



Le Parfum

Axelle Joussard
Mémoire DNMADE

Le Parfum

Axelle Joussard

Étudiante en Diplôme National des Métiers d'Arts et du Design

Lycée Professionnel de l'ameublement

SOMMAIRE

AVANT PROPOS

p.1

INTRODUCTION

p.3

I.

LE MONDE DU SENSIBLE

Mémoire olfactive et éducation

p6-8

Synesthésie p10-11

II.

CIVILISATION, HYGIÈNE ET INTIME

Le bois et le parfum p14-15

Rapport à l'intimité p16-17

III.

HÉRITAGE ET MODERNITÉ

Icône et Image p20-21

Philosophie du Japon p22-25

CONCLUSION

p26-28

ABSTRACT

p.29

BIBLIOGRAPHIE

p70-72

REMERCIEMENTS

p.73



AVANT-PROPOS

AVANT-PROPOS

L'enfance est une période de découverte et d'émerveillement. La vie nous offre un milieu secret au mille et une senteur à la manière d'un jardin. Nous découvrons la vie. Sensible aux odeurs depuis ma tendre enfance, l'envie de travailler sur le parfum m'a paru clair. C'est pourquoi, j'ai décidé de travailler en collaboration avec un partenaire créateur parfumeur. Riche d'une expérience professionnelle à l'étranger, mon commanditaire insuffle à ses créations la marque subtile du Japon.

INTRODUCTION

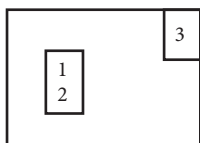
Le parfum, c'est le reflet d'une personnalité ou la manière de créer un personnage, d'affirmer son identité. Flacon épuré, au nom énigmatique, créé pour Coco Chanel, le Chanel N°5 sera un tournant décisif dans l'histoire de la parfumerie. L'odeur est rattachée à une image, elle nous permet de nous la figurer. Comparable à un alchimiste, le créateur-parfumeur manipule les formules chimiques des composants pour en extraire une harmonie colorée. Le parfum est issue de la nature, il nécessite l'action de l'homme et des procédés scientifiques. À la manière d'un parfumeur, l'ébéniste utilise la matière bois pour la transmuter en une création unique. Les premières utilisations du parfum remontent aux civilisations anciennes, notamment lors de cérémonie religieuse. Deux matériaux naturelles aux propriétés sensorielles synesthésiques, comment le bois et le parfum peuvent-ils se rencontrer ?



LE MONDE DU SENSIBLE

MÉMOIRE OLFACTIVE ET ÉDUCATION

En premier lieu, la réminiscence se traduit par le surgissement d'un souvenir. Enfouit, ce souvenir date de l'enfance. Il ne survient que lorsque l'odeur émane une nouvelle fois. Ce phénomène sera qualifié par les psychologues de syndrome de Proust. L'odorat agit comme un jeu de clefs et de serrures. Nous conservons ces odeurs en nous. Il nous arrive souvent d'avoir une odeur sur le bout de la langue sans pouvoir la définir. C'est pourquoi, quand Monsieur Proust mange de nouveau une madeleine, il retrouve ses dimanche matins à Combray.¹ L'enfance est une période d'émerveillement et de découverte. Montrés par une étude, nous savons aujourd'hui que nous construisons nos premières affections aux odeurs en tant que nourrissons.² Dans la connaissance et la reconnaissance de chaque élément, l'effet sensoriel va jouer un rôle majeur.



1. CF Annexe 1 p 32

2. CF Annexe 1p 33

3. Photographie de Marcel Proust



Suite à l'utilisation d'un sens, des stimuli sont envoyés directement à notre cerveau. Il nous permet d'identifier les dangers alentour.

L'Entraînement d'une vie, voici le secret du parfumeur. Jean-Claude Ellena écrira : « en sentant la lavande de Sault, de Ferassières, de Montbrun ou du Diois, je sens des odeurs qui m'évoquent l'odeur tendre de la mie d'un gros pain, le foin coupé humide et chaud, parfois celle de la terre rude et sèche, et d'autres fois, des senteurs fleuries et très fines, comme jasminées. En fait, je mémorise des odeurs de terroirs ».1 Intimes et familiaux, se souvenir et reconnaître les odeurs de son terroir est plus évident. Le gentil et le méchant, le laid et le beau sont des notions apprises dès l'enfance. La transmission du bon et du mauvais.

