naturellement nous nous sommes dit que nous avions besoin d'être dotés d'un outil qui nous permettrait de travailler la dimension sensible de nos interventions. Il s'agissait de notre besoin de base : un outil de médiation qui permette d'évoquer les œuvres du musée et qui puisse s'adapter aux lieux que nous sommes amenés à investir. Ces lieux peuvent être des prisons, des hôpitaux, des centres sociaux, des locaux associatifs. Nous intervenons dans des espaces divers où nous n'avons généralement aucune prise sur les installations techniques qui seront mises à notre disposition. Lorsque nous arrivons, nous pouvons demander à avoir une salle, une table et des chaises pour s'asseoir, c'est tout. Ne serait-ce que demander une prise électrique peut déjà devenir compliqué. Nous avons donc pensé que le plus simple serait d'avoir un outil clé en main pour nous aider à réaliser nos conversations. Nous arrivons, nous le posons sur la table et nous pouvons démarrer l'activité. Les contraintes sont inhérentes aux lieux sur lesquels nous nous rendons. Elles sont très fortes dans les lieux sanitaires comme les hôpitaux, et dans le milieu carcéral. Il y a par exemple tout un tas de choses que nous ne pouvons absolument pas apporter en détention : du matériel électronique, des clés USB et même des écouteurs de lecteur MP3. Nous sommes obligés de laisser tout cela à l'entrée. Nous ne pouvons pas non plus apporter de liquides contenant de l'alcool, or lorsqu'il est question de parfum, l'alcool rentre immanquablement dans la composition des jus. Voici rapidement esquissé un aperçu du besoin et des contraintes à l'origine des mallettes multisensorielles du Louvre.

Nous avons également réfléchi au public que nous voulions cibler. Au départ c'est un outil qui a été pensé pour les personnes âgées dépendantes concernées par nos différents programmes. Mais la logique de conception universelle nous a finalement incités à penser un outil qui pouvait s'adresser à tous, que ce soit des personnes âgées dépendantes, des adultes hospitalisés dans des services d'oncologie, des détenus, des enfants de centres sociaux.

Nous nous sommes successivement attelés à écrire et discuter nos objectifs ensemble, avec tous les membres de l'équipe. Il était important que nous nous entendions sur les objectifs d'un outil que nous allions être amenés à partager. Au total, six personnes de notre service ont contribué à l'élaboration des mallettes multisensorielles.

Un des objectifs que nous avons définis était de favoriser une découverte sensorielle des œuvres en engageant la corporalité du public, plutôt qu'une approche sollicitant les savoirs et les contenus. Nous connaissons toutes les difficultés qu'ont les gens à accéder à l'art, et plus particulièrement à l'art classique. Quand c'est en plus le musée du Louvre qui arrive, il y a tout de suite un mouvement de recul qui s'opère. Les gens se sentent impressionnés et intimidés. Nous souhaitons donc nous inscrire dans une dimension qui engage la corporalité et qui permette de dépasser la barrière de la langue. Lorsque nous allons en prison, nous rencontrons des gens qui ont eu des difficultés dans leur parcours scolaire. Dans les centres sociaux nous pouvons nous retrouver face à des personnes qui sont en apprentissage du français, qui viennent d'arriver en France et qui ne maîtrisent pas bien la langue. Il y a également des personnes âgées qui peuvent être atteintes d'un certain type de démente et pour qui s'exprimer devient compliqué. Nous voulions un outil qui permette également de dépasser cela.

Un autre objectif était de favoriser la participation et l'interactivité. Enfin, nous nous sommes dit que nous pouvions avoir comme objectif de passer un moment convivial, sympathique, un moment de plaisir

partagé et pas seulement un moment où nos interlocuteurs auront appris des choses de façon très sérieuse. Pour nous, à la fin d'une conversation, il est plus important que les gens nous disent qu'ils ont passé un bon moment, plutôt qu'ils nous disent qu'ils ont appris plein de choses. Il y avait enfin un objectif en termes de technique de médiation qui consiste à partir des compétences des participants, de ce que les gens savent faire, observer, sentir, toucher pour les amener petit à petit, en utilisant leurs propres compétences à comprendre quelque chose qui, au départ, est extérieur à eux, ici les œuvres d'art.

Nous sommes tous issus de formations type « historien de l'art » ou « plasticien » mais nous ne sommes pas du tout parfumeurs. Nous nous sommes dit qu'il était important que dans cet outil multisensoriel, on puisse travailler l'ensemble des sens. La vue évidemment, avec nos œuvres, l'ouïe avec de la musique, le toucher avec des éléments tactiles, mais également l'olfaction avec des parfums. Nous n'avions pas envie d'entrer dans une logique de « faire avec ce qu'on a » en utilisant des huiles essentielles qu'on peut trouver dans le commerce, ce que nous avons déjà fait par le passé, mais qui ne nous avait pas réellement convaincus. Nous nous sommes dit qu'il fallait trouver un partenaire qui pourrait nous aider à créer des parfums, ainsi qu'un mode d'utilisation de qui soit le plus adapté à nos besoins. Nous avons mené ce travail avec la société Cinquième sens (gérée par Isabelle Ferrand), qui nous a accompagnés dans la création des parfums mais également de l'outil dans son entièreté. Un travail croisé avec un groupe interne à notre équipe a été réalisé pour mener une réflexion collégiale sur ce que nous comptons dire à travers cet outil, comment nous voulions faire, ce que nous souhaitions mettre à l'intérieur. Ce groupe a réuni des personnes qui travaillent sur le handicap, sur le champ social, les prisons, les familles. Nous avons travaillé dans une logique expérimentale pour tester l'outil, puisqu'après avoir passé beaucoup de temps à imaginer des mallettes

dans notre tête et dans nos bureaux, il nous fallait constater si ces dernières passaient l'épreuve de la réalité.

Cette logique expérimentale a permis d'aboutir à trois mallettes différentes. Nous avons choisi la forme la plus simple en parlant du plus petit dénominateur commun, qui est que peu importe l'endroit dans lequel nous rendons pour réaliser nos conversations, nous disposons d'une table et de chaises. Il fallait que notre outil soit peu encombrant et léger, parce que lorsque nous nous déplaçons sur nos lieux d'intervention, nous prenons les transports en commun. Il nous faut donc pouvoir passer les portiques du métro avec. Il fallait qu'il soit uniquement composé de supports sensoriels, visuels, audio, tactiles et olfactifs, parce que nous souhaitions qu'il n'y ait rien d'écrit, aucun texte. L'idée était de se dire que tous les éléments présents sont communs à tous les publics et que nous pouvons faire sentir de la même manière à des enfants, des adultes, des personnes âgées. Tout ce qui se trouve dans la mallette est utilisable a priori par tous. Il fallait que ce soit un outil robuste, qui ne nécessite pas beaucoup de maintenance. S'il fallait très régulièrement changer les parfums en plus de nos autres activités, nous ne serions pas parvenus à nous en occuper de manière convenable. C'était une forte contrainte que nous avons demandé à Cinquième sens de respecter.

Le choix qu'Isabelle Ferrand a fait concernant les parfums fut celui d'un dispositif très simple : un médaillon de céramique imprégné des compositions créées en lien avec les tableaux. C'est idéal puisque ça nous permet d'avoir des médaillons qui sont rangés dans une petite boîte, qui se transportent très facilement quel que soit le lieu où nous intervenons. Ils sont imprégnés de parfum, et nous pouvons les distribuer tels quels à chaque participant. Nous avons également des petites recharges liquides indépendantes qui nous permettent de réactiver l'odeur lorsque cela s'avère nécessaire, mais que nous pouvons également laisser au bureau lorsque nous nous rendons

en prison. Nous avons fait le choix d'ajouter des petits cordons à ces médaillons, parce que, pour les personnes âgées notamment, il peut y avoir une perte de la capacité de préhension. Pouvoir porter le médaillon autour du cou évite par conséquent d'avoir à constamment le manipuler. En moyenne, chacune de nos mallettes est utilisée une fois par mois. Le bocal est ouvert, tous les médaillons sont sortis puis remis à l'intérieur. L'objectif était de pouvoir utiliser les parfums sur plusieurs années (avec une utilisation de chaque médaillon, une fois par mois, sur toute l'année, pendant trois ans.)

À l'heure actuelle, nous avons trois mallettes avec des contenus et des scénarios d'activité différents. La première mallette porte sur *Les Saisons* d'Arcimboldo. En interne nous avons fait le choix de partir sur de très grands chefs-d'œuvre parce que nous pensions qu'il y aurait plus de chances que les gens les connaissent. Dans cette mallette nous avons des reproductions d'œuvres, des médaillons de céramique imprégnés de parfums et des échantillons de matières à toucher. Le scénario de cette conversation est qu'avec chaque groupe, nous n'investissons qu'une seule saison, en général nous essayons de travailler sur la saison en cours ou bien nous demandons aux participants quelle est leur saison préférée. Petit à petit chaque sens va être sollicité et l'œuvre n'est montrée qu'en dernier. Le point de départ de la conversation est la manière dont chacun ressent la saison. Chacun ressent l'été de manière différente, l'hiver de manière différente et les souvenirs qui leur sont associés sont aussi très différents. L'artiste lui-même a traduit sa propre vision des saisons dans ces œuvres. Travailler sur l'audio, les parfums, pour aller progressivement vers l'œuvre est un système qui fonctionne plutôt bien. Pour les parfums nous avons fait le choix de rester sur quelque chose de très descriptif, de très ancré dans ce que l'œuvre représente. Pour le printemps nous sommes partis sur des notes de lavande, de rose, de jasmin et de bois puisque

ce sont les éléments saillants du tableau. Pour l'été nous sommes sur des notes plus sucrées de fruits, de pomme, de poire, de prune et de foin. Pour l'automne, des notes de pomme, de poire, raisin, noisette, champignons, figues. La saison qui nous a demandé le plus de travail, c'est l'hiver, parce que peu d'éléments de distinguent au sein de la toile. Nous avons donc choisi des notes de myrrhes, de sous-bois avec une touche de citron. L'idée de cette mallette consiste à partir de la manière dont chacun ressent les saisons sur le plan sensoriel, pour amener progressivement le public à découvrir la façon dont Arcimboldo les a retranscrites dans ses œuvres.

La seconde mallette porte sur une thématique plus générale qui est celle de l'enfance. Nous pensions qu'il était important de proposer des thèmes qui ne soient pas que des thèmes d'histoire de l'art, mais qui soient également ancrés dans la vie quotidienne. Là encore, la mallette contient des supports visuels, des parfums et un scénario différent où nous proposons d'abord un jeu d'association avec des odeurs simples, pour finalement amener le public vers l'œuvre la plus complexe, et donc vers des parfums moins abordables. L'œuvre la plus complexe c'est *L'Enfant au taton* de Jean Siméon Chardin. Pour le parfum nous avons choisi des odeurs d'encre, de cuir, de bois, pour rappeler tout ce qui est représenté sur le bureau : le livre, la plume et l'encrier. Et puis des notes d'iris et de musc qui évoquent l'odeur de la poudre. Cette odeur-là est assez complexe à décrypter sans compter que, comme le spécifiait Roland Salessse, il n'existe pas encore d'éducation à l'olfaction permettant de nous apporter les éléments de langage qui nous manquent pour parler d'odeurs. Sur les autres œuvres nous avons fait très simple avec une seule odeur par tableau. *Le Déjeuner* de Boucher est associé à une odeur de chocolat, puisque le groupe de personnes semble être en train de boire du café ou du chocolat, les historiens de l'art ne sont pas d'accord sur la nature de



la boisson, mais nous sommes sûrs que les personnages sont en train de prendre le goût. Nous avons également sélectionné une nature morte, qui n'est pas forcément une œuvre qui représente l'enfance, mais qui nous permet d'évoquer le goût comme en étant un des temps privilégiés. Nous avons tous pris notre goût lorsque nous étions petits. Le dernier tableau sur lequel nous avons travaillé est un autoportrait d'Élisabeth Vigée Le Brun avec sa fille. Nous nous sommes ici posé beaucoup de questions sur le choix des odeurs à privilégier. Au départ, Cinquième sens était parti sur une odeur de peau et de sueur, une odeur qui n'était pas très agréable, mais qui pouvait approcher l'odeur réelle d'une personne à cette époque. Par rapport aux lieux dans lesquels nous nous rendons, où la sensorialité est parfois difficile (odeurs de produits chimiques très fortes à l'hôpital, locaux dégradés en prison), nous avons préféré éviter toute odeur qui soit désagréable, et privilégier la piste de la peau de bébé. Cela permettait d'évoquer ce moment de tendresse entre une mère et son enfant. Nous sommes partis sur des notes fleur d'orange, néroli, lilas et musc. Dans cette mallette sur l'enfance il y a ces parfums, ces œuvres et des objets. Un des objets que nous avons choisis de représenter, c'est la toupie, qui apparaît comme sortie de l'œuvre de Chardin et qui est finalement, toutes nos mallettes, le support tactile qui fonctionne le mieux. Quand nous sortons la toupie c'est un moment un peu magique, parce que nous extrayons l'objet du tableau pour le faire toucher, le faire tourner. Nous assistons régulièrement à des concours de toupies où chacun retombe en enfance. C'est l'esprit de ce que nous avions imaginé au départ avec cette thématique.

La dernière mallette porte sur la marquise de Pompadour. C'est une mallette qui illustre les réflexions et les échanges que nous avons pu avoir avec Cinquième sens. L'œuvre que nous faisons découvrir est un portrait réalisé au pastel d'un grand personnage historique,

la marquise de Pompadour, qui peut être vue, perçue, ressentie de deux manières différentes. C'est à la fois une femme, évidemment très riche, qui possède une robe extraordinaire, qui est entourée de mobilier extrêmement luxueux, avec des livres et des dorures. Il y a énormément d'éléments qui sont des attributs de la richesse et du pouvoir. En même temps, c'est une femme qui a voulu se montrer de manière très simple, très directe. Elle ne porte pas de bijou, ni de grande perruque, elle n'est pas particulièrement mise en valeur, elle est seule, dans un moment de concentration plutôt intellectuel. Le portrait a donc une certaine ambivalence. Après quelques séances de travail, Cinquième sens nous a proposé deux parfums qui auraient pu être ceux de la Pompadour. Il n'existe pas de recette précise des parfums qu'elle portait. La première proposition était un parfum avec des notes de lavande, de muguet, de violette, d'iris, de santal et de musc, c'était une odeur assez délicate. La deuxième proposition était plus puissante et plus fleurie avec de la bergamote, de la rose, de l'ylang, du muguet, iris, santal et musc. Quand Isabelle nous a fait sentir les parfums et qu'il a fallu en choisir un, nous nous sommes rendus compte que nous n'étions pas d'accord. Deux groupes se sont dessinés au sein de notre équipe, l'un qui penchait pour le premier parfum et l'autre pour le second. Nous n'avons pas réussi à trancher et nous avons pensé qu'il s'agissait d'un fait extrêmement intéressant à travailler. En fonction de la manière dont nous percevons le personnage, nous lui attribuons un parfum plutôt qu'un autre. Aujourd'hui, c'est ce sur quoi nous travaillons avec les publics et cela fonctionne très bien. Étonnamment, les gens parviennent très bien à nous expliquer que : « Tel parfum lui correspond mieux parce qu'elle a une robe très fleurie donc on imagine qu'elle se parfume avec plein de fleurs. » Et d'autres personnes nous disent : « Ah mais non, pas du tout. C'est le premier parfum parce qu'il est très poudré et là c'est sûrement le matin, elle vient à peine de se préparer... » C'est une orientation que nous n'avions pas prévue au

départ, mais que nous avons conservée parce qu'elle nous permet de travailler sur le ressenti, et à travers ce ressenti, sur les manières de lire un portrait, qui est une construction de l'identité par le biais de l'image. C'est l'objectif que nous nous étions fixé.

J'aimerais terminer en disant que Cinquième sens a créé les parfums de l'ensemble de nos mallettes, en plus de la conception de l'outil dans son intégralité. Ils nous ont également formés pour que nous soyons à l'aise durant l'usage des parfums. Nous avons l'intuition que les odeurs pourraient nourrir notre médiation, mais nous ne disposions pas des outils et des connaissances nécessaires pour les intégrer de manière effective à nos activités. Les temps de formation dispensés par Cinquième sens ont donc été très précieux car nous ont permis de gagner en confiance et d'acquérir du vocabulaire pour parler des odeurs. Nous parvenons d'ailleurs à transmettre des éléments aux publics que nous sommes amenés à visiter avec nos mallettes.

L'intérêt de la multisensorialité en médiation c'est que chaque sens vient en complément d'un autre. Le parfum est véritablement celui qui permet de faire appel, de façon très directe, aux émotions, aux ressentis, aux souvenirs, il permet aux gens de découvrir les œuvres sous un angle qui n'appartient qu'à eux. Cette expérience fut riche et passionnante. Nous n'allons par conséquent pas nous arrêter là. Nous travaillons déjà à l'élaboration d'une quatrième mallette. L'idée serait, à terme, d'en avoir toute une collection pour nous permettre d'aborder l'ensemble de la diversité des collections du musée du Louvre.

## LE WHAF ET SES USAGES

MARLENE STAIGER

En art comme en muséologie, la notion d'odeur se rattache souvent à une olfaction dite « directe ». On parle moins de ce qu'on appelle la rétro-olfaction, ce rôle fondamental joué par les odeurs dans la perception du goût d'un aliment que l'on est en train de savourer. Je souhaiterais par conséquent présenter le dispositif du Whaf, appareil permettant de réaliser des expériences de rétro-olfaction. J'esquissais successivement un bref aperçu des utilisations qu'il est possible d'en faire en matière de médiation.

Dans l'esprit commun, la perception gustative se rattache essentiellement à la dimension gastronomique. Ne serait-il pourtant pas envisageable, de même que la perception visuelle peut se décliner en expérience de contemplation devant une œuvre, de considérer le goût – et donc a fortiori l'olfaction – comme une modalité d'appréhension artistique ? Car si l'olfaction est notre sens le plus inné, la rétro-

olfaction constitue la modalité de perception sensorielle qui mémorise le plus d'informations.

Jusqu'à présent dans l'art, la notion de goût et de rétro-olfaction se retrouve uniquement dans la figuration visuelle d'aliment. On reste donc dans le registre de l'œil pour parler des perceptions du nez et de la bouche, ce qui peut amener à penser que la plupart de ces propositions artistiques demeurent approximatives par rapport à ce qu'il serait possible de faire en sollicitant les expériences sensorielles respectivement attachées à ces deux organes. La reconnaissance des meilleurs ouvriers de France démontre qu'au sein du secteur gastronomique, on est capable de distinguer des compositions qui dépassent la simple maîtrise technique pour avoisiner l'innovation et l'audace propres à la création artistique. Nous pouvons par exemple citer l'expérience de dégustation proposée par Anne-Sophie Pic, au restaurant *La Dame de Pic*, qui consiste à faire sentir des parfums en complément de chaque plat afin de faire prendre conscience de l'ampleur du rôle joué par l'odeur dans la perception de la saillance du goût. Le même dispositif a été proposé par l'artiste Julie C. Fortier lors du dîner *Eau succulente* organisé par le collectif Black Garlic en mars 2015. Peuvent être cités à titre de variantes gastronomiques les travaux du designer culinaire Marc Bretillot et les sculptures en chocolat de Patrick Roger. Sur le plan olfactif, nous pouvons mentionner les démarches de Christophe Laudamiel avec qui j'ai eu l'occasion de considérablement travailler la structure des aliments en parfumerie.

Au Laboratoire – centre d'expérimentation artistique, d'innovation et de design aux frontières de la création culturelle et de la science, créé en 2007 par David Edwards à Paris –, nous avons organisé l'exposition « The Olfactive Project ». Ce projet sollicitait les dispositifs de l'Ophone et du Whaf autour de l'objet du *virtual coffee*. L'idée était de décomposer l'ensemble des molécules présentes dans différents types de cafés pour faire prendre conscience au public de la richesse

olfactive et gustative de ce produit que l'on consomme aujourd'hui plus qu'on ne le déguste. Un travail de synthèse couleurs/odeurs avait également été conçu pour cette présentation.

Dans un autre registre, la mixologie – ou l'art des cocktails – est un champ actuellement en forte expansion dont les caractéristiques et la légitimité à prétendre à la reconnaissance artistique sont, à mon sens, très similaires à celles de la parfumerie. La frontière s'évapore parfois totalement lorsque des établissements comme le Ritz Carlton à Berlin s'essaient à recréer des parfums connus en cocktails. Leur bar, Fragrances, a en effet été pensé comme l'exacte réplique d'une parfumerie de luxe et propose une carte où se retrouvent les noms d'Amick Goutal, de l'Artisan parfumeur ou encore d'Yves Saint Laurent, dont les créations ont été transposées en cocktails par le mixologiste Arnd Heissen. C'est dans un esprit similaire que j'ai récemment cofondé H.Theoria, une marque de spiritueux dont les liqueurs se proposent comme des interprétations gustatives de tempéraments humains. Les trois premiers opus s'intitulent Procrastination, Hystérie et Perfidie. Le travail de création de ces liqueurs a consisté à transposer l'univers du parfum dans celui des spiritueux. Il s'agit du même travail de composition d'accords surprenants et esthétiques, mais pensé pour l'appréhension par rétro-olfaction, et non par olfaction directe.

Concernant ce travail de composition, qu'il s'effectue avec des matières premières de parfumerie ou des arômes alimentaires, j'aimerais poser la question du figuratif. La création olfactive est déjà bien avancée sur le sujet des expérimentations esthétiques, mais en matière de goûts, on demeure sur des créations assez familières et confortables. On n'ose pas faire de l'abstrait, de l'impressionnisme ou du surréalisme gustatifs. On n'ose pas relever le défi de faire voyager le visiteur par l'intermédiaire de saveurs qu'il ne parvient pas immédiatement à identifier. C'est pourtant ce genre de pistes que le dispositif du Whaf permet d'explorer.

Le Whaf est un appareil conçu par le professeur David Edwards et le designer culinaire Marc Bretilot en 2009. À mi-chemin entre une carafe et un globe de verre, cet objet génère un nuage de saveurs que le visiteur est invité à aspirer à l'aide du paille spéciale. Il offre ainsi une expérience de rétro-olfaction impalpable, on ne mange plus, il n'y a plus de support à la nourriture, on inhale un nuage de goûts. Le Whaf fonctionne grâce à un processus physique qui s'enclenche lorsque, après avoir rempli la carafe avec une composition aromatique liquide, on penche l'appareil sur le côté. Des piézo-électriques situés au fond du dispositif émettent alors une fréquence à 50 hertz qui va abaisser la tension de surface entre l'air et le liquide, et permettre de faire se volatiliser les molécules les plus légères. C'est ainsi que se forme le nuage de saveurs, et non par ajout de vapeur ou de fumée. Cet appareil demeure complexe à utiliser car il ne fonctionne qu'avec certains types de compositions aromatiques. Il n'est par exemple pas possible de le remplir avec des substances huileuses, micellaires, gazeuses ou fermentées. Il faut par conséquent se montrer quelque peu ingénieux lors du processus de création, non seulement concernant la nature et l'originalité des accords, mais également concernant la structure moléculaire globale de la solution.

Revenons sur la notion de figuratif en composition gustative : j'aime-rais donner quelques exemples des expérimentations que j'ai menées, avec le Whaf, pour tenter de proposer une expérience de rétro-olfaction différente, moins familière, plus expérimentale.

En 2014, la chanteuse Owlle a réalisé le lancement de son album *France* au Laboratoire. À cette occasion nous avions exposé cinq Whafs contenant chacun une composition conçue à partir d'un des titres de l'album. La conception de ces formules a nécessité, en amont, un énorme travail d'imprégnation. À la fois pour comprendre l'esprit de la musique, mais également pour intégrer le message que l'artiste a voulu véhiculer à travers elle, parvenir à ingérer toute cette matière

pour ensuite la transposer en arômes. La chanson « Fog » s'inspire par exemple du film *Fog* de John Carpenter, dont l'intrigue gravite autour d'un brouillard ramenant des pêcheurs déçédés à la vie. C'est une chanson assez tourmentée pour laquelle j'ai conçu un nuage à partir d'une macération de câpres, d'iode et de menthe afin de restituer la sensation d'une brume venant de la mer, fraîche et en même temps sombre. La transposition d'une composition musicale à une composition gustative est un travail et un challenge tout à fait passionnants, qui offre de surcroît une expérience unique. Avec « Fog » on passe de l'une à l'autre sans recourir à la figuration. À mon sens, l'imaginaire nous permet d'aller au-delà et d'appréhender une véritable mimésis entre deux univers sensoriels différents.

En 2015, j'ai travaillé avec Camille Goutal et Isabelle Doyen sur le lancement du parfum *L'He au thic* par la maison Annick Goutal. L'idée de cet événement était de proposer une découverte du parfum qui ne passe pas par l'olfaction directe. J'ai donc travaillé sur les notes les plus saillantes du parfum pour tenter de les transposer dans un nuage à aspirer. L'opération était délicate car un nombre important d'ingrédients utilisés en parfumerie ne peuvent être employés en arômes alimentaires, notamment pour des raisons de toxicité. Il faut donc une nouvelle fois ruser pour parvenir à simuler une figurativité mimétique. Ce travail, similaire à celui réalisé par le mixologiste Amd Heissen pour le bar Fragrances, illustre une façon de rapprocher l'olfaction et le goût, d'une manière qui a du sens et qui fait sens.

En 2012, j'ai travaillé sur des nuages à caractères féminin et masculin pour l'exposition « Hôtel amour » qui se tenait au Purgatoire. Il s'agissait cette fois-ci de transposer la sensualité en goût, mais une sensualité qui soit genrée sans être stéréotypée. C'était un beau défi puis qu'en parfumerie on « typologise » beaucoup les genres et les caractères pour définir plus facilement le public cible de chaque nouvelle création. Il s'agissait de ne pas réitérer cette standardisation en gustatif.

Je suis persuadée que l'approfondissement des potentiels de la rétro-olfaction peut trouver une finalité dans le contexte expographique, a fortiori muséal. Sortie du champ gastronomique, cette modalité de perception permet d'appréhender le monde, ses concepts et ses imaginaires d'une manière tout à fait unique et inédite. Il me semble également qu'elle offre une alternative tout à fait intéressante en matière d'offres de dégustation au sein des musées. Il est parfois délicat pour un établissement de proposer ce genre d'événements, faute de pouvoir prévenir les éventuels risques d'intoxication alimentaire. L'expérience de la rétro-olfaction proposée par le What'peut offrir une marge de sécurité considérable sur ce plan et pourrait par conséquent permettre à certains musées de diversifier leurs offres de médiation sensorielle. Ce dispositif pourrait donc constituer, selon moi, une réelle piste d'innovation pour le secteur culturel dans les années futures.



## LES CONCEPTS D'UN ART OLFACTIF

## ŒUVRES OLFACTIVES, ŒUVRES ODORANTES

GILLES FROGER

Une récente et passionnante publication, établie sous la direction de la philosophe Chantal Jaquet, rassemble sous le titre *L'Art olfactif contemporain*<sup>1</sup>, un certain nombre de textes et d'essais issus d'un colloque international qui s'est tenu en mai 2014 à l'université Paris Sorbonne. Euvrant dans des champs disciplinaires et artistiques variés – esthétique, philosophie, neurosciences, anthropologie, mais aussi mise en scène, arts plastiques ou parfumerie –, les chercheurs et auteurs réunis à cette occasion se sont donné pour objectif d'analyser « les conditions théoriques de la constitution d'un art olfactif et les pratiques artistiques contemporaines fondées sur les odeurs et les parfums ». Or, il est surprenant de constater que, bien que deux éléments distincts soient énoncés dans cette citation – d'une part, « un art olfactif », mal défini mais qui pourrait renvoyer aussi bien

1. Chantal Jaquet (dir.), *L'Art olfactif contemporain*, Paris, Classiques Garnier, 2015.

à la création de parfums qu'à la maîtrise subtile du *kôdô* japonais et, d'autre part, « les pratiques artistiques contemporaines fondées sur les odeurs et les parfums »<sup>2</sup>, le titre de l'ouvrage opère entre eux un court-circuit qui prête à confusion. Chantal Jaquet revient d'ailleurs, dans sa préface, sur la difficulté à « rassembler sous une même rubrique les créations originales des parfumeurs [...] et l'utilisation de molécules chimiques odorantes par des artistes dans le cadre d'installations, de spectacles ou de performances »<sup>3</sup>.

On retrouve cette confusion entre les créations des parfumeurs et les « œuvres olfactives » des artistes contemporains, mais cette fois sans interposition aucune, dans l'exposition « The Art of Scent » qui a eu lieu au Museum of Arts and Design (MAD) à New York, de novembre 2012 à mars 2013. Dans les deux cas, la question du parfum comme création, reconnue au même titre que n'importe quelle œuvre d'art, est un enjeu central. Présentant douze parfums créés entre 1889 et 2012, l'exposition, financée par des sociétés prestigieuses (L'Oréal, Chanel, Guerlain, Hermès...), était annoncée par les services de communication du musée comme « la première exposition muséale majeure permettant de faire reconnaître le parfum comme un médium majeur de la création artistique »<sup>4</sup>.

Dans les commentaires que Chandler Burr, ancien journaliste et critique de parfums pour le *New York Times*, devenu conservateur du Département de l'art olfactif au MAD, fait de l'exposition qu'il a organisée, il se réfère, comme l'analyse Erika Wicky<sup>5</sup>, aux énoncés

2. Chantal Jaquet, « Introduction. Des objets à flâner : à l'œuvre parfumée », dans *L'Art olfactif contemporain*, *op. cit.*, p. 11.

3. « *The Art of Scent, 1889-2012* is the first major museum exhibition to recognize scent as a major medium of artistic creation and fifteen artists who work in this medium ». Présentation de l'exposition « The Art of Scent, 1889-2012 », à lire sur le site du musée, [madmuseum.org/exhibition/art-scent](http://madmuseum.org/exhibition/art-scent) [consulté en juillet 2018].

4. Erika Wicky, « Description et olfaction de l'art contemporain : les mutations de la critique d'art », *Marges*, Presses universitaires de Vincennes, 2014, p. 81-90.

théoriques de Clement Greenberg qui considérait la peinture d'un point de vue formaliste en ce qu'elle avait de spécifique. Pour valoriser ainsi les parfums en tant qu'œuvres d'art, Chandler Burr n'hésite pas à récupérer le propos du théoricien, grand dénonciateur de la culture kitsch imposée par la société industrielle<sup>5</sup>, en les présentant comme des créations radicales, détachées de toute visée commerciale, c'est-à-dire de « l'art pour l'art ».

Quelle que soit la justesse du combat mené pour la reconnaissance des parfums comme créations à part entière, il paraît donc nécessaire de différencier ce qui relève de l'art du parfumeur et ce qui se joue dans le champ des arts plastiques. Les intentions des créateurs, les modes d'exposition, de vente ou de diffusion des « œuvres » réalisées, les espaces qui leur sont consacrés, leurs enjeux, leurs publics ou leurs clientèles n'ont sans doute, en effet, qu'assez peu à voir, quand ils ne s'opposent pas entièrement. Comment concilier le désir raffiné de séduction des uns et la volonté transgressive et expérimentale des autres ? Comment réunir dans un même supposé « art olfactif » tel élégant parfum perceptible par des « nez » dûment entraînés et la puanteur d'un mur recouvert d'une splendide purée de carotte en voie de décomposition (Michel Blazy, *Mur de pois de carotte*, 2002) ou la simple mais *unpolitically correct* odeur de cigarette diffusée par une absurde machine à fumer dans l'espace d'une galerie (Kristoffer Myskja, *Smoking Machine*, 2007) ?

Si l'on s'en tient à la mise en jeu du sens de l'odorat dans les œuvres d'artistes « plasticiens », on pourrait tenter d'en écrire une histoire qui remonterait aux diverses représentations des odeurs et de l'odorat dans la peinture ancienne. L'histoire moderne et contemporaine de cette mise en jeu répond, quant à elle, à une remise en question de

5. Clement Greenberg, *Art and culture. Critical essays* (1961), publié en français : *Art et culture. Essais critiques*, trad. Ann Hindry, Paris, Macula, 1988.

la primauté du sens de la vue dans l'art et à une volonté d'ouvrir la sensibilité artistique à tous les sens. Lecteur probable de Huysmans<sup>6</sup>, Marcel Duchamp (1887-1968), qui se moque alors de ses confrères peintres accros à l'odeur de térébenthine<sup>7</sup>, aura été le premier artiste à vouloir en finir avec la suprématie du « rétinien ». La dimension olfactive dans l'art contemporain se manifeste donc en 1919 sous l'apparence d'une ampoule pharmaceutique contenant 50 cm<sup>3</sup> d'air intitulée *Air de Paris*. Duchamp l'a rapportée de France et offerte en cadeau à son ami et mécène Walter Arensberg, lequel, écrit-il à Hans Richter, « possédait déjà tout ce que l'argent pouvait acheter<sup>8</sup> ». L'ampoule a été vidée de son contenu par un pharmacien. Elle s'est alors naturellement remplie d'air et le pharmacien l'a refermée. Cet air, enfermé, ne peut pas être respiré, mais il invite à la rêverie amusée : l'ami new-yorkais peut se rappeler le plaisir de flâner dans une ville connue pour son charme exceptionnel et qui, au sortir de la guerre, rassemble des artistes venus de partout.

Un autre flacon, de parfum celui-ci et créé par la maison Rigaud avec un très grand succès en 1914, fera l'objet d'un détournement de Duchamp en 1921. Ce parfum pour femmes doit probablement sa réussite commerciale à l'humour macabre dont a fait preuve son concepteur. Intitulé *Un air embaumé*, il est contenu dans un flacon Laïque et présenté dans un coffret en forme de cerueil. Duchamp,

6. Dans *À rebours* (1884), Huysmans imagine des œuvres faisant appel au sens

de l'odorat. Il n'en est pas pour autant, contrairement à une idée reçue, l'inventeur de « l'orgue à parfums » qui apparaît, en 1932, dans *Le Meilleur des mondes* d'Aldous Huxley.

7. « Chaque matin, un peintre qui se réveille à besoin, en dehors de son petit déjeuner, d'un peu d'odeur de térébenthine. Et il va à son atelier parce qu'il a besoin de cette odeur de térébenthine. Si ce n'est pas de la térébenthine, c'est de l'huile, mais c'est olfactif.

nettement. C'est le besoin de recommencer la journée. C'est-à-dire une forme de grand plaisir seul, onanique (sic) presque, vous comprenez. » Georges Charbonnier, *Entretiens avec Marcel Duchamp* (1960-1961), Marseille, André Dimanche éditeur, 1994, p. 18.

8. « I thought of it as a present for Arensberg who had everything money could buy.

So, I brought him an ampoule of Paris Air. » Hans Richter, *Dada: Art and Anti-Art*, New York/Toronto, McGraw-Hill, 1965, p. 99.

avec la complicité de Man Ray, va renchérir sur ce jeu de mots, en recréant une étiquette sur laquelle figure son autoportrait travesti en glamouruse star de cinéma, qu'il nomme *Rose Sélavy* et en renommant ce parfum *Belle haléine – Eau de toilette*. Hélène « la plus belle des mortelles », se voit donc ici renaître et l'hygiène eau de toilette se métamorphose en parfum ironiquement suggestif.

Bientôt, les odeurs – et non pas uniquement les parfums – ne seront plus encloses dans des flacons mais bel et bien diffusées dans des espaces d'exposition. Entre 1938 et 1961, André Breton demandera, en effet, à Marcel Duchamp de concevoir la scénographie de cinq expositions organisées à Paris et à New York. Ainsi, Duchamp fera-t-il griller du café en guise de « parfum de Brésil » lors de l'exposition internationale du surréalisme, organisée à Paris par Breton et Eluard en 1938 ; il recommandera de répandre une odeur de cèdre durant le vernissage de l'exposition « First Papers of Surrealism », qui eut lieu à New York en 1942, et une forte odeur forte de patchouli saisira le visiteur pénétrant par la « porte vaginale » de l'« Exposition internationale du Surréalisme (EROS) » à la galerie Daniel Cordier, à Paris, en 1959-1960.

On peut donc voir dans ces premiers détournements de flacons et ces premières diffusions dans des espaces publics de parfums fausement exotiques ou excessivement enfiévrés des opérations non dénuées d'ironie contrevenant aux valeurs de discrétion et d'intimité habituellement rattachées au monde de la parfumerie, et ceci d'autant qu'elles ont lieu à une époque surtout où le marketing olfactif qui occupe désormais commerces et lieux publics n'en est qu'au stade de l'expérimentation.

Autres pionniers de l'ouverture de l'art à tous les sens, les futuristes italiens, sous la houlette de Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), vont vouloir faire table rase du passé et, soutenant le fascisme de Mussolini, tout révolutionner – l'art, la poésie, la musique, l'architect-



ture, le mobilier, le music-hall, le cinéma, la radio, la cuisine, etc. – de manière formellement très inventive et, sur le fond, très inquiétante. Remettant en cause, comme Marcel Duchamp, la primauté de la vue dans l'art, ils vont prôner une peinture qui fasse appel à la « polyphonie des sens ». En 1913, Carlo Carrà (1881-1966) publie ainsi un manifeste intitulé *La Pittura dei suoni, rumori, odori* (*La Peinture des sons, bruits et odeurs*)<sup>9</sup>, dans lequel il charge la vue (la peinture) de rendre compte des perceptions de l'ouïe et de l'odorat. Marinetti n'est pas de reste qui publie en français dans *I Nuovi poeti futuristi* (*Les Nouveaux Poètes futuristes*)<sup>10</sup>, paru en 1925, un « portrait olfactif d'une femme », dans lequel il associe plusieurs odeurs renvoyant, de manière assez peu élégante et très conventionnelle, la femme à la terre et à sa fonction maternelle : « [...] Sur l'odeur de terre mouillée s'avance l'odeur fraîche chaude aigüe et veloutée de ses mamelles d'Italienne de 20 ans Hâterle pas courir poursuivre courir 3 spirales d'odeur de cigarette Stop [...] ».

Plus surprenant, un autre de ses poèmes, « Paysage d'odeurs de mon chien-loup », fait l'éloge des odeurs détestées par les humains qui réjouissent l'animal : « Ba-ou! Ba-ou! on va se promener quelle joie! LIBERTÉ COURIR En avant en arrière tout autour du maître multiplier rapidement les pas lents du maître [...] Flairer flairer tout bien à fond trous saillies ruisseaux flaques de pluie ce que les hommes appellent des puanteurs délicieuse variété de l'immense océan des odeurs flairer [...] »<sup>11</sup>.

9. Carlo Carrà, *La Pittura dei suoni, rumori, odori. Manifesto futurista*, Milan, Direzione del Movimento Futurista, 1913; En français : « La peinture des sons, bruits et odeurs », Jean-Pierre de Villiers (dir.), *Debout sur la cime du monde*, Paris, Dilecta, 2008.

10. F. T. Marinetti présente *I Nuovi poeti Futuristi*, Roma, Edizioni Futuriste di Poesia, 1925.

11. F. T. Marinetti, « Portrait olfactif d'une femme (poésie olfactive mots en liberté) », F. T. Marinetti présente *I Nuovi poeti Futuristi*, *op. cit.*

12. F. T. Marinetti, « Paysage d'odeurs de mon chien-loup » (1925), dans Giovanni Lista (dir.), *Marinetti et le futurisme*, Lausanne, L'Âge d'homme, 1977, p. 54. Ce poème, comme le précédent, sont parus en italien dans F. T. Marinetti, Tullio d'Albisola, *Parole in libertà futuriste olfattive tattili termiche*, Roma, Edizioni futuriste di Poesia, 1932.

Mais c'est au cours des banquets futuristes des années 1930 que l'odorat sera directement sollicité au même titre que les autres sens, dans le vaste projet de transformer totalement les mœurs habituelles de la société italienne. C'est, en effet, dans un ambitieux programme diététique, politique et social que Marinetti et ses amis se lancent en inventant des recettes de cuisine (qu'ils appellent « formules ») qui ont pour objet de redonner vigueur à la race italienne et lui permettre de vivre « une vie toujours plus aérienne et rapide ». Marinetti souhaite que « tout un chacun ait l'impression de manger des œuvres d'art ». Dans son *Manifeste de la cuisine futuriste* (1930), il prône « l'utilisation de l'art des parfums pour favoriser la dégustation ». Il précise que « chaque mets doit être précédé d'un parfum qui sera chassé ensuite de la table au moyen de ventilateurs<sup>13</sup> ». Il suggère également que des combinaisons d'odeurs soient vaporisées au cours des repas et viennent se mêler à celles des aliments. Une des formules futuristes a pour titre *Parfums pri-sommiers* (formule du Pr Sirocofran). En voici la recette : « Introduire une goutte de parfum dans de très fines vessies colorées, que l'on gonflera et que l'on fera légèrement chauffer de manière à vaporiser le parfum et à rendre l'enveloppe turgide (enflée). Servir avec le café, dans des soucoupes chaudes, en prenant soin que les parfums soient variés. On approche de la vessie la cigarette allumée et on aspire le parfum qui en sort<sup>14</sup> ».

L'eau de Cologne est particulièrement appréciée dans les mets futuristes. Giachino, le propriétaire de la Taverna Santopalato (Taverna du saint palais), le restaurant turinois où se réunissaient les futuristes, propose une recette de « soupe zoologique » qui se compose d'une « pâte en forme d'animaux faite de farine de riz et d'œufs,

13. F. T. Marinetti et Fillia, « Il Manifesto della cucina futurista », dans *La Cucina futurista* (1931), initialement paru dans *La Gazzetta del Popolo*, Turin, 28 décembre 1930, p. 3; F. T. Marinetti et Fillia, *La Cucina futurista*, traduit et présenté par Nathalie Hélich, Paris, Métailié, 1982, p. 48.

14. *La Cucina futurista*, *op. cit.*, p. 143.

fourrée à la confiture et servie dans un consommé à la rose chaud, relevé de quelques gouttes d'eau de Cologne italienne<sup>15</sup>», tandis que l'aéropeintre Fillia invite, de son côté, à déguster un *Porcaccini*: « Un saucisson cru épluché sera servi directement dans un plat contenant du café très chaud mélangé à une grande quantité d'eau de Cologne<sup>16</sup>. »

Lors du repas inaugural du Santopalato, le soir du 8 mars 1931, Fillia et le critique d'art Saladin vont prêter main forte aux cuisiniers pour préparer le premier repas véritablement futuriste. Le menu comporte quatorze plats, des vins et des parfums. Chaque plat est annoncé et présenté par Fillia. Après les *Hors-d'œuvre intuitifs* chargés d'exciter l'appétit, sont servis plusieurs mets dont un *Aéropilat tactile avec bruits et odeurs*, qui s'adresse aux cinq sens: « Les aliments devront être portés directement à la bouche avec la main droite, tandis que la gauche effleura légèrement et à plusieurs reprises le rectangle tactile. En même temps, les serveurs vaporiseront sur les nuques des convives un coparfum d'œillet, tandis que de la cuisine parviendra un violent cobruit de moteur d'aéroplane combiné à une musique de Bach<sup>17</sup>. »

L'invention de termes particuliers pour nommer non seulement les plats inventés mais également ce qui les constitue ou ce qui les entoure indique assez que la révolution gastronomique en cours relève d'abord d'une création poétique. Les mots constitués avec le préfixe « co- » – cobruit, comusique, columière, coparfum, cotactile – mettent en relation, par un jeu d'association arbitraire et qui cherche à surprendre, des sensations et des mets (comme la fusion du riz au jus d'orange et du bruit du moteur de mobyette dans une formule intitulée « vrombissements au décollage ») ou bien des éléments hétérogènes (comme le bruit du moteur d'avion et la musique de Bach, cobruit qui anticipe le célèbre prélude d'*Apocalypse Now* de Francis

15. *Ibid.*, p. 162.

16. *Ibid.*, p. 139.

17. *Ibid.*, p. 140.

Ford Coppola). Entre autres exemples, un coparfum peut être produit par l'association des odeurs de roses et de pommes de terre tandis qu'un cotactile peut réunir dans un même toucher la purée de banane, le velours ou la chair féminine.

De même, d'autres mots sont constitués avec le préfixe « dis- » afin de signifier, non pas la séparation et la différenciation, mais, au contraire, la complémentarité entre une sensation et un mets. On pourra ainsi apprécier dans une des formules le disparfum de la viande crue et de l'odeur du jasmin. Pour conclure ce rapide aperçu des odeurs dans les pratiques culinaires futuristes, notons que parmi les instruments scientifiques modernes préconisés par Marinetti, figure l'utilisation d'ozomitateurs qui permettent de donner aux aliments liquides et solides le parfum de l'ozone, évoquant le ciel et rappelant donc, de nouveau, l'esthétique influencée par l'aviation qui forme un des aspects très présents de l'art futuriste.

La polysensorialité à laquelle font appel Marcel Duchamp et les artistes futuristes, pour des raisons bien différentes puisqu'elle participe d'une esthétique émancipatrice et ironique chez l'un tandis qu'elle relève d'un projet politiquement révolutionnaire d'art total chez les autres, demeure une des caractéristiques de bon nombre d'œuvres contemporaines à dimension olfactive. Comme l'analyse le critique d'art canadien Jim Drobnick, si l'on doit parler d'un « art olfactif », celui-ci ne peut être qu'hybride<sup>18</sup>: « Lorsque des artistes cherchent à isoler une odeur comme pure expérience esthétique, écrit-il, son déploiement dépend de différents facteurs, comme la technologie, l'architecture, l'installation ou la performance, pour nommer quelques-uns d'entre eux. L'invisibilité des parfums (si l'on excepte les mélanges ou les fumées aromatiques) peut conduire à croire à leur autonomie, particulièrement quand leur source dans le monde matériel n'est

18. Jim Drobnick, « Smell: the hybrid art », dans *L'Art olfactif contemporain*, op. cit., p. 173-189.

pas directement évidente<sup>19</sup> ». Mais c'est une illusion. Drobnick cite en exemple *Perfume in the Hallway* de l'artiste allemande Katharina Fritsch, dont la simple diffusion odorante dans l'escalier d'une galerie était précisément dépendante de ce contexte architectural non anodin, l'escalier formant un lieu particulier de transition. Il évoque également des diffusions aromatiques d'un artiste américain, Peter Hopkins, qui a recours à la technologie d'un système de ventilation pour créer ses ambiances olfactives. Il cite enfin une œuvre de Jana Sterbak, *Perspiration: Olfactory Portrait* (1993), qui nécessite la présence des spectateurs. Prenant à contre-pied la fonction habituelle du parfum censé chasser les mauvaises odeurs corporelles, ce « portrait olfactif » se constitue d'un liquide composé chimiquement pour simuler l'odeur de la sueur de l'être aimé. Perturbant le rapport intime que nous entretenons avec le corps de l'autre, cette odeur de sueur pour que l'œuvre ait lieu, doit être déposée sur la peau des spectateurs avec laquelle elle interagit. Autre dimension de l'œuvre, le liquide est enfermé dans un flacon sculptural à la forme organique et indéfinie pouvant renvoyer aux différents registres du vivant (animal, végétal, minéral). Jim Drobnick voit dans cette hybridité des œuvres olfactives une des raisons de la marginalisation du sens de l'odorat par la théorie moderniste de l'art qui, avec Clement Greenberg, s'efforçait de définir chaque forme d'art en fonction de ses propres spécificités.

Si cette hybridité est une constante, on pourrait cependant distinguer, me semble-t-il, deux sortes d'œuvres à dimension olfactive, celles qui se donnent pour objet et pour matériau essentiel les odeurs mêmes et que l'on pourrait nommer *œuvres olfactives*, et celles qui comportant des odeurs, sans que celles-ci en soient l'objet principal, peuvent être considérées comme *œuvres odorantes*. Certains artistes contemporains, en effet, comme Peter de Cupere, Sissel Tolaas, Julie C. Fortier ou Boris Raux, privilégient dans la plupart, voire la totalité, de

19. *Ibid.*, [traduction de l'auteur], p. 173.

leurs travaux le sens de l'odorat et explorent les capacités créatives que possèdent les odeurs. Ils travaillent alors parfois avec des laboratoires de chimie et des parfumeurs et peuvent créer des odeurs particulières ou bien ils utilisent des odeurs « ready-made » provenant de divers produits et matières. D'autres artistes, beaucoup plus nombreux, ne mettent pas cette recherche au cœur de leur travail, même si l'odeur fait partie intégrante de leurs œuvres. Et cette odeur peut prendre alors une place qui, aux antipodes des recherches des créateurs de parfums, est d'une brutalité à peine soutenable – c'est le cas, par exemple, de certaines installations d'Arman (*Le Plein*, 1960), de Michel Blazy ou de Mike Bouchet (*The Zurich Load*, 2016). L'analyse de ces œuvres en appelant de manière si diverse à l'odorat peut seule permettre d'affiner cette première distinction. C'est là une entreprise de longue et belle haleine exigeant qu'on se mette toujours plus au parfum.

## L'ART, ÉVOLUTION ODORANTE

SANDRA BARRÉ

« Voyez-vous, un parfum éveille la pensée<sup>1</sup>. »

Victor Hugo

L'utilisation des odeurs comme matière première des créations plastiques en Occident est à différencier du statut du parfum comme œuvre d'art. Plusieurs artistes ont joué avec les fragrances pour les enfermer dans des flacons et les nez luttent encore aujourd'hui pour faire valoir leurs essences comme chefs-d'œuvre. Chantal Jaquet<sup>2</sup> distingue deux formes de mise en pratique de l'olfaction en art<sup>3</sup> en

1. Victor Hugo, « À une jeune femme », *Les Rayons et les ombres*, Poésie, Paris, Seuil, 1972, p. 448.

2. Chantal Jaquet (dir.), *L'Art olfactif/contemporain*, Paris, Classique Garnier, 2015, p. 11.

3. La terminologie de l'art utilisant les odeurs est à penser. Chantal Jaquet utilise le terme « d'art olfactif contemporain », mais certains artistes trouvent ce terme trop réducteur. Il enfermerait leur pratique dans une catégorie trop exclusive. Nous lui préférons le terme « d'art contemporain olfactif » qui place l'odeur après l'idée d'un art plus global.

ne les excluant pas l'une de l'autre : d'un côté, la seule création du parfum, qui se fonde sur la mono-sensorialité, et de l'autre, celle plurisensorielle qui mêle l'odorat aux sens de la vue, de l'ouïe et plus rarement du toucher. Nous nous concentrerons ici sur les installations olfactives qui font appel à plusieurs sens.

L'ajout des odeurs à d'autres formes artistiques n'est pas une nouveauté. Au XVII<sup>e</sup> siècle, l'organiste et compositeur français Jehan Titelouze (1563-1633) place dans les tuyaux de son orgue parfums et drogues. Si cette première intégration des odeurs a pour objectif la cure de senteurs mêlées à l'expérience musicale<sup>4</sup>, elle signe certainement la première utilisation d'odeurs dans une forme artistique. C'est l'immense Marcel Duchamp<sup>5</sup>, pionnier dans bien des domaines, qui modèle de manière consciente et affirmée les premières installations odorantes et les premiers objets référant au parfum. En 1919, il capture l'atmosphère parisienne dans une ampoule de verre, souhaitant ramener un incroyable cadeau à son ami et mécène, Walter Arensberg. Ce petit contenant venait d'une pharmacie rue Blomet à Paris. Marcel Duchamp, séduit par l'apparence de l'objet, le fait ouvrir, remplace son contenu par de l'air (de Paris donc) et le referme. Il y ajoute une étiquette où est inscrit « sérum physiologique » puis nomme poétiquement cette nouvelle œuvre *l'Air de Paris*. Envisagée comme un souvenir, cette première captation de l'air somme comme un parfum de ville. À partir de la fin des années 1930, Duchamp explore une nouvelle manière de scénographier ses œuvres : il ajoute au sens de la vue celui pénétrant de l'odorat, continuant sa recherche incessante sur l'inframince. En janvier 1938, à la galerie des Beaux-arts de Paris, il recouvre le sol d'un tapis de feuilles mortes, y place une mare

4. Marcel Duchamp créé, avec Man Ray, en 1921, le parfum *Belle Haléine – Eau de Voilette*. D'un flacon de la marque Rigaud, il fait un ready-made sarcastique des parfums genrés. Déguisé, il présente Rosse Sélayy (son alter ego féminin) au grand public et entame la grande lignée des parfums d'artiste.

avec roseaux et nénuphars, diffuse une odeur de café grillé et suspend deux cents sacs de charbon, créant une grotte où les odeurs circulent. En octobre 1942, il odore de cédre l'exposition « First Papers of Surrealism » à la Whitelaw Red Mansion et en 1959, pour la grande exposition du surréalisme consacrée à Eros, il imagine une porte, semblable à l'entrée d'un vagin d'où émanent des effluves entêtants de patchouli.

Aujourd'hui l'art contemporain olfactif, en incluant les senteurs directement dans les installations et non plus dans les espaces d'exposition, ajoute une pièce à l'échiquier sensoriel de l'art. Bien que la démocratisation de cette pratique remonte à la fin des années 1980, l'intégration des odeurs ne peut pas véritablement s'entendre comme création d'un nouveau courant. Les artistes maniant l'art olfactif ne se sont rassemblés ni dans une idée commune, ni dans un but précis, mais plutôt dans une pratique indépendante et non exclusive du traitement de l'expérience esthétique. L'emploi de l'odeur comme matière ne peut pas être géographiquement délimitée. Aux quatre coins du monde, alors que la technique commençait à leur permettre, des artistes ont manié les odeurs. Ils viennent d'Europe (Peter de Cupere, Pamela Rosenkranz, Boris Raux...), des États-Unis et du Canada (Anicka Yi, Julie C. Fortier, Clara Ursitti, Meg Webster, Jana Sterbak, Judy Chicago...) mais également d'Amérique latine (Ernesto Neto, Cildo Meireles, Valeska Soares, Oswaldo Macia, Teresa Margolles...), d'Asie (Koo Jeong A, Hiroshi Koyama) et du Moyen-Orient (Habib Asal). L'art contemporain olfactif n'est ni un mouvement, ni un courant. Il est une manière de créer né de pratiques différentes et réunies dans une même variation.

Par l'odeur, les plasticiens se rapprochent toujours plus de ce qui constitue le réel. Les senteurs ont souvent été amalgamées à l'air respiré et recouvrent un spectre d'associations très divers. Toutes formes d'odeurs sont envisagées : celles qui déplaisent, celles qui dégoûtent, celles qui charment et celles qui envoûtent. De l'affreuse odeur de

charogne qui matérialise la menace de mort aux odeurs érotiques qui promettent des plaisirs indicibles en passant par celles, religieuses et saintes, d'encens et de pierres froides, naturelles et saines d'herbes coupées, les exhalaisons rapportent à la vie. C'est une vie recréée qui est artistiquement explorée.

En mettant en lumière un odorat qui a toujours été tu, les artistes entament une nouvelle forme de contestation : la vue et l'ouïe ne suffisent plus à dessiner l'homme et à penser le monde. En ajoutant un nouveau sens germe une nouvelle manière de comprendre le monde. L'expérience artistique ne se fait plus exclusivement dans la contemplation, elle ne réfère plus à la parfaite mimesis recherchée à l'époque classique, ni à une expérimentation presque ontologique de l'art et de ses techniques. Elle entre dans une nouvelle ère. Avec l'art contemporain, les hommes sont passés à l'appréciation intellectuelle proprement intérieure et avec l'art contemporain olfactif, ils se rapprochent d'une appréciation sensible totale. La présentation de cet art odorant est complexe et fait face à des problématiques nouvelles pour les institutions. Il faut penser leur environnement d'observation qui peut être modifié si une odeur vient y interférer. Il faut également adapter les moyens de conservation et de transmission. Les salles asseptisées des musées laissent difficilement le loisir aux senteurs de pouvoir se diffuser, et la présence physique du spectateur est impérative. Ce qui n'est pas le cas pour les arts audiovisuels qui peuvent être consultés à distance. L'utilisation des odeurs chamboule les définitions ontologiques de l'œuvre et plus encore, celle de l'art en général.

#### **Modification des paradigmes temporels :**

##### **accepter l'indomptable**

L'odeur est une matière qui outrepassse les frontières. Volatile, elle est éphémère et ne s'attarde pas : elle embrasse, pénètre et s'enfuit. À la

différence des couleurs ou des matières constructibles, elle ne traverse pas le temps. L'histoire de l'art s'est construite à partir de la trace laissée à la postérité. Les institutions ont été pensées pour conserver, préserver et exposer le plus authentiquement possible les œuvres intactes. Or, les odeurs, elles, ne figent pas l'instant. Envoyées à peine apparues, les effluves symbolisent au contraire, l'idée même de ce qui passe. En un mot, l'art contemporain olfactif s'établit à l'opposé de ce que l'histoire de l'art a toujours prôné : l'immortalité. L'impalpable a remplacé l'éternel.

Outre cette impossibilité de transmission qui s'apparente aux œuvres protocolaires<sup>5</sup> nées dans la deuxième partie du xx<sup>e</sup> siècle, l'art contemporain olfactif refuse le temps de contemplation. Jadis infini, précis il est devenu immédiat et éphémère. Sentir ne pousse pas aux mêmes prérogatives que voir. Le sens de la vue est possible grâce à un focus obtenu par une certaine forme de concentration nerveuse. Il permet de déchiffrer, pendant un temps souhaité, ce qui est observé. L'odeur, elle, est vive, insaisissable. Impossible de sentir le même extrait pendant des heures : l'impression est définie.

L'odeur serait la plus pure forme d'expression de ce qu'est l'instant, du temps qui passe. Elle serait l'essence de ce que l'on appelle vanité. Vieillissant sans que l'on ne puisse rien y faire, fragile, soumise à des besoins précis, l'odeur se fait miroir absolu des chairs humaines qu'elle défend. Par son seul emploi, elle éloigne l'art de son statut malléable. L'odeur ne peut être sculptée, elle n'est pas une matière flexible. Loin d'être docile comme ses sœurs que sont les couleurs, les matières et les notes, elle n'est ni élastique, ni souple, ni façonnable. Nous sommes donc dans une appréciation totalement novatrice. L'installation olfactive ne peut être pensée dans le temps et elle n'offre pas le loisir d'une contemplation maîtrisée.

<sup>5</sup> Les œuvres protocolaires sont, comme leur nom l'indique, des protocoles à suivre. A chaque exposition, une nouvelle œuvre naît, construite à partir d'une feuille de route préalablement déterminée par l'artiste.

Certains diront que cette nécessité physique, cette immatérialité de l'art se retrouve dans la pratique de la performance. C'est chose vraie, en partie. La performance demande au spectateur d'être présente pour assister à un moment ponctuel, elle peut le solliciter pour participation, mais, à la différence de l'art contemporain olfactif, elle peut être reproduite par images fixes ou mouvantes. L'odeur elle, ne peut être racontée.

### Une abstraction totale

L'installation olfactive ne peut être entièrement dite, elle ne peut être illustrée. Les mots et les images ne peuvent rien pour donner la véritable idée d'une odeur. Il peut être raconté combien *Respirare l'ombra* de Giuseppe Penone est une œuvre prenante, combien elle évoque la beauté par cette métaphore de la vie que sont les poumons dorés. Mais sera amputée de cette courte description, la représentation de l'odeur de la pièce qui, mâtée de feuilles de laurier, rappelle les effluves de terre humide, de nature pure et de gloire (couronne de laurier romaine). L'art contemporain olfactif pose le visiteur devant une nouvelle abstraction, une abstraction totale que ni les mots, ni les images ne peuvent illustrer vraiment.

À la différence des formes et des couleurs qui sont compréhensibles et abordables pour la plus grande majorité, il n'existe aucun langage commun qui pourrait rapprocher autour d'une compréhension universelle des senteurs. L'explication de l'odeur est périlleuse, voire impossible. Aucun langage propre ne lui est dédié. Elle est floue, indécible. Le vocabulaire qui lui est destiné est celui qui réfère aux autres sens : une fragrance sera lourde, douce ou violente comme pourrait le ressentir la peau, elle sera sucrée, poivrée comme la recevrait la langue, elle sera élégante, provocante, discrète comme pourrait la qualifier la vue, et elle participe à des accords, comme le perçoit l'oreille. Les odeurs sont attribuées à leur provenance. Il n'existe

aucun mot pour désigner l'effluve en elle-même. La rose sent la rose, un peu comme si le bleu du ciel n'était que ciel, et non plus bleu. « Il n'y a pas de champ sémantique des odeurs<sup>6</sup> » affirme le linguiste et anthropologue Dan Sperber.

Matériau éphémère, délicat, précieux, l'odeur est insondable et subjective. S'il suffit de prendre une partition pour attester et vérifier qu'un *la* est un *la* ou un nuancier pour confirmer qu'un rouge est un rouge, il est difficile de s'assurer, par rapport à un quelconque référentiel, que le goudron mouillé sent bien le goudron mouillé. Même après utilisation et référence à la chimie, il est difficile d'argumenter une odeur. Cette subjectivité ne peut être véritablement décrite et sa communication s'en trouve altérée. Dire une odeur est chose malaisée parce que celle-ci renvoie à une représentation propre de l'espace, à des repères personnels et intimes, à une mémoire toute particulière. Jouer avec les odeurs, c'est aller chercher des codes et des symboliques encore vierges.

L'art olfactif révèle une interprétation souvent singulière de ce qui est offert aux autres sens. Il vient non pas ajouter de la matière à l'œuvre, mais il la constitue pleinement, offrant une autre dimension, plus totale et de fait, plus difficilement discernable.

### La nécessité du corps

À la modification du temps d'appréciation et de conservation de l'œuvre olfactive et à la sollicitation d'un langage personnel et presque indécible s'ajoute une troisième pierre, celle de l'appel du corps. Ce corps est primordial, vital à l'expérience. Il est mis au centre de tous les horizons. Envisagé dans la réception, dans l'espace qui permet l'appréciation de l'œuvre, il est également traité comme sujet d'étude.

Avant tout, le corps est ce par quoi l'expérience olfactive est possible. Contrairement à toute autre forme artistique, l'art olfactif nécessite une

6. Dan Sperber, *Le Symbolisme en général*, Paris, Hermann, 1974, p. 128.

présence réelle. Si la musique peut être écoutée par MP3 et le tableau peut être contemplé avec un accès à internet, c'est que le moyen de transmission de l'œuvre se fait à distance, par ondes. Des ondes que nos technologies actuelles sont capables de reproduire. Les odeurs, elles, ne sont pas transmises par ondes, mais par pénétration directe de la molécule odorante à la muqueuse nasale. Il doit impérativement y avoir proximité physique entre l'objet odorant et le sujet qui sent. Cette présence nécessaire n'est plus d'actualité pour les autres formes artistiques. Bien sûr un concert est toujours différent d'un enregistrement et un tableau provoquera une expérience sûrement plus précise lorsqu'il est physiquement appréhendé, mais il n'y a aucune obligation du corps. Avec l'odeur, l'expérience esthétique doit se vivre par l'intérieur des chairs. La conceptualisation, l'intellectualisation et la cérébralisation ne sont plus suffisantes pour comprendre, pour vivre l'œuvre. Ce qui passait par l'œil et par l'oreille, chemin d'accès à l'esprit, n'est plus une voie souveraine. La hiérarchie des sens est bousculée. Pour qu'il y ait expérience esthétique, il faut que le spectateur soit présent, sans quoi il passe à côté de l'entière de l'œuvre. Pour la première fois en art, âme et corps sont unis. Ils ne sont plus considérés comme l'antithèse l'un de l'autre. L'éternelle lutte judéo-chrétienne qui fustigeait les chairs et magnifiait les réflexions n'a plus lieu d'être, l'un va désormais avec l'autre et l'autre ne va plus sans l'un.

Cette obligation du corps appelle à sa considération. Enveloppe que Platon traînait, lieu de luxures, matière périssable et siège de la mort, le corps est, pour la première fois en art, aussi indispensable que valorisé. Non seulement il est nécessaire, mais plus encore, il est défendu. Nombre d'artistes tentent de dédiaboliser les odeurs de transpirations, de magnifier celles des fluides amoureux et de rendre à la simple animalité de l'homme toute sa légitimité.

### Conclusion

Après l'art comme mimesis, après l'art comme réflexion introspective, après l'art comme champ philosophique, il semblerait que continue la voie vers un art total. Un art proche de la vie où corps et âme fonctionnent ensemble. Indomptables, les senteurs empêchent les installations dont elles proviennent de se rattacher à une tradition artistique car ces dernières ne peuvent être ni conservées, ni maîtrisées, ni représentées. La frise historique des chefs-d'œuvre artistiques a préféré la contemplation à toute autre forme d'appréhension et l'odeur s'inscrit dans les problématiques d'un art immatériel. Un terrain vierge de nomination, de symbolique et de représentation apparaît comme le terrain de jeu des artistes olfactifs. Ils remettent le sens de l'odorat, maltraité, à l'ordre du jour et dénoncent, grâce à lui, les affres et les torts de nos sociétés. Par l'odeur, les artistes s'élèvent contre la violence des guerres (Teresa Margolles, Cildo Meireles, Habib Asal, Clara Ursitti...), ils dénoncent l'urgence de l'écologie (Peter de Cupere, Oswaldo Marcia, Mike Bouchet, Meg Webster...), ils se jouent des définitions que l'homme appose au sentiment amoureux (Valeska Soares, Carsten Höller & François Roche, Giuseppe Penone, James Auger, Jimmy Loizeau, Jana Sterbak...), ils illustrent l'immatérialité (Claudine Drai, Koo Jeong A, Hiroshi Koyama...), ils critiquent nos sociétés (Pamela Rosenkranz, Boris Raux, Michel Blazy, Roman Moriceau...).

Un nouveau réseau de représentation est en train de naître.

## VOLATILITÉ- DURABILITÉ : EXPOSER LES ODEURS

JULIE C. FORTIER

Avant de commencer je tiens à préciser que ma recherche avec les odeurs estrécente, je l'ai intégrée seulement depuis 2013. Quand j'ai commencé à m'y intéresser, j'ai tout de suite fait le choix d'aller suivre une formation chez Cinquième sens pour pouvoir être autonome. J'ai mis en place un laboratoire chez moi, dans lequel je travaille et je reste évidemment en contact avec toute l'équipe de Cinquième sens qui m'apporte son aide quand je bloque sur certaines compositions. Je travaille également beaucoup avec le docteur Olivier R. P. David, chimiste à l'Institut Lavoisier, qui m'apporte une grande aide dès lors qu'il est question de chimie pure. Je suis donc bien entourée pour l'ensemble de la réalisation de mes projets. Je suis plasticienne et c'est avec cette position que j'explore le monde des odeurs.

Chacun de mes projets s'inscrit dans des contextes très différents qui vont du musée au centre d'art en passant par des contextes plus



événementiels, des hors-les-murs, des performances dans des restaurants... *Oracle* est un travail que j'ai réalisé avec l'équipe mobile des soins palliatifs du CHU de Rennes. L'idée était de proposer une œuvre qui soit mobile et puisse aller à la rencontre des patients, plutôt que de faire une exposition statique dans l'hôpital. Cette dernière option n'aurait en effet eu aucun sens puisque les patients concernés sont en fin de vie et ne peuvent pas nécessairement se déplacer. Pour réaliser cette œuvre, j'ai fait des entretiens avec l'équipe médicale, j'ai recueilli des récits, qui étaient à la fois bouleversants et très intellectuels, vraiment très stimulants. J'en ai extrait des phrases, des mots qui me paraissaient importants et je les ai imprimés en réserve sur des touches à parfum. En parallèle, j'ai créé cinq parfums qui fonctionnent comme des souvenirs ou des anecdotes par rapport aux différents récits recueillis. Chaque parfum étant coloré, il vient révéler le texte imprimé en réserve lorsqu'on y trempe une touche. Une des boîtes a été confiée à l'équipe médicale qui l'amène auprès des patients. Lorsque le moment est propice, ils peuvent leur proposer cette expérience qui ouvre sur une discussion qui ne porte ni sur des sujets médicaux, ni sur la souffrance qu'ils éprouvent. Pour la réalisation des flacons, je travaille avec les verriers du Centre international d'art verrier de Meisenthal (CIAV), qui est un centre de recherche autour du verre, mais également un conservatoire. Ils sont inscrits dans le bassin verrier le plus important de France. Comme c'est une industrie qui périclite, il y a beaucoup de verreries qui ferment, ils essaient donc de récupérer des moules, mais également des savoir-faire. Dès qu'un verrier part à la retraite, ils s'assurent de le faire venir pour qu'il puisse enseigner et transmettre ses connaissances. Pour *Oracle* j'ai choisi cinq références de la moulotheque, dont certains n'avaient encore jamais été soufflés. Je trouvais assez beau de récupérer des moules qui peuvent parfois dater du début XX<sup>e</sup> siècle et de les souffler cent ou cent cinquante ans plus tard. Cela incarne pour moi l'idée de donner la parole, de donner un souffle, au sens littéral comme au sens

figuré. Pour les bouchons j'ai travaillé avec un verrier qui approche de la retraite. Sachant que j'en aurai bientôt plus la possibilité de travailler avec lui, j'ai voulu fabriquer des bouchons figuratifs qui donnent une espèce d'amorce de récit. Je voulais que l'usage pour les patients et l'équipe médicale soit facile et puisse immédiatement impulser de nouveaux échanges et peut-être même donner naissance à de nouvelles histoires.

D'autre part, je travaille beaucoup avec l'édition. Cela permet une diffusion individuelle en dehors des institutions et donc de toucher des publics différents. Pour la déclinaison d'*Oracle* sous forme d'édition, le parfum est présent dans une ampoule (comme les vitamines) dans un papier plié. Une fois l'emballage ouvert, l'acquéreur découvre l'ampoule colorée. Il est invité à la casser pour déverser le parfum et révéler la phrase imprimée en réserve. Chaque combinaison phrase odeur est unique. La révélation se fait au prix d'une perte, le parfum va nécessairement s'évaporer au fil du temps, mais va subsister la trace visuelle de cette expérience et le souvenir de l'odeur. Cette question de la perte est au cœur de mon travail, et les dispositifs d'exposition des odeurs dans des cadres plus institutionnels doivent nécessairement la prendre en compte. Mon travail tente en quelque sorte de réintroduire la question de l'usure et de l'usage dans l'art contemporain, qui tend à pétrifier et à conserver les choses.

Si les éditions et certaines de mes performances s'inscrivent dans des contextes différents, mon travail d'installation prend généralement forme dans les centres d'art et les musées. Sa problématique principale renvoie à la notion de durabilité. Comment diffuser des odeurs sur une longue période pouvant parfois aller jusqu'à quatre mois? Comment travailler les parfums avec des systèmes olfactifs qui peuvent être opérants facilement? Car en art contemporain, les budgets sont souvent très restreints. On travaille avec des contraintes qui sont à la fois temporelles et matérielles. Pour ma part j'ai pris le parti de travailler avec des solutions techniques extrêmement simples.

Cette idée est assez bien illustrée par l'œuvre *La Chasse* qui a été présentée au centre d'art Micro-onde en 2014. Il s'agit littéralement d'un tableau olfactif composé de 80 000 touches à parfum collées une à une sur le mur. Je détourne donc la touche, qui est mon outil de travail, pour en faire une œuvre plastique. Quand j'ai commencé à faire des parfums, je procédais de manière assez naïve. Je sélectionnais les matières que je voulais faire entrer dans ma composition en faisant des bouquets de touches. Lorsque ces bouquets sont devenus trop encombrants, j'ai commencé à les coller sur le mur et à me déplacer de part et d'autre de la pièce en me disant : « Ça, ce n'est pas mal en termes de transition... » Au final je composais dans l'espace et dans le mouvement, un peu de la même manière que les montages filmiques par lesquels ma carrière a commencé. J'étais prise dans cette temporalité des fondus enchaînés. C'est de là que m'est venue l'idée de donner encore plus d'ampleur à ces bouquets. J'ai pensé que je pourrais peut-être entièrement et littéralement rabattre un paysage sur le mur. J'ai travaillé sur cette idée de perspective rabattue. Dans ce tableau olfactif il y a trois odeurs différentes : une odeur de prairie mouillée, celle d'un pelage d'animal chaud, et une reconstitution de mais en beaucoup plus abstrait. La découverte des différentes odeurs change la perception de cette prairie de papier, de ce pelage animal, de cette forêt vue du ciel. Les touches donnent une impression de mouvement, comme celui du vent, et permettent de refléter la lumière sur le mur pour donner une véritable sensation d'extérieur. La même installation a été présentée à Lille<sup>2</sup> dans des conditions différentes. J'ai bénéficié de plus de temps de montage et d'un peu plus d'assistance.

1. « Vertige », commissariat de Marie Framptier et Sophie Auger, Centre d'art Micro-onde, Vélizy-Villacoublay, 28 avril-30 juin 2014.

2. « Tu dois changer ta vie ! », commissariat de Fabrice Housseau, Tripostal, dans le cadre de « Renaissance » de Lille 3000, 27 septembre 2015-17 janvier 2016.

On est donc arrivés à près de 100 000 touches à parfum collées au mur. Le système de diffusion est très simple. Il s'agit de pulvériser sur les touches les différents parfums, une à deux fois par jour. Ce qui m'a surpris la première fois que j'ai présenté cette œuvre, c'est que les odeurs bougent énormément. Elles sont aussi là où on ne s'y attend pas. C'est un aspect sur lequel j'aime travailler.

Le même dispositif a été repris mais de manière plus modeste puisque le délai de production était beaucoup plus court et le budget était plus restreint, pour une œuvre qui s'appelle *Horizon*. Elle est composée de six parfums qui sont pulvérisés sur une ligne de touches qui court entre les autres œuvres de l'exposition « Architectures de paysage » au château d'Oiron<sup>3</sup>. Parfois certaines odeurs nous suivent. Il y a par exemple une odeur animale pulvérisée dans l'escalier qui nous colle aux jambes, nous donnant l'impression d'avoir un chien dans les pattes. Dans chaque lieu où je suis amenée à intervenir, je suis toujours surprise par la manière dont les odeurs se comportent. Elles deviennent une entité que je ne peux pas maîtriser et cet aspect me plaît beaucoup. À Lille, les odeurs étaient très statiques parce que le plafond était bas, je ne sais pas s'il y avait quelque chose de spécial dans l'air, mais les odeurs bougeaient très peu. À Vélizy-Villacoublay par contre, elles bougeaient constamment et c'était très étrange puisqu'on avait l'impression que des animaux invisibles marchaient tout autour de nous. Au château d'Oiron les odeurs bougeaient également beaucoup parce qu'il y avait des courants d'air, des hauteurs de plafond, une présence très forte de la pierre et du parquet.

Là-bas, le fait que la ligne de touches à parfum courrait à travers les différentes œuvres déjà présentes, supposait une certaine ouverture d'esprit de la part de mes collègues artistes, parce que les odeurs étaient très envahissantes. Contrairement au grand musée du Parfum

3. « Architectures de paysage », commissariat de Maryline Robalo et Marie Cantos, château d'Oiron, 25 mars-4 juin 2017.

où un travail a été fait de manière à ce que la diffusion des odeurs soit circonscrite et localisée, j'aime travailler sur cette notion de possession de l'espace, d'empirement et jouer avec ce rapport d'emprise. Des fois ça se passe bien, d'autre fois ça se passe moins bien, mais ça permet d'ouvrir le dialogue.

Pour *Horizon*, j'avais un temps de travail très court, c'est aussi le jeu en art contemporain, le temps qu'on prend normalement pour faire un parfum n'est pas du tout considéré dans le délai qui nous est imposé. Il faut donc avoir des astuces pour pouvoir répondre à des demandes avec des délais courts. Pour cette œuvre, la demande m'a été faite seulement trois mois avant l'exposition, trois mois pour créer six parfums. Je suis donc partie du parfum *Orée du jour*<sup>4</sup> créé pour le Frac Lorraine et ai décomposé ses six facettes en six odeurs distinctes.

À propos d'*Orée du jour*, Béatrice Josse m'a demandé de concevoir un parfum sur la fusion des trois régions du Grand Est. C'était un sujet assez étrange, je dois l'avouer. L'appât pour que j'accepte le projet était que je pouvais travailler avec les verriers de Meisenthal, chose que je voulais faire depuis longtemps. C'était très difficile pour moi de projeter une odeur sur ces trois régions que je connaissais peu. J'y suis donc allée trois fois pour me promener et travailler avec les verriers. Il y a des forêts majestueuses là-bas. De là est venue l'idée de créer un parfum qui corresponde à la promenade que j'y faisais le matin. Je me levais très tôt, une église près de mon hébergement sonnait un angélus particulièrement énergique à 6 heures du matin. Dans le parfum que j'ai créé vous avez toutes les étapes de cette promenade. Il y a d'abord une facette très résinée des pins Douglas, des thuyas, puis une odeur d'humus, un cours d'eau, les branches qui craquent sous les pieds, le réchauffement de la peau lorsqu'on devait monter

4. *Orée du jour*, créé pour l'exposition « Projet Grand Est », Frac Lorraine, 22 juin-5 novembre 2017, puis en itinérance au Frac Alsace, 30 juin-7 septembre 2017 et au Frac Champagne-Ardenne, 19 mai-7 septembre 2017.

la colline puis la descendre. L'idée était de faire un parfum qui bouge beaucoup pour créer cette promenade. Les flacons ont été fabriqués avec les verriers de Meisenthal en partant du patrimoine de la moulothèque. Le défi était de trouver trois moules qui puissent s'apparier en tête l'image de la chimère et la volonté d'avoir un flacon un peu monstrueux. Il y a trois flacons différents qui sont un collage de deux moitiés de moules qui reposent sur un troisième moule. La base sur laquelle on a fait des essais avec plus de quarante-cinq moules différents s'appelait le sucrier.

Faire entrer un parfum dans un espace d'exposition, puis dans la collection d'un Frac constitue une réelle problématique. Puisqu'un Frac a pour objectif de conserver, l'achat d'un parfum comme œuvre d'art constitue un problème. Pendant que j'étais en train de rédiger le contrat d'acquisition on me posait souvent la question : « Est-ce qu'on peut conserver le flacon sans faire sentir le parfum ? » et la réponse était non. Parce que le projet c'est le parfum. Le flacon c'est ce qui contient le parfum mais le cœur de l'œuvre, c'est le parfum. « Oui, mais dans ce cas comment pouvons-nous conserver le parfum ? » Et je répondais qu'ils ne pouvaient pas conserver le parfum, qu'il fallait le consommer, parce que le parfum s'altère et qu'il ne peut pas demeurer indéfiniment. On revient donc à la question de l'usage, de l'usure et de la consommation dans une collection qui a originellement vocation à être préservée. Ça bouscule les usages qui sont opérants dans les Frac et les musées.

C'est pour cette raison que lorsque je vends une œuvre, je vends aussi la formule. C'est quelque chose que l'acheteur détient sans avoir de droits commerciaux, mais qui peut lui permettre de reproduire le parfum si besoin. Vendre la formule assure une certaine pérennité et sécurise les acheteurs.

J'ai également abordé cette question de la conservation dans un autre projet qui s'intitule *La Collection*. Un collectionneur souhaitait me faire intervenir dans le cadre d'une exposition de l'Association

pour la diffusion internationale de l'art français (ADIAF) intitulée « De leur temps 5. Le temps de l'audace et de l'engagement<sup>5</sup> ». Organisée tous les trois ans, elle a eu lieu à l'institut d'Art contemporain de Villeurbanne en 2016. L'IAC avait proposé aux collectionneurs de devenir des producteurs d'œuvres et de s'engager dans une création audacieuse. Cet ami collectionneur me contacte donc et m'annonce : « Nous allons faire un parfum, c'est très audacieux pour un centre d'art contemporain ! » Il m'explique qu'il aimerait que ce parfum s'appelle « la collection ». Je suis donc allée chez lui pour découvrir et sentir sa collection d'œuvres, mais comme je n'avais pas envie de partir sur quelque chose de figuratif, je me suis inspirée du désir qui anime le collectionneur. Cette édition se présente avec un flacon soufflé par un autre verrier à Dinan<sup>6</sup> et une pochette de soie roulottée, cousue main. Je désirais retrouver un geste un peu dandy, un peu précieux, de se faire un parfum comme un *shoof*. J'ai travaillé sur le jus avec Olivier R. P. David car j'avais à cœur qu'il dure à peu près cinq minutes et qu'il ne reste ensuite qu'un fantôme. Pour moi c'était à l'image du désir du collectionneur. Un collectionneur, une fois l'œuvre achetée, passe à une autre et ainsi de suite, c'est la récursive qui constitue l'essence même de la collection. C'est cette idée que j'ai voulu traduire sous forme d'odeur. La création de ce parfum avec des molécules très volatiles a représenté un énorme travail. C'était difficile de savoir où nous en étions puisque d'une journée à l'autre, le résultat changeait constamment, du fait que le jus était constitué de molécules très instables. Nous avons fini par arriver à quelque chose qui est agréable – le parfum se devait de l'être pour être cohérent avec l'idée de la récursive – et qui invite à réitérer l'expérience. Dans l'espace de l'exposition, l'édition était présentée sous vitrine et sur celle-ci, à disposition des visiteurs, il y

5. « De leur temps 5. Le temps de l'audace et de l'engagement », commissariat de l'ADIAF, Institut d'Art contemporain de Villeurbanne, 11 mars-8 mai 2016.  
6. Adriaan Collin, verrier d'art meilleur ouvrier de France, Dinan.

avait un flacon, une pochette de soie permettant de faire l'expérience du *shoof*, également des touches à parfum pour ceux qui souhaitaient emporter l'odeur avec eux.

J'aimerais conclure ce panorama en revenant sur le tout premier projet que j'ai réalisé avec l'aide d'Alice Dattée, ma formatrice à l'école Cinquième sens. Nous l'avons conçu dans le cadre d'une invitation pour une résidence baptisée « L'Espace public sous l'emprise de la mobilité<sup>7</sup> ». Cela portait sur la question de l'œuvre d'art publique. Qu'est-ce que pourrait être une œuvre d'art publique alors que les gens se déplacent de plus en plus ? Spontanément, je leur ai proposé un parfum, avec l'idée que les visiteurs deviendraient les vecteurs de diffusion de cette œuvre d'art publique. Pour cette création, j'ai décidé de rendre volatile ce qui était extrêmement situé, à savoir l'odeur de la terre de mon jardin. Je m'y suis promené pour choisir un endroit bien spécifique, j'ai sélectionné un morceau de terrain que j'affectionne particulièrement, où le soleil se prélassait. J'ai ensuite fait plusieurs essais pour restituer l'odeur de cette parcelle de terre. Je suis partie chez IFF pour réaliser des chromatographies, sans succès. En me documentant, j'ai découvert un article de géographes australiens daté de 1964<sup>8</sup> qui porte sur l'odeur de l'argile. Les auteurs énuméraient quelques noms de molécules qui ont permis de constituer ma base de travail. Parmi elles, la géosmine, qui est une molécule extrêmement puissante. Le parfum se passe donc de tout dispositif de diffusion, il est perceptible sans même ouvrir le flacon. Pendant toute la durée de l'exposition j'ai porté ce parfum et l'ai diffusé dans l'espace public. Ce qui m'a valu l'inimitié de certains de mes collègues. Au-delà du fait de l'apprécier ou non, porter cette odeur suscitait beaucoup de

7. « Petrichor », exposition à l'issue de la résidence « L'Espace public sous l'emprise de la mobilité », La base d'appui d'Entre-deux, Nantes, 24 mai-29 juin 2013.  
8. I. J. Bear et R. G. Thomas, « Nature of Argillaceous Odour », *Nature*, vol. 201, n° 4923, mars 1964, p. 993-995.

contraintes. Notamment celle de l'hyper-présence dans l'espace public. Lorsqu'elle a été exposée au château d'Oiron dans le cadre de l'exposition « Architectures de paysage », une vaporisation sur la carte à parfum suffisait à envahir tout le rez-de-chaussée du château. C'était faire entrer le paysage extérieur à l'intérieur, retourner l'architecture imposante du château comme une chaussette.

Cet aspect paradoxal d'une absence pourtant présente, invisible mais intimement pénétrante me captive. Le rapport à l'usage, à la consommation, à l'usure induit un rapport vivant à l'œuvre qui empêche toute pétrification. Travailler avec les odeurs dans le champ de l'art contemporain est assez subversif car c'est un art pénétrant, potentiellement envahissant et renversant, des qualités qui sont assez taboues dans notre culture occidentale.

## SE RENCONTRER AUTOUR DES ODEURS

BORIS RAUX

Ma présentation sera centrée sur la notion de rencontre autour des odeurs. Je vais vous présenter ma démarche de façon succincte pour davantage vous poser les questions qui m'interpellent aujourd'hui. En préambule, j'aimerais dire que mon travail est différent de celui de Julie C. Fortier dans le sens où je n'ai pas pris le parti, qui est très frustrant de temps en temps, de produire les jus. Je pose donc moins la question du parfum. Je préfère observer les objets olfactifs qui sont présents ou collaborer avec des parfumeurs, ce qui est une forme de pratique un peu différente. Pour ces raisons, je ne considère pas comme un artiste olfactif mais davantage comme un artiste qui introduit une dimension olfactive dans son travail. Je me revendique davantage plasticien car j'ai un rapport privilégié à la matière. Je considère la dimension olfactive dans un ensemble et m'intéresse à la manière dont elle vient le bouleverser. C'est là que ça devient palpitant

et c'est également là que certains projets se rejoignent. Comme Julie C. Fortier l'a dit, nous avons un parti pris, nous sommes des artistes contemporains. Mais nous ne sommes pas les seuls à nous inscrire dans l'art olfactif. Les parfumeurs peuvent par exemple constituer un autre genre d'artistes.

Mon travail consiste davantage à construire des dispositifs olfactifs que des formes olfactives. J'aurais tendance à dire que « formes olfactives » renvoie spécifiquement selon moi à la création du jus, d'un parfum qui peut prendre une forme très complexe spatialement et temporellement. À mon sens, ce qui différencie des approches de plasticiens comme nous, c'est tout simplement qu'au XXI<sup>e</sup> siècle on peut observer une intégration par couches dans la pratique de l'art. Au départ, la peinture et la sculpture étaient une affaire de confrontation entre une forme et une matière. Le travail de l'artiste implique de prendre en considération l'espace d'exposition. Petit à petit on intègre des couches de complexité où on arrive à de l'installation, praticable avec le public, et ainsi à de la médiation. Pour moi, quand on vient bouleverser un ensemble avec de la dimension olfactive, il est important de penser les altérations dans la globalité de cet ensemble. Il est important de prévoir une bonne collaboration avec les différents acteurs des espaces d'exposition et a fortiori des musées. On est là pour montrer et pour créer des vecteurs de rencontre. À mon sens, il y a deux rencontres fondamentales, la rencontre de soi avec le dispositif artistique, et la rencontre des publics entre eux autour de l'expérience favorisée par le dispositif artistique. C'est quelque chose de plus en plus prégnant dans ma pratique et que nous pouvons retrouver également dans les performances de Julie C. Fortier. Nous y découvrons la manière dont l'expérience sociale se forme autour de l'expérience esthétique.

Je ne parle pas de parfum mais plutôt d'odeurs car c'est davantage le champ des odeurs qui m'intéresse. Le parfum en fait partie mais ce n'est pas le domaine que j'ai le plus investi jusqu'à présent. Un point que je considère important, c'est de ne pas confondre odorant et odeur. L'odorant c'est la molécule, l'odeur c'est tout le processus d'intégration qui implique l'individu et l'ensemble de ses procédés psychiques de perception.

Pour synthétiser ma démarche, j'ai commencé par une longue observation de l'univers olfactif qui est actuellement présent autour de nous, en milieu urbain. J'ai notamment beaucoup collectionné les produits détergents, ces produits non regardés qui sont pourtant significatifs dans la construction de nos repères olfactifs.

*Cif* se compose de grandes toiles que j'ai faites il y a maintenant près de quinze ans. C'est littéralement du Cif, des dizaines de litres de Cif qui ont cristallisé avec le temps. On a donc des tableaux monochromes – grand classique de l'histoire de l'art – pas de figuration, pas de chose choquante et malgré tout, par la toxicité dégagée, ces tableaux posent la question de leur montrabilité. Il n'est pas question d'une censure morale mais le censeur devient le responsable de la sécurité qui va dire « Non, ça je ne peux pas l'exposer ». Parce que justement ça dégage une toxicité, avérée ou non, mais qui demeure perceptible : preuve que nous n'assurons plus totalement le risque sanitaire que génère notre société hygiéniste. Dans ce cas-là, nous devons faire comme un Jeff Koons et prévoir tout un système de protection de l'œuvre mais dans le sens inverse, c'est-à-dire que c'est maintenant nous que nous devons protéger de l'œuvre. Une autre variante avec un dessin de surface où vous voyez ce qu'on appelle des perles d'eau qui sont remplies avec du produit Ajax. Le passage de la serpillière devient aussi beau qu'un arc-en-ciel. À force de chercher à être propre et à effacer les traces laissées par le passage du public, on se retrouve de nouveau dans le

paradoxe de notre propre toxicité. De telles œuvres m'amènent à trouver de nouvelles stratégies dans la manière d'exposer.

Dans cette observation de notre quotidien, j'ai collectionné en 2008 quasiment tous les gels douche et shampoings qui étaient sur le marché. Par leur intermédiaire, on rejoint le parfum et l'artifice. D'où vient le lien entre rose fluo et parfum de goyave ? Je me réapproprie ensuite ces produits au travers de sculptures en trois niveaux mêlant couleurs et odeurs, et structure la série des Épithéliums. Dans *Tour du monde en quatre-vingt déodorants*, je multiplie les strates entre l'œuvre, ce qu'elle produit, son contexte d'exposition, j'accentue son aspect parasite, des jeux se mettent ainsi en place. Je trouve aussi intéressante la notion d'avoir une bombe à parfum au sein d'un espace d'exposition, s'il y a par exemple quelqu'un qui fume (donc qui ne se conforme pas lui non plus pas la législation « health and safety ») : ça explose. De la même façon que l'*Oracle* de Julie C. Fortier, quand on appuie sur une bombe de parfum, on projette l'odeur dans notre main, il y a donc une sculpture qui, localisée initialement dans un espace muséal, s'étend jusqu'au domaine privé, une fois le visiteur rentré chez lui avec l'odeur collée au creux de sa main. On a des questions d'extension, d'émancipation par rapport au visible, d'une forme qui nous amène à réellement nous poser la question de la frontière, de la limite formelle d'une œuvre d'art. Cette question est passionnante en matière de dispositifs olfactifs, puisqu'on se rend compte que la diffusion peut produire différents rapports à l'espace, passant du public au privé, de la rue au creux d'un lit.

On avance ainsi sur une deuxième phase de ma recherche qui a duré quatre ans et qui a été réalisée en collaboration avec le parfumeur Laurence Fanel. Je me suis questionné sur la possibilité de produire de la narration autour des odeurs. Je me suis particulièrement penché sur le dialogue qui se crée entre les odeurs et le dispositif, entre ce que

nous disent les autres sens, la manière dont ils le disent et la façon dont ils peuvent être twistés pour influencer la perception olfactive. Dans l'œuvre où on a celui qui se prend pour un centaure et celle qui se prend pour une sirène, on a des structures performatives où la distanciation critique devient possible avec ces images mythiques chargées de sex-appeal. A un moment donné si on veut être centaure, l'animalité finit par rejaillir, de même qu'une odeur de poisson ne peut être retirée de la réalité constitutive d'une sirène. On retrouve donc une forme de « vérité » avec ce qu'amène l'odeur, même si cette dernière passe par l'artifice du parfum, on ne peut pas y échapper et si on fantasme, c'est sur un bout de réel concret et non idéalisé. Ça nous prend au corps, ça s'infiltré en nous.

Comment réussir à construire une histoire en contournant la forme olfactive ? L'idée globale de ces séries est de partager une fiction olfactive, j'ai joué le jeu en proposant quelque chose de très personnel. Je me suis finalement rendu compte que peut-être que lorsqu'on fait du trop personnel, on ne parvient parfois plus à toucher suffisamment les gens. Pour cette série j'avais pris le parti pris de peu médiatiser la perception olfactive, de la laisser être contournée par les autres dimensions présentes sans ouvrir littéralement un dialogue avec le public. Finalement, une trop grande originalité de regard peut produire une trop grande singularité, qui isole, distancie l'auteur dans sa propre fiction plus qu'il ne favorise la rencontre avec autrui. Il n'y avait peut-être pas assez d'espace commun créé. C'est pour cette raison que je me suis de plus en plus interrogé sur la manière d'inclure la médiation aux œuvres. Travailler sur le post-expérientiel et sur le dialogue autour des odeurs.

Un des derniers axes de mon travail touche à la notion de portrait qui se construit, et qui permet finalement une forme de médiation.

Avec l'œuvre *Latent(e)*, si je fais un portrait, je vais demander à quel qu'un de m'amener ses draps du matin. Je vais en construire une tente de type canadienne où demeure la trace d'un corps déjà passé. La démarche est donc déjà un peu plus réaliste, on est sur une forme d'archéologie du réel. On a une dimension de la confrontation, de l'acceptation de la dimension de l'autre. Ce qui amène des résurgences de racisme et de répulsions, qu'elles soient complètement fantasmées ou non.

L'œuvre *Les Gisants* permet une autre démonstration. J'ai exposé personnellement au musée international de la Parfumerie de Grasse, à cette occasion, j'ai eu beaucoup de temps sur place. J'ai construit un laboratoire où j'ai invité certaines personnes du musée – et c'est là que la dimension de rencontre se crée et que tout un dialogue s'instaure sur le rapport qu'on a avec son corps – à prendre un bain, à passer un moment intime, dans leur espace de travail. Audrey est l'une des médiatrices, je lui ai préparé un beau bain parfumé, en toute pudeur bien sûr, personne n'était là pour regarder. Elle a pris possession de son bain, et tout ce que le corps rejette pour être beau, au lieu de l'envoyer directement dans les égouts, je l'ai figé dans le temps en gélifiant l'eau du bain en entier. C'est une œuvre qui cherche à faire durer la fragilité d'un instant de vie parfumé et plein de beauté mais qui, au fil de l'exposition, finit en peaux mortes.

Il y a à mon sens quatre caractéristiques fondamentales qui sont interconnectées aux odeurs et qu'il me semble important de prendre en compte dans les dispositifs olfactifs.

La première, c'est que les odeurs sont solidaires du reste. On parlait du *Whaf* tout à l'heure, même s'il permet une expérience abstraite, je pense qu'il y a tout un contexte qui est permis avec la disposition de l'appareil sur un bar, la musique qui accompagne l'expérience. Les odeurs ne peuvent pas se détacher de ça. Elles sont solidaires et ne permettent pas tant de distanciation vis-à-vis des autres sens. On se

retrouve donc souvent dans une logique d'immersion. Ce qu'il serait vraiment intéressant d'approfondir au niveau des dispositifs olfactifs, c'est l'immersif et le polysensoriel.

Une deuxième caractéristique c'est l'aspect biographique. On construit notre référent olfactif au fil de notre existence, il n'y a donc pas une histoire avec un grand H mais plein de petites histoires qui font qu'on peut complètement loucher ses « narrations olfactives » puisqu'elles sont construites à partir de sa propre histoire qui n'est pas celle de l'autre. Du coup, il y a de l'échec mais ce n'est pas grave. On a souvent plus d'échecs qu'ailleurs, mais on peut parfois parvenir à plus d'intensité qu'ailleurs. Il serait possible d'y voir un enfermement dans l'anecdote mais c'est probablement le revers de la médaille du véridique. Nous pouvons même nous interroger sur le fait que cet anecdotique ne soit pas en réalité très commun, et donc vecteur de partage historique ? À mon sens, il y a une confrontation à l'altérité profonde de l'autre et un échange qui s'amorce grâce au médium des odeurs, c'est ce qui peut nous permettre d'aller plus loin malgré nos *disensus* ou terrains d'entente.

La troisième caractéristique, c'est cette absence d'intersubjectivité dans la perception. Nous sommes tous anosmiques à quelques molécules. Il existe une grande variabilité perceptuelle, ce qui veut dire qu'il n'y a pas de réel structurant qui peut faire figure d'autorité. Christophe Laudamiel pense qu'il y a plus d'objectivité dans l'odeur que ce qu'on croit. Mais qu'elle soit structurellement présente ou qu'elle s'affiche au travers de l'histoire, au final on a tout de même une multitude d'interprétations olfactives. D'où l'intérêt de la contourner lorsqu'on écrit un récit afin de proposer un minimum d'orientations qui permettent une projection en dehors de ce que l'on sait.

Une quatrième caractéristique, c'est son haut degré d'ouverture. Le fait qu'on n'ait pas de langage adapté pour parler des odeurs fait qu'elles demeurent non conventionnées. On est donc confrontés au



bidouillage sémantique, à l'explication, et tout ça amène un imaginaire et une réappropriation.

Ces quatre caractéristiques sont à mon sens cruciales dans le dispositif olfactif. Cette singularité, cette biographie, cette absence d'inter-subjectivité et cette ouverture sont ce sur quoi j'essaie de travailler. La question que je me pose aujourd'hui est : « Est-ce qu'on n'est pas constamment dans l'alimentation d'une production de l'intime ? » Le fonctionnement même de l'olfaction permet de produire un espace intime puis une sociabilisation par la mise en commun de ces différences intimités. Cette personnalisation du ressenti olfactif ne suit-elle pas une logique quelque peu anarchiste ? Au sens d'une autogestion, d'une autodétermination, de la perception entre les acteurs présents. On n'est plus dans des figures d'autorité comme on en trouve dans le visuel, il suffit de mettre en tension ces deux modalités perceptives pour constater le degré de liberté que permet l'odeur. Cette tension très forte entre l'intime et sa sociabilisation, permet la construction d'un espace de « vivre ensemble », un espace où nous nous confrontons au réel en commun de façon critique. « Vivre ensemble » devient véridique dans le cas de l'olfaction et dépasse le simple slogan politique.

À mon sens, le rôle d'un artiste plasticien qui introduit la dimension des odeurs dans son travail est de trouver un contour approprié à la focale olfactive afin de lui donner sens. C'est pour cela que lorsqu'il est question d'exposition, je considère que notre travail devient rapidement un travail d'équipe avec le lieu qui nous accueille. D'une part afin de produire les conditions adéquates à l'émergence de cette « intimité olfactive » et d'autre part pour favoriser le dialogue avec et entre le public afin de créer de la « sociabilisation olfactive ». Je pense qu'il faut consacrer notre énergie à la production et à la considération de ce moment. Il ne faut pas lâcher les gens. Il y a tellement de puissance qui

se crée quand on parvient à les embarquer dans la dimension olfactive qu'il serait, à mon avis, éthiquement préjudiciable de les laisser seuls avec la brèche que la dimension olfactive peut ouvrir dans leur identité.

J'aimerais par conséquent soulever deux problématiques. D'une part, en termes d'écriture pour tout artiste qui introduit la dimension olfactive dans son art : Comment peut-il « contourner » l'odeur afin que cette dernière devienne représentation ? Comment peut-il rendre une représentation issue de la dimension olfactive intelligible pour autre que lui ? Mon parti pris tend ici vers une approche polysensorielle. Je crois que l'odeur en tant que telle est encore trop ouverte et doit raisonner avec la musique et la vue dans un rapport synesthésique pour pouvoir faire sens.

D'autre part, comment peut-on accompagner l'expérience olfactive pour favoriser en son aval, un échange social et produire un sens commun ? Avec sa diversité d'expression et ses *disensus*. Séverine Muller dit que ce qui est intéressant dans l'usage de la mallette multisensorielle du Louvre, c'est la divergence des perceptions. On retrouve ici une forme d'art qui s'apparente à l'esthétique relationnelle mais, qui par les caractéristiques propres à la dimension olfactive, délaisse le conceptuel pour plus de viscéral.

la valeur ontologique de la perception visuelle, ouvrent la voie à la stimulation de plusieurs modalités sensorielles : « Nous réclamons l'élargissement et la conquête de tous nos sens ! Nous voulons ouvrir toutes les frontières !!! » écrit Raoul Hausmann en 1921. La même année, Marcel Duchamp réalise *Belle Haleine - Eau de Voilette*, un ready-made aidé<sup>1</sup> consistant en un flacon de parfum dont il modifie l'étiquette avec le concours de Man Ray. Mais c'est en 1938 que Duchamp, cherchant l'avènement d'un art « non rétinien », concrétise l'introduction de l'odeur dans l'art en réalisant la scénographie de l'exposition internationale du surréalisme : « Nous avions, dans un coin, un poêle électrique sur lequel on faisait griller du café. Cela donnait une odeur merveilleuse dans toute la salle et cela faisait partie de l'exposition<sup>2</sup>. » En l'emplantant de cette senteur de café, Duchamp s'approprie l'espace. Pour la première fois, un « artiste subsumait la totalité d'une galerie d'un seul geste<sup>3</sup> ».

Dans les années 1950-1960, les artistes de Fluxus et de l'*arte povera* poursuivront cette ouverture de l'art au domaine du *senzi*. Allan Kaprow écrit ainsi : « Insatisfaits de la suggestion opérée à travers la peinture sur nos autres sens, nous utiliserons les spécificités de la vue, du son, des mouvements, des gens, des odeurs, du toucher<sup>4</sup>. » Dès lors, libérés de la tradition moderniste selon laquelle ils devraient se consacrer à un seul médium correspondant à une seule modalité sensorielle

## L'ART OLFACTIF, ESTHÉTIQUES D'OCCUPATION

CLARA MÜLLER

« Il pensa qu'elle avait déjà envahi son chez lui à la manière d'un parfum. »

Louis Aragon, *Aurélien* (1944)

Dans nos sociétés occidentales, on a longtemps nié la capacité de l'odorat à provoquer une expérience esthétique. La vue et l'ouïe, ces sens considérés comme « supérieurs », seraient les seuls à même de « faire art ». Or cette conception - d'ailleurs ethnocentrique puisque d'autres cultures ont développé depuis longtemps un art des odeurs - est réfutée depuis environ un siècle par les penseurs et les artistes. Dans la lignée de la volonté d'art total née au XIX<sup>e</sup> siècle en Europe, l'idée d'introduire des odeurs dans l'art ne prend réellement forme qu'au début du XX<sup>e</sup> siècle. Les futuristes puis les dadaïstes, en questionnant

1. Raoul Hausmann, « Manifeste du Présentisme » (1921), dans *Courrier Dada*, Paris, Le Terrain vague, 1958.

2. « Quelques fois j'ajoutais un détail graphique de présentation : j'appelais cela [...] un ready-made aidé ». Marcel Duchamp, discours au musée d'Art moderne à New York en 1961, retranscrit dans *Duchamp du signe*, Paris, Flammarion, 1994, p. 191-192.

3. Marcel Duchamp cité par Pierre Cabanne dans *Entretiens avec Marcel Duchamp*, Paris, Belfond, 1967, p. 102.

4. Brian O'Doherty, *White Cube. L'espace de la galerie et son idéologie*, Zurich, JRP/Ringier, 2008, p. 99.

5. Allan Kaprow, « The Legacy of Jackson Pollock » (1958), dans *Essays on the Blurring of Art and Life*, Berkeley (CA), University of California Press, 1993, p. 1-9.

(la vue pour la peinture, l'ouïe pour la musique<sup>6</sup>...), les artistes exploitent de nouveaux matériaux et entrecroisent les médiums pour faire appel à tous les sens. La conception de l'œuvre comme objet matériel et pérenne – qui peut donc être conservée, vendue, collectionnée – est également mise à mal. Cette nouvelle ère de « transmédiaticité<sup>7</sup> » artistique voit ainsi émerger des pratiques hybrides dans lesquelles la dimension olfactive peut s'inviter, comme l'installation, la performance ou le langage audiovisuel. « L'apparition d'œuvres olfactives correspond au caractère fluide et en mutation constante de la perception qui doit s'adapter aux changements de médias, à la prolifération de nouvelles techniques d'information et de circulation des échanges qui font éclater l'espace et amènent à le repenser<sup>8</sup> » observe Chantal Jaquet dans *Philosophie de l'odorat*.

Prenant un nouvel essor au début des années 2000, notamment favorisé par l'émergence de nouvelles technologies de diffusion, l'art olfactif est aujourd'hui protéiforme et irréductible à un mouvement univoque. Les odeurs sont exploitées par les artistes pour provoquer des expériences mémorielles ou synesthésiques, pour représenter des lieux ou des concepts, pour repenser l'espace et le temps, ou encore pour questionner la société, nos corps et nos identités. Et si l'utilisation d'odeurs peut rester occasionnelle, certains artistes contemporains s'en sont fait une spécialité, comme le Belge Peter de Cupere ou la Norvégienne Sissel Tolaas, deux chanteuses de l'art olfactif dont les pratiques plurielles et expérimentales sont de véritables laboratoires d'invention. Se développent également de nombreuses pratiques collaboratives, les artistes recherchant parfois l'expertise d'autres professionnels (ingénieurs, chimistes, biologistes, parfumeurs...)

6. « Chaque art devait déterminer, au travers de ses propres méthodes et œuvres, les effets qui lui étaient exclusifs », Clement Greenberg, « La Peinture moderniste » (1960), *Appareil* [en ligne], n° 17, 2016 [consulté le 13 septembre 2017].

7. Michel Guérin, « Qui est-ce qui "un médium artistique" ? », *Appareil* [en ligne], *op. cit.*

8. Chantal Jaquet, *Philosophie de l'odorat*, Paris, PUF, 2010, p. 299.

pour apprivoiser ce nouveau médium. Ainsi, à la manière d'une odeur, s'étend le champ de l'art.

### Champs d'odeurs : de la surface à l'espace

Si les raisons qui poussent les artistes à se tourner vers les odeurs sont variées, les formes sous lesquelles ils les introduisent dans leurs pratiques le sont tout autant. L'odeur des œuvres peut provenir de matériaux naturellement odorants, que ces matériaux soient organiques (fleurs, cire, graisse, soufre, aliments...) ou synthétiques (taic parfumé, savon, détergent, essence...). Mais les odeurs peuvent aussi être exogènes, c'est-à-dire ajoutées à la forme matérielle de l'œuvre, non pas comme accessoires mais comme parties intégrantes de celle-ci. La variété des technologies permettant aujourd'hui une création parfumée est sans précédent, et à des approches plutôt minimalistes (œuvres en 2D, objets à flaire, diffusion localisée...) s'opposent des œuvres imposantes dans lesquelles une saturation olfactive vient faire écho à la saturation visuelle.

Dans tous les domaines de l'art, les artistes ont souvent été attirés par le monumental. Dans le cas des œuvres employant des matériaux naturellement odorants, l'utilisation de vastes surfaces de matière, dont la galerie même est le support, assure de facto la diffusion des molécules volatiles. Dès 1968, l'artiste américain Walter De Maria, dans son installation *Earth Room*, envahit la galerie Heiner Friedrich à Munich de dizaines de mètres cubes de terre humide, faisant paradoxalement entrer le land art, dont il est un des représentants majeurs, dans un lieu clos. Redoublant l'étrangeté de l'expérience de confusion des espaces intérieurs et extérieurs, les effluves d'humus débordent et sont perçus par les visiteurs avant même de découvrir l'installation de visu. Loin d'être une redondance, la dimension olfactive est un étirement de l'œuvre, un prolongement invisible participant pourtant à l'expérience esthétique. L'artiste néerlandais Herman De Vries, pour qui la nature

elle-même est art<sup>9</sup>, présente quant à lui des « extraits de nature » pour mettre en valeur ce qu'on ne perçoit plus. Depuis les années 1980, ses parterres géométriques de plantes sèches sont présentés de galeries en biennales, comme *Rosa damascena*, composé de milliers de boutons de roses séchés épanus sur le sol, et qu'il montre sous des formes et dimensions variables depuis 1984. Par l'accumulation de ce qui semble un détail, il crée des paysages intérieurs, monochromes pointillistes qui redonnent de la valeur à chaque point, à chaque bouton, jouant de la puissance aussi bien visuelle qu'olfactive de l'ensemble. Cette forme du « champ<sup>10</sup> », constitué de la répétition d'une même unité, est d'ailleurs commune dans les installations d'art contemporain, de *Sunflower Seeds* (2010) d'Ai Wei Wei au *Grand miroir du monde* (2017) de Kader Attia. En 1992, l'artiste anglaise Anya Gallaccio, vraisemblablement inspirée par le minimalisme de De Vries mais également par les tenants de l'art périssable, crée *Red on Green*, tapis de 10 000 roses rouges fraîches laissées à se décomposer le temps de l'exposition dont la durée définit la longévité de l'œuvre. La couleur et l'odeur des fleurs se ternissent de concert, offrant une double appréhension sensorielle du passage du temps. De son côté, Wolfgang Laib, artiste allemand s'inscrivant dans l'héritage de Joseph Beuys et de Mario Merz, utilise non pas des fleurs mais leur pollen pour réaliser d'immenses aplats jaune vif, tableaux éphémères et fragiles inspirés par la philosophie orientale, aussi sensoriels que symboliques. L'utilisation du pollen, qui permet la reproduction des plantes à fleurs, sous-tend une réflexion sur le vivant, dans une esthétique rappelant certaines œuvres de Mark Rothko. Au lieu d'une peinture en champs de couleurs (*colorfield*)

9. Anne Mooglin-Delcroix, « La proximité dans la distance. L'art et la nature chez Herman De Vries », dans *Herman De Vries, Lyon/Digne, Fage/musée Gassendi*, 2009.

10. « Forme héritée du minimalisme de la fin des années 1960 au sujet duquel Robert Morris écrivait en 1968 dans *Note IV* que « le sol ou l'espace ambiant, [...] devenait le plan de perception [...] laissant place à des étendues de substances hétérogènes étalées sur le sol » [trad. de l'auteur].

voilà un art en champs d'odeurs, où plusieurs dimensions (matérialité, formes, couleurs, odeurs) s'expriment ensemble<sup>11</sup>.

### Esthétique des fluides : noyer l'espace

Ces invasions de matières existent également en version liquide et inondent parfois le *white cube*. L'art regorge en effet de fascinants bassins odorifères, comme l'installation 20:50 (1987) de Richard Wilson : 8 000 litres d'huile de vidange dans un immense réservoir au cœur de la Saatchi gallery. Cet abîme noir, immobile, dont la surface réfléchissante modifie la perception de l'espace architectural, diffuse une odeur prégnante et alarmante. Lors la biennale de Venise 2015, Pamela Rosenkranz utilise au contraire le parfum musqué et rassurant de produits pour bébé dans *Our Product*, en emplissant le pavillon suisse de 240 000 litres d'un liquide de couleur chair composé de produits de cosmétologie et de bactéries. L'œuvre occupait ainsi l'intégralité du pavillon, ses éléments immatériels (odeur, son et lumière) survolant la matière liquide et s'imposant dans le reste de l'espace. Légèrement moins imposante mais tout aussi troublante, l'installation *Ruhe in Frieden* (2012) de l'artiste indonésienne Erika Ermawan présente un ensemble de bassins rectangulaires plein de bain de bouche bleuté dont l'odeur synthétique est le signe culturel d'une propreté que l'artiste détourne pour dénoncer la contamination de l'eau potable en Indonésie. Ainsi présentée, cette matière dont le parfum - décuplé - nous évoque d'abord l'hygiène, devient le symbole d'une pollution chimique mortifère, d'autant plus frappante que sa quantité est démesurée par rapport à l'usage que l'on en fait habituellement. Enfin, plus restreinte encore en surface visible mais nettement plus

11. « Une forme unique qui unit image, forme, métaphore et associations, confrontant le spectateur à un tout, une sensation esthétique non diluée » écrivait Lucy Lippard en 1966 au sujet des œuvres post-minimalistes dans son article « Eccentric Abstraction » dans *Art International*, Vol. 10, n°9, novembre 1966.

profonde, *La Piscine*, que l'artiste français Boris Raux expose en 2005, semble n'être qu'un petit bassin rectangulaire. En réalité ce n'est que la partie visible du dessus de l'étage inférieur de la galerie entièrement rempli d'un liquide assouplissant. Or, bien que de manière invisible, l'œuvre occupe également la salle supérieure, bouleversant les notions de vide et de plein par la présence en overdose de son odeur entêtante. En somme, ces étendues liquides mettent en valeur la propension de débordement et d'occupation des odeurs, et justifient en partie que Chantal Jaquet caractérise l'esthétique olfactive d'« esthétique des fluides, liquides ou gazeux<sup>12</sup> ».

#### Un art immersif: les *scenit rooms*

À la verticale, les musées parent également d'attributs odorants dans le cadre d'installations immersives. L'immersion, du latin *mergere* qui signifie « faire pénétrer » ou « plonger », engage l'expérience subjective d'un sujet placé dans un environnement étranger, provoquant un sentiment d'absorption physique, mentale et émotionnelle. Ainsi les œuvres n'occupent plus seulement l'espace, elles le font au point de devenir elles-mêmes des espaces olfactifs, enveloppant les visiteurs à la manière des panoramas des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles. *Respirare l'ombra* (1999-2000) de Giuseppe Penone en est un exemple mémorable. L'œuvre se compose de presque deux cents cages emplies de feuilles de laurier et fixées sur les quatre murs d'une salle. Sur l'un de ces murs de feuilles, une sculpture en bronze représente deux poumons, évoquant visuellement l'air parfumé qu'inspire le visiteur, lui faisant prendre conscience de sa propre respiration mais aussi de l'influence physique de l'environnement sur son corps. Les visiteurs, devenus perméables à l'œuvre, y pénètrent autant qu'elle s'introduit en eux. Invoquant les mêmes ressorts d'interpénétration, Peter de Cupere conçoit plusieurs espaces olfactifs comme *Smile room* (2010), pièce

12. Chantal Jaquet, *Philosophie de l'odorat*, op. cit., p. 310.

recouverte de dentifrice mentholé, ou *Smoke room* (2010), entièrement tapissée de 750 000 mégots et à l'atmosphère presque asphyxiante. Plus introspectives, les différentes versions de *Max room*, que Wolfgang Laib crée depuis 1988, invitent à la méditation. Ces pièces, sortes de cellules monastiques dont les murs et le plafond sont uniformément enduits de cire d'abeille, sont pensées par l'artiste comme des mondes alternatifs. Poussant plus loin encore la polysensorialité, Anya Gallaccio réalise *Stroke* en 2004 à la galerie Jupiter Artland, recouvrant l'ensemble des murs de chocolat noir. Le spectateur, qui est d'ordinaire simple récepteur, devient partiellement acteur de cette œuvre évolutive, invité non seulement à la regarder et la sentir, mais aussi à la toucher et la goûter. Si dans ces quelques exemples l'occupation olfactive se reflète dans la présence visuelle, ce n'est pas toujours le cas. Sissel Tolaas joue la carte de l'invisibilité dans *The Fear of Smell, the Smell of Fear* (2006), installation participative tapissant le *white cube* d'odeurs corporelles. Après avoir collecté la sueur d'hommes phobiques et reproduit leurs odeurs en laboratoire, l'artiste a micro-encapsulé celles-ci pour en « peindre » différents pans de murs. Le visiteur est alors plongé dans un environnement saturé d'odeurs, ce qu'aucun élément visuel ne laissait présager, et doit explorer au nez les zones parfumées, allant à l'encontre du rejet culturel des odeurs corporelles.

Les artistes prennent ainsi possession de l'espace en all-over, occupant les surfaces par la matière et les volumes par l'odeur. Bouleversant la logique spectatorielle qui régit traditionnellement le musée et la galerie, ces œuvres odorantes défient radicalement la stérilité de l'espace d'exposition, nécessitant une re-conceptualisation de celui-ci.

#### La spatialité comme enjeu d'exposition

S'il existe de nombreuses œuvres olfactives d'échelle plus réduite, ces invasions massives mettent en lumière la possible difficulté d'exposer cet art. « Quelle quantité d'espace faut-il à une œuvre [...] pour qu'elle

«respire»<sup>13</sup>? » s'interrogeaient les commissaires des années 1950-1960. La question ne pourrait mieux se poser pour les œuvres olfactives, qui ont tendance à accaparer l'espace. Les odeurs s'échappent et se répandent, interférant avec les œuvres alentours. Intrinsèquement extensives, les œuvres olfactives sont-elles condamnées à être isolées dans un espace circonscrit? Alors que chaque art lié à une modalité sensorielle a son local spécifique (la salle de concert, le théâtre, le musée, le restaurant...), l'art olfactif n'a pas encore d'espace dédié et, pour l'instant, « les musées ne sont pas conçus pour contenir, contrôler ou disperser des odeurs<sup>14</sup> ». Exposer l'art olfactif dans des musées ou galeries, a priori dédiés à la monstration de l'art, c'est donc se confronter à une série de problématiques spatiale, temporelle, climatique ou encore de réception. Dans le cube blanc, qui est devenu une norme dans les musées d'art moderne et contemporain dominés par le paradigme moderniste de l'hégémonie du visuel, le visiteur est avant tout un « œil<sup>15</sup> ». Or l'art olfactif, en déconstruisant ce paradigme et en transfigurant l'expérience artistique, induit un renouvellement de l'expérience muséale et réclame une réinvention des espaces de l'art.

13. Brian O'Doherty, *White Cube, op. cit.*, p. 49.

14. Caro Verbeek, citée par Linda Soley, *Scrit in Contemporary Art: An Investigation into Challenges & Exhibition Strategies*, thèse, LaSalle College of the Arts Singapore Goldsmith College, University of London, 2012, p. 10 [trad. de l'auteur].

15. Brian O'Doherty, *White Cube, op. cit.*, p. 37.

## LE PARFUM, MIS EN REGARD

DENYSE BEAULIEU

Informe, invisible, ineffable, par essence impur car il est voué à rompre (par la séduction) ou à occulter la corruption (sens premier du mot « embaumer »), le parfum est un champ de création d'autant plus inconvenant qu'il relève des sphères du commerce et de la féminité. Et d'autant moins *présentable* dans un espace d'exposition qu'il est à la fois éphémère et envahissant. Depuis quelques années, le parfum « commercial » commence pourtant à s'effriter de son contexte marchand pour s'infiltrer en milieu muséal – les récits patrimoniaux de grandes maisons comme Dior ou Chanel et l'appropriation du discours *arty* par les marques de parfumerie alternatives concourant à ce brouillage des limites entre le conceptuel et le concept store. Mais *comment* le parfum est-il montré? Qu'en montre-t-on, surtout? Mise au point sur l'exposition d'un objet flou.

### Design de l'air

À la fois parure et mise en forme invisible de l'espace, le parfum « à porter » – à distinguer de l'œuvre olfactive conçue pour le circuit de l'art – relève à la fois de la mode, du bijou et du design. Consacrée au croisement entre ces domaines et le fétichisme, l'exposition « Nirvana, les étranges formes du plaisir » (Mudac, Lausanne, 2014) présentait dans une alcôve une série de parfums associés au thème. N'ayant plus à se poser la question de l'achat dans ce contexte décalé, les visiteurs les ont spontanément envisagés comme des créations olfactives, les jugeant à l'aune de l'intention énoncée par leur nom. Sans se demander si c'était de l'art ou du sent-bon... De cette modeste proposition du Mudac, le grand musée du Parfum, ouvert à Paris en 2016, offre en quelque sorte le miroir inversé, mettant un design sophistiqué au service de ses dispositifs pédagogiques<sup>1</sup>. C'est dans la boutique que le visiteur, ayant renseigné ses préférences olfactives dans son *smart guide* au gré de son parcours, sera orienté vers une sélection idoine de parfums de différentes marques, dont il pourrait faire l'expérience en consommateur plus avisé. Du didactique comme extension du dispositif de vente ?

### L'absence du corps

Peut-on montrer le parfum tout nu ? Ex-critique de parfum du *New York Times*, le journaliste Chandler Burr tente l'expérience en 2012 au Museum of Art and Design de New York avec « The Art of Scent, 1889-2012 ». Dépouillés de leurs flacons et de leurs publicités, douze parfums, présentés comme des œuvres d'art, sont donnés à sentir dans des fentes pratiquées aux murs. Ce parti pris curatoriale débouche cependant sur une aporie : censée être seule mise en valeur, la forme olfactive de ces parfums est altérée. Créés pour être portés, leur mode

1. Dont une collection d'odeurs composées par les parfumeurs de la société américaine IFF, principal partenaire de cette institution privée.

d'exposition les prive de dimensions cruciales. Le temps : le parfum se développe sur la peau au fil des heures. Le volume : le parfum occupe un espace qui floute les limites entre le corps et le monde. Le mouvement : le parfum est aussi le sillage du corps qui le porte. (Proposition du parfumeur et artiste Christophe Laudamiel : défilés de parfums portés par des mannequins « nus ou dénudés en fantômes<sup>2</sup> »). La rémanence : le parfum *tient* un temps – présence de l'absent, trace, reste, revenant... Dès lors qu'on met à nu le parfum, l'absente de tout bouquet n'est pas la fleur, mais la chair.

### Le corps de l'absent

Ce point de fuite est précisément celui que suggérait Jean-Louis Froment, commissaire d'exposition de « N° 5 Culture Chanel » (Palais de Tokyo, mai 2012), mise en regard d'œuvres, de mémentos et de constellations amicales d'où surgirait le N° 5. Quintessence et creuset du lexique Chanel, ce premier parfum serait aussi la sublimation d'un deuil, celui de « Boy » Capel, grand amour de la couturière, mort en 1919. Au corps se substitue l'esprit, terme qui renvoie à la fois au spectre (Capel était féru d'occultisme) et au produit de la distillation... Si l'exposition donnait peu à sentir – ingrédients-clés, ateliers – c'était, répondait Jean-Louis Froment, parce qu'il préférerait laisser cette dimension à l'imagination des visiteurs. Prouette, certes, mais non dénuée de pertinence : surface blanche cadrée de noir, l'étui du N° 5, métonymie du parfum, offre en effet un écran où toutes les images peuvent se projeter.

### La stratégie du chiffonnier

On aurait pu concevoir un pendant olfactif à cette exposition, retraçant les ascendants et la descendance de ce parfum prodigieusement influent jusque dans les savons ou des lessives. Concevoir ; pas

2. Christophe Laudamiel, « Liberté, Égalité, Fragrancité, a fragrance manifesto », dreamair.mobi/pamphlet (consulté en juillet 2018).

forcément exécuter. C'est l'industrie du parfum qui finance, pour l'essentiel, les manifestations culturelles qui lui sont liées. Or cette industrie est d'autant plus vouée au contrôle étroit du discours qu'elle se fonde sur un produit volatil dont la valeur, difficile à démontrer, doit être crue sur parole; le comble de la marchandise-fétiche. Dans les cas où ils ont été conservés, la majeure partie des documents – formules, archives, généalogies – qui permettraient de traiter le parfum comme champ culturel reste donc sous clé: ce qui en est communiqué relève de la stratégie de communication. L'histoire est écrite par les vainqueurs. S'il a existé cent parfums orientalistes avant *Shalimar*, qu'en saura-t-on, sauf à écumer brocantes, salles de ventes, bibliothèques ou vide-greniers? Objet qui s'évanouit dès lors qu'on en joutit, le parfum d'antan ne subsiste souvent que sous forme de trace dont on traquerait les survivances, au gré de ses glissements successifs sur la carte olfactive, dans ses rémanences contemporaines.

### Cynégétique

L'odeur est indice, trace, piste; elle appelle toujours l'élucidation, recherche de sa source ou, à défaut, de son nom. Le flair est à la fois olfaction et intuition; le mot sentiment évoque l'émotion mais aussi – *embauvés* –, rien d'étonnant à ce que le musée de la Chasse et de la Nature de Paris accueille volontiers des œuvres olfactives. En mai 2017, la maison Cire Trudon y présentait *Le Sentiment de la licorne*, parcours de quatre odeurs créées par Antoine Lie. Dont deux, non indiquées aux visiteurs, les invitaient à suivre leurs sentiments cynégétiques, devenir-animal permettant d'explorer le revers invisible du monde.

### Installation, interprétation

Issue en partie de la culture des blogs spécialisés, qui ont su doubler le discours commercial via diverses stratégies d'écriture (approche

critique, didactique, autobiographique...), l'exposition « Parfum, a Sensory Journey through Contemporary Scent<sup>3</sup> » présentait dix parfums d'avant-garde au sein d'autant d'installations où ceux-ci ne sont pas nommés (deux salles regroupent les panneaux explicatifs). La voix du parfumeur, un lit aux draps parsemés de pochettes munies d'un œillet à travers lequel on pouvait sentir une mousse imprégnée du parfum: *Serrières magiques* d'Antoine Lie pour État Libre d'Orange, interprétation abstraite du sperme, de la salive, de la sueur et du lait. Une série de compartiments évoquant des confessionnaux, des punching-balls en skai suspendus au plafond: *Vigilant*, encens d'église de Bertrand Duchaufour pour Comme des Garçons... Traductions discrètes de ce qui aurait pu être les figures de style d'un texte (dossier de presse ou billet de blog), ces installations assez succinctes servaient de point d'ancrage visuel, tactile et sonore, mais aussi de déclencheur d'écriture: on proposait aux visiteurs de noter leurs impressions dans des calepins, exposés à leur tour à l'issue du parcours. Interprètes de ces formes olfactives désincarnées, ils leur offraient ainsi un corps de texte. Entre l'intention du créateur et l'impression du « senteur », le parfum se *performe*.

### Le démon de l'analogie

On le dit sans vocabulaire propre. Alors que sa spécificité réside précisément dans sa tendance à se dérober au langage tout en le détournant; à imprégner, comme un relent de tabac froid dans l'appartement d'un fumeur, toutes les pages du dictionnaire. Monde des choses (ça sent la pomme, le muguet, la fumée...). Monde des arts (accords, palette, pyramide, haïku...). Dès qu'on s'y arrête, le parfum génère la parole: témoin, le brouhaha qui s'élève dans une salle lors d'une distribution de mouillettes. C'est sans doute dans ce jeu entre la langue et le nez

3. Proposée par Claire Catterall et Lizzie Olstrom à Somerset House, Londres, 21 juin-31 septembre 2017.



qu'on peut *entendre* quelque chose au parfum ; le *mettre en regard*. Or la forme olfactive ne se voit pas en analysant les ingrédients. Elle se perçoit du coin du nez, comme un spectre du coin de l'œil, dans un moment d'attention flottante. D'olfaction *floutée* qui permette de saisir, par exemple, que *Mitsouko* (Jacques Guerlain, 1919) se dresse, de l'aigrette aux talons, dans l'axe d'un fil de vétiver. Que ce fil lie *Mitsouko* à *Timbuktu* de Bertrand Duchaufour (L'Artisan parfumeur, 2004), translation de la forme chyprée via le *musulan* du Mali, « encens » susceptible d'incorporer, outre des ingrédients naturels, des parfums chyprés occidentaux. Que ce même vétiver est l'axe autour duquel tourne le laiteux nuage musc-gardénia du *Narciso* d'Aurélien Guichard (Narciso Rodriguez, 2014)... Et ainsi de suite. On verrait volontiers dans ce marabout-bout-de-ficelle olfactif un équivalent des *Avatars de Vénus* (2007), vidéo-installation de Jean-Jacques Lebel<sup>4</sup> où se succèdent toutes les incarnations de la féminité à travers les âges. D'autant que l'île qui donne son nom à la famille des chypres est consacrée à Aphrodite. On se prend même à imaginer une exposition en forme de sarabande multisensoirielle – carambolages, constellations, rhizomes, *morphings* – menée par le bout du nez par le démon de l'analogie. Du flou des odeurs au flux des sentiments, le parfum peut s'insinuer dans toutes les formes.

4. Présentée lors de l'exposition « Carambolages », commissariat de Jean-Hubert Martin, Galeries nationales du Grand Palais, Paris, 2 mars-4 juillet 2016.



## PANORAMA DE MÉDIATIONS MUSÉALES OLFACTIVES

## DIALOGUER AVEC LE PUBLIC GRÂCE AUX ODEURS

—  
ELÉONORE DE BONNEVAL

J'aimerais commencer par quelque chose qui me semble important : le public, définir qui est le public. En ce qui me concerne, le public ce n'est pas uniquement et exclusivement le visiteur. Le public visiteur vient presque en dernier quand on considère l'ensemble de mon travail. Le public pour moi c'est avant tout la personne qui a accepté de témoigner. J'ai une formation de journaliste photographe et ce qui m'intéresse c'est le témoignage, l'histoire. Aujourd'hui je vais raconter plein d'histoires.

Pour l'exposition « Anosmie, vivre sans odorat », le témoin c'est la personne qui est anosmique, qui ne sent pas, et qui va me raconter son histoire. Dans le « Sens sentimental » ou « Voyages olfactifs », le public ce sont les accompagnateurs, les médiateurs qui sont avec moi dans les différents endroits dans lesquels j'interviens, qui font un travail d'écoute incroyable et qui ont une connaissance très précieuse

de leurs patients. Je pense notamment au projet réalisé en partenariat avec l'hôpital de Bretonneau où les équipes font un travail de médiation extraordinaire. Grâce à eux j'ai pu accéder à un public atteint de troubles mémoriels sévères – notamment d'Alzheimer. Grâce à la connaissance qu'ils ont de ce public si spécifique, nous avons pu ouvrir des portes qui n'avaient pas été ouvertes depuis très longtemps, et ainsi recevoir des récits olfactifs mémorables.

Le public, c'est enfin le public visiteur, qui va se déplacer au sein des expositions. C'est un public que je souhaite participer et, dans la mesure du possible, toujours en interaction. L'interaction est importante, surtout quand on parle d'odeurs. Ce qu'on cherche avec les odeurs, c'est à parler d'intime. Il faut que le public s'approprie l'espace d'exposition, s'approprie les histoires des autres, mais cela, il ne peut le faire que s'il convoque sa propre histoire.

Je ne fais pas forcément sentir des choses, je n'utilise pas nécessairement de touches à parfum. Je parle beaucoup « d'odeurs du quotidien » mais très peu de parfumerie fine. Mon but est de voir ce que ces odeurs peuvent être capables de déclencher. Une odeur peut réveiller une émotion, et ça c'est magique. On a largement parlé de la mémoire olfactive, c'est une mémoire qui est émotionnelle, qui fait appel à la mémoire du long terme, c'est une mémoire qui fait ressurgir un ensemble d'émotions en fonction du contexte dans lequel les odeurs ont été perçues. C'est une source de récits surprenante. Ce qui m'intéresse particulièrement c'est la capacité de l'odeur à faire appel à la mémoire autobiographique. Roland Salesses sera d'accord sur le fait qu'il existe deux types de mémoire. Il y a ce qu'on appelle la mémoire sémantique et la mémoire dite autobiographique. La mémoire sémantique c'est ce qui vous permet de nommer l'odeur d'une rose lorsque vous en sentez une et que vous la reconnaissez. La mémoire autobiographique, elle, va vous permettre de dire « Oh, ça

me rappelle le jardin de ma grand-mère quand elle arrosait ses fleurs le matin » et de réveiller toute l'émotion contenue dans ce souvenir. Il y a dès lors toute une histoire et une narration individuelles qui vont ressurgir. Ce rapport entre odeurs et mémoire autobiographique me fascine et c'est ce sur quoi se fonde une partie de mon travail.

L'un de mes premiers projets était une exposition intitulée « Anosmie : vivre sans odorat ». Un jour, je me suis demandé ce qu'il se passerait si on ne pouvait pas sentir. Quel serait notre quotidien ? Qu'est-ce que cela veut dire, ne pas sentir ? On se réveille le matin, si on est à la campagne on perçoit des odeurs caractéristiques de cet environnement. Sentir sa mère, son père, sentir son compagnon, sentir son café. Mais si on ne sentait pas ? Cette interrogation a engendré tout un travail de recherche qui a abouti en une exposition. Je suis allée à la rencontre de personnes qui ne peuvent pas sentir et je leur ai demandé ce que ça voulait dire pour eux. C'était mon premier public. Parler avec des gens avec qui on parle peu. Pourtant 5% de la population générale est anosmique et ne peut pas sentir du tout. On a tous autour de nous des personnes qui ne peuvent pas ou peu sentir, et pourtant on ne se pose jamais la question de ce que cela veut dire. L'exposition est constituée d'une double scénographie. Les interviews des anosmiques sont présentées sous une verrière située en fin de parcours. Mais en parlant d'odorat, on parle d'un sens qui touche toute la population, 95% des visiteurs qui vont venir peuvent sentir, et vont lire des témoignages de personnes qui ne peuvent pas sentir. Si dans un premier temps je n'ai pas sensibilisé ce public à ce que ça veut dire de pouvoir sentir, si je ne les ai pas aidés à prendre conscience de l'acte de sentir, ils vont venir voir une exposition qui porte sur 5% de la population, ils auront peut-être appris ce que c'est que l'anosmie, mais je ne les aurais pas touchés, eux. Tout du moins pas directement, pas aussi fort que ce que j'aurais souhaité, et pas

aussi intensément que ce que j'aurais pu en recourant à la dimension olfactive. Dans la première partie de l'exposition on a donc une interaction du public avec un certain nombre de pôles à odeurs que les gens peuvent aller sentir. Cette partie de l'exposition s'est dessinée après avoir rencontré Mark. Anosmique congénital, il n'a jamais pu sentir. Il m'a dit un jour que ce qui l'intriguait le plus dans le fait de ne pas pouvoir sentir c'est qu'il ne comprenait pas comment une odeur pouvait parvenir à faire ressurgir des souvenirs d'enfance de manière si intacte. Il m'a dit cette phrase géniale : « En fait j'ai l'impression que les gens qui peuvent sentir, ils ont une sorte de superpouvoir. » Parce que cette capacité à faire ressurgir les choses lui semblait magique. Ducoup, ce superpouvoir, je me suis dit qu'il fallait le mettre en scène et faire comprendre ce que c'est. Pour la partie diffuseurs olfactifs, j'ai travaillé avec Scentys. Contrairement à Julie C. Fortier et à Boris Raux, on est dans une volonté de pousser l'intimité à son paroxysme, ce qui justifie le choix de petits diffuseurs où l'on doit se rapprocher physiquement de l'objet pour le sentir. Le but est de permettre au visiteur de dialoguer et d'interagir avec l'élément. Je parlais tout à l'heure de la volonté de travailler sur une mémoire autobiographique, mais ça ne fonctionne pas toujours. J'ai choisi des molécules assez faciles à reconnaître mais si la molécule est trop bien connue, il y a une volonté du public de solliciter la mémoire sémantique pour l'identifier et la nommer rapidement. C'est pour cette raison que j'ai commencé à travailler sur une dissociation des sens, parce que les odeurs n'ont pas de représentation visuelle directe. C'est pourquoi dans l'espace d'exposition il y a un certain nombre de photos qui évoquent des odeurs. L'idée c'était que sur cet ensemble, il y aurait peut-être une image susceptible de toucher chaque visiteur.

L'autre aspect, c'est la force du texte, la force de la narration individuelle. L'exposition est mobile et la deuxième fois que je l'ai présentée,

c'était au showroom de Kenzo. Pendant toute la durée de l'exposition j'ai parlé à quasiment chaque visiteur, c'était fascinant ! Après être passés par la verrière, presque tous avaient une histoire à partager, un souvenir qu'ils souhaitaient évoquer... Beaucoup étaient émus et avaient envie d'échanger. J'ai un livre d'or rempli, mais je me suis dit qu'il fallait pousser l'exercice plus loin et laisser ce public parler, pas seulement à moi, les laisser raconter à tous les autres visiteurs.

Lors de l'installation de l'exposition à l'espace des sciences Pierre-Gilles de Gennes, nous avions fait un appel sur le site Auparfum.com en demandant aux lecteurs de nous envoyer des histoires associées à une bonne ou une mauvaise odeur, leurs meilleurs et leurs pires souvenirs olfactifs. Nous avons réussi à récolter un certain nombre de récits et je pensais ingérer et digérer leurs histoires pour réussir à les traduire en photographies. Mais si je l'avais fait, je serais tombée dans la problématique de l'illustration pure. Ça ne collait pas. J'ai donc laissé le récit texte fonctionner tout seul sans y apposer un élément sous prétexte de vouloir montrer ce que j'en avais personnellement retenu. Ce sont leurs textes, ils fonctionnent tous très bien comme ça et sont venus s'enrichir de nouvelles histoires au fur et à mesure de l'exposition.

Il y a l'exemple d'Amandine qui parle de l'odeur de son fils et de ce qu'elle signifie pour elle. J'ai volontairement laissé toutes les hésitations puisque vous verrez qu'il y a beaucoup d'interrogations et de maladresses quant à la manière de parler d'une odeur.

*La naissance de mon fils, il vient de naître. Il est posé là sur mon sein, il est encore plein de... fluides. Il y a cette odeur tellement animale de sang, chair, une odeur... métallique ? C'est son odeur. Jamais, jamais je ne l'oublierai. Parfois la nuit lorsqu'il dort, et transpire, son crâne retrouve cette odeur animale. J'aime alors aller le flâner dans la nuit, telle une bête avec son petit.*

Ce texte avait été envoyé en amont, le public ne me connaissait donc pas et partageait pourtant avec moi ce moment très intime. L'idée était que le public visiteur de l'espace Pierre-Gilles de Gennes puisse continuer à agrémente cette base. Lorsqu'il venait, il prenait donc cinq minutes pour écrire son propre texte et l'accrocher. Je n'étais pas là, il y avait un panneau indicatif mais c'était tout. J'ai été bouleversée à plusieurs reprises de voir ce que ce dispositif a pu générer. Constatant la confiance du public et cette envie de partager.

*Lorsque ma mère s'en est allée, j'ai pris avec moi quelques-unes de ses affaires, dont un pull. Un pull qui sentait son odeur. Quelle émotion lorsque je posais mon nez dessus. Depuis je l'ai rangé dans une boîte. Je l'ouvre parfois quand ma mère me manque trop et je sens ce pull une nouvelle fois, l'odeur est toujours là. Les souvenirs avec elle courent alors dans ma tête.*

Cette confiance du public est incroyable et voir que l'évocation seule d'odeurs peut conduire à une telle intimité est très touchante. Boris Raux parlait du fait que si on expose trop notre propre intimité, on ne parvient plus à toucher l'autre. Pourtant il est extraordinaire de voir que dans un texte comme celui-ci on parle d'odeurs, on parle aussi de quelque chose de très intime, mais ça peut toucher beaucoup d'autres personnes, parce que ça renvoie à nos propres souvenirs et à notre propre histoire. Personnellement, j'aurais tendance à dire que ce n'est pas grave, qu'il faut aller dans l'intime et qu'il n'y a pas de limite au partage de l'intimité avec son public.

Cette année j'ai travaillé avec plusieurs hôpitaux et notamment avec l'hôpital en gériatrie Bretonneau dont je faisais mention tout à l'heure. C'était merveilleux de voir à quel point une mémoire individuelle, une mémoire qu'on croit intime, au fil des générations, finit par se transformer en mémoire collective. Et de voir à quel point

l'odeur fait partie de notre mémoire à tous. Avant toute chose il faut avoir conscience que la démarche était compliquée puisqu'on pouvait passer une heure avec un patient à parler d'odeurs, mais ses troubles mémoriels étaient si sévères qu'il n'y avait peut-être que dix secondes qui étaient finalement exploitables. Mais c'était dix secondes de magie. Par exemple à la question : « Et votre mari, il sentait quoi ? », Madame Bulleri nous a répondu : « Mon mari ? Il sentait la gentillesse. » C'est presque tout ce qu'on a réussi à extraire de l'ensemble de l'interview, mais vous admettez que c'était attendrissant. Au niveau des parfums, la parfumerie fine en tant que telle ne m'intéresse pas, mais ce qu'un parfum peut solliciter de souvenirs, ça, ça m'intéresse. Voici l'histoire de Madame Leclerc :

*J'ai porté Jardins de Bagatelle pendant des années et des années, c'est un cadeau de ma sœur. Elle, elle portait aussi toujours le même, Jicky. Un jour je courrais sur le quai d'une gare, je suis passée à côté d'une dame. Elle s'est retournée et s'est écriée « Jardins de Bagatelle ! ».*

J'ai également recueilli beaucoup de récits autour de l'odeur du jardin. Ils étaient souvent reliés à des parents ou des grands-parents. À Bretonneau, les gens étaient souvent dans le 18<sup>e</sup> arrondissement, mais partaient régulièrement à la campagne pour les vacances. Ces odeurs reliées à la campagne sont très structurantes. Il y a aussi des odeurs de cigarette qui sont beaucoup revenues, et ce qu'elles pouvaient évoquer était assez amusant.

*Je fumais en cachette et j'avais peur que l'odeur se colle à mes vêtements. Si ma grand-mère avait senti cela, j'aurais passé une mauvaise journée !*

Enfin il y a eu des évocations d'odeurs liées à la guerre, puisqu'il s'agit de la dernière génération qui l'a vécue. Par rapport à la cigarette, nous

avons réalisé un entretien collectif au cours duquel les patients ont beaucoup évoqué la « cigarette de troupe ». Ce qui est intéressant, c'est que nous n'avons pas fait sentir d'odeur de cigarette, c'était un atelier de reminiscence, il n'y avait même pas un paquet de cigarettes présent dans la pièce. Toute évocation a été faite de manière naturelle et spontanée.

« La cigarette de troupe c'est un peu comme la Gauloise mais en moins forte » disait Monsieur Fontaine. « On en donnait à tout le monde. Dès qu'on était dans l'armée ! » a répondu Madame Lederc. À propos de l'odeur de la guerre, une autre histoire est très touchante. J'interviewais Madame Lecoq sur les odeurs de son enfance, elle était professeure de mathématiques, puis directrice des écoles, et soudainement elle me dit que l'odeur la plus marquante de son enfance, c'est l'odeur de caoutchouc. Je me suis dit que quand on est professeur, l'odeur de caoutchouc peut évoquer la gomme ou la règle mais je lui ai tout de même demandé pourquoi l'odeur de caoutchouc, et elle m'a répondu :

*L'odeur de caoutchouc ? À cause du masque à gaz, parce que quand j'étais petite on devait porter des masques à gaz.*

C'est là que je parle de mémoire collective. Parce que ce témoignage a engendré l'évocation de l'odeur de la cave, l'odeur des bombardements, l'odeur de la peur. Il n'y a pas que cette dame qui a parlé de ça, tous les gens de sa génération sont finalement revenus sur ces odeurs qui les ont profondément marqués.

De manière plus joyeuse, il y avait l'odeur de l'école. Là encore on parle de mémoire collective puisque les odeurs d'école, ce sont celles de la cire quand la fin de l'année approche et que les élèves devaient citer leurs bureaux eux-mêmes, symbole de l'arrivée des grandes vacances. C'est aussi l'odeur des travaux ménagers pour les femmes

car on leur apprenait à faire le ménage, elles portaient des blouses, utilisaient de l'eau de Javel, du savon de Marseille. C'est donc tout un patrimoine olfactif qui est finalement associé à leurs histoires personnelles, à notre mémoire collective, et qu'il est très intéressant de détailler et d'approfondir.

Cette année j'ai mené avec l'hôpital Saint-Louis et l'hôpital Lariboisière un travail qui s'intitule le « Sens sentimental ». J'avais envie de poursuivre la collecte de récits individuels et de les mettre en lien au travers d'une bibliothèque olfactive où il aurait à la fois des ouvrages d'auteurs et des récits individuels. Je voulais croiser tout ça avec un peu d'audio et de photographie. Il y avait par exemple un téléphone à cadran. L'idée était de le décrocher pour écouter des voix raconter les récits. Celui d'Anne par exemple :

*Dans notre immeuble, on a été les premiers à avoir la télévision, notre émission préférée c'était « La Piste aux étoiles ». On mangeait tous accroupis par terre dans la pièce où il y avait la télévision. On se faisait des petits casse-croûte avec le pain, le beurre, le fromage, la charcuterie et des pâtes que maman faisait. On avait une impression de liberté.*

J'ai croisé ces récits avec ceux d'auteurs comme Jean-Paul Dubois dans *La Succession* qui évoque l'odeur de la maison. Il parle d'émanations corporelles, de fumets de cuisine, de passé formolé, d'odeurs nauséabondes, de gaz d'échappement, de désinfectant alcoolisé. Tout cela imprégnait le plâtre, les murs, la trame des rideaux, les plis de tenture. Et puis à côté de ça il y a le témoignage de Sylvie qui parle de l'odeur indescriptible dans cette chambre, un mélange de cire, de parquet, de meubles, un petit peu de naphthaline, un peu du parfum de sa maman, des odeurs sur sa coiffeuse, de poudre et de maquillage, et puis aussi des draps qui avaient séché au vent. C'était l'odeur de l'intimité de ses parents.

Je suis d'accord avec Boris Raux quand il dit que l'odeur, ce n'est pas uniquement une mémoire. Il existe énormément d'autres choses à dire de l'odorat sans être dans un aspect nostalgique. L'odeur nous construit tous les jours. Je reviens tout juste de tournage. J'étais en train de préparer un documentaire dans le sud de la France pour France 3. L'idée c'est de prendre une famille qui vit dans le même coin depuis quatre générations et de voir comment le patrimoine olfactif s'est transmis chez eux au fur et à mesure. Le but de ce documentaire est de montrer que l'odeur, c'est certes un outil pour solliciter une mémoire individuelle, mais qu'en se transmettant, les odeurs constituent également une mémoire collective : elles font donc patrimoine.

## LES CONTRE-VISITES OLFACTIVES DE L'EXPOSITION « FRAGONARD AMOUREUX »

UNE COLLABORATION ENTRE LE  
MUSÉE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE  
ET LE MUSÉE DU LUXEMBOURG

ENTRETIEN AVEC CHRISTINE SAILLARD  
PAR MATHILDE CASTEL

« Vous êtes-vous déjà demandé quel parfum pouvait avoir une œuvre d'art ? L'univers de Jean-Honoré Fragonard, incarnant "l'essence parfumée du XVIII<sup>e</sup> siècle" (Pierre Rosenberg), se prête tout particulièrement à ce jeu des correspondances. Rencontrez autrement les œuvres de l'artiste en suivant une visite olfactive, à partir d'huiles essentielles et d'absolues issues des usines grassoises. Une expérience originale à vivre individuellement ou en famille, en collaboration avec le musée international de la Parfumerie de Grasse. »

**Lors de la conception de l'offre de médiation de l'exposition «Fragonard amoureux: galant et libertin », votre équipe a choisi de réaliser des « contre-visites » à destination respectivement d'un public adulte et d'un public enfant. Existait-il une différence entre ces deux types de visites olfactives ? Y avait-il par exemple davantage de tableaux étudiés, d'avantage d'odeurs proposées à la découverte, davantage de temps consacré à la visite lorsqu'il s'agissait d'un public adulte ?**

Les différences n'étaient pas tant relatives au nombre et à la quantité, qu'il s'agisse d'odeurs, d'œuvres ou de temps, qu'à la typologie des groupes. Les orientations de la visite se modulaient constamment en fonction de l'âge, de l'histoire et de la culture des participants. Il faut ici comprendre « culture » comme l'ensemble des manières de vivre qui sont propres à une époque et à un lieu. Chaque contre-visite était donc différente, car chaque groupe d'individus était différent. Nous étions trois collègues du musée international de la Parfumerie à assurer les contre-visites au musée du Luxembourg, et si nous devions établir une généralité, nous pourrions dire que les enfants de moins de 10 ans parviennent à laisser venir les émotions et à les exprimer avec moins de retenue, si les parents le leur permettent bien sûr. Ils ne cherchent pas absolument à avoir la bonne réponse lorsqu'on leur présente une odeur. Cette aisance est très importante dès lors qu'il est question de visites olfactives au musée, puisque le but n'est pas d'apposer un discours savant sur des œuvres d'art, mais bien de s'appuyer sur le ressenti éprouvé devant chaque tableau pour construire progressivement le discours. Au fur et à mesure de la visite, les adultes parviennent également à laisser libre cours à ce qu'ils éprouvent, et nous sommes convaincus que cette liberté d'expression retrouvée est permise par le médium olfactif. La perception des odeurs sollicite en effet l'affect humain plus que toute autre modalité sensorielle. Parler de senteurs au cours d'une médiation muséale permet donc de parler

de ressenti personnel, de créer des connexions tout à fait inédites entre le public et les œuvres d'art, de libérer la parole des individus et de leur prodiguer le confort et la confiance nécessaires pour qu'ils osent s'exprimer sur l'œuvre qu'ils sont en train de contempler. Ces contre-visites ne positionnaient pas le médiateur comme détenteur d'un savoir à communiquer au public, mais d'avantage comme un intermédiaire de coconstruction du discours de médiation, avec le public, par le biais des odeurs. Par sa posture, le médiateur induit la participation du groupe à cette coconstruction et permet que la compréhension par le médium olfactif soit effective, ou non.

**Qui de la Réunion des musées nationaux ou du musée international de la Parfumerie fut à l'initiative de ces contre-visites olfactives ?**

Les méthodes d'approche transversales des collections de beaux-arts par le biais des odeurs sont très régulièrement employées par les équipes de médiation du musée international de la Parfumerie dans le cadre des interventions hors-murs en milieu carcéral et psychiatrique. En 2014, soit deux ans avant l'ouverture de l'exposition à Paris, Juliette Armand – anciennement directrice du musée du Luxembourg – et Juliette Le Taillandier – anciennement responsable du développement des publics et de la programmation culturelle du musée du Luxembourg – étaient venues à Grasse pour visiter la villa-musée Jean-Honoré Fragonard ainsi que le musée international de la Parfumerie. C'est à l'occasion de cette rencontre qu'à pour la première fois été évoquée une possible collaboration entre les deux institutions. Durant le premier semestre de l'année 2015, nous avons échangé par mail et téléphone afin d'adapter notre offre de médiation olfactive à la programmation de « Fragonard amoureux ». Après le départ de Juliette Le Taillandier, notre principale interlocutrice fut Joanne Surech. Voici un extrait de la proposition que nous leur avons soumise au printemps 2015 :



LE PRINCIPLE :

S'APPROPRIER LES ŒUVRES GRÂCE AUX ODEURS .

Cette action se déroule généralement avec de petits groupes : entre 10 et 15 personnes. Entre 1h30 et 2h (nous adaptons le temps en fonction de la demande).

Il nous est cependant arrivé de le proposer à des groupes plus importants (visites privatisées type *team building*) mais la démarche et la gestion de l'action ne sont plus les mêmes. Dans ce cas l'approche des odeurs et de l'œuvre ne se déroule plus de manière individuelle mais en binômes, trinômes...

ÉTAPE 1 : 15 À 20 MINUTES .

Présentation de 5 à 10 odeurs maximum (variable en fonction du choix de l'œuvre).

Chaque personne est invitée à exprimer ses sensations, émotions et impressions.

L'intérêt de cette étape est, en découvrant des matières premières odorantes, de donner la possibilité à chacun de s'exprimer, de créer une dynamique de groupe.

Ces matières sont également un outil permettant de tisser des liens entre l'histoire personnelle et un contexte historique plus large.

ÉTAPE 2 : 10 À 15 MINUTES .

Le public est confronté à une œuvre.

Il choisit quelques odeurs qui définissent l'œuvre (de une à trois odeurs). Il arrive de proposer plusieurs œuvres, dans ce cas les personnes présentes choisissent d'abord une œuvre et l'observent puis choisissent la ou les odeur(s).

ÉTAPE 3 : 45 À 60 MINUTES .

Chacun présente aux autres son choix : moment très important durant lequel le médiateur doit animer intelligemment.

Des expériences déjà vécues avec les publics, il en ressort que certains choisissent les odeurs en fonction des émotions ressenties, ou bien en fonction des détails perçus dans l'œuvre.

C'est important de le mettre en valeur car on interroge ici le public en tant que voyeur-récepteur, or, nous ne voyons pas tous la même chose et n'adoptons pas tous le même point de vue, même si nous regardons tous la même œuvre.

L'idée essentielle est que tout le monde ose prendre la parole face à une œuvre.

L'odeur est l'outil de médiation qui permet d'exprimer son propre ressenti, de générer une parole singulière qui va créer du lien entre les personnes et l'œuvre d'art, entre présent vécu et passé ravivé. Autrement dit, une perception sensible olfactive permet une expérience esthétique qui crée du lien entre les sujets d'un même groupe.

Cette étape est cruciale, car il s'agit du moment où les participants parlent le plus et où l'échange est le plus intense.

Pour information à la suite de cette médiation, des publics dits « non captifs » n'ayant pas forcément de connaissances artistiques en général, ni sur Fragonard en particulier, nous demandent systématiquement d'en savoir plus (autres expositions, autres musées, bibliographie...)

En octobre 2015, Joanne Sneath nous a demandé de simplifier quelques étapes et d'ajouter une introduction au propos global de l'exposition en début de visite. Après plusieurs échanges, voici la proposition qui fut retenue :

#### ÉTAPE 1 : INTRODUCTION

Salle Coréus et Psyché : 10 minutes

Présenter la contre-visite, présenter l'équipe du musée international de la Parfumerie.

Commencer l'expérience olfactive avec le public afin

qu'il comprenne le jeu qui va lui être proposé.

Donner des informations plus « savantes » sur Fragonard.

#### ÉTAPE 2 :

Salle Tivoli : 30 minutes

Six odeurs présentées.

Séance olfactive visant à donner au public des outils pour parler au mieux de l'œuvre qu'il aura à choisir par la suite.

Permettre à chacun de s'intégrer au groupe et de se

positionner pour l'échange à venir.

Fin de séance avec dispense des consignes :

« Vous allez choisir seul ou en couple (ou en famille) une

œuvre pour nous "la donner à sentir". Vous allez choisir

d'associer une, deux ou trois odeurs à cette œuvre. Au bout

de 30 minutes, vous nous présenterez votre association. »

#### ÉTAPE 3 :

Salles d'exposition : 5 à 10 minutes

Présentation des trois ou quatre œuvres qu'il est possible

de choisir pour la transposition en odeurs, sans faire

de commentaire ni parler des titres.

Énoncer la consigne une deuxième fois.  
5 à 10 minutes durant lesquelles les participants se retrouvent seuls ou en famille à regarder, sentir, discuter, échanger pour choisir.

#### ÉTAPE 4 :

Salles d'exposition : En fonction du choix des œuvres,

le médiateur décide de l'ordre suivi en fonction des

lieux et de la configuration de la salle (rappel : grosse

fréquentation attendue le week-end qui impliquera

des paramètres de gestion supplémentaires).

Chaque personne énonce les odeurs choisies et les

raisons de ses choix face à l'œuvre correspondante. »

Pour nous, c'est évidemment la dernière étape qui est la plus intéressante. C'est le moment où le public s'approprie les œuvres, le moment où la médiation – conçue comme une maïeutique de l'esprit – commence réellement.

#### Quelles sont les différentes matières premières qui sont données à sentir au cours des contre-visites ?

Nous n'avons pas de liste d'odeurs définie. Comme nous n'étions pas au musée international de la Parfumerie, nous en avions pris un maximum avec nous, qui était finalement un minimum comparé à ce que nous avons au musée. Comme nous avions un temps très court en salle Tivoli, et des groupes constitués d'au moins vingt personnes, nous ne pouvions dépasser les six odeurs, au risque de perdre en qualité d'expérience. A Grasse, nous pouvons consacrer quinze minutes à une seule odeur, avec un minimum de personnes et un maximum de temps. Dans le cadre des contre-visites, nous avons dû nous adapter aux contraintes du musée du Luxembourg. Nous avions avec nous un panel

de plusieurs flacons et, en fonction de ce que le groupe nous renvoyait comme impression, en fonction de leurs ressentis, de leurs questions et de leurs réactions, nous choissions les odeurs à leur présenter.

Parmi ce que nous avions à notre disposition il y avait : absolue de rose; absolue de jasmin; aldéhydes C11 - C9; base aldéhyde-chyprée; base cuir-fruitée; base cologne orangée fleurie; base « transpiration »; base aquatique; base savon; base muguet; base cuir; base bois; cèdre; cis-3-hexénol; encens; iris; mousse de chêne; myrrhe; néroli; santal; vétiver; violette.

**Pourquoi avez-vous pris le parti de faire uniquement sentir des matières premières, et non des parfums du marché comme c'est le cas dans d'autres visites olfactives dans les musées?**

Nous ne travaillons pratiquement pas, pour ne pas dire pas du tout, avec les parfums du marché. Et ce, bien que la plupart des grandes maisons de parfum sont mécènes du musée international de la Parfumerie, et nous font, dans ce cadre, don de certains de leurs parfums afin que ces derniers intègrent nos collections. L'un des conservateurs du musée a instauré un principe de neutralité de l'établissement quant à l'usage des parfums connus, principe qui est devenu une règle ainsi qu'une de nos valeurs. Par ailleurs, nous avons à notre disposition des centaines de produits sous forme d'huiles essentielles, d'absolues, des bases, des accords... qui constituent une ressource considérable et tout aussi intéressante, si ce n'est plus, que les parfums du marché. En matière de médiation, un parfum « fini » ne pourra pas être autant investi par un individu de manière personnelle car il ramène inmanquablement le public à des référentiels connus : un flacon, une campagne publicitaire, une égrerie, une maison de luxe, tout un récit marketing pensé pour marquer les esprits. Enfin, les matières premières peuvent nous permettre, si nécessaire, d'évoquer un parfum sans avoir à le faire sentir. Dans le cadre de l'action menée au musée

du Luxembourg, il aurait été tout à fait hors sujet de s'appuyer sur des parfums du marché.

**Quels étaient les critères de sélection des œuvres présentes au sein de l'exposition sur lesquelles vous avez choisi de travailler au cours des contre-visites ? Les raisons étaient-elles savantes (du fait de leur notoriété) ou techniques (leur emplacement dans les salles, la proximité entre chacune d'elles) ?**

Les œuvres que nous avons choisies pour réaliser l'introduction de la visite se sont imposées naturellement. Il s'agissait de deux grands formats, ce qui n'est pas très courant dans l'œuvre de Fragonard, placés dans deux pièces que l'on peut appeler « d'examen » regroupant les tableaux peints du temps où l'artiste cherchait à intégrer une école. *Psyché montre à ses sœurs les présents qu'elle a reçus de l'Amour* (1759-1760) a été réalisé lorsque Fragonard venait d'intégrer l'École royale des élèves protégés. *Le grand prêtre Coréus se sacrifie pour sauver Calirhoé* (1765) est un travail que l'artiste a présenté comme morceau d'agrément à l'Académie.

Concernant le choix des autres œuvres, les contraintes étaient principalement d'ordre spatial. Étant donné le temps qui nous était imparti, il nous était impossible de prendre le risque que le groupe se disperse au sein de l'exposition, il était également important que l'ensemble des participants reste à proximité de l'accès à la salle Tivoli. Ces impératifs ont fait que nous n'avons pas sélectionné les œuvres les plus connues du grand public si ces dernières ne répondaient pas à nos besoins logistiques. Nous avons par exemple renoncé au tableau *Le Verrou* (1777).

Successivement, nous avons privilégié les œuvres qui nous ont le plus touchées et interpellées avant de les passer au crible des questions d'accessibilité. Nous avons choisi de ne retenir que des œuvres peintes, et non des dessins ou des gravures.

### Réalisez-vous régulièrement des visites olfactives au sein d'autres établissements muséaux que le musée international de la Parfumerie ou bien était-ce la première fois?

C'était une première fois pour le musée du Luxembourg. En ce qui nous concerne, nous réalisons régulièrement des visites sensorielles pour divers types de patrimoine à la villa-musée Jean-Honoré Fragonard ainsi qu'au musée d'Art et d'histoire de Provence... La visite que nous avons adaptée pour le musée du Luxembourg est un contenu que nous dispensons à la maison d'arrêt de Grasse depuis plus de dix ans !

### Des études de publics ont-elles été réalisées dans le cadre des visites olfactives que vous avez animées pour Fragonard amoureux ?

Je ne saurais pas me prononcer quant aux initiatives de la Réunion des musées nationaux. Concernant l'équipe du musée international de la Parfumerie, il ne nous a pas été possible d'initier ce genre d'enquête dans le cadre des huit sessions que nous avons animées à Paris. Toutefois, sans l'avoir archivé de manière officielle, nous avons eu d'excellents retours de la part des groupes que nous avons accueillis, tant et si bien qu'une session a été ajoutée à l'initiative du musée du Luxembourg le 23 décembre 2016. Au terme de la contre-visite, les gens étaient contents, mais également conscients, curieux, interpellés, enthousiastes, désireux d'en savoir plus. Ils nous parlaient de leur rapport à l'art en général, au musée en particulier, et aux œuvres dans leurs diversités. Nous avons également des remarques quant aux relations spécifiques qui s'étaient tissées au fil de la visite entre les membres du groupe ainsi qu'entre le groupe et le médiateur. C'est également sans doute un des effets du recours au médium olfactif, les gens se sentaient particulièrement proches du médiateur à la fin de la visite. Je me souviens de personnes qui restaient pour me poser des questions et n'avaient pas peur de me toucher le bras ou les épaules. Les odeurs permettent donc de créer une

plus grande proximité entre le public et les œuvres, mais également une plus grande proximité entre le public et le médiateur, ce dernier n'étant plus assimilé à la figure du professeur qui dispense un savoir, devient un complice, un ami, un élément bienveillant qui accompagne avec attention le public dans la découverte des œuvres.

C'est l'un des pouvoirs de l'odeur, mais il est important de préciser qu'il ne suffit pas de mettre des senteurs, des sons ou des objets à toucher dans un parcours d'exposition pour que « ça marche ». L'expérience sensorielle est, à mon sens, un précieux outil à disposition de l'institution muséale, mais pas une fin en soi. Il ne faudrait pas que les dispositifs olfactifs viennent masquer un manque de fond de la part d'une programmation culturelle, ne soient pas que des illustrations ou pire, deviennent des outils marketings intégrés au musée.

### Quels étaient les objectifs à l'origine des contre-visites pour le musée du Luxembourg? Considérez-vous qu'ils ont été atteints?

Le musée du Luxembourg avait à cœur de proposer un format de médiation différent des formules dites « classiques ». Par-là, il faut comprendre une visite qui ne relève pas de la conférence. Ces contre-visites olfactives représentaient une occasion unique de collaborer pour nos deux institutions, d'échanger sur nos méthodes de travail, d'apprendre des uns et des autres. Je dirais que plus qu'un objectif, c'est l'envie de partager la passion de notre métier qui fut moteur de cette collaboration.

ICAP (Ingénierie des cosmétiques arômes et parfums) de l'université de Montpellier. Les étudiants de cette formation sont issus d'un parcours scientifique et n'étaient que très peu sensibilisés à l'art. Lorsqu'ils sont venus au musée pour débiter le projet, c'était pour ainsi dire la première fois que la plupart d'entre eux entraient dans une institution pour voir des œuvres.

La première fois que nous les avons accueillis, nous leur avons fait visiter l'ensemble des collections et les avons laissés libres de choisir les œuvres qu'ils trouvaient éloquentes. Sans plus d'encadrement, nous les avons invités à concevoir des parfums pour illustrer ce qui les attirait dans ces tableaux. Cette première étape s'est déroulée sous la tutelle d'un parfumeur de Grasse qui venait régulièrement à leur rencontre pour superviser leurs travaux pratiques. Lorsque les étudiants nous ont présenté leurs créations, nous nous sommes retrouvés pris au dépourvu. Avec le recul, je pense que nous avions tant attendu ce moment, nous avions tant rêvé de parfums qui auraient été conçus spécialement pour les œuvres du musée, nous étions dans l'illusion, presque dans le fantasme d'odeurs qui auraient été magiques, saisissantes et révélatrices. Or ce qui nous a été présenté était très opaque. Les parfums étaient complexes, inintelligibles, presque abstraits. Nous ne parvenions pas à les saisir, ni à y reconnaître les œuvres d'origine. Ce fut un moment de désappointement et de confusion pour l'ensemble de l'équipe de médiation. Nous nous confrontons pour la première fois aux spécificités de la création olfactive.

Disposant de peu de moyens, les compositions odorantes ont été répandues dans l'espace d'exposition par le biais de diffuseurs d'huile essentielle. Il s'agissait d'un mode de diffusion humide pour lequel nous avons dû consulter le conservateur du musée quant aux risques potentiellement encourus par les œuvres sur le plan de la conservation. L'accord de notre hiérarchie ayant été donné, nous avons commencé

## LES TABLEAUX ONT-ILS UNE ODEUR ? LE CAS DU MUSÉE FABRE

MARION BOUTELLIER

Cela fait maintenant quelques années que le musée Fabre s'interroge sur les possibles rapprochements entre la médiation et la dimension multisensorielle. Je propose un retour d'expérience sur l'ensemble de ce que nous avons tenté de mettre en place en ce sens. Au sein du service de médiation, nous avons eu l'intuition que nos offres pourraient s'enrichir du recours à des dispositifs sensoriels, et plus particulièrement des dispositifs olfactifs. Le projet que je vais présenter s'est construit grâce à des opportunités qui ont émergé lors des nocturnes étudiantes que nous organisons. Le principe est de permettre aux étudiants de créer une animation, en lien avec les collections du musée, à partir de leurs domaines de compétences. Nous nous sommes progressivement rapprochés de l'université des sciences pensant que leurs étudiants pourraient construire un rapport particulier à nos tableaux. En 2010 nous avons débuté notre projet de médiation olfactive avec le master

à odoriser les espaces, et avons été confrontés à la plus importante problématique de ce projet : la non-maîtrise de la diffusion des odeurs. Pour créer un parfum, les étudiants s'étaient généralement inspirés d'une seule œuvre. Or avec les diffuseurs d'huile essentielle, lorsque nous installions un parfum près de l'œuvre qui lui correspondait, ce dernier envahissait toute la pièce, dans laquelle se trouvaient naturellement d'autres œuvres. Malgré l'évolution du projet et ses rééditions depuis quelques années, nous ne sommes pas parvenus à trouver une solution à ce problème qui corresponde à nos moyens.

L'étape suivante a été de réfléchir à la manière dont les parfums, après avoir été mis en présence dans le musée, allaient pouvoir être présentés au public. Les étudiants ont accordé un soin très particulier au développement de cette phase. Nous avons mis des tables à leur disposition et les avons laissés les orner de la manière qui leur semblait la plus appropriée à rendre compte de leur travail. Nous avons cette fois-ci été surpris de les voir s'orienter vers quelque chose d'extrêmement figuratif. Je retiens l'exemple d'un tableau de Vénus, qu'ils aimaient beaucoup, où cette dernière se pique à une rose. Du sang se déverse et vient teinter l'eau en rouge. Dans le parfum créé pour cette toile, nous retrouvons mimétiquement des odeurs de rose, de lilas ainsi qu'un effet terreux. Bien que l'équipe des médiateurs fût dubitative quant au résultat, nous ne sommes pas intervenus. Le soir de la nocturne, nous avons eu l'excellente surprise de constater que ce type d'associations marchait finalement très bien avec le public du musée. Au-delà de l'aspect attrayant que peut avoir la dimension olfactive, nous avons pris conscience que les étudiants s'étaient réellement appropriés les œuvres au point de pouvoir les traduire en langage olfactif auprès des visiteurs. Par-là, ils sont à nos yeux devenus de vrais médiateurs. C'est pourquoi nous les avons invités à réitérer leurs présentations pour un autre type de public, comme les personnes en situation de handicap,

et plus particulièrement des publics avec lesquels nous travaillons beaucoup, le public malvoyant et aveugle ainsi que le public scolaire. Les réactions ont été excellentes, notamment grâce au rapport qui s'est instauré entre les étudiants et les personnes malvoyantes et aveugles, auteur de l'œuvre. Cette relation faisait que nous, professionnels du musée, pouvions nous effacer et constater comment des étudiants qui ne connaissaient rien à l'art étaient parvenus à s'emparer des œuvres puis à en restituer leur perception à un autre public. À l'issue de la première édition du projet, nous avions un sentiment positif et l'envie de poursuivre en tâchant d'aller plus loin. Nous avions à cœur que les étudiants se sentent suffisamment autonomes face aux œuvres pour se détacher de la simple traduction figurative.

Nous avons donc fait évoluer notre démarche en proposant des parcours plus thématiques tels que la mythologie, la nature morte, le paysage, la lumière, l'autoportrait... Nous avons la chance d'avoir quatre plasticiens à demeure au musée, dont une qui réalise beaucoup d'ateliers autour de la nourriture. Cette dernière a rejoint le projet pour guider les étudiants dans le dépassement de la seule image du tableau. Elle leur a fait travailler sur les notions de matérialité et de texture de l'œuvre. Comment traduire en parfum la texture de l'œuvre et non plus la simple image ? Nous avons reçu les étudiants et leur avons proposé un atelier de dégustation de chocolat. La plasticienne avait préparé du chocolat moussoux, du chocolat craquant, fondant, qu'elle leur a fait déguster à l'aveugle. Les étudiants ont expérimenté ce qu'était la texture dans le domaine du goût, nous leur avons successivement demandé de traduire cette notion dans le domaine des odeurs.

Un second temps a été de leur expliquer que les œuvres ont une histoire et une matérialité, et qu'au-delà de traduire le visuel de l'image, c'est cette histoire qu'il faut essayer de s'approprier et de retraduire. Nous leur avons demandé d'aller plus en profondeur dans la personna-

lisation de leurs fragrances et de revoir la manière dont ils comptaient présenter leur travail au public, nous souhaitions qu'ils soient davantage dans l'imaginaire et le suggestif. Ils ont beaucoup travaillé avec notre plasticienne à la révision de leurs stands. La seconde édition du projet offrait, à mon sens, des présentations beaucoup plus intéressantes que l'année précédente. Les parfums étaient présentés sous forme de palette d'artiste, de gélules... C'était beaucoup plus inventif!

L'élaboration progressive de ce contenu olfactif en collaboration avec le master ICAP permet à mon sens d'illustrer ce qu'est la médiation au musée, et les défis qui sont les siens. La médiation, c'est se poser la question de ce qu'est une œuvre: est-ce une image? Oui, mais c'est aussi une texture, une histoire, et puis c'est aussi une dimension matérielle, c'est du poids, de la toile, des matériaux. Comment est-ce que je peux traduire tout cela pour le mettre à portée des publics?

Nous nous sommes aperçus qu'en travaillant avec les odeurs, nous sommes rapidement amenés à faire du lien avec d'autres supports et donc à proposer une expérience multisensorielle. Pour des raisons techniques et administratives, nous avons dû établir une convention afin de pérenniser le projet de médiation olfactive, de pouvoir le renouveler chaque année, mais également pour nous permettre de garder une trace des parfums créés par les étudiants. Même si les premiers essais ne nous paraissaient pas éloquents, nous avons à cœur de les présenter à un public large. Cette convention a permis d'aboutir à la création de petits dispositifs olfactifs portables, un par création, contenant chacun les trois notes de tête, cœur, fond, en plus du parfum qui en résulte. Ces coffrets sont destinés aux médiateurs du musée, qui doivent à leur tour s'approprier, non plus les œuvres, mais le parfum des œuvres, pour pouvoir ensuite le présenter au public. Nous nous sommes interrogés sur l'effectivité de cette passage de locuteurs. Le discours fonctionnait très bien lorsque c'était les

étudiants qui présentaient leur travail, mais allait-il demeurer aussi efficace lorsqu'un médiateur, qui n'est pas spécialiste du parfum, serait amené à présenter ce support? Nous aboutissons finalement à des visites qui sont très belles, parce que pour une fois, le médiateur est au même niveau que les visiteurs. Normalement dans la médiation, nous considérons que le médiateur doit se situer au milieu, entre l'œuvre et le public, mais à mon sens, si le médiateur est au milieu il ne fait qu'obstruer le regard. Avec les parfums, comme le médiateur n'est pas spécialiste, il entre dans un échange avec le public, et cela fonctionne très bien. En sentant le parfum, les visiteurs livrent spontanément ce que l'odeur leur évoque, le médiateur peut donc rebondir dessus pour ensuite revenir à l'œuvre. Je trouve intéressant que le médiateur ne soit pas à tout prix porteur du discours. Cela permet de remettre l'œuvre au centre du dialogue et de donner lieu à des visites sensibles qui offrent de nouvelles perspectives.

De cette expérience, nous avons pu développer de nouveaux usages, nous recevons notamment un public atteint de la maladie d'Alzheimer pour lequel la plasticienne conçoit désormais des dispositifs multisensoriels. Un dispositif supplémentaire a été élaboré à destination des familles qui souhaitent visiter le musée de manière autonome. Il s'agit d'une « box » qu'il faut retirer à l'accueil du musée, et dans laquelle figurent un ensemble d'éléments d'informations complémentaires du parcours de visite. Les parfums en font évidemment partie. C'était également l'occasion pour nous de prendre le contre-pied du numérique en revenant à une manipulation plus matérielle.

La dimension de la médiation sensitive a également amené un projet sur lequel nous collaborons avec le musée du Louvre. Il s'agit d'une galerie de sculptures à toucher que nous souhaitions baptiser « L'Art et la matière ». Dans ce lieu, nous avons inclus un espace multisensoriel intitulé l'atelier du sculpteur, dans lequel il est possible de toucher

des outils et différentes matières, d'écouter le son de l'atelier et de sentir l'odeur du bronze, du marbre et de la terre. Ces odeurs servent également beaucoup dans le cadre des médiations à destination de la petite enfance, des tout-petits et des enfants de moins de trois ans.

Pour revenir au projet d'origine, le plus touchant pour notre équipe a été de constater qu'au fur et à mesure des sessions, des étudiants qui n'étaient pas du tout familiers du domaine de l'art sont parvenus à créer des parfums en puisant leur inspiration dans les concepts esthétiques des œuvres du musée Fabre.

Récemment, l'une des étudiantes du master ICAP a décroché un prix pour un de ses parfums. Elle expliquait que l'inspiration lui était venue d'un tableau de Degas, que nous ne possédons pas au musée, mais que c'est son expérience au musée Fabre qui lui a permis de concevoir autrement la création de parfum.

J'aimerais finir en présentant un des coffrets ayant résulté de notre collaboration avec le master ICAP. *Soulagé* est l'un des derniers parfums à avoir été créé. Il se compose d'accords de bois noirs, de fleurs blanches, d'un accord «neige» et d'un accord «industriel». Notre équipe de médiation rencontre un franc succès lorsque ce parfum est présenté à nos publics. En guise de bilan, ce que nous trouvons très encourageant dans la médiation olfactive, c'est le fait que les publics apprécient de se retrouver dans une position d'égal à égal avec le médiateur. Ils s'investissent par conséquent davantage dans la construction d'un discours à déployer autour de l'œuvre et je trouve cela absolument formidable.

## LA MÉDIATION MUSÉALE : ENTRE DISPOSITIFS IMMERSIFS ET VALORISATION PATRIMONIALE LOCALE

CRISTINA BADULESCU

Ma présentation va s'articuler autour de la médiation culturelle et des dispositifs de médiation muséale, et plus particulièrement des dispositifs immersifs que j'ai étudiés au fil de mes recherches. Les premiers sont relatés dans ma thèse de doctorat, *Médiation muséale et dispositifs de préfiguration du sens*. Une nouvelle approche expographique du musée international de la Parfumerie (MIP) de Grasse, qui a été soutenue en 2010 à l'université de Bourgogne sous la direction de Jean-Jacques Boutaud, spécialiste de la communication du sensible. Ma thèse a été réalisée en partenariat avec le MIP dans le cadre d'un plan action. J'ai accompagné ce musée qui a complètement été refait sur le plan muséographique et expographique de 2004 à 2008. Le projet de restauration muséographique a été finalisé en 2009 et ma thèse est arrivée juste après. Ma communication s'inscrit égale-



ment dans le cadre d'un programme de recherche<sup>1</sup> que je développe en tant que maître de conférences à l'université de Poitiers. Nous travaillons sur l'avenir des industries culturelles créatives. Dans le cadre de ce programme nous nous intéressons au musée numérique et aux dispositifs de médiation immersive dans l'espace muséal. Nous travaillons avec plusieurs institutions culturelles de la région comme la cité internationale de la Bande dessinée et de l'image d'Angoulême, le musée du Papier d'Angoulême et, plus récemment, avec la cité du Vin à Bordeaux. Voici rapidement esquissés le périmètre des terrains de recherche sur lesquels j'ai questionné la problématique de la médiation immersive et sensible qui me préoccupe depuis maintenant une dizaine d'années.

La problématique centrale de mes recherches est articulée autour des logiques de construction des dispositifs de médiation immersive, ainsi qu'autour des stratégies narratives qui permettent de former la préfiguration du sens. Cette notion de préfiguration s'inscrit dans l'herméneutique de Paul Ricœur et questionne la conception des dispositifs de médiation et les formes d'affordance<sup>2</sup> qui permettent de transformer la visite muséale en visite convertie. Comment anticiper-t-on la rencontre avec le visiteur ? D'autant plus lorsque nous travaillons sur un sujet sensible comme le parfum ou le vin. Il s'agit bien entendu une problématique très large, à laquelle je n'ai pas encore trouvé de réponse, et qui sous-tend deux autres questionnements. Le premier porte sur l'expérience muséale. Qu'entend-on par expérience muséale ? Pouvons-nous la communiquer ? Communiquet-on l'expérience ? Le souvenir de l'expérience ? Le deuxième porte sur la spécificité de la communication du sensible qui, dans l'espace muséal,

1. Projet Numéric, développé dans le cadre du CPER/FEDER « Avenir des industries culturelles créatives », dirigé par le professeur Valérie-Inès de La Ville.
2. Thierry Bardini, « Changement et réseaux socio-techniques : de l'inscription à l'affordance », *Réseaux. Communication, technologies, société*, n° 76, 1996, p. 125-135.

se construit autour de trois processus qui sont à la fois polysensoriels, synesthésiques et synchrétiques.

Dans mes travaux de recherche<sup>3</sup>, j'ai démontré que la notion de dispositifs de médiation culturelle résulte d'un entrelacement entre deux axes de la recherche. Le premier, ce sont les objets muséaux mis dans l'espace pour traduire un certain discours sur la culture. Par objet muséal, je distingue l'objet matériel qui, une fois mis dans l'espace d'exposition acquiert une opérativité symbolique par le geste de patrimonialisation, de l'objet sensible. Le parfum porte un discours sur la culture, sur une civilisation, sur une société, une socialisation. En parallèle, je me suis intéressée à la question du public et surtout à celle des publics pour lesquels le musée s'engage dans une démarche de démocratisation de la culture. J'ai étudié plusieurs types de publics, des publics adultes, enfants, actuellement je m'intéresse à un type de public très peu étudié en France qui est le public familial (parents et enfants). Par exemple, comment un musée peut-il produire un discours muséal qui s'adresse aux familles ? Voici le cadre épistémologique dans lequel se déploie cette notion de dispositifs de médiation. J'ai expliqué dans plusieurs travaux de recherche que les dispositifs préfiguratifs représentent l'entrelacement de plusieurs types de médiation, que j'appelle « méditations conjointes<sup>4</sup> ». On parle tout d'abord de médiation muséale, l'objet patrimonial comme forme de médiation. Au musée de Grasse, on montre le contenant pour exprimer la force symbolique des contenus. Cette médiation muséale doit intégrer la médiation humaine, car considère le médiateur comme un passeur, qui facilite l'accès aux

3. Cristina Badulescu, *Médiation muséale et dispositif de préfiguration du sens : nouvelle approche épigraphique du musée international de la Parfumerie (Grasse)*, thèse soutenue en 2010 à l'université de Dijon ; Cristina Badulescu, Valérie-Inès de La Ville, « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée. Analyse des enjeux épistémologiques à partir du cas du musée de la Bande dessinée », *MEI*, n° 42, p. 28-38, 2017.
4. Cristina Badulescu, Valérie-Inès de La Ville, « Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée », *op. cit.*

savoirs et à la culture. Une médiation muséale, qui s'appuie sur la notion d'opérativité symbolique renvoyant à une forme d'efficacité et à la nature de la relation, c'est-à-dire aux propositions de mise en récit des objets scénographiés qu'elle offre à ce visiteur hybride qu'est la dyade «parent-enfant»<sup>5</sup>. Une médiation parentale, qui s'appuie sur la notion de zone proximale de développement<sup>6</sup> ouverte par la communication qui s'instaure entre le parent et l'enfant à propos de l'expographie et des questionnements qu'elle suscite. Une médiation technologique qui permet à l'enfant de retrouver les supports de ses pratiques culturelles fortement liées aux écrans, et qui vient en appui de l'activité conjointe menée par la dyade «parent-enfant» pendant le parcours de visite. Par une stratégie de la présentification c'est-à-dire la possibilité de vivre *hic et nunc* une expérience muséale conjointe, les NTIC doivent encourager la dyade «parent-enfant» à aller vers les objets et à produire aussi des liens symboliques<sup>7</sup> à partir des valeurs comme le développement de l'esprit critique, la curiosité, le partage.

Un deuxième questionnement théorique quand on parle de dispositifs de médiation touche à la notion d'expérience muséale. Sur cette question, je m'appuie sur les artistes et les travaux en marketing expérientiel. On peut entendre par «expérience muséale» ce dont on a fait l'expérience. On ne peut pas communiquer l'expérience en elle-même mais on peut communiquer la mémoire de l'expérience. Ça peut être une sensation, une pratique, un événement vécu, la connaissance subjective qui en résulte. En termes d'expérience muséale, le design d'expérience nous permet de comprendre comment rendre une visite de musée effective et efficace. Il permet tout d'abord de thématiser

5. Valérie Inés de La Ville et V. Turtas, « De la socialisation du consommateur à la participation aux activités de consommation: apports de la psychologie socio-historique et culturelle », *Management & Avenir*, n° 42, 2011, p. 131-149.

6. Lev Vygotski, *Pensée et langage* (1934), Paris, La dispute, 1997.

7. Annie Gentes et Camille Juant, *Nouveaux médias aux musées. Le visiteur équipé*, *Culture et Musées*, n° 19, 2012, p. 23-33.

l'expérience, de soutenir le thème avec des signaux positifs, de supprimer tous les signaux négatifs et de proposer des éléments tangibles permettant au visiteur de se remémorer l'expérience. Ces éléments tangibles me font penser à la cité de la Mer à Cherbourg où nous est proposée une expérience immersive intitulée « On a marché sous la mer ». Vous rentrez dans un sous-marin, un dispositif qui imite le sous-marin, et vous vivez une expérience où vous avez véritablement l'impression de descendre sous la mer. Qu'est-ce que le musée fait ? Il va prendre des photos qu'il va ensuite vendre au visiteur à la fin du parcours. Le visiteur achète donc son expression faciale durant cette expérience, c'est ça l'élément tangible qui vous permettra de vous remémorer ce que vous venez de vivre. Le design d'expérience permet également de travailler les cinq sens pour intensifier l'expérience et la rendre mémorable. On peut concevoir l'ensemble de ces axes à travers la « Roue expérientielle » de Patrick Herzel où les dispositifs se proposent tout d'abord de surprendre le visiteur, je donne un exemple de dispositif polysensoriel au musée de Grasse. Le musée vous propose une expérience immersive pour vous montrer comment il est possible de décliner ce qu'est le parfum à travers la thématique des vacances. On va donc vous proposer une expérience polysensorielle articulée autour de la thématique des vacances. Vous avez à la fois des images, des odeurs et de la musique. L'effet de surprise s'opère du fait que vous entrez dans une salle qui est complètement vide et, d'un coup, vous vivez quelque chose d'inédit. En suivant, les dispositifs créent du lien avec le visiteur et mettent le musée au service de l'expérientiel. C'est ce que nous appelons « sens » au cœur de l'expérience sensorielle.

D'un point de vue épistémique, la dernière chose que je souhaite aborder concerne la notion d'espace figuratif du sensible. J'ai démontré dans de précédents travaux de recherche que cet espace figuratif se trouve à l'entrelacement de trois processus qui sont à la fois synesthésiques, polysensoriels et syncrétiques. Pour moi la synesthésie opère

par correspondances, on a une sensation dynamique liée à une forme, une sensation thermique liée à une couleur ou bien de la permutation : toucher avec les yeux, goûter en regardant. Je parle d'une dimension transmodale<sup>8</sup>. Ce genre de propositions est formulé par la cité du Vin à Bordeaux qui, pour parler des qualités organoleptiques mais aussi proprioceptives du vin, va choisir plusieurs matières, de la soie, du velours, du bois. On est donc bien dans une dimension transmodale. On peut bien évidemment discuter de l'aboutissement du dispositif de la cité du Vin, mais l'intention est présente. Les processus polysensoriels mobilisent plusieurs sens à la fois, les condensent, les juxtaposent et c'est ainsi qu'on vient à parler d'une dimension multimodale, avec plusieurs modalités à la fois qui permettent de rendre compte de la relativité de l'expérience sensible. Au début de la visite de la cité du Vin on vous propose, à travers de la musique et des images de vous parler non pas du goût, mais plutôt de l'imaginaire du vin. Un terroir, des territoires, une culture locale et authentique. On est dans cette expérience polysensorielle et multimodale. Finalement le syncrétisme constitue ce qui nous sépare des travaux d'André Holley. Alors que le polysensoriel concerne la combinaison des cinq sens proprement dits, le syncrétisme sensoriel se définit par l'implication de différents modes de signification et de communication pour rendre compte de l'activité sensorielle. Cette fois-ci ce ne sont plus les sens, les combinaisons et permutations sensorielles qui interviennent, mais les modes sémiotiques du sensible comme le mode verbal, non verbal, gestuel, proxémique, spatial. Je donne l'exemple de la serre du musée de Grasse. Vous êtes dans la serre du musée et vous êtes face à un dispositif polysensoriel qui vous propose de sentir une odeur, de toucher et de répondre à la question : « D'où vient l'odeur ? » Quelle partie de la plante est utilisée pour créer la matière première. On est donc dans une expérience qu'on peut dire polysensorielle mais qui est

8. Jacques Fontanille, *Modes du sensible et synaxe figurative*, Limoges, PUL, 1999.

aussi syncrétique, parce qu'on est dans un contexte de visite familiale. Ce type de visite, au-delà du bénéfice cognitif – on a appris quelque chose – a aussi un bénéfice performatif. Le syncrétisme sensoriel rejoint donc la notion de médiation conjointe.

Revenons sur le musée de la parfumerie de Grasse. J'ai analysé l'espace muséal et la nouvelle proposition qui a été faite pour les agrandissements, selon une stratégie de communication complètement différente. J'ai parlé de dispositif monstratif, c'est ce qui dans la muséologie de l'objet, renvoie à une médiation de type symbolique et une stratégie de la représentation. À travers une exposition d'objets, le visiteur va se représenter le monde symbolique du parfum. Le musée est articulé de manière chronologique, on vous présente l'histoire mondiale du parfum de l'Antiquité à nos jours à travers trois axes de lecture : communiquer, soigner, séduire, qui correspondent aux fonctions du parfum à une époque donnée. Communiquer était la fonction du parfum dans l'Antiquité, communiquer avec l'au-delà plus particulièrement, c'était la fonction sacrée du parfum. Soigner était la fonction du parfum au Moyen Âge et séduire renvoie davantage à l'époque contemporaine. On est sur l'exposition d'objets, donc de contenants qui sont justement là pour symboliser la fonction du parfum, du contenu, à une époque donnée. Je parle donc d'une médiation symbolique puisque la médiation est intégrée à la muséologie et à une stratégie de la représentation. Le musée propose également des dispositifs interactifs qui sont plutôt destinés aux enfants sous forme de multimédias. Finalement le parfum est le grand absent puisqu'on a peu d'occasions d'en sentir durant la visite. Il y a un dispositif au début du parcours, un autre à la fin, quelques dispositifs olfactifs par-ci par-là, mais la démarche du musée n'est pas tant d'être sensoriel. Les dispositifs qui ouvrent la voie à une médiation de type sensible emploient une stratégie de la préréfinition, soit le « vivre ici et maintenant » l'expérience muséale. J'ai analysé ces dispositifs en les divisant en

deux parties. Il y a des dispositifs qui sont exoscéniques, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas forcément inclus dans le parcours permanent du musée. On a l'exemple du dispositif « Osmoquizz » qui participe d'une démarche immersive, le bénéfice étant à la fois ludique et cognitif. On vous fait sentir une odeur puis on vous montre une image associée. Par exemple si vous sentez l'odeur du maltol, l'idée est de vous dire que le maltol c'est l'odeur de la barbe à papa. On est donc dans la mémoire épisodique ou autobiographique. Dire que c'est l'odeur de la barbe à papa renvoie instantanément à l'image de la fête foraine, des week-ends en famille et des moments de loisirs. L'objectif c'est également de vous dire qu'aujourd'hui on n'utilise plus seulement des odeurs naturelles mais aussi des odeurs de synthèse. Et petit à petit on amène la question de comment, sur le plan chimique, on obtient l'odeur de la barbe à papa ? C'est l'un des dispositifs exoscéniques.

Pour revenir sur la cité du Vin, je me permets de préciser qu'il ne s'agit pas d'une institution culturelle publique mais d'une fondation qui s'autofinance avec une démarche de médiation et de priorités qui sont complètement différentes de celles du MIP. Si vous allez au MIP vous payez votre entrée 6 € et vous avez accès à tous les dispositifs du musée. Si vous allez à la cité du Vin vous payez 25 € pour une heure d'animation sur une installation particulière. Quel est le dispositif en question ? Il s'agit d'une animation qui est simultanément proposée en anglais et en français, au cours de laquelle on a des images qui sont projetées à 360 degrés pour expliquer ce qu'est l'univers du vin, des diffusions d'odeurs et la possibilité de déguster plusieurs cépages, plusieurs types de vin. L'objectif est à la fois ludique, expérimental mais également cognitif puisqu'il participe à l'éducation et à la formation du goût.

Le deuxième type renvoie aux dispositifs immersifs dits endoscéniques. L'exemple que je donne au MIP est la salle où l'on vous propose simultanément de sentir une odeur et de toucher une boîte,

pour comprendre quelle partie de la plante est utilisée pour fabriquer l'odeur. C'est donc toujours le dispositif présent dans la serre. Par exemple pour l'iris on utilise le rhizome, pour la rose on utilise les pétales, pour le santal on utilise les feuilles. Pourquoi ce dispositif est endoscénique ? Parce que vous êtes dans l'espace du musée et que cette expérience est complétée par d'autres éléments d'information. Vous avez d'un côté les familles olfactives et, de l'autre, une exposition qui vous permet de comprendre l'origine géographique des plantes. On est donc dans une démarche qui est certes ludique et expérimentale mais qui est aussi cognitive. À la sortie de la serre vous avez appris quelque chose.

Le musée a fait le choix de présenter de manière très diachronique et chronologique ce qu'est l'histoire du parfum, et de symboliser une époque par une odeur. Par exemple pour l'Antiquité, on a différentes salles qui présentent le parfum en Grèce, à Rome, en Égypte. Et à la fin, on a ce fameux dispositif qui permet de sentir l'odeur de l'encens, parfum employé dans l'Antiquité pour communiquer avec les dieux. Ces dispositifs sont dispersés un peu partout dans le musée. À l'époque, on avait beaucoup souligné ces ruptures narratives entre le parcours sensoriel et le parcours permanent du musée. Je ne suis en effet pas certain que le visiteur puisse faire la transition entre l'exposition permanente du musée et une odeur, d'autant plus qu'à l'époque on n'avait pas de cartels d'explication. Je me souviens que les premiers retours du public étaient assez critiques vis-à-vis de ces dispositifs implantés partout sans qu'on sache vraiment quel est le rapport narratif entre l'exposition permanente et le parcours immersif.

Je finirai sur une question. Entre la cité du Vin qui fait le pari du tout immersif et du tout numérique et le musée international de la Parfumerie de Grasse qui est dans un autre type de dosage, quelle serait la meilleure façon de communiquer sur le parfum ? Pour ma part, je n'en sais rien. Je pense que le sujet est extrêmement sensible

et qu'il est impossible de prendre une décision sans être influencé par les partis pris propres à l'institution qui nous emploie ou sans prendre une position claire quant aux politiques de médiation. La médiation est-elle une forme d'illustration ou bien est-elle le résultat d'une expérience sensible qui fait agir, réagir et se questionner?

## LES VISITES OLFACTIVES « DES EFFLUVES ET DES ŒUVRES »

ENTRETIEN AVEC CONSTANCE DEROUBAIX  
PAR MATHILDE CASTEL

Créées en 2013 par Constance Deroubaix, formatrice en parfumerie, et Carole Couturier, historienne de l'art, les visites olfactives « Des effluves et des œuvres » proposent des parcours thématiques où corresponsances entre odeurs et œuvres d'art renouvellent la conception de médiation sensorielle. Ces visites à double voix ont lieu au musée d'Orsay, au Centre Georges Pompidou, au musée du Quai Branly ainsi qu'au musée du Louvre, à Paris.

**Pouvez-vous me parler de la naissance des visites « Des effluves et des œuvres » ?**

Carole Couturier est une historienne de l'art et conférencière que je suivais en tant qu'auditrice lors de visites qu'elle animait dans des institutions culturelles. Au fur et à mesure qu'elle nous présentait des œuvres, il m'arrivait de me dire qu'il serait formidable d'avoir une

correspondance olfactive sur tel tableau ou telle sculpture. L'idée a fait son chemin quelques temps... Un jour j'ai finalement appelé Carole en lui expliquant que je participais régulièrement à ses conférences, que j'avais une expertise en parfumerie et que j'étais désireuse d'envisager avec elle un format de visite qui combinerait la perception visuelle des œuvres à la perception olfactive de fragrances choisies. Elle a répondu : « C'est génial ! Rencontrons-nous et voyons ce que nous pouvons faire ! »

Lorsque nous nous sommes retrouvées, nous n'avions absolument aucune idée de la manière dont nous allions procéder. De façon spontanée, j'ai donc proposé à Carole de lui faire sentir différentes odeurs, en l'invitant à me dire si certaines d'entre elles parvenaient à lui évoquer des images, éventuellement des œuvres. Au hasard, je lui ai fait sentir des accords, des matières premières, des notes qui m'interpellaient. À ma grande surprise, elle est très rapidement parvenue à me dire « Oh, pour moi cette odeur, c'est telle œuvre au musée d'Orsay ! » ou encore « Ça, je le verrai bien au Centre Georges Pompidou, avec quelque chose de très moderne... » Nous avons réitéré l'expérience suffisamment de fois pour nous convaincre qu'il y avait réellement quelque chose à faire de cette idée. C'est ainsi qu'est né le concept de « Des effluves et des œuvres », de manière très spontanée et intuitive.

**Le processus d'association d'une odeur ou d'un parfum à une œuvre particulière est-il demeuré aussi spontané lorsque le format de vos visites a commencé à se structurer ? Je pense à l'article « Le musée nous mène par le bout du nez ». Vous y présentiez plusieurs de vos associations effluves-œuvres. Lors de vos visites, le public est amené à découvrir approximativement une douzaine de combinaisons, or jusqu'à présent dans**

1. Agnès Rogelet et Valérie Bauhain, « Le musée nous mène par le bout du nez », *Psychologie magazine*, n° 357, décembre 2015.

**le secteur muséal, ce type de synesthésies semble si fastidieux à mettre en place qu'il ne s'applique jamais qu'à une œuvre ou deux. Je pense notamment au « Pictures and Scents of Caravaggio project » du musée de l'Hermitage de Saint-Pétersbourg, en 2005. Ce projet consistait en l'exposition unique du tableau *Le Joueur de luth* (1596) pour lequel le parfumeur italien Laura Tonatto a conçu une fragrance reprenant les éléments floraux présents dans la toile. Je pense également au dispositif « Musée sa(é)ns interdit » du musée des Beaux-arts de Valence pour lequel le parfumeur-chromaticien Didier Michel a été invité à concevoir le parfum de deux natures mortes du peintre Paolo Porpora (1617-1670). Par la force des choses, n'y a-t-il pas des automatismes qui s'instaurent à mesure que vous répétez l'exercice, et qui vous permettent de concevoir rapidement des rapprochements que les institutions muséales mettent d'ordinaire des mois, voire des années à développer ?**

Je dirais que la démarche n'est pas tout à fait la même. À l'exception de la sculpture la « déesse au crochet » qui se trouve au musée du Quai Branly, et pour laquelle le parfumeur Fabrice Olivieri a souhaité concevoir un parfum particulier, N° 1 *Odeuraction* pour sa marque Parfumologie, nous ne créons pas d'effluve sur mesure pour les œuvres. Si nous le faisons, il nous faudrait en effet bien plus que des mois pour concevoir un parcours de visite ! D'ailleurs pour la création de N° 1 *Odeuraction*, Fabrice avait retravaillé un accord ylang narcotique qu'il avait déjà en réserve, il n'était pas parti de zéro.

Nous ne créons pas d'effluve, nous sélectionnons des références au sein de bibliothèques déjà très bien fournies. Et comme Carole et moi procédons à ces choix au croisement de nos expertises respectives, il ne nous est pas réellement possible d'appropriiser ce qui relève du dialogue entre des champs de compétences différents. S'il n'y avait qu'une seule personne, à la fois experte en œuvres d'art et experte en

parfumerie, pour concevoir les parcours de visite, il pourrait effectivement y avoir des chemins de traverse. Mais comme nous sommes deux, que nous ne nous connaissons pas au départ et que nous avons chacune nos centres d'intérêt, nos affinités, nos fascinations, il ne nous est jamais possible de prédire un accord – ou un désaccord – qui se fera toujours de manière très passionnée et spontanée.

Dans le cas de l'article de *Psychologie magazine*, la journaliste nous a approchées en nous proposant l'exercice inverse de celui que nous opérons lorsque nous nous rendons dans les musées pour observer les œuvres et y associer des odeurs. Elle nous a envoyé des parfums, et nous à demandé quels seraient leurs correspondances artistiques. Un dimanche, je suis allée chez Carole avec les échantillons et les lui ai fait sentir à l'aveugle. Bien qu'elle n'ait pas une connaissance technique en olfaction, c'est une femme extrêmement fine et cultivée qui, avec ses connaissances artistiques, parvient à visualiser des choses sans que j'aie à lui expliquer ce qu'elle est en train de sentir. Elle s'est mise à faire des allers-retours jusqu'à sa bibliothèque pour en ramener des livres d'art en m'expliquant que telle odeur lui faisait penser à l'œuvre de tel artiste. Nous regardions l'ouvrage ensemble et très rapidement, nous tombions d'accord sur une œuvre. C'était chaque fois un coup de cœur, une cohérence immédiate et éloguente. J'aime à penser que ces évidences soudaines et répétées sont davantage l'indice qu'il existe véritablement un pont à faire entre différentes formes d'art. Et je crois qu'elles le sont réellement.

**Le fait que vous ayez deux expertises distinctes vous prémunit contre le phénomène d'habitude lors du processus d'association, mais chacune d'elle se fait donc néanmoins d'une seule et même voix ?**

Tout à fait, nous tombons toujours immédiatement d'accord. Soit du fait d'une texture dans le dessin, des couleurs ou des symboles

présents dans les œuvres. Je pense qu'à force de collaborer ensemble, nous sommes parvenues à créer du sens commun dans les expertises de chacune. Les associations que nous formons nous sont éloquentes de la même manière pour l'une et pour l'autre, car nous avons progressivement dessiné une base commune, mêlant ce que je connais de la parfumerie et ce que Carole connaît de l'art. C'est cette base commune, ou méthodologie intuitive, qui nous permet de voir les mêmes évidences dans le rapprochement d'une œuvre et d'un parfum. Par exemple, pour *L'Air du temps* de Nina Ricci (1948) nous avons à cœur de restituer l'ambiance de l'après-guerre, quelque chose d'apocalyptique au sein duquel se distingue pourtant une touche d'espoir. C'est ce que raconte ce parfum, dans sa stature de fleur-épicé de laquelle se détache une puissante note d'ceillet. Carole avait suggéré le tableau *Shampet* (1990) de Peter Doig qui est effectivement apocalyptique de par la confusion des formes, l'agressivité des couleurs qui peuvent rappeler celles d'un champ de bataille, et cette barque blanche qui glisse sur l'eau, comme un message d'espoir. Nous avons mutuellement reconnu *L'Air du temps*, nous étions totalement en phase. La méthodologie que nous avons inconsciemment construite au fur et à mesure de notre collaboration nous permet aujourd'hui de concevoir des rapprochements dont les messages sont suffisamment universels pour que chacun se les approprie et ce, peu importe le niveau d'instruction des gens. C'est un impératif alors que l'on souhaite proposer une médiation culturelle de qualité, se soucier de l'éloquence universelle de notre proposition. C'est pour cette raison que nous procédons toujours en deux temps au cours de nos visites. Carole commence par introduire l'œuvre tandis que je distribue des touches, imprégnées de l'odeur que nous avons choisie, à chaque membre du groupe. Une fois que le public a pris connaissance de l'odeur tout en regardant l'œuvre, je complète le discours de Carole en présentant ce qu'ils sont en train de sentir

et en expliquant ce qui, d'après nous, faisait sens dans l'association de cette senteur à l'œuvre présentée. C'est donc un format de visite à deux voix qui, progressivement, tend à n'en devenir qu'une seule puisque Carole et moi faisons de plus en plus de ponts entre nos parties respectives, nous rebondissons sur les propos de l'autre, nous créons parfois du sens de manière instinctive durant la visite, des révélations se font, des étincelles s'allument, nous n'en finissons jamais de construire du sens. Cela fait cinq ans que nous travaillons ensemble et nous n'épuisons jamais l'enthousiasme et la passion qui nous ont amenés à collaborer au départ.

#### **Comment se conçoit un parcours de visite « Des effluves et des œuvres » ?**

Nous commençons par sélectionner un établissement muséal dans lequel il est possible de réaliser des visites indépendantes grâce à l'habilitation de conférencière de Carole, puis nous choisissons une thématique en lien avec le musée. Avec le musée d'Orsay, on est par exemple dans le XIX<sup>e</sup> siècle, j'avais alors expliqué à Carole qu'au sein de l'histoire de la parfumerie, cette époque renvoie à l'introduction des matières premières de synthèse dans la palette du parfumeur, mais aussi à l'industrialisation des modes de production qui a permis des avancées d'ampleur. L'avènement de l'extraction par solvant volatil a notamment permis, en plus des huiles essentielles, d'obtenir des absolues, qui vont également gonfler les ingrédients à disposition des créateurs. Au XIX<sup>e</sup> siècle, la parfumerie est exclusivement réservée à une clientèle d'élite et de noblesse. Les parfumeurs sont encore des parfumeurs vinaigriers qui répondent à des commandes. Les parfums, qui étaient jusqu'à présent naturels et mimétiques, vont tendre vers de plus en plus d'abstraction, les parfumeurs vinaigriers vont devenir des indépendants et s'adonner à des expérimentations plus audacieuses, plus artistiques. L'émancipation de la population féminine permet

de rendre le parfum accessible à une clientèle beaucoup plus vaste. En inventant le vaporisateur, Brilhat-Savarin révolutionne la gestuelle de la parfumerie dite « de mouchoirs ». De grands changements s'opèrent durant tout le XIX<sup>e</sup> siècle pour laisser place à une parfumerie résolument moderne au début du XX<sup>e</sup> siècle. Il nous est donc apparu évident de poursuivre la visite du musée d'Orsay par une visite au Centre Georges Pompidou au cours de laquelle la chronologie de l'histoire de la parfumerie peut se poursuivre avec de grandes références telles que le N° 5 de Chanel, *Mitsouko* et *Vol de nuit* de Guerlain, *Soir de Paris* de Bourjois... Le musée du Quai Branly possède une thématique à part, la relation à l'esprit des ancêtres, et celle du musée du Louvre nous a été donnée par le comité d'entreprise d'une grande maison de parfums. Ils avaient été les premiers à réserver un créneau de visite. L'approche chronologique fonctionne difficilement au Louvre car ne correspond pas à la manière dont les œuvres sont agencées. Nous avons donc choisi de parler de la Grèce, de l'Étrurie, de Rome et aborderons plusieurs sous-thématiques telles que le sacrifice et le rituel. Nous avons également la possibilité de choisir une entrée par ingrédients. Si nous l'avions fait, nous aurions évoqué les conquêtes maritimes d'Alexandre le Grand qui ont permis la découverte des aromates exotiques et de l'encens. Une fois la thématique choisie en fonction du lieu, nous nous rendons plusieurs fois sur place pour sélectionner les œuvres et effectuer le parcours qui se dessine. En suivant, nous établissons les correspondances effluves-œuvres et nous rédigeons une trame. Nous n'avons pas ou peu de texte écrit lors de nos visites car nous mettons tant de rigueur et de sérieux dans l'élaboration de nos parcours que nous sommes totalement imprégnés du sens que nous avons construit entre les parfums et les œuvres. Comme évoqué précédemment, le discours s'affine et s'enrichit successivement au fur et à mesure des sessions.



### **Avez-vous déjà rencontré des difficultés particulières au cours de vos visites ?**

Celle à laquelle nous sommes régulièrement confrontées est due au fait que nous sommes indépendants des musées dans lesquels nous intervenons. Par conséquent, lorsque des œuvres sont retirées du parcours d'exposition, déplacées, ou que certaines salles sont exceptionnellement fermées pour cause de grève, le musée ne nous prévient pas. Dans le cas du Louvre, il nous arrive donc parfois de concevoir notre visite et d'arriver à une étape pour constater que la salle dans laquelle se trouve l'œuvre que nous souhaitons présenter est fermée au public ! Nous ne pouvons malheureusement pas intervenir sur ce paramètre, cela fait partie des risques mais habituellement, un passage au musée la veille de la visite permet d'anticiper ce genre d'imprévus.

Une autre difficulté renvoie au format de la visite guidée. Nous sommes limitées à 1 h 30 pour proposer un contenu, qui est en fait du deux-en-un, au sein de cadres exceptionnels dans lesquels nous sommes tentées de nous arrêter devant chaque œuvre. C'est extrêmement difficile d'opérer une sélection de seulement douze œuvres dans les musées où nous intervenons. Nous sommes immanquablement frustrées mais tâchons de faire en sorte que le public ne le devienne pas à son tour. C'est un jeu d'équilibre assez délicat, qui se voit d'autant plus compliqué lorsque certaines œuvres sont changées de places à notre insu !

### **Vous mentionniez le fait que le comité d'entreprise d'une grande maison de parfums vous ait demandé une thématique particulière pour la visite du Louvre, comment s'articule le lien entre « Des effluves et des œuvres » et les entreprises ? Peuvent-elles vous commander un parcours ?**

Nos interlocuteurs dans ce genre de cas ne sont pas tant les pôles création, marketing et développement parfums que les comités d'entreprise. Ces derniers planifient leurs activités avec une marge d'environ un

an. Carole et moi leur soumettons donc les différentes thématiques conçues en fonction du musée où nous souhaitons intervenir, suffisamment en amont pour leur permettre de réserver le parcours qui les intéresse. Quand nous avons annoncé que nous nous attaquions au Louvre, le comité d'entreprise de cette grande maison avait immédiatement réservé.

### **Puisque nous parlons d'avenir, comment envisagez-vous celui de « Des effluves et des œuvres » ?**

En tant qu'experte de la formation en parfumerie, j'ai conscience que ce que nous proposons avec Carole possède beaucoup de potentiel. Lorsque nous n'étions qu'au tout début de nos visites, nous tâchions de ne pas trop ébruiter nos idées car nous n'avions pas envie que ces associations effluves et œuvres, qui stimulaient tant nos imaginaires respectifs et avivaient nos passions mutuelles soient reprises, détournées, et qu'elles finissent par perdre leur âme. « Des effluves et des œuvres » ne sollicite pas uniquement les gens sur le plan intellectuel. Ces visites les font descendre dans leur propre corps et leur apportent une intuition des œuvres qui est plus instinctive, plus primaire, plus profonde, plus saisissante, et peut-être aussi plus vraie. Ce sont des visites qui sont éloquentes pour tous, même ceux qui n'ont rien à faire de l'art et du parfum, c'est pour cette raison qu'elles sont un outil puissant. Si l'on considère le tableau *Pommes et oranges* de Paul Cézanne (1895-1900) au musée d'Orsay et que soudainement s'ajoute à notre perception visuelle une odeur de damascone, c'est un peu comme si l'on ajoutait une touche au travail du peintre. Une touche olfactive qui se fond parfaitement dans l'unité du tableau et lui ajoute une valeur, une voix, une dimension supplémentaire. Une touche qui permet au tableau de se décrocher du mur et de s'emparer de l'espace d'exposition. La coupe de fruits est bien présente et à votre portée. Une odeur décuple l'aura d'une œuvre. Lorsque vous sentez l'absolue de foin

coupé du Laboratoire Monique Rémy en face de *Meules, fin de l'été* de Claude Monet, c'est soudainement vous qui êtes projeté à l'intérieur du tableau, vous devenez l'artiste, vous percevez l'ambiance qui fut celle de la peinture de ce paysage de campagne. Parfois, je m'amuse à donner une odeur aux gens en leur demandant de trouver le tableau qui lui correspond. Ils y parviennent, et ils adorent ça !

Bien que Carole et moi mettions tout notre cœur dans la conception de ces parcours, nous ne pouvons pas empêcher la copie. Le musée du Quai Branly a successivement commencé à proposer des visites parfumées et sans doute d'autres indépendants tenteront un jour de monter une offre similaire à la nôtre. Nous ne pouvons rien y faire, mais nous poursuivrons l'élaboration de nos visites olfactives avec la même passion et le même désir de créer un sens toujours plus vif et éloquent entre les œuvres, les odeurs et les publics.

### Pour une sélection de douze œuvres, nous avons donc douze parfums ?

Non pas nécessairement. Au musée d'Orsay je fais sentir dix-huit produits différents, ce sont aussi bien des matières premières que des parfums du marché. Là-bas, j'évoque l'arrivée des matières de synthèse dans la palette du parfumeur, je suis par conséquent obligée de ménager des allers-retours entre ces nouveaux ingrédients et ce qu'ils permettent de créer en parfumerie. C'est ainsi que je procède pour cette visite.

A contrario, au musée du Quai Branly, avec une thématique sur la relation au sacré et à l'esprit des ancêtres, je ne fais quasiment sentir que des parfums. La première œuvre devant laquelle on s'arrête est la « déesse au crochet », elle symbolise la croyance des insulaires du Pacifique, non pas dans les dieux, mais dans les esprits des ancêtres. C'est-à-dire que les morts deviennent des esprits qui veillent sur eux. Ce sont eux qu'il convient dès lors de prier. Dans cette idée, les plantes deviennent des intermédiaires entre le monde des vivants et

le monde des morts puisque les racines se trouvent sous terre et que la partie supérieure se trouve à l'air libre. Je sais donc que je vais devoir faire sentir un parfum qui met en valeur une plante ou une fleur. La « déesse au crochet » permet également d'aborder la sexualité des femmes puisqu'elle est figurée dans une position d'extase. En Océanie, après une relation sexuelle ou un accouchement, les femmes se positionnaient jambes écartées au-dessus d'une fumigation de bois odorant afin de purifier l'intérieur de leur corps. Là-bas, on ne se parfume pas pour séduire, mais pour devenir un être en bonne santé, bon et désirable. Un corps sain sentira bon et inversement, un corps qui sent bon est donc forcément un corps sain. Pour cette œuvre, je fais sentir N° 1 *Odorization* conçu par Fabrice Olivieri.

Devant un guerrier samourai, je vais parler de la place de l'encens au Japon lorsqu'il fut introduit dans le pays par les moines bouddhistes au VI<sup>e</sup> siècle. Ce n'est qu'à partir du XIV<sup>e</sup> siècle que les guerriers samourai utilisent l'encens pour parfumer leur casque et leur armure, afin de se créer une aura d'invincibilité avant le combat. Je parle également de la cérémonie du *kôdô* et exceptionnellement pour cette œuvre, je ne fais pas sentir de parfum. Je remets aux visiteurs un bâton d'encens du samourai qu'ils peuvent ensuite ramener chez eux. Devant les masques africains, je fais sentir *Wazamba* de Parfum d'empire. À l'origine, le wazamba est un instrument de musique composé de calebasses qui, en s'entrechoquant, créent un bruit lourd, plein et profond. Près des masques est diffusée une vidéo de démonstration de cet instrument, ce qui permet un temps multisensoriel tout à fait saisissant. Le public regarde les masques, écoute la musique du wazamba et sent le parfum du même nom, il fait une expérience totale de l'œuvre.

Au Centre Georges Pompidou, je parle de Joséphine Baker pour laquelle Jacques Guerlain a conçu *Sous le vent*, et je fais sentir ce parfum devant une vidéo où on la voit en train de danser. J'y fais également

sentir *Vol de nuit* de Guerlain devant un tableau de Sonia Delaunay. J'explique que le facon de ce parfum réinvente le motif de l'avion en hommage à Antoine de Saint-Exupéry, que son jus fut pensé pour les garçons et aventurières de l'époque telles qu'Hélène Boucher, et que le motif des hélices se retrouve également dans les cercles de couleurs de Delaunay. Que par conséquent, chacun avec son médiun, la peinture et le parfum, deux artistes se sont ici essayés à la transposition du symbole de l'aviation. Je fais sentir *Tabac blond* de Caron devant *Portrait de la journaliste Sylvia von Harden* de Otto Dix (1926) cette femme avec sa robe à carreaux, ses cheveux courts et sa cigarette. Je replace le contexte en expliquant que peu de temps avant la peinture de cette toile, les femmes portaient encore des corsets, des voilettes et des choses à frotfrous. Cette journaliste représentée dans une robe tube, courte, assise seule, avec un monocle et en train de fumer le cigare, était donc totalement révolutionnaire pour l'époque. Or, *Tabac blond* a initialement été conçu pour les hommes. Ce n'est que parce que ces derniers ne l'ont pas apprécié qu'il fut porté par les garçons, toujours désireuses de briser les codes. Le nom même du parfum renvoie au tabac américain blond qui n'était alors fumé que par les femmes, tandis que les hommes fumaient du tabac brun.

C'est comme *Monchoir de Monsieur* de Guerlain que je fais sentir au musée d'Orsay pour évoquer l'évolution de la gestuelle en parfumerie suite à l'invention du vaporisateur par Brillat-Savarin. Je me sers beaucoup du nom des parfums, mais ce n'est pas tant par facilité que parce que ces derniers sont le reflet d'une époque en plus d'une réelle intention du parfumeur. Le véritable temps fort dans ce musée, c'est celui des *Raboteurs de parquet* de Gustave Caillebotte (1875). Devant ce tableau, je parle de l'évolution de l'hygiène au XIX<sup>e</sup> siècle, et je fais sentir du musc animal pour parler des muscadins qui se parfumaient avec des notes extrêmement violentes telles que la civette pour ca-mouffler leur hygiène douteuse.

### **Vous expliquez que « Des effluves et des œuvres » est né de manière instinctive, mais aviez-vous un objectif particulier en le développant ?**

Pas du tout. Notre démarche ne répondait à aucun besoin, mais à une réelle envie de faire. Une envie de partager notre passion avec le public. C'est d'ailleurs l'absence d'objectif particulier qui fait que la cadence de nos visites est totalement aléatoire, il y a des périodes très denses comme des périodes très creuses. Nous animons nos conférences par envie, et non par nécessité.

### **Souhaiteriez-vous ajouter un élément de conclusion ?**

Oui ! J'aimerais préciser que nous n'avons jamais cherché à satisfaire ou à plaire à qui que ce soit dans le choix des parfums que nous avons respectivement associés aux œuvres sur lesquelles nous travaillons. Parce que « Des effluves et des œuvres » est un projet passionné et sincère, nous nous faisons un devoir de demeurer intègres lorsque nous choisissons les parfums. Je n'ai par exemple pas choisi d'associer le N° 5 de Chanel aux *Repassées* d'Edgar Degas (1884) pour séduire cette maison de parfums. Je l'ai fait parce que la mère de Gabrielle Chanel était repasseuse à la même époque que celle à laquelle ce tableau a été peint, qu'elle avait le même âge que les jeunes femmes qui y sont représentées, et qu'elle est morte d'épuisement à cause de la scène que cette toile donne à voir. Et si sa mère n'était pas morte, Gabrielle ne serait sans doute jamais devenue la femme dont nous gardons le souvenir, son père ne l'aurait peut-être pas abandonnée, et elle n'aurait certainement pas eu à comprendre à l'âge de 12 ans que si elle ne prenait pas sa vie en main, elle allait également mourir. Au musée d'Orsay, je pourrais concevoir une visite uniquement composée de parfums Guerlain – celle que nous réalisons actuellement compte pour 40 % de leurs créations – parce que leurs compositions sont emblématiques de cette époque. Il n'y aurait aucune autre raison

de le faire, et même avec ça, je ne le ferai pas de peur que ce soit mal interprété.

J'aimerais finir en disant que j'interviens actuellement au Château des ducs de Bretagne de Nantes dans le cadre des événements « Le château dans tous les sens » et « Noël au château ». Pour le premier, des étudiantes en médiation culturelle et moi-même avons conçu une médiation sensorielle sur le thème de la chasse à la baleine intitulée « Effluves et résonances ». Au début de ce parcours, les visiteurs ont les yeux bandés et sont invités à sentir une touche imprégnée de Calone, c'est une odeur iodée, tout en écoutant une bande sonore reprenant les bruits de la mer, de métal, d'hommes en alerte à la vue du cachalot. Nous leur proposons ensuite de retirer leur bandeau et de se diriger vers l'œuvre qu'ils pensent que nous allons aborder, qui sont deux toiles du peintre Ambroise Louis Garneray. Tandis qu'une première médiatrice aborde le thème de la chasse à la baleine à travers l'œuvre *Moby Dick*, je distribue une seconde touche, cette fois-ci imprégnée d'ambre gris. Je raconte ensuite les légendes qui accompagnent cette matière précieuse de la palette du parfumeur, son origine et son utilisation. J'explique enfin que, contrairement à la chasse à la baleine, la collecte d'ambre gris, bien que l'usage de cette matière première soit désormais interdit en parfumerie, est inoffensive pour le cétacé. L'animal n'est nullement blessé comme peut l'être le chevrotain portemusc. La seconde médiatrice explique enfin comment se déroule la chasse à la baleine et aborde les différentes utilisations qui sont successivement réalisées avec la dépouille de l'animal en s'appuyant sur les différents objets présents dans les vitrines.

« Des effluves et des œuvres » fait donc ses premiers pas en dehors de Paris, et cette médiation autour de la chasse à la baleine et de l'ambre gris me conforte sur le fait que nous pouvons créer du sens absolument partout et à partir de n'importe quelle collection. L'aventure continue!

## POUR UNE APPROCHE POLYSENORIELLE DE LA MÉDIATION

SOPHIE RADIX

Je voudrais commencer par deux propos liminaires concernant les raisons qui m'ont motivée à créer des ateliers d'olfaction et de dégustation pour enrichir l'offre de médiation culturelle du Grand Palais. Lorsque j'étais conférencière au Château de Versailles, je me suis aperçue que lorsque nous faisons visiter le château à des groupes de scolaires au lendemain des jours de fermeture – jours durant lesquels les sols sont briqués avec de la cire – les élèves réagissaient systématiquement en mentionnant la mauvaise odeur qu'ils percevaient. D'abord interloquée – puisque pour moi l'odeur de cire fait partie de ces effluves agréables et réconfortants – j'ai tenté de leur expliquer la raison et la nature de ce qu'ils sentaient. Même après cela, l'odeur leur était toujours désagréable. J'ai fini par comprendre qu'elle n'évoquait rien de familier dans leurs mémoires, qu'elle ne réveillait aucun souvenir chez cette jeune génération. Sans me l'expliquer, ce constat m'a attristée.

Non pas parce que j'aurais absolument voulu que ces enfants trouvent l'odeur de cire agréable, mais parce que je trouvais dommage qu'elle ne signifie rien pour eux. Cette nuance m'est apparue comme un sujet intéressant à approfondir.

La deuxième raison est que je travaille pour la Réunion des musées nationaux et que j'appartiens à une direction qui s'appelle la direction des publics et du numérique. Dans ce cadre, mon équipe développe beaucoup de projets numériques, qui sont passionnants mais qui ont tendance, je trouve, à désincarner le visiteur de musée. Raison pour laquelle, en parallèle des projets investissant le numérique des expérimentations, les lunettes connectées, les ateliers numériques et autres variantes, je voulais développer une approche plus sensible et plus incarnée. Les odeurs sont réputées pour favoriser ce genre de rapport et déclinent une immersion différente de celle favorisée par la réalité virtuelle des dispositifs numériques que nous développons. J'avais envie que le visiteur se projette dans un univers par le biais d'une odeur qu'on lui fait sentir, et non parce qu'il porte un casque ou des lunettes connectées. Le cône d'apprentissage d'Edgar Dale met en avant l'idée que « je vois et j'oublie, j'entends et je retiens, je fais et je comprends ». Recourir aux odeurs dans un musée est pour moi une manière de s'approprier le contenu culturel mis à disposition par le parcours d'exposition, d'être dans une position d'apprentissage actif. J'avais à cœur que l'offre dans sa globalité demeure tournée vers l'implication du visiteur, c'est pourquoi nous avons choisi de créer des ateliers. Le scénario est pratiquement toujours le même : le groupe réalise en premier lieu une visite guidée de l'exposition – temps qui sollicite les sens de la vue et de l'ouïe – puis il participe à un atelier thématique dans une salle isolée. Ces ateliers peuvent être des temps de dégustation, de découvertes olfactives ou tactiles qui font écho à des éléments vus durant la visite tout en complétant les seules appré-

hensions de l'œil et de l'oreille. À l'issue de ces ateliers, notre souhait est que le visiteur ait pu bénéficier d'une expérience qui soit la plus riche possible autour du contenu de l'exposition en cours.

En 2013, les galeries nationales accueillait des œuvres lumineuses et abstraites pour l'exposition « Dynamo ». Pour nous, historiens de l'art travaillant à la Réunion des musées nationaux, ces œuvres d'art étaient fantastiques car totalement en marge du figuratif qui était d'ordinaire présenté au Grand Palais. Pour le public, au contraire, elles étaient totalement désarmantes et abolissaient les repères. Entrer dans une salle et se retrouver face à un mur de néons qui s'allument puis s'éteignent à la manière d'une vague (John Armleder, *Voltes III*, 2004) les laissait entièrement démunis. Ils n'avaient pas de prise pour comprendre les œuvres qu'ils étaient en train de découvrir. Une salle consacrée à Carsten Höller présentait l'installation *Light corner* (2001). Il s'agit d'un étalage d'ampoules qui s'allume soudainement de manière très intense, obligeant le visiteur à fermer les yeux et à constater que l'intensité de la lumière laisse de multiples taches sur leurs rétines. *Le Rotating labyrinth* de Jeppe Hein (2007) est un labyrinthe de miroirs qui fractionne et module l'image du visiteur en train de le parcourir. De près, l'image est normalement reflétée, de loin, elle est inversée. *La Chromosaturation* de Carlos Cruz-Diez (1965) consistait en trois salles de couleurs différentes qui modifiaient la teinte des vêtements lorsque le visiteur y pénétrait. Les brouillards artificiels et colorés proposés par Ann Veronica Janssens avec *Daylight blue, sky blue, médium blue, yellow* (2011) s'inscrivent enfin dans l'héritage de Monet et Turner en venant entièrement immerger le public. Une valeur ajoutée consistait en ce que l'artiste travaillait avec de la paraffine. De ses brouillards surgissait donc une légère et familière odeur.

Les ressentis éprouvés par le visiteur dans l'exposition « Dynamo » variaient entre le « J'ai peur » et le « Je ne me sens pas bien ».

Nous avons donc choisi pour notre premier atelier de travailler sur la thématique des sens en éveil, et avons pour cela sollicité une intervention de Thierry Marx sur la cuisine moléculaire. Au cours des ateliers, il utilisait de la neige carbonique pour réaliser des sorbets minute dans des appareils remplis de jus de fruits. En matière de médiation, il nous était possible de mettre en lien cette neige carbonique avec l'installation *Bassin de brumes* (2013) de Fujiko Nakaya qui était présentée sur le parvis du Grand Palais durant toute la durée de l'exposition « Dynamo ». Le choix du travail de Thierry Marx avec la cuisine moléculaire nous paraissait cohérent vis-à-vis des œuvres lumineuses puisque ces dernières réinventent les classiques et renouvelaient la tradition. Au lieu de représenter un brouillard comme Turner savait le faire, ces artistes créent du brouillard, le sculptent avec du vent, utilisent la matière en tant que telle et nous la font expérimenter avec l'intégralité de notre corps et de nos sens au cours d'une immersion globale. Thierry Marx procède de la même manière lorsqu'il décide réinventer la tomate mozzarella en se servant d'un siphon et d'azote liquide. Il utilise lui aussi des technologies modernes pour solliciter tous les sens. La cuisine moléculaire se regarde à la manière d'une performance, le plat est ensuite scruté de près, la texture est évaluée du bout du couteau, une vérification olfactive est effectuée avant de mettre l'aliment en bouche, comme pour que le nez nous garantisse qu'il ne s'agit pas de quelque chose de dangereux. On découvre la texture et la saveur sous le palais, on cherche à retrouver le goût de la tomate mozzarella, à distinguer les effets nouveaux, à juger s'ils sont agréables ou non. Le visiteur réfléchit beaucoup, il est entièrement immergé dans l'expérience qu'il est en train de faire et dans la compréhension de la manière dont cette expérience influe sur lui. Son état est le même que lorsqu'il se trouve confronté à une œuvre de « Dynamo ». Ces premiers ateliers ont rencontré un franc succès.

En parallèle et complément de la programmation sur la cuisine moléculaire, nous avons travaillé avec David Biraud, sommelier de Thierry Marx, pour concevoir des dégustations de vins dont l'appréhension pourrait réitérer des sensations éprouvées face aux œuvres de l'exposition. Il en avait sélectionné trois : un vin d'Alsace dont le cépage blanc aromatique sollicitait fortement le sens de l'odorat, on y retrouvait des notes de rose, de litchi et de fruits exotiques ; un nebbiolo de cépage rouge à la texture premièrement rugueuse en bouche qui progressivement s'assouplit, un toro albalà avec un taux d'alcool assez important qui, suite à un départ modéré, s'intensifie en saveurs et en chaleur. L'engouement pour ces sessions fut moindre, sans doute en partie parce que la figure de Thierry Marx a fortement contribué au succès des précédentes, mais aussi du fait que le succès de ces ateliers dépend du succès de l'exposition à laquelle ils se rattachent. « Dynamo » n'était pas une programmation ayant fait l'unanimité auprès du public.

Nous avons conçu une nouvelle programmation au printemps 2014 pour « Moi Auguste, empereur de Rome ». Dans cette exposition, une importante partie du parcours était consacrée à la présentation du vin comme ayant été un facteur fort de romanisation. Nous avons donc naturellement décidé d'investir à nouveau ce médium. Nous avons travaillé avec un œnologue recommandé par David Biraud, Vincent Pateux, qui nous a fait découvrir le Mas des Tourelles, un site archéologique datant du 1<sup>er</sup> siècle, de l'époque d'Auguste donc, qui se situe à Beaucaire. L'endroit est tenu par Hervé Durand, vigneron passionné d'archéologie, qui y a recrée, en partenariat avec le CNRS, une cave de vinification gallo-romaine. Un pressoir antique unique au monde a été reconstitué pour que, chaque année, l'équipe de ce vignoble puisse faire les vendanges comme on le faisait dans l'Antiquité. Le raisin est récolté, pressé au pied, puis placé dans des *dolia*. Le vin est successivement mélangé selon les principes de Columelle pour obtenir trois

variantes, une salée (*le mulsium*), une miellée (*le turriculæ*) et une épicée (*le carenum*). Lors de la visite de l'exposition, le médiateur consacrait un temps plus important aux objets dédiés au vin, puis le groupe de visiteurs était reçu en atelier pédagogique par Vincent Pateux et invité à déguster les différents vins du Mas des Tourelles. Un aménagement avait été mis en place avec les boutiques du Grand Palais de sorte à ce que les visiteurs désireux de réitérer l'expérience de dégustation chez eux puissent se procurer le ou les vins qu'ils avaient appréciés durant l'atelier. Nous trouvions intéressante l'idée que le visiteur devienne à son tour médiateur auprès de ses proches, et puisse transmettre le propos de l'exposition par le biais du médium vinicole. Deux crênesaux pour les individuels et quatre crêneaux pour les groupes avaient été planifiés. Les ateliers autour du vin ont accueilli cent dix participants et plus de cent vingt bouteilles du Mas des Tourelles ont été vendues dans les boutiques du Grand Palais.

Une seconde programmation d'ateliers avait été conçue pour cette exposition, avec une intention olfactive plus saillante qu'auparavant. Nous avons travaillé avec Cinquième sens, société de création et de formation en parfumerie, afin de recréer l'atmosphère odorante des rues de Rome au I<sup>er</sup> siècle. Rome était un port à l'époque, le résultat était par conséquent intéressant sans être des plus agréables. Cinquième sens travaille avec des petites orgues à parfums portables et suggère des approches variées pour permettre au public de s'approprier les odeurs qu'il découvre. On invite notamment le visiteur à choisir un mot, une couleur, un sentiment qui pourraient qualifier l'odeur telle qu'il la perçoit. Cette formule de portrait chinois a relativement bien marché au cours de nos ateliers pédagogiques. Pour « Moi Auguste, empereur de Rome », Isabelle Ferrand, présidente de Cinquième sens, a choisi de nous faire découvrir le *kipsi*, considéré comme étant le premier parfum de l'humanité dont on connait aujourd'hui la formule. Il était principalement utilisé en Égypte et se compose de myrrhe, de safran,

de miel, de menthe, de raisin, de genièvre et de genêt. Une anecdote amusante consiste en ce qu'à l'époque, pour diffuser les parfums dans l'espace, les maîtres demandaient à leurs esclaves de mâcher des fleurs puis de leur souffler sur le visage, de sorte à ce qu'ils s'imprègnent de l'air parfumé. On peut donc considérer que l'un des tout premiers dispositifs olfactifs était l'haleine et le souffle des hommes ! Malgré une large prospection aux contacts de la Réunion des musées nationaux (sept mille abonnés), ces deux types d'ateliers ne suscitèrent une nouvelle fois qu'un intérêt très modéré de la part du public.

À l'hiver 2014, les ateliers conçus pour l'exposition « Hokusai » ont, quant à eux, eu un succès tel qu'il nous a fallu ajouter des crêneaux à la programmation initiale tant il y avait de demandes. Plus d'une dizaine de sessions ont eu lieu autour de la thématique du saké, boisson sur laquelle l'artiste avait rédigé un traité évoquant ses modalités de fabrication, de consommation ainsi que son importance en tant que marqueur culturel. Notre intervenant était Sylvain Huet, premier et unique saké samouraï français ainsi que créateur du salon européen du saké qui a lieu chaque année à Paris. Nous avons découvert le haut niveau d'exigence que requiert une dégustation de saké. Au cours des ateliers, le visiteur découvrait le breuvage dans un verre à pied, puis dans des coupelles de bronze, puis dans des bols en céramique, et appréhendait progressivement la différence des textures, des effets et des odeurs qu'engendrait le choix du contenant. Trois sakés étaient présentés au public, proposés l'un après l'autre, chauds, à la dégustation. Puis le premier saké était de nouveau proposé mais froid. Le succès de l'exposition et la richesse du discours tenu par Sylvain Huet ont fait des ateliers sur le saké la réussite la plus saillante de notre programme pédagogique. Les sessions programmées début 2015 pour l'exposition « Haïti : Deux siècles de création artistique » autour de la dégustation du rhum et du chocolat produits localement, ont en effet

cruellement souffert du manque de succès de l'exposition (sept places sur vingt-cinq ont été vendues lors de la première session) au point que plusieurs créneaux ont dû être annulés.

Pour l'exposition « Jean Paul Gaultier », au printemps 2015, nous voulions mettre en place des ateliers olfactifs sur les parfums de la marque. Le groupe Puig, qui possède la marque des parfums Jean Paul Gaultier, ne nous a pas donné son autorisation. Refus qui nous a semblé d'autant plus dommageable qu'une médiation olfactive a pu être mise en place lors du passage de cette exposition à Londres.

Pour l'exposition « Elisabeth Louise Vigée Le Brun » fin 2015, nous avons été contactés par un metteur en scène et une comédienne ayant monté une pièce sur l'amitié qui liait l'artiste à Madame du Barry. Ensemble, nous avons conçu une visite guidée de l'exposition à deux voix au cours de laquelle s'alternaient le discours de médiation d'une conférencière et des passages des *Mémoires* d'Elisabeth Louise Vigée Le Brun interprétés par la comédienne. Ce format durait deux heures et le taux de réservation a dépassé nos attentes, il nous aurait été possible d'ajouter de nouveaux créneaux. L'atelier pédagogique en aval de cette visite racontée renouvelait notre collaboration avec Cinquième sens et portait sur l'univers olfactif du XVIII<sup>e</sup> siècle. Isabelle Ferrand évoquait l'influence de Marie-Antoinette et de ses goûts champêtres sur les tendances de la parfumerie de l'époque. Onze matières premières emblématiques avaient été présentées au public pour illustrer ces changements : l'absolu de rose, le santal de Mysore, le cèdre, le rhizome d'iris, le galbanum, le benjoin, la bergamote, le jasmin, le lys, la jonquille et la tubéreuse. On faisait également découvrir une réécriture du parfum *Triumph* connu pour avoir été créé par Jean-Louis Fargeon, parfumeur de la reine. Étant uniquement composé de matières naturelles, la recreation de ce parfum coûtait

extrêmement cher (seulement six essais avaient pu être réalisés pour obtenir la version que nous avons sentie) c'est pourquoi, malgré de nombreuses demandes, il n'a pas été possible de commercialiser la composition de Cinquième sens comme nous l'avions auparavant fait avec le vin du Mas des Tourelles. Ces ateliers ont conquis un public plus spécifique que les précédentes sessions, d'avantage soucieux de la qualité des contenus et plus impliqué dans la coconstruction du discours de médiation. Les quatre créneaux programmés étaient complets et ont permis d'accueillir cent participants.

Enfin, pour l'exposition « Jardins » en 2017, nous avons conçu des outils de médiation tactiles et olfactifs, à usage des médiateurs du musée, en vue des visites adressées aux publics spécifiques. Les personnes en situation de handicap pouvaient appréhender les odeurs vase et terre humide, conçues par Cinquième sens, des morceaux de bois d'acajou, de pin, de chêne et de hêtre, des échantillons d'herbes coupées, de cire, de rhizomes et de lavande ainsi qu'une sélection d'œuvres traduites en thermorelief. Ces outils étaient également utilisés pour les visites dites d'imprégnation à destination du jeune public, comprenant les grandes sections de maternelle, les classes de CP et de CE1.

Le bilan des ateliers que nous avons mis en place est mitigé, puisque nous sommes forcés d'admettre que leur succès dépend de celui des expositions auxquelles ils se rattachent. Or, leur organisation et le recrutement d'intervenants de qualité engendrent des coûts qui n'ont parfois pas pu être rentabilisés et ont considérablement mis en danger la répétition de l'offre. À l'heure actuelle, nous ne savons pas si ce format est le plus adapté et le plus pertinent à l'intégration de la polysensorialité dans les offres muséales. Faute d'être une solution optimale, nous espérons néanmoins que ces ateliers constitueront une avancée significative dans l'établissement d'une formule adaptée.





FILIGRANE

# ODORAMA. L'INSTINCT OLFACTIF DE LA FONDATION CARTIER POUR L'ART CONTEMPORAIN

MATHILDE CASTEL

## L'odeur au prisme de l'hypermodernité

Bien que pouvant constituer l'un des filtres de lecture les plus probants de la singularité de l'odeur telle que ce médium cherche aujourd'hui à s'imposer dans le champ artistique et culturel, l'engouement olfactif dont nous faisons le constat depuis deux décennies ne fut que très peu mis en regard avec la sociologie de l'hypermodernité. Souvent au profit d'un sacrement philosophique de l'odorat<sup>1</sup> qui, bien que lui offrant son *happy ending* dans l'histoire de la considération des sens de l'homme, ne livre que peu d'indices quant aux possibilités d'éloquence olfactive au sein de l'environnement muséal du XXI<sup>e</sup> siècle. L'hypermodernité, conçue comme une société synonyme de

1. Chantal Jaquet, *Philosophie de l'odorat*, Paris, PUF, 2010; Annick Le Guéver, *Le Parfum. Des origines à nos jours*, Paris, Odile Jacob, 2005.

« toujours plus, toujours plus vite, toujours plus extrême<sup>2</sup> » se serait affirmée dans les années 2000. On peut situer l'écriture des premiers essais ayant structuré sa pensée entre 2004 et 2006<sup>3</sup>, période à laquelle émergent également les premiers blogs traitant du parfum<sup>4</sup>. Outre ce rapprochement chronologique, peut-être fortuit, la sociologie hypermoderne développe des axes de pensée relatifs à la temporalité et au corps qui ne sont pas sans faire écho aux manifestes d'art olfactif<sup>5</sup> qui apparaissent progressivement dans le sillage de Carlo Carrà<sup>6</sup>.

Pour Nicole Aubert<sup>7</sup>, la dictature du temps réel engendrée par les nouvelles technologies de la communication est caractéristique de notre société, devenue celle du présent immédiat au sein de laquelle notre rapport au temps ne s'articulerait plus que selon les modalités de l'urgence, de l'instantanéité et de l'immédiateté. Elle attribue à cet espace-temps du présent éternel la paternité de l'impatience chronique typique de l'individu hypermoderne. Talonné par l'urgence, l'homme-instant passe d'un désir à un autre, cherchant leur satisfaction immédiate dans l'expérimentation de jouissances intenses<sup>8</sup>. Privé de la durée nécessaire à l'établissement des sentiments,

2. Gilles Lipovetsky, *Les Temps hypermodernes*, Paris, Le livre de poche, 2006.

3. Nicole Aubert, *L'Individu hypermoderne*, Toulouse, Éres, 2004; François Ascher, *Le Mangeur hypermoderne*, Paris, Odile Jacob, 2005; Gilles Lipovetsky, *Le Bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hypercommunication*, Paris, Gallimard, 2006.

4. Denyse Beaulieu, « Blogs parfum: quand les amateurs deviennent émetteurs », conférence tenue le 24 septembre 2013 au musée international de la Parfumerie de Grasse.

5. Peter de Cuperes, « Olfactory art manifest », *Scents in context: Olfactory art*, Duffel, Stockmans, 2017; Christophe Laudamiel, *Liberté, Égalité, Fragrance: a fragrance manifesto*, 2016.

6. Carlo Carrà, « La pittura dei suoni, rumori, odori: Manifesto futurista », *Manifesti del movimento futurista*, 1931.

7. Nicole Aubert, « L'urgence, symptôme de l'hypermodernité: de la quête de sens à la recherche de sensations », *Communication & organisation*, n° 29: *Figure de l'urgence et communication*, p. 11-21, 2006.

8. *Ibid.*

l'hypermoderne se voit réduit à la seule possibilité d'éprouver des sensations, qu'il choisit puissantes et multiples pour palier à leur brièveté. L'auteur lit dans cette attitude la « volonté de s'étourdir et d'évacuer la question du sens<sup>9</sup> » ou bien celle de « trouver dans les limites du corps une frontière de sens que ne donne plus l'ordre social<sup>10</sup> ». Sur le plan parfümistique, cette tendance se retrouve dans le saisissement du *shoot olfactif*/exponentiellement mentionné pour évoquer le choc esthétique que peuvent provoquer certains jus. L'être hypermoderne chercherait donc à expérimenter via l'intermédiaire de son enveloppe physique ce qu'il ne peut plus faire au travers de son existence<sup>11</sup>. Dès lors, la notion de corps devient nécessairement centrale à sa compréhension.

Marcel Gauchet met en avant l'idée que l'homme-instant peut également se définir par la tentative de réappropriation de son propre corps<sup>12</sup>. Il accorde, pour se faire, une attention toute particulière aux émotions dont sa chair est l'origine, et tente de dégager une pensée des sensations ainsi perçues. Pour l'hypermoderne, le médium du corps est considéré comme capable de faire ressentir des choses plus significatives encore que la pensée. « Désormais, l'expérience quotidienne se définit dans une fusion de l'éprouvé corporel, affectif et intellectuel<sup>13</sup> ». Cette inversion dans l'attribution des valeurs respectivement accordées au corps et à l'esprit fait à son tour découler ce que Nicole Aubert qualifie de « transcendance de soi ». Celle-ci se caractérise par le fait que « la source de sens vers laquelle on se pro-

9. *Ibid.*

10. *Ibid.*

11. David Le Breton, *Conditiões à risque: des jeux de mort aux jeux de vivre*, Paris, PUF, 2002.

12. Marcel Gauchet, « Vers une mutation anthropologique? », dans *L'Individu hypermoderne*, op. cit., p. 291-301.

13. Séverine Marreau, Rémi Mercarelli, Mathilde Puh, « Quand les institutions culturelles s'ouvrent au marketing sensoriel... et s'en défendent: enjeux et paradoxes », *Management prospective*, n° 22: *Management & avenir*, février 2009, p. 94.

jettes n'est plus, comme dans les religions traditionnelles, extérieure à soi-même, elle est intérieure: la source de sens, c'est soi-même<sup>14</sup>. »

Temporalité de l'urgence<sup>15</sup>, impatience chronique de l'individu à satisfaire un flux permanent de désirs, appelant l'expérimentation de sensations éphémères toujours plus intenses, plaçant le corps au centre du processus de jouissance, et se référant à une vérité individuelle et autonome. Ne trouve-t-on pas dans l'hypermodernité la parfaite occasion d'un avènement olfactif? Par-là, entendons également « opportunité de marché ».

Gilles Lipovetsky interprète aisément les attentes du consommateur hypermoderne par la nécessité de production de « dispositifs susceptibles de procurer des plaisirs sensitifs et émotionnels<sup>16</sup>. Pour lui, l'objet de consommation s'impose dorénavant comme vecteur d'esthétique et place l'accent sur le sensualisme de la relation entre le produit et l'individu, ainsi que sur l'importance du vécu<sup>17</sup>. Nous retrouvons ici l'origine du marché des dispositifs olfactifs tels que nous les appréhendons lorsque nous planifions une programmation à caractère sensoriel dans un environnement expographique. Aujourd'hui, si vous souhaitez concevoir un événement olfactif, pléthore de sociétés proposent des moyens adaptés à votre projet et votre budget. Vous êtes conseillé, accompagné jusqu'au jour de lancement, parfois même suivi sur les étapes de maintenance des dispositifs mis à votre disposition. L'ensemble des offres de service pensées pour la conception et la réalisation d'une programmation olfactif justifient la prolifération vertigineuse d'expositions revendiquées sensorielles

14. *Ibid.*

15. L'odorat est originellement un sens d'alerte, avertissant d'un danger et appelant une réaction motivée par un instinct de survie.

16. Gilles Lipovetsky, *Le Bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*, Paris, Gallimard, 2006.

17. *Ibid.*

depuis 2012. Urgence et intensité réitérées dans la perception de sensations brèves appelant la création et la consommation de dispositifs à même d'apaiser les désirs insatiables du corps, l'hypermodernité se présente comme l'incubateur de l'avènement olfactif et des moyens permettant son expographie.

À l'heure où les odeurs arrivent donc clé en main au musée, je crois pour ma part éduquant d'inviter à la relecture d'une programmation ayant osé l'ambition d'une effectivité olfactif au tout début des années 2000, alors que rien n'avait encore été pensé pour permettre aux institutions culturelles d'odoriser leurs espaces, et que tout était encore à inventer.

### Chronologie expographique

J'ai tendance à considérer que le premier musée des odeurs trouve son incarnation dans le musée François Tillequin en 1882; que la volonté d'exposer le parfum industriel remonte aux expositions universelles et se concrétise dans le musée centennal de la classe 90 en 1900; que celle d'expographier la dimension olfactif se retrouve au musée de l'homme avec « Homme, parfums et dieux » en 1980, puis au musée national d'Histoire naturelle avec « Parfums de plantes » en 1987; et que l'ingéniosité d'un appareil conçu pour la diffusion odorante s'affirme au XV<sup>e</sup> siècle avec les *casting bottles* ou « bouteilles à jeter des eaux de senteurs ». Mais bien sûr, au fur et à mesure qu'historiens, anthropologues et muséologues inventent leurs savoirs en fonction de la focale olfactif, ces repères sont susceptibles de laisser la place à des références antérieures, nouvellement révélées.

En matière de programmations expographiques ayant fait démons-tration d'une véritable innovation quant aux dispositifs conçus pour localiser le parfum dans l'espace muséal – exception faite des rénovations du musée international de la Parfumerie de Grasse en 2006 – il est coutumier d'évoquer l'exposition « The Art of Scent. 1889-2012 »

conçue par Chandler Burr pour le Museum of Art and Design de New York en 2012<sup>18</sup>. Il s'agissait d'une rétrospective articulée autour d'une sélection de treize parfums ayant marqué, si ce n'est dessiné, l'histoire de la parfumerie moderne. N'étant pas la première exposition à considérer le parfum comme une œuvre d'art et à le traiter comme telle au sein de l'espace muséal, cette programmation avait opté pour une scénographie entièrement consacrée à l'expérimentation des modalités de perception olfactive. Sa conception fut confiée aux architectes de l'agence Diller Scofidio + Renfro, qui ont développé pour ce projet douze fosses directement intégrées dans les murs et pourvues d'un système de diffusion sèche, ainsi qu'un distributeur de cartes parfumées, également intégré dans les parois murales. Leur travail, visant ici la mise en présence effective des odeurs tout en jouant de leur invisibilité intrinsèque, se fait illustration des propos de Mathieu Copeland : « Se jouant d'un rôle non désiré, mais finalement peut-être aussi bien présent, il est tout à fait possible de voir dans le vide la plus belle exposition d'architecture qui puisse être<sup>19</sup> ! ». Il me semble en effet que la notion d'exposition « vide », notamment développée par Nathalie Desmet<sup>20</sup>, peut offrir un prisme de lecture intéressant quant à l'expographe des odeurs. Entre autres, une œuvre d'art olfactive monosensorielle au sens où l'entend Chantal Jaquet, c'est-à-dire qui « consiste à parler sur le nez pur et à créer des œuvres,

18. « *The Art of Scent*, commissioned by the Museum of Art and Design in New York, is among the first museum exhibitions in the world to focus on the olfactory arts. » <https://dsmy.com/project/art-of-scent> (consulté en juillet 2018).

19. Mathieu Copeland, « Qualifier le vide », dans *Vides. Une rétrospective*, catalogue d'exposition, Paris/Zurich, Centre Pompidou/IRP-Ringier, 2009, p. 170.

20. Nathalie Desmet, *Les Expositions « vides » : économies et représentations (1957-2010)*, thèse de doctorat en arts plastiques, esthétique, dir. Jacinto Lagera, soutenue en 2012 à l'université Paris Panthéon Sorbonne; *Idem*, « L'Art de faire le vide. L'exposition comme dispositif de disparition de l'œuvre », *Nouvelle Revue d'esthétique*, n° 8, 2011, p. 40-49; *Idem*, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir », *Nouvelle Revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p. 172.

qui n'ont pas besoin d'autres supports que ce qui est odorant pour être appréhendées<sup>21</sup> », et dont on peut trouver un exemple dans l'œuvre *The Fear of Smell, the Smell of Fear* (2006) de Sissel Tolaas, invite aisément au croisement des théories entre exposition olfactive et exposition d'architecture. J'y reviendrai.

« The Art of Scent » semble avoir opéré un tournant quant aux moyens sollicités pour intégrer les odeurs au musée. Si beaucoup d'institutions se satisfaisaient jusqu'à présent – prioritairement pour des raisons de coût – de solutions odorantes *bricolées*<sup>22</sup>, elles sont aujourd'hui de plus en plus nombreuses à questionner la faisabilité d'une diffusion olfactive maîtrisée dans les espaces d'exposition. La démocratisation des savoirs relatifs à l'industrie de la parfumerie<sup>23</sup> les invite à se tourner vers des sociétés de composition<sup>24</sup>, de diffusion<sup>25</sup>, de formation<sup>26</sup>, parfois même des parfumeurs de grandes maisons<sup>27</sup>, afin de définir les systèmes les mieux adaptés au véhicule de leur discours. Le cas du grand musée du Parfum peut être ici éclairant en ce qu'il condense toutes les modalités de sollicitation de l'industrie de

21. Chantal Jaquet, « Introduction. Des objets à flâner à l'œuvre parfumée », dans *L'Art olfactif contemporain*, Paris, Classiques Garnier, 2015, p. 11.

22. Mathilde Castel, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La Lettre de l'OCIM*, à paraître.

23. Eugénie Briot, « Le marché français des parfums artificiels au XIX<sup>e</sup> siècle : entre défiance et démocratisation », *L'Industrie chimique en question*, Paris, Picard, 2010.

24. Exposition « L'Inde des sens », par la photographe Véronique Durmay et Firminich, Château des Bouliants, 2012 et défilé Mode & sens par l'ENSAD et l'IFF, Paris, 2017.

25. Exposition « Anosmie, vivre sans odorat », par Éléonore de Bonneval et Scen'ys, Paris, 2015.

26. Parcours d'exposition permanente du musée de l'Homme par Cinqième sens.

27. Depuis l'exposition « Le Ministère est au parfum » (2012) au cours de laquelle Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la communication, a remis l'insigne de chevalier des Arts et des Lettres à cinq maîtres parfumeurs (Dominique Ropion, Françoise Caron, Olivier Cresp, Danièle Andrier et Maurice Roucel) leur profession s'est vue attribuer une reconnaissance considérable de la part des institutions culturelles. Le parfumeur devient garant de l'intégrité artistique de l'odeur, au même titre que le musée garantit l'intégrité des savoirs véhiculés par son exposition, et devient donc un interlocuteur privilégié pour les commissaires d'exposition désireux d'intégrer la dimension olfactive à leur programmation.

la parfumerie envisageables en vue d'aboutir à une programmation de type muséal. Un partenariat privilégié avec la société de composition IFF, qui a notamment fourni l'intégralité des odorants présents dans les espaces de visite, un comité scientifique et culturel composé de parfumeurs (Jean-Claude Ellena, Mathilde Laurent, Patricia de Nicolai, Nicolas Beaulieu, Sylvaine Delacourte, Anne Flipo, Jean-Christophe Héralut), d'experts du parfum (Sabine Chabbert, Isabelle Ferrand, Elisabeth de Feydeau, Céline Manetta, Lionel Paillès, Roland Salessé, Elisabeth Siroi, Delphine de Swardt, Diane Thalheimer Krief); et des dispositifs expographiques olfactifs ayant fait l'objet de collaborations ambitieuses entre Scentys et différentes agences de design, d'architecture et de scénographie (Harvey & John, Jason Bruges Studio, Projectiles). Il me paraît éclairant d'assimiler cet établissement privé comme un équivalent des expositions universelles, qui ne serait plus consacré à la présentation du parfum-produit, mais à celle des dernières innovations en matière de dispositifs expographiques olfactifs. Le grand musée du Parfum indexe les moyens permettant l'exposition de l'odeur plus que l'odeur elle-même. Par-là, il se fait l'incarnation d'une théorie de l'art olfactif pensée comme rhétorique de la transparence dont cet article fera plus avant la démonstration, et cultive davantage de similitudes avec le musée des Arts et métiers qu'avec le musée international de la Parfumerie.

Ce projet s'inscrit directement dans l'héritage de « The Art of Scent ». Si Chandler Burr fut nommé conservateur de l'art olfactif par le MAD de New York à peine deux ans avant l'ouverture de son exposition, Guillaume de Maussion, ancien président du grand musée du Parfum, ne nuançait que très peu la certitude qu'il avait quant à la réussite de son projet<sup>28</sup>. Il semblerait donc que les dispositifs expographiques olfactifs permettent l'acquisition d'une certaine notoriété, voire d'un

28. « Le parfum a maintenant son écrin parisien », *Galerie & musées*, n° 80, janvier-février 2017.

certain pouvoir. Pour Cécilia Hurley-Griener, la force des dispositifs muséaux réside, en partie, dans le camouflage de ce pouvoir, celui qui, sous des airs ludiques, les élève en réalité au-delà du simple divertissement intellectuel<sup>29</sup>. Cristina Badulescu comprend une des facettes de ce pouvoir comme étant une « capacité autonome de signification<sup>30</sup> ». Autrement dit, bien que la perception olfactive en contexte expographique, a fortiori muséal, demeure inédite et que le public n'en soit pas encore totalement coutumier, le développement de dispositifs olfactifs sur-mesure pourrait lui permettre de faire sens auprès de personnes néophytes. L'effectivité de l'expérience serait totalement intégrée dans le dispositif, de la sollicitation d'attention à la discussion, en passant par la perception sensorielle et l'émission du discours qui l'accompagne. Le dispositif expographique olfactif contemporain met en présence, en saillance, fait vivre, transmet puis dialogue de l'odeur avec le visiteur. Il embarque en son sein la monstration, la médiation et s'autonomise de l'espace d'exposition tout en y étant parfaitement intégré. Dans quelle mesure ce pouvoir peut-il devenir une menace? Ou s'arrête l'accompagnement du visiteur, où commence sa manipulation<sup>31</sup>? Les dispositifs expographiques olfactifs contemporains remettent-ils en cause l'éthique institutionnelle du musée?

Opérons un bond de quinze ans en arrière et intéressons-nous maintenant à la programmation que je souhaite évoquer. Il s'agit des soirées nomades *Odorama* proposées par la fondation Cartier pour l'art

29. Cécilia Hurley-Griener, François Mairesse, « Éléments d'expologie. Matériaux pour une théorie du dispositif muséal », *Média Tropes*, vol. 3, n° 2, 2013, p. 27.

30. Cristina Badulescu, *Médiation muséale et dispositif de préfiguration du sens. Nouvelle approche expographique du musée international de la Parfumerie (Grasse)*, thèse de doctorat, dir. Jean-Jacques Boutaud, soutenue à l'université de Bourgogne, 2010, p. 175.

31. Bruno Daucé, *La Diffusion de senteurs d'ambiance dans un lieu commercial. Intérêts et tess de effets sur le comportement*, thèse de doctorat, dir. Joël Jallais, soutenue à l'université de Rennes, 2000.

contemporain en 2003. Hormis le caractère pionnier que j'attribue à cette série de happenings artistiques, *Odorama* ancre les bases de la démarche curatoriale olfactive telle qu'elle se voit aujourd'hui exercée, et peut-être prochainement reconnue et consacrée à l'échelle muséale. Les dispositifs olfactifs développés pour ces soirées, plus approximatifs que ce à quoi l'on peut désormais avoir accès, relevaient d'une finalité de contemplation au sens où l'entend Delphine de Swardt, soit « une expérience esthétique maisant dans l'attention portée au parfum, senti pour lui-même, et dans la verbalisation de son appréhension<sup>32</sup>. » Il me semble également retrouver dans les transversalités disciplinaires opérées par *Odorama*, les premières originalités faisant aujourd'hui le caractère distinctif de productions artistiques telles que les *Sensory maps* de Kate MacLean depuis 2010, *Eau succulente* de Julie C. Fortier en 2015, *Sillage, the naked perfumance* de Peter de Cupere et Kóan Jeff Baysa en 2016 ou encore *Parfum indélébile* de Philippe Di Meo, en 2016 également.

#### Moriyama et Othoniel : métaphore scénographique olfactive ?

Créée par Alain-Dominique Perrin sous l'égide de la Fondation de France, la fondation Cartier pour l'art contemporain promeut et soutient la création artistique contemporaine internationale depuis 1984. Anciennement située à Jouy-en-Josas, elle rejoint la capitale en 1994, investissant un bâtiment conçu par l'architecte Jean Nouvel, situé boulevard Raspail dans le quatorzième arrondissement. Succédant à Marie-Claude Beaud, directrice de la fondation Cartier au cours des dix premières années de l'établissement, Hervé Chandès en assure la direction depuis 1994. La collection de la fondation Cartier, comptant approximativement 1 300 œuvres émises par 300 artistes différents, est constituée de productions emblématiques des grands courants

32. Delphine de Swardt, « Le parfum : un art (em)biné », *Nez, la revue olfactive*, n° 4 : *Le Parfum et l'art*, 2017, p. 88.

artistiques contemporains depuis 1980, avec une spécificité d'acquisition pour les œuvres de grandes dimensions, et une importante ouverture sur l'art des cultures américaines, africaines et asiatiques. Ce fonds accueille les médiums de la peinture, de la sculpture, de l'image vidéo, du son, du design et de la photographie. Ne pourrait-on donc pas s'interroger quant à l'intégration future d'œuvres d'art olfactives contemporaines au sein de cette collection électorale ?

Cette idée lancée, revenons au mois de novembre 2003, coup de lancement d'*Odorama*. La fondation Cartier exposait alors les artistes Daido Moriyama et Jean-Michel Othoniel. Le premier est connu pour ses photographies en noir et blanc à fort contraste et grain apparent, le second pour ses sculptures de verre à mi-chemin entre l'ornement et l'architecture. Outre leur esthétique respective – quelque chose relevant du documentaire expérimental chez Moriyama, une poésie du rêve jouant subtilement avec les frontières du kitsch chez Othoniel – les œuvres de ces deux artistes se rencontrent sur les sujets de l'érotisme et du souvenir.

Celui de la Seconde Guerre mondiale pour le photographe, qui déclare dans une interview de 2016<sup>33</sup> précédant le vernissage de sa seconde exposition à la fondation Cartier : « Je ne dirais pas que toutes les photographies que je prends sont liées à des souvenirs d'enfance, mais c'est vrai que l'instant où je presse le déclencheur est, dans ma mémoire, relié à quelque chose d'antérieur, à mon passé. » Pour l'artiste, la photographie se crée nécessairement dans le télescopage des temps, lorsque le passé surgit de manière imprévue dans le présent, voire le futur. Le rapport au souvenir s'entretient dans son œuvre par la découverte sans cesse répétée des mutations de la société nipponne, de ses villes et de ses corps. Fascination pour la rue, théâtralisation des sujets féminins, capture du mouvement, ses images sont qualifiées

33. Clémentine Mercier, « Daido Moriyama : "On m'a toujours dit que je faisais des images sales" », *Libération*, 5 février 2016.

de « transgressives » et de « pulsionnelles<sup>34</sup> ». Jouant d'analogies visuelles entre le grillage et la résille, l'affiche populaire et le portrait volé, l'aguichant et l'insidieux, le grain des photographies de Moriyama travaille l'érotique du corps dans sa tactilité, sa matière, sa fiévroisité.

Chez Othoniel, la temporalité du souvenir est traitée par la sélection de matériaux aux propriétés réversibles, pouvant opérer un contraste important entre le monumental et le fragile. L'œuvre de l'artiste sollicite énormément le verre, notamment pour ses capacités de mutation et de métamorphose. Par-là, le souvenir est à son tour traité dans sa plasticité : son élasticité, sa cristallisation mais également sa transparence. Transparence qui, nous le verrons, est une caractéristique expographique stratégique du médium olfactif. L'érotisme apparaît quant à lui dans la suggestion d'un corps désirable, constamment absent. Un immense lit aux allures de contes de fées « où l'on aurait pu dormir ou aimer<sup>35</sup> » et des colliers démesurés dessinent la trace d'un corps, séduisant mais titanique, dont on ne sait s'il nous inspire du désir ou de la crainte. La sensualité est également présente dans la couleur des œuvres. « Les couleurs utilisées évoquent des goûts et des odeurs. [...] Le rouge, c'est évidemment la couleur de la passion, c'est le sang, une trace du corps, de l'humain. Il y a aussi une des couleurs de la chair, un rose pêche, souvenir érotique. Parfois viennent s'y mêler des auréoles et des pointes de sein orangées. Les couleurs sont sensuelles. Les formes aussi. Toutes les perles sont travaillées de façon à donner l'impression d'une caresse<sup>36</sup>. » Petit à petit une métaphore du parfum se dessine, et l'œuvre *Légrimas* est à mon sens celle qui en rend le mieux compte. Pampilles de verre suspendues dans des vases remplis d'eau, elle se présente comme une série désordonnée

34. Alexis Fabry, *Daido Moriyama, Daido Tōkyō*, catalogue d'exposition, Paris, fondation Cartier pour l'art contemporain/Toluca éditions, 2016.

35. Entretien de Jean-Michel Othoniel avec Hélène Kelmacher, dans *Crystal Palace*, catalogue d'exposition, Paris, fondation Cartier pour l'art contemporain, 2003, p. 63.

36. *Ibid.*, p. 84.

de flacons, et n'est pas sans rappeler *Aura soma*, présentée par Sylvie Fleury à l'occasion de l'exposition « Belle haleine, l'odeur de l'art » au musée Tinguely de Bâle en 2015. Il est également difficile de ne pas songer à la formule de parfum lors que l'artiste déclare au sujet de cette œuvre « les deux mille objets flottants et flottés sont autant de mots posés sur une partition imaginaire<sup>37</sup>. » Les pampilles colorées comme matières premières, l'eau des vases comme alcool, les vases comme flacons, et l'agencement comme modalité d'écriture du parfum. « Ambiguïté du décoratif, démesure de la théâtralité<sup>38</sup>. »

Thématiques du souvenir et du corps érotisé, intentionnel ou non, le croisement des expositions de Daido Moriyama et Jean-Michel Othoniel prolonge les réflexions de l'hypermodernité et ouvre la voie à une méditation olfactive, prise entre mémoire et fantasme.

### Odorama

Son installation dans le bâtiment de Jean Nouvel à Paris a permis à la fondation Cartier de concrétiser, à partir de 1994, l'envie de proposer au public un rendez-vous hebdomadaire au cours duquel les arts de la scène seraient conviés à prendre possession des espaces d'exposition. Le concept était alors inédit et fut baptisé « soirées nomades ». Est expérimentée à partir de 1999 la proposition de cycles thématiques. Le premier, *Food-Lab* (décembre 1999-février 2000), fut consacré à l'art et à la gastronomie. Le second, *Cultures physiques* (septembre-octobre 2000), croisait l'art et le sport autour des règles du jeu. *Odorama* (novembre-décembre 2003) fut le troisième cycle thématique de soirées nomades organisées par la fondation Cartier. Composé de six rendez-vous, *Odorama* mit à l'honneur le parfum, « agréable ou

37. *Ibid.*, p. 74.

38. *Ibid.*, p. 60.

dérangeant<sup>39</sup>», à travers les interventions d'artistes, de chorégraphes, de cuisiniers et de magiciens, selon des « modalités formelles sans cesse réinventées<sup>40</sup> ». La transversalité du médium olfactif avait par conséquent bien été pressentie, de même que la nécessité de penser une variété de dispositifs expographiques olfactifs adaptés au type d'expérience souhaité.

*Odorama* fut conçu par Isabelle Gaudetroy, directrice programmation et projets de la fondation Cartier, et Hervé Mikaeloff, consultant en art contemporain et commissaire indépendant. Ce dernier est actuellement conseiller auprès du groupe LVMH et fut notamment pour rester dans la thématique olfactive, commissaire des expositions « India of the senses » en 2006 et « Miss Dior » en 2013. De même que le grand musée du Parfum s'est vu fournir ses odorants par IFF et ses dispositifs expographiques par Scentys, la fondation Cartier a dû s'entourer pour assurer la viabilité olfactive d'*Odorama*. La version 2003 de ce type de partenariat rassemblait Quest international, Arcade Beauty et Prolitec.

Quest international est une société de composition qui fut rachetée par Givaudan en 2006. Les parfumeurs de Quest avaient collaboré avec les différents artistes sollicités par Hervé Mikaeloff afin de créer les odeurs présentées dans le cadre des soirées nomades. Parmi eux, Françoise Caron, qui travaille chez Takasago depuis 2007, Michel Girard, Gilles Romey, Louise Turner et Jacques Huclier, toujours en poste chez Givaudan, mais également Francis Kurkdjian, ayant créé sa propre maison de parfum en 2009, et Christine Nagel, parfumeur-maison chez Hermès, succédant à Jean-Claude Ellena depuis 2014. Dans le cadre d'*Odorama*, Christine Nagel a travaillé à la resti-

39. Dossier de presse des soirées nomades *Odorama*, fondation Cartier pour l'art contemporain, 2003, p. 1.  
40. *Ibid.*

tution d'une « odeur de la fondation Cartier » mêlant les senteurs du métal et du cèdre, incarnant respectivement le bâtiment de Jean Nouvel et le cèdre du Liban, planté par François-René de Chateaubriand au XIX<sup>e</sup> siècle. Cet effluve fut pensé en vue de la conception d'une carte nomade inédite, dessinée par l'artiste Matali Crasset. Objet hybride, ce carton d'invitation se décompose en mouillettes datées avec les différentes soirées nomades du cycle *Odorama*, invitant le visiteur à imprégner chaque touche avec « l'odeur du 20 novembre », « l'odeur du 27 novembre », « l'odeur du 4 décembre » et ainsi de suite. « L'odeur de la fondation Cartier » conçue par Christine Nagel fut encapsulée sur une esquisse du bâtiment représentée sur l'avant de cette carte nomade, devenue un singulier objet d'olfaction. Elle n'est pas sans quelques similitudes avec le distributeur de cartes parfumées conçu par les architectes Diller Scofidio + Renfro pour « The Art of Scent » dix ans plus tard au MAD. La tâche d'encapsulation avait été confiée à Arcade Beauty, entreprise spécialisée dans la technologie de diffusion d'échantillons de parfums sur papier, également appelée *scentsstrip*.

Les dispositifs de diffusion avaient quant à eux été mis à disposition par la société Prolitec. Si cette entreprise se revendique aujourd'hui intégralement du marketing olfactif, son discours était plus nuancé en 2003, s'adressant simultanément aux marchés de « l'administration de produits médicaux », de « l'assainissement de l'air » et de « l'ambiance olfactive ». Cette réserve quant à la viabilité d'une activité uniquement olfactive, n'est pas sans rappeler le jeu des chaises musicales auquel s'est livré le parfum au cours des premières expositions universelles. Partant de la classe 29 « objets de parure, savons, bougies et parfumerie » en 1851, jusqu'à la classe 123 « matières odorantes, parfumerie, savon » en 1911, en passant par la classe 25 en 1867, la classe 28 en 1878, la classe 45 « produits chimiques et pharmaceutiques, produits des sciences, produits organiques, produits chimiques employés



comme parfum » en 1889, la classe 19 « produits chimiques et pharmaceutiques, matériel de peinture, parfumerie, savonnerie » en 1893 et la classe 90 en 1900<sup>41</sup>.

La prise en main des diffuseurs fournis en 2003 fut rétrospectivement qualifiée de « fastidieuse » par les équipes de la fondation Cartier. Or, nous savons aujourd'hui que l'importante part de non-maîtrise, caractéristique de la diffusion d'odorants, justifie tout autant l'accoutumance aux échecs de programmations sensorielles, que la démesure de leur puissance lorsqu'elles parviennent à rencontrer leur public. *Odorama* demeure par conséquent une initiative exemplaire de la transversalité artistique du médium olfactif tel que nous le voyons actuellement se déployer : de plus en plus présent, prochainement incontournable ?

### Numéro 13 : du corps comme dispositif

Entrons dans le vif du sujet : *Odorama* est un cycle de six soirées nomades au cours desquelles le public fut amené à appréhender un total de six œuvres et sept performances. Chacune d'elles constitue une opportunité de lecture rétrospective de la création artistique et olfactive actuelle. L'installation-concert de Rebecca Horn pourrait être mise en regard avec *Green Aria : a Scent Opera* de Christophe Laudamiel (2009), le film en odorama de Fabrice Hybert trouverait son écho dans les pièces de théâtre odorisées de Violaine de Carmé<sup>42</sup> et *L'Odéur de l'argent* de Sophie Calle pourrait être juxtaposée à *L'Odéur de l'argent* de Julie C. Fortier (2014). *SIRAP mon amour*, conçue par Sissel Tolaas un an avant qu'IFF ne finance son premier laboratoire de recherche pourrait actualiser, comme toutes les œuvres présentées le

41. Rapports du jury international des expositions universelles de 1851, 1867, 1878, 1889, 1893, 1900, 1911, archives du conservatoire national des Arts et métiers, Paris.

42. *L'Encens et le goudron*, La compagnie du tir et la lyre, 2006 ; *Parfums de l'âme*, La compagnie du tir et la lyre, 2012-2013 ; *La Bête*, La compagnie du tir et la lyre, 2018.

11 décembre, le débat sur la « nécessité » pour les artistes traitant du médium olfactif de collaborer avec des parfumeurs pour concevoir leurs œuvres. À l'inverse, la soirée consacrée aux parfumeurs de Quest, mise en parallèle avec l'important partenariat entre IFF et le grand musée du Parfum, peut être l'occasion de questionner le degré d'intervention des sociétés de composition en contexte muséal. Dans le cadre de cet article, je ne me consacrerai qu'à l'approfondissement de deux propositions, celles m'étant apparues comme les plus complémentaires des propos rapportés dans le présent ouvrage. Il s'agit des performances *Numéro 13* de Christian Rizzo et *Parfum visible* d'Abdul Alafrez et Norbert Abouharham.

*Numéro 13* est une danse pensée aux frontières de la sculpture et du stylisme par le chorégraphe, plasticien et couturier Christian Rizzo. Les quatre danseurs qui l'exécutent – Maria Donata d'Urso, Matthieu Doze, Éric Martin et Christian Rizzo – arborent des costumes protéiformes conçus par Misa Ishibashi, ayant vocation à être rembourrés avec une variété de fleurs différente pour chacun : rose, lilas, mimosa et lys. À mesure que la chorégraphie se déroule les effluves floraux et corporels s'infusent mutuellement et transforment le passage des danseurs en sillage de parfums éphémères, prenant forme dans le croisement d'un corps odorant avec un autre. Cette performance, transformant les acteurs en matières premières et expérimentant la composition olfactive par le biais de la danse, relève autant du voir que du sentir. Les corps, chimérisés par la protubérance des costumes, deviennent étrangers et nous distancient. Fantasma de mutation artistique du corps, ce ne sont plus des hommes ni des femmes, mais des diffuseurs olfactifs en mouvement et déraison. Progressivement, l'incongru visuel influe sur la modalité perceptive. Nous ne sommes plus dans l'observation, mais quelque part entre la fascination et l'hallucination. Dépourvus de repère, nous nous raccrochons aux

odeurs de la chorégraphie, dessinant dans la frénésie des danseurs, l'esquisse d'un parfum à quatre notes: le *Numéro 13*. Cette performance fut coproduite par la fondation Cartier et le MUDAM, avec le soutien d'Eden Fleuriste Luxembourg et le concours de Francis Kurkdjian.

La raison de mon intérêt pour cette production tient en ce qu'elle corporalise la notion de dispositif expographique olfactif. Dans cette chorégraphie, ce n'est plus le parfum qui est au service du corps, c'est le corps qui est mis au service de la diffusion du parfum. On retrouve cette même logique avec *Pétrichor* de Julie C. Fortier (2013). Conçue dans le cadre d'une résidence intitulée « L'espace public sous l'emprise de la mobilité » cette proposition consiste à faire du parfum une œuvre d'art publique. Pour ce faire, l'artiste a conçu une fragrance extrêmement puissante, principalement composée de géosmine, qu'elle a distribuée aux visiteurs en invitant chaque personne à la porter, de sorte à diffuser son odeur dans les lieux publics. *Pétrichor* en tant qu'œuvre d'art n'existe donc que parce que les gens sont pensés comme des vecteurs de diffusion.

Même chose pour *Sillage, the naked performance* de Peter de Cupere et Kóan Jeff Baysa en 2016 au musée de la Mode à Hasselt, en Belgique. Il s'agissait d'un défilé au cours duquel le public avait les yeux bandés, les mannequins défilaient nus portant du parfum pour unique appareil. Dans cette performance, le rôle du corps-diffuseur s'intensifie d'autant plus que sa présence se voit réduite à la perception de l'odeur qu'il laisse dans son sillage. Sa vision et sa matérialité disparaissent, ne subsiste que l'emprunte olfactive devenue matière-résidu de l'œuvre. De nouveau métamorphosé en diffuseur olfactif, le corps des mannequins, imprégné de grands succès du marché, s'offre comme une nouvelle mise en scène du propos de « The Art of Scent », à ceci près que le nom des parfums n'était pas révélé au cours de la performance. Ce ne sont plus des dispositifs expographiques olfactifs sophistiqués conçus par des architectes qui permettent d'appréhender les parfums

industriels comme des œuvres d'art, mais le médium du corps, pour lequel ils ont été pensés et conçus.

Cet inversement dans l'attribution des valeurs de priorité, entre corps et parfum cette fois-ci, permet de prendre assez simplement, mais avec beaucoup d'efficacité, le contre-pied de l'industrie de la parfumerie à laquelle Chantal Jaquet objectait: « C'est aussi du côté des parfumeurs indépendants qu'il faut se tourner pour promouvoir une création olfactive originale qui transforme le corps humain parfumé en œuvre d'art<sup>43</sup>. » Il invite également, et de même que les théories hypermodernes, à placer la considération du corps au centre d'une théorie de l'art olfactif contemporain. Plus avant, ce changement de perspective invite à envisager le corps comme dispositif expographique olfactif original, et convie à considérer une variable à l'avenir de la diffusion olfactive artistique et muséale, plus somatique, plus sensible, plus cohérente, plus essentielle.

Il me semble également opportun de rapprocher *Numéro 13* de l'œuvre hybride *Céillères* de Roberto Greco (2017). Elle convoque simultanément la photographie, la vidéo et l'olfaction autour d'un éloge du déclin. Mettant tout à tour en scène la texture épidermique de corps anonymes et la cambure avachie de fleurs flétries, l'artiste file une mise en abyme qui nous parle d'artifices. La série photographique d'*Céillères* joue d'une analogie subversive entre le corps humain et le corps floral. Masqués sous des cocons, les visages disparus anonymisent les corps qui s'y rattachent, de même que les costumes protéiformes de Misa Ishibashi dénaturent le corps des danseurs dans *Numéro 13*. « Beauté éphémère, le floral à quelque chose de la superbe et de l'insolence. Traité sur fond de chromatique synthétique, il réveille les affinités du kitsch avec le cynisme. Comme d'un Sarah Moon, l'anorexie des tiges

43. Chantal Jaquet, « Introduction. Des objets à flâner à l'œuvre parfumée », dans *L'Art olfactif, contemporains, op. cit.*, p. 12.

fait éclore un manifeste de vanité<sup>44</sup>. Gestation identitaire des corps intensifiant la présence des fleurs, *Éillères* pourrait être l'équivalent matériel et contemporain de la performance *Numéro 13*, l'objet parfumant conçu par Marc-Antoine Corticchiato pour l'œuvre de Roberto Greco venant figer le parfum éphémère émis dans cette dernière.

Ces trois œuvres, fusionnant le parfumage avec le *body art*, interrogent le rapport qu'entretient le corps avec ses propres odeurs. *Numéro 13*, *Sillage* et *Éillères* attachent toutes au corps des senteurs artificielles. Par-là, elles prennent le contre-pied du parfum industriel tout en demeurant pourtant dans ses logiques, travestir les odeurs naturelles pour faire correspondre le corps à un idéal culturel et aux fantasmes qu'il véhicule. Cette idée nous ramène à la lecture du parfum comme théâtre-roman proposée par Marylène Delbourg-Delphis:

*Vis sous l'angle du théâtre roman, les quelque six mille noms de parfums distribués en France ces cent dernières années semblent autant de titres d'une librairie imaginaire, organisée en sections où se dispensent les visages pour d'autres vis, celles qui ne sont jamais réservées qu'aux autres et qu'on ne soupçonnait pas en soi. [...] Le parfum, théâtre roman, demeure un rêve éveillé. Il s'appuie sur tous les clichés de la culture, mais la métamorphose psychique qu'il implique le seul fait de les entendre sous la conduite réelle, ou simplement supposée de l'odorat, les recentre, les revalorise<sup>45</sup>.*

44. Mathilde Castel, «*Éillères*. Roberto Greco », *Nez, la revue olfactive*, n° 4, *Le Parfum et l'art*, 2017.

45. Marylène Delbourg-Delphis, *Le Sillage des élégantes. Un siècle d'histoire des parfums*, Paris, JC Lattès, 1983, p. 100.

Nous autres Occidentaux avons beaucoup de mal à considérer les odeurs indépendamment des sources émettrices. Nous parlons par exemple « d'odeur de poire » ou « d'odeur de cannelle ». Pourtant dans le cas du corps, nous parvenons parfaitement à renier les effluves émis naturellement pour y substituer ceux d'un parfum. Un autre type d'œuvres serait par conséquent à évoquer ici, celles qui replacent les senteurs naturelles du corps au centre de sa considération esthétique. Je songe de nouveau à trois exemples. L'exposition « Smell me » de l'artiste polonaise Martynka Wawrzyniak présentée en 2012 à la galerie Envoxy Entreprise à New York, en est le premier. Ce parcours était composé d'espaces clos dans lesquels les visiteurs étaient amenés à sentir l'odeur de la sueur, des cheveux ou encore des larmes de l'artiste qui proposait ainsi son autoportrait olfactif. « Son corps semblait avoir brillé d'une présence métonymique véhiculée par sa seule odeur dans cette exposition considérée par la plupart des critiques comme une expérience d'intimité<sup>46</sup>. » Dans cette programmation, de même que dans *Sillage*, le corps n'existe que par l'odeur qu'il laisse dans sa trace. La proposition de Wawrzyniak intensifie toutefois cette idée d'une nuance supplémentaire en rendant le corps non plus invisible, mais totalement absent. Les odeurs deviennent alors des indices et invitent le visiteur à combler cette absence par l'imaginaire. Le même type d'expérience était proposé dans l'exposition « Crystal Palace » de Jean-Michel Othoniel. Un deuxième exemple émerge une nouvelle fois de l'œuvre de Peter de Cupere, il s'agit de la performance chorégraphique *Sweat* réalisée en 2010, à mi-chemin de *Numéro 13*, de « Smell me » mais également de *The Fear of Smell, the Smell of Fear*<sup>47</sup> précédemment évoqué, ainsi que d'*Eau succulente*<sup>48</sup>. La finalité de

46. Karine Bouchard, Erika Wicky, « Description et olfaction de l'art contemporain : les mutations de la critique d'art », *Marges, revue d'art contemporain*, hors-série, avril 2014, p. 84.

47. Sissel Toolaas, *The Fear of Smell, the Smell of Fear*, 2006.

48. Julie C. Fortier, *Eau succulente*, dans le cadre de la résidence Black gaulic, Paris, 2015.

cette programmation était de recueillir la sueur émise par les danseurs pour ensuite la projeter sur un mur afin que le public puisse l'appréhender comme une œuvre. Ils portaient une nouvelle fois des costumes pensés pour l'effectivité de la chorégraphie, en plastique, hermétiques et pourvus de tuyaux reliant le nez des uns aux aisselles et parties génitales des autres. En amont de la performance, chacun d'eux a consommé un repas différent composé d'une entrée, d'une soupe, d'un plat principal et d'un dessert. Cette initiative renvoie à une manière naturelle d'influencer les odeurs émises par le corps qui n'est pas sans rappeler la pilule composée de badiane, graines de cumin, clou de girofle, cannelle et de poivre de Sichuan, que l'on consomme en Chine depuis le VII<sup>e</sup> siècle :

*Les pilules des cinq parfums du célèbre médecin Sun Simiao parfument l'haléine en cinq jours, le corps en dix jours, font que l'odeur du corps imprègne les vêtements et les couvertures en vingt-sept jours, parfument les vents du bas en trente-sept jours, parfument l'eau de lavage des mains en quarante jours et font finalement que le parfum se transmette aux mains de l'autre au bout de cinquante-sept jours*<sup>49</sup>.

Un troisième exemple pourrait être l'œuvre *Plancha* présentée par l'artiste mexicaine Teresa Margolles en 2012 à la galerie DHC/art à Montréal à l'occasion de l'exposition « Chroniques d'une disparition ». « Face à cette œuvre composée d'une grande plaque métallique chauffée sur laquelle s'évapore en tombant goutte à goutte l'eau, dont le cartel nous apprend qu'elle a été utilisée pour nettoyer les cadavres de la morgue de Mexico, la plupart des critiques convoquent sa dimension spirituelle : les gouttes vaporisées métaphorisent alors l'âme des morts

49. Georges Metallé, « Les parfums dans la Chine contemporaine », dans *Parfum de plantes*, Paris, Muséum national d'histoire naturelle, Paris, 1987, p. 169.

de Mexico<sup>50</sup>. » Bien qu'on ne sache si cette œuvre dégageait véritablement une odeur, « les critiques qui la mentionnent mettent l'accent sur la matérialité des corps, le dégoût et la crainte de ce que l'on pourrait appeler une contagion métonymique engendrée par le fait d'inhaler cette eau placée en contact avec les morts<sup>51</sup>. » L'aspect de la contamination par l'odeur est également présent dans *Petricor*<sup>52</sup> et *Ceillères*<sup>53</sup>. L'objet parfumant conçu par Marc-Antoine Cortichiatto pour cette dernière a vocation à transposer en parfum le manifeste de vanité photographique de Roberto Greco. Porter cette fragrance nous implique dans une réflexion sur notre propre finitude humaine, nous signale la fatalité du temps qui passe, nous dénonce comme étant voués à disparaître. *Ceillères* pourrait être prologue à l'instant de la mort quand *Plancha* en serait l'épilogue.

*Numéro 13*, ainsi que l'ensemble des œuvres successives participant à la considération esthétique et olfactive du corps, constituent l'un des piliers essentiels de l'art olfactif contemporain, contrefaisant la consommation publicitaire sans désir<sup>54</sup> et la jouissance obscène du corps pensé comme théâtre de signes culturels<sup>55</sup>.

### Parfum visible : théorie de la transparence

La dimension corporelle, pensée comme fonctionnelle du dispositif expographique olfactif, nous amène, au fil des œuvres précédemment évoquées, à constater la disparition progressive du corps en faveur des seules odeurs. De différents niveaux d'invisibilité, nous passons

50. Karine Bouchard, Erika Wicky, « Description et olfaction de l'art contemporain : les mutations de la critique d'art », *op. cit.*, p. 82.

51. *Ibid.*

52. Julie C. Portier, *Petricor*, dans le cadre de la résidence « L'espace public sous l'emprise de la mobilité », 2013.

53. Roberto Greco, Marc-Antoine Cortichiatto, *Ceillères*, Paris, Galerie NEC, 2017.

54. Jean Baudrillard, *La Société de consommation*, Paris, Gallimard, 1970.

55. Jean-Jacques Boutaud, « Parfums et images des corps extrêmes », dans *A fleur de peau. Corps, odeurs et parfums*, Paris, Belin, 2009, p. 143.

à une absence totale du corps qui n'est plus que suggéré par la trace odorante. Cette autonomie nouvellement permise aux senteurs affranchies de support, amène l'analyse d'une seconde proposition extraite du cycle *Odorama*.

Le spectacle *Parfium visible* proposé par Abdul Alafrez et Norbert Aboudarham a retenu mon attention par sa volonté de mettre le parfum au service de la manipulation qu'opère un magicien de son public. Or cette influence, connue et consentie par l'assemblée venue assister au spectacle de magie, soulève de profondes questions d'éthique dès lors qu'il est question d'un médium invisible qu'on ne peut anticiper, contre lequel on ne peut se prémunir, et qui agit parfois totalement à notre insu. Ces réflexions, s'appliquant activement à la pensée de marketing sensoriel<sup>56</sup>, trouveraient également et amplement de quoi se déployer dans la considération du pouvoir des dispositifs expographiques olfactifs, idée que j'ai précédemment mise en tension et volontairement laissée ouverte<sup>57</sup>. Si « un panorama historique et raisonné de la manipulation des foules par le parfum reste à écrire<sup>58</sup> » Alafrez et Aboudarham s'étaient proposés, le temps d'une soirée, de déjouer cette « arme du crime idéal<sup>59</sup> » en rendant visibles les parfums employés au cours de leur numéro de magie. Conscient que des sollicitations odorantes allaient être effectuées, le public avait alors pu être attentif à la manière dont la sensorialité olfactive influe sur son degré de concentration, son humeur et son confort. L'invisibilité et l'immatérialité des odeurs pensées comme médium artistique est un domaine de réflexion aussi vaste et fondamental que celui attaché à la dimension du corps. Ces caractéristiques interrogent les possibles formels de l'œuvre d'art olfactive, la valeur de son existence ainsi

56. Bruno Dauvé, *La Diffusion de senteurs d'ambiance dans un lieu commercial*, *op. cit.*

57. Voir p. 11.

58. Dossier de presse des soirées nomades *Odorama*, *op. cit.*, p. 5.

59. *Ibid.*

que les moyens de sa pérennisation. Ce numéro de magie rappelle, par effet de mimétisme, les performances et installations *Smell my Colour* de Peter de Cupere (2014), *Parfium indélébile* conçue par le designer Philippe Di Meo à l'occasion du salon Tranoi (2016) ainsi que les *Tags olfactifs* de Boris Raux (2010). La première, composante de ce que l'artiste dénomme comme ses « parfumanes » se déroulait en deux temps. Quatre acteurs masqués, deux hommes et deux femmes, s'alignaient nus en se tenant la main, se présentant successivement de dos puis de face afin que Peter de Cupere, intégralement anonymisé par le port d'une combinaison de peintre et d'un masque blanc, les vaporise de compositions odorantes colorées. La teinte des vaporisations permettant leur localisation visuelle, les acteurs étaient successivement amenés à déambuler parmi le public, offrant leur corps et leurs zones odorisées au nez des visiteurs. Le corps est ici toujours pensé comme vecteur de diffusion, mais s'auto-désigne comme tel, et perd par là ce que nous pourrions comprendre comme l'ascendance de la surprise. Prenons l'exemple d'une expérience quotidienne, lorsque l'on marche dans la rue, on ne s'attend pas systématiquement à percevoir une odeur chaque fois qu'une personne croise notre chemin. Ce que j'entends par ascendance de la surprise renvoie à cet instant où, soudainement sorti des pensées auxquelles nous nous adonnons en marchant, un effluve, un parfum, parvient à capter notre attention à tel point que nous arrêtons notre foulée pour tenter d'en identifier le corps émetteur. *Smell my Colour* démystifie l'expérience du sillage en donnant au public le pouvoir de savoir quels sont les corps, parmi la foule, sciemment préparés pour être sentis, mais également de savoir où chercher leurs odeurs. Par ce double effet d'indexation du corps odorisé, il me semble que nous quittons le registre du dispositif expographique sensoriel pour appréhender celui du paysage olfactif. Le compositeur Raymond Murray Schafer proposait en 1977 le terme de *soundscape* ou paysage sonore pour dés-

ser l'histoire de l'environnement sonore à travers les âges<sup>60</sup>. Pour lui, « une fois qu'un marqueur sonore a été identifié, il doit être protégé, car les marqueurs sonores forment l'identité acoustique d'une communauté<sup>61</sup>. » Le même principe figure au cœur de l'avènement des *smellscapes*<sup>62</sup> dont SIRAP mon amour de Sissel Tolaas demeure une incarnation forte. Le propos de ces cartes olfactives tient à rendre nouvellement compte des environnements dans lesquels nous vivons, principalement citadins. Que pourrait être le corps, pensé comme paysage olfactif? Pensé comme un territoire dont les effluves varient en fonction des quartiers, des heures, des saisons et de l'humeur. Il y a sans aucun doute une étude passionnante à concevoir en appliquant la méthodologie des *smellscapes* en vue d'une lecture esthétique des effluves du corps.

Plus avant, l'installation *Parfum indélébile* de Philippe Di Meo constitue un degré d'intensification supplémentaire de la visibilité du parfum qui est ici perceptible par la vue, mais également pensé pour être durable. Le travestissement du parfum pensé comme médium artistique atteint ici un paroxysme. Il s'agissait d'une structure semblable aux cabines de peinture pour voiture à l'intérieur de laquelle étaient suspendus des tee-shirts blancs portant l'inscription « Le parfum est un souvenir indélébile ». Les visiteurs étaient invités à s'emparer d'un pistolet contenant une solution de parfum ineffaçable afin de les customiser, chacun pouvait ensuite repartir avec sa création. Cette proposition succède intelligemment à *Smell my Colour* en ce qu'un

60. Raymond Murray Schafer, *The Tuning of the World (The Soundscape)*, New York, Random House, 1977.

61. *Ibid.*

62. Kate MacLean, *Sensory maps*, depuis 2007; Lucile Cresillon, *Sentir Paris. Bien-être et matérialité des lieux*, Paris, Quae, 2010; Madalina Diaconu, *Senses and the City: an Interdisciplinary Approach to Urban Soundscapes*, Berlin, Lit Verlag, 2011; Victoria Henshaw, *Urban Smellscapes: Understanding and Designing City Smell environments*, Abingdon-on-Thames, Routledge, 2013; *Idem*, *Designing with Smell: Practices, Techniques and Challenges*, Abingdon-on-Thames, Routledge, 2017.

intermédiaire, le vêtement, vient tout à coup s'interposer entre le corps et le parfum, comme s'il était inconvenable de songer parfumer le corps de manière éternelle. Comment penser une irréversibilité olfactive du corps?

L'aspect olfactif de cette idée, soulevée par l'œuvre de Philippe Di Meo, est rétrospectivement indexé par Boris Raux avec la série des *Tags olfactifs*. Ces derniers, pensés comme des happenings urbains et réalisés à l'aide de déodorants parfumés, ne laissent aucune trace visible sur les murs vandalisés par l'artiste. Les tags, de même que les tatouages, relèvent d'une affirmation identitaire, du marquage territorial, d'une revendication idéologique. Ne sont-ce pas les mêmes aspirations qui motivent notre volonté à nous parfumer quotidiennement avec le parfum de notre choix? Pouvons-nous, par prolongement de cette idée, considérer le parfumage comme profanation de notre propre corps?

Outre ces niveaux de lecture du corps parfumé, la performance *Parfum visible* me semble également l'occasion de revenir plus en détail sur les dialogues possibles entre médium olfactif et théorie de l'exposition « vide » dont je faisais mention en début d'article<sup>63</sup>. Afin de permettre l'effectivité de cette interaction, il nous faut à nouveau nous inscrire dans la théorie de l'art olfactif monosensoriel développée par Chantal Jaquet<sup>64</sup> que l'œuvre de Bertrand Lavier, N° 5 sur *Shadimar* (1987) pourrait à son tour exemplifier. Conçue dans l'héritage pionnier de Marcel Duchamp, cette œuvre consiste en « la simple pulvérisation de deux parfums connus dans une même salle<sup>65</sup> ». Interviewé par Denyse Beaulieu à l'occasion de la parution du premier numéro de *Nez, la revue olfactive*, le commissaire d'exposition, his-

63. Voir p. 244.

64. Chantal Jaquet, « Introduction. Des objets à flâner à l'œuvre parfumée. », dans *L'art olfactif contemporain*, op. cit., p. 11.

65. Denyse Beaulieu, « Conversation avec Nicolas Bourriaud », *Nez, la revue olfactive*, n° 1, avril 2016, p. 105.

torien et critique d'art Nicolas Bourriaud évoquait, à propos de la possibilité d'un art olfactif: « Ce qu'on peut essayer d'analyser, c'est la valeur de l'informe, parce qu'une odeur, par définition, est invisible. Le parfum, c'est ce que Michel Serres appelle un "quasi-objet", un objet dont l'étendue n'est pas immédiatement identifiable et qui passe de personne à personne. Il faudrait penser la parfumerie comme un art du quasi-objet<sup>66</sup>. » Considérons plus avant cette idée que l'invisibilité de l'odeur la condamne, d'une certaine manière, à n'être qu'un quasi-objet. La théorie de l'exposition « vide » ou de l'exposition des œuvres non visibles, offre une alternative de pensée intéressante à la considération de l'œuvre d'art olfactive en contexte institutionnel.

On attribue à Yves Klein la primauté de la première exposition du vide avec « La Spécialisation de la sensibilité à l'état matière première en sensibilité picturale stabilisée » présentée à la galerie Iris Clert, à Paris, en 1958. Nathalie Desmet indique néanmoins un regain d'intérêt doublé d'une propension à la muséification de ce type de programmations au début des années 2000<sup>67</sup>. Pour elle, la réactualisation d'une thématique du vide à l'échelle institutionnelle « pose la question de la disparition de l'œuvre comme corollaire de l'invention d'un véritable dispositif socio-symbolique<sup>68</sup>. » L'idée étant que l'odeur, dans son invisibilité et son immatérialité, peut être reconnue comme œuvre d'art pour peu que l'on considère ce qu'elle tend à mettre en tension d'autre qu'elle-même. Si l'œuvre d'art, monopolisant d'ordinaire l'attention du visiteur, est désormais invisible, cela se fait en faveur d'autres éléments, habituellement éclipsés par sa sur-présence visuelle. Nous envisageons donc une théorie de l'odeur comme œuvre d'art à condition d'être pensée dans l'interaction des éléments que son invi-

66. *Ibid.*

67. Nathalie Desmet, « L'art de faire le vide. L'exposition comme dispositif de disparition de l'œuvre », *Nouvelle Revue d'esthétique*, n° 8, 2011, p. 41.

68. *Ibid.*

sibilité permet de mettre en évidence. Ces éléments, développés par Nathalie Desmet et présentement appliqués au cas du médium olfactif, invitent à prendre la mesure de l'intérêt stratégique que peuvent avoir les institutions culturelles à soutenir et à participer au développement d'un art olfactif contemporain. La théorie du « vide » offre en effet de concevoir la mise en exposition de l'odeur, invisible, comme diffraction d'une sur-visibilité gratifiant tour à tour, le dispositif, le curateur, l'artiste et finalement l'institution.

« Si les œuvres invisibles ne peuvent être regardées, ni contemplées, comment le visiteur peut-il en faire l'expérience ? C'est leur dispositif d'exposition qui évite l'imperceptibilité totale<sup>69</sup>. » Si l'œuvre d'art est invisible, si l'odeur est œuvre d'art, son dispositif est le premier élément qu'elle contribue à mettre en valeur, aussi bien celui favorisant son effectivité que celui permettant son indexation. « L'exposition vide contribue à une opacification du dispositif<sup>70</sup>. » Les dispositifs expographiques olfactifs, comprenant intrinsèquement ces aspects auto-dépendants de l'effectivité et de l'indexation du médium olfactif, intègrent la mise en tension origininaire de leur pouvoir, et s'attribuent par conséquent une autosuffisance rare au sein du complexe expositoire. Plus avant, c'est également le dispositif d'exposition qui tend à se révéler sous l'invisibilité de l'odeur. « L'exposition à l'apparence vide vise à rendre visible les signaux qui font le contexte de monstration et l'idéologie qui s'y cache<sup>71</sup>. » D'après Jean Davallon, la différence entre œuvre et exposition consiste en ce que cette dernière ne se montre pas, elle montre. « Mieux même : elle serait au service de ce qu'elle montre<sup>72</sup>. » Pour Nathalie Desmet, l'exposition joue généralement

69. Nathalie Desmet, « Une relation esthétique impossible : les expositions dans lesquelles il n'y a rien à voir », *Nouvelle Revue d'esthétique*, n° 3, 2009, p. 86.

70. *Ibid.*

71. Nathalie Desmet, « L'art de faire le vide », *op. cit.*, p. 42.

72. Jean Davallon, *L'Exposition d'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 7.

une fonction transitive assurée par le recours à divers outils<sup>73</sup>. Toutefois, l'invisibilité de l'odeur, révélant premièrement ses dispositifs de mise en présence et d'indexation, tend à mettre en lumière les procédés de monstration de l'exposition qui l'inclut. Se créer alors une problématique relevant des paternités respectives des œuvres et de la programmation expographique, entre autres, il est souvent délicat de considérer l'œuvre relativement au système de son exposition et par effet de prolongement, parfois délicat de faire collaborer les artistes et les commissaires, respectivement à l'origine de l'une et de l'autre. La nature de cette difficulté tient en ce que l'écriture d'une exposition n'est jamais neutre, elle reflète toujours le parti pris de son concepteur. « L'exposition est aussi auto-exposition. Le geste expositoire est de nature doublement déictique : en montrant l'objet, on se montre car le doigt qui point est attaché à un corps, à une personne<sup>74</sup>. » Bien que cet aspect soit valable pour toutes les expositions, la consistance visible des œuvres permet d'accaparer le regard du visiteur qui ainsi, ne perçoit pas l'omniprésence du commissaire d'exposition dont la programmation constitue, en réalité, une prise de parole. Dans le cas où l'odeur est œuvre d'art, où l'œuvre est invisible, la considération de son rôle n'est plus obstruée, et se révèle soudain comme décisive à la compréhension du sens de l'exposition olfactive. « L'invisibilité constitutive conduit presque systématiquement à chercher du sens dans l'intention de l'auteur. Mais la position intentionnaliste est aussi difficile à tenir, puisque le dispositif de l'exposition fait partie intégrante de l'œuvre. Comment distinguer l'œuvre de l'exposition ? Le risque est grand de confondre l'intention de l'artiste avec l'intention du producteur de l'exposition et de créer un possible transfert de l'intention de l'artiste à l'exposition<sup>75</sup>. » Le déictique devient donc fondamentalement démonstratif de la pen-

73. *Ibid.*, p. 43.74. Nathalie Desmet, « Une relation esthétique impossible », *op. cit.*, p. 87.75. *Ibid.*, p. 86.

sée du producteur de la programmation, au détriment potentiel des artistes travaillant avec les odorants. « La plupart des commissaires aujourd'hui souhaitent rendre leur pratique explicite et visible ; l'œuvre court toujours le risque de n'être que l'illustration d'un discours, la documentation d'un projet curatorial<sup>76</sup>. » Cette visibilité nouvellement acquise, il ne s'agit plus pour les commissaires de concevoir des expositions en regroupant des artistes, mais de repousser les limites de leur fonction et de la structure institutionnelle à laquelle ils sont rattachés, de sorte à faire « émerger la dimension créative, voire esthétique, des institutions dans une perspective critique<sup>77</sup>. » L'odeur devenue œuvre d'art, par la déviation qu'elle permet de la dimension visible, présente par conséquent un véritable intérêt pour ceux qui font et qui hébergent les expositions : les commissaires, certainement appelés à devenir des curateurs, et les établissements culturels.

L'évolution du poste de commissaire en celui du curateur me paraît tout indiquée dans le cas de l'exposition d'œuvres olfactives pour tempérer le fait que sa soudaine sur-visibilité soit effective au détriment des artistes. Dans le contexte émergent d'un art olfactif contemporain, leurs cheminements sont plus que jamais fondamentaux à l'ancre et l'élevation des concepts du mouvement. Pour Jérôme Glicenstein, « les artistes n'aiment pas l'idée d'être pris en charge par un commissaire qui, en s'occupant d'eux, les intègre de manière illustrative à un discours<sup>78</sup>. » Le curateur, étymologiquement *curare* qui signifie « soigner », est un personnage autrement pensé pour prendre soin des artistes. « C'est à peine un assistant dont l'existence est légitimée par les artistes et les œuvres d'art auprès desquelles il s'implique<sup>79</sup>. » Pour Jérôme Glicenstein, un commissaire d'exposition fait « tampon »

76. Nathalie Desmet, « L'art de faire le vide », *op. cit.*, p. 45.77. *Ibid.*, p. 49.78. Jérôme Glicenstein, *L'invention du curateur. Mutations dans l'art contemporain*, Paris, PUF, 2015, p. 48.79. *Ibid.*, p. 59.



entre l'artiste et le reste des équipes œuvrant à la conception de la programmation, tandis que le curateur fait passerelle, et permet ainsi la création d'une exposition d'autant plus cohérente qu'elle a uniformément été pensée par l'ensemble des acteurs. Le curateur permet à l'artiste de s'impliquer dans le processus d'exposition de ses œuvres ce qui, pour préserver leur intégrité, est impératif dès lors qu'elles contiennent des odorants. Les œuvres olfactives, par leur invisibilité, ont en effet besoin que l'artiste les accompagne en aval des phases de production, sa présence étant condition de l'effectivité de son travail en contexte expographique, de même que le public devient condition de son actualisation. L'art olfactif nous ramène par conséquent à l'esthétique relationnelle évoquée par Nicolas Bourriaud quant à ce que peut l'odeur, soit, se détourner de son objet pour créer des situations de communication. Dans la considération globale d'un art olfactif contemporain, il m'apparaît par conséquent primordial d'envisager l'émergence et la reconnaissance de curateurs olfactifs pouvant se substituer aux commissaires d'exposition traditionnels. Mais revenons à la mise en lumière des artistes, conséquence de l'invisibilité de leurs œuvres.

Nathalie Desmet considère que « la production matérielle disparaît, l'artiste contribue à mettre en exposition le dispositif de présentation et le système qui le sous-tend<sup>80</sup> » et amène ainsi à considérer ce qu'elle appelle le « service artistique ». Pour elle, « toute œuvre qui se consomme au moment de sa réalisation, ou qui implique pour être consommée d'être dans une relation directe avec elle, et qui n'existe que dans cette temporalité, peut relever d'un service artistique<sup>81</sup> ». Ainsi évoquée, et par conséquent difficile à distinguer de la performance, la notion de service artistique me fait songer à de nombreuses œuvres de Julie C. Fortier et de Peter de Cupere, mais également

80. Nathalie Desmet, « De l'invisible comme un service artistique », *Marges*, n° 8, 2008, p. 88.

81. *Ibid.*, p. 90.

à l'ensemble de la programmation des soirées *Odorama*. Car si le propre de ces programmations est de permettre l'insertion temporaire des arts de la scène au sein des espaces d'exposition de la fondation Cartier, comment distinguer ce qui relève de la performance traditionnelle de ce qui tendrait davantage en un service artistique pensé pour le support d'œuvres invisibles ? Car pour l'auteur, les fonctions de service en art sont effectivement apparues pour « donner une visibilité à des œuvres dont l'invisibilité pouvait être menaçante<sup>82</sup> ». Au regard de la production artistique et olfactive actuelle, la pensée du service artistique sera sans doute appelée à devenir fondamentale lors d'une théorisation de l'art olfactif. Un élément intéressant étant que l'invisibilité des œuvres olfactives, engageant l'accompagnement par les artistes de leurs productions au cours de leur exposition, changeant la nature performative de certaines œuvres en service artistique, amène Nathalie Desmet à penser une forme d'asservissement de l'artiste par l'institution. « L'inflexion de la production artistique vers une production où l'invisibilité est de plus en plus prégnante peut tendre à une forme d'asservissement. Les fonctions institutionnelles sont en effet de plus en plus souvent incarnées par l'artiste qui devient commissaire de son propre travail<sup>83</sup> ». L'artiste Tino Sehgal, connu pour qualifier ses œuvres de « situations construites » déclare que ses travaux appartiennent au musée. Il s'agit de la dernière mise en évidence favorisée par l'invisibilité des œuvres. « L'invisibilité tend à la promotion de la puissance institutionnelle<sup>84</sup> » qui est plus que jamais capable d'influer sur les modalités de réception des œuvres d'art. Une ironie pouvant être qu'« à force de questionner et de chercher les limites de l'institution, l'artiste a contribué à étendre l'espace

82. *Ibid.*, p. 91.

83. *Ibid.*, p. 98.

84. *Ibid.*

institutionnel<sup>85</sup>». En effet, les œuvres d'art invisibles, permettant la reconnaissance en cascade du dispositif, du curateur et de l'artiste, favorisent par addition la mise en lumière du complexe institutionnel, et pourraient par conséquent constituer l'« une des premières étapes d'extension des prérogatives de l'institution<sup>86</sup> ». L'art olfactif, par ses particularités formelles, ses exigences techniques, ses ambitions sociales, ses innovations expérimentales et la singularité de sa pensée esthétique, devient pour les musées l'occasion d'un renouveau sans précédent. Grand favori de la société occidentale<sup>87</sup>, le musée s'est historiquement construit autour de l'œil<sup>88</sup> et s'appuie tout entier sur l'acquisition de la visibilité des œuvres qu'il expose. Si faire le choix de programmations olfactives peut par conséquent sembler contradictoire avec les prérequis muséaux, il s'agit au contraire d'un ressort stratégique extrêmement puissant pour les institutions, qui prouvent en l'exploitant, qu'elles sont en réalité capables de tout exposer. Il est ici question d'un autre fondamental à la théorisation de l'art olfactif que Nathalie Desmet conçoit comme la « transparence ». « Ainsi, plutôt que d'invisibilité de l'œuvre, il faudrait parler de sa transparence – la qualité qu'elle a de laisser voir ce qui se trouve derrière – et de sa capacité à servir de métaphore pour l'institution qui aurait la possibilité d'informer complètement sur son fonctionnement, ses pratiques et de prouver qu'elle peut tout exposer, même ce qui se détourne du visible,

85. *Ibid.*.86. Nathalie Desmet, « Une relation esthétique impossible », *op. cit.*, p. 88.87. « La culture européenne n'a pas attendu le XVII<sup>e</sup> siècle pour accorder une place centrale au regard, c'est même à sans doute, une des constantes de la civilisation occidentale.
La diffusion de l'imprimé à partir du XVI<sup>e</sup> siècle, les découvertes optiques au début du XVII<sup>e</sup> siècle, ou encore l'avènement des procédures modernes de l'observation scientifique, par exemple, induisent et indiquent à la fois, bien plutôt qu'une simple valorisation du regard, une transformation des manières de voir et de penser le regard. », Carl Havelange, *De l'œil et du monde. Une histoire du regard au sein de la modernité*, Paris, Fayard, 1998, p. 11.88. Pascal Landellier, « Le regard au musée », *Publics et musées*, n° 16, 1999, p. 17.

même de l'« intangible<sup>89</sup> ». L'art olfactif pensé comme rhétorique de la transparence permet également d'offrir au musée un repli institutionnel. « Au caché, au secret lié à l'institution muséale traditionnelle repliée sur le sacré, l'institution contemporaine montre en toute transparence qu'elle a compris les leçons de la démocratie – sans pour autant intégrer celles de la démocratisation – qu'elle est libérale, au sens noble du terme, quitte à ce que cela l'exonère parfois de donner les outils nécessaires à la compréhension<sup>90</sup> ». Il permet enfin un positionnement fort dont l'ensemble des établissements culturels peuvent se saisir. « Derrière l'idée que tout peut s'exposer, même l'invisible, l'idéologie de la transparence se pose en stratégie de communication de l'institution. La transparence affichée par l'œuvre invisible lui permet de se donner une image libérale, et de laisser penser qu'elle se place dans une tradition d'avant-garde<sup>91</sup> ». La rhétorique de la transparence appliquée à l'art olfactif contemporain le revendique comme légitimement exposable par tous. C'est en ce sens que la performance *Parfum visible* proposée par les soirées nomades me paraît exemplaire. Par le biais d'*Odorama*, la fondation Cartier soulève les enjeux relatifs à l'établissement d'un art olfactif contemporain en contexte institutionnel.

### Conclusion

Mutation diffusive du corps disparaissant en faveur de l'autonomisation des odorants, transparence du médium olfactif permettant l'opacification des différents acteurs institutionnels œuvrant à l'effectivité de son exposition : sous couvert d'une théorie du dispositif expographique olfactif, *Numéro 13* et *Parfum visible* dénoncent, en filigrane, l'expérience de la disparition, infiniment réitérée au cours de la contemplation/consummation de l'œuvre d'art odorante. Épreuve

89. Nathalie Desmet, « Une relation esthétique impossible », *op. cit.*, p. 89.90. *Ibid.*, p. 90.91. *Ibid.*

chronique de la perte actualisant le paramètre temporel, ces deux performances investissent les concepts hypermodernes afin de transcender les réflexions relatives à la nature des supports d'indexation de l'odeur, et d'anticiper celles attenues aux moyens de leur conservation. Comment documenter, et successivement archiver, l'exposition olfactive en contexte institutionnel ? L'argumentation de ce texte tient en l'attribution d'une certaine paternité de concepts expographiques olfactifs à la programmation des soirées nomades, concepts ayant été investis et expérimentés depuis par de nombreux autres artistes.

Pour l'artiste Oliver Jeffers, une œuvre deviendrait éternelle grâce à son storytelling<sup>92</sup>. Au cours de sa performance *Dipped paintings*, il plongeait des portraits peints dans des bacs de peinture, renonçant définitivement à ces œuvres qui n'avaient jamais été photographiées, au profit d'un semi-monochrome. Un an plus tard, il entreprend de recueillir le témoignage des personnes ayant assisté au happening, portant dans leur mémoire, l'unique trace des portraits originaux. Selon lui, le storytelling consiste à assembler des mémoires individuelles dans l'espoir de fabriquer une histoire commune de l'expérimentation de l'œuvre d'art disparue. L'irréversible perte devient la condition sine qua non à la création du mythe de l'œuvre. La conservation des programmations olfactives serait-elle fondamentalement collaborative, réorientant par exemple, la finalité des entretiens réalisés par Eléonore de Bonneval en milieu hospitalier<sup>93</sup>, et prolongeant l'esthétique relationnelle proposée par Nicolas Bourriaud comme support de pensée de l'art olfactif<sup>94</sup> ?

92. Oliver Jeffers, « Between Creation and Destruction: the Art of Storytelling », *It's nice that*, novembre 2016.

93. Eléonore de Bonneval, « Dialoguer avec le public grâce aux odeurs », p.171 du présent ouvrage.

94. Denyse Beaulieu, « Conversation avec Nicolas Bourriaud », *op. cit.*, p.105.

Si *Odorama* ne peut a priori répondre à cette interrogation – peu de personnes se souviennent en détails de la programmation quinze ans plus tard – l'intuition olfactive et avant-gardiste de la fondation Cartier conserve le mérite d'une vision ayant nourri l'émergence d'un mouvement artistique des plus prometteur.

uniques qui se retrouvent stockés dans le présent, l'imaginaire et le potentiel souvenir. Quatre danseurs pour un soir à la fondation Cartier. Quatre corps diffuseurs d'une odeur monotonale tenteront, après un parcours solo, de se réunir physiquement pour laisser émerger le parfum de cette soirée: le numéro treize. La performance chorégraphique *Numéro 13*, conçue pour le cycle *Odorama*, est une tentative de créer un parfum éphémère à travers la danse. Christian Rizzo a dessiné pour les danseurs des costumes protéiformes destinés à être remboursés d'une variété de fleurs différente pour chacun. Les odeurs florales et corporelles se mêlent, transformant la danse en chose à voir mais aussi à sentir. Les multiples protubérances des costumes rendent flous les contours des corps, posant la question de leur statut.»



JEUDI 20 NOVEMBRE 2003

**Grand Magasin (Pascale Murtin, Bettina Atala et François Hiffler) : Voyez-vous ce que je vois ?**

Création des parfums : Françoise Caron

« Rien ne m'assure que la couleur que je vois, le son que j'entends, le parfum que je sens soient appréhendés par mon entourage de la même façon que moi. Impossible de savoir ce que perçoit exactement autrui et dans quelle mesure cette perception correspond à la mienne. Problème fréquemment soulevé, souvent l'occasion de discussions interminables, dont nous nous bornerons à débattre, exemples à l'appui, une vingtaine de minutes.»

271

ANNEXE  
**EXTRAITS DU  
 DOSSIER DE PRESSE  
 DES SOIRÉES NOMADES  
 ODORAMA**

JEUDI 13 NOVEMBRE 2003

**Christian Rizzo: Numéro 13**

Composition des parfums: Francis Kurkdjian

Fleuriste: Rose Théâtre

Réalisation des costumes: Misa Ishibashi

Coproduction: Musée d'art moderne Grand-duc Jean, Luxembourg  
 Avec Maria Donata d'Urso, Matthieu Doze, Eric Martin, Christian Rizzo

« Le chorégraphe, plasticien, couturier Christian Rizzo inaugure le cycle *Odorama* avec une création qui tient autant de la danse que de la sculpture ou du stylisme. Dans cette pièce chorégraphique qui voit chaque danseur porter une note d'un parfum éphémère, il invente une danse à sentir autant qu'à regarder. À tout moment, comme tout à chacun, la combinaison d'odeurs singulières m'offre des parfums

270

**Abdul Alafrez et Norbert Abouardham: Parfum visible**

Création des parfums: Louise Turner

« On s'en doute, les magiciens, comme tous ceux dont le métier consiste à nous tromper ou à nous influencer, utilisent les parfums. À notre insu, ces parfums peuvent provoquer le coup de foudre, vous faire consommer ou vous détromper: corbeau et renard ne s'y sont pas trompés. Un panorama historique et raisonné de la manipulation des foudres par le parfum reste à écrire. Mais en attendant, Abdul Alafrez et Norbert Abouardham, dont la profession est de tromper, vont se livrer à une démonstration rigoureuse de suggestions parfumées. Chacun pourra expérimenter comment quelques molécules odorantes peuvent, sans avertissement, confisquer notre libre arbitre. Cette démonstration lèvera un coin du voile sur des objets aussi vaporeux que les arômes équivoques, les senteurs graduellement étiquées ou la délicate question de la sexualité des fragrances. Il est invisible, il ne laisse pas de trace, il est à peine perceptible, il agit à dose infinitésimale: c'est l'arme du crime parfait. Mais pour quelques instants, nous rendrons le *Parfum visible*. »



JEUDI 27 NOVEMBRE 2003

**Rebecca Horn: Belle du vent**

« Rebecca Horn imagine une nuit orientale baignée du parfum de la *galante de la noche*. Cette fleur ne s'ouvre que la nuit et dégage alors son odeur charnelle et envoûtante. L'artiste met en odeur, en lumière et en musique le poème que lui a inspiré cette fleur rare et singulière.

Dedans-dehors

Abrité par la roche,

272

Un flacon se cache dans l'or  
Qui le trouvera et l'ouvrira  
Sera envoûté par le parfum magique,  
Et s'enflammera dans l'amour fou.

La *galante de noche*, de la famille des jasmინées, ne pousse qu'en Orient et dans le sud de l'Europe. Elle ne s'ouvre et n'exhale son parfum qu'à la tombée de la nuit pour se refermer au petit matin. Rebecca Horn, fascinée par l'odeur charnelle de cette fleur dans son jardin à Majorque, a souhaité évoquer son mystère lors d'une soirée orientale. L'artiste a demandé au musicien Hayden Chisholm de composer une musique originale à partir d'un poème écrit par elle. La voix envoûtante de la chanteuse turque Denizhan Kocer accompagnera une installation lumineuse inédite de l'artiste, dans une pièce ouverte sur l'extérieur. Porté par le vent, le parfum et la musique se mêleront à la lumière, évoquant un univers magique et sensuel. »



JEUDI 4 DÉCEMBRE 2003

**Fabrice Hybert: Cent sans sens**

Création des parfums: Jacques Hudier

« Fabrice Hybert investit un genre cinématographique original, le film en odorama, déjà exploré par John Waters dans son œuvre culte *Polyester*. Au cours d'un film de vingt minutes alternant des scènes charnelles et des scènes de nature, le spectateur mi-voyeur, mi-acteur, est invité à gratter, à des moments précis, les pastilles odorantes sur une carte qui lui est remise à l'entrée.

Eau d'or, eau dort, ODOR en 1997, le parfum Vénitien, des odeurs surprenantes naturelles ou non. Ici, un court-métrage à l'allure de pro-

273

menade sur un corps, des corps chauds, suants, souillés, qui emmènera le gratteur de cet odorama dans un voyage entre troubles profonds et superficielles odeurs. Une salle de cinéma à l'odeur forte, une salle obscure révélatrice... Voilà ce que nous propose Fabrice Hybert dans ce court-métrage 100% naturel, bio ou dionysiaque... »

❖

JEUDI 11 DÉCEMBRE 2003

**Sophie Calle: L'Odeur de l'argent**

Création des parfums: Francis Kurkdjian

« On dit que l'argent n'a pas d'odeur. Prenant le contre-pied de ce proverbe populaire, Sophie Calle a décidé de réaliser son parfum. Inspiré du billet de un dollar, cette fragrance aux notes très animales rappelle la couleur, le papier et la saleté de ce billet. Présentée dans une bouteille précieuse comme un trésor inestimable, *L'Odeur de l'argent* est un parfum gratuit, contrairement à ce que son nom semble indiquer. »

**Matali Crasset: Chlora phil**

Création des parfums: Gilles Romey

« Chlora phil est un robot domestique qui a la charge de la respiration de la maison. Tel un majordome discret, il s'occupe de notre bien-être et plus particulièrement de l'atmosphère que l'on respire. Ses possibilités d'intervention comprennent un brumisateur, un ioniseur, un diffuseur de senteur et un filtre purificateur d'air. Logés dans son corps, ils sont automatiquement rechargés en énergie, eau et senteur quand celui-ci se poste dans son espace de repli qui comprend une borne d'alimentation. La senteur que propose chlora phil a la particularité de rendre l'intérieur extensible, comme s'il se dilatait

pour gagner en volume. Cette senteur reste en suspension dans l'air et ne se dépose pas sur notre corps. C'est réellement le parfum de la maison. Chlora phil est particulièrement efficace pour lutter contre les odeurs de fumée, de pollution... Chlora phil nous protège et rend l'espace totalement hypoallergénique. »

**Cees Krijnen: Divorcée et Divorcée est arrivée**

Création des parfums: Françoise Caron

« L'artiste Cees Krijnen développe depuis quelques années une œuvre insolite et engagée, mêlant fiction et réalité, autour de l'histoire du divorce sans fin de sa mère, Greta Blok. Après le lancement de la tournée internationale de *La Femme en pleine bataille de divorce* (*Woman in Divorce Battle on tour*) Greta Blok a été officiellement reconnue ambassadrice des femmes divorcées des Pays-Bas. Le parfum *Divorcée* créé par Cees Krijnen avait été conçu pour consoler sa mère et, à travers elle, toutes les femmes divorcées, en leur permettant d'acquiescer une meilleure image d'elles-mêmes. C'était le parfum d'une « femme décidée, avec du caractère et de la volonté, mais aussi pourvue d'une grande sensibilité la rendant vulnérable et féminine ». Après dix-sept ans de procédure, le divorce de Greta Blok a finalement abouti en 2002. *Divorcée est arrivée* est le nouveau projet de parfum de Cees Krijnen créé pour le cycle *Odorama*. C'est un parfum unisexe dont les ingrédients sont liés aux odeurs préférées du père de Greta Blok. »

**Sam Samore: Invisible Paradise**

Création des parfums: Michel Girard

« Chaque odeur évoque une histoire. L'histoire du parfum est remplie de rituels séculaires, magiques et oubliés. Ces rituels changent selon

les époques et les civilisations. Sam Samore réinterprète des contes de fées à l'aide de parfums narcotiques et psychotropes. À travers la voix de trois acteurs, il raconte au public ses histoires d'ensorcellement et de belle au bois dormant, de chamans et de champignons magiques. »

**Sissel Tolaas : SIRAP mon amour**

Création des parfums : Françoise Caron, Michel Girard, Jacques Huclier, Francis Kurkdjian, Christine Nagel, Gilles Romey, Louise Turner

« Les villes offrent un mélange riche d'odeurs et d'autres sensations. Certaines parties de la ville ont l'odeur caractéristique des activités qui s'y déploient. Ces lieux pourraient avoir leur propre odeur distinctive : l'école pourrait sentir la craie et la transpiration, le marché pourrait sentir les produits qui sont vendus, le salon de coiffure ou la parfumerie pourrait sentir les onguents etc. Ces odeurs locales créeraient une carte des odeurs permettant aux habitants de la ville de conceptualiser leur environnement à travers l'odorat. Malheureusement, la réalité est différente, nous avons tendance à n'envisager l'odeur qu'en termes strictement esthétiques : agréable ou désagréable. »

✧

JEUDI 18 DÉCEMBRE 2003

**Les parfumeurs de Quest International**

Avec Françoise Caron, Michel Girard, Jacques Huclier, Francis Kurkdjian, Christine Nagel, Gilles Romey, Louise Turner

« La soirée nomade consacrée aux parfumeurs de Quest International sera l'occasion de mieux comprendre le processus de la création olfactive. Il prendra la forme ludique d'un exercice de variations autour d'un même parfum. À partir d'une senteur unique, dont l'inspiration

est l'ambiance odorante de la fondation Cartier pour l'art contemporain (le bâtiment de verre et de métal de Jean Nouvel, les herbes et les arbres du jardin) chaque parfumeur a créé une nouvelle fragrance. Cet exercice permettra d'appréhender et de sentir les différentes familles de matières premières entrant dans la création d'un parfum, mais aussi de mesurer leur impact dans une composition parfumée. Il donnera ensuite à entendre le langage du parfum : des expressions particulières, faites de correspondances et de comparaisons, que les parfumeurs ont créées pour parler des odeurs par nature évanescentes, impalpables et indescriptibles. »

**Luce Bonnefous et Nicolas Goffelmeyer : Atelier sensoriel**

« L'atelier sensoriel est l'association de deux cuisiniers amoureux des saveurs et des produits, Luce Bonnefous et Nicolas Goffelmeyer. Leur curiosité, leur engagement dans la redécouverte de produits authentiques et de pratiques culinaires disparues les ont amenés à cuisiner avec des fleurs, des huiles essentielles, des épices rares ou encore des odeurs. L'atelier goût et odeur qu'ils nous proposent s'emploiera à nous faire redécouvrir des sensations olfactives oubliées, à nous faire prendre conscience de la différence entre la saveur et l'odeur et à nous montrer l'importance de cette dernière dans le plaisir du goût.

Depuis toujours, les parfums sont utilisés en gastronomie, que ce soit à travers l'apport des épices odorantes, des herbes de Provence ou herbes fraîches, et des fleurs... Les sensations d'appétit, de plaisir et de satiété sont intimement liées à l'odorat. Les matières premières utilisées en cuisine sont pour ainsi dire les mêmes que celles employées en parfumerie. Dans cet art ludique et passionnant, de nombreuses surprises vous sont réservées : l'odeur et le goût sont-ils semblables ?

Quel est le goût au nez? Quelle est l'odeur en bouche? Nos souvenirs olfactifs sont-ils liés au goût de l'aliment? Quelles sont les notes de tête, de cœur et de fond de chaque complexe aromatique?

Première étape: Le cocktail antigrippe

Macération, décoction, infusion, bouillon. Qui fait la différence? Et pourtant, elle est réelle.

Le cocktail antigrippe qui vous est proposé ce soir est en fait la décoction qui est à l'origine du traditionnel vin chaud de l'hiver. Version préventive, aux vertus médicinales, devenue, par force du temps et traditions de goût européennes, une macération à but festif et collectif. Composé originellement de gingembre, cannelle et girofle cuits à gros bouillons pendant plusieurs heures, cette décoction comporte tous les éléments qui permettent de combattre les "petits maux" de l'hiver. Peu à peu cette boisson s'est vue modifiée par l'ajout de sucre ou de miel, puis de vin rouge et, selon les régions, d'agrumes ou autres fruits. Devenue macération par force des choses et évolution des sociétés, cette décoction a perdu ses vertus médicinales pour en gagner de nouvelles. Cette première étape est l'occasion pour l'atelier sensoriel de vous faire découvrir cette décoction et d'aborder ensemble les différences entre macération, infusion, bouillon et décoction.

Deuxième étape: Odeurs et goûts de l'hiver, retour aux sources

Après s'être prémuni des "petites attaques" de l'hiver, après s'être désensibilisé des odeurs et goûts qui nous entourent, passons à la deuxième étape de cet atelier sensoriel.

Il n'est pas de goût sans odeurs et inversement. Comme chacun des cinq sens de l'homme, ils sont dépendants l'un de l'autre. Sans odeur, les aliments ont un goût différent et sans le goût, aucune odeur ne peut évoluer. C'est ainsi que la deuxième étape de cette dégustation fait appel au "goût de l'odeur" que les œnologues nomment la rétro-

olfactivité. Nous profiterons de cet instant pour aborder avec vous les questions de la différence de saveur ou d'aspect, ainsi que les vertus énergétiques et les bienfaits des produits présentés, associés pour l'occasion à des huiles essentielles alimentaires:

Potiron, huile essentielle de thym

Tomate cœur-de-bœuf, huile essentielle d'ail et persil

Crème de navet et pignon, huile essentielle d'ylang-ylang

Poire martin sec, huile essentielle de cannelle



31 DÉCEMBRE 2003

**Décocterd & Rahm associés:**

**PARADISE NOW! Air d'artifice**

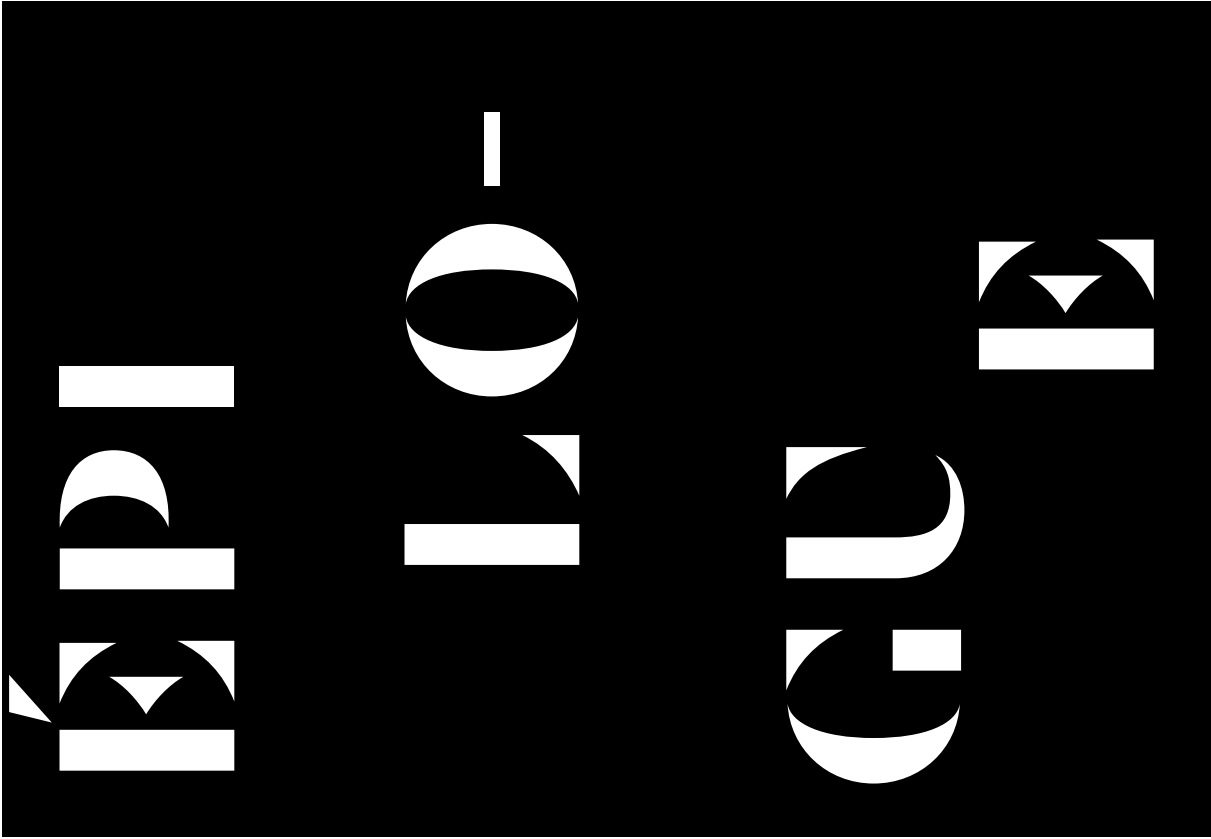
Composition des parfums: Christine Nagel

Environnement musical: Takagi Masakatsu

Avec le soutien de la fondation Pro Helvetia

« PARADISE NOW! Air d'artifice est le projet de production d'une ligne de feux d'artifice parfumés. Il s'inscrit dans les petites pratiques festives que l'on trouve tout à long de l'été au Japon. Petits feux d'artifice, très peu bruyants, que l'on tient sans danger dans la main, ils sont lancés par des couples d'adolescents, des groupes d'étudiants, qui se retrouvent dès la nuit tombée, dans le centre de la ville, au bord de la rivière Camo à Kyoto, par exemple. En étendant l'action du feu d'artifice au parfum, il y a la volonté d'augmenter ce désir de modifier instantanément le climat, ce désir joyeux de rompre le cours naturel de la nuit par la magie de l'artifice, par la transformation immédiate et passagère de l'espace, par ses lumières, par ses odeurs. Petite jubilation humaine, micro-utopie, PARADISE NOW! Air d'artifice prolonge dans l'éphémère les utopies de l'architecture mobile, aérienne et immatérielle. »





## MUSÉE FRANÇOIS TILLEQUIN : MÉMOIRES OLFACTIVES

OLIVIER R.-P. DAVID

Le musée François Tillequin présente des collections de laboratoire consacrées aux plantes ou parties de plante à usage médicinal. Il est situé dans l'ancienne école de pharmacie de Paris, aujourd'hui faculté de Pharmacie de Paris de l'université Paris Descartes. Présent dans ces locaux depuis 1882, une partie des échantillons remonte cependant au XVIII<sup>e</sup> siècle. La collection s'est considérablement étoffée au XIX<sup>e</sup> siècle grâce aux échantillons provenant des expositions universelles de 1855, 1867, 1878 et 1889 à Paris et, plus tard, grâce aux expositions coloniales. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, le musée a acquis de nouveaux produits par le biais d'expéditions scientifiques dans les colonies françaises et dans les territoires d'outre-mer.

Aujourd'hui, le musée est, dans ce domaine, considéré comme l'un des plus importants du monde et contient environ 25 000 échan-

tilions d'origine essentiellement végétale, mais aussi quelques produits d'origine animale. Les échantillons les plus emblématiques sur le plan thérapeutique sont accompagnés de nombreux objets, souvent insolites, illustrant leur récolte, leur transport et leur emploi. Les vitrines, préservées depuis la construction du musée, ainsi que le meuble central en pagode hérité de l'exposition universelle de 1889 sont également remarquables.

Lové contre le jardin du Luxembourg, le musée Tillequin préserve dans un décor pittoresque et hors du temps l'une des plus grandes collections de produits naturels employés par l'être humain dans les pratiques médicales. Si l'on considère que les parfums ont toujours joué un triple rôle, culturel, hédonique et thérapeutique, il n'est pas surprenant de trouver parmi les collections du musée un grand nombre de substances ayant également eu un usage en parfumerie, ou plus largement une exploitation de leurs propriétés olfactives.

Pour le visiteur qui parcourt les vitrines en boiserie où s'alignent les bocaliers de toutes époques, deux idées s'imposent. Premièrement, la quasi-totalité des matières naturelles employées en parfumerie lors de son âge d'or<sup>1</sup> sont représentées dans les collections, marquant l'intérêt du musée dans la construction d'une histoire de la parfumerie à travers ses matières premières. L'examen olfactif des échantillons amène à une seconde observation, plus concrète cette fois, sur la conservation des artefacts odorants au sein d'une collection. Ceci conduit à une nécessité d'entamer une réflexion sur l'organisation d'un conservatoire des matières premières naturelles odorantes afin de sauvegarder le patrimoine olfactif, dans une démarche parallèle et complémentaire à celle de l'Osmothèque pour les parfums. Le musée Tillequin aurait toute la légitimité nécessaire pour abriter

1. Période que l'on peut délimiter de 1889 (création de *Jacqy* de Guerlain) à 1973, date de la fondation de l'International Fragrance Association (IFRA).

cette institution. Dans cet article nous examinerons plus en détail les différentes matières présentes, leur état de conservation olfactif et les actions possibles dans le futur.

Au sein des différentes vitrines, deux sont consacrées en particulier aux substances odorantes. La première est comprise dans la vitrine des substances animales et inclut sur deux étages toutes les matières animales qui sont ou ont été employées en parfumerie, à savoir :

- Poches de civette du Tonkin, *Viverricula indica* (1925) ;
- Poches et grain de musc, *Moschus moschiferus* (mai 1989) ;
- Rognons d'ambre gris, *Physeter macrocephalus* (mai 1970) ;
- Poches de castoréum, *Castor fiber* (juin 1970) ;
- Hyracéum, ou pierre d'Afrique, *Hyrax capensis* ;
- Cire d'abeille, *Apis mellifica* (1968).

Il est extrêmement rare, voire unique, qu'un musée réunisse la totalité des matières animales utilisées en médecine et en parfumerie, notamment pour ce qui est du musc, le protocole CITES de 1973 ayant interdit la chasse du musquidé et le commerce des poches à musc ; les échantillons du musée ont donc une grande valeur historique. L'intérêt particulier pour ce sujet a conduit le musée à éditer une plaquette spécifique pour présenter les origines et les utilisations de ces substances animales.

Les substances végétales odorantes sont quant à elles regroupées dans un flot de vitrines que l'on trouve immédiatement en face de soi, une fois le vestibule d'entrée franchi. On y trouve ainsi :

- Le vétiver, dans sa forme brute avec un fagot de racines, ainsi qu'un petit flacon d'huile essentielle de vétiver Bourbon ;
- Un morceau de bois de santal, ainsi que différents échantillons d'huiles essentielles ;
- Plusieurs planches botaniques de menthes ainsi que du menthol pur et cristallisé ;

- Les résines et oléorésines ainsi que les baumes sont représentés avec des larmes d'encens, de styrax, d'opopanax, de myrrhe et des flacons de styrax liquide. Chose fort rare, le musée possède trois échantillons du mythique baume de la Mecque, une variété très précieuse de myrrhe, provenant de l'arbre baumier *Commiphora opobalsanum (gileadensis)*, dont la résine subissait un long traitement afin d'en faire une oléorésine aux vertus médicinales avérées et à l'odeur décrite comme citronnée, très tenace.

On trouve aussi les baumes de Tolu, du Pérou, de Copahu et de bois de gaiac, solides ou semi-liquides, ainsi que différents récipients qui servent à les récolter. À noter que la propolis est présente dans cette vitrine car il s'agit de la résine de différents végétaux qui est récoltée par les abeilles, mêlée avec de la cire, pour effectuer les réparations dans la ruche et pour la prémunir des infections diverses.

La rose est surtout représentée par l'exposition de différents flacons métalliques qui servaient à stocker et transporter l'essence de rose, bulgare ou grasse, dont le prix exorbitant incitait à l'utilisation de récipients ouvragés.

On trouve également un calice rempli de rhizomes d'iris, des fagots de vanille, ainsi que plusieurs teintures de vanilles variées.

Les vitrines basses contiennent des échantillons de sociétés de matières premières pour la parfumerie, dont les échantillons de la collection André Astaix (1905-1994), avec des flacons des maisons Lautier, Roure-Bertrand, Justin Dupont, Antoine Chiris, etc., noms prestigieux qui ont disparu dans les différents rachats par les géants du marché.

On trouve également une mallette de représentant de la société Schimmel & co. de Miltitz (à côté de Leipzig), spécialisée dans les huiles essentielles. Elle se présente comme une grande boîte en bois dont les alvéoles reçoivent les flacons de verre qui servaient à montrer aux clients les produits de la marque.

Les autres vitrines présentent également des produits qui, s'ils n'étaient pas destinés en premier lieu à la parfumerie, ont un intérêt olfactif, ou qui ont eu des utilisations secondaires comme matières premières odorantes.

Ainsi les bouteilles de la société J. Méro & Boyveau qui contiennent des essences d'origan, de romarin ou de cannelle. La vitrine sur les plantes stimulantes (café, thé, maté) montre des échantillons de matières rares, comme l'essence de fleurs de caféier ou l'huile de thé.

Il ne faut pas oublier non plus les échantillons végétaux disséminés dans les armoires qui ne sont pas classées par thèmes mais qui, appartenant à la collection générale, suivent la vieille classification botanique de Bentham & Hooker. On y trouve les mousses de chêne d'Islande, dont les absolues ont été massivement employées dans la parfumerie ancienne comme note de fond, avant que les recommandations de l'IFRA en limitent drastiquement l'utilisation pour cause de réactions allergènes sur certaines personnes. Autre relique, les racines de costus (*Saussurea lappa*) dont l'absolue était universellement utilisée afin de lier entre elles les notes des parfums, mais dont l'utilisation est désormais totalement prohibée, en raison de la présence de traces de substances actives sensibilisantes.

Les plantes de la famille des *Ferula* sont bien représentées, leurs tiges contiennent une sève-résine qui prend le nom de galbanum en parfumerie, et qui apporte des notes vertes puissantes et également musquées, ce qu'il rapprochent des angéliques, également présentes au musée.

Dans sa forme actuelle, le musée rassemble donc des matières précieuses, rares, ou quasiment disparues qui lui donnent un statut de conservatoire de matières premières olfactives naturelles, à un titre parallèle à celui de l'Osmothèque de Versailles, qui constitue le conser-

vatoire des parfums, eux élaborés. Il ne faut d'ailleurs pas négliger, au-delà des seules matières animales ou végétales, le patrimoine artisanal et industriel que constituent les contenants et outils de ramassage qui sont également conservés au musée. Les flacons de matières premières commerciales en particulier sont de véritables trésors, gardant la mémoire du design industriel de sociétés disparues mais ayant été incontournables dans l'histoire de la parfumerie.

Si nous examinons maintenant, non plus seulement la collection comme bibliothèque de matières odorantes, mais plus concrètement le phénomène odorant lié à chacune de ces matières, que constatons-nous ? L'examen physique et olfactif des échantillons amène à construire une mémoire des matières odorantes, à travers leur vie au cours des temps longs. En effet, les échantillons conservés sont entrés pour la plupart au cours du <sup>XX</sup><sup>e</sup> siècle, mais certains datent de la fin du <sup>XIX</sup><sup>e</sup> siècle, c'est dire si les composés odorants ont eu le temps d'évoluer, de diffuser, de se volatiliser. Confrontés à l'inépuisable travail du temps sur plusieurs décennies, les échantillons révèlent ainsi leur spécificités olfactives, liées aux caractéristiques de fragilité et de volatilité des molécules odorantes qui les composent. Illustrons cela avec quelques matières qui ont été senties lors d'une visite interdisciplinaire réunissant parfumeurs, blogueurs passionnés de parfums, étudiants et chimistes<sup>2</sup>.

Les poches et grain de musc qui datent des années 1890 ne laissent percevoir que des odeurs de papier, sèches, boisées qui n'ont plus rien de la force animale, cuirée, phénolique, ni de l'odeur musquée de la muscone qui constituent une grande part du produit frais. Ces composants sont peu volatiles mais les presque cent vingt ans qui nous séparent ont laissé le temps à ces molécules de s'évaporer, ne laissant

2. Lors de la conférence donnée par Olivier R.P. David, « Les matières odorantes animales du musée François Tillequin » le 29 mars 2017 au musée François Tillequin à Paris.

que les composés les plus lourds, à odeur de cèdre et de santal, très faibles. Les poches de castoréum, plus compactes et plus riches en phénols, diffusent encore l'odeur de cuir qui leur est caractéristique, cependant, les facettes d'encre et d'olives noires portées par des composés plus volatiles et qui sont spécifiques de la matière fraîche ont ici disparu. On constate la même dérive vers les notes de fond pour la plupart des matières, telles que le bois de santal, les racines de vétiver ou les rhizomes d'iris, qui ne sont plus que faiblement odorants, même suite à un léger chauffage, et ne diffusant que les facettes les plus lourdes de leurs spectres olfactifs.

Dans tous les cas ci-dessus, il faut rappeler que l'odeur est portée par quelques composés relativement volatiles qui sont incorporés au sein d'une matrice qui ne l'est pas du tout, fibres de cellulose, matières grasses ou kératine selon le cas. Ces échantillons anciens sont donc logiquement des sortes de coquilles vides, dont les substances olfactivement actives ont déserté l'enveloppe.

D'autres échantillons, dont le principe odorant est d'une autre nature, ont un comportement bien différent face au vieillissement. Les baumes, par exemple, sont des résines dont la quasi-totalité de la matière est odorante, ainsi, même après plusieurs décennies d'évaporation, la masse restante est parfaitement odorante. Le benjoin ou l'encens sont d'excellente qualité, et pour ainsi dire, même encore plus fins que les produits récents. En effet, les traces de produits dits terpéniques légers, qui constituent des notes peu prisées des professionnels du parfum, ont été éliminées par le temps, laissant le seul cœur olfactif utile à la création d'une fragrance.

Troisième scénario de vieillissement d'une matière odorante, l'ambre gris. Cette concrétion intestinale collante est sécrétée par le cachalot pour prévenir les blessures causées par les becs de calamars qu'il ingère. Elle est constituée d'une matière grasse et peu odorante, l'ambrière. Or, ce qui fait le prix et l'utilité de cette substance en

tant que matière odorante, c'est sa teneur en ambrox, un composé qui provient de la dégradation de l'ambroïne par l'air et la lumière. Nous sommes donc face à un cas de matière qui s'améliore avec le temps, le principe odorant étant produit par le vieillissement même de l'échantillon.

Avec ces trois catégories de comportement lors du stockage prolongé de matières odorantes au sein d'une collection, nous nous rendons compte qu'un musée a une vie olfactive, constamment changeante, peu perceptible, car à une échelle de temps très dilatée, mais réelle. Le cas du musée Tillequin nous fait singulièrement prendre conscience de ce phénomène, car il l'allure d'une capsule temporelle qui nous projette dans une collection presque inchangée du début du XX<sup>e</sup> siècle. On mesure d'ailleurs cette vie olfactive par la senteur globale qui vous saisit dès l'entrée dans la collection. Odeur infiniment complexe, documentant les milliers de molécules qui s'échappent des bocaux et flacons en permanence.

Le musée a reçu plusieurs legs de matières à visée essentiellement olfactive, employées dans la confection de parfums, pourquoi n'en serait-il pas encore de même ? Dans un but de rafraîchissement des échantillons, d'enrichissement par les rares matières utilisées en parfumerie non encore représentées. Par ailleurs, cette collection, qui peut aussi être vue comme une bibliothèque unique de matières odorantes dégradées, est une opportunité précieuse pour étudier les mécanismes moléculaires de vieillissement, et peut constituer un catalogue d'étalons incomparables pour mieux appréhender les vestiges de parfums antiques tels que ceux étudiés par le professeur Jean-Pierre Brun du Collège de France.

Tandis que l'engagement pour la création de dispositifs olfactifs novateurs et adaptés à l'espace muséal encourage notre attention à se focaliser sur l'avenir, j'invite à l'inventaire des éléments ayant été

négligés, bien que pourtant à notre disposition depuis des années. Bien avant l'ouverture du grand musée du Parfum en 2016 et bien avant l'ouverture du musée international de la Parfumerie en 1918, le musée François Tillequin constitue à mon sens, et depuis 1882, le premier musée des odeurs.

PROLOGUE			
<i>Vous avez dit « dispositif exposographique olfactif » ?</i>	Mathilde Castel		
P. 5			
<i>Pour une introduction aux dispositifs olfactifs au musée</i>	François Maitresse		
P. 25			
<i>L'olfaction au musée : le point de vue des sensorial studies</i>	Septembre Tiberghien et Érika Wicky		
P. 34			
I. PANORAMA DE DISPOSITIFS OLFACTIFS			
<i>Les dispositifs du grand musée du Parfum</i>	Élise Allonas		
P. 43			
<i>Le grand musée du Parfum : Blossom, le rosier imaginaire</i>	Violette Houot		
P. 52			
<i>Le grand musée du Parfum : Scent constellation</i>	Marion Vignal		
P. 57			
<i>Que faut-il retenir du grand musée du Parfum ?</i>	Victor Fraigneau		
P. 63			
<i>Les dispositifs olfactifs ScenetyS</i>	David Suissa		
P. 76			
<i>Les beaux-arts seraient-ils anosmiques ?</i>	Roland Salessse		
P. 80			
<i>Les dispositifs olfactifs sur la scène théâtrale contemporaine</i>	Dominique Paquet		
P. 86			
<i>Les mallettes multisensorielles du musée du Louvre</i>	Séverine Muller		
P. 96			
<i>Le Whaf et ses usages</i>	Marlène Staiger		
P. 107			
II. LES CONCEPTS D'UN ART OLFACTIF			
<i>Œuvres olfactives, œuvres odorantes</i>	Gilles Froger		
P. 115			
III. PANORAMA DE MÉDIATIONS MUSÉALES OLFACTIVES			
<i>Dialoguer avec le public grâce aux odeurs</i>	Éléonore de Bonneval		
P. 171			
<i>Les contre-visites olfactives de l'exposition «Fragonard amoureux»</i>	Christine Saillard		
P. 181			
IV. FILIGRANE			
<i>Odorama. L'instinct olfactif de la fondation Cartier pour l'art contemporain</i>	Mathilde Castel		
P. 233			
ÉPILOGUE			
<i>Musée François Tillequin : mémoires olfactives</i>	Olivier R.P. David		
P. 281			
<i>L'art, évolution odorante</i>	Sandra Barré		
P. 126			
<i>Volatilité-durabilité : exposer les odeurs</i>	Julie C. Fortier		
P. 135			
<i>Se rencontrer autour des odeurs</i>	Boris Raux		
P. 145			
<i>L'art olfactif, esthétiques d'occupation</i>	Clara Müller		
P. 154			
<i>Le parfum, mis en regard</i>	Denyse Beauhieu		
P. 163			
<i>Pour une approche polysen- sorielle de la médiation</i>	Sophie Radix		
P. 223			
<i>« des effluves et des œuvres »</i>	Constance Deroubaix		
P. 209			
<i>Les visites olfactives</i>	Cristina Badulescu		
P. 199			
<i>La médiation muséale : entre dispositifs immersifs et valorisation patrimoniale locale</i>	Marion Boutellier		
P. 192			
<i>Les tableaux ont-ils une odeur ? Le cas du musée Fabre</i>			

Sous la direction de

**Mathilde Castel**

Titulaire de deux maîtrises en philosophie et histoire de l'art, Mathilde Castel est doctorante en muséologie, chargée de missions parfumeur chez Cartier, rédactrice pour la revue *Critique d'art* et chargée d'enseignement à l'université Paris Sorbonne.

Ses recherches portent sur la notion de musée olfactif. Expérimentation de dispositifs, cartographie du souffle architectural et diagnostic sensoriel de l'état des collections, sont les voies par lesquelles elle déficrhe les contours d'une nouvelle expertise muséale.

*Ont contribué à cet ouvrage*

**Elise Allomas**

Diplômée de Sciences Po et de HEC, Elise Allomas intègre le département parfums de la maison Guerlain avant d'intégrer le grand musée du Parfum en tant que responsable image & marketing. Elle est actuellement responsable de la communication au sein du département parfum de la maison Cartier. Elle y pilote notamment le projet OSNI (Objet sentiant non identifié) dont la première installation, *Le Nuage parfumé*, fut présentée durant la FIAC 2017 sur le parvis du Palais de Tokyo.

**Cristina Badulescu**

Docteur de l'université de Bourgogne, elle est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Poitiers. Sémiologue de formation, ses travaux portent sur la communication du sensible (communication du goût et de l'odorat) dans le discours des marques et dans la médiation muséale.

Elle codirige actuellement avec le professeur Valérie-ites de La Ville le projet « Musée 3.0 » dans le cadre du CPER/FEDER « Avenir des industries culturelles créatives ».

**Sandra Barré**

Après un cursus en esthétique où elle décortique les mécanismes de la fascination, Sandra Barré continue ses recherches universitaires en se spécialisant dans l'histoire de l'art olfactif. Elle rédige un panorama de la production olfactive contemporaine et s'attarde sur la manière dont les artistes femmes se sont emparés des odeurs pour représenter leur corps. Elle est également journaliste culturelle et commissaire d'exposition.

**Denyse Beaulieu**

Journaliste et écrivain, elle est notamment l'auteur de *Parfums, une histoire intime* (Presses de la Cité, 2012) et de *L'Enfant vers l'art* (Autrement, 1993). Elle signe des articles consacrés au parfum dans *Splisist France*, *Citizen K International* et *Nz*. Elle a animé les séminaires « Decoding Fragrance » au London College of Fashion et assure la formation à l'évaluation sensorielle à la Summer School de l'ISPCA. Depuis 2013, elle enseigne l'histoire du parfum à l'école internationale de Marketing du luxe, à Paris.

**Éléonore de Bonneval**

Photographe des odeurs, son approche est multidisciplinaire, à la croisée des chemins entre journalisme, anthropologie, neurosciences et installation artistique. Elle présente l'exposition interactive « Aromie, vivre sans odorat » en 2012, « Voyages olfactifs » en 2017 et « L'Odorat, sens invisible » au MIP en 2018. Une chercheuse d'insolite et d'inconnu au cœur du quotidien et des petites choses, apparemment ordinaires.

**Marion Boutellier**

Elle est chargée des publics Petite enfance, Famille et Étudiants au musée Fabre de

Montpellier Méditerranée métropole. Son travail repose sur deux piliers : le développement d'une action de médiation sensible et la mise en place de médiations participatives pour rendre les publics autonomes dans les lieux d'exposition. Le projet en partenariat avec la master ingénierie des cosmétiques aromes et parfums est mené en ce sens depuis maintenant huit ans au musée.

**Olivier R. P. David**

Après des études de chimie organique à l'université Pierre et Marie Curie, Olivier R. P. David obtient le grade de docteur en 2001. Il travaille pour l'université

d'Amsterdam, puis pour l'ENS Cachan avant d'être embauché par l'université de Versailles comme maître de conférences. Il est responsable du master professionnel « Formulation et évaluation sensorielle » en parfumerie, en partenariat avec l'école supérieure du parfum. Il est aussi rédacteur pour le site Auparfum et la revue *Nz*.

**Constance Deroubaix**

Portée par une carrière dans le secteur du parfum, elle crée la société in the era en 2013, spécialisée dans le loisir culturel autour du parfum. Elle propose un concept d'un nouveau genre où le parfum dialogue avec d'autres disciplines artistiques comme l'art, la cuisine et la musique. Ses conférences « Des effluves & des œuvres » dans

les musées sont des immersions innovantes, interactives et ludiques pour des événements professionnels ou pour des particuliers aux nez curieux.

**Julie C. Fortier**

Cette artiste mène une recherche expérimentale où odeurs et aromes prennent la forme de parfums, d'installations, de dessins, de performances culinaires

et olfactives. Diplômée en 2015 de l'institut de formation Cinquième sens et titulaire d'une maîtrise de l'école des arts visuels et médiatiques de l'université du Québec à Montréal, elle exerce à Rennes depuis 2001. Son travail a été présenté à La Maison rouge à Paris, au musée des Beaux-arts de Rennes ainsi qu'à la Nuit blanche de Toronto.

**Victor Fraigneau**

Architecte, doctorant en architecture au laboratoire GERPHAU, il travaille sur la sensorialité olfactive dans l'environnement construit.

**Gilles Froger**

Après avoir été conseiller littéraire (Denoël, France culture), Gilles Froger a coécrit, au sein de l'école supérieure d'Art de Tourcoing où il enseigne, la revue d'art et de littérature *Parade* (2003-2008). Chercheur associé du centre d'étude des Arts contemporains (université de Lille), il mène avec Valérie Boulier un programme de recherche sur l'olfaction dans l'art. Membre de l'AICA, ses écrits et conférences concernent l'implication de sens autres que la vue dans l'art contemporain.

**Violette Houot**

Designer et architecte d'intérieur diplômée de l'école Penninghen à Paris, Violette Houot rejoint le grand musée du Parfum en 2015 pour lequel elle conçoit l'installation *Blossom, le rôtier imaginair*. Devenue ensuite *designer retail* pour le groupe Puig où elle intègre la marque Prada, elle poursuit son parcours au sein de WIPDesign.

**Francois Mairesse**

Après avoir dirigé le musée royal de Marmont en Belgique de 2002 à 2010, François Mairesse est devenu professeur

de muséologie à l'université Paris Sorbonne Nouvelle. Il préside également le comité international pour la muséologie de l'ICOM depuis 2013. Il a notamment écrit *Le Musée, temple spectaculaire*, a contribué à l'écriture du *Dictionnaire encyclopédique de muséologie* ainsi qu'à la traduction de l'ouvrage *Le Musée non linéaire*.

#### Clara Muller

Diplômée en littérature, histoire de l'art et commissariat d'exposition, passionnée par l'univers des odeurs, Clara Muller est rédactrice pour la revue olfactive *Nz* depuis sa création. Également critique indépendante, elle est particulièrement intéressée par les formes d'art expérimentales, les questions de perception, d'immatérialité et d'immersion. Elle s'attache aussi dans ses recherches à tisser des liens entre les arts plastiques, la littérature et le cinéma.

#### Séverine Muller

En charge des partenariats culture/santé et culture/justice au musée du Louvre, Séverine Muller développe des projets en direction de publics éloignés du musée. La majorité de ses activités se déroule hors-les-murs et a pour but de familiariser tous types de publics à l'art. Son travail privilégie des approches innovantes et sensorielles.

#### Dominique Paquet

Écrivain, docteur en philosophie, elle est l'auteur de *La Dimension olfactive dans le théâtre contemporain* (L'Harmattan, 2005), ainsi que de nombreux articles sur le thème olfactif élargis par des expériences d'odorisation de spectacles et également de «L'Acteur olfactif» dans l'ouvrage collectif *L'Art contemporain olfactif*, sous la direction de Chantal Jaquet (Garnier, 2015).

**Sophie Radix**  
La RMN-Grand Palais est un établissement créé en 1895. Il accomplit des missions telles que l'organisation d'expositions, la médiation culturelle et numérique, l'édition de livres, la gestion de boutiques de musées... En tant qu'historienne de l'art et responsable de la cellule médiation-éducation, Sophie Radix cherche toujours à explorer de nouvelles formes de médiation (numérique, polysensorielle...), à favoriser une approche citoyenne, à promouvoir la connaissance et questionner les cultures.

#### Boris Raux

Issu d'un parcours scientifique, l'artiste Boris Raux éprouve la plasticité de l'odeur depuis une dizaine d'années. Conçu comme une «chronique olfactive de notre société» son travail cherche à extraire le phénomène social du banal. Avec auto-dérision, des œuvres telles que *Le Tour du monde, Le Spirit* ou encore *Cif* pointent les ambiguïtés et paradoxes qui nous constituent en tant qu'êtres sociaux.

#### Christine Saillard

En poste dans le monde muséal depuis 2000, au départ comme médiatrice culturelle des arts et du patrimoine au musée international de la Parfumerie et guide conférencière de la Ville de Grasse, elle est actuellement attachée de conservation et responsable du service des publics des musées de Grasse. Le rôle de ce service, au sein des musées de Grasse, est de concevoir et de mettre en œuvre des actions culturelles à destination des publics.

#### Roland Sallesse

Ingénieur agronome et docteur ès sciences, il a accompli sa carrière de recherche à l'INRA où il a successivement travaillé

sur la structure des protéines, la biologie cellulaire et moléculaire de la reproduction, et enfin l'olfaction. Il a créé en 2001 et dirigé à Bruxelles en 2016, évoquant notre rapport aux sens.

**Marion Vignal**  
Diplômée du centre de formation des journalistes, Marion Vignal est journaliste culturelle, consultante en art et en design, auteur et curateur indépendant. Elle regroupe l'ensemble de ces expertises en 2015 en créant société Ida M. Intervenue sur le projet du grand musée du Parfum, elle coordonne le développement de l'installation *Scent consolidation* chargée de restituer l'univers d'un laboratoire de parfumeur.

#### Marlène Staiger

Après un cursus en génie biologique, Marlène Staiger sort diplômée de l'Isipca en 2011, avec une spécialisation en aromatique alimentaire. Après quatre ans au «Atrascience Lab», où elle dirige la R&D, elle poursuit sa carrière en free-lance en collaborant avec des maisons telles que Annick Goutal, Jean Paul Gaultier ou l'Isipca. En 2016, elle fonde H.Theoria, marque de spiritueux inspirée par l'univers des parfums.

#### David Suissa

Ingénieur de formation passionné de parfums, David Suissa crée Scentsy, une société spécialisée dans la diffusion de parfums dans l'air, en 2004. Partenaire privilégié du grand musée du Parfum pour la conception des différents dispositifs olfactifs, Scentsy travaille également à l'odorisation de pièces de théâtre, d'expériences gastronomiques, d'expositions muséales, et s'applique à repousser les possibles de l'odeur en contextes insolites.

#### Septembre Tiberghien

Cette critique d'art et curatrice indépendante est enseignante à l'école supérieure d'Art de Mons (Belgique) au sein du master en design et scénographie d'exposition. Elle collabore à de nombreuses revues, dont *L'Art même*, *Felix News*, le journal *Hippocampe* et a fait partie du comité de rédaction des revues *Faictes* et *Possibles*.

Parmi les expositions récentes, «Le Ceste de l'admoniteur», à la galerie Archibar à Bruxelles en 2016, évoquant notre rapport aux sens.

#### Marion Vignal

Diplômée du centre de formation des journalistes, Marion Vignal est journaliste culturelle, consultante en art et en design, auteur et curateur indépendant. Elle regroupe l'ensemble de ces expertises en 2015 en créant société Ida M. Intervenue sur le projet du grand musée du Parfum, elle coordonne le développement de l'installation *Scent consolidation* chargée de restituer l'univers d'un laboratoire de parfumeur.

#### Erika Wicky

Historienne de l'art, elle consacre ses recherches à l'histoire de la culture visuelle et à celle des rapports entre arts et olfaction. Elle a codirigé un volume de la revue *Littérature* sur les «Sociabilités du parfum» en 2017 ainsi qu'un colloque intitulé *Médialité des odeurs/Mediality of Smells* (Oxford, 2018). Ses recherches sur la culture olfactive ont été publiées notamment dans *Études françaises*, *Romanisme*, *RACAR, Sociétés & représentations*, *OLUSE*, etc.



*Les Dispositifs olfactifs au musée*  
sous la direction de Mathilde Castel  
est le premier ouvrage de la collection  
Nez recherche

ÉDITION  
Jeanne Doré

RELECTURE  
Camille Aguignier

DESIGN  
Atelier Marge Design  
*Direction artistique*  
Mathieu Chévara  
Jean-Charles Bassenne  
*Création & réalisation*  
Florie Collongues  
Laurianne Mariette

FABRICATION  
Marianne Ménager

RELATIONS LIBRAIRIES  
Lucile Rives

VENTES DIRECTES  
Dominique Brunel  
dbrunel@nez-larevue.fr

Ouvrage composé  
en Lyon, Aperçu, Nez  
et Trade Gothic  
Imprimé chez  
La Source d'Or

© novembre 2018 Nez | Le Contrepoint  
pour la présente édition

Dépôt légal 4<sup>e</sup> trimestre 2018  
EAN 9782370630728  
www.editions-lecontrepoint.com  
www.nez-larevue.fr

# 4

## L'OSNI. 1 DE CARTIER

DOSSIER  
DE PRESSE



OBJET SENTANT NON IDENTIFIÉ

*Cartier*

OSNI.1  
LE NUAGE  
PARFUMÉ

20-23 octobre 2017  
Bassin du Palais de Tokyo  
et du Musée d'Art Moderne,  
Paris

*Cartier*

# SOMMAIRE

ÉDITORIAL	P.7
OSNI.1 Le premier Objet Sentant Non Identifié de la Maison Cartier	P.8
LE NUAGE PARFUMÉ L'art olfactif à la rencontre de l'ingénierie climatique Vers une architecture de l'immatériel	P.10
MATHILDE LAURENT Un supplément d'art	P.13
TRANSSOLAR Inventeurs de nouveaux espaces	P.15
INFORMATIONS PRATIQUES	P.18

# ÉDITORIAL



Ces OSNI - Objets Sentant Non Identifiés -, d'où viennent-ils ? Du besoin impétueux de faire voir le parfum autrement, de le libérer de sa condition de produit, de le présenter au public hors d'un contexte commercial ou publicitaire, pour montrer que l'odeur est un inégalable vecteur d'émotions. Une source d'émerveillement, d'interrogation et de surprise. Une incroyable machine à sensations !

Un OSNI est un projet dans lequel l'olfaction retrouve sa place centrale et toutes ses fonctions artistiques. Une installation sensorielle destinée à réhabiliter le parfum dans sa pleine nature et à susciter la réflexion, le débat, la curiosité.

*Le Nuage Parfumé*, premier OSNI lancé par la Maison Cartier, inaugure une série d'événements que nous voulons comme autant de témoignages du parfum et de l'odeur comme médiums de création.

Son but n'est autre que de montrer la beauté de l'art olfactif, de le partager et d'encourager son avenir. C'est le rôle et la caractéristique de ce que l'on nomme « Maison » dans le monde du parfum que de protéger son art et de le faire vivre. L'art a toujours été au cœur de la Maison Cartier. Sa Fondation pour l'art contemporain - première du genre il y a 30 ans - incarne cet engagement.

Les OSNI prolongent la générosité de cette démarche. Avec la même sincérité et intégrité. Ce sens qu'est l'olfaction mérite autant son art que les autres. Et ma seule ambition est de provoquer l'émoi.

Mathilde Laurent



# OSNI.1



## Le premier Objet Sentant Non Identifié de la Maison Cartier

---

Imaginé par Mathilde Laurent, parfumeur-créateur de la Maison Cartier depuis 2005, le concept d'Objet Sentant Non identifié - OSNI - met en scène l'olfaction au cœur du dispositif artistique et la confronte, de manière inédite, à d'autres langages et champs créatifs.

Installé sur le bassin du Palais de Tokyo pendant la FIAC, *Le Nuage Parfumé* constitue le premier d'une série d'expériences originales conçues par la Maison Cartier en complicité avec des talents internationaux.

Avec ce premier événement olfactif immersif, la Maison Cartier établit un dialogue original avec le public. Celui-ci est invité à interagir avec le parfum comme médium à part entière et source d'inspiration d'expériences multi-sensorielles singulières.

*Le Nuage Parfumé* - OSNI.1 - mêle olfaction, technologie et onirisme. Il se veut le prolongement de la démarche esthétique de Cartier Parfums et de son parfumeur Mathilde Laurent. Il reflète la passion et la créativité de la Maison Cartier, ainsi que son esprit d'ouverture et d'audace.

# LE NUAGE PARFUMÉ

L'art olfactif à la rencontre  
de l'ingénierie climatique

*Le Nuage Parfumé* est une vision, une chimère. Le rêve de s'élever et d'avoir la tête dans les nuages.

Dans un cube de verre transparent, un nuage flotte comme par magie. Le visiteur est invité à pénétrer dans cet espace clos, puis à emprunter un escalier hélicoïdal qui le conduit jusqu'au nuage. Arrivé au sommet, il ne s'agit plus de voir mais de sentir les notes miellées et vaporeuses de L'Envol de Cartier.

Fragrance créée par Mathilde Laurent, L'Envol de Cartier est composé à partir de l'hydromel, liqueur divine des habitants de l'Olympe, autrement appelée l'ambrosie des dieux. La notion d'envol et d'élévation de l'âme a nourri le projet tout au long du processus de fabrication du parfum. Et le nuage, tel une évanescence remplie de douceur et de poésie, s'est rapidement imposé comme l'image d'inspiration principale de la composition.

La traversée du nuage, ce voyage « sensationnel » dans un espace immatériel, suspendu entre ciel et terre, est rendue possible grâce aux principes innovants mis au point par l'agence Transsolar. Ses ingénieurs bioclimatiques ont relevé le défi de reconstituer et de stabiliser le nuage dans une architecture de verre.

Expression de la beauté de l'artifice et des pouvoirs de la technologie, *Le Nuage Parfumé* est un hymne à l'élévation des sens et de l'esprit. Reflet de la magie de la science, il métaphorise les odeurs de la nature réinterprétées et magnifiées par le parfumeur contemporain.

Ce premier OSNI lancé par la Maison Cartier se veut un agitateur de sens autant qu'un appel au rêve.

## Vers une architecture de l'immatériel

---

Depuis le début de ses recherches climatiques et, notamment, sa première intervention à l'aéroport Suvarnabhumi de Bangkok en 1996, l'agence Transsolar utilise l'air comme une matière architecturale à part entière. En créant des zones climatiques différentes, elle décompose l'air en plusieurs strates, comme autant d'espaces immatériels vecteurs d'expériences différentes.

Le concept de nuage flottant s'inscrit dans la continuité de ses recherches. Il est fondé sur la manipulation précise des conditions climatiques à l'intérieur du cube de verre. Une stratification thermique stable de l'air est créée de façon à ce que le nuage puisse être maintenu en position, y compris lorsqu'il est soumis à des conditions environnementales changeantes - variation de la température extérieure, du taux d'humidité, de l'exposition solaire et du vent. Son emplacement précis, sa hauteur et sa densité sont ainsi contrôlés à l'intérieur de l'architecture de verre.

Une couche d'air froid est produite en partie basse du cube, tandis qu'une couche d'air chaud occupe la partie supérieure. Le nuage est introduit entre ces deux strates, avec un écart constant de température compris entre 10 et 15°C.

La couche froide est fabriquée grâce à un léger mouvement d'air frais induit par des grilles au sol et extrait par des gaines situées juste en dessous du nuage. Un soufflage d'air chaud issu des poteaux structurels en partie haute crée la strate chaude. Le parfum est diffusé dans cette couche supérieure chaude. La stratification évite le mélange des deux couches et du nuage. Le parfum se trouve ainsi confiné dans la strate supérieure.

*Le Nuage Parfumé* fait suite au premier nuage dans un cube intitulé *Cloudscapes* issu d'une collaboration entre Transsolar et Tetsuo Kondo Architects et présenté au Musée d'Art Contemporain de Tokyo en 2012.

Cette nouvelle installation, réalisée en complicité avec la Maison Cartier, propose deux nouveaux défis : celui de la création du nuage dans une structure entièrement transparente, directement soumise aux variations météorologiques extérieures, et celui de l'expérience olfactive qui vient s'ajouter au dispositif climatique.

*Le Nuage Parfumé* symbolise l'hybridation de deux mondes étrangers : celui de l'olfaction et de la technologie climatique. De nombreuses recherches et expérimentations ont été nécessaires pour rendre possible le « parfumage » du nuage, maintenu en équilibre entre deux strates d'air. Mathilde Laurent et Transsolar ont travaillé en étroite complicité pour trouver les solutions techniques capables de préserver à la fois l'intégrité de l'odeur, la parfaite stabilité du nuage et la magie de l'expérience.

*Le Nuage Parfumé*, qui réunit exigence esthétique et prouesses techniques, représente une nouvelle étape créative pour Transsolar.



## Un supplément d'art

---

De sa culture corse, elle a reçu simultanément l'amour de la nature et le courage de se battre pour de belles causes, telle la réconciliation entre l'art et le sens de l'olfaction.

Selon Mathilde Laurent, ce territoire d'expression a perdu de sa transcendance et de sa spiritualité tant il a été assimilé historiquement à la notion d'odeur, voire à l'animalité de l'homme. L'art s'en est alors détourné, laissant à l'industrie le soin d'en être le seul guide.

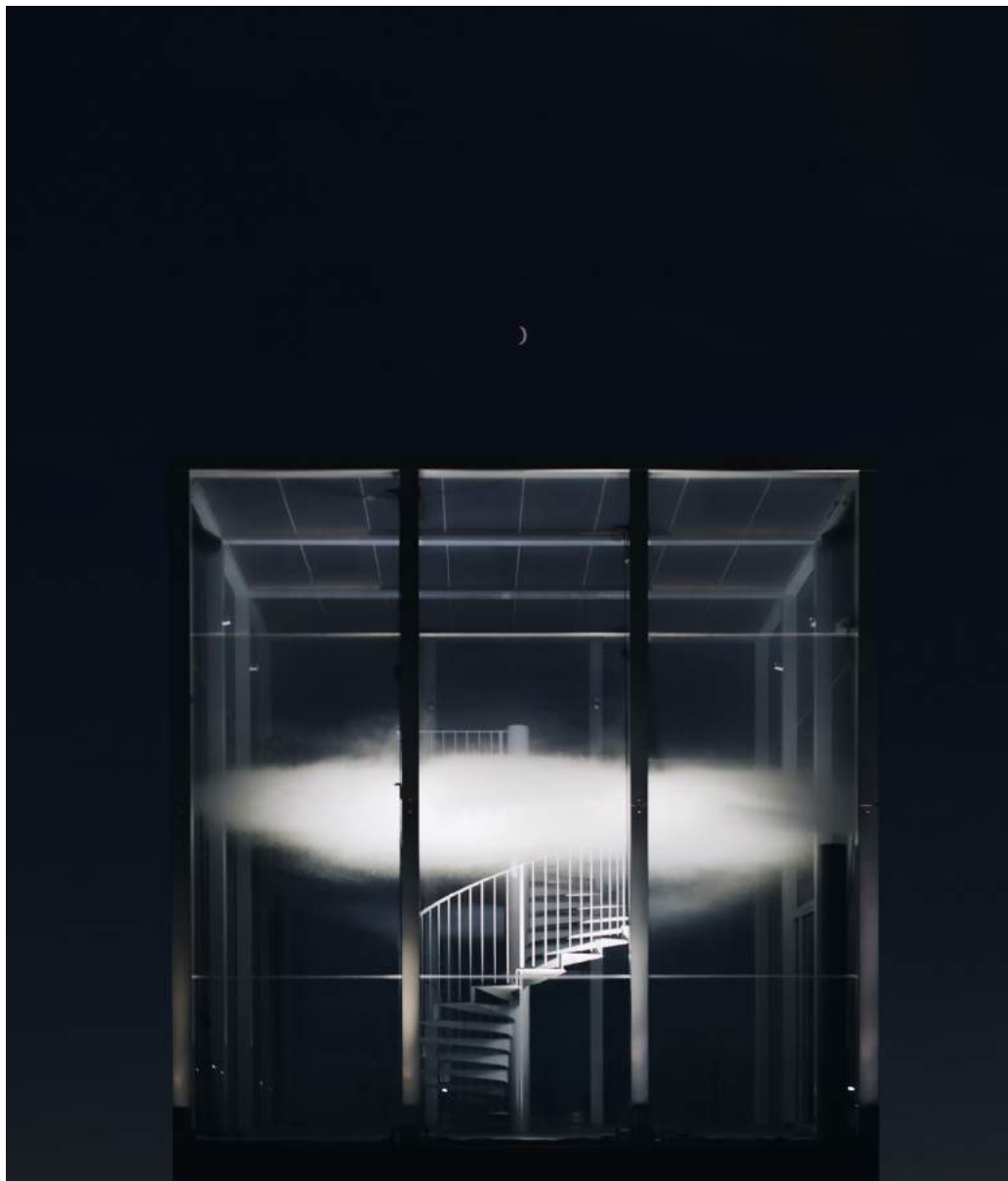
Mathilde Laurent s'efforce de nuancer cette prééminence en instillant à chacune de ses créations sa part de poésie, d'art et de sacré.

Faire aimer l'olfaction pour tout ce qu'elle éveille et élève en soi, comme on aime accéder à l'art à travers la musique, la peinture ou la sculpture... Tous affaire de sens.

Cette recherche, Mathilde Laurent s'y consacre dans les grandes Maisons : d'abord Guerlain, puis Cartier dont elle est le parfumeur depuis 2005, une Maison qui se soucie de l'art, habitée d'une envie de pérennité.

Mathilde Laurent cherche à élever la parfumerie à son plus haut niveau d'excellence et à transposer le style créatif et audacieux de la Maison Cartier en parfum. Depuis 2009, avec sa collection baptisée Les Heures, carte blanche en forme de manifeste olfactif, elle dévoile, fragrance après fragrance, sa vision de la haute-parfumerie. Elle est également l'auteure de Roadster (2009), Baiser Volé (2011), Déclaration d'un Soir (2013), La Panthère (2014) et L'Envol de Cartier (2016).

MATHILDE  
LAURENT



# TRANSSOLAR

## Inventeurs de nouveaux espaces

---

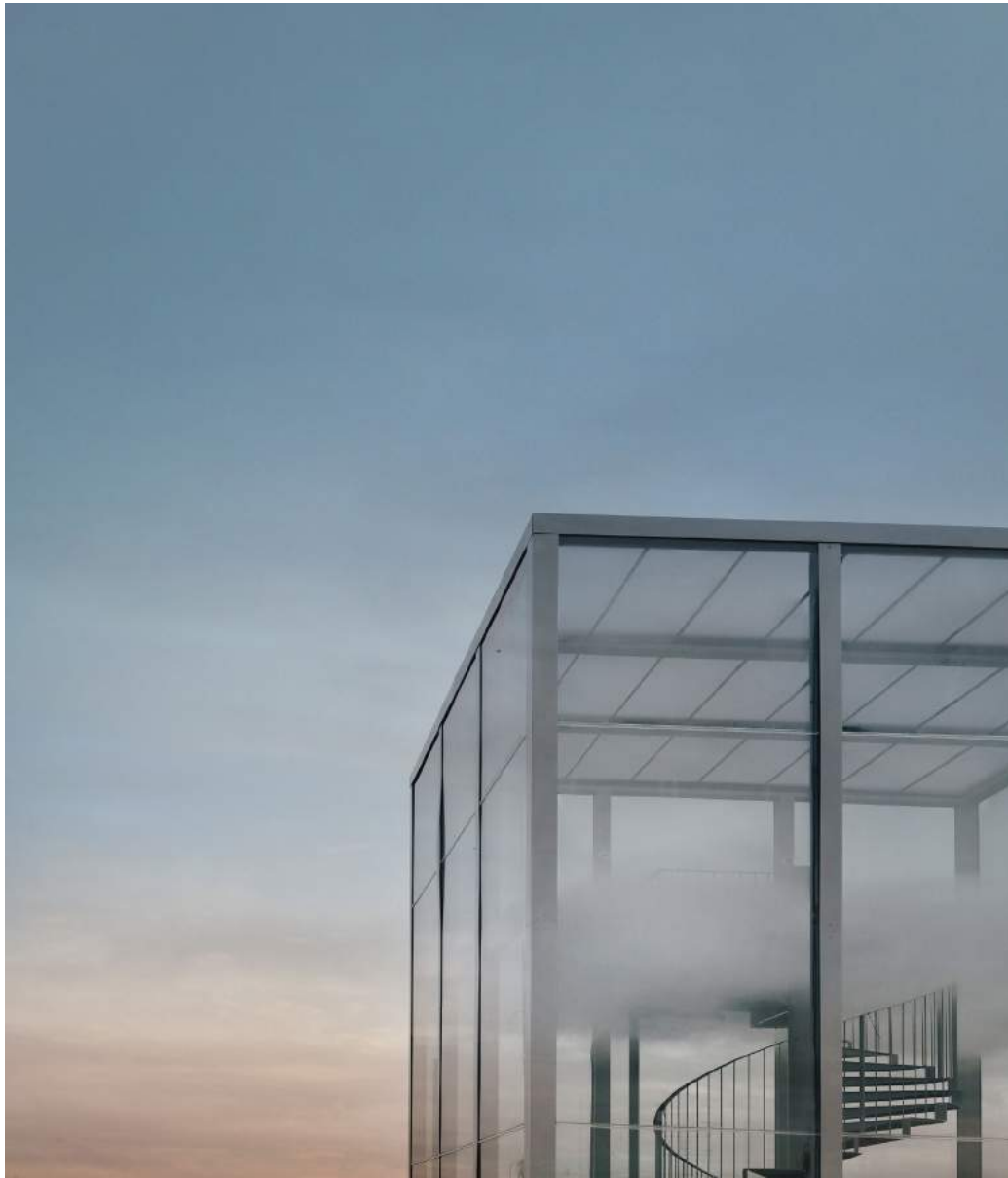
Fondée en 1992 en Allemagne, Transsolar est une société pionnière en ingénierie climatique de renommée internationale basée à Stuttgart, Munich, New York et Paris. Elle réalise des concepts climatiques et énergétiques innovants pour des projets d'art et d'architecture dans le monde entier, à petite et à grande échelle.

« Porteurs de vision, générateurs d'idées, intégrateurs de design », ses équipes réunissent des physiciens, ingénieurs, architectes et urbanistes. Tous se consacrent à développer des espaces intérieurs et extérieurs exceptionnels, confortables et ayant un impact environnemental positif. Qu'il s'agisse de musées, d'aéroports, d'universités ou d'écoles, Transsolar considère le développement durable comme inhérent à la conception architecturale. En tant que bureau d'études en ingénierie climatique, Transsolar assure le suivi et le pilotage des questions de performances environnementales de constructions d'envergure, telles La Seine musicale, salle de concert signée Shigeru Ban, sur l'île Seguin, à Boulogne-Billancourt ou la Fondation Luma, réalisée par Frank Gehry à Arles.

Parallèlement à son engagement pour une architecture durable, Transsolar cherche à créer des expériences uniques pour les habitants, visiteurs et utilisateurs. Au Louvre Abu Dhabi, Transsolar a ainsi mis au point le concept de « Rain of light », une pluie de rayons crépusculaires s'échappant du dôme perforé du bâtiment de Jean Nouvel, rendue visible par la présence de microparticules en suspension dans l'air ainsi que par un jeu d'ombres et de contrastes. Cette installation lumineuse singulière, intitulée « Lightscapes », a été exposée, à échelle réduite, à la Biennale d'architecture de Venise en 2016.



Transsolar multiplie également les expérimentations autour de son concept de *Cloudscapes* - la manipulation précise des conditions climatiques permettant de recréer un nuage contrôlé en milieu intérieur. Ses réalisations et collaborations ont déjà été exposées en Allemagne, à la Biennale d'architecture de Venise, au Musée d'art contemporain de Tokyo ainsi qu'à la Fondation EDF à Paris dans l'exposition *Climats artificiels*, en complicité avec Tetsuo Kondo Architects.



# INFOS PRATIQUES

OSNI.1 *Le Nuage Parfumé*

Bassin du Palais de Tokyo

Gratuit sur inscription préalable : <https://www.osni.cartier.com>

Dates : 20-23 octobre 2017

Horaires d'ouverture :

11h-20h tous les jours

Nocturne le vendredi 20 jusqu'à minuit

(accès sans inscription préalable de 20h à Minuit).

Accessible aux enfants. Les enfants de moins de 12 ans doivent être accompagnés par un adulte.

# CONTACTS PRESSE

**Pierre Laporte Communication**

+33 (0)1 45 23 14 14

Laurence Vaugeois

[laurence@pierre-laporte.com](mailto:laurence@pierre-laporte.com)

+33 (0)6 81 81 83 47

Pierre Laporte

[pierre@pierre-laporte.com](mailto:pierre@pierre-laporte.com)

**Atalanta international**

+33 (0)1 42 89 59 85

Marie-Ethel Simeonides

[atalantpar@aol.com](mailto:atalantpar@aol.com)

+33 (0)6 08 71 91 66

**Liens site et réseaux sociaux Cartier**

[www.cartier.fr](http://www.cartier.fr)

<https://www.instagram.com/cartier/>

<https://www.facebook.com/cartier.france/>

<https://twitter.com/cartier>



#OSNICartier

—  
OSNI.1 *Le Nuage Parfumé*  
est une production de l'agence Eva Albarran & Co.  
Design sonore : Daniel Sonabend  
Photographies: Quyen Mike ©Cartier

*Cartier*

# Cartier Cloud, Paris

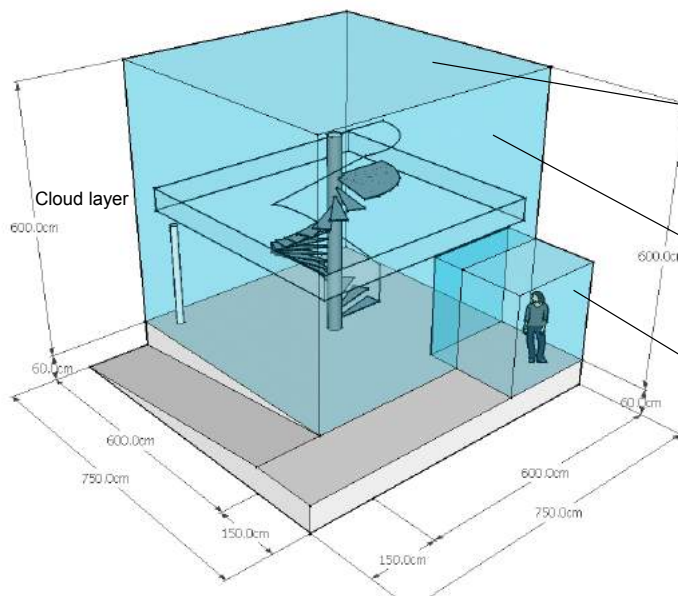
## Basic Design Considerations

Status: 28.04.2017



1

### ENVELOPPE



#### Requirements of Envelope:

- Wind protection (minimum infiltration)
- Rain protection, drainage
- Minimized heat transfer (low-U-Value)

Roof: Plexiglas  
triple skin sheet min 20 mm; low U-Value  
tbd:

- Transparency, reflectance to inside
- color
- shade

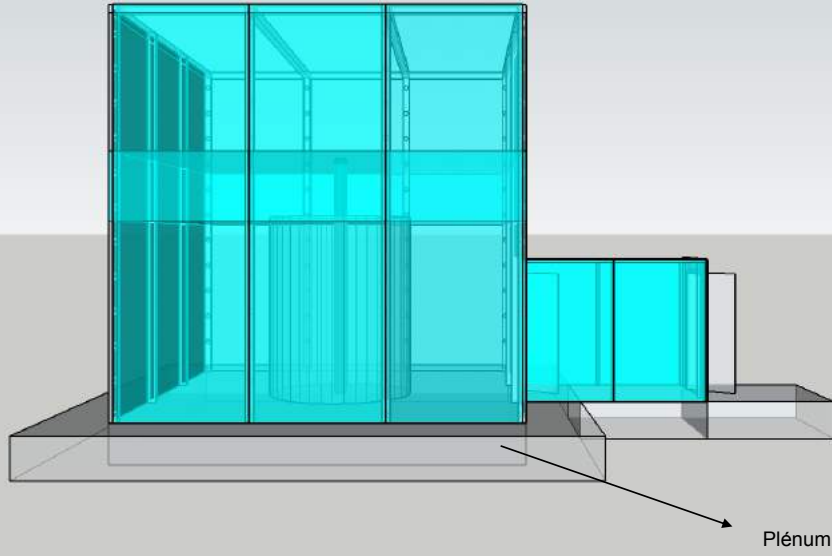
Facade: Glass  
low U-Value  
characteristics:  
- g-value < 0.4

Airlock/Vestibule to avoid  
uncontrolled air movement from  
outside to inside

2

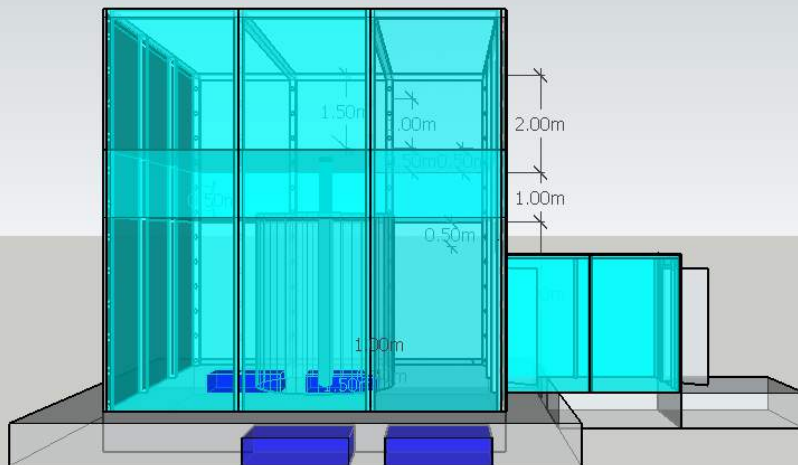
Left

### SOCLE / PLÉNUM / PODIUM

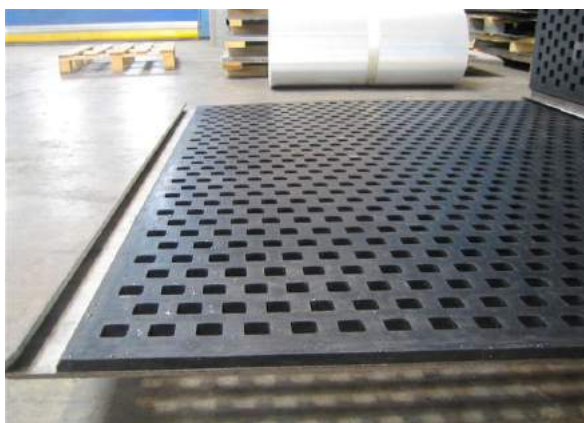


Left

### PARTIE BASSE : VENTILATION AMENÉE

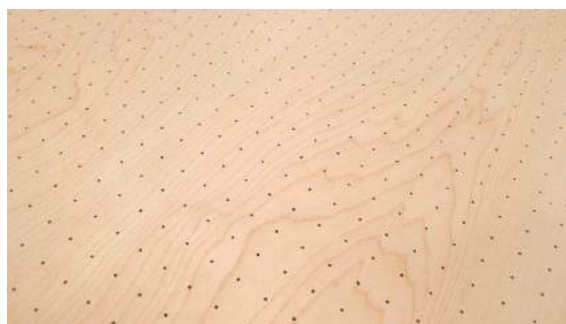


PLANCHER  
OPTION GRILLES AU SOL



5

PLANCHER  
OPTION PERFORATION (MÉTAL OU BOIS)

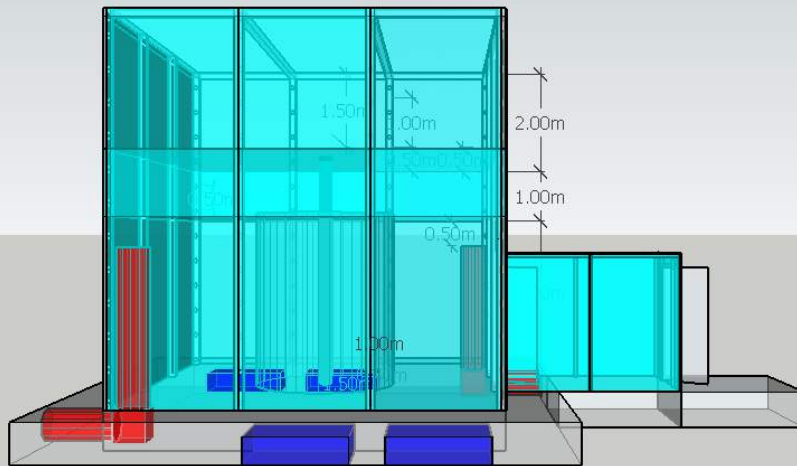


6



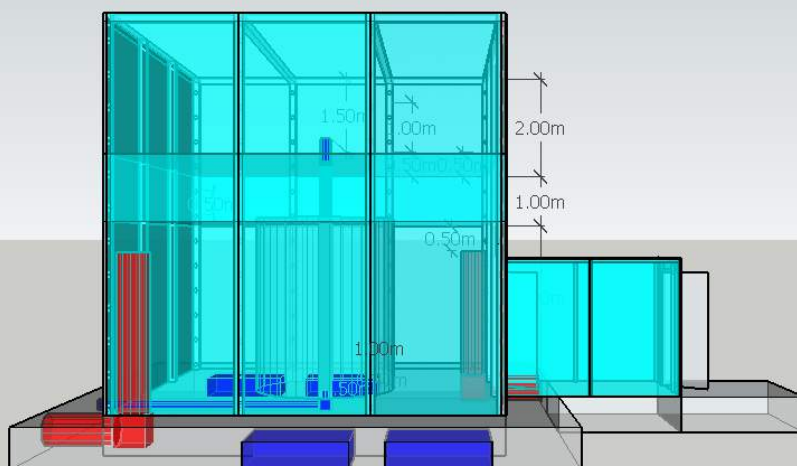
Left

### PARTIE BASSE : VENTILATION EXTRACTION



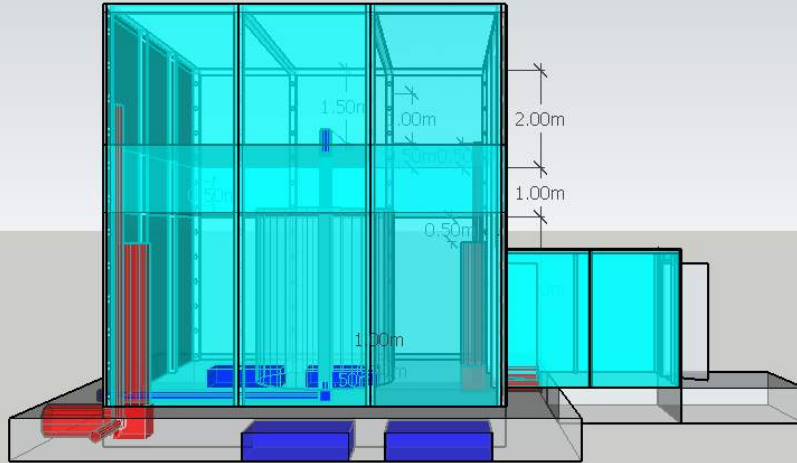
Left

### PARTIE HAUTE : VENTILATION AMENÉE



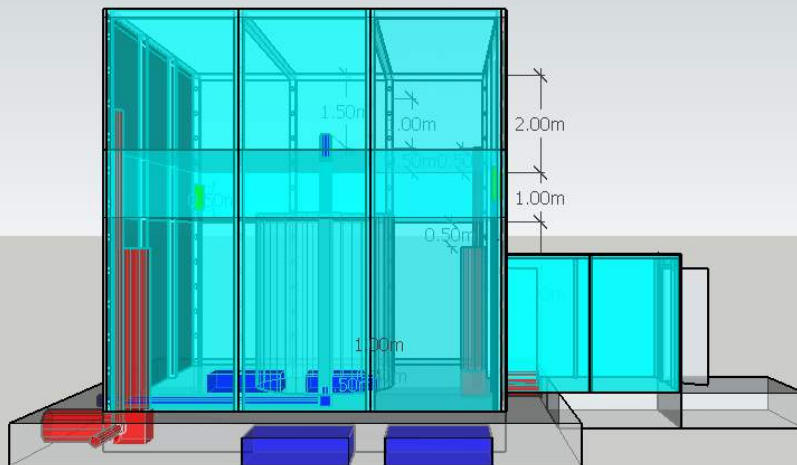
Left

### PARTIE HAUTE : VENTILATION EXTRACTION



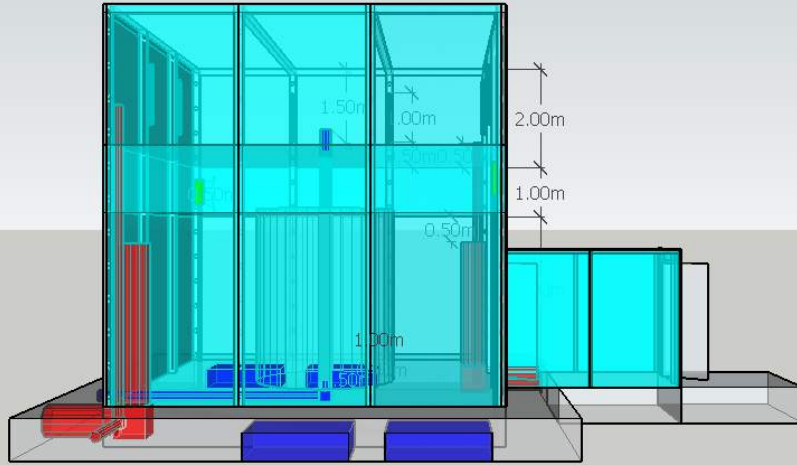
Left

### FUMÉE

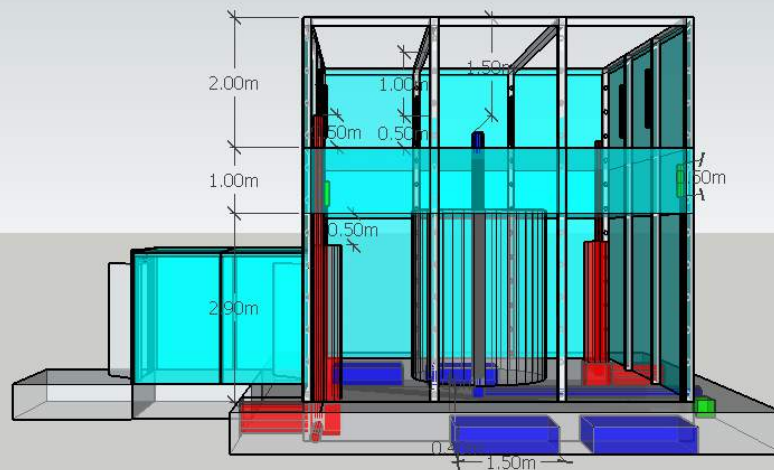


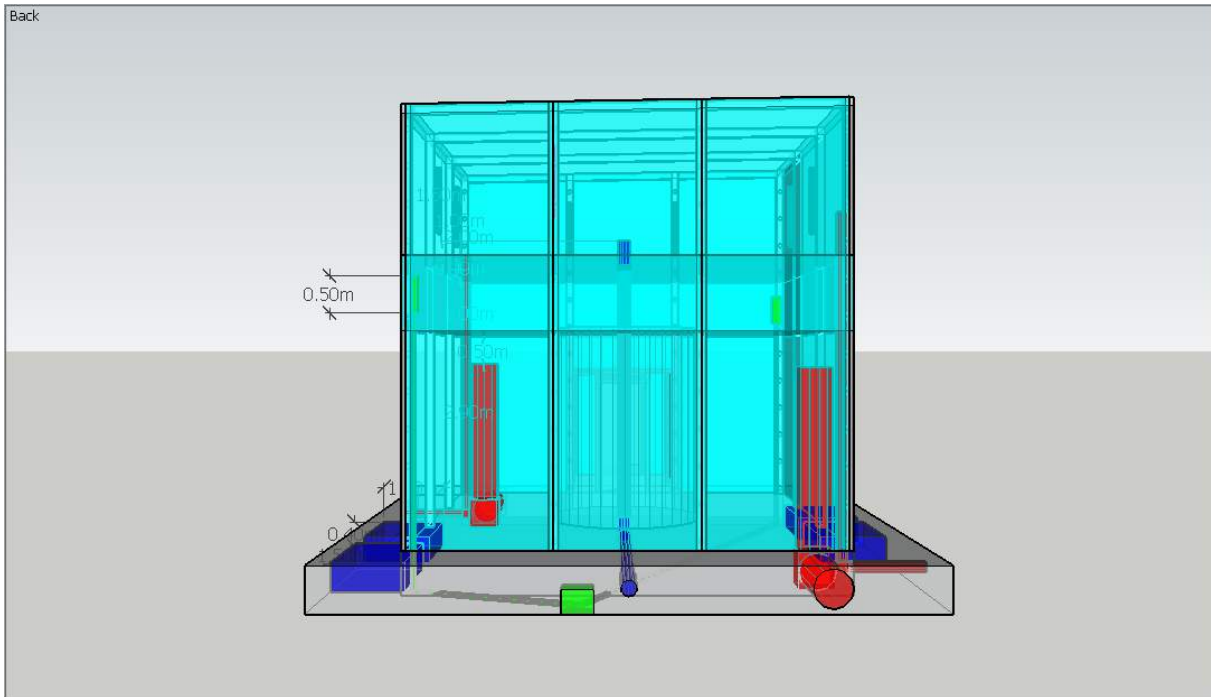
Left

# RADIATEURS

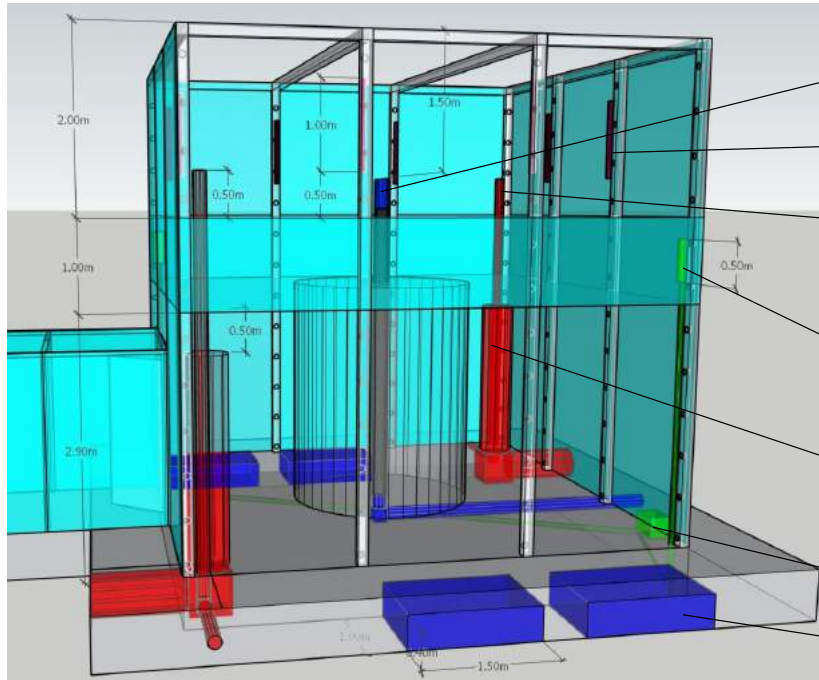


Right





TECHNICAL EQUIPMENT – VARIANT 1



UPPER LEVEL

- 1 x Supply air outlet - upper level  
diameter: 200 mm (on top)  
- 1500 mm below ceiling
- 8 x Electric heating units  
size: 70 x 1000 mm  
- 500 mm above cloud
- 2 x Exhaust air inlets – upper level  
diameter: 150 mm  
- 500 mm above cloud

CLOUD LEVEL

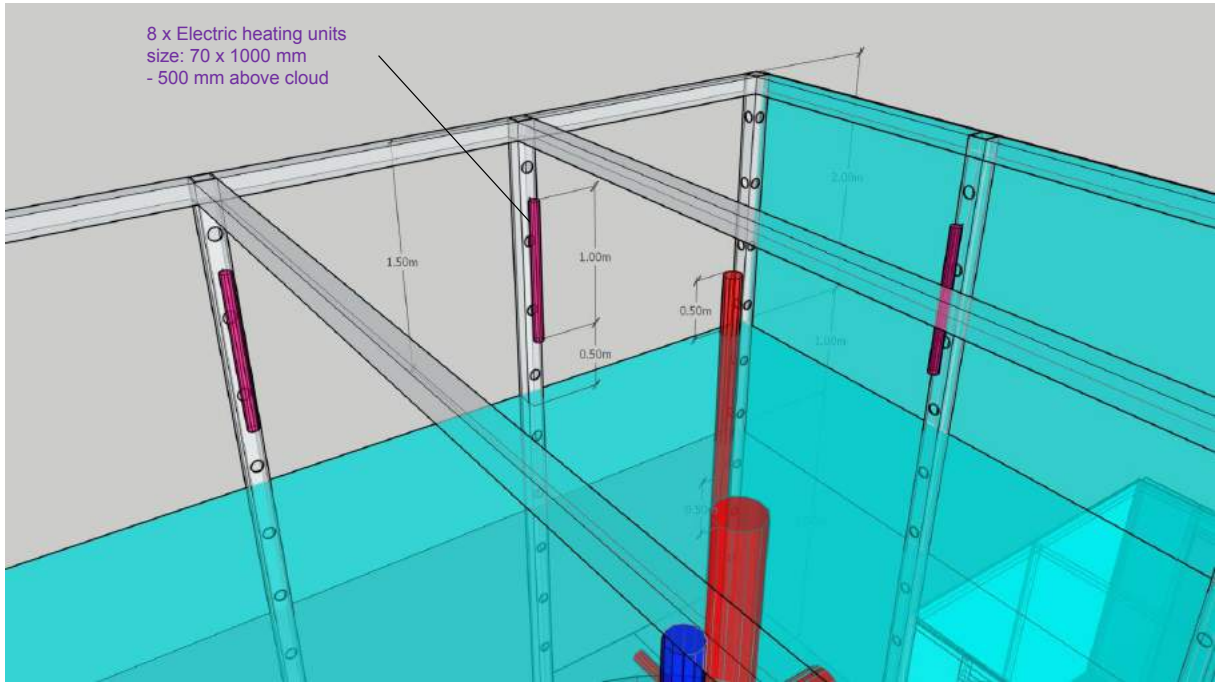
- 2 x Fog Outlets  
diameter: ca. 200 mm  
height: ca. 500 mm

LOWER LEVEL

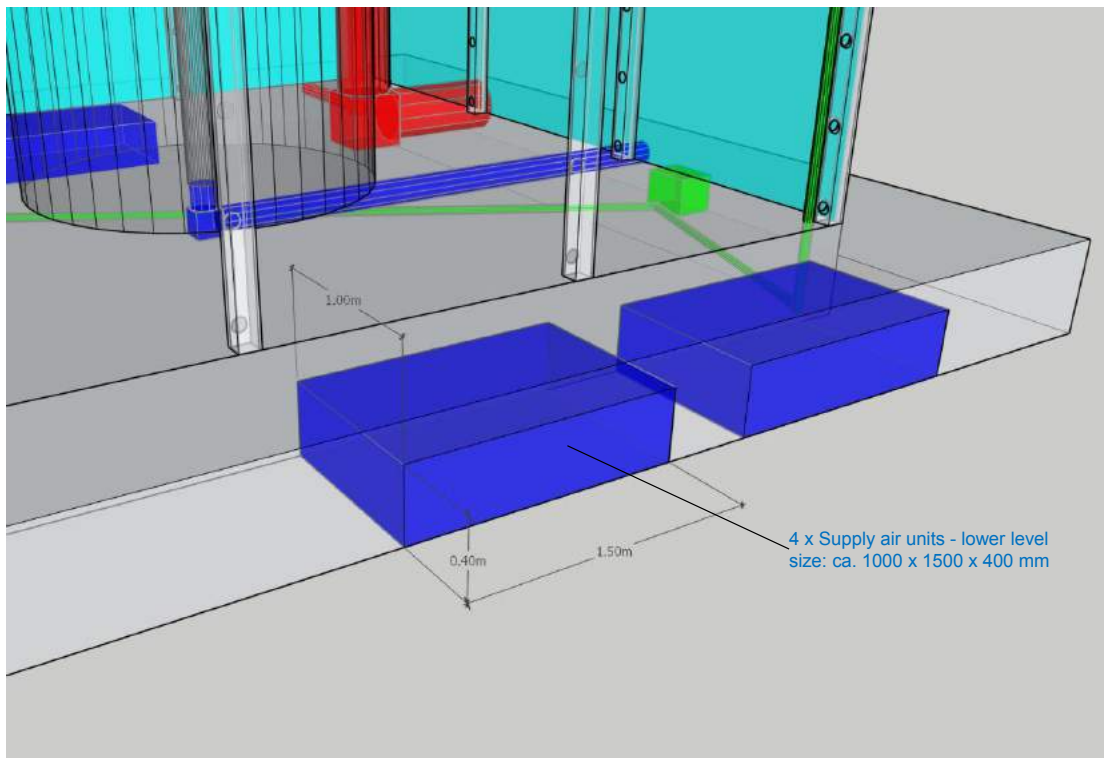
- 2 x Exhaust air inlets – lower level  
diameter: 500 mm  
- 500 mm below cloud

PLENUM

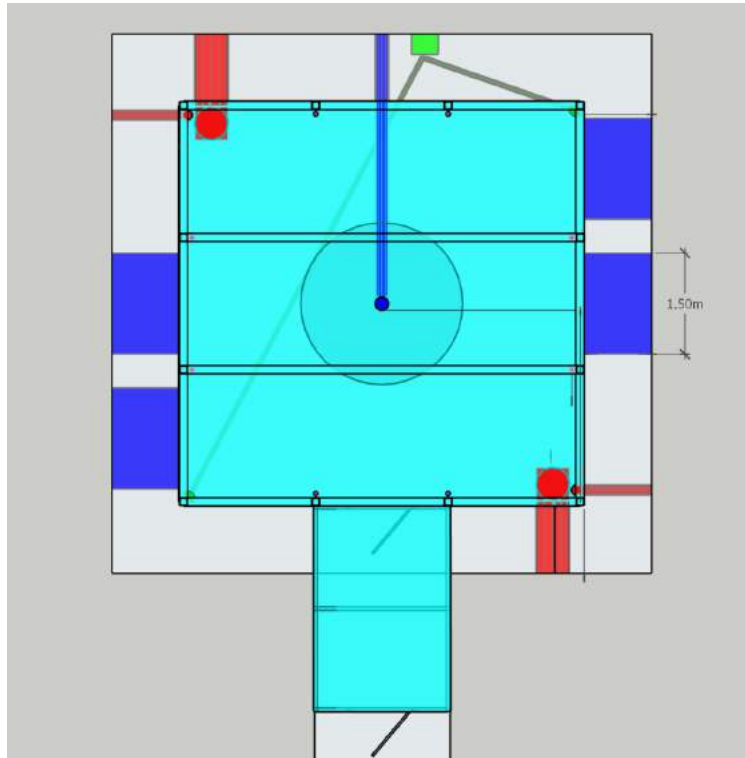
- Fog Machine  
size: ca. 300 x 400 x 300 mm
- 4 x Supply air units - lower level  
size: ca. 1000 x 1500 x 400 mm



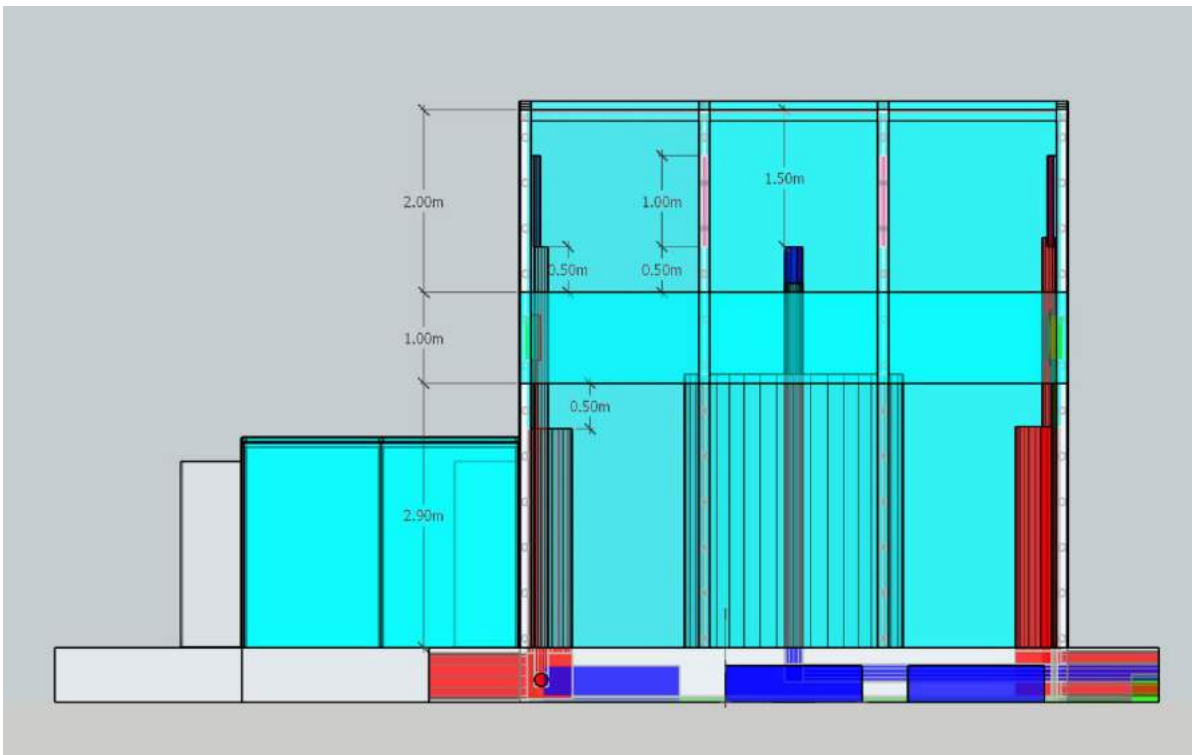
15



16



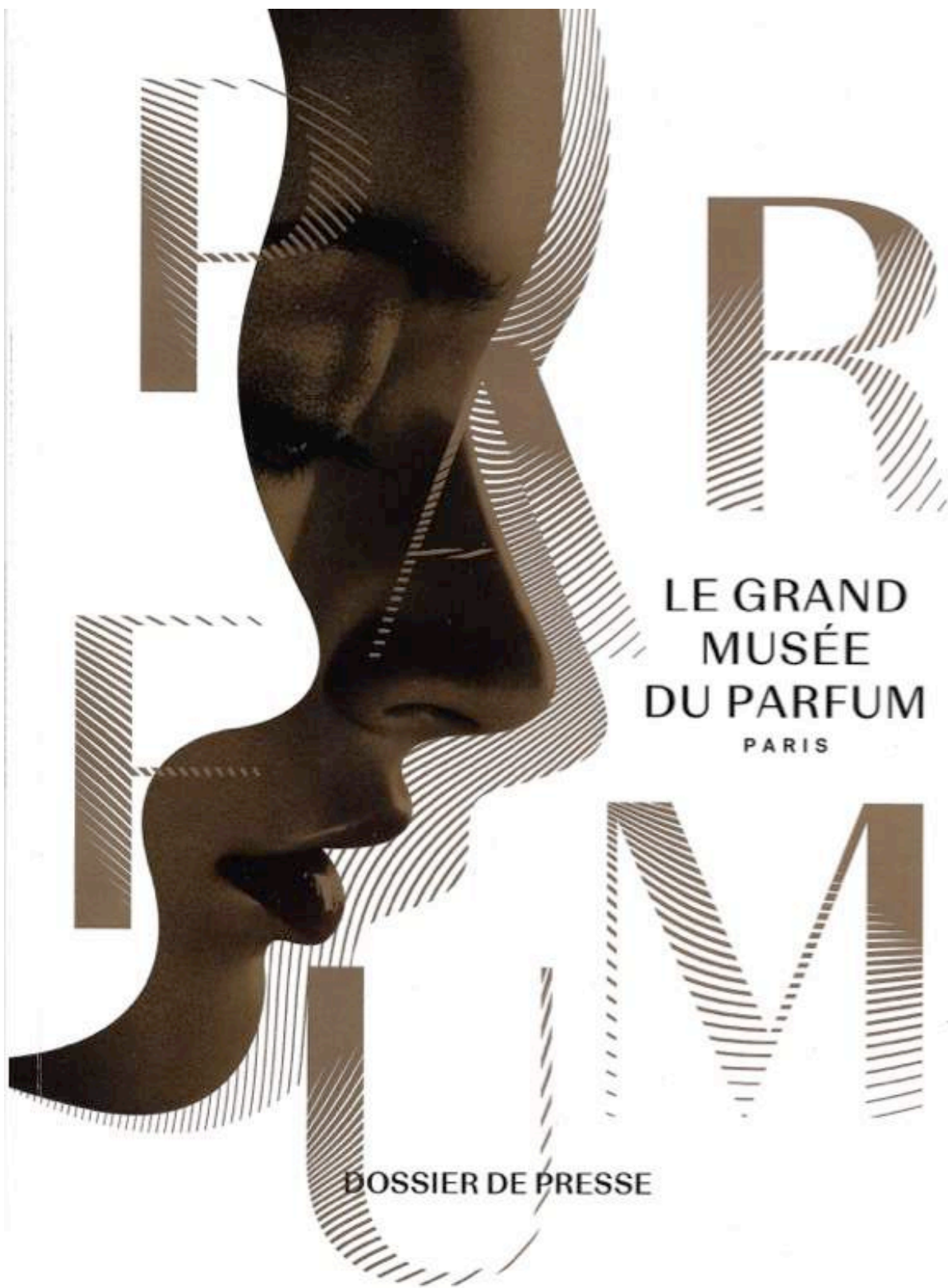
17



# 5

## LE GRAND MUSÉE DU PARFUM





LE GRAND  
MUSÉE  
DU PARFUM  
PARIS

DOSSIER DE PRESSE



# Sommaire

Communiqué de presse .....	1
Editorial de Guillaume de Maussion .....	4
<b>Le Grand Musée du Parfum</b>	
Les missions d'intérêt général du Grand Musée du Parfum et la création du fonds de dotation .....	6
La genèse d'un projet singulier .....	8
Chronologie : deux ans pour réussir .....	9
Le parfum : une spécificité française .....	9
Un parcours de visite sensoriel et innovant en trois parties .....	10
1. Histoires de Parfums .....	12
2. Immersion sensorielle .....	15
3. L'Art du Parfumeur .....	19
Des collections en dépôt : une politique active avant l'ouverture - Les prêteurs .....	24
73, rue du Faubourg Saint-Honoré, un hôtel particulier au cœur du quartier du luxe et des savoirs faire .....	26
Le conseil scientifique et culturel du Grand Musée du Parfum .....	28
Les associés fondateurs du musée .....	32
Les acteurs du projet, scénographie, designers et artistes .....	33
Une offre de visites enrichie dès 2017 .....	38
<b>Partenaires</b>	
Partenaires professionnels du secteur de la parfumerie et du luxe .....	44
Partenaires institutionnels .....	47
Autres soutiens .....	49
Autre partenaire et partenaires médias .....	52
<b>Annexes</b>	
Chronologie de l'histoire du parfum .....	54
Les quatre zones schématisées du circuit olfactif .....	56
Spécificités olfactives et différences génétiques : détail des espèces animales .....	58
Six matières premières emblématiques de la parfumerie .....	60
<b>Informations pratiques</b> .....	65

---

**CONTACTS**  
**Pierre Laporte Communication**  
Tél. 01 45 23 14 14  
**Laurence Vaugeois**  
laurence@pierre-vaugeois.com  
**Sarah Piessis**  
sarah@pierre-vaugeois.com  
**Pierre Laporte**  
pierre@pierre-vaugeois.com

# PARFUM

LE GRAND  
MUSÉE  
DU PARFUM

COMMUNIQUÉ  
DE PRESSE  
DÉCEMBRE 2016

## Ouverture du Grand Musée du Parfum Décembre 2016

Quel est le premier parfum connu dans l'histoire ? Comment les grands parfumeurs créent-ils ? Quel est le lien entre l'odorat et les émotions ? Comment fonctionnent l'odorat et la mémoire olfactive ? Quelles matières premières sont utilisées dans les fragrances d'aujourd'hui ?

Entre émotion, sensorialité et plaisir, le Grand Musée du Parfum, nouvelle institution culturelle, proposera à partir du 16 décembre 2016 un parcours original, à la fois pédagogique, ludique et immersif pour appréhender l'univers du parfum et dévoiler ses mystères.

Emblématique de la culture et de l'audace créative française, l'ouverture de ce musée inédit dédié aux parfums et à l'olfaction vient enrichir l'offre muséale parisienne et relève le défi d'exposer l'invisible en plongeant les visiteurs au cœur d'une expérience sensorielle et artistique hors du commun. Par son parcours interactif et sa scénographie innovante, le musée s'appuiera sur les dernières technologies (vidéo, dispositifs olfactifs...), il retracera en trois grandes étapes l'histoire des parfums depuis l'Égypte des pharaons jusqu'à nos jours, invitant à découvrir une collection olfactive unique constituée de plus de 70 odeurs à sentir tout au long de la visite.

Le Grand Musée du Parfum se veut un lieu d'échange, de partage et de rencontres. Indépendant, il s'attachera tout particulièrement à la transmission de ce patrimoine immatériel, la valorisation de savoir-faire, les processus de création et la démarche artistique et scientifique des parfumeurs, afin de les rendre accessibles au plus grand nombre. Ce nouvel acteur culturel parisien entend apporter une véritable contribution au rayonnement artistique et culturel hexagonal, et qui sait, susciter des vocations chez les plus jeunes visiteurs ?

Le musée a d'ores et déjà su fédérer autour de lui les acteurs majeurs du secteur de la parfumerie tels la Fédération des Entreprises de la Beauté et le Syndicat Français de la Parfumerie. Son ouverture est placée sous le parrainage d'Anne Hidalgo, Maire de Paris. Il a reçu le soutien de la Région Île-de-France.



## L'art du parfum, symbole de l'art de vivre à la française

Ambassadeur des maisons de luxe et de l'art de vivre français, le parfum est l'un des fleurons de l'économie française. Pourtant, malgré un rayonnement international, la parfumerie française ne disposait jusqu'alors à Paris, d'aucun lieu emblématique à sa vraie mesure.

De cette absence est né le projet du Grand Musée du Parfum, premier musée entièrement dédié à l'art du parfum, afin de lui reconnaître une véritable existence artistique et culturelle et de valoriser le secteur porteur et créatif de la parfumerie, propre à la France.

C'est au 73 rue du Faubourg Saint Honoré dans un hôtel particulier de 1400 m<sup>2</sup> qu'a élu domicile le Grand Musée du Parfum, au cœur du 8<sup>e</sup> arrondissement de Paris, quartier emblématique du luxe et de l'élégance, et haut lieu du tourisme. Véritable écrin de l'art de vivre à la française, cet hôtel particulier a abrité au XIX<sup>e</sup> siècle, la demeure d'Antoine-Marie Roederer et plus récemment la maison de couture de Christian Lacroix.

## Un nouveau musée pour découvrir, développer et aiguïser les sens

Précurseur parmi les établissements culturels parisiens, le Grand Musée du Parfum a vocation à faire découvrir toutes les facettes de ces parfums dont le processus de création reste encore très énigmatique, et permettre à chacun, petit et grand, néophyte ou initié, de mieux décrypter l'intention artistique du parfumeur et sa démarche créative.

Au croisement de l'art et de la science, le Musée souhaite aussi initier le visiteur à l'extraordinaire pouvoir de l'olfaction, sens encore méconnu. Chacun aura la possibilité de constituer son propre carnet de visite personnalisé révélant ses préférences olfactives, tout en approfondissant la découverte de ce sens, en explorant de façon ludique de nouveaux territoires parfumés.

Au cœur du parcours, la parole est donnée aux experts qui étudient l'impact et les bénéfices des parfums sur le bien-être, les émotions, la mémoire, le cerveau ou encore la santé.

## Le parcours de visite

Au cours d'un véritable parcours initiatique, le parfum sera abordé en trois étapes distinctes :

- **Histoires de Parfums.** De l'Antiquité jusqu'à l'avènement de la parfumerie contemporaine, le visiteur découvrira la diversité des usages et vertus du parfum à travers les époques, en s'amusant des histoires et légendes parfumées de quelques personnages historiques célèbres, et comprendra comment se sont créées les bases de la parfumerie moderne. Il pourra par exemple sentir le kyphi, tout premier parfum de l'humanité créé sous l'Égypte Antique.

Cette séquence s'articule autour de quatre chapitres : galerie des séducteurs, sources sacrées, cabinet de curiosités et essor de la parfumerie française.

- **Immersion sensorielle.** Le public sera invité à renouer avec son sens olfactif, en l'expérimentant de différentes manières. Au fil des expériences interactives, le visiteur prendra conscience de l'importance dans le quotidien de son sens olfactif souvent mésestimé, et plus encore, de son exceptionnel pouvoir émotionnel. Le visiteur pourra par exemple tester ses sens dans la séquence "jeux olfactifs" et déambuler dans le jardin des senteurs, tout en développant son odorat de façon ludique.

- **L'Art du Parfumeur.** Cette séquence sera entièrement consacrée aux étapes de création et à la démarche du parfumeur. Le visiteur découvrira ici la collection de matières premières du parfumeur et son extraordinaire mémoire olfactive : une bibliothèque d'odeurs qu'il ne cesse d'enrichir tout au long de sa vie. Il sera invité à sentir les matières emblématiques de la parfumerie avant d'être convié dans le bureau du parfumeur pour découvrir les démarches de création des plus grands compositeurs de parfums. Adjacent au bureau, le « lab » du parfumeur aura vocation à exprimer le passage de la création et de l'imagination à la réalisation.

## Une scénographie innovante et interactive

Le Musée se conçoit tel un « hymne au parfum » exprimé à travers une scénographie sensorielle, interactive et résolument contemporaine, qui s'appuiera sur les dernières innovations technologiques en matière de médiation et d'olfaction pour transmettre ses contenus au public de manière optimale. Des commandes artistiques prendront place parmi les dispositifs scénographiques réalisés spécifiquement pour le musée tels l'Orgue à parfum visible dans le laboratoire du parfumeur. Chaque visiteur sera muni d'un smartguide, outil d'aide à la visite, qui accompagnera sa découverte et lui permettra d'approfondir celle-ci (cinq langues : français, anglais, espagnol, italien, allemand, proposées dès l'ouverture, dix à terme).

Dans un esprit de partage, le Grand Musée du Parfum portera aussi une attention toute particulière aux personnes en situation de handicap, à travers un parcours qui fait appel à des ressources adaptées à leurs types de handicap.

## Au cœur du projet, le soutien à la création artistique contemporaine et à l'innovation

Une multitude d'événements, expositions, ateliers jeune public constituera le socle de la programmation culturelle. L'ensemble des disciplines sera convié à dialoguer autour du parfum : spectacle vivant, arts visuels, cinéma, littérature, gastronomie...

Des artistes seront invités à investir les lieux au cours de rendez-vous réguliers (mise en place progressive de résidences d'artistes, commandes d'œuvres d'art...).

Le musée nouera aussi des partenariats avec les maisons de luxe et d'artisanat d'art pour initier des projets destinés à mettre en valeur leurs savoir-faire et leur créativité.

## Le jardin, un lieu de sensibilisation au développement durable

Le Musée entend sensibiliser le public au développement durable à travers la mise en valeur des plantes à parfum dans son grand jardin de 1200 m<sup>2</sup>.

Dans les mois à venir, l'installation d'une serre chaude permettra de présenter les programmes spécifiquement développés par nos partenaires pour préserver l'environnement dans le monde entier, grâce à la culture de certaines plantes, et permettre le développement économique de terroirs défavorisés. Le Musée souhaite faire connaître au grand public les actions menées dans ces domaines afin de sensibiliser les nouvelles générations à la nécessité de construire une économie et des industries responsables, durables et solidaires, y compris dans le domaine du parfum.



---

## Éditorial de Guillaume de Maussion

### Président du Grand Musée du Parfum

Créer une nouvelle institution culturelle privée à Paris, voici une proposition qui semble audacieuse en 2016. Entre la naissance de l'idée et l'ouverture du Grand Musée du Parfum, deux ans et demi se sont écoulés. Un record ? Peut-être, mais si la concrétisation du projet a été si rapide, elle témoigne de l'évidence de cette entreprise qui a immédiatement suscité l'enthousiasme et fédéré les acteurs majeurs du monde du parfum. En effet, le Syndicat Français de la Parfumerie, la société IFF – International Flavors and Fragrances – grande maison de composition internationale, les grandes marques et les 16 experts incontournables du monde du parfum et parfumeurs créateurs français, ont accepté de partager et transmettre leurs savoir en nous accompagnant dans l'élaboration de cet ambitieux projet.



L'institution qui s'est donnée pour mission de faire découvrir l'univers du parfum à travers une expérience sensorielle, pédagogique et artistique, n'a pu être possible que grâce à la passion, les connaissances et le savoir-faire des acteurs essentiels participants à l'élaboration du musée. Si le thème ne cesse de fasciner, la manière de le présenter au public doit révéler la richesse et la créativité des concepteurs sans trahir cet art de vivre à la française.

Exposer l'invisible, ce patrimoine immatériel qu'est le parfum dans les salles d'un musée, tel est le défi du Grand Musée du Parfum qui promet de réinventer la place du visiteur en plaçant au cœur de ses préoccupations la sensorialité, l'émotion, le plaisir et la pédagogie.

« Sentir », « toucher » et « expérimenter » sont les maîtres-mots d'un parcours vivant et accessible, jalonné de découvertes olfactives grâce à une collection constituée de plus de 70 odeurs inédites et d'immersions sensorielles pour « faire vivre » plutôt que de « montrer ».

L'ingéniosité et l'imagination des artistes, architectes, designers ont donné vie à ce véritable « hymne au parfum » exprimé à travers une scénographie résolument contemporaine qui s'appuie sur les dernières technologies disponibles en matière de médiation et d'interactivité. Le Grand Musée du Parfum s'annonce comme un musée unique dans le paysage culturel parisien et une référence internationale. Il a vocation à devenir un acteur majeur et incontournable de la scène parisienne et contribuera à renforcer tant l'attractivité de Paris que son rayonnement, au regard du caractère universel du parfum.

Les deux années écoulées ont été pour notre équipe extrêmement denses et passionnantes. En effet, mener à bien un tel projet a réclamé une mobilisation sans faille. Mais grâce à eux et à tous les acteurs mobilisés autour de ce projet, le Grand Musée du Parfum est aujourd'hui devenu réalité. Demain les visiteurs seront les vrais juges de la pertinence de ce nouveau musée parisien niché au cœur du Faubourg Saint-Honoré dans le délicat écrin d'un hôtel particulier du XVIII<sup>e</sup> siècle.



Le parfum  
subsiste  
toujours au  
creux de la  
main qui offre  
la rose.

WALT WHITMAN

---

## Les missions d'intérêt général du grand Musée du Parfum et la création du fonds de dotation

### La connaissance, la mise en valeur et la transmission d'un patrimoine immatériel

La mission première du Grand Musée du Parfum est de faire connaître le parfum sous tous ses aspects pour donner à sentir, à voir et à comprendre la création olfactive : son histoire, sa sensorialité, ses synergies avec d'autres disciplines, son savoir-faire, son art, son rapport au monde, à la France, à Paris, sa démarche de création, et ses créateurs.

La connaissance de cet univers, à la fois singulier et universel, sera proposée au public dans un souci constant d'éducation, de pédagogie et de plaisir.

La transmission de ce patrimoine immatériel, miroir de nos émotions, est envisagée de manière à la fois artistique, sensorielle, scientifique et immersive. Le Grand Musée du Parfum s'appuie sur les dernières innovations technologiques en matière de médiation et d'olfaction pour transmettre ses contenus au public de manière optimale.

### L'accessibilité pour tous par l'éveil des sens

Le Grand Musée du Parfum a pour vocation de faire découvrir au plus grand nombre les secrets du parfum mais également de l'olfaction, en s'appuyant sur une visite conçue pour plaire à tous, y compris au public éloigné des institutions culturelles. L'éveil du sens olfactif et la prise de conscience de son rôle essentiel dans notre quotidien constituent l'un des objectifs fondamentaux de ce nouvel établissement à la fois scientifique et culturel.

À travers cette invitation à découvrir de multiples territoires parfumés, le Musée offre aussi la possibilité pour chaque visiteur de personnaliser sa visite en constituant son portrait olfactif, révélation de ses préférences olfactives.

Le Grand Musée du Parfum place ainsi le public au cœur de son action et de sa démarche. L'enjeu de médiation est primordial pour ce musée qui se vit et s'expérimente par les sens plus qu'il ne se visite de façon classique. La diversité des approches et des dispositifs conçus et créés spécialement pour ce lieu, la multiplicité des contenus (traduits en 10 langues) et des niveaux sensoriels d'appréhension font de cet établissement une institution unique et innovante qui sera ouverte et accessible au plus grand nombre.

Dans un esprit de partage, le Grand Musée du Parfum portera aussi une attention particulière aux personnes handicapées, à travers un parcours qui fait appel à des ressources autres que la motricité, l'intellect, la vue ou le toucher. Il s'agit, ici, de faire voyager, par les fragrances, en s'adressant à un sens qui fonctionne encore quand d'autres ont cessé de répondre.

Une multitude d'événements – expositions, rencontres, « master class », ateliers jeune public – enrichira l'expérience du Musée et constituera le socle de la programmation culturelle, ouverte au plus grand nombre.

### Un lieu de référence scientifique, d'expérimentation et d'échanges

Le Grand Musée du Parfum se veut aussi un lieu de référence, centre de ressources pour les professionnels, les scientifiques et le grand public. Il se conçoit comme un lieu d'échanges transdisciplinaires et de partage des savoirs et des expertises entre parfumeurs, artistes contemporains, scientifiques, olfacto-thérapeutes, chercheurs, tissu associatif et institutions culturelles.

À l'heure où l'art et la science redécouvrent la puissance extraordinaire de l'olfaction, le Grand Musée du Parfum s'engage à donner la parole aux experts qui étudient l'impact et les bénéfices des parfums sur le bien-être, les émotions, la mémoire, le cerveau ou encore la santé. Les olfacto-thérapeutes interviennent, en effet, sur des champs de plus en plus vastes, afin de faire renaître la

mémoire et de déclencher la parole. Remettre le sens olfactif sur le devant de la scène, à travers l'information et la formation, est l'un des objectifs primordiaux du Musée.

Par l'organisation de sessions d'initiation, de formations, de colloques ou encore de tables-rondes, le Grand Musée du Parfum permettra l'échange et la rencontre autour des thématiques du parfum, des odeurs et de leurs corollaires.

## Une institution engagée pour le soutien à la création contemporaine et à l'innovation artistique

Le Grand Musée du Parfum a aussi pour vocation le soutien à la création artistique et entend interagir avec toutes les disciplines artistiques.

Des artistes seront invités à investir les lieux – cour, jardin, espaces d'exposition, salles du Musée –, soit dans le cadre de la programmation culturelle, soit par la mise en place progressive de résidence d'artistes, à travers des commandes d'œuvres d'art, ou encore lors de grands événements parisiens (Nuit Blanche, Journées Européennes du Patrimoine, Nuit des musées, etc.). Performances, spectacle vivant, arts visuels, cinéma ou encore littérature, l'ensemble des disciplines artistiques sera convié à dialoguer avec le parfum, pour le plaisir des sens.

Le Grand Musée du Parfum proposera une programmation culturelle multidisciplinaire incluant des projets en partenariat, de nouvelles formes de diffusion et des rendez-vous artistiques réguliers.

## Un lieu de sensibilisation au développement durable et à la solidarité

Le Grand Musée du Parfum entend aussi sensibiliser ses publics au développement durable, à travers la mise en valeur des plantes à parfum dans son jardin de 1 200 m<sup>2</sup>.

L'installation, en 2017, d'une serre chaude, permettra de présenter les programmes spécifiquement développés par nos partenaires pour préserver l'environnement dans le monde entier grâce à la culture de certaines plantes, et de favoriser le développement économique de certains territoires défavorisés.

Le Musée souhaite faire connaître au grand public les actions menées dans ces domaines, afin de sensibiliser les nouvelles générations à la nécessité de construire une économie et des industries responsables, durables et solidaires, y compris dans le domaine du parfum.

## Le fonds de dotation

Un fonds de dotation destiné à soutenir les missions d'intérêt général du Grand Musée du Parfum a été créé en août 2016 dans le dessein de recueillir les contributions des mécènes de l'établissement. Ce fonds de dotation a pour dénomination « Les Amis du Grand Musée du Parfum ».

**Moyens d'action** - Afin de développer son objet social, les moyens d'action du fonds sont, notamment : • L'acquisition, la gestion ou la mise à disposition du patrimoine mobilier et immobilier qui sont, directement ou indirectement, nécessaires à la réalisation de son objet • La production ou l'organisation de toutes manifestations liées à son objet • La publication de tous documents entrant dans le cadre de son objet • Toutes actions ou opérations en rapport avec son objet.

**Conseil d'administration** - Le fonds de dotation est gouverné par un conseil d'administration composé de : • 3 représentants de la Société Parfums, dont un fondateur • 1 représentant du Syndicat Français de la Parfumerie • 1 représentant de la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) • 1 représentant de chacun des autres fondateurs, qu'ils soient initiaux ou cooptés.

**Ressources** : • Les ressources du fonds de dotation proviennent des recettes générées par les activités du fonds de dotation • Des revenus des biens et valeurs de toute nature lui appartenant • De la quote-part de la dotation affectée aux produits du fonds • Des dons issus de la générosité publique.



---

## La genèse d'un projet singulier

Tant par son nom que par son sujet, le Grand Musée du Parfum se distingue. Le parfum, d'abord, thématique intrigante et inspirante, constitue une des exceptions françaises. Toutefois, obéissant à un régime du secret de fabrication (secret de formules du parfumeur) qui entretient son mystère, le parfum est un domaine artistique encore méconnu d'un large public. Un musée qui lui serait entièrement dédié, en expliquant ses mécanismes de création comme de perception, se singularise, tout en participant de la tendance actuelle qui lève le voile sur l'objet de nombreux désirs.

### La naissance d'un projet : une volonté partagée de créer un musée du parfum à Paris

L'idée d'ouvrir un Grand Musée du Parfum à Paris trouve son origine dans un paradoxe : malgré un rayonnement international, un rôle majeur dans l'histoire et la culture du pays où elle s'est développée, la parfumerie française ne dispose, à Paris, d'aucun lieu emblématique à sa vraie mesure. De cette absence est née l'ambition d'ouvrir un lieu de référence dédié au parfum, au cœur de la ville-symbole du raffinement et de l'art de vivre à la française, afin de lui offrir une véritable reconnaissance artistique et culturelle.

### L'attente des acteurs du secteur de la parfumerie

Les professionnels du secteur attendent un musée du parfum à Paris de longue date. Le prestige du parfum français constitue l'un des piliers de leur communication. Il est un trésor patrimonial, culturel et économique. Si l'histoire permet d'ancrer l'excellence française dans le long terme et dans la tradition, l'objectif du Grand Musée du Parfum est, bien évidemment, de projeter le parfum dans toute sa contemporanéité.

### L'attente exprimée par le public pour une nouvelle forme de lieu culturel

Les processus de transmission des connaissances sont en pleine mutation avec l'usage croissant des nouvelles technologies et une demande pour une génération de musées renouvelée, plus moderne. Cette situation pousse à revoir les méthodes de médiation et à encourager des formes d'apprentissage novatrices, passant par l'expérience, l'interactivité et l'implication du visiteur.

### Une attente individuelle

Le parfum suscite une grande curiosité car son processus de création reste énigmatique pour la majorité des personnes qui le portent quotidiennement. Dans une quête d'authenticité, les visiteurs d'aujourd'hui s'intéressent de plus en plus au parfumeur et à ses créations.

Le Grand Musée du Parfum souhaite permettre à chacun de mieux décrypter l'intention artistique du parfumeur, d'apprendre à apprécier un parfum et d'exprimer ses propres goûts.

### La méconnaissance du sens olfactif

Le sens olfactif est méconnu et éveille une évidente curiosité. Avant d'aborder le sujet du parfum et comme une introduction préliminaire au sujet, le Grand Musée du Parfum souhaite apporter les connaissances fondamentales qui permettront à chacun de comprendre comment fonctionne l'odorat.

## Chronologie : deux ans pour réussir

**Sollicitant les meilleurs experts du domaine, le projet, malgré son ampleur, a été rapidement mené.**

**JUIN 2014 :** Guillaume de Maussion identifie l'absence à Paris d'un véritable musée du parfum. Après une première période d'analyse, il en parle à son entourage et il est très vite rejoint par deux amis, Nicolas de Gaulmyn et Dorothee Lepère. L'équipe travaille quelques mois sur le projet et décide de d'ouvrir une structure capable de donner une réalité concrète à cette ambition. La 4 décembre 2014, la société Parfeum est créée, société dont l'objet est l'ouverture

puis l'exploitation du Grand Musée du Parfum.

**FÉVRIER 2015 :** Signature d'une convention de parrainage avec la maison de composition IFF, International Flavors and Fragrances

**JUIN 2015 :** Signature du bail du 73, rue du Faubourg Saint-Honoré appartenant à la CNP-Assurances

**JUIN-AOÛT 2015 :** Constitution du Conseil scientifique et culturel du Grand Musée du Parfum

**SEPTEMBRE 2015 :** Première rencontre des membres du Conseil scientifique et culturel et début de leurs travaux

**12 OCTOBRE 2015 :**

Après le vote de leurs adhérents, le Syndicat Français de la Parfumerie signe un contrat de partenariat liant les deux organismes.

**AOÛT 2016 :** Création du fonds de dotation « Les Amis du Grand Musée du Parfum ».

**SEPTEMBRE 2016 :** Réalisation du Projet scientifique et culturel avant ouverture du musée

**16 DÉCEMBRE 2016 :** Ouverture du Grand Musée du Parfum

## Le parfum : une spécificité française

Número 1 mondial, la filière cosmétique-parfums française est un fleuron de l'industrie nationale. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 25 milliards d'euros en 2014. Avec 25 % de parts de marché mondial et une croissance continue (5 à 7 % par an), elle est le troisième secteur exportateur en France. Fer de lance de la filière, les grands groupes internationaux (L'Oréal, LVMH ou Chanel) confortent la France dans sa position de leader sur le marché de la beauté, de la mode et de l'art de vivre. <sup>1</sup>



Un secteur extrêmement dynamique, avec environ 400 nouveaux parfums lancés annuellement : en 2014, 237 nouveaux parfums féminins et 64 parfums masculins sont apparus sur le marché, générant un chiffre d'affaires de 191 millions d'euros. <sup>2</sup>

Une tendance des ventes à la hausse (en valeur et en volume), elle est portée par des évolutions sociologiques structurantes : la recherche de bien-être et de l'épanouissement personnel, le retour à la sensorialité, l'attractivité du luxe dont le parfum constitue le produit « d'entrée », le développement de la clientèle masculine et le dynamisme du segment de clientèle « senior ». <sup>3</sup>

Le marché de la parfumerie : en 2015, les parfums et eaux de toilette représentent 20 % des ventes de produits cosmétiques en France, en valeur, soit un chiffre d'affaires total de 2,22 milliards d'euros.

### Un circuit de distribution favorisant le sélectif.

Les achats de parfums s'effectuent dans différents circuits de distribution. Majoritairement les consommateurs achètent les parfums en distribution sélective (ce qui représente un chiffre d'affaires de 1 900 millions d'euros). Les achats sont réalisés également en grandes et moyennes surfaces (282 millions d'euros) et en pharmacies et parapharmacies (37 millions d'euros).

Les parfums et eaux de toilette représentent 33,2 % des exportations françaises de produits cosmétiques, soit un chiffre d'affaires de 3,9 milliards d'euros en 2015.

1. Chiffres BPI France 2014

2. NPD BeautyTrends pour « The Fragrance Foundation France »

3. Crédit Agricole, Jesuisentrepreneur.fr

---

## Un parcours de visite sensoriel et innovant en trois parties



### Un premier challenge : un musée sensoriel présentant une collection olfactive

La création d'un espace muséal entièrement dédié au parfum – objet immatériel qui ne s'accroche pas sur une cimaise, et dont le visiteur n'a pas encore les codes d'appréciation, ni la maîtrise de l'histoire – consiste d'abord à renseigner le public et à lui présenter les créations que les experts considèrent comme incontournables. Constitution d'une collection d'odeurs, d'une collection d'objets relatifs aux usages de la parfumerie et collecte de discours experts ont été les premiers enjeux de l'élaboration du contenu à exposer.

### Transmettre un patrimoine immatériel en réinventant le parcours muséal

Les odeurs ne se voient pas, elles se diffusent. Un dispositif de présentation des odeurs, encore jamais pensé à une telle échelle, a été entièrement créé sur-mesure pour le Grand Musée du Parfum.

Afin de relever le défi de la mise en scène de cet art immatériel et impalpable qu'est le parfum, le Grand Musée du Parfum est parti à la recherche de talents du design et de l'artisanat pour créer des dispositifs scénographiques uniques.

Le Grand Musée du Parfum se constitue ainsi une collection d'objets d'art qu'il souhaite entretenir et enrichir régulièrement afin de renouveler le regard porté sur les moyens d'expression de la sensorialité.

Ces dispositifs scénographiques novateurs placent la sensorialité au premier plan. Les interactions avec les installations s'effectuent grâce à des capteurs de présence qui déclenchent les dispositifs et provoquent la diffusion des odeurs à l'approche d'un visiteur.

## Une scénographie lisible, interactive et immersive

Conçu comme un « hymne au parfum » exprimé à travers une scénographie résolument contemporaine relevant des dernières technologies disponibles en matière de médiation et d'interactivité, le Grand Musée du Parfum place au cœur de sa démarche l'accès aux odeurs et au parfum. La visite culturelle du Musée a donc été pensée pour être vivante, évolutive, jalonnée de découvertes olfactives et d'immersions sensorielles. Il s'agit de vivre le parcours, plutôt que de le regarder, à travers le « sentir », le « toucher » et l' « expérimentation ».

Le visiteur est invité à interagir avec des outils digitaux afin de déclencher certains dispositifs, ou encore, à réagir à une expérience en enregistrant ses sensations.

Il va découvrir également plus de 70 odeurs qui permettent d'illustrer olfactivement les contenus qu'il vient d'appréhender et d'apprendre par l'expérimentation. Cette collection olfactive offre une immersion sensorielle dans une époque ou un lieu.

Le visiteur va partager l'intimité créative des parfumeurs révélée grâce à une série de projections vidéo.

Le parti pris scénographique du Grand Musée du Parfum est bien de dépasser une approche muséale classique pour transporter le visiteur dans un parcours interactif et sensoriel, en mettant à profit les nouveaux outils technologiques mêlant le virtuel et le réel.

## Création d'une collection olfactive

La première collection du Grand Musée du Parfum est d'abord une collection olfactive, composée de plus de 70 odeurs. En tant qu'établissement voué à remettre le sens olfactif au premier plan, le Grand Musée du Parfum expose cette sélection d'odeurs et de parfums qui participe pleinement à l'expression et à l'illustration de son message pédagogique.

La transmission de ce message auprès des visiteurs sera d'autant plus réussie qu'elle passe par l'expérimentation individuelle et l'immersion sensorielle. À travers les odeurs données à sentir, il s'agira de comprendre une époque, une information neuroscientifique ou encore, la dimension artistique du travail d'un parfumeur sur une matière première.

Grâce à de petites perles de polymère subtilement chargées de concentré de parfum pur, l'émission sèche, à froid, sans alcool ni solvant, assure une restitution parfaite des fragrances et permet de conserver un parfum homogène.

Parmi les illustrations olfactives présentées tout au long du parcours, certaines ont été spécialement composées, ou recomposées, pour le Grand Musée du Parfum, par les parfumeurs d'International Flavors & Fragrances (IFF). D'autres puisent dans les ressources et les travaux de reconstitution déjà effectués par ces parfumeurs.

La collection olfactive du Grand Musée du Parfum se répartit en trois thèmes majeurs : les odeurs de l'histoire, les odeurs pédagogiques et ludiques de l'immersion sensorielle, et enfin les odeurs de la palette du parfumeur.



# 1

## Histoires de Parfums

La première séquence de la visite, consacrée à l'histoire du parfum, offre aux visiteurs la possibilité de découvrir deux types d'odeurs : des parfums reconstitués à partir d'archives et de découvertes historiques, ainsi que des matières premières emblématiques des époques traversées. Deux salles présenteront et diffuseront des odeurs, la salle consacrée à l'Antiquité et aux origines du parfum intitulée « Sources sacrées », ainsi que la salle dite « Cabinet de curiosités » qui retrace l'évolution du parfum depuis le Moyen Âge jusqu'à la Révolution Industrielle.

### Histoires de Parfums

Le parfum, dont l'étymologie latine – per fumum, à travers la fumée – indique une nature immatérielle évanescence, se révèle bien plus consistant à la lumière de son histoire. Miroir de nos rêves et de nos aspirations, il transmet comment et vers quoi chaque époque a incliné ses désirs. De la séduction à la protection, du sacré à la frivolité, le parfum se métamorphose au fil des siècles.

### Galerie des séducteurs

À chaque moment de l'histoire, séduction et parfum ont été intimement liés. Sans doute le plus ancien complice de l'envoûtement amoureux, le parfum est appât, missive sentimentale ou offensive armée. Ces tactiques galantes sont d'autant plus sophistiquées qu'elles sont assorties d'une gestuelle précise d'application sur des zones stratégiques. Gabrielle Chanel en a résumé le cérémonial, conseillant aux femmes de se parfumer là où elles souhaitaient être embrassées.

Qu'elles soient féminines ou masculines, les plus grandes figures de la séduction n'ont jamais caché leur recours aux senteurs – ni, pour certaines, au poison, négatif du parfum – pour arriver à leurs fins.

La galerie des séducteurs expose l'intimité olfactive de sept couples ou paires associées de personnages célèbres – authentiques ou légendaires – ayant marqué l'histoire grâce au parfum ou l'ayant fait évoluer. Différentes périodes sont ainsi parcourues en compagnie de ces personnalités emblématiques. Il s'agit de découvrir, sur une proposition de l'historienne Elisabeth de Feydeau, l'intimité olfactive de Cléopâtre et Marc-Antoine, de la Reine de Saba et du Roi Salomon, de Catherine de Médicis et de son parfumeur René le Florentin, de Louis XIV et de la Marquise de Montespan, de Casanova et Marie-Antoinette, de Napoléon et de l'Impératrice Eugénie, de Louise Brooks et des garçonnes, et enfin de Serge de Diaghilev et des Ballets russes.

À la manière d'une galerie de portraits, dans ce premier espace qui marque l'entrée du parcours, le visiteur découvre ces personnages célèbres ayant marqué l'histoire grâce à sept récits de séduction dans lesquelles le parfum a joué un rôle.

C'est une galerie de portraits « revisités », avec des peintures originales de l'artiste peintre Bruno Bressolin. L'histoire de parfum et la légende de séduction associées au couple sont expliquées en quelques lignes, au centre du triptyque. Ce dispositif est composé d'un panneau central pour le texte et des deux tableaux exposés en images lenticulaires représentant chaque personnage du couple de séducteurs.

Le panneau central est une vidéo générative qui évoque un effluve de parfum vivante.

## Sources sacrées

Berceau de la parfumerie antique, l'Égypte ancienne a favorisé l'éveil des mélanges olfactifs, grâce entre autres à la Vallée du Nil, propice à la culture de nombreuses plantes à parfum. D'abord à destination des dieux, le parfum est brûlé sur les autels sacrés. Il participe aussi aux rituels d'embaumement et de momification. Enfin, les vivants ne s'en privent pas, lui découvrant des vertus aphrodisiaques et thérapeutiques. Gagnant toute la Méditerranée, le parfum est adopté par les civilisations grecques et latines sur le modèle égyptien. Cet âge d'or du parfum antique, commun aux trois cultures, s'étend de l'invention de l'écriture, vers 3 500 ans avant J.-C., jusqu' à la fin de l'empire romain d'Occident au V<sup>e</sup> siècle après J.-C.

Né en Égypte, le Kyphi, « dit le parfum deux fois bon », est un mélange parfumé destiné aux Dieux mais bénéfique aussi aux hommes. Par ses vertus, devenu panacée, il va dominer le monde antique. Parmi les ingrédients phares des compositions de l'époque très appréciés des Égyptiens, deux se distinguent en particulier : la myrrhe, et l'oliban, « encens véritable ». Parfums et ingrédients prennent place dans de nombreux rituels sacrés mais aussi dans la vie quotidienne. De la sphère spirituelle et religieuse jusqu'à l'entretien du corps, le parfum est omniprésent dans le monde antique.

Avec ses quatre grandes vitrines en forme d'arche et ses trois stèles portant une coupole, symbole d'offrande, la scénographie évoque l'ambiance mystique d'un temple où le parfum est avant tout sacré. L'éclairage – progressif et temporisé – des œuvres issues de la collection Storp et du Musée International de la Parfumerie à Grasse, présentées dans les quatre vitrines, fonctionne comme un voile levé sur des objets chargés d'histoire, dispositif propice à la contemplation et à l'émerveillement. Disposé au centre de chaque vitrine, un élément de décor complète l'immersion du visiteur dans le monde antique. 4 dispositifs multimédias enrichissent les contenus de cette salle.

## Cabinet de curiosités

Après le parfum dans le monde antique, la seconde salle voûtée du parcours historique invite à découvrir les différentes évolutions que connaît le parfum et ses usages dans le monde occidental du Moyen Âge jusqu'au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, moment à partir duquel l'évolution des techniques et des applications de la chimie à la parfumerie révolutionnèrent en profondeur le marché des parfums.

Du V<sup>e</sup> siècle jusqu'au début du XIX<sup>e</sup> siècle, le parfum connaît de profondes mutations. D'abord apprécié pour ses vertus curatives et protectrices en temps de peste et d'épidémies, le parfum porte remède. Talisman et panacée, il doit sa force aux ingrédients qui le composent, désormais distillés ou macérés dans de l'esprit de vin. En raison de sa nature alcoolique et aromatique, le parfum au Moyen Âge et à la Renaissance s'aspérge autant qu'il se boit. La période favorise aussi de nombreuses légendes olfactives à l'origine de célèbres parfums tels que l'*Eau de la Reine de Hongrie* ou le *Vinaigre des Quatre Voleurs*. Son usage évolue ensuite vers l'hygiène, masquant la puanteur des corps étrangers aux bains quotidiens.

Crainte comme vecteur de maladies, l'eau s'éloigne des citadins, les eaux parfumées en assurent le relais hygiénique. C'est l'avènement de la plus fameuse de toutes : l'Eau de Cologne (1695), dont le succès n'a jamais été démenti depuis.

Parallèlement à toutes ces évolutions, le métier de parfumeur se réglemente et s'organise en corporation. Cours royales ou impériales contribuent au développement du commerce, tant le parfum constitue plus que jamais un signe de distinction et d'appartenance à une classe sociale.

Cette salle évoque l'ambiance d'un cabinet de curiosités avec son accumulation de vitrines de dimensions et de formes variées. Cette diversité de vitrines reflète assez bien l'étonnante multiplicité des récipients destinés à conserver, à répandre ou à brûler les parfums qu'ils soient de nature solide ou pâteuse comme en Occident jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle ou de nature liquide ensuite. Les récipients destinés aux substances odorantes et les flacons à parfums et eaux de senteurs issus des collections mentionnées côtoient les objets de décor comme les reconstitutions de costumes d'époque ou les fac-similés de livres anciens. Deux écrans, également présentés sous vitrine, enrichissent la visite de leurs ressources iconographiques et littéraires. Tandis que l'histoire de deux parfums célèbres, donnés à sentir au visiteur, est racontée par le jeu de deux théâtres d'ombre : le Vinaigre des Quatre Voleurs qui protège du fléau de la peste et L'Eau de la Reine de Hongrie aux vertus prophylactiques et curatives bien appréciables. Deux autres dispositifs olfactifs complètent la visite et permettent de sentir une recomposition contemporaine : L'Eau de Cologne de Jean-Marie Farina, considérée comme la première de toutes, ainsi qu'une note animale prisée à l'époque : le musc Tonkin.

## Essor de la parfumerie française

*« La parfumerie moderne, c'est la rencontre de la mode, de la chimie et du commerce. »<sup>1</sup>*

Madame de Staël

À partir des années 1830, la parfumerie glisse progressivement de l'artisanat à l'industrie. En raison de deux atouts indisputables : Grasse – cité des fleurs – et Paris – capitale mondiale du goût et de l'élégance –, la France reste la terre d'élection du parfum. Dès l'Exposition Universelle et Internationale de 1900 à Paris, les valeurs de rareté, d'expertise, de créativité et de luxe furent reconnues à la parfumerie française, interlocutrice privilégiée de l'aristocratie et de la haute bourgeoisie internationale.

Au XX<sup>e</sup> siècle, elle se démocratise, étendant son aura à tous ceux qui, par l'achat d'un parfum, accèdent à la sphère du rêve et de la haute-couture. Grâce aux parfumeurs, audacieux entrepreneurs, innovateurs, mais aussi et surtout créateurs, le parfum passe du statut d'article d'hygiène à celui de cadeau par excellence, le premier pas vers un luxe reproduit à des milliers d'exemplaires. Forte de personnalités nouvelles et de techniques perfectionnées, la parfumerie se métamorphose, au bénéfice de la rencontre entre l'industrie et l'art, faisant du parfum une entité immatérielle, aux résultats commerciaux éblouissants.

*Brise embaumée violette, affiche PARFUMERIE ED.  
PINAUD - 1899, France - Papier - Inv. 96.344 © Musée  
International de la Parfumerie, Grasse - France*

Pour donner à voir l'essor de la parfumerie moderne, cette galerie prend la forme scénographique d'un passage couvert parisien : grandes percées au milieu des immeubles, surmontées de verrières, qui constituent une curiosité architecturale typique de Paris.

Cette galerie s'articule en 4 grandes séquences : deux dispositifs multimédias racontent au public l'essor de la parfumerie moderne du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle aux années 1980, l'un dédié à la thématique du commerce et de l'industrie « la fabuleuse histoire de l'essor du parfum », l'autre dédié au luxe, au rêve et à la beauté : « le parfum somptueux ». Parallèlement à ces installations multimédia, une vitrine est consacrée à l'alliance très française de la mode et du parfum.

Enfin, une alcôve permet la reconstitution partielle d'une parfumerie parisienne, à l'aide de mobilier Second Empire de la parfumerie Houbigant (3 chaises et la caisse), mis en dépôt au Grand Musée du Parfum par le Musée Carnavalet. Derrière ce mobilier, une vitrine permet d'exposer des flacons décoratifs Houbigant, ainsi que quelques flacons iconiques de la fin du XIX<sup>e</sup> et du début du XX<sup>e</sup> siècle.

1. Mme de Staël, citée par Danielle Alleres in *Analyse de la branche des produits cosmétiques*, thèse de doctorat en sciences économiques, Université Paris I, 1983, p. 84.



## 2

### Immersion sensorielle

*« Et je trouvais que, de tous les sens, l'œil était le plus superficiel ;  
l'oreille le plus orgueilleux : l'odorat le plus voluptueux ;  
le goût le plus superstitieux et plus inconstant ;  
le toucher le plus profond et le plus philosophe. »*

Denis Diderot, *Lettre sur les sourds et muets*, 1751

Les odeurs et odorants présentés dans la deuxième partie du parcours permettent tout d'abord de comprendre ce qu'est une odeur, d'appréhender le fonctionnement du sens olfactif puis de l'expérimenter de manière ludique et pédagogique.

Sentir, c'est d'abord respirer. Intimement lié à la vie, l'odorat repose sur des mécanismes chimiques de perception. De la molécule jusqu'au cerveau, tout un parcours se dessine. Porteuses d'informations, de souvenirs et d'émotions, les odeurs peuvent aussi nous surprendre. Scientifique et ludique, le monde des odeurs est source d'émerveillement et de plaisir.

#### Chimie des Odeurs et Sens olfactif

Comprendre la nature des odeurs – des éléments qui les déclenchent aux mécanismes physiologiques permettant leur décodage – commence par se familiariser avec les molécules, éléments minimaux à l'origine de tout un processus. Dans la nature, ces molécules s'assemblent pour former la signature olfactive des objets du monde. S'il en faut plus de 400 pour former l'odeur complète d'une rose, seules trois suffisent à la suggérer artificiellement.

Une fois ces molécules émises, elles doivent ensuite être perçues par un individu pour devenir odeur. Le trajet du message, depuis les narines jusqu'au cortex, se singularise des autres itinéraires de perception sensorielle, car il implique d'emblée un traitement par la zone des émotions et de la mémoire. Voilà pourquoi les odeurs sont autant attachées aux souvenirs.

Même si, pour tous, le chemin reste le même, on remarque de grandes variations de perception interindividuelles et, entre les espèces animales, les sensibilités et performances olfactives ne sont pas égales. Il arrive aussi que l'odorat se dérobe, laissant le monde sans odeur ni saveur. Littéralement dégoûté du monde, l'anosmique est privé d'une source de plaisirs intenses.



## Jardin des Senteurs

**« 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, *Du côté de chez Swann*, 1913

Comme un champ de fleurs imaginaires aux corolles parfumées, le « Jardin des Senteurs » engage à la promenade olfactive parmi les odeurs du quotidien : un bouquet de compositions évocatrices créées par des parfumeurs. Familières pour certaines, plus inhabituelles pour d'autres, mais toutes figuratives, ces senteurs avivent des souvenirs. Les odeurs de l'enfance ne sont pas oubliées. Les visiteurs sont invités à s'approcher des corolles, à respirer leurs parfums et à tenter de mettre des mots sur ce qu'ils évoquent. Fermer les yeux les y aidera. Ancrées au plus profond de chacun, ces odeurs quand elles sont retrouvées, rappellent tout un univers oublié.

L'initiation polysensorielle se poursuit autour du « Sofa des confidences », où, deux à deux, les visiteurs testeront leur mémoire olfactive. Enfin, quelques cloches à sentir seront seulement accessibles aux visiteurs de plus de 18 ans : ces « odeurs interdites » leur permettront de renifler quelques effluves corporels et substances prohibées... Pour les plus jeunes, un espace cocoon a été spécialement conçu, présentant quelques parfums d'enfance : comme celui d'un soda universel et autres aliments addictifs et régressifs. À cet étage consacré à l'olfaction, un énorme bouquet de véritables roses fraîches accueille le visiteur, afin d'illustrer ce phénomène. En effet, ce sont des molécules chimiques qui forment le parfum de cette fleur. Ses composés odorants naturels sont très complexes, puisque près de 400 molécules ont été identifiées dans sa composition. Or, si l'on veut évoquer l'odeur de rose, seules trois molécules suffisent.

Reconstituées en 3D et données à sentir individuellement, grâce à un diffuseur intégré dans une niche du mur, il s'agit des molécules d'alcool phényléthylrique, de citronellol et d'eugénol. Si les deux premières molécules senties seules évoquent déjà la rose, la troisième surprend par son évocation plus médicale, souvenir de séances chez le dentiste. L'eugénol, en effet, composé aromatique présent dans le clou de girofle, est utilisé par les dentistes pour ses propriétés antiseptiques et analgésiques. Et pourtant, cette molécule est, comme les deux autres, fortement constitutive de la rose. Pour preuve, l'expérience proposée dans ce dispositif qui consiste à sentir les trois molécules ensemble. Ceci montre que de la chimie des odeurs à la composition, il n'y a qu'un pas.

## Jeux olfactifs

« Invitation au voyage », l'odeur est aussi matière ludique. « Trop animal », « attisant nos bas instincts » selon ses détracteurs, l'odorat refoulé par les civilisations occidentales, depuis si longtemps, réveille, quand on le retrouve, une âme d'enfant.

Dans cette perspective, l'odeur peut se faire carte à jouer sur le plateau d'un jeu à deux, sollicitant la mémoire et amorçant des histoires : un support d'échange de souvenirs et de test de reconnaissance, pour mieux s'approprier un sens longtemps laissé inexploité. Décortiquée, elle sait aussi composer les pièces d'un puzzle à reconstituer pour découvrir une superbe image olfactive. Pour les plus expérimentés, l'odeur se fait rappel sans conséquence de paradis artificiels ou au contraire, très charnels. De jeux en soupirs, le parfum habite l'alcôve de nos désirs.



© Projectiles

### CAPTURER UN ODORANT : LE HEADSPACE

Ce dispositif permet l'initiation à la chimie des odeurs, reconnaissable à sa grosse sphère transparente le Headspace permet la capture des odeurs de la nature, comme une photographie olfactive.

Le procédé de Headspace (ou espace de tête en français) est une technologie développée dans les années 70 par le chimiste suisse Roman Kaiser, afin d'identifier puis d'analyser les constituants volatils des produits odorants présents dans l'air.

Utilisé par les services de recherches des sociétés de composition de parfums et d'arômes, ce procédé est appelé par International Flavors and Fragrances « Living™ », car il permet de connaître tous les éléments odorants des végétaux sur pied, sans avoir à les cueillir comme le nécessitent les techniques d'extraction ou de distillation classiques.

Le principe est simple : un gaz neutre contenu dans cette bulle de verre entraîne les molécules olfactives hors de la plante, une rose par exemple, et passe ensuite dans un filtre qui retient les molécules odorantes. Après désorption, son contenu sera ultérieurement analysé pour identifier et quantifier chacun des éléments, ce qui permettra ensuite de reconstituer cette odeur. Cela permet également aux chercheurs d'évaluer l'influence de la lumière, de la chaleur et des conditions environnementales sur l'odeur des fleurs elles-mêmes, et par voie de conséquence, de s'assurer que les parfums vendus dans le monde pourront conserver leur intégrité olfactive.

Cette technologie du Headspace est particulièrement intéressante pour comprendre les odeurs dans leur environnement, mais aussi reconstituer les odeurs de plantes trop fragiles ou trop rares pour être soumises à un procédé d'extraction classique.

Le procédé peut être également appliqué à tout objet, vivant ou inerte, comme une pierre, un morceau de plastique, une tarte aux pommes à la cannelle, un carré de chocolat, ou l'atmosphère d'un lieu. Grâce à cette technologie, les parfumeurs-créateurs ont ainsi accès à toutes les odeurs du monde : il suffit de les capturer pour pouvoir ensuite les reproduire en laboratoire et les utiliser comme telles, ou comme un ingrédient qui vient enrichir la palette à la disposition du parfumeur-créateur.

La capture d'une odeur par le procédé de Headspace va permettre de faire la transition entre la chimie des odeurs et le sens olfactif. Deux sphères sont installées dans l'une des niches aménagées dans le mur de cet « Espace Découverte » et recouvrent une fleur pour l'une, et une tarte aux pommes, pour l'autre. L'explication de cette technologie qui permet la capture puis la reproduction de toutes les molécules identifiées se fait à travers une vidéo réalisée grâce au concours de International Flavors and Fragrances, l'un des leaders internationaux de la création de parfums et d'arômes, et partenaire du Grand Musée du Parfum.

## Différences interindividuelles de la perception olfactive : chaque personne est unique

Une expérience est proposée autour de molécules détectées par certains et non par d'autres pour comprendre les variations de perception entre les individus.

Nous possédons tous quelque 5 millions de neurones olfactifs dans chacune de nos narines et cela nous permet de reconnaître des milliers, voire des millions d'odorants. Mais tout le monde ne peut pas tout sentir, et notre « capital olfactif » est unique. Il dépend à la fois de notre équipement personnel en récepteurs olfactifs et de notre expérience. Parce que lié à la mémoire et aux souvenirs, le sens de l'odorat est aussi culturel et se développe chez les uns et les autres en fonction des habitudes de vie, de consommation, d'alimentation. Il y a également des aptitudes physiologiques différentes, qui permettent de détecter un odorant quand d'autres ne le remarquent pas. Comme tous les caractères héréditaires, certains récepteurs olfactifs peuvent être absents ou présenter des variantes.

Les visiteurs sont conviés à tester leurs capacités olfactives avec deux molécules qualifiées de « rétives », (l'androsténone, molécule à l'odeur de transpiration, et le musc, très utilisé en parfumerie) en actionnant la manette des deux flacons intégrés au mur et enregistrer immédiatement le résultat de leur essai sur un écran qui affiche en direct le pourcentage de « ceux qui sentent » et de « ceux qui ne sentent pas » en fonction de leur sexe, de leur âge, de leur région du monde.

Cette expérience est une formidable opportunité pour expliquer que les molécules ont des structures très différentes et qu'on ne possède pas tous les mêmes récepteurs. Si un récepteur manque, son absence est compensée par le cerveau qui, grâce au portrait-robot général des odeurs, peut reconstituer une odeur complexe, même quand un de ses éléments n'est pas détecté.

### 3

## L'Art du Parfumeur

La visite s'ouvre par un préambule olfactif : la « collection de matières premières » du parfumeur, vingt-cinq matières premières emblématiques de la parfumerie, de l'aldéhyde C11 à la tubéreuse, en passant par la calone.

Compositeurs d'odeurs, les parfumeurs sont des créateurs méconnus du public. Leur surnom de « nez » réduit à tort leur travail à une démarche purement sensorielle quand imagination, invention et réflexion font aussi partie du processus intellectuel d'élaboration d'un parfum. Depuis leur bureau jusqu'au laboratoire, art, savoir-faire et connaissances sont à l'œuvre.

### La collection de matières premières

À l'image de la palette du peintre, le parfumeur dispose d'une collection de matières olfactives qui peut compter jusqu'à 1 500 ingrédients. En réalité, son catalogue au quotidien se réduit en moyenne à trois ou quatre cents matières premières de sa prédilection, tant il lui faut connaître parfaitement les nuances et évolutions de chaque élément. Dans cette liste, « synthétiques » et « naturels » se côtoient, les deux sortes étant nécessaires dans un parfum, car elles contribuent ensemble à l'équilibre de la composition.

Parfois montrée du doigt, la synthèse, baptisée « fleur de laboratoire » par le célèbre parfumeur Edmond Roudnitska, a délié le potentiel expressif de la parfumerie. Elle a repoussé les limites de l'imaginaire, encouragé l'abstraction et suscité l'audace en libérant le parfumeur de la référence obligée à la nature.

Tous les grands parfums, depuis l'apparition des premières molécules de synthèse au XIX<sup>e</sup> siècle, sont composés d'essences naturelles aussi bien que de produits de synthèse.

Dans les gouttes suspendues sont présentées 25 des plus belles matières de la parfumerie. Chacune de ces sphères diffusantes raconte, quand on la porte à l'oreille, l'histoire de l'ingrédient et ses secrets.

Le parti pris scénographique du Grand Musée du Parfum est de proposer une découverte de 25 matières premières dans des contenants identiques. Celles-ci constituent les ingrédients incontournables de la palette du parfumeur. Présentées dans des dispositifs reprenant la forme d'une goutte, d'apparence similaire, les matières valent d'abord par leur odeur. Il s'agit, ici, de mettre le visiteur dans la position du parfumeur qui ne dispose, lui non plus, d'aucune représentation visuelle prédéterminée lorsqu'il travaille avec une matière. Chacun doit pouvoir accueillir les émotions, les images, les impressions qui lui viennent à l'esprit en découvrant une matière. L'objectif de cette installation est également de ne créer aucun antagonisme entre les matières premières naturelles et les matières premières de synthèse, en les représentant par le même dispositif. Cela permet au visiteur de réaliser, par lui-même, que certaines matières premières peuvent sembler plus vraies que nature, et propices aux évocations et aux émotions, tout en étant issues de la synthèse. Une fois sentie, chaque sphère diffusante peut être portée à l'oreille afin d'entendre son histoire et ses secrets.

## La mémoire olfactive des parfumeurs

L'apprentissage du parfum passe d'abord par la mémorisation de ses constituants odorants. Le futur parfumeur découvre les matières – il les sent, les décrit et les reconnaît quand à nouveau rencontrées – mais, une fois éloignées, il doit être capable de les rappeler à sa mémoire. L'imagerie cérébrale a prouvé qu'un entraînement olfactif intensif permet au parfumeur de se souvenir des odeurs au point de les sentir : le cortex olfactif du parfumeur est activé par la simple évocation d'une odeur, alors que cette région n'est d'ordinaire stimulée que lors de la perception d'odeurs réelles. Cette capacité à se représenter des odeurs mentalement repose sur des souvenirs olfactifs enregistrés auparavant. Plus l'expertise des parfumeurs est grande, plus l'activité de cette région du cerveau diminue, prouvant ainsi que la communication neuronale est plus rapide et plus efficace. Cette aptitude n'est donc pas innée, mais le fruit d'années d'exercice. Les études prouvent même qu'à la faveur d'un entraînement régulier de ses capacités olfactives, la quantité de matière grise liées aux zones de l'odorat augmente chez le parfumeur, alors que l'âge est censé la faire diminuer. Alors pour rester jeune : il faut sentir !



### **Blossom,**

#### **La rose, source d'inspiration**

#### **La rose jaillit du cerveau des parfumeurs**

Les processus d'extraction ou de distillation altèrent l'odeur initiale d'une fleur ou d'un ingrédient. Pour reproduire l'odeur d'une rose en parfum, l'absolu rose et l'essence de rose ne suffisent pas à créer l'illusion. Le parfumeur doit alors recomposer, à partir de matières et de molécules de synthèse, le bouquet odorant de la rose. Mais comme dans toute interprétation, il y a une vision subjective. Le Grand Musée du

Parfum donne à sentir à proximité de la collection de matières premières, cinq interprétations de rose, par cinq parfumeurs.

Avant d'être un chimiste, le parfumeur est un illusionniste. Et peu importe finalement la vérité d'une odeur. Ce qu'il recherche, c'est une forme de réalisme ; il faut que la référence de l'odeur soit perçue. La rose, par exemple, est constituée de plus de 400 molécules odorantes. L'art du parfumeur, son talent sans doute, consiste à produire « sa » rose, et à réitérer cet exercice qu'on exigeait de lui lorsqu'il n'était qu'un apprenti parfumeur : reconstituer une rose avec un minimum d'ingrédients, le géraniol et l'alcool phénylétyle par exemple. Parfois, une reconstitution de rose est bien plus fidèle qu'une essence ou un absolu de rose et correspond davantage à l'idée que l'on se fait de la fleur. C'est ainsi qu'une solution d'essence de rose naturelle paraît souvent bien décevante par rapport à la rose imaginaire recréée par le parfumeur, bien plus réaliste. Chaque créateur de parfum porte en lui un fantôme de rose. Il passe parfois toute sa vie à l'explorer, à la scruter, la détailler, la décortiquer. Ce qui est beau, c'est qu'il y a autant de roses qu'il y a de compositeurs. Le parfumeur Edmond Roudnitska parlait de qualité de rose, c'est-à-dire l'expérience intime d'une rose, « l'idée » d'une rose.

Blossom, « rosier imaginaire », est une installation créée par Violette Houot, designer. Blossom invite à cueillir et à sentir les cinq roses qui flottent à l'extrémité de ses branches. Ces roses, qu'une seule matière naturelle ne suffirait pas à recréer, sont nées de l'esprit de cinq parfumeurs. Tel est leur talent : interpréter la nature, pour en donner une version artistique.

## Le bureau du parfumeur

Lorsqu'il s'agit de créer une nouvelle forme olfactive, les voies sont nombreuses. Il existe autant de processus créatifs et d'écritures que de parfumeurs.

Le parfumeur est un artiste de l'odeur. Il invente patiemment une construction harmonieuse, une nouvelle forme olfactive. Ce qui permet à cette forme de devenir un parfum, et pas seulement une odeur, c'est la vision esthétique et artistique originale du parfumeur. Dans cette phase d'élaboration, le nez-organe n'est pas le moins du monde sollicité.

Le créateur « pense » sa formule : il inscrit en colonne la liste des ingrédients et leurs proportions au milligramme près. Contrairement aux idées reçues, le métier de parfumeur ne s'exerce pas ou peu au cœur d'un laboratoire. Le parfum n'est pas une construction chimique simple, mais bien une œuvre de l'esprit extrêmement complexe, qui mûrit longuement, et qui trouve son inspiration d'abord dans les ingrédients eux-mêmes, une émotion olfactive, un défi technique, mais aussi dans les rencontres, les souvenirs, la réminiscence olfactive, les émotions, le patrimoine d'une grande maison et les autres arts. L'idée du parfum précède toujours son existence. C'est la raison pour laquelle on a coutume de dire que le bureau du parfumeur, c'est finalement son cerveau.

## Le Laboratoire

Le parfumeur, pour donner corps à sa création, commence par écrire une formule. Il s'agit d'une liste d'ingrédients indiqués selon les proportions désirées. Il transmet, ensuite, cette formule à son assistant(e) au laboratoire, qui pèse un à un chacun des ingrédients pour aboutir à un premier « essai ».

Au laboratoire, ces ingrédients sont contenus dans des fioles rangées sur des étagères, au-dessus des instruments de mesure. Historiquement, un meuble dédié contenait toutes les matières : on l'appelle l'orgue à parfums.

Pour illustrer cette phase de la conception, et comme une projection artistique d'un objet traditionnel, l'équipe de designers du Jason Burges Studio a imaginé une interprétation moderne et poétique de l'orgue à parfums. Cet orgue dématérialisé traduit en lumière et en notes musicales les consignes de pesée que contient une formule. Note à note, les matières de la formule enregistrées sont données à voir et à entendre, ondes lumineuses et acoustiques remplaçant les signaux chimiques olfactifs.

Reprenant une métaphore musicale qui compare le travail du parfumeur à celui d'un compositeur, l'orgue aide à visualiser la pesée comme l'exécution d'une partition dont le parfum serait la réalisation finale.

**L'orgue du parfumeur** une réinterprétation contemporaine réalisée par Jason Bruges Studio, spécialiste du design multimédia et interactif.

Jason Bruges Studio a travaillé sur l'idée de capturer le mouvement dans l'espace. L'esthétique des structures moléculaires renvoyant elle-même à celle des constellations est à la source du projet imaginé. Presque dématérialisé, l'orgue prend la forme d'une installation lumineuse et sonore : un demi-cercle de prismes en verre suspendus sur des tiges invisibles. Chaque prisme représente une matière première et se trouve associé à une note musicale.

De tous les arts, la musique est certainement celui avec qui le parfum possède le plus d'analogies, spécialement en termes de processus créatif. Le parfumeur ressemble à un chef d'orchestre, choisissant ses ingrédients, leur rythme et leurs associations, à l'instar d'instruments et de notes de musique.

L'orgue de Jason Bruges Studio se veut une métaphore du travail de l'assistant(e) dans le laboratoire au moment de la pesée de la formule. De la même façon que celui/celle-ci assemble les ingrédients un à un dans le flacon, les notes musicales viennent s'associer les unes après les autres, avant de former la composition finale. Chaque prisme possède sa propre caractéristique sonore, évoluant selon la texture et la longueur d'évaporation de la note olfactive qu'il représente.

Quand une note est choisie dans l'orgue, un rayon laser relie le prisme à une forme centrale symbolisant le concentré final. Ce jeu de rayons laser représente la précision des gestes effectués par l'assistant(e) lors de ce moment crucial qu'est la pesée de la formule au laboratoire.

Une fois toutes les notes appelées, les rayons lasers se rejoignent tous dans la fiole centrale qui s'éclaire. L'orgue joue alors la musique du parfum assemblé. Les notes résonnent toutes dans le même temps, certaines persistant dans l'air, d'autres s'évanouissant rapidement, à l'image du processus d'évaporation d'un parfum, dont certaines matières premières s'évaporent plus rapidement que d'autres.

L'orgue s'anime avec l'arrivée du public au rythme d'une programmation aléatoire de cinq compositions lumineuses et musicales. Chacune correspond à une formule olfactive représentant une grande famille de parfums (oriental, floral, fougère, boisé, Cologne). Selon qu'elles sont très complexes ou minimales, les compositions ne possèdent pas toutes la même longueur ni la même coloration sonore.

## Se parfumer ?

Dis-moi comment tu te parfumes et je te dirai qui tu es... Selon que l'on est homme ou femme, d'Europe, d'Amérique ou du Moyen-Orient, au bureau ou en voyage, les gestes et rituels liés au parfum changent. Aspergé, vaporisé ou fumigé, à haute dose ou déposé avec parcimonie, il entre en contact avec les corps sous différentes formes.

Avec l'acte de se parfumer vient une cohorte d'idées reçues : le parfum aurait un genre, un âge, une tête, un cœur, un fond. Il serait forcément cher lorsqu'il est bon, pourrait être jugé en quelques secondes et devrait être appliqué d'une manière bien précise.

Chaque coiffeuse offre, ici, une réponse à ces idées, une opportunité de les nuancer en écoutant des parfumeurs donner leur avis sur le sujet. Chacune représente une invitation à redécouvrir le plaisir et la liberté de se parfumer. Car le parfum est, en définitive, à l'image des autres arts : il n'a d'autre dessein que de se faire plaisir et d'exprimer pleinement sa liberté.



Le parfum  
subsiste  
toujours au  
creux de la  
main qui offre  
la rose.

WALT WHITMAN



---

## Des collections en dépôt : une politique active avant l'ouverture

Pour répondre à l'enjeu de connaissance de l'histoire du parfum et à l'exigence d'accès partagé à la culture, le Grand Musée du Parfum accueille des œuvres en dépôt de trois collections distinctes prêtées par des institutions partenaires ou des collectionneurs privés. Issus de ces collections, sont présentés des objets (flacons, vase à parfum, etc.) et décors historiques.

Parmi la centaine de flacons et d'objets liés au parfum présentés dans la séquence historique du Musée, plus de la moitié est prêtée par la famille Storp, fondatrice en 1911 à Munich de la maison de composition : drom Fragrances. La famille a réuni pendant plusieurs générations une collection unique de près de 3 000 objets, couvrant une période historique de 6 000 ans.

L'autre partie de la collection d'objets présentés au public (des flacons et pots à cosmétique, mais encore des affiches ou autres éléments iconographiques, depuis les origines du parfums jusqu'à une époque plus récente) est prêtée par le Musée International de la Parfumerie, situé à Grasse.

Parallèlement, le musée Carnavalet, musée de l'Histoire de Paris, a accepté de laisser en dépôt une partie du mobilier de la parfumerie Houbigant, célèbre maison de parfums parisienne fondée en 1775 par Jean-François Houbigant (1752-1807), originaire de Grasse. La marque c'est considérablement développée entre 1890 et 1925, avec, à sa direction, des parfumeurs novateurs comme Paul Parquet et Robert Bienaimé. Le Musée Carnavalet conserve les boiseries et le mobilier de la boutique Houbigant du 57 de la rue du Faubourg Saint-Honoré (aujourd'hui renuméroté : n°19), décor Second Empire de 1855, donné en 1957 au musée et jusqu'alors jamais montré au public (excepté les fauteuils).

Les directions de patrimoine des marques de parfum prêtent au Grand Musée du Parfum quelques flacons iconiques de leur collection, ainsi qu'une riche iconographie.

### Les prêteurs

Musées publiques ou organismes privés, les prêteurs ont permis au Grand Musée du Parfum de proposer une collection de plus d'une centaine d'objets présentés dans la partie historique du parcours.

#### COLLECTION STORP



La collection Storp, du nom du fondateur de la société de composition de parfums drom Fragrances, constitue la plus grande collection de flacons à parfum qui sont autant d'œuvres d'art, issues de toutes les périodes de l'histoire. Cette collection est présentée au Musée drom, à Munich. Créé en 1970 par Madame Ursula Storp, ce musée privé, réservé aux professionnels, dévoile pour la première fois, une partie de cette collection.

– « Être fabricant de parfum n'est pas chose facile : on invente quotidiennement des senteurs, et cela dans le seul dessein de les laisser ensuite s'évaporer dans la nature. De la création proprement dite ne subsiste rien d'autre que le souvenir acidulé d'instantanés sensuels. Voilà pourquoi les salles de notre Musée du Flacon à parfum sont tout entières imprégnées d'idées, d'histoire, d'inspiration et de créativité. Dans cet univers évanescent, il arrive des moments où l'on éprouve le besoin de se raccrocher à quelque chose de solide. C'est probablement dans l'un de ces moments que mon grand-père a décidé de se lancer. Dès 1921, le pharmacien Bruno Storp a donc posé le premier jalon d'une extraordinaire collection de flacons à parfum que l'on peut considérer comme le fondement même de l'actuel Musée drom. Bruno Storp s'employait essentiellement à l'époque à collectionner les fioles de pharmacie et réceptacles à parfum.

Ma mère, Ursula Storp, reprit par la suite cette démarche à son compte. Sa collaboration avec le Dr. Edmund Launert, expert en art du British Museum, permit de réunir une collection que l'on peut qualifier d'exemplaire en raison de son caractère complet et de l'unicité des objets présentés. Le musée du Flacon abrite aujourd'hui quelque 3000 pièces. La collection du Musée drom du Flacon à Parfum figure ainsi parmi les plus importantes au monde.

Conçue en priorité à l'intention d'experts de l'industrie cosmétique, elle est par conséquent inaccessible au grand public. Au-delà de son indiscutable valeur esthétique, cette collection unique est surtout appréciée du secteur des cosmétiques pour son important contenu informatif. [...]

Chacune des pièces exposées au Musée drom du Flacon à Parfum peut être ainsi considérée comme un symbole privilégié de son temps. Chacune d'elles renvoie à l'époque de sa naissance, à sa valeur d'usage, à son expression esthétique. Surtout, elle dévoile un peu de cette magie des substances mystiques qu'elle renferme. La collection drom Fragrances offre au professionnel le trésor inestimable d'une évolution historique d'une richesse infinie, confrontant ici le visiteur aux inépuisables ressources créatives des siècles passés.

Substances éphémères et, donc, plus ou moins insaisissables, les parfums se débent largement à toute interprétation rationnelle. Envelopper ces précieuses senteurs reste le privilège exclusif des récipients et flacons. Ils sont le premier signal visible émis par un parfum, avant même que celui-ci n'atteigne notre organe olfactif. Voilà pourquoi les flacons à parfum constituent le seul et unique moyen d'appréhender, du moins de l'extérieur, les senteurs et leurs mystères. »

Ferdinand Storp, président de la Société drom Fragrances, prêteur pour le Grand Musée du Parfum  
Extrait du livre d'Elisabeth de Feydeau, *Les Parfums*, Robert Laffont, collection Bouquins, 2011, p. 540.

### **MUSÉE CARNAVALET - HISTOIRE DE PARIS**

Le musée Carnavalet est le grand musée historique de la Ville de Paris. Ses collections, qui comprennent plus de 600 000 œuvres en font l'un des principaux musées français. Boiseries et décors, tableaux, dessins et estampes, affiches, photographies, monnaies et médailles, sculptures, pièces de mobilier, objets d'art et d'histoire ...sont présentés dans un cadre historique exceptionnel. Le visiteur voyage à travers Paris de la Préhistoire à nos jours.

Installé dans les hôtels Carnavalet et Le Peletier de Saint-Fargeau, au cœur du Marais, l'un des rares quartiers où le patrimoine architectural a été épargné par les grandes percées haussmanniennes, le musée de l'histoire de Paris est situé dans l'une des zones touristiques les plus fréquentées de la capitale. Sur le plan patrimonial, le site présente un intérêt majeur qui a justifié sa protection au titre des Monuments Historiques (depuis 1846) et du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur du Marais (depuis 1965).

Depuis le 3 octobre 2016, le musée est fermé pour engager un grand chantier de rénovation. Sa réouverture est prévue début 2020.

### **MUSÉE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE À GRASSE**

Le Musée International de la Parfumerie, à Grasse, a rouvert ses portes en 2008 rénové et agrandi. C'est l'aboutissement heureux d'un projet qui durant des années a mobilisé le territoire grassois autour de la parfumerie et de la culture des plantes à parfum, héritage séculaire.

En 2010, un vaste ensemble de jardins et de serres situé à Mouans-Sartoux, baptisé les Jardins du MIP est venu renforcer le discours muséal en présentant aux visiteurs à la fois un conservatoire vivant de centaines de plantes à parfums et aromatiques mais aussi ce qu'est la culture des fleurs à parfum en plein champ à travers l'exploitation en vraie grandeur de parcelles de roses de mai, de jasmin, de tubéreuses, d'iris, de lavande... toutes emblématiques du pays de Grasse.

Si les collections du musée présentent un ensemble historique sur plusieurs milliers d'années et provenant de tous les continents, l'ambition est aussi de présenter l'aventure du parfum à Grasse depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle : une réussite humaine exceptionnelle à la fois technologique, industrielle, économique et financière.

Musée de société, musée de Beaux-Arts et musée technique, le Musée International de la Parfumerie à Grasse est tout cela à la fois. C'est enfin un espace d'expertise et d'échanges pour tous les professionnels de la parfumerie qu'ils résident à Grasse ou qu'ils viennent découvrir le berceau internationalement reconnu de la parfumerie moderne.

### **LES GRANDES MAISONS DE PARFUM**

Les grandes maisons de parfum ont enrichi et vont continuer d'enrichir au fur et à mesure la présentation du parcours permanent du Grand Musée du Parfum, par leurs objets emblématiques et historiques, leurs flacons iconiques et leur riche iconographie.

---

## 73, rue du Faubourg Saint-Honoré, un hôtel particulier au cœur du quartier du luxe et des savoirs faire



### Une situation spécifique au cœur de Paris

Le Grand Musée du Parfum s'installe au sein d'un hôtel particulier situé au 73 rue du Faubourg Saint-Honoré, doté d'un jardin privé, d'une cour pavée et d'une belle façade restaurée.

Situé dans un quartier emblématique de l'élégance et de l'art de vivre à la française, il bénéficie de sa proximité avec l'Elysée ainsi qu'avec l'avenue Matignon et ses nombreuses galeries d'art. À quelques minutes des Champs-Élysées, le Grand Musée du Parfum vient enrichir l'offre culturelle proposée aux visiteurs nationaux et internationaux.

### Des maîtres jardiniers au génie de la haute couture : le 73 Faubourg Saint-Honoré, l'histoire d'un joyau de l'art de vivre à la française

À Paris, les monuments chargés d'histoire, dont on a pu garder la mémoire tout en les modernisant, sont très appréciés. Le 73 Faubourg Saint-Honoré, situé à deux pas de l'Elysée a toujours évolué dans un monde élégant et luxueux, symbole de l'art de vivre à la française, côtoyant récemment l'univers de la mode.

Bâtiment à l'histoire riche et mouvementée, l'hôtel particulier, parfois appelé Moreau-Nélaton, porte les traces de la multitude d'interventions réalisées dans le dessein de satisfaire les usages et les vocations que lui donnèrent, au fil des siècles, ses propriétaires successifs, sans avoir jamais dénaturé l'harmonie de l'édifice.

D'abord demeure de maîtres jardiniers au XVII<sup>e</sup> siècle puis résidence de propriétaires bourgeois ayant toujours profité de son exceptionnel emplacement, l'hôtel a ensuite été habité par un artiste-peintre qui lui a donné son nom, Etienne Moreau-Nélaton. Continuant d'attirer le monde de l'art, l'hôtel, après avoir été le siège de la marque de lingerie Scandale, est devenu, en 1987, celui de la Maison Christian-Lacroix. Une continuité artistique dans laquelle s'inscrit l'installation du Grand Musée du Parfum aujourd'hui.

Alors qu'aujourd'hui, nul lieu commerçant ou touristique à Paris n'est réputé mieux situé, « le faubourg Saint-Honoré passait, à la fin du règne de Louis XIV, pour l'un des moins importants de

Paris : il "n'était habité, disait-on, que par des jardiniers, des maraîchers et le menu peuple" » écrivait Albert Babeau, historien spécialiste de la société française sous l'Ancien Régime.

L'hôtel porte les traces de la multitude d'interventions réalisées dans le dessein de satisfaire les usages et les vocations que lui donnèrent les propriétaires qui s'y succédèrent au fil des siècles.

D'abord maison destinée, au XVII<sup>e</sup> siècle, à loger des maîtres jardiniers, il devint maison bourgeoise puis hôtel particulier, suivant l'essor que connut le Faubourg Saint-Honoré avec l'arrivée, au début XVIII<sup>e</sup> siècle, de l'hôtel d'Evreux (actuel Palais de l'Elysée) puis de l'hôtel dit de Béthune Charost (ambassade d'Angleterre).

Comprenant l'attraction que ce quartier, proche des Champs-Élysées aménagés par Le Nôtre, allait exercer sur la noblesse de l'époque, Jean-Charles Perceval, marchand boucher fortuné, se fit adjudger l'hôtel en 1752. Il y entreprit de vastes travaux : reconstruction intégrale du corps de logis sur rue, édification de l'aile gauche et agrandissement considérable de l'hôtel qu'il dota d'une façade jardin percée de baies cintrées et ornée d'un trophée agreste.

Il n'y résidait pas, la demeure étant vouée à accueillir des locataires « de qualité », tel Antoine-Raymond-Jean-Gualbert-Gabriel de Sartine, lieutenant général de la Police du royaume de 1759 à 1774, connu pour avoir changé le visage de la capitale. Paris lui doit de nombreuses réformes, telle l'installation de l'éclairage public ou la surveillance des établissements de jeu dont il fit une source de revenus fiscaux. La prise des biens effectuée dans l'hôtel du Faubourg Saint-Honoré à la mort de son épouse atteste de la grandeur d'une demeure aménagée conformément au statut de ses occupants.

La physionomie générale présentée par l'hôtel que nous connaissons aujourd'hui lui fut conférée par Antoine-Marie Roederer, qui en fit l'acquisition en 1834 auprès des héritiers Perceval. Le baron Roederer – nommé pair de France en 1845, préfet du Trasimène (Italie centrale) puis de l'Aube – occupa, sa vie durant, une partie de l'immeuble, louant le reste, dans la tradition de ces lieux et du quartier Saint-Honoré, à de prestigieux occupants.

Parmi ces derniers figura Paul de Kisseleff, aide de camp général de l'Empereur de Russie, qui fit construire la tourelle de brique reliant le premier étage au jardin. L'escalier en vis qu'elle abrite permettait au locataire et à son épouse de descendre directement au jardin dont ils possédaient la jouissance exclusive, sans passer par le rez-de-chaussée.

Les héritiers Roederer se séparèrent de l'hôtel en 1880. Il fut acquis par Marie Camille Moreau-Nélaton, céramiste d'art et fille du chirurgien Auguste Nélaton. Son fils, Etienne Moreau-Nélaton, artiste peintre, membre de l'Institut de France, historien de l'art, collectionneur et donateur (notamment au Musée du Louvre) occupa les lieux toute sa vie. Il entreprit, lui aussi, des travaux d'envergure confiés à l'architecte Alfred Pigny, fils de Jean-Baptiste-Marie Pigny, beau-frère de Charles Gounod. Les combles furent redressés et surélevés pour former le troisième étage, destiné à accueillir l'atelier du peintre, éclairé sur la cour par une large baie oblongue et pourvue, côté jardin, d'une mezzanine accessible par un escalier particulier en bois. De nombreuses photographies permettent d'illustrer la vie quotidienne de l'hôtel à l'époque d'Etienne Moreau-Nélaton.

Après le décès du peintre, en 1927, le 73 Faubourg Saint-Honoré change de statut : d'hôtel exclusivement habité, il ouvre progressivement ses portes à des commerces avec l'installation, en 1947, de l'enseigne de lingerie « Scandale ». Il devient la propriété de plusieurs sociétés immobilières avant d'être acquis, en 1993, par la CNP-Assurances.

En juillet 1987, la maison de couture de Christian Lacroix y ouvre ses portes. Elle se dote d'une architecture intérieure inédite, entièrement imaginée par le tandem Elisabeth Garouste et Mattia Bonetti. Le mobilier, créé pour le lieu, s'inspire de la nature mais également des grotesques. Aujourd'hui conservée au Musée des Arts décoratifs, la cabine d'essayage alterne, par exemple, branchages de bois peints imitant le corail et jeux de miroirs.

Avec l'installation, en son sein, du Grand Musée du Parfum, l'hôtel du 73 Faubourg Saint-Honoré s'inscrit dans la continuité de son histoire en faisant rayonner l'audace créative et l'art de vivre à la française.

---

## Le conseil scientifique et culturel du Grand Musée du Parfum

Les contenus artistiques et culturels présentés dans le parcours du Grand Musée du Parfum sont le fruit des réflexions d'un Conseil scientifique & culturel qui rassemble 16 experts.



© William Beaucardet

### NICOLAS BEAULIEU

**Parfumeur Créateur Senior chez International Flavors & Fragrances (IFF)**

Parfumeur à la sensibilité doublée d'une profonde connaissance technique des matières premières et des structures, cet ancien élève de l'ISIPCA, formé ensuite chez IFF, a développé son art à l'international. Depuis les Pays-Bas, jusqu'à New York puis Shanghai, en passant par Grasse, Nicolas Beaulieu a acquis d'abord une expertise dans la formulation des lessives, école exigeante, avant de mettre sa virtuosité au service de la parfumerie fine. C'est désormais à Paris que Nicolas Beaulieu exerce son métier. Il a signé ou co-signé de nombreux succès, tels que *Lady Million Eau my Gold* de Paco Rabanne, *Aromatics in White Clinique*, *Repetto Eau Florale*, *Lady Emblem* de Montblanc. Sa parfumerie révèle une grande maîtrise des matières et la fascination des formules qui vont droit au but.



© F.Hulbrechts

### SABINE CHABBERT

**Directrice déléguée de la Fragrance Foundation France, journaliste et consultante dans l'industrie de la parfumerie**

Diplômée d'une Maîtrise d'Histoire de l'Art et d'Archéologie, Sabine Chabbert est journaliste depuis 1980, spécialisée dans la beauté et le parfum, mais également auteur d'ouvrages sur la parfumerie et les sens. Membre du CEW et de la Société française des Parfumeurs, elle aide – en tant que Directrice déléguée – la Fragrance Foundation France à valoriser les talents des professionnels de cet univers. C'est sous son impulsion que cette association a réalisé en juin 2015 *Le Parfum dans tous les Sens*, une exposition de photographies en plein air dans le jardin du Palais Royal à Paris. Elle intervient régulièrement à l'université de Montpellier sur l'histoire, le marketing et la communication des parfums.



© DR

### SYLVAIN DELACOURTE

**Directrice du Développement des Parfums Guerlain**

Rentrée chez Guerlain en 1983, et nommée, en 2002, à la Direction de l'Évaluation et du Développement Parfums, Sylvaine Delacourte a participé au développement de nombreux parfums qui ont enrichi le patrimoine olfactif de la marque, tels que *L'Instant* de Guerlain, *Insolence*, ou encore les parfums exclusifs et sur-mesure de la Maison Guerlain. Ses diverses fonctions chez Guerlain ont toujours été tournées vers les autres, toujours liées à la transmission de ses connaissances et de sa passion du parfum. Sylvaine Delacourte tient à cœur le rôle qui lui permet de révéler le patrimoine fabuleux de cette Maison mais aussi ce que ses flacons contiennent, à savoir ce qu'elle qualifie de « raison la plus déraisonnable des êtres : la séduction pure ».



© Richard Dumas

### JEAN-CLAUDE ELLENA

**Compositeur de parfums, conseiller Hermès Parfums**

Parfumeur mondialement connu, attaché depuis 2004 au nom de la Maison Hermès, Jean-Claude Ellena est né à Grasse et a débuté son apprentissage à l'âge de 16 ans au sein du célèbre établissement Antoine Chiris. Il rejoint ensuite l'école Givaudan de Parfumerie à Genève. Au cours de sa longue carrière, il signe de nombreux parfums à succès dont *First* pour Van Cleef & Arpels, *l'Eau Parfumée au thé vert* (1992) pour Bulgari, *In Love Again* pour Yves Saint Laurent (1998) ou *Déclaration* (1998) pour Cartier. Il a également travaillé pour des marques de « niche ». En 2004, il devient le parfumeur exclusif de la Maison Hermès pour laquelle il crée la collection des *Hermessences*. Jean-Claude Ellena est également auteur d'ouvrages grand public et de spécialité permettant l'initiation au monde du parfum.



© Cinquième Sens

#### ISABELLE FERRAND

Experte olfactive, CEO et Owner de Cinquième Sens

Isabelle Ferrand rejoint la société Cinquième Sens en 1985 juste après son BTS de Biochimie pour assister sa fondatrice, Monique Schlienger. Elle découvre alors toutes les facettes du métier de « nez », mais aussi son talent pour la formation et le plaisir de transmettre sa passion. En 1987, elle crée, avec la société Carrafont, l'Olfactorium®, un nom insolite mais néanmoins évocateur : version miniature de l'orgue du parfumeur. En 2004, Isabelle Ferrand reprend la société Cinquième Sens. Sous son impulsion, l'entreprise, initialement voué à la création et à la formation, est aujourd'hui une agence d'expertise professionnelle incontournable qui ne se départit pas de ses valeurs originelles : la passion de transmettre.



© Mohamed, Khalil

#### ELISABETH DE FEYDEAU

Historienne et écrivaine du parfum, fondatrice d'Arty Fragrance

Détentrice d'un doctorat d'Histoire Contemporaine réalisé sur l'industrie des parfums de 1830 à 1945, Elisabeth de Feydeau est considérée aujourd'hui comme l'une des plus grandes spécialistes de l'histoire des parfums. Après une expérience professionnelle aux affaires culturelles chez Chanel et Bourjois, Elisabeth de Feydeau fonde Arty Fragrance, société de conseil olfactif et culturel. Elle enseigne à l'ISIPCA, donne des conférences internationales dans le cadre de la Francophonie et a écrit de nombreux ouvrages de références sur l'histoire de la parfumerie. Elle contribue, lors d'émissions télévisuelles au rayonnement des parfums et de leur histoire, auprès du grand public.



© Halime

#### ANNE FLIPO

VP, Parfumeur Créateur chez International Flavors & Fragrances (IFF)

Sensible et épicurienne, la parfumerie d'Anne Flipo puise ses racines dans son amour des fleurs et des jardins, mais aussi dans le souvenir de sa région natale : la Picardie. C'est plus tard, après son entrée à l'ISIPCA, qu'elle découvre véritablement la magie des essences. Sa carrière et ses premières expériences professionnelles débutent auprès de Michel Almairac dont elle admire toujours la virtuosité. Sans vanité ni artifice, elle affirme un style d'écriture, autour d'un naturel sublimé. Aujourd'hui, elle peaufine son savoir-faire par la connaissance de matériaux high-tech et la maîtrise de l'écriture, au service de ses créations ou co-créations, parmi lesquelles *L'homme* d'Yves Saint Laurent, *Lady Million* de Paco Rabanne, *La vie est belle* de Lancôme, ou encore *Love Story* de Chloé.



© William Beaucardet

#### JEAN-CHRISTOPHE HÉRALUT

Parfumeur Créateur Senior chez International Flavors & Fragrances (IFF)

Autant passionné de littérature et de peinture que de parfums, Jean-Christophe Héralut découvre la parfumerie sous le patronage de Pierre Bourdon. Le maître avait accepté l'élève à condition que ce dernier lise d'abord l'intégralité d'À La Recherche du Temps Perdu. « C'est le manuel idéal du petit créateur, se souvient Jean-Christophe. L'histoire d'une vocation, d'un artiste ». Après cet apprentissage, il rejoint IFF en 2010. Parfumeur et poète, Jean-Christophe Héralut, parce qu'il souhaite raconter des histoires fortes, est attiré par les matières premières éloquentes dont le cypril, à l'évocation virile et boisée, à l'odeur de peau et de daim. Gourmand d'odeurs et de saveurs, il signe des compositions racées telle que *Amazingreen* de Comme des Garçons, *Rosabotanica* de Balenciaga, *Cuir impertinent* et *Woodissime*, des « Exceptions » de Thierry Mugler



Gérard Uféras © Cartier

#### MATHILDE LAURENT

**Parfumeur Créateur de la Maison Cartier**

Après un DEUG de Chimie, Mathilde Laurent a intégré l'ISIPCA pour y suivre une formation spécifique en Parfumerie. Elle entre chez Guerlain à 24 ans pour une aventure de plus de 10 ans. Elle travaille aux côtés de Jean-Paul Guerlain avant de signer comme Parfumeur les *Acqua Allegoria* ou encore *Pamplelune*. Le 14 février 2005 que Mathilde Laurent rejoint la Maison Cartier pour développer l'offre de Parfum Sur Mesure, une parure olfactive unique et exclusive. Mathilde Laurent signe *Roadster* en 2008, *Cartier de Lune* en 2010, *Baiser volé* en 2011. Elle inscrit ainsi la Maison dans la Haute Parfumerie avec les *Heures de Parfum*, une collection Haute Couture composée de 13 fragrances qui lui ont valu d'être saluée et récompensée par l'élite de la profession dans le cadre des « Fifi Awards » de la Fragrance Foundation of France en 2010.

#### CÉLINE MANETTA

**Chargée de recherche au sein du département « Consumer Science » chez International Flavors & Fragrances (IFF)**

Docteur en psychologie, spécialiste des odeurs, des émotions et du langage du parfum, Céline Manetta est Research Fellow au sein du département Consumer Science chez IFF. Ses travaux s'inscrivent dans le champ de la psychologie cognitive et de la compréhension du consommateur. Ils visent à développer des outils d'aide à la création de produits répondant d'une part aux préférences et attentes des consommateurs et, d'autre part, aux besoins des marques. Ses thèmes de recherche portent notamment sur le langage associé aux parfums ainsi que sur la mémoire olfactive. Dans cette perspective, elle s'intéresse aux liens entre mémoire olfactive et pathologie, notamment la maladie d'Alzheimer.



© DR

#### PATRICIA DE NICOLAÏ

**Parfumeur Créateur, Fondatrice de la Maison de parfums Nicolai et Présidente de l'Osmothèque**

Descendante de la prestigieuse famille Guerlain, Patricia de Nicolai est la seule femme parfumeur indépendante à avoir créé sa propre marque en 1989 avec l'ambition de développer un nouveau concept hérité de sa tradition familiale : celui de remettre en avant le rôle du parfumeur-créateur. Aujourd'hui présidente de l'Osmothèque (Le Conservatoire International des parfums), en plus de son activité de compositeur de parfums (*Patchouli Intense*, *Musc Intense* ou encore *New York*), primée par la Société Française des Parfumeurs, Patricia de Nicolai anime des conférences partout dans le monde devant un public de passionnés ainsi que pour des professionnels à la découverte de l'histoire des parfums.



#### LIONEL PAILLÈS

**Auteur et journaliste expert du parfum et des matières premières**

Journaliste et auteur, spécialiste du parfum, Lionel Paillès collabore aux magazines *Grazia*, *LUI*, *Air France Magazine*, *L'Express Styles* et *Cosmétique Magazine*. Il anime aussi une chronique dédiée aux parfums sur *BFM Business*. Auteur d'un documentaire sur le parfumeur Mathilde Laurent (*Looking for La Panthère*), il a également écrit des ouvrages dont *Esprit de Synthèse* (Éd. de l'Épure, 2014), consacrés aux molécules de synthèse de la parfumerie, et *Dans les champs de Chanel* (Éd. La Martinière, 2016). Il participe chaque année au jury des experts de la Fragrance Foundation. Sa manière de parler du parfum, des matières premières et des molécules de synthèse en particulier a largement œuvré pour que soit mis en lumière ces éléments indispensables de la parfumerie contemporaine.



© MISA

### ROLAND SALESSE

**Neurobiologiste de l'olfaction (INRA)**

**et participant au programme « Kodo » de recherche sur la création olfactive contemporaine**

Ingénieur agronome, chercheur à l'INRA depuis 1971, Roland Salesse a créé l'unité de Neurobiologie de l'Olfaction qu'il a dirigée de 2001 à 2009. Cette unité travaille sur la génération du message olfactif dans la cavité nasale et sur sa modulation par l'état physiologique de l'animal. Ses études sur les récepteurs ont débouché sur la création de nouveaux nez bioélectroniques, avec des applications dans le diagnostic médical et la surveillance environnementale. Depuis 2009, Roland Salesse s'est intéressé à la création artistique olfactive, le théâtre olfactif en particulier. Outre de nombreuses interventions en grand public, Roland Salesse conjugue publications scientifiques et pour le grand public, tel que le récent *Faut-il sentir bon pour séduire ?*, Éd. Quae.



© Arnaud Jonon

### ELISABETH SIROT

**Directrice du Patrimoine chez Guerlain**

Elisabeth Sirot rejoint la Maison Guerlain en 1978. C'est un véritable coup de foudre qui lui fait quitter les arcanes de la politique – elle était alors attachée parlementaire – pour la plonger dans les effluves parfumés. Attachée de presse d'abord, elle prend ensuite la tête du service des relations publiques internationales, qu'elle dirige pendant plus de 20 ans. En 2015, elle devient directrice du patrimoine. Parmi ses nombreuses missions, elle développe le mécénat culturel et valorise la richesse du patrimoine de la Maison Guerlain, considérable, non seulement grâce à la fécondité de six générations de parfumeurs (1 160 fragrances), mais aussi en raison de la longévité de cette maison unique, qui frôle les deux siècles d'existence.



© Kasia Kozinski

### DELPHINE DE SWARDT

**Docteur en esthétique et communication, spécialiste du langage du parfum et des odeurs**

Après un doctorat sur l'esthétique et le langage olfactif, réalisé auprès des parfumeurs de la société de composition IFF, Delphine de Swardt a aiguisé son expertise dans l'industrie du parfum où elle s'est fait une spécialité de raconter, en mots et en images, les odeurs. Aujourd'hui, son temps se répartit entre l'enseignement et la recherche à l'université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 et à l'ISIPCA, l'écriture au service du parfum (elle fait notamment partie du comité de rédaction de la revue spécialisée NEZ), et ses activités liées au conte. Au cœur de ces intérêts multiples, un horizon commun : partager ou raconter des émotions, dire et décrire des sensations, et, si possible, choisir les mots les plus justes.



### DIANE THALHEIMER KRIEF

**Olfactive Profiler, experte en parfums, fondatrice de Red Berry**

Après une Maîtrise de marketing et communication au CELSA et un DEUG de sciences économiques, Diane Thalheimer entre en 1991 chez Quest International. Elle découvre le pouvoir des matières premières, tout en apprenant à sentir et à décrypter les parfums, afin de décoder leur langage. En charge du marketing international, elle analyse les marchés, décode les tendances et conçoit de nouveaux outils pour accompagner les parfumeurs dans leurs créations. En 2003, elle fonde Red Berry et invente un nouveau métier : Olfactive Profiler, aide à la création de parfums et décryptage. Elle transmet également son expérience lors des Ateliers Thierry Mugler, enseigne à l'ISIPCA et conçoit des programmes de « Culture Parfum » pour partager son expertise auprès des marques.



---

## Les associés fondateurs du musée



**GUILLAUME DE MAUSSION**  
PDG, associé fondateur

Guillaume de Maussion bénéficie d'un véritable parcours d'entrepreneur. A 28 ans, il fonde Planfax, société de cartographie numérique, puis d'annuaire sous la marque Bottin. Il contribue également à l'aventure des renseignements téléphoniques en lançant un service 118. Il participe ensuite à plusieurs start-ups, dont dernièrement une société spécialisée dans la billetterie d'opéra à destination d'une clientèle internationale. Guillaume de Maussion insufflé sa créativité d'entrepreneur, sa persévérance et sa capacité à mener des projets. C'est aussi un expert des nouvelles technologies et du digital.



**SANDRA ARMSTRONG**  
DG, associée fondateur

Sandra Armstrong a travaillé 15 ans dans le secteur de la parfumerie en exerçant des fonctions marketing et de business development à Paris, Milan et New-York au sein des groupes LVMH (Kenzo), Firmenich (osMoz), L'Oréal (Armani Privé) et pour la marque Atelier Cologne. Elle a ouvert à Paris le bureau de CreativeFeed, agence de communication digitale américaine, au sein duquel elle a géré le compte Hermès Parfums. Sandra Armstrong apporte au projet sa connaissance de l'univers des parfums, son dynamisme dans le démarrage de nouveaux projets et sa passion pour les produits culturels.



**DOROTHÉE LEPÈRE**  
Associée fondateur

Dorothee Lepère a démarré sa carrière en 1987 dans de grands établissements bancaires internationaux, JP Morgan et Crédit Lyonnais. Des missions d'inspection l'ont conduite à sillonner les places financières avant de se recentrer à Paris. Après 2 ans de bénévolat consacré au développement de partenariats pour le compte du WWF France, elle a repris, à partir de 2008, une activité de conseil au sein du cabinet de conseil Inhotep. Dorothee Lepère fait bénéficier le projet de ses qualités d'organisation et d'analyse au montage et à la réalisation du projet.

**NICOLAS DE GAULMYN (†)**  
Associé fondateur

Nicolas de Gaulmyn a rejoint Guillaume de Maussion au démarrage du projet. Il a apporté ses grandes qualités professionnelles et sa vision stratégique. Sa carrière publicitaire internationale (Rome, Londres, Milan et New York) a donné au projet son positionnement, son ouverture et beaucoup plus encore. Emporté dans la force de l'âge, il nous a quitté trop tôt pour voir émerger le musée.

---

## Les acteurs du projet, scénographie, designers et artistes

Architectes, designers, agences spécialisées dans la création de points de vente et d'identités de marque, ont été attentivement sélectionnés pour la conception et la réalisation du Grand Musée du Parfum, au niveau de la réalisation du parcours, mais aussi des objets et installations présentés.



© Projectiles / Arte Factory

### Les architectes : Agence Projectiles

Véritable chef d'orchestre du parcours et des espaces de visite, l'agence d'architecture Projectiles a mis, au service du grand Musée du Parfum, son expérience et son savoir-faire en termes de muséographie et d'expographie.

– « Concevoir la scénographie du musée du parfum est une expérience originale. Au-delà de la dimension esthétique et visuelle de son contexte étroitement lié à l'univers du luxe, exposer le parfum représente un véritable challenge : le parfum est complexe ; c'est une odeur, une science, une vision, c'est une mémoire, un art et une culture. C'est une émotion. Cette identité multiple et poly-sensorielle apporte une situation inédite dans le monde de l'expographie.

Le parcours, tel que nous l'avons envisagé, regroupe une somme d'expériences uniques dont certaines ont été conçues et formalisées ex-nihilo, selon une première phase de conception qui a consisté à décrire et spatialiser des situations insolites sans avoir défini l'environnement architectural. Puis, une fois le bâtiment identifié, d'autres expériences ont été conçues et dessinées en jouant de la confrontation à l'échelle spatiale, et en réinterprétant les codes esthétiques et architecturaux de l'hôtel parisien.

La mise en scène du parfum passe par une médiation polycéphale. Le parcours orchestre une série de convocations de sens, parfois en alternance, parfois en confrontation ou association : une image qu'une odeur donne à voir ; une lumière qu'un parfum fait ressentir ; un parfum qu'un univers sonore dévoile... L'esprit du parfum convoque, de manière intuitive, des formes fluides. Identifiée comme l'une des pièces majeures du parcours, les formes voluptueuses et organiques du « Jardin des Senteurs » – conçues exclusivement pour le Grand Musée du Parfum –, présentent un caractère insolite. L'espace convoque la mémoire olfactive des visiteurs. Les senteurs sont des nébuleuses et composent une constellation de sources disséminées. L'espace est ludique. Il invite le visiteur à créer son propre parcours. Les cavités diffusent des odeurs. Elles sont tenues par de fines tiges blanches émanant de l'épaisseur topographique du sol. Ces

33

« cloches olfactives » sont délicatement lumineuses. Associées aux odeurs, elles préservent des visions, et parfois des sons.

Notre réinterprétation des codes esthétiques de l'hôtel parisien représente une forme d'ivresse joyeuse. En se déformant, les boiserie et les modénatures des parois des pièces d'apparat, dessinent des cavités monolithiques intégrant des expériences scientifiques sur l'identité du parfum. A une autre extrémité, des cavités présentent des odeurs associées à des lumières insolites.

Le parfum a un rôle de médiation. Il est une interface sociale, une forme de masque invisible. Notre mise en scène emprunte un jeu permanent avec la notion de reflet, ceux des paysages intérieurs ou celui du visiteur lui-même, questionnant la notion de l'identité dans le rapport intime entre une personne et son parfum. Ici, des miroirs sans tain dévoilent en séquences, des objets précieux ou des extraits de messages. Là, des miroirs dégradés reflètent le « Jardin des Senteurs » et projette ces formes oniriques vers l'horizon. »

Reza Azard, Projectiles



© Projectiles / Arte Factory

## PROJECTILES

Agence d'architecture spécialisée dans la muséographie, Projectiles réunit 2 architectes et un designer et, autour d'eux, une dizaine de collaborateurs. Après plus de 10 ans d'existence, Projectiles a signé plus de 150 projets, dont, pour les plus récents, l'exposition *Chronique d'une renaissance* au Musée de l'Homme, l'exposition *Tatoueurs, tatoués* au musée du quai Branly, ou encore la réalisation du Pavillon français à la XIV<sup>e</sup> Biennale d'architecture.

« Projectile (du latin *projectus* : jeté en avant) : corps lancé ou projeté pour atteindre une cible. Dans le domaine de la balistique, il s'agit plus particulièrement d'un corps projeté par une arme. En sport, il concerne une balle, un ballon ou encore une flèche. En architecture, au pluriel, il s'agit d'un atelier composé de 3 associés, les architectes Reza Azard (1972) et Daniel Meszaros (1975) et le designer Hervé Bouttet (1971). Chimère à 3 têtes et une vingtaine de mains au total si l'on compte les collaborateurs, en 10 ans d'activités, Projectiles compte pas moins de 150 projets. Ces concepteurs-réalisateurs font preuve d'une réelle agilité à explorer divers types de contenus, qu'il soit muséographique ou architectural. En témoignent leurs réalisations, suivant une trajectoire cohérente dans sa diversité de postures, déclinant des variations thématiques qui confortent leurs cibles plurielles. Formant une figure poly-céphale dont le barycentre est en mouvement permanent, ils questionnent systématiquement le matériau programmatique. La recherche spatiale en architecture fournit leur ligne de mire. Systématiquement confrontés, souvent partagés, leurs regards et leurs analyses leur permettent de développer des "horizons" tant intérieurs qu'extérieurs afin d'envisager des territoires inexplorés, alternatives bâties visant une cohérence de démarche comme de réalisation. Ainsi, Projectiles conçoit des univers éminemment contemporains, suivant une recherche qui passe par divers outils, du dessin à la 3D via des essais prototypiques à l'échelle 1:1.

Enfin, pour eux, l'objectif est le subjectif, sujet défini comme être pensant mais aussi sensible : l'humain est au cœur de leur préoccupation. Qu'il soit visiteur, habitant ou usager, ils entendent le convier à vivre une expérience, dans un confort de parcours, de vie, d'usage, suivant une structure narrative porteuse d'un ailleurs. »

Rafaël Magrou

## Les designers et artistes

Sélectionnés sur concours et appel à projet, les designers impliqués dans la réalisation du Grand Musée du Parfum sont de provenances et d'horizons divers, mais leurs réalisations respectives sont en totale cohérence avec l'esprit du projet. Orgue à parfum, Collection de matières premières, etc., leur conception d'objets ou d'installations interactives tout au long du parcours matérialise artistiquement une approche muséale sensorielle.



### Harvey & John

Fondé en 2011, Harvey & John est le fruit du partenariat de deux amis de longue date, Richard Harvey et Keivor John. Entourés d'une équipe d'inventeurs, de designers, d'artistes et d'ingénieurs, ils travaillent dans un studio bourdonnant d'activité à Brighton pour répondre aux commandes d'entreprises et de particuliers pour des événements.

Ensemble, ils réinventent des objets de tous les jours et expérimentent des idées ab-

straites pour développer des innovations pratiques, sources d'étonnement et d'inspiration. Incroyablement sympathiques et toujours interactifs, leurs produits personnalisables s'inspirent de la nature et sont optimisés par les nouvelles technologies.

### Jason Bruges Studio

Né le 15 septembre 1972, le designer et artiste pluridisciplinaire Jason Bruges est basé à Londres. Jason Bruges est diplômé d'architecture à l'Université Oxford Brookes et à l'école Bartlett School of Architecture (UCL). Il a travaillé pendant 3 ans avec Foster + Partners avant de devenir Designer Senior Interaction chez Imagination. En 2002, Jason ouvre son propre studio. Il travaille désormais aux côtés d'une équipe talentueuse sur des projets interactifs dans le monde entier.

L'équipe expérimentée du studio est composée d'architectes, d'artistes, de designers lumière, de designers industriels, ainsi que de spécialistes des effets visuels, de l'électronique, de la programmation et de la gestion de projet.

Jason Bruges Studio est connu à travers le monde pour ses installations innovantes, ses interventions et ses travaux révolutionnaires. Il crée des surfaces et des espaces interactifs, aux confins de l'architecture, de l'installation artistique spécifique, et du design interactif. Considéré comme un pionnier de cet entre-deux hybride, Jason a ouvert la voie vers un nouveau genre de studio de design, d'artistes et de créateurs concepteurs.

Le studio a récemment terminé un certain nombre de projets d'envergure, dont un toit lumineux suspendu à l'IFA Berlin, une installation de plafond réactive au Mobile World Congress de Barcelone, une œuvre d'art numérique pour le 10 Downing Street, et l'installation artistique la plus haute du monde pour le gratte-ciel The Shard, au nouvel An 2014/15. Parmi ses autres travaux récents, citons une œuvre d'art publique pour un nouveau projet d'aménagement urbain à Toronto au Canada, un mur interactif à Beijing en Chine et un nouveau salon multimédias à l'aéroport international de San Diego. En 2012, le studio a achevé une œuvre primée pour l'hôpital Great Ormond Street à Londres, un mur interactif pour distraire les enfants sur le chemin de la salle d'opération ; un nouveau projet d'art numérique pionnier pour la Tate Modern, ainsi que plusieurs œuvres pour les Jeux olympiques de Londres en 2012.

#### **Les créations de Bruno Bressolin illustrent la *Galerie des séducteurs***

Il travaille comme un peintre mais aussi comme un graphiste. De son pinceau coule une encre noire, fluide, expressive. Des taches de couleurs vives, gaies et irrespectueuses rehaussent la noirceur de son trait vigoureux. Les images qu'il crée occupent l'espace avec un élan dynamique. Ses compositions, où le blanc joue le rôle de repoussoir, sont tendues au maximum. La figure humaine fonctionne presque comme de la typo, avec des vides et des pleins qui s'affrontent sur la page. Mais – étonnement – son dessin est modelé, et les formes qui émergent sont d'un réalisme frappant. Le vocabulaire pictural de Bressolin est cinématographique. Il évoque des scènes qui semblent sortir de films d'archives. Ses personnages ont une histoire et sont spectateurs d'évènements ou de drames que l'on devine off-camera. Mais la caractéristique la plus frappante de son travail est probablement son humour déjanté qui, bien que parfois cinglant, n'est pas dépourvu d'empathie pour le genre humain.

Véronique Vienne

#### **Violette Houot signe *Le rosier imaginaire***

Violette Houot est une jeune Designer et Architecte d'intérieur, diplômée de l'ESAG Penninghen en 2016 avec mention très bien et félicitations du jury.

Elle fait ses marques dès l'âge de 11 ans dans l'atelier de sculpture de Stéphane Santi, où elle se familiarise avec les matériaux et l'appréhension des volumes dans une perspective esthétique et artistique.

Pendant ses 5 années d'études, elle utilise toutes ces notions au service d'un aspect plus pragmatique pour le design qui allie fonction et esthétique. Son travail se caractérise par des formes organiques, des lignes courbes qui favorisent la légèreté.

Par ailleurs, elle apprend l'anglais pendant un an à Oxford avant d'intégrer l'école, ce qui lui permet des collaborations internationales. Sa préférence marquée pour les projets liés au design et à la scénographie s'est épanouie à Rome et à Milan, lors d'une année Erasmus.

Elle a fait dès lors ses débuts en tant qu'Assistante Designer sur différents projets d'installations éphémères, vitrines, shooting, scénographie.

## Le Studio Des Signes (signalétique et charte graphique)

Les designers graphiques, Élise Muchir et Franklin Desclouds se rencontrent aux Arts décoratifs de Paris. Ils travaillent aux côtés de Philippe Apeloig, Ruedi Baur et Jean Widmer, puis fondent leur propre studio en 2003.

Depuis Des Signes collabore avec des institutions culturelles comme le Château de Versailles, Paris Musée, le Ministère de la Culture et de la Communication, le Mucem, le Musée d'Art Moderne, Le Lieu du Design, mais aussi Gallimard, Air France, Alain Ducasse...

Pour Des Signes, la typographie est le matériau par excellence, la source de toute identité graphique. La lettre est image, expressive et sonore, cognitive et matérielle. Elle participe du fond et de la forme. Elle est espace de création, d'expressivité, de dialogue et de recherche.

La lettre est aussi impertinente que réfléchie.

Le studio Des Signes construit des univers visuels sensibles. Résolument à l'écoute de l'autre, il mêle signifiant et signifié à des jeux d'opacité et de transparence, de stratifications et de superpositions. Foisonnement, animation, couleur, vibration, sobriété... Tout est jeu, tout est à inventer.

**Le concept graphique :** INTENSITÉ(S) des odeurs, des émotions, de la visite

Comme tout art, le parfum a son propre langage, ses codes, son lexique et ses manifestations, intimes et collectives. Tout l'enjeu pour le Grand Musée du Parfum est de l'évoquer par la mise place de signes graphiques, de raconter sa nature intrinsèque, précise et volatile.

Le parfum, à l'instar de la musique, crée une résonance dans l'air et se répercute en vibrations sensuelles. Il est de l'ordre de l'apparition et les traces olfactives s'engouffrent dans son sillage. Le parfum crée un monde flottant.

### Un effluve immersif

Le travail typographique spécifique du Grand Musée du Parfum travaille à l'immersion sensorielle et à l'apprentissage du visiteur. La variation d'intensité est aléatoire à l'intérieur des mots. Elle évoque la composition des parfums, façonnés d'essences aux intensités variées. Les typographies choisies pour leur lisibilité apportent également rondeur et volupté à l'identité visuelle.

L'alphabet des titrages est tramé. À la manière d'un effluve, il s'estompe à certains endroits et se densifie à d'autres. Chaque lettre, par son jeu de lignage, porte sa propre empreinte. Chaque composition de mot est unique. Se déploie ainsi un principe de flottaison, comme une atmosphère délicate qui entoure quelque chose. Les lettres sont en suspension dans l'air, comme autant de notes. Le langage graphique cherche à s'adapter de façon subtile et ludique pour accompagner le visiteur dans la pluralité de ses perceptions. Entre le concret et l'éthéré, le tenace et le fugitif, le printanier et le musqué.



### Un sillage directionnel

Le visiteur est convié à une expérience totale en cheminant d'étage en étage. Il suit les traces olfactives d'une histoire inspirante.

Il s'agit de le guider, de lui donner des clés de lecture et de compréhension en s'intégrant à l'esprit du lieu et à sa démarche expérimentale. Les inscriptions se déploient sur les murs. Simples, légères, évocatrices, elles contribuent à la clarté du parcours.

Une variation d'intensité linéaire marque et accompagne le mouvement, la direction. Elle laisse une trace du passage, se répand, crée une trace mémorielle propice au souvenir. À la manière des parfumeurs pour qui les senteurs ne se fondent pas, les signes textuels et typographiques fonctionnent par notes, par accumulation pour faire émerger un espace de sens.

Signalétique, cartels, phrases immersives, tout participe à structurer et réfléchir le monde flottant du parfum et accompagner le visiteur dans son éveil olfactif.



---

## Une offre de visites enrichie dès 2017

### La programmation culturelle, les ambitions

#### **Programmation et diffusion autour de la collection permanente**

C'est dans un double mouvement – à la fois de multiplication des offres à l'intérieur de son espace dédié, avec des expositions temporaires, des conférences, des événements, mais aussi à l'extérieur de ses murs, à travers notamment le partenariat avec d'autres musées ou en investissant la sphère publique (gare ou autres espaces) –, que le Grand Musée du Parfum augmentera son rayonnement et sa notoriété. D'ores et déjà un programme hors collection permanente débute fin 2016-2017.

#### **Les expositions temporaires : programmation dynamique à dimension internationale**

Le Grand Musée du Parfum a pour vocation d'accompagner et d'imaginer comment le sens olfactif et le secteur de la parfumerie s'inscriront dans le futur.

Destinées à devenir un rendez-vous biennuel, les expositions temporaires permettront à partir de 2017, soit d'approfondir un aspect du parcours, soit d'explorer les correspondances entre le parfum, l'olfaction et d'autres territoires, qu'il s'agisse de la gastronomie, du design, de la littérature, ou encore, du cinéma.

Les expositions temporaires auront également pour mission d'innover en proposant des voyages inédits aux visiteurs à travers, par exemple, les parfums des grandes métropoles du monde, recréés par des parfumeurs pour l'occasion.

#### **Développer une programmation multidisciplinaire et soutenir la création**

Dès 2017, de nombreux événements transdisciplinaires seront proposés dans la programmation culturelle du Grand Musée du Parfum afin de renouveler l'intérêt du public, notamment local, pour son espace dédié.

Les rencontres transdisciplinaires seront également favorisées lors des tables rondes et des conférences qui seront organisées au 3<sup>e</sup> étage du Musée. Elles solliciteront la vision d'artistes et d'experts d'autres domaines, autour de la sensorialité propre aux odeurs que le Grand Musée du Parfum déploie.

Le concept-store accueillera, également des événements mêlant à la fois littérature et parfums. Les espaces « cartes blanches » du Grand Musée du Parfum ont pareillement vocation à mettre en résonance disciplines artistiques et olfaction.



### **En 2017 : des activités culturelles proposées dans le jardin du musée**

Espace vert d'exception au cœur d'un des plus beaux quartiers de la capitale, le jardin du Grand Musée du Parfum aura également valeur pédagogique et artistique, devenant le décor d'expositions, mais aussi d'ateliers de découverte botanique ou de sensibilisation environnementale.

Le Grand Musée du Parfum dispose d'un jardin de 1 200 m<sup>2</sup> destiné à devenir un espace pédagogique, culturel et événementiel complémentaire à ses espaces d'exposition. Ce jardin aura pour vocation d'accueillir la création contemporaine à travers un partenariat en cours d'élaboration avec le Festival international des Jardins de Chaumont-sur-Loire.

Dans le cadre de cette collaboration, le Grand Musée du Parfum accueillera, chaque année, l'un des lauréats du festival afin de lui offrir l'opportunité de venir à la rencontre du public parisien. Un espace sera donc réservé à cet effet au sein du jardin du musée. À travers cette collaboration mais aussi d'autres, le Grand Musée du Parfum souhaite contribuer au rayonnement des jeunes talents. Tout au long de cette exposition, des ateliers pédagogiques spécifiques, en présence des paysagistes lauréats ainsi que des médiateurs culturels, seront également proposés afin de valoriser les métiers ayant trait aux arts du paysage et de sensibiliser à la préservation des écosystèmes naturels.

Outre ce partenariat, le jardin pourra également accueillir une rotation d'œuvres d'art contemporain, de même qu'une programmation d'événements culturels : distillation de matières premières de saison, ateliers pédagogiques autour des plantes à parfum, promenades botaniques avec un parfumeur, etc.

Le jardin du Musée étant un espace vert protégé, il lui sera également assigné pour mission de sensibiliser l'ensemble du public au développement durable. Il attirera l'attention des visiteurs du monde entier, dès le plus jeune âge, sur la rareté des matières premières et des ressources naturelles.

En dehors de la programmation scientifique et culturelle, le jardin du Grand Musée du Parfum sera également destiné à accueillir des installations événementielles, proposées par les grandes maisons de parfums, autour d'un thème de saison. Il peut s'agir d'une collaboration entre une maison et un artiste plasticien, un paysagiste ou encore, un metteur en scène : l'objectif étant de revisiter, en permanence, les manières d'exprimer le parfum, de le donner à voir, à sentir et à comprendre.

Parallèlement à l'ensemble des activités, expositions et événements qui seront organisés dans le jardin à partir de 2017, un programme d'ateliers conçus pour le jeune public sera mis en place, en complément de ceux qui auront lieu à l'intérieur du Grand Musée du Parfum.

## **Un outils de visite interactif : le Smartguide multilingue au service de l'immersion sensorielle**

Le Grand Musée du Parfum convie chaque visiteur à vivre une expérience personnalisée lors de sa découverte du musée. C'est muni du smartguide, remis gratuitement à l'entrée, que chacun va effectuer son parcours de manière personnalisée.

Ce smartguide est configuré dans la langue choisie par le visiteur lors de l'achat du billet. Cinq langues – français, anglais, espagnol, italien, allemand – sont disponibles dès l'ouverture, et cinq autres langues – portugais, arabe, chinois, japonais, russe – seront également proposées dès 2017.

Tout au long de la visite, un système de géolocalisation intérieure détecte la position du visiteur pour lui permettre d'accéder au contenu de chaque salle. L'outil est intuitif et simple d'utilisation pour faciliter la visite.



## Une personnalisation du parcours innovante : le carnet de visite interactif et connecté

Le Grand Musée du Parfum, établissement culturel nouvelle génération, souhaite faire de chaque visite une expérience personnalisée, un moment fondateur dans la vie olfactive d'une personne.

Il a conçu, pour répondre à cet objectif, un « Carnet de visite olfactif » intégré au smartguide qui offre à chacun la possibilité de marquer, tout au long du parcours, ses préférences olfactives, et de conserver un « extrait » olfactif de ce que l'on a aimé pendant la visite.

Grâce à ce carnet, chaque visiteur est invité à collecter les odeurs dont il souhaite se rappeler.

Ce « carnet de visite olfactif » a pour dessein de répondre au constat suivant : dans le champ de l'olfaction, il est difficile d'exprimer ses goûts. Le vocabulaire et les occasions de sentir des odeurs qui ne font pas partie du quotidien manquent. Pour pallier ce déficit expressif, le carnet enregistre et met en forme les affinités, les coups de cœurs olfactifs du visiteur quand ils se présentent tout au long du parcours. C'est en effet le visiteur qui, dès qu'il le souhaitera, enregistrera, dans son guide multimédia, les découvertes olfactives qu'il effectue tout au long de sa visite.

Le Grand Musée du Parfum souhaite que le carnet de visite olfactif puisse être utilisé comme un outil d'exploration, une invitation à approfondir des territoires olfactifs et des matières jusqu'alors inconnues.

Quinze miroirs-écrans, situés au sein du Concept Store, permettront une révélation confortable de ce carnet de visite individuel.

## Le Concept Store du Grand Musée du Parfum



Dans le prolongement du parcours muséal, avec une identité architecturale forte et une sélection pointue, le Concept Store du Grand Musée du Parfum proposera à la fois des parfums, des livres, un bar à fleurs et des objets innovants.

### **Une sélection exclusive de parfums**

L'assortiment de parfums du « Concept Store » du Grand Musée du Parfum offrira parfums iconiques, parfums de niche, parfums exclusifs, parfums historiques, collections, éditions limitées pour le Musée, etc.

L'offre choisie mettra l'accent, dans la continuité du parcours muséal, sur la découverte et la pédagogie.

La « mise en lumière d'une matière première » permettra aux visiteurs de découvrir à quels parfums l'une des matières premières rencontrée dans le parcours a pu donner naissance.

La « sélection du parfumeur » donnera la parole à un parfumeur qui, tous les trimestres, proposera ses parfums favoris, ceux qui l'ont inspiré ou marqué. En ce qui concerne « la sélection d'un créateur » elle reviendra à des artistes – hors parfumeurs – qui dévoileront leur sélection : il pourra s'agir de réalisateurs, de designers ou d'artistes contemporains. Un cartel explicatif permettra d'éclairer la sélection de chacun des parfums proposés.

Enfin, les « variations sur un thème » permettront d'explorer l'univers olfactif d'une époque, d'un lieu ou d'un art, qu'il s'agisse de la danse, du cinéma, de la musique, de l'Orient ou des années 1920.

### Mais aussi...

Le Grand Musée du Parfum va proposer une vaste sélection de livres sur le parfum et les arts olfactifs, réalisée par l'équipe du Musée. Elle disposera de son propre espace : l'Antichambre, située entre le vestibule et le Concept Store.

La librairie présentera une offre d'ouvrages documentaires & littéraires, ainsi que des magazines consacrés au parfum et à l'art, par exemple des livres de parfumeurs, de fiction et de poésie autour du parfum, anthologies, livres d'histoire, ouvrages scientifiques sur l'odorat, livres consacrés à l'art de vivre, livres pour enfants, catalogues d'exposition, magazines, etc.

Le Concept Store du Grand Musée du Parfum se veut un lieu découvreur de talents et d'innovations dans le domaine du parfum & de l'olfaction. Il propose donc une sélection d'objets innovants distribués en avant-première, voire en exclusivité au sein du Musée. Ces objets sont conçus par des designers ayant participé à la scénographie ou par des créateurs invités à développer une idée spécialement pour l'établissement.

Le Concept Store pourra également être le premier lieu de distribution des innovations conçues par des entrepreneurs dans le domaine de l'olfaction (exemple : le réveil olfactif, etc.). Dans la continuité de l'expérience vécue tout au long du parcours du Musée : elle aura pour vocation de remettre l'olfaction au premier plan.



### L'Agence CBA

Fondée en 1982 par Louis Collinet, son actuel Président, l'agence de design global CBA est aujourd'hui un réseau de renommée mondiale rassemblant plus de 300 collaborateurs répartis à travers 13 bureaux dans le monde.

Spécialisée à l'origine en design packaging, CBA a développé un éventail de compétences autour du design des marques pour accompagner ses clients sur l'ensemble de leurs problématiques. Chez CBA, les équipes conçoivent le design comme un lien émotionnel qui connecte les marques à leurs publics.

Depuis 2013, Louis Collinet et son associée Françoise Novel développent expériences de marques et concepts de retail design avec la structure CBA Retail, intervenant dans le monde entier. CBA Retail accompagne en France et à l'international la croissance de ses clients tels que Nestlé, L'Oréal, Maille, Peninsula HK, Mauss Frères, L'Occitane ou Samsonite.

Créée en 2015 par Philippe Ozouf, CBA Building accompagne en aval les enjeux d'investissement, d'industrialisation des points de vente et réseaux de distribution, en orchestrant l'exécution et le déploiement des projets retail. Nescafé, L'Oréal et Paris Aéroports sont parmi ses clients.

Direction de création : **Corentin Nicolas**

Direction artistique : **Noémie Lorthois**

Direction technique et maîtrise d'œuvre : **Philippe Ozouf**

### Animation de l'espace Concept Store

Cet espace pourra également être le théâtre d'événements liant écriture et parfums dans le cadre de la programmation scientifique et culturelle du Grand Musée du Parfum : par exemple des lectures parfumées, des séances de dédicace à l'occasion d'une sortie littéraire, etc.

### La réalisation du Concept store confiée à l'Agence CBA

Agence spécialisée dans la création d'identité de marques, le design de packaging et de points de vente, CBA a pensé toute l'identité spatiale et visuelle du Concept Store du Grand Musée du Parfum.

Pour ce concept-store, projet remporté par CBA à l'issue d'une compétition, les équipes Retail et Building ont travaillé en étroite collaboration pour créer un concept audacieux et exclusif, en parfaite continuité avec le musée, mêlant subtilement classicisme et innovation, découverte et immersion, spectacle et émotion. Une conception originale et créative, dans le confinement d'un hôtel particulier, faisant écho dans sa structure et ses composantes à la mythologie antique qui prêtait au parfum des pouvoirs magiques.

Fresque, moulures, jeux de miroirs, de lumières et de réflexion, matériaux qualitatifs confèrent au lieu une ambiance premium et confortable, prolongeant ainsi l'expérience multisensorielle du musée. Ensemble, les équipes de l'agence ont relevé ce challenge en s'investissant tout particulièrement en création comme en exécution, afin que le projet ambitieux de la boutique du Grand Musée du Parfum voie le jour.

---

## Une première installation « hors les murs », dès décembre 2016

Le Grand Musée du Parfum a aussi pour vocation d'aller à la rencontre du public dans sa sphère quotidienne.

A l'occasion de l'ouverture du Grand Musée du Parfum, une action est organisée avec Gares & Connexions, gestionnaire des gares en France, branche de la SNCF.

Dans son rôle de « city booster », et rénovateur de l'expérience en gare, Gares & Connexions ouvre les espaces d'attente et halls ferroviaires à la culture notamment, afin de se faire l'écho des événements des territoires et d'offrir un moment de détente et de qualité aux voyageurs. Cette branche de la SNCF a proposé au Grand Musée du Parfum une association afin d'organiser une installation hors les murs.

Dans un premier temps, cette exposition sera présentée à la Gare Saint-Lazare, Paris, durant le mois de décembre 2016 jusqu'à la mi-janvier 2017), en écho à l'ouverture du Grand Musée du Parfum. C'est une véritable invitation à un voyage olfactif inédit que le Musée et Gares & Connexions proposeront aux usagers des gares parisiennes. Itinérante, elle sera présentée dans les cinq autres gares parisiennes tout au long de l'année 2017.

Le designer pour ce projet est Robert Stadler.





L'esprit  
naturel  
et cultivé  
a le parfum  
de mille  
fleurs.

ANDRÉ GRÉTRY

---

## Partenaires professionnels du secteur de la parfumerie et du luxe

Syndicat ou fédération professionnelle, mais aussi la société International Flavors & Fragrances, géant mondial de la création de parfum ont été associés au Grand Musée du Parfum dès le début pour avis consultatif et aide à la réalisation du projet, mécénat de compétence.

### Le Syndicat Français de la Parfumerie



Créé en 1890, le Syndicat Français de la Parfumerie est l'unique syndicat professionnel des entreprises de parfumerie opérant en France. Il regroupe aujourd'hui 65 adhérents qui représentent la diversité des marques et des produits de ce secteur et assurent la quasi-totalité des ventes de parfums commercialisés en

France. Il comprend des maisons appartenant à des grands groupes ainsi que des parfumeurs « de niche », et ses adhérents proposent des parfums devenus iconiques aussi bien que des créations récentes. Il est présidé par Gérard Delcour.

Pour assurer ses missions, il recourt aux 25 collaborateurs de la FEBEA (Fédération des entreprises de la beauté) dont il est membre.

Son rôle est double : d'une part, défendre les intérêts du secteur de la parfumerie en France auprès des pouvoirs publics, de la communauté économique et scientifique et de la société civile ; d'autre part, appuyer ses adhérents en leur apportant des éclaircissements sur les questions relatives à la réglementation et à l'évolution des marchés.

Les chefs d'entreprises adhérentes se réunissent périodiquement pour identifier les enjeux du secteur et définir les grandes orientations du SFP. Par ailleurs, des groupes de travail entre experts des entreprises adhérentes préparent les positions, créent les éléments pour la diffusion des bonnes pratiques et accompagnent les équipes dans leur démarche qualité.

Enfin, porte-parole des entreprises, il est la voix du secteur face aux médias et constitue l'interlocuteur privilégié de la presse sur l'évolution du secteur et les activités de ses adhérents.

---

Contact presse SFP : FEBEA Scandra HAÏF Tél. +33 (0)1 56 69 67 21 - shaif@febea.fr

## International Flavors & Fragrances (IFF), créateur de parfums et d'émotions



Parrain dès l'origine du projet, sans doute l'un des premiers et principaux partenaires privés du Grand Musée du Parfum, International Flavors & Fragrances a, par son accord de partenariat, rendu possible le projet du Grand Musée du Parfum.

### PRÉSENTATION

L'un des leaders mondiaux de la création de parfums et arômes, IFF est un créateur d'expériences sensorielles qui touchent le monde entier. Chaque jour, les parfumeurs, aromaticiens et chercheurs d'IFF découvrent et explorent de nouvelles frontières olfactives, gustatives, et offrent ainsi aux consommateurs partout dans le monde de nouvelles expériences.

IFF est fier d'avoir façonné le monde du parfum, avec des créations iconiques pour toutes les grandes marques internationales, de Paris à New York en passant par Sao Paulo.

Parmi ces grands parfums de légende créés par IFF, on compte de grands noms tels que *Youth Dew*, *Beautiful* et *White Linen* d'Estée Lauder, *Drakkar Noir* de Guy Laroche, *Trésor* et *La vie est Belle* de Lancôme, *Polo* et *Polo Blue* de Ralph Lauren, *Alien* de Thierry Mugler, *Paris* et *l'Homme* d'Yves Saint Laurent, *Eternity* de Calvin Klein, *Aromatics Elixir* de Clinique, *Cashmere Mist* de Donna Karan, *Invictus* de Paco Rabanne et bien d'autres...

Son équipe de 6 700 experts s'appuie sur sa recherche et développement, son expertise créative, et sa connaissance approfondie des consommateurs pour créer des produits qui enchantent le quotidien.

IFF, ce sont aussi des matières premières naturelles d'exception, grâce à sa filiale LMR. Pionnier des naturels pour la parfumerie, LMR travaille avec les agriculteurs et les produits à travers le monde pour améliorer toutes les étapes de sa production, de la sélection variétale aux méthodes de culture et de récolte, en passant par les procédés d'extraction. LMR, c'est une éthique radicale, dédiée au développement durable et au retour des communautés locales, de Turquie, d'Haïti, de Madagascar et d'ailleurs, qui œuvrent à la production des essences de rose, de vetiver, de cannelle et autres magnifiques bijoux de la palette du parfumeur.

Par sa recherche et développement, IFF fait depuis son origine figure de pionnier, avec la découverte de grandes molécules qui ont fait la parfumerie moderne, et le développement de nouvelles technologies qui offrent aux consommateurs, grâce à l'encapsulation des odeurs, des expériences réellement innovantes.

Avec une histoire qui remonte à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, présent sur tous les continents, IFF est une société américaine à l'implantation résolument internationale, puisque 80% de son chiffre d'affaires se fait en dehors des Etats-Unis.

IFF en quelques chiffres :

- 126 ans d'histoire
- 3 milliards \$ de ventes
- 6700 employés
- Implanté dans 35 pays ; opérant sur 152 pays
- Côté à la bourse de New York depuis 1965

### DESCRIPTION DU PARTENARIAT

C'est à ce titre de pionnier sensoriel qu'IFF (International Flavors & Fragrances) a décidé de soutenir le Grand Musée du Parfum. Mettant à disposition du projet des experts, parfumeurs-créateurs et chercheurs notamment, IFF a constitué toute la collection olfactive du Grand Musée du Parfum offerte au public.

Cette collaboration s'inscrit dans une longue tradition de partenariats créatifs, destinés à repousser toujours plus loin les frontières de la créativité et de la découverte.

IFF est partenaire du Royal College of Art à Londres depuis plus de 20 ans, de la Royal Academy of Fine Arts Fashion Department d'Anvers depuis bientôt 15 ans, de l'Ecole Nationale Supérieure des

Arts Décoratifs à Paris depuis 2008, de l'école de cuisine Ferrandi, avec Arcade Music, filiale de Sony en 2014, Universal Music, La Robert Wilson Watermill foundation, la 1<sup>ère</sup> London Art Night en 2016...

Chacun de ces partenariats est l'occasion de rencontres et d'expériences, et de transmission : de créateur à créateur, de pionnier à pionnier, d'expert à expert, ils offrent des espaces de création, de récréation, d'explorations semblables à nul autre.

Cette longue tradition de mécène des arts amène tout naturellement IFF à soutenir le Grand Musée du Parfum, espace d'émotions olfactives, de plaisir, de découvertes sensorielles comme ses parfumeurs aiment en créer.

Ce soutien s'exprime par un soutien matériel et immatériel.

La contribution active – au sein du Conseil scientifique et culturel – des parfumeurs d'IFF (Anne Flipo, VP Parfumeur, Nicolas Beaulieu et Jean-Christophe Hérault, Parfumeurs Seniors), de ses chercheurs (Céline Manetta, Docteur en psychologie), de LMR (créateur de matières premières naturelles d'exception), et de bien d'autres experts d'IFF, offre aux futurs visiteurs du musée toutes les expériences olfactives qu'ils y feront : reconstitutions historiques, odeurs du quotidien, matières premières de la palette du parfumeur, créations pures... autant de découvertes et de surprises pour le nez, sur tous les espaces du musée. En effet, pas de Grand Musée du Parfum sans odeurs, et ces odeurs, les parfumeurs et chercheurs d'IFF se sont employés à les créer.

Ce partenariat s'inscrit aussi dans la durée, car il le mérite : par son audace, sa profondeur, sa volonté de faire rayonner l'art de la parfumerie, le Grand Musée du Parfum porte en son sein tout ce qui, chaque jour, passionne les parfumeurs d'IFF et tous ses experts. C'est-à-dire : de nouvelles expériences olfactives, des découvertes sensorielles, et la sensation – une goutte de parfum à la fois – de créer un monde plus beau.

---

Contact presse : DOUZAL (Paris) Morgane Rasle  
Tél : +33 (0)1 53 05 50 00 - mrasle@douzal.com





---

## Partenaires institutionnels

### Les institutions publiques

Le Grand Musée du Parfum bénéficie du soutien de la Région Ile de France (subvention du Fonds de développement touristique régional obtenue en 2015 ). Le musée a reçu le parrainage d'Anne Hidalgo, Maire de Paris.



### L'Osmothèque de Versailles



Archives des parfums, bibliothèques des compositions anciennes, l'Osmothèque est un partenaire précieux dans la mission de valorisation du patrimoine olfactif que s'est donnée le Grand Musée du Parfum.

Les parfums font partie des créations les plus fragiles et les plus évanescences de l'homme. L'Osmothèque est née d'une idée simple et géniale : comment retrouver les parfums que nous avons portés ou aimés lorsqu'ils ont disparu des circuits commerciaux ?

L'Osmothèque (du grec *osmè* = odeur et *theke* = rangement) recense et archive les parfums existants, et recherche et reproduit les parfums disparus quand cela est possible. Officiellement, c'est une association loi 1901 qui a été inaugurée le 26 avril 1990 à Versailles. En réalité, c'est un endroit unique au monde : un lieu voué à la mémoire des odeurs et des parfums. Elle est ouverte, depuis son origine, au grand public ainsi qu'aux professionnels et permet ainsi à chacun de venir redécouvrir les parfums qu'il a aimés ou qui l'ont intéressé. Véritable temple de la parfumerie, ce conservatoire est une première dans l'histoire humaine.

C'est grâce à la pugnacité du fondateur de l'Osmothèque, le parfumeur-créateur Jean Kerléo, et à l'appui de trois partenaires : La Société Française des Parfumeurs (SFP), la Fédération des Entreprises pour la Beauté (FEBEA), et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Versailles-Val d'Oise-Yvelines (CCIV), que l'idée est devenue réalité.

La Chambre de Commerce et d'Industrie a mis à la disposition de la nouvelle association des locaux situés dans l'Ecole de la Parfumerie (ISIPCA) à Versailles et a réalisé son installation. Depuis 2001, la Société des Amis de l'Osmothèque (SAO), regroupant des adhérents, apporte également une contribution financière.

La vocation de l'Osmothèque est non seulement de recenser et de rassembler les parfums existants ou à venir, mais aussi de retrouver la trace des grands classiques disparus et de les faire renaître. Elle compte aujourd'hui plus de 4000 parfums dans sa collection, dont plus de 400 disparus. Le cœur de sa collection est, pour le moment, concentré sur la période fin XIX<sup>e</sup> siècle-première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Ainsi, telle une bibliothèque nationale du parfum, l'Osmothèque témoigne d'une richesse culturelle qui a fait les beaux jours de la parfumerie, à travers des grands noms tels que Coty, Guerlain, L.T Piver, Caron, Houbigant ou même Chanel... et pour n'en citer que quelques-uns : *Fougère Royale*-Houbigant 1884, *Origan*-Coty 1904, *Le Chypre*-Coty 1917, *Le Cuir de Russie*-Chanel 1924, *L'Iris Gris*-Jacques Fath 1947... Mais elle continue à s'agrandir quotidiennement et elle contient, bien évidemment, un grand nombre de parfums de la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle dont beaucoup sont déjà disparus ainsi que des créations contemporaines. Elle est ainsi en mesure de retracer la grande épopée de l'industrie de la parfumerie depuis l'apparition des toutes premières molécules de synthèse jusqu'à nos jours.



Les trois missions de l'Osmothèque :

1. L'Osmothèque poursuit sa mission de conservation et archive méticuleusement les parfums qui sont lancés aujourd'hui. Elle représente ainsi le patrimoine de toute la profession.
2. L'Osmothèque gère une deuxième activité depuis son origine : transmettre ses connaissances en faisant sentir les parfums de sa collection grâce à des conférences olfactives.
3. Depuis quelques années se développe une troisième mission : la recherche. L'Osmothèque devient une référence en tant que centre culturel de l'histoire de la parfumerie : elle doit continuer à chercher des parfums anciens et aussi s'assurer qu'elle peut refaire ceux pour lesquels elle détient la formule qu'elle avait déjà su recréer une première fois. En parallèle donc, se constitue petit à petit un conservatoire de matières premières anciennes.

---

L'Osmothèque est une association loi 1901 à but non lucratif qui a eu comme président Jean Kerléo depuis son origine jusqu'en 2008 et qui est maintenant présidée par Patricia de Nicolai Michau.

---

Contact presse : Anne-Cécile Pouant - Tél. : +33(0)1 39 55 46 99 - [acpouant@osmotheque.fr](mailto:acpouant@osmotheque.fr)

---

## Autres soutiens

Le Grand Musée du Parfum est également assuré du soutien d'experts en techniques de diffusion de parfum, en flaconnage mais aussi en emballage.

### SCENTYS



*Société experte de la diffusion de parfum dans l'air, Scentys met au service du Grand Musée du Parfum son savoir-faire et sa technologie.*

Qu'il s'agisse de parfumer un hall, un accueil, une chambre, une salle de réunion ou bien un salon, de petits ou de plus grands volumes, Scentys propose des solutions adaptées pour chaque espace.

La société Scentys est experte de la diffusion de parfum dans l'air. Depuis plus de 10 ans, cette entreprise industrielle française met au service des plus grandes marques son savoir-faire unique, alliant technologie de pointe et parfumerie fine. Elle garantit une grande qualité de diffusion, une expertise technique et parfum, une sécurité d'utilisation permettant d'apporter le parfum dans des contextes où les supports traditionnels (bougies, parfum liquide, parfum en spray) ne sont pas adaptés.

Scentys est l'inventeur du parfum en capsule, facile à manipuler, propre et sans risque pour l'utilisateur comme pour l'environnement, car il ne contient ni alcool, ni solvant - il est également certifié conforme aux principales réglementations en vigueur.

Spécialiste de la mise en ambiance parfumée d'hôtels, de boutiques, de musées, de showrooms, Scentys dispose également d'une collection de 25 fragrances inédites, élaborées en collaboration avec les maisons de création les plus prestigieuses. Ses parfums, « made in Paris », procurent, selon leur formulation, des bienfaits notamment relaxants ou bien dynamisants, et permettent d'accentuer le confort perçu des lieux, de valoriser la démarche de service auprès des clients, de favoriser les découvertes inédites en faisant vivre une expérience sensorielle différenciante et mémorable.

---

Contact presse : DRP Stéphanie Paratian  
Tél. : +33 (0)1 71 70 38 38 - stephanie@relationpresse.com

### VERESCENCE

### VERESCENCE

*Principal fabricant et créateur de flacons à parfum dans le monde, Verescence s'associe au projet du Grand Musée du Parfum pour transmettre son savoir-faire sur la création de flacons en verre pour la Haute Parfumerie.*

Verescence est leader mondial du flaconnage en verre pour les industries de la Parfumerie et de la Cosmétique avec une capacité de production d'un milliard de flacons par an.

Grâce à un savoir-faire verrier de plus de 120 ans et à une implantation géographique unique (4 sites de production pour le verre et 5 sites pour le parachèvement dans le monde dont 3 en France), Verescence fournit les plus grandes marques de l'industrie de la Parfumerie et de la Cosmétique en apportant des solutions innovantes, de haute qualité et respectueuses de l'environnement.

Ce groupe de 3 200 personnes a réalisé, en 2015, un chiffre d'affaires de 330 millions d'euros.

---

Contact presse : Astrid Dulau-Vuillet  
Tél. : +33 (0)6 37 27 41 75 - astrid.dulau-vuillet@verescence.com

## APTAR



**Leader sur le marché mondial des systèmes de distribution, Aptar met au service du Grand Musée du Parfum son expertise en termes d'emballage et de systèmes de diffusion des parfums.**

Aptar crée des solutions de packaging innovantes pour rendre la vie des consommateurs plus facile, plus sûre, plus confortable, plus agréable. Son orientation marché se traduit par une organisation en 3 segments : Beauty + Home, Food + Beverage et Pharmacie.

Avec plus de 50 années d'expérience dans le monde très évolutif de l'emballage, Aptar accorde une attention toute particulière à ses clients et actionnaires, ce qui donne un caractère unique au groupe dont les piliers reposent sur une expertise et des connaissances techniques de pointe, assorties d'une très large gamme de produits et 13 000 collaborateurs officiant dans 18 pays.

La protection de l'environnement, la préservation des ressources naturelles et la réduction des déchets font partie des engagements phares de l'entreprise.

Aptar Beauty + Home couvre un très large panel de domaines d'applications tels que la parfumerie, les cosmétiques, le soin du corps, et l'entretien ménager.

Au-delà d'expertises clés sur les systèmes de distribution, Aptar Beauty + Home propose des solutions complètes qui vont de la conception à la fabrication de composants ainsi qu'à la réalisation de packaging complets et personnalisés. Spray, Pompes, bouchons distributeurs, échantillons, packs flexibles, valves ou systèmes Airless, font de la gamme Aptar Beauty + Home la plus large du marché.

Au travers des solutions différenciantes proposées, Aptar Beauty + Home se consacre à stimuler les sens, à proposer de nouvelles gestuelles de parfumage et ainsi créer des connexions tactiles entre les produits et les utilisateurs finaux.

Parmi ses succès récents, peuvent être cités : « Note », innovation primée proposant une nouvelle gestuelle s'inspirant de l'histoire de la parfumerie, et « Skin Master », un stylo nouvelle génération, totalement inspiré de la médecine esthétique. Autant d'innovations qui réinventent l'expérience sensorielle !

---

Contact presse : Aptar Beauty + Home - Nataly Joubert  
Tél. : +33 (0)4 78 59 83 38 - +33 (0)6 09 42 25 94 - nataly.joubert@wanadoo.fr



## DuPont™ Corian® partenaire du Grand Musée du Parfum

Corian.

DuPont™ Corian® a été choisi par l'agence Projectiles pour la réalisation du Jardin des Senteurs du Grand Musée du Parfum.

Le Jardin des Senteurs invite les visiteurs à découvrir les parfums à travers plusieurs expériences sensorielles : effluves émanant d'objets extraordinaires, pureté du Corian® Glacier White contrasté avec un jeu d'ombres et de lumières du Corian® Glacier Ice, toucher d'une matière sensorielle... En voyant le projet du Jardin des Senteurs, conçu par l'agence Projectiles, il a été tout naturel pour DuPont™ Corian® de devenir partenaire du Grand Musée du Parfum. « Je suis certaine que les visiteurs seront fascinés par l'ambiance poétique et sensuelle de cette pièce, qui invite au voyage et à la découverte de nouvelles sensations avec l'aide de Corian® » témoigne Béatrice Laloux, directrice DuPont™ Corian® France et Benelux. « Nous remercions l'agence Projectiles qui avait déjà choisi Corian® pour l'aménagement de la Galerie de l'Histoire du Château de Versailles de nous avoir fait une nouvelle fois confiance. »

Pour créer cette ambiance, c'est la société Créa Diffusion qui a été retenue. Véritable orfèvre de la mise en œuvre de Corian®, Créa Diffusion a créé un outillage et des moules sur mesure pour la réalisation des formes atypiques du sol et des grandes fleurs. Selon Thierry Delles, président de Créa Diffusion : « Avec cette présentation attractive et très originale, le Jardin des Senteurs confirme l'exceptionnelle polyvalence du matériau DuPont™ Corian® aux possibilités quasi illimitées et dont les qualités esthétiques, sensorielles et mécaniques conviennent à toutes les surfaces et répond à toutes les exigences d'une production haut de gamme. »

Conçu initialement comme un matériau de haute performance pour les plans de cuisine et de salle de bain, DuPont™ Corian® ([www.corian.fr](http://www.corian.fr)) est aujourd'hui une marque de renommée mondiale pour l'architecture et le design, grâce à sa combinaison unique de fonctionnalité, flexibilité et esthétique. Au fil des ans, DuPont™ Corian® est devenu un outil de création exceptionnel pour toutes les applications imaginables (la cuisine, la salle de bain ou les sanitaires, le mobilier commercial ou décoratif... jusqu'au revêtement de façades) dans les environnements résidentiels, commerciaux et dans les espaces publics.

---

Contact presse : THEMA\_DESIGN - Chantal Riols

Tél : +33 (0)1 77 32 10 80 - +33 (0)6 07 65 08 24 - [chantalriols@thema-design.fr](mailto:chantalriols@thema-design.fr)

---

## Autre partenaire



### A propos de SNCF Gares & Connexions

La branche SNCF Gares & Connexions est née d'une conviction : les gares sont des lieux de vie à part entière, à la croisée des parcours. Pouvons des villes, les gares métamorphosent les territoires et facilitent le quotidien de chacun. Accueillir chaque jour 10 millions de voyageurs, visiteurs et riverains appelle un engagement fort pour améliorer toujours la qualité de l'exploitation, imaginer de nouveaux services et moderniser le patrimoine.

SNCF Gares & Connexions a choisi depuis sa création de mettre la vie culturelle des régions et des villes au cœur des gares. Notre conviction : l'art est un élément essentiel à la vie, à l'enrichissement personnel et au mieux-vivre ensemble. C'est pourquoi sont régulièrement proposés aux voyageurs, riverains et passants des gares, des événements artistiques et culturels diversifiés et constamment renouvelés, en lien étroit avec les institutions et l'actualité culturelles locales.

Partenaires référents des plus grandes manifestations dédiées à la photographie, l'art contemporain et la musique depuis de longues années, nous investissons chaque année 100 gares réparties sur l'ensemble du territoire qui animent tout au long de l'année le quotidien des voyageurs et des riverains.

En 2015, SNCF Gares & Connexions a réalisé un chiffre d'affaires de 1 208 millions d'euros.

Au sein du groupe SNCF, cette direction est autonome, responsable et régulée.

Avec ses filiales AREP et SNCF Retail & Connexions, SNCF Gares & Connexions a su développer des savoir-faire spécifiques au service de la vitalité urbaine. Notre mission est de faire de toutes les gares le premier atout des villes et des territoires, au service de tous nos clients : un city booster.

---

<http://www.gares-sncf.com/fr>

SNCF Gares & Connexions sur Twitter : <http://twitter.com/ConnectGares>

---

Contacts presse SNCF Gares & Connexions :

Juliette de Beaupuis Dumas / Claire Fournon - Tél. : 01 80 50 04 30

[gares-connexions-service-presse@sncf.fr](mailto:gares-connexions-service-presse@sncf.fr)

---

## Partenaires médias



# **ANNEXES :**

## **Quelques ressources**

---

## Chronologie de l'histoire du parfum

Par Elisabeth de Feydeau

Arty Fragrance 2009

**Vers 1550 av. J.C. :** Une des plus anciennes recettes de *Kyphi* égyptien a été rédigée sur un papyrus médical

**1527 – 1506 av J.C. :**  
Règne d'Aménophis I<sup>er</sup>

**1490 – 1468 av J.C. :**  
Règne de la reine Hatchepsout,  
« Sublime des sublimes »

**1347 – 1337 av J.C. :**  
Règne de Toutankhamon

**1289 – 1243 av J.C. :**  
Règne de Ramsès II, qui épouse Néfertari,  
« la plus belle de toutes »

**356 – juin 323 av J.C. :**  
Naissance et règne d'Alexandre le Grand

**Septembre 476 :**  
Chute de l'Empire Romain d'Occident avec l'abdication de Romulus Augustule

**800 :** Couronnement de l'empereur Charlemagne à Rome

**980-1037 :** Mise au point du procédé de la distillation dans le monde arabe

**1190 :** Fondation de la Communauté des Gantiers-Parfumeurs

**1337 :** Début de la guerre de Cent ans

**1347 :** Première vague meurtrière de peste à travers l'Europe

**1370 :** *Eau de la Reine de Hongrie*

**1453 :** Fin de la guerre de Cent ans

**1695 :** *Eau de Cologne*

**1715 :** Mort de Louis XIV

**Vers 1750 :** Mise au point de l'enfleurage ou extraction à froid

**Vers 1860 :** Naissance de la Parfumerie moderne

**1868 :** synthèse de la coumarine (*Fougère Royale* de Houbigant en 1884)

**1876 :** synthèse de la vanilline (*Jicky* de Guerlain en 1889)

**1900 :** Ambréine Samuelson (notes ambrées)

**1903 :** Aldéhydes (en 1883 : aldéhydes anisiques à l'odeur d'aubépine)

**1904 :** François Coty lance la *Rose Jacqueminot* et crée sa maison de parfumerie

**1905 :** *Ambre Antique* de Coty

**1911 :** Poiret ouvre « Les Parfums de Rosine » et renoue avec la tradition française d'unir la mode et les parfums

**1914 :** Début de la première guerre mondiale

**1917 :** *Le Chypre* de Coty

**1921 :** Lancement du N°5 de Chanel, premier parfum de couturier

**1925 :** *Shalimar* de Guerlain

**1934 :** *Pour un Homme* de Caron, premier parfum moderne pour homme

**1939 :** Début de la deuxième guerre mondiale

**1947 :** *Miss Dior* de Christian Dior

**1948 :** *L'Air du Temps* de Nina Ricci

**1953 :** *Youth Dew* d'Estée Lauder

**1971 :** *Rive-Gauche* d'Yves Saint-Laurent

**1973 :** *Charlie de Revlon*, premier parfum « socio-style »

**1975 :** *Chloé* de Lagerfeld, premier parfum de prêt à porter

**1976 :** *First* de Van Cleef et Arpels, premier parfum de joaillier

**1992 :** *L'Eau d'Issey*, Issey Miyake

**1992 :** *Angel* de Thierry Mugler (premier oriental gourmand)

Ouverture des Salons du Palais Royal par Shiseido-Serge Lutens (la Haute-Parfumerie ou le retour d'une haute définition du luxe en parfumerie)

*Eau parfumée au thé vert* de Bulgari (retour aux eaux unisexes, naissance du courant Zen, thé vert)

**1994 :** *CKone* de Calvin Klein (parfum mixte à partager, qui rassure, années Sida)

**1996 :** *Le Mâle* de Jean-Paul Gaultier (décloisonnement des codes olfactifs, nouvelle image masculine en parfumerie)

**2000 :** *Cologne de Mugler* (retour à la tradition de l'Eau de Cologne revisitée par la note « S », sensuelle)

---

## En quoi consiste l'anosmie ?

L'odorat est source de plaisir. Sa perte est souvent douloureuse. Pourtant, l'anosmie est un handicap rarement reconnu ou compris. Le Grand Musée du Parfum propose d'en faire l'expérience et d'en expliquer le mécanisme.

L'anosmie consiste en l'absence d'odorat. Comme la surdité ou la cécité pour l'ouïe et la vue. Elle peut provenir d'un trouble de perception des odeurs (traitement, grossesse, traumatisme, etc.), ou d'un trouble de la transmission des odeurs (rhume, polype, sinusite, etc.).

Si elle est totale, elle peut avoir une origine congénitale, extrêmement rare, mais le plus souvent elle est la conséquence d'un accident ou d'un traitement. Un simple rhume peut provoquer une anosmie temporaire, et donc une perte de goût. L'encombrement de la sphère ORL et l'inflammation des parois nasales conduisent à empêcher l'accès à l'épithélium olfactif. Et si un traitement permet d'en venir le plus souvent à bout, il arrive que ces affections microbiennes finissent par endommager de façon irréversible la muqueuse olfactive. De la même façon, les malades du cancer traités par chimiothérapie constatent bien souvent une perturbation du « goût » (c'est-à-dire, en fait, de l'olfaction qui, par voie rétro-nasale contribue à 60 % à créer la saveur). Et, s'ils récupèrent après le traitement, ce n'est souvent que partiellement, avec des distorsions par rapport à leurs souvenirs. Partielle, l'anosmie touche beaucoup de gens dans le monde, il s'agit par exemple d'une insensibilité aux muscs contenus dans les parfums. Tout simplement parce que la protéine réceptrice correspondant aux muscs n'est pas synthétisée : il n'y a donc pas de serrure pour la clé.



Cette absence de perception des odeurs ne leur permet pas (ou plus, s'il s'agit d'une anosmie soudaine) de sentir les gens aimés, la rue et les lieux d'habitation, d'identifier sensuellement leur partenaire amoureux, et bien sûr d'apprécier le goût des aliments et des boissons. Cela implique aussi la disparition de toutes les émotions conservées dans leur mémoire, liées aux souvenirs olfactifs et aux parfums de leur vie.

Aider à la prise de conscience des possibilités de l'odorat, des jouissances qu'on peut en tirer, et de l'importance de son entretien relève de la mission que s'est donnée le Grand Musée du Parfum.



---

## Les quatre zones schématisées du circuit olfactif

Ces quatre zones correspondent aux quatre territoires du nez au cerveau, traversés par le message olfactif et forment l'itinéraire de l'odorant à l'odeur.

### **ZONE 1 : tout en haut de la cavité nasale : l'épithélium olfactif. Le message chimique des odorants est converti en influx nerveux**

Nous avons deux manières de recevoir les odorants. Soit par la voie directe, dite orthonasale, qui se fait simplement en humant dans l'air, via nos narines, les molécules olfactives qui s'y trouvent. Soit de façon indirecte, avec la retro-olfaction, où les molécules aromatiques, les « saveurs » des aliments que nous ingérons remontent par l'arrière-gorge (ou pharynx) vers la cavité nasale. Ces deux voies amènent toutes deux les produits odorants sur l'épithélium olfactif situé tout en haut de la cavité nasale, entre les deux yeux.

Que se passe-t-il lorsque nous sommes à table ? Le pharynx étant le carrefour des voies respiratoires et digestives, lorsque nous respirons, l'épiglotte est relevée et permet le passage de l'air vers la trachée-artère. Lorsque nous déglutissons, l'épiglotte se rabat sur l'entrée du pharynx. Après avoir avalé, l'épiglotte s'ouvre à nouveau, ce qui permet à l'air de remonter des poumons et de pousser les molécules odorantes volatiles vers le nez. C'est ainsi, lorsque notre sens de l'odorat fonctionne, que nous pouvons distinguer les différents arômes d'un vin, d'un plat, et pleinement apprécier leurs subtilités et combinaisons.

Enrhumés, nous « perdons le goût » ; en fait, nous perdons l'odorat car les papilles gustatives de la langue nous permettent encore de distinguer le salé, le sucré, l'acide et l'amer mais le nez est bouché et les odorants n'arrivent plus à l'épithélium olfactif.

L'épithélium olfactif, ou muqueuse olfactive (car recouverte d'un mucus) est une petite zone de 5 cm<sup>2</sup> tout en haut de la cavité nasale, entre les 2 yeux. Ses 5 millions de neurones olfactifs captent le message des molécules odorantes et le transforment en influx nerveux qui entre alors dans le cerveau, passant par le bulbe olfactif avant de rejoindre le cortex olfactif. Cet épithélium est le seul tissu nerveux en contact avec l'extérieur, via le nez, et il a la particularité exceptionnelle de se renouveler tout au long de la vie, grâce notamment aux cellules souches qu'elle abrite. Ces cellules souches neuronales suscitent beaucoup d'intérêt pour les thérapies de régénération du système nerveux.

A noter : chacun des neurones prolonge un et un seul récepteur olfactif codé par un gène, parmi un répertoire de plusieurs centaines de gènes (400 pour les humains, mais 1 200 chez les rongeurs, 800 chez le chien, une centaine chez le poisson, etc.). On compare souvent ces récepteurs à une serrure qui n'est ouverte que par une seule clé, une seule molécule donc. Ce n'est pas tout à fait exact, car les recherches récentes ont prouvé que cette clé pouvait aussi parfois être un passe-partout, valable pour plusieurs serrures.

### **ZONE 2 : Première étape dans le cerveau : le bulbe olfactif collecte l'influx nerveux de l'épithélium olfactif ; son activation dessine la carte d'identité chimique de l'odorant**

Les prolongements (axones) des neurones olfactifs vont ensuite entrer dans le cerveau, dans le bulbe olfactif qui traite l'information olfactive de façon inconsciente (50-100 millisecondes après avoir inhalé un odorant).

La structure du bulbe olfactif nous renseigne sur sa fonction. Nous observons à la périphérie une couche constituée de nombreuses « bulles » : chacune de ces bulles est un glomérule. Tous les axones des neurones olfactifs exprimant le même récepteur olfactif (donc recevant les mêmes odorants) convergent vers un seul glomérule. Ainsi, on obtient deux résultats importants :

1) chaque glomérule concentre les influx nerveux venant des milliers de neurones activés par un même composé odorant, ce qui améliore la sensibilité ;

2) le tableau des glomérules activés va refléter exactement la nature chimique d'un odorant donné. L'ensemble des glomérules activés constitue une carte d'identité sensorielle de l'odorant. Chaque glomérule est connecté à une cellule dite «mitrale» (à cause de sa forme de mitre, le chapeau des évêques). Ces cellules mitrales sont regroupées dans une couche plus interne du bulbe. Elles collectent l'information de chaque glomérule et la transportent vers l'étape suivante, le cortex

### **ZONE 3 : Le cortex olfactif fait partie du système limbique, qui «pilote» les émotions et la mémoire**

Les axones de cellules mitrales portent l'influx nerveux jusqu'au cortex olfactif, deuxième relais cérébral du message olfactif. On n'a toujours pas conscience de la progression du message (environ 150 millisecondes après inhalation). Deux structures vont particulièrement nous intéresser, l'amygdale pour les émotions et l'hippocampe pour la mémoire.

L'amygdale (il s'agit d'un noyau nerveux en forme d'amande, à ne pas confondre avec l'amygdale située dans la gorge) est connue comme le «centre» de la peur et des émotions. Dans l'olfaction, elle joue un rôle important pour l'établissement des aversions olfactives à l'égard des «mauvaises odeurs» en s'activant particulièrement pour des composés soufrés comme le sulfure d'hydrogène (odeur d'œuf pourri). Mais elle peut aussi participer au rappel des émotions agréables liées à un parfum. L'amygdale est un centre multisensoriel impliqué dans les émotions : c'est ainsi qu'elle peut s'activer chez les personnes à jeun à la seule vue d'un aliment ! Le cortex olfactif communique directement avec l'hippocampe. L'hippocampe joue un rôle majeur dans l'encodage et le rappel des souvenirs. L'hippocampe ne stocke pas lui-même les souvenirs mais conserve en quelque sorte l'adresse des réseaux neuronaux qui portent différents éléments des souvenirs (les personnes, le lieu, l'odeur, les circonstances, etc.). Lors du rappel, c'est la reconnexion de ces circuits qui permettra d'évoquer un souvenir complexe.



### **ZONE 4 : Le cortex orbitofrontal traite l'information olfactive de façon consciente**

Après le cortex olfactif, le message nerveux aboutit, au bout de 300-500 millisecondes, au cortex orbitofrontal, qui se trouve à la face inférieure de cerveau, juste au-dessus des yeux. Nous sommes maintenant dans le néocortex, qui relie les sensations conscientes aux fonctions cognitives, aux fonctions de jugement, et au langage.

Très souvent, les premières réactions conscientes à un odorant sont « ça me plaît » ou « ça ne me plaît pas » (jugement hédonique) et « est-ce que je reconnais cette odeur ? » (jugement de familiarité). C'est le cortex orbitofrontal qui s'active à l'occasion de ces jugements.

Le cortex orbitofrontal intègre également les informations gustatives lorsqu'il s'agit de nourriture. Enfin, le cortex orbitofrontal s'active très fortement en cas d'odeurs aversives (cela rappelle la réaction de l'amygdale, avec laquelle le cortex orbitofrontal interagit beaucoup).

Le cortex orbitofrontal est plus épais chez les parfumeurs que dans le reste de la population. Il s'épaissit même avec l'âge, alors qu'il a tendance à s'affiner chez les non-professionnels.

---

## Spécificités olfactives et différences génétiques : détail des espèces animales

**L'HOMME** : notre nez à 1,5 m du sol nous prive de «renifler» toutes les traces intéressantes au sol : passage des congénères, trace des proies, nourritures. Mais nous possédons quand même 400 gènes de récepteurs olfactifs, qui nous permettent d'apprécier les parfums, les aliments et les boissons. Et ces gènes continuent d'évoluer rapidement, comme en témoignent les différences entre les différentes populations du globe.

**L'ÉLÉPHANT** : le « champion olfactif » actuel. Il possède 2 000 gènes de récepteurs olfactifs, loin devant les rongeurs et le chien. Ces deux mille gènes représentent presque un dixième de son génome. C'est dire toute l'importance de l'olfaction pour cet animal, il est vrai qu'il est pourvu d'une longue trompe et d'une mémoire (olfactive) ... d'éléphant.

**LA SOURIS ET LE RAT** : ces animaux nocturnes se reposent moins sur la vue que sur l'ouïe, le toucher et l'odorat pour connaître leur environnement. Le rat a eu le privilège d'être le premier animal dont on a découvert les récepteurs olfactifs en 1991 (ce qui valut le Prix Nobel 2004 aux chercheurs états-uniens Linda Buck et Richard Axel). Avec 1 000 à 1 200 gènes de récepteurs olfactifs, ce sont d'excellents « nez ».

**LE CHIEN** : « l'animal olfactif » par excellence ! Ce n'est pas lui qui a le plus de gènes de récepteurs olfactifs (environ 800) mais c'est un chasseur dont l'odorat est le plus développé, surtout chez les chiens à long nez qui possèdent un épithélium olfactif 50 fois plus grand que celui de l'homme. Sa grande connivence avec l'homme et ses performances olfactives le rende apte à retrouver des humains et à détecter des produits illicites.

**LES POISSONS OSSEUX** : nous sommes tellement habitués à simultanément respirer et sentir dans l'air que nous n'imaginons pas que les poissons puissent « sentir » comme nous. Pourtant, ils possèdent 2 fosses olfactives sur le dessus de la tête, en avant des yeux, grâce auxquelles ils peuvent capter les produits olfactifs dans l'eau. A travers 500 millions d'années d'évolution, nous avons d'ailleurs hérité leur centaine de gènes de récepteurs olfactifs.

**LE REQUIN** : peut-être le champion de la sensibilité olfactive chez les vertébrés. On dit qu'il est capable de sentir une goutte de sang dilué dans une piscine. Comme les poissons osseux, les requins possèdent deux fosses olfactives mais se distinguent surtout par deux énormes bulbes olfactifs, plus gros que le reste de leur cerveau.

**LA MOUCHE DU VINAIGRE OU DROSOPHILE** : ce minuscule insecte (2 mm de long) est le cobaye favori des chercheurs. On connaît des produits odorants pour chacun de ses 60 récepteurs olfactifs. Chez les insectes, les antennes servent de «nez». Bien qu'impliqués dans la même fonction olfactive, les récepteurs olfactifs d'insectes ne sont pas de la même famille que ceux des mammifères.

**L'ABEILLE** : parmi les insectes, elle est l'un des mieux équipés en récepteurs olfactifs (environ 150 suivant les espèces). On connaît les capacités d'apprentissage et de communication chez l'abeille (danse des abeilles) et l'olfaction joue un rôle important dans ces comportements. Quand quelques individus d'une ruche apprennent une odeur, si elle est intéressante (nourriture) ils transfèrent cet apprentissage à tout l'essaim.

**LES MOUSTIQUES** : ces sales bêtes (surtout les femelles) nous repèrent non seulement à notre odeur corporelle mais aussi au gaz carbonique que nous exhalons. Ils sont dotés de 80 à 110 récepteurs olfactifs suivant les espèces, qu'on peut cependant tromper grâce à des produits répulsifs comme le DEET (N,N-diéthyl-méta-toluamide) qui non seulement inhibent leur odorat mais aussi les repoussent.

**LES PAILLONS DE NUIT** : peut-être les champions de la sensibilité olfactive. Quelques molécules de phéromone suffisent à activer leur odorat (par comparaison, il y a 20 millions de milliards de molécules d'azote et d'oxygène dans 1 millimètre cube d'air). Les mâles sont munis d'antennes gigantesques en forme de peigne, très riches en récepteur olfactifs. Certains mâles adultes ont une vie si brève qu'ils ne se nourrissent pas. Leur seule mission est d'attendre le signal de la phéromone émise par la femelle. À partir de là, ils ne font plus qu'une chose : voler vers elle pour s'accoupler.

**LA GUÊPE PARASITOÏDE** : (parasite de parasite) Ichneumon eumerus pond ses œufs dans les chenilles du papillon *Maculinea rebeli* qui sont elles-mêmes élevées (et protégées) dans des fourmilières. Dans ce contexte, la femelle Ichneumon répand d'abord dans la fourmilière un « parfum qui rend fou », déclenchant un combat forcené entre les fourmis. Profitant de la bagarre, la guêpe peut tranquillement pondre dans les chenilles. Et, comme tout est prévu, le même scénario se déroule lorsque les œufs éclosent : les guêpes nouveau-nées « enfument » à leur tour les fourmis et s'échappent sans anicroche.

**LES OISEAUX** : on pensait qu'ils étaient anosmiques (privés d'odorat). L'analyse du génome du poulet a révélé la présence de 283 gènes de récepteurs olfactifs. Les pigeons voyageurs s'orientent en partie grâce à des repères olfactifs. Des pétrels (*Calonectris borealis* ou puffin boréal), transportés à 800 km en mer au large de leur île, retrouvent leur nid. Mais, si on leur bouche le nez, ils se perdent. Peut-être les odeurs fortes (et même malodorantes) du phytoplancton et de leurs nids leur permettent-elles de s'orienter.

**LES SERPENTS** : ils possèdent une inquiétante langue bifide (fourchue) toujours en mouvement. Grâce à ses deux extrémités, les serpents prélèvent au sol des traces odorantes, puis se fourrent, non pas les doigts, mais une extrémité dans chaque narine, ce qui leur permet de repérer efficacement le passage de proies potentielles.

**LES PLANTES** : elles aussi ont du nez. En tout cas, la communication chimique fonctionne chez elles. Lors d'une attaque d'herbivores (que ce soit des chèvres ou des insectes parasites), les végétaux, depuis l'herbe ténue jusqu'au grand arbre, émettent des produits volatils odorants qui alertent leurs congénères. En réponse, ceux-ci sécrètent des produits répulsifs ou amers ou, encore plus astucieux, des attractants de parasitoïdes qui finissent par neutraliser le parasite.

---

## Six matières premières emblématiques de la parfumerie

Présentation, histoire et descriptions de quelques matières présentées à l'étage de l'art du parfumeur.

### L'Absolu Bourgeons de Cassis

Le cassis a ceci d'original qu'il est l'un des rares fruits à pouvoir être utilisé sous forme naturelle en parfumerie (ça n'est le cas, rappelons-le, ni de la poire, ni de la pomme, ni de la groseille ou la framboise). Cet arbrisseau vivace et touffu, aussi appelé « groseillier noir », est cultivé surtout en France et notamment dans la région de Bourgogne qui est devenue sa capitale un peu par hasard. C'est sur la face inférieure de ses larges feuilles d'un vert vif que se cache le trésor : les bourgeons de feuille très odorants. Même si la baie à la peau lisse meurt d'envie de se laisser croquer, le parfumeur se concentre sur les bourgeons. Ils sont récoltés en janvier/février et extraits aux solvants volatils pour donner l'absolu bourgeons de cassis, pâte noire épaisse à l'odeur fraîche et fruitée, qui a le don de fasciner le nez du parfumeur depuis longtemps. Son profil olfactif ? Fruité-vert avec une odeur soufrée, menthée, légèrement animale. Certains y perçoivent même une odeur âcre de pipi de chat ou de transpiration, mais ces petites odeurs « désagréables » sont le lot de toutes les grandes matières premières. Cette matière première très onéreuse est réservée à la parfumerie de luxe. C'est dans Chamade (Guerlain, 1969), First (Van Cleef & Arpels, 1976), Mûre et Musc Extrême (L'Artisan Parfumeur, 2000) ou encore Black Opium Edt (Yves Saint-Laurent, 2015) que le caractère du bourgeon de cassis s'exprime le mieux.



### L'Essence de Vetiver



Son nom botanique est déjà un bel appel au voyage : *Vetiveria zizanioides*. Son élégance intemporelle fascine toujours autant, notamment les hommes, depuis que *Vétiver* (Carven, 1957) et *Vétiver* (Guerlain, 1959), fragrances références, l'ont célébré comme une note masculine majeure. Depuis, cette matière première élégante et racée, aux notes sombres, graves, boisées, terreuses et enfumées a pris l'habitude de jouer les premiers rôles.

Originnaire d'Inde, cette plante herbacée, de 1,5 à 2 mètres de haut aux feuilles étroites et longilignes, a été largement introduite sous les Tropiques : Brésil, Madagascar, Réunion (le vétiver Bourbon, qualité supérieure aux

facettes noisettes et rosées, n'est pratiquement plus utilisé pour des raisons d'absence de main-d'œuvre), mais aussi Indonésie et Haïti qui sont désormais les deux plus importants producteurs mondiaux. La variété d'Haïti, certainement la plus complexe avec ses inflexions boisées, fumées, un peu vertes, et ce petit côté racine d'iris, a la préférence des parfumeurs lorsque le vétiver indonésien (variété « Java ») exprime des caractéristiques beaucoup plus fumées, presque « brûlées » relèvent certains nez.

Bien qu'elle soit classée parmi les bois, l'essence de vétiver est obtenue par distillation à la vapeur d'eau (24 heures durant) de ses racines ou rhizomes qui contiennent une résine proche de la myrrhe. Plongeant à la verticale dans les entrailles de la terre, jusqu'à plus de 3 m, leur arrachage est pénible. Le parfumeur Jean-Claude Ellena lui offre son alter ego idéal : le pamplemousse. Cet agrume en note de tête annonce merveilleusement bien le vétiver en fond dans *Terre* (Hermès, 2009) : il y a une facette zeste de pamplemousse dans le vétiver.

## L'Iris Pallida

C'est à lui que l'on doit la fameuse note « poudrée » qui rappelle tant les premières poudres de riz de nos grands-mères qui étaient alors parfumées à l'iris. Drapée dans sa robe vaporeuse de soie bleue, cette fleur est un joli trompe-l'œil. C'est en réalité sa racine qui est utilisée en parfumerie. Un rhizome qui vaut de l'or! Car le secret d'un iris de qualité, c'est le temps d'affinage (plus le rhizome vieillit et plus il se charge en irone, concentré olfactif précieux). Et il faut attendre six ans (trois années en terre et trois années à sécher) pour transformer cette racine en matière première d'une rare élégance. Pelés manuellement puis lavés, réduits en copeaux et en poudre, les rhizomes sont prêts à être distillés : on obtient le beurre d'iris. La macération de cette matière dans un solvant donne enfin l'absolu iris. N'importe quel nez vous le dira : l'iris est multi-facetté, c'est même une des raisons de son succès jamais démenti. Les parfumeurs le décrivent comme une note sèche, légèrement boisée, avec des inflexions « violette » et quelques accents « framboise » et « carotte ». La variété « pallida » (iris pâle), cultivée à l'ombre des oliviers dans le triangle que forment les villes de Florence, Sienne et Arezzo, est reconnaissable entre toutes à sa délicate odeur de noisette. C'est probablement la plus recherchée par les parfumeurs. Star des grands classiques que sont *L'Heure Bleue* (Guerlain, 1912), N°19 (Chanel, 1971), *Infusion d'Iris* (Prada, 2007), l'iris sait aussi se moderniser et se renouveler : pour preuve le tout récent iris « gourmand » de *La Vie est Belle* (Lancôme, 2012).

## L'aldéhyde C11

Sans eux le N°5 (Chanel, 1921) n'existerait même pas. Les aldéhydes sont pourtant restés longtemps cachés dans le tiroir des parfumeurs tant leur énergie débordante, forte intensité (le mot est faible), leur odeur sans concession, les rendaient difficiles à manipuler par des nez non expérimentés. Ces molécules souvent méconnues ne sont pourtant pas dénuées d'intérêt, voire même d'une forme d'esthétique : elles apportent du volume, de la puissance et un maximum de fraîcheur aux compositions. Présent naturellement dans l'huile essentielle de coriandre, l'aldéhyde C11, découvert en 1903 (appelé aussi undécanal) se caractérise par sa signature métallique, cireuse, grasse et savonneuse et quelques petites facettes rosées et citronnées. Il sent, si l'on y fait bien attention, la bougie qu'on éteint. Un parfumeur le décrit ainsi : « une peau de citron tombée sur un cuir chevelu gras ». C'est la magie des aldéhydes, objets odorants, pas forcément agréables de prime abord, qui excellent toutefois à faire briller les autres ingrédients d'une formule. Dès lors qu'il est au contact des fleurs, l'aldéhyde C11 les fait rayonner comme jamais et donne du « lift » au bouquet. On perçoit la présence de cette étrange molécule dans les notes de tête des parfums N°22 (Chanel, 1922), *White Linen* (Estée Lauder, 1978), *L'Heure Folle* (Cartier, 2009), *Oud of Love* (The Different Company, 2012) et *Terre Eau Très Fraîche* (Hermès, 2014).

## La vanilline

Elle se targue d'être parmi les molécules de synthèse les plus anciennes de la parfumerie. Imaginez qu'elle est déjà présente dans la formule de Jicky (Guerlain, 1889). Alors même qu'elle n'a été synthétisée qu'en 1874 par les chimistes allemands Wilhelm Haarmann et Ferdinand Tiemann à partir de la coniférine qu'on trouve dans l'écorce de pin. Si on craque pour elle, et depuis si longtemps, c'est qu'il s'agit d'une gourmandise enfantine, gaie et généreuse, qui lève en soi presque instantanément toute réticence esthétique. Elle a ce côté lacté, lait chaud et sucre vanillé (on pense au lait concentré de notre enfance), un caractère beaucoup plus gustatif que l'absolu vanille dont elle est le plus important constituant (une gousse contient 2% de vanilline).

Sans elle, les parfums « orientaux » (le fameux accord « ambré »), masculins ou féminins, ne seraient pas ! *Pas de Shalimar* (Guerlain), d'*Habit Rouge* (Guerlain) ou *La Vie est Belle* (Lancôme, 2012). Mais le parfum qui la couronne sans la moindre mesure, c'est *Tocade* (Rochas, 1994) et sa bonne humeur presque gourmande qui lui vient de cet accord original rose-vanille (vanilline) – la molécule y est utilisée en overdose à 12% par le compositeur Maurice Roucel. La vanilline apporte une rondeur, cette note poudrée-gourmande... Au fond, c'est la vanille de tout le monde, c'est ce que chacun imagine être l'odeur de la vanille, c'est l'illusion de la vanille. Il arrive qu'elle soit jouée en association avec l'absolu vanille, cette dernière apportant davantage de chaleur, de sensualité à la composition, la vanilline venant en renfort avec son arôme vanillé, rond, et finalement très « gâteau ». On retrouve aussi la vanilline dans des monuments de la parfumerie tels que *Jicky* (Guerlain, 1889), *Obsession* (Calvin Klein, 1985), *Tocade* (Rochas, 1994), *Hypnotic Poison* (Dior, 1998), *L'Instant* (Guerlain, 2003).

## La calone

Rarement une molécule aura autant révolutionné la parfumerie ! Découverte en 1966 par les laboratoires Pfizer, la calone, molécule dite « artificielle », reproduit la note lumineuse, aérienne et aqueuse des fruits d'eau tels que la pastèque et le melon, le côté anisé en plus. On l'utilise parfois en overdose pour construire les fameuses notes marines vivifiantes qui symbolisent tellement les années 90 – il n'y a qu'à nager une fois dans l'océan pour sentir cette bouffée de pastèque à la crête de l'écume. Si le parfumeur ne dispose pas, sur sa palette, d'absolu bigorneau ou d'essence de crevette, il a la calone et c'est encore mieux ! Quelle fraîcheur au départ, quelle fougue, et quelle puissance d'évocation ! On sent, on ferme les yeux et hop ! On est transporté : on a d'un seul coup la fraîcheur vive des embruns, ce petit air du large qui joue avec le vent, l'effet bord de mer. Mais il serait trop injuste de ne retenir de cette molécule que ses stridences marines, un peu salées, ozonées, ce côté ferraille repêchée au fond de la mer, qui après avoir participé à la création de *New West* (Aramis, 1988), ont fait le succès de *L'Eau d'Issey* (Issey Miyake, 1992), d'*Escape* Calvin Klein ou d'*Acqua di Giò* Giorgio Armani. « Supprimer la calone de la formule d'*Acqua di Giò* et la lumière s'éteint ! », a coutume de dire le parfumeur Alberto Morillas, heureux compositeur du parfum de Giorgio Armani. Elle produit l'effet d'un rai de lumière qui traverserait soudain le flacon de part en part. La vie qui s'immisce dans le parfum.

**P**  
L'esprit  
naturel  
et cultivé  
a le parfum  
de mille  
fleurs.  
**M**




ANDRÉ GRÉTRY



---

## Informations pratiques



 @grandmuseeduparfum  
 @museeduparfum  
 @grandmuseeduparfum

### LE GRAND MUSÉE DU PARFUM

[grandmuseeduparfum.fr](http://grandmuseeduparfum.fr)

Tél. : 01 42 65 25 44

73, rue du Faubourg Saint-Honoré

75008 Paris

[contact@parfeum.com](mailto:contact@parfeum.com)

#### Horaires d'ouverture

Du mardi au dimanche de 10h30 à 19h, le vendredi jusque 22h

(Dernière entrée 1h avant la fermeture)

Fermé tous les lundis sauf pendant les vacances scolaires de la Zone C

Le musée est ouvert les jours fériés

La boutique du musée est ouverte à ces mêmes horaires

#### Réservations

[grandmuseeduparfum.fr](http://grandmuseeduparfum.fr)

et points de vente billetteries habituels : Fnac, Carrefour Spectacles, Auchan, Leclerc, Cultura, Ticketmaster, Francebillet, Digitick,...

#### Accès

73, rue du Faubourg Saint-Honoré - 75008 Paris

Le musée est accessible aux personnes à mobilité réduite

Parking : rondpoint des Champs Elysées

Bus : 52, 83, 93 arrêt Matignon - St-Honoré

Métro : ligne 9 et 13 Miromesnil, ligne 9 St Philippe du Roule, ligne 1 et 9

Franklin D Roosevelt, ligne 1 et 13 : Champs Élysées Clemenceau

Velib : n°8032. Avenue Matignon

#### Tarifs

Un Smartguide remis à chaque visiteur est inclus dans le droit d'entrée disponible en 5 langues (français, anglais, espagnol, italien, allemand)

Adulte : 14,50€

Enfant (6 à 12 ans) : 5 € (sur présentation d'un justificatif)

Jeune (13 ans à 17 ans) : 9,50€ (sur présentation d'un justificatif)

Enfant (moins de 6 ans) : Gratuit (sur présentation d'un justificatif)

Forfait famille pour 2 adultes et 2 enfants de 6 à 17 ans ou 1 adulte et 3 enfants de 6 à 17 ans : 33 €

Seniors (+60 ans) Demandeur d'emploi, minima sociaux, étudiants,

personnes en situation de handicap : 9,50€ (sur présentation d'un justificatif)

---

### CONTACTS

**Pierre Laporte Communication**

Tél. 01 45 23 14 14

**Laurence Vaugeois**

[laurence@pierre-vaugeois.com](mailto:laurence@pierre-vaugeois.com)

**Sarah Plessis**

[sarah@pierre-vaugeois.com](mailto:sarah@pierre-vaugeois.com)

**Pierre Laporte**

[pierre@pierre-vaugeois.com](mailto:pierre@pierre-vaugeois.com)

# LES EFFETS ODORANTS

Présentés par Suzel Balez les 5 et 6 Octobre 2018



©Suzel Balez

# 6

## LES VERBATIMS

## DARIA CEVOLI

« Senteurs d'Asie. Authentique, étrange, gênante, familière : comment qualifier l'odeur d'un objet ? »

Verbatim du 7 juin 2015

Ce que j'avais pensé, mais malheureusement le temps ensoleillé et la chaleur d'aujourd'hui ne s'y prêtent pas trop, c'est de vous faire découvrir un aspect un peu insolite d'objets qui sont éminemment des objets graphiques et qui proviennent des collections dont je suis responsable, donc des collections d'Asie. Et plus précisément, ces objets viennent du nord de l'Asie, donc entre l'ère himalayenne et la Sibérie. Ce sont des objets purement ethnographiques, qui ont été collectés sur le terrain depuis le début du XIXe siècle et qui ont la caractéristique d'être des objets usuels qui pour certains, présentent des caractères de décors qui peuvent conforter le public dans leurs perceptions visuelles, mais pour la plupart, ils sont très frustrés et ont des caractéristiques qui peuvent passer totalement inaperçues. Ces objets présentent différentes problématiques. Tout d'abord les objets ethnographiques, à part le fait qu'ils aient été considérés pendant très longtemps comme ayant juste un rôle documentaire, comme étant des témoins, donc comme des objets complètement interchangeable les uns avec les autres – parce que bien sûr ils n'ont pas été considérés comme des œuvres d'art pendant très longtemps – ils ont été réduits à leur dimension strictement matérielle. De plus, ce sont des objets très difficiles à conserver et ce, pour différentes raisons. L'idée qu'il s'agisse de témoins fait qu'ils n'ont pas de caractéristique et d'intérêt spécifique sauf s'ils sont mis en relation avec la documentation de terrain, ils acquièrent dès lors un lien avec le savoir. Mais le reste du temps, on ne déploie pas de grandes mesures pour les conserver, ils se détériorent donc rapidement avec le temps. Le conservateur n'avait pas non plus une approche spécifique à ces collections, il n'y avait de lien intrinsèque entre l'humain et l'objet ce qui faisait qu'à la limite, l'objet devient totalement accessoire. Ça peut être lui comme ça peut être un autre. Pour certaines collections ethnographiques, cette approche est légèrement biaisée parce justement, ce sont des objets qui se caractérisent par une forme frustrée, simple, mais ils ont également une facette qui peut passer secondaire, sauf lorsqu'on travaille dans les réserves, c'est-à-dire que ce sont des objets qui sentent. Et qui sentent très fort. Cette notion peut évidemment recouvrir une notion désagréable aussi ! Ça c'est tout à fait normal. Le fait qu'ils sentent, s'ils sont conservés tels qu'ils l'étaient jusqu'à très récemment avant que nos réserves soient aseptisées et que l'on applique le nouveau protocole mis en place en 2000, et bien avant tout cela, les objets embaumaient tout autour d'eux puisque, dès qu'il y a une micro variation de température, les odeurs se diffusent

rapidement. Donc le conservateur s'approche des objets pour les manipuler et finalement, cette dimension sensorielle olfactive agit sur lui, même de façon inconsciente. Pourquoi ? Parce que l'on sait, bien sûr, que les odeurs interagissent directement avec le cerveau et agissent directement sur la zone émotionnelle. Donc, même malgré soi, les odeurs commencent à créer un attachement entre l'objet et le conservateur. Cette relation, plus il y a d'intermédiaires et plus elle est biaisée, naturellement. Donc nous, en tant que conservateurs, on est plus si liés que ça à nos objets. Actuellement, il y a effectivement plusieurs personnes qui interviennent dans la manipulation des objets. Mais à l'époque, quand on les manipulait de façon quotidienne et qu'on était les seuls à le faire, ça créait un lien inconscient – sur lequel on peut s'interroger bien sûr – mais qui contribuait à créer une valeur ajoutée par rapport à la seule valeur patrimoniale intrinsèque que l'on fait notamment valoir sur le marché de l'art et qui peut être liée par exemple à la qualité purement artistique de l'œuvre. Les odeurs contribuent donc à créer un lien tout à fait personnel et unique entre un conservateur, et ce qu'il va progressivement être amené à appeler SA collection. Et donc ça amène des petits jeux, par exemple moi-même je parle souvent de MA boîte, MA clef à baratte, alors que je sais pertinemment que ces objets ne m'appartiennent pas, mais il y a une dimension d'appropriation qui s'instaure via les odeurs de ces objets. Nous bien sûr, notre rôle est celui du passeur, nous devons faire en sorte que ces pièces restent dans les meilleures conditions possibles pour pouvoir ensuite les transmettre aux générations futures. Et parce qu'on y est liés, on y est attachés, le souci de la pérennité de ces objets nous affecte personnellement et nous implique davantage dans leur conservation. On en prend soin parce que l'on y tient sur un plan vraiment affectif. Après ce que je vous raconte est vraiment propre à ma collection, peut être que certains collègues pourraient me rejoindre mais pas tous. Je pense notamment à ceux qui sont en charge de collections qui ont directement un lien avec le marché de l'art, comme par exemple celles africaines et qui relèvent aussi de catégories visuelles, monétaires etc. Personnellement, je me suis toujours demandé pourquoi j'avais un attachement énorme pour ces objets lambda issus d'une pratique usuelle. Et je pense que c'est cette dimension olfactive des objets dans laquelle je baigne depuis maintenant quinze ans qui est la raison. Puisque chaque fois que je rentre dans les réserves, simultanément, je recherche cette odeur. Je m'en suis rendue compte parce qu'un jour, j'ai proposé à l'acquisition un costume de chamane qui était une acquisition majeure du musée en 2007, magnifique costume de chamane, tout à fait complet avec le double manteau, c'est-à-dire le manteau avec lequel il officie dans des conditions spécifiques pour l'ensemble du clan, et le manteau qu'il utilise pour des rituels plus anodins, par exemple pour aller soigner. Il y avait donc un double manteau qu'il pouvait parfois superposer, et qui dit manteaux superposés, en Sibérie, dans un

rituel chamanique, il ne fait pas si froid que ça. Et donc il danse et le manteau de chamane il faut savoir que c'est un manteau pour la vie, on ne le lave pas. Et donc quand je fais cette grande présentation avec ce manteau incroyable, c'est une chose qui n'arrive peut-être qu'une fois dans la vie d'un conservateur d'acquérir un objet comme celui-ci, et on me dit : « Mais ça pue. » Et ça a été comme si on m'avait mis un coup de couteau dans le ventre. Et je me suis dit : « Comment on peut dire que ça pue ? » Je suis restée interloquée parce que je ne m'attendais absolument pas une telle remarque pour un objet qui me paraissait si important, et deuxièmement je me suis dit que ça ne pouvait pas. Pour moi c'était magnifique, c'était LE manteau de chamane ! Alors oui effectivement, ça sent la Mongolie, ça sent la Sibérie, c'est porté, ça sent la vie. Ça m'a terrassée et je m'en souviendrai jusqu'à la fin de mes jours. Et du coup, la même personne regarde le petit sachet chamanique, le renifle et me dit : « Ah, ça par contre, ça sent bon ! » Et effectivement, ça a été ma porte d'entrée pour l'acquisition du costume de chaman dans son intégralité, ce petit sachet ! Alors du coup je ne m'étais interrogée que sur la dimension de l'odeur rattachée à ce costume. Au moment de l'acquisition je m'étais dit qu'il était suffisamment argumenté, documenté, on connaissait la composition de tous les éléments, sauf, celle de ce fameux sachet. Le problème c'était qu'on ne pouvait pas retirer ce sachet du costume parce qu'il participe de l'ensemble, mais on ne sait pas du tout ce qu'il y a dedans. Moi, je ne peux pas l'ouvrir, on n'arrive pas à l'analyser avec les méthodes dont on dispose, je sais simplement que l'on s'en sert pour soigner les malades. On leur fait renifler et parfois on jette un peu du contenu du sachet dans le feu pour que les odeurs se répandent, parce qu'on sait justement que les perceptions olfactives stimulent le système immunitaire, donc ce sachet était absolument central. Mais on ne connaît pas la nature des rituels, ni quels types de maladies ce sachet contribue à soigner exactement. Et du coup, c'était la seule chose que je considérais comme étant le point faible de cette acquisition et c'est pourtant celle qui a fait qu'on a pu acquérir l'ensemble. Et je me suis dit que ce côté mystérieux lié aux odeurs du sachet a finalement parlé aux personnes même les plus réfractaires. De là, j'ai vraiment commencé à réfléchir à cette dimension sensorielle, et quand on m'a demandé d'intervenir aujourd'hui sur cette dimension des odeurs, ce que j'avais envie de faire c'était de partager avec le public cette dimension des objets qu'on ne perçoit pas derrière une vitrine. Je voulais que le public vienne sentir les objets et voir quelle était cette partie cachée de l'ethnographie qui est quand même une partie importante puisqu'elle parle à l'inconscient et constitue véritablement la clef du voyage. Parce que le voyage ne passe pas seulement par les yeux et par l'émerveillement, ça passe aussi par une dimension qui nous parle au-delà de la forme, de ce que l'on peut saisir, de nos interrogations, de nos savoirs, et qui nous touche chacun d'une façon différente.

Et donc c'est pour ça que je vous ai apporté des objets à sentir, ils ont toute une gamme d'odeurs différentes, qui sont assez fortes. Vous avez ici une boîte sibérienne, elle vient de la culture Iakoute, c'est une culture très liée à des fêtes de libations avec du lait de jument, des fêtes rituelles durant lesquelles on sacrifie des chevaux. Et on fait différentes offrandes au dieu du vent qui est représenté avec un grand cheval blanc. Ce sont des boîtes qui ont une odeur très très... Comment on décrit les odeurs ?! Très délicate pour moi – donc vous voyez déjà que la gamme d'adjectifs est très connotée – par rapport au Tibet et à la Mongolie c'est une odeur beaucoup plus délicate. C'est très boisé bien entendu puisqu'elles sont faites avec du bouleau et la chose aussi avec ces boîtes c'est qu'elles ont été très peu réutilisées parce que vraiment conçues pour le rituel. Elles ne s'imprègnent pas forcément du lait au fil des utilisations d'ailleurs le lait qui caille ça sent aussi, donc l'odeur qui prime, c'est vraiment celle du bois. Et comme, du temps où elles étaient stockées au Musée de l'Homme, elles étaient simplement placées dans une armoire, l'odeur de bois de bouleau était contenue mais se répandait d'une boîte à l'autre et contaminait l'ensemble des objets présents dans cette armoire.

Toujours en Sibérie, j'ai sorti un objet tout à fait particulier pour lequel je pense que vous allez sentir peut-être quelque chose, et si c'est le cas vous serez chanceux car vous serez les derniers à pouvoir approcher l'objet dans cet état, puisqu'il ne me sera bientôt plus possible de le sortir des réserves où il sera désormais conservé au froid car c'est un objet qui suinte. Donc les objets qui sentent le plus dans les collections dont je m'occupe le sont pour deux raisons, soit parce que le support ou le matériau de base est assez poreux, comme le bois, ici dans cet objet c'est un bois très gras qui donc absorbe et retient les odeurs, soit parce qu'ils sont enduits d'une base grasseuse ou oléuse qui a également pour caractéristique de retenir les odeurs. Par contre, quand ces objets sont conservés au froid, la température au fur et à mesure fait que l'objet ne va plus sentir et bon, évidemment, il ne perd pas complètement l'odeur, quand on le réchauffe on peut sentir qu'il reste des molécules odorantes, mais en moindre quantité. L'objet que je vous ai amené n'a pas encore été mis au froid, donc vous allez pouvoir le sentir en pleine possession de sa faculté odorante. Cette graisse que vous verrez sur l'objet n'est pas une substance dont il a été enduit, c'est véritablement une matière qui suinte de l'intérieur du bois. C'est un des spécimens qui rentre particulièrement dans mon discours, c'est une louche sacrificielle Tchouktche, donc qui vient du nord-est de la Sibérie, elle ne se distingue pas des objets rituels de la vie de tous les jours par des décorations spécifiques ou autres, mais par son état. Parce que dans cette culture, dès qu'un objet sert à nourrir les esprits, on ne le change plus. Elle rentre

donc en contact avec la dimension surnaturelle et ne peut plus être remplacée. C'est pour ça qu'elle est extrêmement abimée, usée etc. Le fait est que la vaisselle sacrificielle est employée jusqu'à destruction complète des outils par l'usage qu'on en fait. Donc cette louche ne possède pas de décors, elle est pleine de cassures, à l'intérieur sont placées des offrandes qui sont essentiellement de la graisse. On les tend aux quatre points cardinaux puis on les jette finalement dans le feu. Par contre même après le rituel, la louche n'est pas raclée, ni essuyée, ni lavée d'une quelconque manière que ce soit. Donc il reste toujours une couche de graisse à la fin de chaque rituel, qui va progressivement s'imprégner dans le bois, jusqu'à y demeurer de façon quasi permanente. Et donc ça sent, la graisse, la Sibérie etc. Donc ça c'est un genre d'objets dont je m'occupe depuis des années, depuis 1993 très précisément. Après il faut effectivement s'interroger aussi sur moi-même, pourquoi on en vient à être attachée à ça ? Parce que ces objets ne restent pas toujours dans les réserves, parfois on les prête, pour des expositions, des présentations, ils partent plus ou moins loin, pendant plus ou moins longtemps. Et je me rends compte que ça m'embête de les prêter ! Et lorsqu'ils reviennent, bien sûr que c'est mon métier de vérifier qu'il n'en manque pas un petit bout, qu'une écaille ne s'est pas décollée etc. Mais je sens bien que l'investissement que je mets à vérifier qu'on n'a pas abimé cet objet dépasse de beaucoup ma simple conscience professionnelle ! Et pourtant, c'est une louche en bois. Ce n'est pas un masque en or, ou un collier de jade, c'est une louche en bois qui suinte la graisse. Bon alors évidemment, je suis conservateur, aujourd'hui je conserve ça, si demain on me demande conserver autre chose, je le ferai. Mais pour s'attacher à ça, il y a forcément un truc. Et ce truc c'est que ça sent. On peut forcément s'interroger sur l'usage de cet objet, sur le lien qu'il tisse avec le monde des esprits, la relation au rituel dans les cultures dont je m'occupe et au sein desquelles la valeur matérielle est vraiment minimale étant données les conditions de vie. On peut effectuer une réflexion intellectuelle, mais ce n'est pas ça qui justifie notre attachement aux objets. Par exemple, du temps où les collections étaient stockées au Musée de l'Homme, bon on entrainait dans les réserves et juste à l'odeur on savait où se trouvaient les collections d'Asie, les collections d'Afrique etc. C'est un souvenir qui reste.

Maintenant on descend un peu au Sud avec des objets qui vont sentir le Tibet et le Népal. J'ai été gentille vraiment, j'ai fait tester aux collègues avant de choisir les objets pour vous apporter ce qui était le plus « sentable. » C'est très particulier parce que c'est essentiellement des odeurs de thé séché qui ont été conservé sous forme de galettes et ces galettes sont composées d'une moitié de thé et d'une moitié de bouse. Donc ça sent, et c'est un thé qui est utilisé de façon spécifique dans les hautes vallées par des populations tibéto-birmane, ce ne sont pas des



populations tibétaines bouddhistes telles qu'on se les représente. Il s'agit vraiment de minorités de l'Asie du sud-est, des montagnards. Et donc ces galettes sont mises dans des barattes et on y met de l'eau, des graines d'orges grillées puis on mélange. Chacun se sert et ensuite on ajoute du beurre et c'est cela que l'on boit tout au long de la journée, que l'on offre aux invités etc. Avec ce qu'il reste après consommation au fond de la baratte, on y ajoute beaucoup de grains d'orge, à nouveau du beurre, on en fait une boulette que l'on grignote. Et ça encore ça a une odeur tout à fait spécifique. Certains disent que ça sent le rance, moi je ne sais pas, pour moi ça sent le Tibet ! Mais c'est effectivement une odeur qui imprègne beaucoup, ça imprègne les barattes à beurre – que je n'ai pas pu vous apporter car ce sont des objets qui nécessitent des conditions de conservation très spécifiques du fait de leur état.

Par contre je vous ai amené une boîte à Tsampa qui n'est pas décorée puisqu'une fois encore le choix des objets ne s'est pas opéré selon les conditions esthétiques de l'objet, donc celle-ci n'est pas laquée etc. C'est une boîte totalement usuelle qui a été collectée sur le terrain et donc là-dedans il y a l'odeur de la farine d'orge grillé mélangée avec du beurre.

Du Népal j'ai sorti un truc curieux puisque ça m'a frappée moi-même, c'est un coussinet de portage de femme. On le pose donc sur la tête et ça nous permet de porter des charges très lourdes. La valeur ajoutée étant qu'effectivement, ça sent très bon. Ce qui bien sûr coule de source puisque d'abord ça permet à la femme de sentir bon durant sa journée de travail malgré la force déployée pour porter ces différentes charges sur la tête. C'est d'ailleurs la chaleur du corps durant l'effort qui va activer le pouvoir odorant de cet objet. Bon et bien sûr la femme le confectionne avec beaucoup de soin, alors je ne sais pas si on peut parler d'art ethnographique mais bon comme vous le voyez c'est un très bel objet, cousu minutieusement avec beaucoup de couleurs et de détails. C'est quelque chose qu'elle porte sur elle au quotidien et d'une certaine manière c'est un geste de coquetterie. Et cette dimension olfactive est simultanément un moyen de sentir bon malgré l'effort, d'abord pour les autres, mais également pour soi. Le fait d'embaumer ça soulage pendant les journées de travail, et ça donne de la force à la personne qui le porte. Dans notre collection on a environ une quinzaine de coussinets de portage comme ça et pourtant on ne s'est jamais interrogés plus que ça sur cette dimension de l'odeur. On n'avait pas une énorme documentation pour les accompagner, et pourtant il serait intéressant de savoir encore une fois, qu'est-ce qu'on a placé dans ces coussinets pour leur donner ce pouvoir odorant.

Après je vous ai amené différents récipients qui sont censés contenir du lait caillé, des récipients

à beurre, à alcool de riz ou de millet, ensuite il y a un mortier à épices et quelques clefs de barattes. Au Népal il y a une dimension dès lors qu'on parle de pré-bouddhisme ou pré-hindouisme, qui est liée au rituel et qui englobe l'ensemble des objets du quotidien. Et tout particulièrement ceux qui sont en contact avec des substances spécifiques comme l'alcool ou le sang, parce qu'ils sont les breuvages qui sont donnés aux esprits pour apaiser leurs faims. Car les esprits sont toujours affamés. La substance également du lait puisque le lait noue la relation avec la vache sacrée et avec la dimension créatrice. Il y a tout cet imaginaire qui se crée autour de la préparation du lait et du barattage du beurre en lien avec le mythe de la création. Et bien que ces objets puissent vous paraître banals ou anodins, il faut savoir qu'on y porte une attention particulière et ce pour plusieurs raisons. D'abord, on ne les lave pas, on les stocke dans un endroit spécifique de la maison où ils sont isolés du reste de la vaisselle, et enfin, on les décore, malgré que leur usage reste trivial, on prend le temps de les orner même si c'est de façon minimale avec simplement des lignes horizontales. Il faut savoir que ces lignes renvoient à la notion de vibration qui, pour ces populations, renvoie à l'origine de la création. C'est suite à une vibration dans l'air que la vie a commencé à émerger. Donc aussi simple que puisse être ce motif, il est extrêmement fort pour ces peuples. Ce qui est intéressant dans le cas de tous ces objets c'est que, bien qu'ils ne rentrent pas dans la logique du marché de l'art, l'élément qui permet véritablement d'attester de leur authenticité, ce n'est ni leur patine, ni les décorations, mais leurs odeurs. Donc au final même les conservateurs se doivent d'avoir du nez !

## GEISA

Verbatim d'entretien en re-situ subjectif du 13 février 2018

Geisa : Bon ça j'ai trouvé très intéressant parce que là on commence à raconter l'histoire du parfum et j'ai découvert qu'au début c'était un truc qui a commencé pour les rois plus pour se marier ou guérir des maladies aussi j'ai découvert donc j'ai regardé là que Cléopâtre elle a --- bon c'était pour moi très intéressant

C1 : Et du coup, vous êtes où ? Vous êtes contente ?

Geisa : Oui j'étais contente

C1 : Contente comment ?

Geisa : Oui contente parce que Cléopâtre a découvert ça pour séduire des hommes tout ça donc elle utilisait déjà les parfums et maintenant nous les femmes on fait la même chose pour séduire donc c'était très intéressant de découvrir ça

C1 : Dites-nous, avec le doigt vous me montrez où vous êtes.

Geisa : Heu +3

C1 : D'accord.

Geisa : +3 --- et aussi je trouve très intéressant de savoir l'histoire

C1 : D'accord.

Geisa : Mais ici j'étais sur le 0

C1 : Déjà vous avez le droit d'être négative hein ce n'est pas un jugement.

Geisa : D'accord

C1 : On veut savoir comment vous, vous vous sentez. Il n'y a aucun jugement par rapport à l'exposition. Et donc 0, pourquoi ?

Geisa : Parce que pour moi en fait c'est pas très intéressant Moi je voulais savoir comment ça se passait l'histoire de parfum l'origine des histoires qui ont été créés

C1 : D'accord.

Geisa : Ici la galerie des séducteurs moi je trouve ça très intéressant donc j'étais très positive parce que les parfums vont permettre d'avoir des expériences sensorielles avec des émotions

C1 : C'est ce que ça dit là dans le panneau ? C'est vous qui le dites ou c'est écrit ?

Geisa : Non c'est moi qui le dis

C1 : D'accord. Et là vous êtes dessus depuis un moment, ça parle de quoi ?

Geisa : Ça parle de l'histoire des rois Je crois que la reine a demandé --- a refusé de se marier -- je sais pas je me souviens plus Mais ça pour moi c'est pas très intéressant

C1 : Mais vous lisez beaucoup quand même là, même si c'est pas intéressant.

Geisa : Oui pour savoir si j'aime ou si j'aime pas il faut lire d'abord

C1 : Bon vous allez où là maintenant ? Qu'est-ce qui se passe ?

Geisa : Bon ici --- ça j'ai trouvé très intéressant que les images ça bouge

C1 : Vous aimez bien quand elles bougent ?

Geisa : Oui j'ai beaucoup aimé je fais ça je fais ça je fais ça et aussi ça raconte l'histoire des femmes liberté qui utilisent les parfums pour motivation pour leur indépendance donc je trouve ça --- ça a marqué une époque et je trouvais ça très intéressant parce que j'ai remarqué quelques trucs là --- indépendance expérience

C1 : Ah oui vous vous approchez donc ça vous intéresse.

Geisa : Oui donc des femmes indépendantes

C1 : Ah vous mettez le doigt !

Geisa : Oui j'ai trouvé ça très intéressant

C1 : Vous vous souveniez que vous alliez mettre le doigt ?

Geisa : Oui

C1 : D'accord.

Geisa : Très intéressant

C1 : Et ça dit quoi alors ?

Geisa : Ça raconte l'histoire que les parfums aident les femmes indépendantes à avoir plus d'indépendance voilà

C1 : D'accord.

Geisa : Pardon pour mon français

C1 : Non, vous avez un super français ! C'est un super français franchement.

Geisa : Ça j'ai trouvé plus que plus plus

C1 : C'est vrai ? Ah ouais d'accord +4 ?

Geisa : +4

C1 : Oui ça vous plaît, on va aller un peu plus loin, là vous êtes contente.

Geisa : Oui ce qui m'attire le plus c'est l'histoire des femmes indépendantes vous savez pour séduire Je pense que les parfums ça donne des émotions qui marquent une époque de sa vie --- les cabinets de curiosités

C1 : Le parfum c'est une époque de sa vie ?

Geisa : Oui par exemple pour moi je changeais de parfum à chaque période de ma vie

C1 : Je faisais pareil

Geisa : Voilà quand j'étais jeune j'utilisais un parfum

C1 : Vous avez changé dans les moments différents de votre vie ?

Geisa : C'est ça je change de parfum

C1 : C'est intéressant, peut-être que le parfum ça aide aussi à changer de vie ?

Geisa : Oui c'est vrai tout à fait

C1 : Ouais... Alors c'est quoi ça ?

Geisa : C'est les cabines de curiosités mais je ne me souviens plus de ce que je lis là

C1 : Je vais un peu plus loin...

Geisa : Oui --- ça j'ai trouvé très intéressant c'est une odeur très forte mais j'ai pas beaucoup aimé parce que ne sais pas ça ressemble un peu à un gaz vous savez --- je ne sais pas pourquoi --- ma émotion c'est -1 (Premier dispositif qui ne fonctionne pas ?)

C1 : Ok.

Geisa : Je sais pas Peut être que je me souviens de pas très bons moments de ma vie donc j'ai fait un tour et je suis retournée pour sentir l'odeur encore une fois pour --- savoir si c'était cette émotion ou pas (Accentuation du doute sur le premier dispositif, mais pas de mention d'échec de l'expérience)

C1 : Vous avez déjà fait le tour ou vous allez faire le tour ?

Geisa : Non j'ai senti l'odeur j'ai fait le tour j'ai retournée pour sentir l'odeur encore une fois pour savoir si ma émotion avait changée (Elle revient comme Isaac)

C1 : D'accord.

Geisa : Avant le tour après le tour et pendant le tour

C1 : D'accord j'avance un petit peu. On est toujours dans la même salle ?

Geisa : Oui on est toujours dans la même salle Ici ce que je trouvais très intéressant c'est que le parfum a été utilisé pour guérir des maladies donc jamais j'ai pensé qu'au début les parfums étaient utilisés pour cet ---

C1 : Usage. Vous êtes où là ?

Geisa : Bon c'est très intéressant j'étais très contente de savoir pour moi je suis à +3

C1 : On va continuer donc là c'est toujours la même chose donc un autre interactif ?

Geisa : Ça c'était les parfums qui --- c'est ici que la reine a refusé de se marier avec le roi à cause de son parfum donc j'ai trouvé ça très intéressant voilà je regarde

C1 : J'avance un petit peu... J'aimerais bien arriver dans la salle du parfum.

Geisa : Des flacons là

C1 : Des flacons ?

Geisa : Oui des flacons j'ai trouvé ça très intéressant parce que ce sont des flacons de rose --- il y a si c'est la France l'Angleterre il y en a plusieurs mais les flacons de rose il y a toujours

une rose marquée dans les flacons ça j'ai trouvé ça intéressant --- La beauté des flacons voilà -  
-- Parce que quand on choisit un parfum on choisit aussi le flacon si le flacon est joli on sent

C1 : Bien sûr. Je vais un peu plus loin. Là ça a l'air d'être une autre salle...

Geisa : Je pensais qu'il y avait une odeur ici mais il n'y avait pas

C1 : Il n'y avait pas d'odeur ?

Geisa : Non

C1 : Ok. Donc toujours des dispositifs interactifs ?

Geisa : Oui

C1 : Ça vous plaît cette salle ?

Geisa : Oui ça me plaît parce que j'aime bien l'histoire --- Oui c'est ça la parfumerie a été utilisée comme une --- je savais pas que l'Eau de la reine de Hongrie a été utilisée comme médicament et élixir

C1 : Donc j'imagine... Là-dessus vous êtes où ?

Geisa : Ici +2

C1 : Petite information quoi, c'est bien

Geisa : Oui j'aime bien les trucs interactifs

C1 : Oui, ça vous plaît ?

Geisa : Oui je trouve ça --- ça raconte l'histoire de la reine qui a refusé de se marier avec le roi et après l'autre a accepté de se marier avec le roi

C1 : D'accord.

Geisa : Voilà imaginez vous je veux pas me marier avec vous parce que je n'aime pas votre parfum

C1 : C'est assez --- hum...

Geisa : C'est très intéressant qu'au début c'était comme ça

C1 : On va continuer un petit peu. Là c'est toujours la même, vous êtes...

C2 : Assidue.

C1 : Assidue.

Geisa : Là les flacons ce sont des flacons plus simples --- Les flacons sont plus simples je pense parce que les motifs c'est guérir une maladie et je pense que les flacons plus élaborés sont utilisés pour mettre des parfums pour séduire pour utiliser dans quelques occasions

C1 : Alors là vous passez assez vite ?

Geisa : Oui parce que ici c'est l'histoire de la mode donc ça raconte l'histoire de quelques personnages Christian Dior Coco Chanel aussi qui ont créé des parfums très connus par tout le monde et au début il y a beaucoup de succès et ils continuent de faire des succès Je pense que

ce sont des icônes de la mode et tout le monde par exemple ça devient une icône de créer son parfum parce que les parfums marquent la personnalité donc

C1 : Là vous êtes toujours dessus... Je vais essayer d'aller un petit peu plus loin... C'est quoi ça ici ?

Geisa : C'est la sortie En fait la sortie c'est de l'autre côté

C1 : Toujours contente toujours mécontente ?

Geisa : Oui j'étais contente ici

C1 : Racontez-nous... Si vous ne parlez pas j'arrête.

Geisa : Ha d'accord donc ça continue la visite ça c'est plus --- l'ambiance c'est plus léger on commence --- ça remonte un peu d'élégance voilà j'aime bien cette ambiance plus claire donc aussi j'ai commencé à me préparer à avoir une expérience vraiment sensorielle donc voilà Ici il y a des flacons marqués le grand musée du parfum voilà ils sont tous pareils j'ai beaucoup aimé la décoration je vais la faire chez moi

C1 : Alors je vais essayer d'aller directement dans les étages.

Geisa : Oui ici j'ai pris mon portable je crois pour faire une petite vidéo pour montrer

C1 : C'est déjà en ce moment ou ça va ?

Geisa : Heu non non je pense que c'était après --- que c'était ici --- ah voilà ça je voulais montrer parce que pour moi c'est très intéressant cette expérience parce que je pense que vous travaillez avec l'innovation et je travaille aussi avec l'innovation pour moi c'est intéressant de voir comment tout ça se passe donc j'ai enregistré la journée pour savoir si je suis contente voilà j'ai fait une petite vidéo pour mes amis parce que je trouvais ça très intéressant voilà j'ai commencé la visite --- J'ai remarqué qu'il y a un petit guide c'est comme un menu de parfum mais j'ai rien compris parce que c'est pas marqué les numéros et j'ai essayé de comprendre donc c'était -2

C1 : -2 donc -2 au moment de prendre la fiche ?

Geisa : Oui

C1 : D'accord.

Geisa : Oui au moment de prendre la fiche pour moi c'est -2 parce que ok ça explique

C1 : Je vais remettre cette séquence-là.

Geisa : Il y a --- C'est marqué avec des numéros tout ça mais dans les murs il n'y a pas de numéros donc j'étais un peu perdue donc c'est -2 -3 parce que c'est pas simple de comprendre --- Ah ça j'ai trouvé ça très intéressant donc vous allez voir j'ai pris et après

C1 : Et après quoi ?

Geisa : Et après j'ai laissé parce que j'ai pas compris donc j'ai dit mais je comprends rien donc je vais laisser j'ai pensé que c'était plus simple

C1 : Ah il y a des visiteurs qui le reposent ?

Geisa : Oui il y a des visiteurs qui le reposent mais à mon avis ils n'ont pas compris comme moi parce que tout le monde a pris le guide ils disent ok bla bla bla donc je comprends pas et ils le posent aussi donc c'est pour ça que j'ai fait ça donc -3 --- ça j'ai trouvé ça très intéressant parce qu'ici c'est les compositions de parfums ici vous avez l'alcool vous avez un truc --- Ca j'ai trouvé +3 le deuxième ici

C1 : Alors vous vous souvenez du premier ?

Geisa : C'est de l'alcool

C1 : Ok et le deuxième ?

Geisa : C'est citronnelle

C1 : D'accord.

Geisa : C'est de la citronnelle Le premier c'est l'alcool le deuxième c'est citronnelle parce que vous savez la citronnelle au Brésil est utilisée pour les --- vous savez les insectes

C1 : Les moustiques ?

Geisa : Les moustiques Et je savais pas que la citronnelle était utilisée dans la composition d'un parfum

C1 : Et le troisième c'est quoi ?

Geisa : Le troisième c'est ---

C1 : Vous ne vous souvenez plus ?

Geisa : Non parce que j'étais très étonnée de savoir pour la citronnelle donc c'était +

C1 : Là vous êtes en train de le lire...

Geisa : Oui

C1 : Vous l'avez senti le troisième ?

Geisa : Oui

C1 : Là vous allez le faire, et alors ?

Geisa : C'est ---

C1 : Décrivez-vous l'odeur.

Geisa : L'odeur c'est un peu plus doux

C1 : D'accord.

Geisa : C'est un peu plus doux --- Mais la citronnelle j'étais très intéressée de savoir de sentir et après

C1 : Et après ?



Geisa : Et après j'ai continué pour savoir comment la composition peut être utilisée pour créer un parfum voilà et après j'ai trouvé une expérience que j'ai trouvée très intéressante voilà donc j'ai commencé à sentir

C1 : Qu'est-ce que vous avez senti ?

Geisa : Ça propose de sentir par exemple vous êtes une personne qui peut sentir ou qui ne peut pas sentir l'odeur donc ici j'ai essayé de comprendre comment ça marchait les mécanismes donc quand j'ai tourné le robinet j'ai lu pour savoir s'il y avait plus d'informations Ca c'est 0 pour moi c'est pas très simple parce je ne savais pas si on pouvait toucher ou pas parce qu'on est dans un musée donc voilà donc j'ai senti et rien et donc après j'ai essayé de savoir comment ça se passe --- J'ai regardé ici et après j'ai compris que je devais tourner le robinet pour sentir l'odeur donc j'ai senti cette odeur

C1 : Donc ça a marché ?

Geisa : Oui ça a marché ici la couleur change c'est une couleur rouge un peu rouge voilà comme ça vous pouvez sentir ou pas l'odeur si vous êtes une personne très sensible pour cette odeur vous pouvez sentir et moi j'ai senti voilà enfin (Indicateur de la couleur rouge qui « garantit » la diffusion de l'odeur.)

C1 : Et c'était une odeur de quoi ?

Geisa : C'est une odeur différente je saurais pas décrire mais c'est une odeur caractéristique comme une formule chimique Vous savez si vous êtes dans un laboratoire moi j'ai reconnu comme ça vous sentez une odeur --- c'est pas une odeur très agréable c'est une odeur comme une expérience chimique moi j'ai trouvé ça donc j'ai répondu à l'enquête --- voilà parce que j'ai vraiment senti oui --- donc j'ai répondu à l'enquête

C1 : Vous avez voté ?

Geisa : Oui et après il vous demande si vous êtes une femme ou un homme voilà des flacons plus sympas et je suis Amérique du sud du Brésil donc l'enquête m'a donné des félicitations parce que je fais partie des 76% de gens qui sentent cette odeur

C1 : D'accord.

Geisa : J'ai trouvé ça intéressant parce que je pense que c'est une caractéristique personnelle et ici c'est pour l'autre expérience Ca j'ai senti un peu et ça je vais le sentir plus

C1 : D'accord.

Geisa : Oui ça j'ai trouvé plus sympa ça donnait une bonne émotion

C1 : +3 ?

Geisa : Oui m'est remonté je ne sais pas pourquoi mon enfance quand j'étais petite je sais pas pourquoi

C1 : Avec des souvenirs positifs ?

Geisa : Oui des souvenirs positifs je pensais à ma famille je sais pas pourquoi Parce que vous savez tout le monde a un parfum qui marque son enfance et ici je me suis souvenue de ma grand-mère parce qu'elle avait un parfum caractéristique moi je trouvais ça incroyable c'était une très bonne expérience

C1 : Donc vous aimiez bien votre grand-mère.

Geisa : Oui malheureusement elle est déjà morte mais elle m'a donné beaucoup de souvenirs positifs surtout pour les expériences sensorielles parce que son miroir vous savez qu'elle avait dans sa chambre il y avait beaucoup beaucoup de flacons pour chaque occasion Donc j'ai pensé à ma grand-mère c'était incroyable

C1 : Vous dites que vous avez pensé mais vous l'avez vue ? Vous avez revu des choses ?

Geisa : Oui oui je me souviens de ma grand-mère c'était très intéressant et positif pour moi c'était +4

C1 : Mais vous remarquerez qu'on peut avoir de l'émotion et du plaisir hein ?

Geisa : Oui du plaisir des bonnes choses voilà

C1 : On va continuer parce qu'on ne va pas vous faire pleurer

Geisa : C'était intéressant c'était incroyable

C1 : Mais c'est intéressant c'est une ouverture, ça vous a ouvert sur un monde passé ?

Geisa : Oui

C1 : Mais qui vous a fait plaisir en même temps ?

Geisa : Oui --- et c'était des phéromones donc c'est-à-dire que c'est un truc hormonal quoi donc c'est très intéressant voilà et donc je suis encore une femme j'habite toujours dans l'Amérique du sud et encore j'ai eu des félicitations donc je pense que je suis très sensible pour les parfums

C1 : Ça confirme ce que vous pensiez déjà, je me trompe ?

Geisa : Pardon ?

C1 : Vous saviez déjà que vous êtes sensible, c'était une confirmation.

Geisa : Oui

C1 : Vous n'avez pas découvert cette sensibilité ici ?

Geisa : Non non

C1 : Alors là on est partis sur autre chose ?

Geisa : Oui alors j'ai trouvé ça parce que pour moi c'était un croissant et donc ce que j'ai compris je me suis dit mais qu'est-ce que c'est que ça il y a du croissant dans les parfums des trucs comme ça donc je peux lire qu'il y a pour découvrir des autres parfums --- chaque chose a un parfum caractéristique s'il vient de la nature donc les chercheurs prennent un truc pour

extraire la composition chimique de ce truc Moi je pensais au début que c'était bon ok les chercheurs ont un truc pour extraire la composition chimique du croissant en fait moi je pensais comme ça dans la cuisine quand on fait la cuisine on a aussi des expériences sensorielles

C1 : Bien sûr

Geisa : Hier soir j'étais au restaurant qui s'appelle dans le noir vous avez déjà entendu parler

C1 : Oui oui.

Geisa : J'ai trouvé ça très intéressant

C1 : Vous avez mangé dans le noir ?

Geisa : Oui dans le noir parce que la nourriture ça vous attire quand vous regardez oh c'est joli donc c'est peut-être très bon mais dans le noir vous pouvez sentir l'odeur de la nourriture pour reconnaître que c'est de la viande et après vous pouvez être plus sensibles pour une expérience sensorielle Donc je trouvais que le croissant peut-être il y avait une odeur caractéristique Je pensais qu'ici l'expérience c'était pour montrer comment ça se passe dans une cuisine avec des aliments Mais quand j'ai regardé la vidéo j'ai pu remarquer que ça chauffe un peu et après on met un truc pour extraire les substances chimiques pour reconnaître pour savoir pour créer un parfum une essence Voilà j'ai trouvé ça très très très intéressant

C1 : Ça veut dire que là vous êtes aussi ?

Geisa : Oui +3 --- Si j'avais su je serais restée plus de temps ici

C1 : Oui mais vous allez pouvoir reprendre. Là Virginie est venue vous chercher pour vous arrêter mais vous allez pouvoir retourner et voir tout ça en détails.

Geisa : Jusqu'au bout j'ai trouvé ça très intéressant donc pour moi toute l'expérience est très très très positive

C1 : D'accord.

Geisa : Moi je ne savais pas que j'avais la sensibilité pour reconnaître les parfums parce qu'il y a des gens qui peuvent pas sentir les parfums parce qu'il y a des trucs on sait pas ils hésitent quelque chose comme ça et moi j'ai senti tous les parfums les odeurs l'ambiance voilà c'était très positif

C1 : Mathilde il y a des questions qui te viennent plus particulièrement ?

C2 : En fait ce qui est dommage c'est qu'on l'a arrêtée un peu tôt.

C1 : Oui c'est vrai que ça aurait été intéressant d'avoir la suite.

C2 : J'aurais bien aimé avoir votre avis sur le reste des dispositifs parce que jusque-là il y avait finalement peu de dispositifs où vous pouviez vraiment sentir une odeur et comme vous réfléchissez beaucoup j'aurais aimé avoir votre avis sur la suite.

Geisa : Oui c'est dommage si j'avais su je serais restée plus longtemps ici

## ISAAC ET MYRIAM

Verbatim d'entretien en re-situ subjectif du 13 février 2018

C1 : Donc ça c'est Isaac qui regarde et qui lit.

Isaac : Qui fait semblant de lire

C1 : Qui fait semblant de lire, c'est vrai ?

Isaac : Je n'ai lu que deux trucs Le dernier truc c'était sur le roi Salomon et la reine de Saba et avant c'était Cléopâtre à mon avis

C1 : Et là vous lisez ou vous ne lisez pas ?

Isaac : J'ai --- lu Pas tout

C1 : Myriam vous faites quoi parce que vous êtes juste à côté c'est ça ?

Myriam : Moi j'ai lu mais sur l'audioguide J'étais sur l'audioguide et j'avais du mal à le faire marcher mais j'ai essayé de lire le plus possible

C1 : Alors Myriam essaie de travailler sur l'audioguide et Isaac vous êtes en train de regarder l'audioguide et ensuite le texte c'est ça ?

Isaac : J'essaie de lui expliquer ce qu'il faut faire

C1 : C'est ce que vous êtes en train de lui dire, comment ça marche ? Vous vous savez comment ça marche ?

Isaac : Oui

C1 : Vous êtes toujours en train de lui dire là ?

Isaac : Non là je suis en train de --- ah non là j'étais en train de toucher le mien et de lui dire qu'il faut toucher ça pour voir ça donc j'étais en train de lui expliquer

C1 : Ça c'est votre regard.

Isaac : Oui j'ai reconnu mon doigt Heureusement qu'il n'y a pas de jolies filles à côté Il y avait que des aveugles

C1 : Mais vous pouvez toujours dire que votre regard a porté là-bas mais que vous n'avez pas vu parce que voir et regarder c'est deux choses différentes.

Isaac : Je sais

C1 : Bon il n'empêche que là vous allez voir des panneaux non ?

Isaac : Oui oui pour voir les panneaux j'ai regardé parce que j'adore tout ce qui est photo et peinture

C2 : Vous regardez plus les images que les textes.

Isaac : Oui voilà pour moi c'est les images qui parlent

C1 : Parce qu'il y a des images qui parlent ? Là vous êtes sur l'audioguide toujours. Qu'est ce qui se passe ?

Isaac : Rien c'était le moment où il y a eu beaucoup de gens qui sont rentrés et qui ont commencé à parler très très fort et j'ai dit il faut que je change d'endroit parce que je m'entends plus

C1 : Alors vous êtes où quand vous dites ça ? Dans quel état ?

Isaac : Ah là je suis pas content parce qu'il y avait du bruit mais après j'étais un peu plus content Plus j'avancais et plus j'étais content

C1 : D'accord donc qu'est-ce qui vous gêne là-dedans ?

Isaac : Au début si vous voulez c'était pas facile à savoir tout ce qui se passait on comprenait pas Entre l'audio-guide et le monde on était un peu perdus mais quand on a compris le système c'était un peu plus facile

C1 : Donc là toujours --- je lis je lis pas ?

Isaac : Je lis je lis quelques trucs Je vais m'arrêter sur deux trucs le prochain à mon avis

C1 : Le prochain ? Et là qu'est ce qui se passe ? Myriam on peut vous entendre allez-y.

Myriam : Qu'est ce qui se passe je sais plus

C1 : Il vous dit quoi là parce qu'Isaac il est en train de vous parler.

Isaac : Je lui dis laisse-moi ton numéro de téléphone Vous voyez sur Cléopâtre j'ai insisté

C1 : D'accord ça c'est celui que vous avez aimé.

Isaac : Oui mais celui que j'ai le plus aimé c'est celui qui est derrière celui de Salomon et de la reine de Saba

C1 : Et ça raconte quoi Salomon et la reine de Saba ?

Isaac : La reine de Saba c'est une sacrée histoire Je veux dire elle essayait de ---

Myriam : De le séduire

Isaac : De le séduire de le chauffer

C1 : Ouais mais vous l'avez appris là ou vous le saviez déjà avant ?

Isaac : Je le savais parce que j'étudie le Cantiques des Cantiques et donc le Cantiques des Cantiques y a des grands secrets que les gens connaissent pas

C1 : Monsieur est un xxx ?

Isaac : Non pas du tout

C1 : On est toujours sur l'audioguide là il marche cet audioguide ou pas ?

Myriam : Pas à chaque fois

Isaac : C'est-à-dire que --- il faudrait qu'ils le refassent

C1 : Quand vous êtes en train de régler l'audio-guide vous êtes où ?

Isaac : On est là

C1 : Vous êtes très content ?

Isaac : Oui regardez là j'insiste j'ai lu mot par mot parce qu'en même temps y avait une phrase qu'était marquée en français et j'essayais de la reproduire en hébreux

C1 : D'accord d'accord et ça marche vous y arrivez ?

Isaac : Je me suis pas cassé trop la tête

C1 : Vous êtes pas encore suffisamment fluent en hébreux ?

Isaac : Si y a ce qui faut

C1 : Mais c'est pas évident à la volée de faire une traduction comme ça.

Isaac : Si il faut que je trouve le premier mot parce que comme je connais très bien le cantiques des cantiques presque par cœur en hébreux donc parfois j'essaie de les retrouver

C1 : Bon là c'est clair que ça vous intéresse.

Isaac : Vous avez vu ou pas C'est-à-dire que même mes yeux vous voyez j'insiste

C1 : Oui vous êtes très attentif bon alors qu'est-ce qui vous passe par là tête là vous êtes encore dans la traduction ?

Isaac : Oui non mais voilà j'ai lu que c'était super intéressant ce qu'on dit que je savais et bon j'essayais de deviner ce que Salomon avait fait à la reine de Saba parce que c'était tout un contexte où l'un essayait d'être plus fort que l'autre Et celui qui a le --- voilà c'est toujours la femme --- malgré toute l'intelligence de Salomon

C1 : D'accord ouais donc c'est un combat perdu d'avance.

Isaac : Non pas du tout avec Salomon c'était pas perdu d'avance elle le mettait chaque fois à l'épreuve mais après elle le mettait encore dans d'autres épreuves Mais lui il voulait avoir un rapport avec elle

C1 : Et il l'a eu ou pas ?

Isaac : Ben oui il l'a eu

C1 : Ils ont des enfants et tout ?

Isaac : Un enfant Ménélik

Myriam : Ils le disent dans le texte

C1 : Et alors Ménélik lui ?

Isaac : Je m'en rappelle plus

C1 : Il n'a pas laissé une trace ---

Isaac : Non il m'a pas laissé son numéro de téléphone Voilà ça aussi c'est un peu compliqué le myrrhe ça sent rien (Premier échec de l'expérience olfactive)

Myriam : Si ça sentait (Échec souligné par contraste avec l'autre personne qui dit sentir quelque chose, création d'un sentiment de frustration)

C1 : Alors vous avez senti quelque chose ?

Isaac : J'ai rien senti Ah rien mais vous allez le voir je reviens à chaque fois essayer pour voir si ça marche ou pas si vraiment y avait quelque chose dedans (Accentuation de la frustration)

C1 : Où vous êtes là ?

Isaac : Ah là je suis là

C1 : En colère quoi.

Isaac : Ben oui parce que regardez là je vais partir je vais sentir cette odeur je vais plus loin je viens re-sentir l'autre et vous avez vu je reviens et je refais Je dis peut-être que c'est pas le doigt alors j'essaie avec la main et ben ça marche pas (Accentuation encore)

C1 : Ça c'est incroyable vous essayez le doigt et maintenant vous essayez la main parce que vous pensez que --- c'est génial ça c'est super créatif. Si les concepteurs imaginez que vous pourriez penser que c'est pas le doigt mais c'est la main ils en reviendraient pas parce que pour eux c'est évident et nous on arrête pas de leur dire mais c'est pas évident.

Isaac : Ouais mais y a un dessin

C1 : Mais le dessin c'est un symbole ou c'est pas littéral ?

Isaac : C'est un symbole mais tout le monde peut pas comprendre

C1 : Ben oui mais alors c'est pas un bon symbole parce que le symbole fait référence à un truc communément partagé.

C2 : Vous y revenez effectivement souvent sur ce dispositif.

Isaac : Oui parce que pour moi ça m'a plu et y avait pas beaucoup de salles donc je reviens encore pour sentir et je me dis peut être que l'odeur ne vient pas de là peut être que l'odeur vient d'en bas donc j'essaie de comprendre (Accentuation encore)

C1 : C'est génial j'adore les séquences comme ça. Ça y est c'est fini ou vous allez y retourner ?

Isaac : Non là c'est bon parce que je suis quand même un peu énervé (Début du refus de l'échec de l'expérience olfactive)

C1 : Ah oui énervé vous êtes à -3 ?

Isaac : Non neutre 0 parce que j'appuie et ça marche pas et en plus j'insiste

C1 : Mais on pense à une version tactile cela dit là ça va mieux ?

Isaac : Là c'est pas du tout la même chose là on a changé --- ah non c'est toujours la même c'est parce que j'ai vu des hiéroglyphes

C1 : Et alors ?

Isaac : Ça m'a intéressé

C1 : Vous vous souvenez de quoi là ?

Isaac : Je me souviens que là ils parlaient de --- c'est quoi déjà le parfum je me rappelle plus le nom

Myriam : Ah oui oui oui je me souviens plus du nom mais ça veut dire qui sent bon deux fois

Isaac : Ah voilà mais le nom ça m'a semblait bon qu'une fois

C2 : Le Kiphi ?

Myriam : Oui voilà le Kiphi

C1 : Mais vous l'avez senti ?

Isaac : Oui oui j'ai senti

C1 : Et ça vous rappelle quoi ?

Isaac : Ça m'a rien rappelé ni Moïse ni rien (Progressivement on tolère de moins en moins l'échec de l'expérience olfactive, on sent mais on ne reconnaît rien)

C1 : Bon on va aller voir un peu plus loin --- Ah le livre il raconte quoi ce livre ?

Isaac : Rien de particulier il y a juste le livre après y a les flacons et c'est pas dans cette salle qu'il y avait les ceintures à parfum

Myriam : Ça doit être là

Isaac : Non je pense que c'est dans l'autre salle

C1 : Est-ce qu'il y a des choses à dire d'un peu particulier ?

Isaac : Non c'était très intéressant il y avait des beaux flacons ah ben voilà c'est ici et ça m'a rappelé les bagues à poison Voyez qui y a toujours un rapport avec ce qui est sorcellerie et tout et que je suis curieux de beaucoup de choses

C1 : Elle vous explique quelque chose là ?

Isaac : Oui elle m'explique --- c'est qui ça Ah oui c'est Nostradamus

C1 : Vous lui dites quoi Myriam ?

Myriam : Je sais pas j'ai dû dire t'as vu c'est Nostradamus

Isaac : Il fait des parfums

C1 : Il fait des parfums ?

Isaac : Non il est médecin anthropologue et aussi autre chose et voyez j'ai lu ce qu'il faisait

C1 : D'accord alors on va passer à une autre partie maintenant je vais vous amener plus loin.

C2 : Est-ce que tu peux revenir sur la boule ?



Isaac : Alors la boule j'ai senti ce qu'il y avait je sais pas ce que c'était comme parfum Je me suis dit s'il y a des boules c'est qu'il doit y avoir quelque chose dedans j'avais la curiosité alors j'ai senti ce qu'il y avait dedans et y avait une odeur

C2 : Vous sauriez la décrire un peu cette odeur ?

Isaac : Non pas du tout j'ai complètement oublié les odeurs

C2 : Est-ce qu'elle était agréable ?

Isaac : Oui je pense qu'elle était très agréable et je me demande si ça ne m'a pas rappelé une odeur qui n'a rien à voir mais un truc marocain vous savez ceux qui vendent de l'eau dehors à Marrakech et tout vous voyez ou pas, dans les souks Je crois qu'ils mettent du savon noir et donc la première impression que j'ai eue c'est cette odeur (Parce qu'on pointe une « incomplétude » de l'expérience olfactive, Isaac propose immédiatement un souvenir pour montrer que son expérience était totale : Début des projections olfactives mentales)

C1 : Donc ce serait une odeur de savon noir ?

Isaac : Non c'est la première réaction que j'ai eue

C2 : C'est la première association que vous avez faite ?

Isaac : Oui voilà c'est-à-dire que quand j'ai mis mon nez je me suis dit que ça me rappelait mon enfance au Maroc Quand je buvais de l'eau on me le servait dans un verre qui a mon avis est en argile et ils doivent mettre un truc pour donner un goût magnifique à l'eau qui laisse l'eau fraîche C'est la première impression que j'ai eue mais après j'ai retrouvé une autre odeur

C2 : Et la deuxième odeur c'était quoi ?

Isaac : L'odeur qui a mon avis était ---

C2 : La bonne ?

Isaac : Ben je sais pas j'ai regardé mais il n'y avait pas de ---

C2 : Cartel ?

Isaac : Voilà y avait juste la boule qui était posée

C1 : Donc vous étiez à +3 ? Vous étiez content ?

Isaac : Ah oui

C1 : Ça vous a rappelé votre enfance et ça vous a fait plaisir ?

Isaac : Ben oui

C1 : Bah ça aurait pu ne pas vous rappeler quelque chose de plaisant.

Isaac : Ah non mais là j'aurais arraché mes lunettes (Il était énervé, il voulait que ça sente, la frustration comme élément déclencheur est projections olfactive mentales ?)

C1 : Est-ce qu'il y a des choses qui vous touchent là ?

Isaac : Heu il y avait beaucoup de choses mais j'ai cherché un parfum de Piguet qui est peut-être beaucoup plus vieux que ça ce fameux parfum Et comme je le connais très bien ce fameux parfum c'est pour ça que j'ai dit tiens je suis sûr que je vais le trouver et y a pas

C1 : Ça vous a déçu ?

Isaac : Un peu parce que comme tout le monde me disait que c'est un des plus vieux normalement on aurait dû le trouver sur place et là elle m'a montré --- vas-y mimi raconte

Myriam : Non ben je lui disais que je pensais qu'Elsa Schiaparelli elle était en avance sur son temps parce que le flacon m'a rappelé Jean-Paul Gautier j'ai trouvé que c'était intéressant

Isaac : Moi je pense que Schiaparelli ou je ne sais plus comment elle s'appelle ça doit appartenir à la même boîte que celle qui fait les Gautier non Vous devriez regarder

C1 – Bon je vais me déplacer et on va aller un peu plus loin.

C2 : Là quand vous entrez dans cette pièce vous vous sentez comment ?

Isaac – Myriam : Ah ben là on se sent très bien il y a l'odeur des roses ça nous a emportés

C2 : Vous percevez l'odeur des roses ?

Isaac - Myriam : Ah oui oui vraiment (Dès que Myriam VOIT quelque chose, elle le SENT, des deux, c'est elle l'experte des parfums, elle possède par conséquent sans doute une plus grande aisance à simuler des odeurs avec sa mémoire)

Isaac : Peut-être qu'il y a une autre personne qui avait déjà appuyé sur le bouton mais dès qu'on est arrivés l'odeur était très --- ça faisait plaisir

C1 : Donc là vous êtes bien à +3 ?

Isaac : Ah oui oui complètement

C2 : Vous avez même mis le nez sur le bouquet pour voir si c'était bien ça qui sentait ?

C1 : Et elles sentaient ?

Isaac : Ah oui

C1 : C'est des vraies roses ?

Isaac : A mon avis ça doit être des roses séchées

C1 : Et l'audioguide avait un nouveau un problème ?

Isaac : Ça marchait plus donc je l'ai éteint et rallumé puis on est passés par là Là c'était super et on a découvert qu'il y avait 400 odeurs 400 molécules dans la rose

C1 : C'est quoi que vous sentez là ?

Isaac : Là c'est la rose pour la vraie odeur de la rose c'était là

Myriam : Et le troisième c'était le clou de girofle

C1 : Le deuxième c'était quoi ?

Myriam : Le deuxième

C1 : Vous ne vous en souvenez plus ?

Isaac : Non

C1 : Ca vous inspire quoi vous les avez tous sentis ?

Isaac : Oui voyez là j'y vais et je m'arrête là

Myriam : Toi tu t'es surtout arrêté sur le premier

Isaac : Oui mais regardez j'ai fait le premier le deuxième le troisième

Myriam : Et tu es revenu au premier

Isaac : J'ai reconnu un peu le clou de girofle là et après je suis revenu au premier pour garder l'odeur de la rose dans mon nez

C1 : Ce qui vous plaît ce serait quoi ce serait de partir avec cette odeur maintenant ?

Isaac : Oui

C1 : Vous êtes où là dans cette expérience ?

Isaac : +3

C1 : Myriam ?

Myriam : Moi j'ai pas aimé le clou de girofle c'est pas une odeur que j'aime

Isaac : Ben pourquoi t'es pas revenue pour garder une bonne odeur

C1 : Vous êtes où Myriam vous avez le droit d'être où vous voulez.

Myriam : Je suis au milieu

C1 : Dans une espèce de neutralité donc ce n'est pas une expérience particulièrement mémorable.

Myriam : Non

Isaac : Vous avez vu que j'étais en train de regarder la porte

C1 : Oui oui et alors ?

Isaac : Parce que j'ai vu qu'il y avait une porte

C1 : Et ?

Isaac : Parce que je suis curieux et je voulais aller l'ouvrir Regardez regardez vous voyez là Je suis curieux je vois tout rien ne m'échappe J'ai dit à tiens y a quelque chose là j'ai bien envie d'aller l'ouvrir et après j'ai vu qu'il y avait juste une serrure mais pas d'ouverture

C1 : Et alors ?

Isaac : Ben je voulais rentrer

C1 : Oui c'est vrai vous vous êtes attardé sur la porte bon et ça c'est quoi vous allez sentir là ?

Myriam : Ah oui on a tout senti

C2 : Et là vous avez un souvenir ?

Isaac : Je me rappelle plus

Myriam : Ça m'a pas évoqué quelque chose de particulier

C2 : Vous ne l'avez pas rattaché à quoi que ce soit ?

C1 : Et de mémoire ?

Isaac : Non ça me dit rien du tout y a des odeurs qui vous marquent mais pas celle-là Après je me suis arrêté là pour voir comment ça marchait dans le cerveau et j'ai dit à mon avis j'ai pas le même cerveau Voyez je suis curieux j'ai envie de savoir comment ça marche

C1 : Ça vous plaît ?

Isaac : Tout me plaît moi

C1 : Et l'audio-guide ça fonctionne ?

Isaac : Ah ben voilà en fait on a compris que chaque fois qu'on changeait de salle ça changeait automatiquement

C1 : Vous l'avez compris un peu ---

Isaac : Non non à la deuxième salle on l'a compris dans celle où je cherchais Fracas de Piguet

C1 : Bon ça vous avez essayé ?

Isaac : --- Ma femme regarde dehors c'est joli t'as vu ça comme c'est beau et elle me dit tiens regarde il y a du muguet

C1 : Et alors ?

Isaac : Je l'ai senti --- et je l'ai pas senti --- j'ai pas retrouvé l'odeur

C1 : Vous avez senti du muguet ?

Isaac : Non j'ai senti parce qu'elle m'a dit tiens regarde sens comme ça sent bon le muguet --- (Elle lui a dit REGARDE il y a du muguet donc forcément il doit y avoir une odeur de muguet, pareil que pour les roses)

Myriam : Ça sentait fort

Isaac : Ah ben voilà ben peut-être que ça sentait trop fort Là voyez curiosité je voulais voir qu'est-ce que c'est et j'ai fait marcher ça

C1 : Vous y avez déjà été au muguet ? Vous l'avez déjà senti ou pas encore ?

Isaac : Oui et je sens que je reviens

C2 : C'est une odeur que vous perceviez dans l'air ou vous avez actionné quelque chose pour la sentir ?

Isaac : Je crois qu'il n'y a rien à actionner

Myriam : Je n'ai rien actionné

Isaac : Alors voilà ça c'est super aussi donc on revient parce qu'il y avait deux femmes avant et ma femme me dit tiens on n'a pas vu ça qu'est-ce que c'était donc on est retournés et on a fait l'expérience Le premier ça sentait très très bon

Myriam : Le musc --- et le deuxième rien

C1 : Alors on va y aller c'est où ?

Isaac : Ça arrive

C1 : Ah ça arrive tout de suite.

Isaac : Moi je commence par sentir celui-ci

C1 : Et ça sentait quoi ?

Isaac : Ça sentait le musc ça sentait très très bon la preuve regardez je reviens

C2 : Et le musc pour vous c'est quelle odeur ? C'est quel type d'odeur ? Vous le reconnaissez comment ?

Myriam : Moi je le perçois comme du linge propre

C1 : Et donc vous y revenez ?

Isaac : Ah oui quand il y a une odeur qui me plait

C1 : Quand on aime on ne compte plus. Et près le deuxième ?

Isaac : Ben je l'ai mis mais ça faisait strictement rien

C1 : Et là vous insistez plus longtemps ?

Isaac : Voilà et après je vais revenir --- je crois que je reviens --- ah non

C1 : Vous faites un petit break là ou vous partez ?

Isaac : Non non on continue on continue --- Y a beaucoup de gens qui sentent des odeurs différentes

C1 : Ca marche comment ça ?

Isaac : Alors ça normalement on passe à côté et puis il suffit de passer la main vous voyez là il y a un petit détecteur donc j'explique à ma femme qu'il y a un détecteur qui vous allume l'odorat et après vous essayez de sentir Et moi j'ai pas senti Voyez elle elle a senti le truc et moi je dis non je sens pas

C1 : Du coup c'est votre main qu'on voit là, vous insistez ?

Isaac : Oui j'insiste pour ressentir l'odeur parce que je lui dis je la sens pas c'est pas normal

C1 : Et c'était le feu de bois ?

Isaac : Et elle qui a l'odorat très très ---

C1 : Vous en essayez d'autres ?

Isaac : Oui oui on essaie de retrouver des odeurs

C1 : Et alors, c'est quoi ça par exemple ? --- Bon ils se ressemblent tous, c'est plus difficile.

C2 : Vous avez un peu de mal à les activer non ?

Isaac : Oui parce que j'étais plus pressé Là j'ai cru que c'était de la fondue j'ai dit olala c'est du fromage laissez tomber Voyez comme je suis vite parti hein

C1 : Mais vous l'avez senti ou pas ?

Isaac : Non j'ai vu rien qu'un peu l'image et j'ai pas voulu le sentir

C2 : C'est l'image qui vous a suggéré que c'était de la fondue ?

Isaac : Ah ouais ouais j'ai dit fromage je laissez tomber Vous avez compris que je suis allergique au fromage

C1 : Tous les fromages ?

Isaac : Le fromage

C2 : Même le kiri ?

Isaac : Le fromage --- Mais ça c'était bien on peut mettre du +3 parce que c'est très original comme système

C1 : Et de pas sentir ça vous dérange pas ?

Isaac : Non parce que j'ai des problèmes

C1 : D'accord donc vous faites avec quoi.

Isaac : Oui

Myriam : Moi ça me déçoit

C1 : Qu'est-ce qui vous déçoit ?

Myriam : De ne pas sentir

C2 : Vous êtes triste un peu ?

Myriam : Ah oui

C1 : Mais parce qu'il y a des trucs que vous n'avez pas sentis ?

Myriam : Ah oui

C1 : Et du coup vous êtes où ?

Myriam : Ah moi je suis pas contente

C1 : Vous êtes pas contente. Donc si on vous promet une odeur, vous voulez l'odeur ?

Myriam : Ah ben complètement --- Surtout qu'on voyait marqué cannelle pâte à tartiner Pâte à tartiner je voulais la sentir et je l'ai pas sentie

C1 : Mais vous l'avez essayée ?

Myriam : Je ne l'ai pas sentie

C1 : Ah vous ne la sentez pas même en ayant essayé de la sentir

C2 : Est-ce que vous ne l'avez pas sentie ou est-ce que vous ne l'avez pas reconnue ?

Myriam : J'ai pas senti --- J'ai pas senti la pâte à tartiner

C1 : Mais y avait une odeur au moins ?

Myriam : Non non

C1 : Pour vous y avait rien

Myriam : Y avait rien (Teasing + frustration = Projection olfactive mentale puis abandon et acception/dénonciation de l'échec de l'expérience olfactive)

C2 : Peut-être le dispositif qui ne fonctionnait pas ?

Isaac : Voilà c'était peut-être pas à la bonne place

C1 : Ah vous regardez le paquet qu'elle est en train de poser.

Isaac : Désolée hein je suis comme ça

C1 : Pour l'instant, tout est montrable !

Isaac : Non mais vous avez vu je regarde tout je cherche tout

C1 : Mais le sac ne vous a pas inquiété sinon vous seriez resté plus longtemps dessus

Isaac : Non c'est vrai

C1 : Où est-ce qu'on va aller là ? Il y a des choses à goûter ?

Isaac : Non à sentir Ma femme l'a déjà fait ce truc-là dans un atelier de parfumerie

C1 : Donc c'est des touches c'est ça ? Et alors vous avez essayé des choses ?

Isaac : Oui on a testé le bois

Myriam : Tu as détesté la fève tonka

Isaac : Ouais c'est comme si elle était amère à mon nez voyez --- elle passait pas elle passait pas

Myriam : La famille des bois tu as aimé

Isaac : Oui j'ai aimé parce que j'ai reconnu le cèdre J'ai reconnu des odeurs qui me rappellent quelque chose

C1 : Racontez-nous. Quand vous dites que ça vous rappelle quelque chose, vous arrivez à mettre des mots dessus ?

Isaac : Non non pas du tout ça me rappelle ma prière pour une fête particulière Voyez c'est-à-dire que le cèdre n'a rien à voir avec le cédrat mais voyez cèdre ça m'a fait cédrat ça m'a --- ça m'a fait des souvenirs des fêtes Une sacré fête à nous où on prend le cédrat Voyez comment d'un rapport on passe à autre chose même si ça n'a rien à voir Cèdre cédrat ça n'a rien à voir mais bon ça m'a vite fait --- et comme si quand j'ai senti le cèdre c'était comme quand j'ai senti la première fois le cédrat (Gros effort déployé pour donner du sens...)

C1 : D'accord.

Isaac : Vous avez vu ce que ça m'a fait

C1 : Oui c'est passé je sais pas comment de l'un à l'autre

Isaac : Oui dans la tête tout est revenu --- dans mes souvenirs

C1 : Et ça faisait longtemps que ce souvenir vous ne l'aviez pas eu ?

Isaac : Non je l'ai eu y a pas longtemps On l'a tous les ans

C1 : Vous êtes bien là en faisant ça ?

Isaac – Myriam : Très bien

C1 : Ça vous plait ? Vous êtes contents ?

Myriam : Ah oui parce que je retrouve des odeurs que j'aime donc

C1 : Qu'est-ce que vous aimez ?

Myriam : La famille des gourmands du sucré vanille et fève tonka ça me parle

C1 : Et là ?

Myriam : Ça sent mais on a du mal à identifier

C2 : Plutôt agréable ? Plutôt désagréable ?

Isaac : Non à mon avis il n'y avait que des odeurs --- presque agréables Presque à part quelques trucs mais --- Ca c'était voilà Là j'ai vérifié parce qu'elle me dit ça sent la vanille ce que tu as senti et qui n'est pas bien j'ai dit non c'est la fève tonka parce que la vanille c'est ça et le caramel c'est ça alors que normalement c'est elle la pro et --- elle m'a dit ça c'est la vanille j'ai dit non je sens --- donc voyez j'ai insisté et derrière c'était marqué les noms de chaque --- donc voyez j'ai senti et ça c'est fève tonka donc je lui dis

C1 : Et donc vous aviez raison ?

Isaac : J'avais raison --- en parfum c'est rare --- Tiens voyez je lui dis numéro trois c'est fève tonka Donc c'est une odeur qui n'est pas bonne pour moi

C2 : Alors moi j'aimerais bien avoir vos commentaires là-dessus.

Myriam : Moi ça m'a plu j'ai trouvé ça ludique cannabis tabac froid absinthe et boudoir libertin

C1 : Tout ça là-dedans ?

Isaac : Non en fait il y a quatre odeurs différentes et à chaque fois qu'on appuie on a une odeur différente

Myriam : Les deux dernières sentaient particulièrement bon

C1 : C'était quoi les deux dernières ?

Myriam : Absinthe et boudoir libertin

Isaac : Moi y en a qu'une seule qui m'a plu c'est boudoir libertin --- non non mais y a rien de

C1 : Je n'ai rien dit !

Isaac : C'était l'odeur du talc pour moi

Myriam : Poudré quoi

Isaac : Non j'ai reconnu l'odeur du talc C'est quoi le premier ?



Myriam : Cannabis

Isaac : Cannabis aucune odeur de cannabis

C1 : Vous avez senti le cannabis ou pas ?

Myriam : Non (Dénonciation de l'échec de l'expérience olfactive)

Isaac : Non on a appuyé plusieurs fois et vraiment ça ne sentait rien --- Tabac froid j'ai eu peur de le sentir je me suis dit ça c'est une mauvaise odeur j'ai eu peur de le mettre et je ne l'ai pas vraiment senti L'absinthe j'ai pas du tout aimé je suis passé à l'autre pour voir la différence et j'ai beaucoup aimé parce que j'ai dit ah là on dirait du talc Voyez ça m'a rappelé --- Et elle me l'a confirmé

C1 : D'accord. Bon là on est parti on va changer de salle. Là on règle encore des problèmes techniques avec l'audio-guide.

Isaac : Oui parce qu'il s'éteint il s'allume

C1 : Vous savez où vous diriger là tout va bien ?

Isaac : Bah j'ai voulu aller à droite elle m'a dit non c'est à gauche

C2 : Alors là quand vous entrez dans cette salle, qu'est-ce que vous voyez, qu'est-ce que vous pensez, à quoi vous vous attendez ?

Myriam : Moi j'ai beaucoup aimé j'ai trouvé ça original j'ai trouvé des parfums que je reconnaissais

C2 : Sur cet appareil-là ?

Myriam : Oui

C1 : Comme quoi ?

Myriam : Dyptique Annick Goutal des parfums que j'aime et j'ai trouvé ça original la manière dont c'était présenté je trouve ça joli

C1 : Et vous Isaac ?

Isaac : Moi je sens et je sens que les odeurs je reconnais pas ni parfum ni quoi que ce soit c'est elle qui me dit ah ça sent ça ça me rappelle ça voyez elle est plus pro dans ça alors que moi c'est juste l'odeur je m'en fiche du nom du parfum je m'en fiche de tout c'est que l'odeur qui me plaît

C1 : En même temps vous nous avez montré que tout à l'heure que ça vous évoque des tas de souvenirs

Isaac : Mais oui mais bon

C2 : Et donc là dans ces parfums il y en a quelques-uns qui vous ont plu ?

Isaac : Y en avait quelques-uns mais je ne m'en souviens plus

Myriam : Si moi je m'en rappelle il y avait la rose tu adores la rose

Isaac : Oui j'adore la rose la fleur d'oranger vous voyez

Myriam : T'as pas aimé la fleur d'oranger

Isaac : Dans celle-ci

Myriam : T'as pas aimé Fleur d'oranger il a pas aimé parce que je lui ai dit tu reconnais pas la fleur d'oranger et t'as dit non c'est trop fort

Isaac : Oui mais c'était dans les trucs chauds

Myriam : Oui

Isaac : C'était un peu plus loin parce qu'après c'était des trucs qui sont un peu plus chauds

C1 : J'avance un peu ?

C2 : Oui mais un tout petit peu parce que les sphères dorées sont juste à côté.

Isaac : Oui voilà ce sont les sphères dorées qui sont chaudes (Influence de la couleur qui les a persuadés que les sphères étaient chauffées intentionnellement ? )

C1 : Mais chaudes à toucher ?

Isaac : Non non c'est-à-dire que je pense qu'elles sont chauffées à mon avis

Myriam : Donc elles sont chaudes

C1 : Celles-là ou les suivantes ?

Isaac : Les suivantes

C1 : Alors on va aller aux suivantes. Là vous êtes toujours sur celles-là.

Isaac : Oui je les ai faites toutes

C2 : C'est bien vous êtes consciencieux.

C1 : Alors voilà on est aux sphères dorées.

Isaac : Alors voilà celles-ci elles sont chaudes

C1 : En température ?

Isaac : Oui

C2 : Mais pas brûlantes ? Vous pouvez les attraper ?

Isaac : Oui mais je pense qu'ils les ont chauffées pour avoir une odeur différente

Myriam : Moi j'ai eu l'impression qu'il y avait un parfum ensuite c'était neutre pour pas qu'on sature peut-être je sais pas

C1 : Une sur deux c'était neutre ?

Myriam : Exactement j'ai pas --- là ça sentait le cuivre donc pas de parfum et après ça sentait différentes odeurs la rose la fleur d'oranger

C1 : D'accord, donc en fait ça serait...

Myriam : J'ai eu l'impression que c'était fait exprès

C1 : Pour que un sur deux vous puissiez...

Myriam : Voilà pour pas qu'on sature trop --- je sais pas moi je l'ai perçu comme ça

C1 : D'accord et ça vous a rappelé quoi ? Il y a des odeurs qui vous ont rappelé des choses ?

Myriam : Oui fleur d'oranger la vanille

Isaac : Tenez regardez

Myriam : Y a pas mal d'odeurs qui m'ont plu

C2 : Vous les sentez toutes quand même.

Myriam : Ah oui on a tout senti je crois

Isaac : On n'a rien raté

C1 : Et vous aussi Isaac vous aviez l'impression qu'il y en avait une sur deux ?

Isaac : Ah non j'ai senti sur chaque truc mais je reconnais pas les odeurs

Myriam : Ah bon

Isaac : Ah un moment même je fais comme ça parce qu'il y a une femme qui parle

Myriam : Oui après il y a un son

Isaac : Il y a un son et comme c'est en anglais j'ai dit tu peux toujours parler donc je me suis énervé et je l'ai remis comme ça

Myriam : C'était en français

Isaac : Non non y avait des trucs en anglais ou alors c'était du franglais --- non non y avait beaucoup de choses en anglais

C2 : Mais vous sentez tout ?

Isaac : Oui mais y avait des odeurs inconnues pour moi

C1 : Mais vous revenez en arrière des fois ? Vous jouez avec tout le truc ?

Isaac : Non non j'essaie d'entendre ce qu'elle dit Mais des fois c'était marqué FR et quand c'était FR c'était en français

Myriam : Non je ne crois pas que ça soit ça

Isaac : Non

C1 : Isaac vous fait sentir quelque chose ? Regardez il en prend une et je crois qu'il vient vers vous, il vous appelle et il vous la fait sentir, ça vous vous en souvenez ?

Myriam : Non d'ailleurs je dois lui dire que je ne sens pas grand-chose De toute façon lui et moi on ne sent pas les mêmes choses

C1 : Vous aimez bien cet espace ?

Isaac : Très original

C1 : D'accord dites-nous où vous êtes ?

Isaac : +3 c'est très original

C1 : Finalement vous êtes assez contents même quand vous n'arrivez pas à trouver la bonne odeur.

Myriam : Oui

Isaac : Parce qu'on voit quelque chose de différent du reste de notre vie (Acceptation de l'échec de l'expérience olfactive, compensation avec autre chose)

C1 : D'accord

Isaac : Chaque fois que je découvre quelque chose je suis heureux comme un enfant

C1 : Vous avez découvert des choses-là ?

Isaac : Beaucoup de choses

C1 : Et là elle vous dit quelque chose ?

Myriam : Je dois lui dire sens mais lui il ne sent pas

C1 : Donc c'est vous qui allez en éclaireur ? C'est vous qui ouvrez le bal et ensuite vous lui donnez ?

Isaac : Oui mais à 95% je sens pas du tout la même odeur qu'elle --- Là elle a trouvé l'odeur son odeur Je crois que la fève tonka t'as insisté en disant oh c'est vraiment mon odeur

C1 : Et là vous arrivez au bout. Bon c'est assez ludique quand même. (Acceptation que l'autre est une perception olfactive différente de la nôtre)

C2 : A cette étape-là vous ne saturez pas au niveau du nez ?

Isaac : Non

C2 : Vous arrivez encore à sentir ?

Isaac : Oui parce que l'odeur n'est pas dans toute la salle il suffit de reposer pour que l'odeur disparaisse

C1 : Et ben on arrive au bout, Mathilde est-ce qu'il y a des choses que tu veux ?

C2 : Oui alors moi je vois encore d'autres sphères posées au sol mais j'ai l'impression que vous avez arrêté de les sentir ?

Isaac : Non vous allez voir que j'y vais

C1 : Je crois qu'on n'a pas l'enregistrement jusqu'au bout... Mais on vous croit hein si vous dites que vous y êtes allé.

Isaac : J'ai tout senti j'ai tout senti

C1 : Donc celle-là vous y êtes allé aussi, vous vous souvenez de ce que c'était ?

Isaac : Non (Plus vraiment d'intérêt pour la perception olfactive en elle-même)

C2 : Et là cette dernière pièce du coup il y a moins de choses à sentir mais qu'est-ce que vous pouvez en dire ?

Isaac : Ben la preuve moi je pensais qu'il y avait quelque chose à sentir parce qu'il y avait des flacons donc j'ai appuyé sur la pompe et y avait aucune odeur

Myriam : Moi j'ai rien perçu

Isaac : Moi j'ai dit mais c'est vide y avait que la sphère à sentir donc on a senti ça

C1 : Les autres ça ne sentait rien ?

Isaac : Rien mais c'est vide

C1 : Mais on pourrait croire qu'il y a.

Myriam : Oui on pourrait

C2 : Est-ce que c'est décevant ou pas ?

C1 : Où est-ce que vous êtes dans cette pièce ?

Myriam : Moi j'ai été déçue parce qu'avec des flacons anciens comme ça je m'attendais à avoir une bonne odeur là ça m'a déçue par contre mais j'ai aimé le fait d'écouter ce que disaient les parfumeurs ça ça m'a plu

C1 : Vous êtes où là ?

Isaac : Vous êtes où la madame

C1 : Vous avez le droit d'être au milieu ou où vous voulez hein.

Isaac : Mettez votre doigt

C1 : Non mais laissez là libre

Myriam : On va dire -1

C1 : Ça veut dire que vous avez trouvé quelques petites choses mais vous savez que vous auriez pu trouver plus ?

Myriam : Oui voila

Isaac : Est-ce que tu as des idées Tu sais les idées c'est ce qui fait avancer les choses

C2 : Du coup sur le plan des odeurs uniquement, à la fin de votre visite vous êtes plutôt satisfait ?

Isaac : Moi je suis satisfait parce que je dis pas que j'ai appris des choses même le fait de rentrer dans un truc comme ça pour moi j'ai appris mais il faut plus lui poser la question à elle c'est elle qui est plus pro

Myriam : Moi je suis satisfaite par contre je suis déçue parce que je pensais qu'il y aurait des flacons célèbres vous voyez ce que je veux dire qu'on parlerait un peu plus des nez célèbres J'étais persuadée que je trouverais ça dans ce musée c'est tout Le reste ça m'a plu j'ai trouvé ça ludique c'était sympa dans l'ensemble

## MADÉLINE ET FRANCIS

Verbatim d'entretien en re-situ subjectif du 13 février 2018

C1: Ok so I'm just listening to you if you just can describe, what are you doing?

Madeline : Hum I think I was a little bit confused about where I supposed to go hum --- you known it's just hum --- reading what this is about --- Francis told me look at the floor so I looked at the floor hum --- I'm reading about how much perfume --- I remember that part

C1 : Can you explain ?

Madeline : I don't exactly remember what this is

C1 : Ok.

Madeline : Yeah I just reading the history of perfume I guess --- Here is the history of perfume

C1 : I didn't visit it so you tell me everything

Madeline : Ok

C1 : And here, what's going on ?

Madeline : Hum I'm just reading

C1 : But you made a move and then you are back to read ?

Madeline : Yeah

C1 : Do you remember ?

Madeline : I think I want to go this way and then I realise we missed a all section so we turned around and came back

C1 : When did you realise it ? That you missed a point ?

Madeline : It comes after

C1: Ok

Madeline : So I go this way and then I don't know for some reasons I turn around I think

C1 : What are you saying ? I can make the sound.

Madeline : Oh this is audio too ?

C1 : Yeah. And then what's going on ?

Madeline : I think we are just going and see what it is --- and smelling

C1 : Can you describe it ?

Madeline : I tried to smell but I don't think it's working I don't remember smelling anything

C1 : Really ? Ok. So what did you do ?

Madeline : I just walked away

C1 : Ok, and then ?

Madeline : Hum --- I just reading about how they used oils ---

C1 : So where are you at this moment ?

Madeline : Hum --- I think I'm +1 only because there is a little bit fun with the glasses I thought they are watching me

C1: Ok. I'm going a bit behind. Here, can you describe?

Madeline : I was looking about the tiny bottles of perfume I thought they were cut

C1 : Ok. What do you remember of them ?

Madeline : Just there are different kinds I didn't really read about them I just looked at them

C1 : Ok.

Madeline : Well I guess I read this one

C1 : Do you remember what this is about ? No ? There is no problem don't worry --- and now ? Can you describe what's going on ?

Madeline : Hum Francis was telling me about the guy with the mask xxx play doctor

C1 : Play doctor ?

Madeline : They were put different scents in there mask to protect them from the plague At that time people would walk around with different oils to help to protect them

C1: Ok, interesting, so what did you think together?

Madeline : I don't remember

C1 : You don't remember ok --- Are you still lost or it's okay ?

Madeline : Oh I feel ok

C1 : Yeah ? Because I can see you are looking to the corridor and then to the cartel but no, that's ok ?

Madeline: Yeah I'm just looking what's going on after

C1: Ok so where will you be in the next room ?

Madeline: So there is a class going on here and so we are just pick and see

C1 : Did you want to visit this place ?

Madeline : I didn't really care

C1 : Ok and here, what is it ?

Madeline : I wasn't sure there is a black circle on the top and I didn't know if I was supposed to smell something or not so I just looking at it

C1: Ok and now ?

Madeline : We go upstairs

C1 : Ok.

C2 : Il faut lui dire qu'elle doit tout le temps parler.

C1 : You have to speak all time.

Madeline : Ok so I'm walking up the stairs

C1 : And now what are you doing ?

Madeline : I'm looking for the next exhibit and which way to go and continuing to go up the stairs

C1 : So where were you when you looking for the next exhibition ?

Madeline : Hum provably at +2 I'm exciting what's next

C1 : You were +1 and now +2

Madeline : Yeah

C1 : And here what's going on ?

Madeline : Hum I was thinking ok so where do I go now --- and I'm just listening oh look she is wearing funny glasses --- so walking to the hall and --- I see some machinery and some tubes and I thought that exhibit looks like fun hum there is some cut little kids smelling the perfume and so we are moving to smell it too

C1 : Ok.

C2 : You smell it too ?

Madeline : Yeah

C2 : Do you remember the smell ?

Madeline : That specific one --- I don't but I remember I like the one of the middle but I can't say exactly what they were

C2 : Can you describe a little bit the smell ?

Madeline : I think it was maybe a little bit sweet like flower

C2 : Some sort of flower ?

Madeline : Yeah

C3 : Maybe something like lemon ?

Madeline : Yeah I think it could have been that

C2 : Lemon ?

Madeline : Yeah maybe a lemony smell --- I don't remember the others I just know I didn't like them this much

C1 : Ok.

C2 : Where are you ?

Madeline : I'm neutral

C2 : Do you like the smell?



Madeline : Hum it was ok I mean it's not my favorite but it didn't make me unhappy

C2 : Where was your favorite ?

Madeline : In the middle --- Francis is smelling as well

C1 : And then what will you do ? Do you remember ?

C2 : Francis is smelling something ?

Madeline : Yeah

C2 : Do you remember Francis ?

Francis : No

C2 : Not at all ?

Francis : No

Madeline : So --- I tried to figure it what these machines are and I see you can turn it and smell it if you smell something it's a yes you turn to the right and if you don't you turn to the left and I smell something so ---

C2 : You smell something ?

Madeline : Yeah

C2 : Can you describe what you smell ?

Madeline : Hum I smell so many things I don't really remember it didn't smell very good it didn't smell bad too but the question was are you smelling something or not so

C2 : Would you say it was a good smell ?

Madeline : I think it was a bad smell --- and I'm reading the signs here hum --- I don't remember what it is --- oh it was talking about how our sense of smell is connecting to the memory

C2 : Are you reading this ?

Madeline : Yeah I'm reading

C1 : Ok and here ?

Madeline : Ok so we were trying to understand what these were and we watching other people do it you put your face and then you can smell different scents this one was chocolate

C1 : It was chocolate ?

Madeline : Yeah or something sweet --- So we tried all the different one --- I don't remember what that one was but maybe --- I don't know

C1 : Where are you ?

Madeline : Hum --- I don't know provably +1 --- xxx it's cool --- Francis tell me oh this one looks like a bottle of coke you can smell it and then Francis teach me how I can use it you need to have to light up to smell it so he puts his hand in front of it to have the light up --- I'm smelling this one

C2 : Can you tell us something about the smell ?

Madeline : This one smells like fire like smoke --- and this one I think it smells like the beach but I'm not sure I'm trying to put the light up

C1 : This movement you made is in order to get the light up ?

Madeline : Yeah

C2 : Did you find how it works ?

Madeline : Yeah I get the light so I guess it worked --- So I tried to smell but I don't remember smelling anything coming from this one --- So I'm just looking around see what there is here and smelling the different one --- Oh that one smelled very good something like raspberries

C1 : This one ?

Madeline: No the next one --- This one smells good Francis

C1 : What will you visit next ? This is the end ?

Madeline : No there is different scents on pieces of paper and little samples and we were supposed to guess which one is which

C1 : Ok.

C2 : Is this what you call a touche in French ?

C3 : Yes a touche.

C1 : So here ?

Madeline : We smelling the different scents and we try to guess which one it is

C1 : Did you guess ?

Madeline : In my head yeah --- I don't remember which one was which I think one was jasmine and an other was orange xxx the rose was obvious and they are flowers the citrus smells and wood and some sweet stuff like chocolate

C1 : Could you smell one of them ?

Madeline : Yeah but I didn't remember all of it some people have little cards and write on them which one is which but I didn't do that

C1 : You didn't do that ? You just smelling?

Madeline : Yes

C2 : Do you reminder the other smells ?

Madeline : I think these one were candy like cardamom vanilla and there are an other one but I forgot the name of it

C2 : Do you like the space ? The exhibition ?

Madeline : Yes I think it makes the museum more fun more interactive to think about what you are smelling and try to guess --- the little game --- Now I notice Francis is looking at this so --- There is different buttons here different things

C1 : What things ?

Madeline : One was cannabis tobacco so we were smelling that

C1 : Ok so next room, what would it be there ?

Madeline : I think there is a stairs oh no ok so these are different scents or oils putting on xxx and seen under a microscope so just pretty pictures --- there is a guide here to explain which one is which and so we just decided to walk through and looking at the pictures without watching the map

C1 : Ok. We can hear you but basically do you remember what you said ?

Madeline : Basically I explain these are drops putting under a microscope

C1 : Ok and you were saying that to Francis ?

Madeline : Yeah

C2 : Is it inspiring this room ?

Madeline : I would say is a +2 because the pictures were very pretty and this is an interesting thing in a perfume museum to move all of your senses not just the smell but also show to what it's looks like xxx

C1 : Ok and now ?

Madeline : We are going to the stairs again and on the wall there are different perfumes I didn't really look at them --- Ok so there is the class who coming in because there is a laboratory here and I wasn't sure if we can go in if they are open for we can make our own perfume but it looks like it's just for display nobody was in right now so we are just looking to the little bottles --- walking outside --- and --- ok so in this room there is a lot of little balls and you can smell and listen to them and they told you about the smell you are smelling

C2 : And you understand it ?

Madeline : Yeah they have different languages you can chose the one you want

C1 : Which one did you choose ?

Madeline : I choose English --- We smelled a lot of these

C2 : Do you remember something about the smell ?

Madeline : Hum some were synthetics some were naturals smells I think the point of this room well I don't know the point but just say that the people who make the perfume have to know all the hundreds of smells know which one is which and which one goes well with an other if it's a feminine smell or a masculine smell and --- just to give you a small sample of what they do -

-- they were all different kinds we are smelling all the different ones but I don't really listen what they said

C2 : Are you comfortable in this room ?

Madeline : Yeah and didn't realize at the first place that you can listen to them too that they were telling about the smell

C2 : What do you remember about the smell of these ?

Madeline : Well they are so many different one --- this women I think she was leading a class but she told us we can hear after smelling and so I said ok and we started to listen to them too

C1 : Ok so what did you remember ?

Madeline : Hum I mean each one was different --- I don't know --- It's just fun the smell of the different balls I don't know what those things are but there is a pretty technology

C1 : Do you remember what the voices told you ?

Madeline : Hum just which one are the most popular I guess the ones people who make the perfumes use often there is a little bit information on each one where it's come from xxx

C1 : Let's go here ok ? Can you describe ?

Madeline : This room has some different TV screens and I think each one was maybe discussing a different topic about perfume industry I wasn't very interested in personally but I can understand other people could be I just came because I thought it could be an interactive museum and I thought Francis could enjoy it so we came but I am not very interested in perfume so --- plus there is a class coming in and looking around to everything so

C1 : So where are you at the moment ?

Madeline : Hum neutral

C1 : And then when you leave this room...

Madeline : Here we are looking around in the shop the different testers

C1 : You can smell again after your visit ?

Madeline : Yes I look everything here My sister is getting married and so I see if there is something I can get to her but I didn't find

C1 : Ok so I think were done thank you very much.

## MARIE ET ANNE

Verbatim d'entretien en re-situ subjectif du 13 février 2018

C1 : Vous arrivez dans la première salle, comment vous vous sentez, est-ce que tout est clair pour vous ?

Marie : Non c'était pas très clair où est-ce qu'il fallait aller mais ce qui est sûr c'est que cette première salle elle était attirante en fait --- visuellement en fait les images étaient

C2 : Les images ?

Marie : Ouais vraiment les images avant les textes Les images elles étaient très ouais très belles quoi on s'est fait le commentaire que c'était très coloré très stylisé très beau et effectivement du coup ça donnait envie de lire les textes

C2 : Vous avez lu là ?

Marie : Oui il va y avoir des assez longs moments où je reste à lire

C2 : Comme là ?

Marie : Oui voilà

C2 : Bonne élève, vous lisez.

Marie : Heu ouais pas tout mais si si quand même il y avait pas mal d'attention

C1 : Est-ce qu'il y a des personnages qui vous ont marqué et que vous auriez retenus plus que d'autres dans cette salle ?

Marie : Heu ben oui son usage immodéré de quarante litres d'eau de Cologne par semaine qu'il en buvait avant les batailles fin voilà ce type d'infos sur ce panneau-là voilà

C2 : Les quarante litres c'est sur ce panneau là en particulier ?

Marie : Ouais

C2 : D'accord, impressionnant. Alors si je vais un peu plus loin... Là qu'est-ce que c'est, c'est le panneau d'à côté ?

Marie : Ouais juste à côté et là c'était Casanova et Marie-Antoinette voilà un historique entre ces deux personnages qui étaient de la même époque

C2 : Et là après vous aviez un coup d'œil, vous balayez toute la pièce ?

Marie : Bah oui parce que du coup j'ai commencé à me dire bon ben doit y avoir un ordre là-dedans y a une chronologie entre les différentes époques ou pas et effectivement y en a une bon alors je l'ai pas exactement saisie mais il y avait des personnages beaucoup plus anciens beaucoup plus antiques au début donc doit y avoir une chronologie --- J'ai pas bien compris la

logique mais j'ai eu une tentative de la comprendre à un moment quand j'ai fait tout le tour et puis j'ai eu mon attention détournée aussi du fait qu'il y avait une espèce de visite guidée qui se déroulait et je me suis dit peut-être qu'on peut se rapprocher pour voir Voilà je suis attirée est-ce que je vais y aller est-ce que je ne vais pas y aller Après il y a le fait aussi d'être à plusieurs personnes donc je voyais où Anne en était et donc je suis revenue pour continuer à regarder

C1 : Et Anne vous avez lu aussi ?

Anne : Oui oui moi j'ai tout de suite été prise par l'aspect très visuel moi j'ai bien vu le double reflet tout de suite en rentrant l'effet miroir ça m'a bien interpellée du coup visuellement j'ai beaucoup aimé les peintures puis j'ai commencé à lire avec Bonaparte justement j'ai dit t'as vu quarante litres par mois je suis d'origine Corse alors Bonaparte peut-être que c'est ça --- mémoire ancienne et oui et du coup j'ai été moins vite attirée que Marie par la visite guidée mais voilà j'ai fait un peu un petit tour d'horizon y en que j'ai lu plus que d'autres le roi Salomon et la reine de Saba m'a aussi interpellée voilà

C2 : D'accord. Là vous semblez avoir un peu changé d'espace ?

Marie : Ah oui là on est rentrées dans la première petite pièce profitant que les gens étaient partis et là en fait hum il y avait la tentation de se dire à ben voilà une tentative olfactive

C2 : Et ça marche ?

Marie : Ben là non ça n'a pas marché dans cette première pièce je sais pas du tout

Anne : Moi j'ai senti toutes les odeurs j'ai senti la myrrhe alors heu Marie semblait pas la sentir mais moi j'ai mis mon nez carrément au fond et j'ai eu une odeur il m'a semblé

C2 : D'accord, vous vous regardez avec insistance mais ...

Marie : Oui ben j'ai essayé plusieurs fois j'y suis retournée mais non là je ne sentais rien après plus tard oui mais dans cette salle là je ne sais pas pourquoi (Elle revient aussi comme Isaac)

C2 : Alors quand vous ne sentez rien sur l'échelle vous êtes où ?

Marie : Ben du coup j'étais vraiment un peu déçue en fait clairement parce que truc interactif il faut appuyer là t'appuies et puis en fait rien donc soit tu dis bon ben c'est moi qui sent rien ça marche pas donc du coup ouais c'est un peu décevant

C2 : Donc du coup vous vous situez ?

Marie : Oh j'aurais été sur un -1

C2 : Et vous Anne lorsque vous avez quand même perçu quelque chose ?

Anne : Ben ouais ouais du coup c'était assez agréable alors je le mettrai pas tout en haut parce qu'il faut vraiment se pencher complètement à l'intérieur c'est pas forcément --- cette sensation de devoir se pencher tout au fond de la cuvette pour sentir --- et sur le premier en l'occurrence

la myrrhe il faut vraiment se pencher J'ai eu une odeur donc ça s'est fini en quelque chose d'assez agréable mais je dirais --- allez +1 pour le mécanisme

C2 : Heureusement qu'il y a eu l'odeur à la fin !

Anne : Absolument oui en plus quand on a les cheveux longs ça donne un peu l'image de --- voilà

Marie : Moi j'ai absolument pas pensé à ça donc c'est très personnel mais moi j'ai absolument pas pensé à ça j'étais juste déçue de moi-même j'étais là j'ai mon nez qui fonctionne pas bien

C2 : Ah oui vous vous êtes dit ça ? « Je suis déçue de moi-même mon nez ne fonctionne pas bien » ?

Marie : Bah oui

C1 : C'est dur...

C2 : C'est intéressant pour nous bien sûr mais c'est dommage que vous en arriviez là, que vous veniez au musée pour vous dire « mon nez ne marche pas ».

Marie : Après sur d'autres installations ça fonctionnait mais après je pense aussi qu'il y a peut-être certaines odeurs auxquelles on n'est pas sensible et d'autres auxquelles on est sensible et que c'est différent pour chacun et que voilà mais bon moi je me remets toujours en question moi avant de me dire tiens la machine ne marche pas je vais me dire tiens mon nez ne fonctionne pas mais après c'est un trait de personnalité aussi c'est pas la faute du musée quoi

C2 : Alors on continue... Là on voit des cheveux...

C1 : On est encore dans la salle avec les vasques.

C2 : Ah, vous avez plongé ?

Marie : Oui j'ai vraiment cherché

C2 : Et là vous avez senti quelque chose ?

Marie : Non non dans toute cette première pièce là je n'ai rien senti

C2 : Ah dans toutes les vasques ?

Marie : Mais oui

C2 : Mais vous avez quand même essayé à plusieurs reprises ?

Marie : Mais oui

C2 : Toutes les vasques ?

Marie : Mais oui Mais après je pense que c'est parce que la personne a expliqué qu'il fallait du temps et tout et simplement je ne suis peut-être pas restée assez longtemps

C2 : Mais pour vous Anne ça a fonctionné ?

Anne : Moi ça a fonctionné donc je ne sais pas ce que tu as été heu --- non mais je ne sais pas si moi du fait que je dise que je sens quelque chose du coup tu y es retournée en te disant inconsciemment bon bah

Marie : Ben oui j'y suis retournée parce que tu m'as dit que toi tu sentais

Anne : Elle m'a posé la question de si j'avais senti j'ai dit ah ben oui je sens la myrrhe alors du coup je pense que ça a fait que tu y es retournée

C1 : Et en réessayant est-ce que vous avez un souvenir de l'odeur ?

Marie : Non vraiment ça n'a pas marché ni la première fois ni la deuxième fois

Anne : Je dois dire que en fait la myrrhe était très très ténue et du coup cette sensation un peu désagréable de mettre son nez complètement dedans je l'ai moins eue pour les autres parce que l'odeur m'est arrivée plus vite et du coup c'était plus agréable de se pencher et de se dire tiens je perçois quelque chose C'était pas la même sensation dans la première bassine en fait

C2 : Et du coup dans les autres bassines vous avez un état qui change ou vous restez à +1 ?

Anne : Ouais non je dirais que ça monte un peu je dirais +2

C2 : Ok, allez on avance un peu. Alors où est-ce qu'on est là il faut que vous me disiez parce que moi je ne sais pas ce qu'il se passe.

Marie : Alors là en fait j'ai écouté pas mal la conférencière Je l'écoutais mais en même temps je lisais un peu les choses et puis je retrouvais des choses avec lesquelles j'étais un peu familière par exemple l'histoire de la peste des costumes qui protégeaient les médecins ça m'était familier le vinaigre des quatre voleurs pourquoi ils ont fabriqué ce truc là c'était des choses que je connaissais

C2 : Vous connaissez par passion, par métier ?

Marie : Je suis un petit peu dans ce secteur en fait je cultive des plantes aromatiques donc forcément le vinaigre des quatre voleurs ça fait partie des recettes très traditionnelles de Provence où j'habite et donc forcément ça me parlait Je trouvais ça intéressant qu'ils parlent de ça et qu'ils commencent à faire le lien entre le parfum plaisir les plantes qui soignent donc j'avais envie de voir comment s'était présenté et je trouvais ça bien qu'ils fassent ce lien-là.

C2 : Et alors là on change de salle, vous reconnaissez des choses que vous connaissez est-ce que vous évoluez dans votre état ? Tout à l'heure vous étiez à -1 avec la casque où vous ne sentiez rien.

Marie : Oui parce que j'étais un peu déçue oui non là j'étais beaucoup plus apaisée dans mon état j'étais beaucoup plus --- oui oui j'étais sans doute à +2 voilà j'étais plus dans mon élément et j'étais contente de voir que ce n'était pas juste le parfum pour sentir bon mais qu'il y avait aussi cette approche un peu médicinale que je trouve très intéressante voilà



C2 : Alors là qu'est-ce qu'il se passe ?

Marie : Ben voilà c'était cette salle là justement ben ça c'était le vinaigre des quatre voleurs

C2 : D'accord donc on peut aller un peu plus loin alors. Ça c'est toujours le même environnement ?

Marie : Oui

C2 : Donc on va encore un peu plus loin. Vous êtes attentives hein ? Là on dirait qu'on a changé de salle.

Marie : Là on est éventuellement sur le point de sortir de la salle

C1 : Peut-être que vous aviez un peu de mal à circuler avec les personnes qui faisaient la visite guidée en groupe ?

Marie : Un petit peu --- Fin du mal c'est-à-dire que c'est pas très spacieux en fait

C1 : Est-ce que ça a eu une influence sur la manière dont vous vous êtes sentis dans l'exposition ? Est-ce que ça a été contraignant, est-ce que ça vous a agacée, est-ce que ça ne vous a pas dérangée plus que ça ?

Marie : Ca ne m'a pas gênée mais bien sûr ça a une influence c'est-à-dire que soit on se dit je n'ai pas envie d'être loin du groupe parce que j'ai envie d'entendre ou alors je n'ai pas envie parce que moi j'aime bien faire ma visite tout seul tranquille ou alors dès qu'ils partent j'y vais ou alors j'essaie d'être un peu en avance donc oui ça influe sur la manière dont la visite se passe mais ça ne m'a pas du tout gênée quoi

C2 : Allez on va encore plus loin. Là on dirait que vous avez un échange avec Anne ?

Marie : Ah oui mais alors là ça n'a rien à voir avec l'exposition enfin rien à voir je lui explique tout un truc sur lequel je travaille en ce moment et que justement on avait pensé rajouter en plus des huiles essentielles qu'on fabrique un truc odorant en même temps qu'un truc visuel

C2 : Et tout ça c'est venu suite à quelque chose que vous avez vu au musée ? Comment cette idée d'en parler vous est venue ?

Anne : On est devant le costume du gantier parfumeur

Marie : Où il a toutes ses petites fioles et en même temps il a des éventails ici parce qu'en fait on a travaillé ensemble dans les arts du spectacle vivant et donc du coup le projet sur lequel je travaille c'est l'anniversaire des dix ans d'un évènement qu'on a fait ensemble donc en voyant le truc du costume tac on est dans une conversation un peu personnelle autour du fait que voilà créer un visuel c'est super mais créer un visuel qui en même temps englobe le public parce qu'il y a une odeur particulière voilà c'est super intéressant

C2 : Il avait une odeur particulière là ?

Marie : Là non en fait mais son costume lui-même était tout un tas de petites fioles dans lesquelles on peut imaginer que

C2 : On peut les attraper ces fioles ?

Marie : Non non c'est une sorte de maquette

C1 : C'est une représentation.

Anne : Il a l'air de me rendre triste là ton projet dis-doc

Marie : Non tu écoutes

Anne : Oui mais toi tu fais pas attention à moi tu regardes à côté

C2 : Ah vous avez montré quelque chose du doigt ? Vous vous souvenez de ça ?

Anne : Ah oui tu parlais d'un truc en osier rond

Marie : Je parlais des structures en fait que je fabrique et qui pourraient s'assimiler on pourrait faire une forme comme ça ronde avec au-dessus le papier de soie parce qu'on fabrique des choses comme ça --- pas ronde mais c'était pour lui expliquer que --- c'est toujours dans la même conversation

C2 : D'accord donc ça vous renvoie vraiment vers votre vie personnelle en fait.

Marie : Oui mais c'est pour ça que je suis venue c'était pour voir ce qui existe

C2 : Il y a un intérêt.

Marie : Oui oui c'est sûr Je l'ai pas tiré de mon chapeau tiens on va faire un musée aujourd'hui lequel ah tiens le parfum oui Je vis pas à Paris en fait je suis juste de passage donc je me suis dit tiens comme je suis là-dedans c'est l'occasion d'en savoir un peu plus

C1 : Donc là on a changé de pièce, qu'est-ce qui se passe ?

Marie : Ben là j'essaie de trouver une place pour pouvoir c'est là effectivement ce qu'on disait tout à l'heure c'est un peu exigü en fait dans cet endroit-là on peut pas

C2 : Ça c'est tous les autres visiteurs en groupe de tout à l'heure qui sont arrivés là ?

Marie : Voilà on peut pas ---

C1 : Les pousser ?

Marie : Ben non mais on ne peut pas lire sans les gêner moi je cherche un peu une place

C2 : Du coup on dirait que vous partez ?

Marie : Oui du coup y a d'autres choses à voir donc je vais les laisser avancer un peu

C2 : Du coup quand vous arrivez pas à trouver votre place physiquement pour lire vous êtes où ?

Marie : Ah non ça allait bien

C2 : Ça ne vous perturbe pas plus que ça ?

Anne : Moi ça m'a gênée cette proximité avec le groupe parce que ça m'a enlevé de l'attention ça m'a gênée dans l'attention que je voulais porter à certaines choses ça m'a pas gênée au point d'être de mauvaise humeur mais j'ai senti que j'avais d'être plus dans un espace personnel ou avec Marie mais d'avoir de l'espace autour de moi pour appréhender les odeurs le visuel et du coup c'est vrai que j'avais mon attention un peu et puis pas vraiment et là l'espace était un peu exigü en forme de couloir et du coup de pas trouver sa place de pas savoir c'est pareil je suis allée je suis venue je suis allée je suis venue C'est la pièce que j'ai le moins appréciée

C2 : Alors Anne vous êtes où du coup ?

Anne : Moi je suis à -1 c'est pour ça je ne suis pas non plus --- Mais ouais je suis à -1 moi

Marie : Moi ça allait je reste à +1

C2 : C'est vrai que ça ressemble un peu à un couloir donc pas forcément un endroit pour s'arrêter.

Marie : Non et puis j'avais envie de prendre le temps de lire des trucs donc je prends le temps j'attends qu'ils s'en aillent et puis quand ils sont partis ben

Anne : Pour moi le sujet j'ai moins trouvé ma place parce que quand on arrive à la mode et les parfums voyez ces panneaux là je sais pas trop ce que c'est donc j'ai survolé moi

C2 : Et vous Marie, sur ces panneaux-là vous avez le même sentiment ?

Marie : C'était pas très très clair ce panneau-là je suis restée assez longtemps et je comprenais pas très bien ce que ça venait faire là

C2 : Bon alors on va avancer encore un peu plus loin.

C1 : Là vous êtes dans cette ascension dans l'escalier, vous êtes dans un espace clair, vous vous sentez comment ?

Anne : Moi tout de suite ça m'a redonné de la fraîcheur de l'espace pour aborder autre chose

Marie : Il y a un net changement d'ambiance quoi

C1 : Et là dans cette pièce est-ce que vous sentez des choses ? Il y a beaucoup de monde ?

Marie : Oui il y a beaucoup de monde donc je suis un peu perdue

C2 : Vous balayez la zone du regard. Vous vous souvenez de ce qui va se passer là ?

Marie : En fait d'un coup je vais me bloquer sur elle et ce qu'elle dit Elle capte mon attention Elle explique par quel mécanisme on perçoit les odeurs dans le cerveau que ça prend du temps donc là j'ai un long moment d'attention où voilà tout le monde est en train d'essayer de sentir et tout moi comme à mon habitude j'attends tranquillement que tout le monde soit passé que ce soit libre à voilà il y a plus personne voilà c'est bon j'y vais

C2 : Donc là vous allez sentir ?

Marie : D'abord je regarde comment les autres font j'essaie d'étudier l'approche et une fois que j'ai compris comment ça marche je vais pouvoir faire moi-même la petite expérience

C1 : Et là qu'est-ce qu'il se passe ?

Marie : Ben là ça fonctionne tout à fait justement Donc là je me dis à l'inverse de ce que j'ai pensé avant parce que pas tout le monde peut sentir ces odeurs-là ben là pour moi ça fonctionne très bien

C2 : Vous vous souvenez de ce que vous avez senti ?

Marie : Alors celui de droite --- c'était pas une odeur très agréable C'était une odeur que je décrirais comme --- peut être que je me trompe de sous-bois un peu C'est pas une odeur Je sais pas je trouve pas le mot exact pour dire ce que je veux dire C'est plus une odeur utile qu'une odeur plaisante Je sais pas si ça fait du sens ce que je dis

C1 : C'est une odeur familière que vous avez su identifier ? Peut-être pas l'assimiler à quelque chose mais qui vous est familière.

Marie : Oui

C2 : Et vous Anne ?

Anne : Oui ben moi les deux j'ai senti le musc et c'était les phéromones c'était ça l'odeur la deuxième

Marie : Oui c'est ça les phéromones

Anne : Le musc c'était très léger par contre tu vois je me suis assimilée à un homme sur les flacons --- Étonnamment --- j'ai eu un instant où je me dis ben non le pschitt c'est les femmes mais je suis restée sur homme Êtes-vous un homme ou une femme j'étais un homme

Marie : Ah oui tu m'as demandé

Anne : Ben oui et du coup après je l'ai refait et j'étais une femme mais mon premier truc c'était homme

C1 : Et vous pensez que c'est l'odeur qui vous a influencée à mettre que vous étiez un homme et non une femme ?

Anne : Je ne sais pas peut-être oui

C1 : C'est amusant ça

Anne : Oui

Marie : Moi je me suis pas posé la question j'ai mis ni l'un ni l'autre

## La muséologie olfactive

### Une actualisation résonante de la muséalité de Stránský par l'odorat

A l'instar d'autres médiums, la muséologie permet de rendre compte d'une manière dont l'homme s'approprie spécifiquement la réalité. Cette dernière consiste à y sélectionner des objets, à les prélever, puis à les agencer dans le cadre d'expérience que constitue le musée afin de créer ce que l'on appelle une réalité muséalisée : addition de savoirs contenus dans les objets, manifestés par l'exposition, puis proposés à l'acquisition par l'intermédiaire de sa visite. Cette relation spécifique de l'homme à la réalité est appelée muséalité et telle que ci-dessus relatée, renvoie aux travaux du muséologue Zbyněk Zbyslav Stránský pour qui la collection d'objets revêt une place centrale au sein du système muséal.

Mais à l'heure du numérique connecté et de la possibilité que nous avons de voir les éléments de la réalité sans se trouver physiquement en leur présence, l'importance accordée à la collection d'objets par Stránský semble rendre sa conception de la muséalité obsolète à penser la muséologie.

Prenant par conséquent appui sur les travaux du sociologue et philosophe Hartmut Rosa, et notamment sur leur désignation du rôle joué par la perception olfactive dans la qualité de notre relation au monde, la présente recherche s'attache à démontrer que si inadéquation il y a entre les théories de Stránský et l'actualité de l'appropriation de la réalité par l'homme, elle n'incombe pas tant à la dimension physique des objets de musées, qu'à la mono-sensorialité des moyens dont il nous est permis de les entretenir. Alliant la théorie à la pratique, ce travail argumente le fait qu'actualisé au prisme du concept de résonance proposé par Rosa, les travaux de Stránský jouissent encore d'une légitimité à penser les muséologies d'aujourd'hui et de demain.

Mots-clés : musée, odeur, parfum, collection, diagnostic, dispositif, exposition, art

## The olfactory museology

### A resonant actualization of museality through the sense of smell

Like other mediums, museology shows a way in which man specifically appropriates reality. It consists in selecting objects from it, taking them out and arranging them in the museum's experimental setting in order to create what is called a musealized reality: addition of knowledge contained in objects, manifested by the exhibition, and offered for acquisition through the visit. This specific relation of man to reality is called museality and as mentioned above, refers to the work of the museologist Zbyněk Zbyslav Stránský for whom the collection of objects is central to the museum system.

But in the age of digital and the possibility that we have to see the elements of reality without being physically with them, the importance given to the collection of objects by Stránský seems to make his conception of museality obsolete to think museology.

Taking as a result the work of the sociologist and philosopher Hartmut Rosa, and in particular his designation of the role played by olfactory perception in the quality of our relationship with the world, the present research endeavors to demonstrate that if there is a mismatch between Stránský's theories and the actuality of the appropriation of reality by man, it is not so much because of the physical dimension of museum objects than the mono-sensoriality of the means of which we are allowed to maintain them. Combining theory with practice, this work argues that, updated by the concept of resonance proposed by Rosa, Stránský's works still have a legitimacy to think about museologies of today and tomorrow.

Keywords: museum, smell, perfume, collection, diagnostic, device, exhibition, art

École doctorale 267 Arts et Médias  
4 rue des Irlandais  
75005 Paris