1. GONTIER Josette et ELLENA Jean-Claude, *Mémoires du parfum*, Collection L'imagier, édition équinoxe, 2003.

«*Les parfums, les couleurs et
les sons se répondent*».1

1. BAUDELAIRE Charles, *Les fleurs du mal*, édition Gallimard, 1861.p.40
2. CF Annexe 2 p.34

SYNESTHÉSIE

Au delà du phénomène culturel de l'apprentissage, la science prouve par des chiffres son application. La synesthésie touche 2 à 4 % de la population. Ce phénomène s'observe par une union des sensations. Les parfums, les couleurs et les sons se répondent. Afin de partager ses sensations éprouvées, Vladimir Nabokov, synesthète, nous partage son expérience d'audition colorée.² Deux sensations vont s'accompagner comme la vue et l'odorat. Le vocabulaire du parfumeur n'est pas inné, il est propre à chaque parfumeur. Nous possédons un degré différent de facultés olfactives. La verbalisation permet de rendre intelligibles les sensations ressenties. La transmission, le partage de l'odeur est olfactif et visuel. Nous assimilons une image à une molécule, ainsi à l'image du muguet à l'hydroxycitronnel.



CIVILISATION, HYGIÈNE ET INTIME

LE BOIS ET LE PARFUM

Précieux, le matériau l'est s'il est coûteux, rare et peu utilisé. Santal, cèdre, bouleau sont considérés comme matières premières dans la composition des parfums boisés. Le parfum se décompose en trois notes. La première arbore des fragrances fraîches et légères. La note de cœur, se déploie et se libère au bout de trente minutes d'application en des notes aromatiques. La note de fond fixe le parfum dans le temps. 1 Le parfum réagit à l'acidité et au pH de la peau. On parle plus précisément de signature olfactive ou d'empreinte olfactive. Comme on apposerait une empreinte olfactive, le bois est estampillé. Ainsi, un parfum n'aura pas la même tenue sur deux personnes. De cette même manière, l'odeur d'un parfum évolue et change avec le temps. Lorsqu'il se sera adapté à votre signature olfactive, il créera un nouvel effluve qui risque d'être différent à celui d'origine. Le bois comme le parfum se détériore très vite si l'on y prend pas garde. Ses principaux ennemis sont les températures élevées et l'oxygène de l'air (oxydation des composants).

1. CF Annexe 3 p. 40

2. Bois de Oud

Comme pour le bois, la lumière est l'un de ses principaux ennemis. L'exposition d'un bois d'amarante aux UV détériore ses couleurs ; le violet devient alors un fade marron. De même, suite à une découpe, le bois émane des odeurs. Le parfum se présentait sous forme de bois odorant. Sous forme d'encens, elles accompagnaient et accompagnent les cérémonies religieuses (utilisation de résines appartenant à la famille des burséracées).



LE RAPPORT A L'INTIMITÉ

Depuis l'antiquité, rois et reines représentant des dieux et déesses sur terre, se lavent l'esprit et le corps pour les maintenir en harmonie au moyen de bains fleuries.

Ensuite, le métier d'apothicaire regroupait celui de pharmacien et de parfumeur. À la demande de l'ouverture des posologies par Napoléon. Ces deux métiers issus de la science se sont dissociés. Antoine Daquin devient médecin attitré du Roi-soleil. Sa création, l'Eau de la Reine de Hongrie, une eau miraculeuse à base d'alcoolat de romarin fut utilisé par Madame de Sévigné, Napoléon Bonaparte, mais aussi par le roi. Elle eut un essor mémorable suite à la guérison des rhumatismes du roi. Le parfum s'étend et n'est plus seulement médicinal. Afin de masquer les odeurs, il était fréquent d'utiliser des baumes et des onguents fleuris. Les fragrances blanches du jasmin emplissaient les rues de Paris.

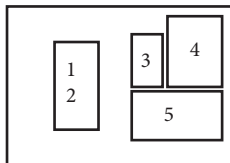




HÉRITAGE ET MODERNITÉ

ICÔNE ET IMAGE

À l'ère des médias de masse et du numérique, les rois et reines d'hiers sont remplacés par les «peoples» d'aujourd'hui. La publicité transmet des images de marque reflétant l'identité du parfum. Sa préciosité en fait un accessoire luxueux. Le designer marketing cible le public. La personne va s'identifier à l'image projetée. Des chanteurs actuels ont lancé leurs propres gammes de parfum (Lady Gaga, Justin Bieber, Katy Perry).¹ Les fans n'achètent pas le parfum, mais leur idole. La Côte d'Azur est le symbole luxueux des années soixante et soixante-dix. Le littoral français augmenta sa notoriété en flèche grâce aux stars vacancières de la Madrague (Alain Delon, Brigitte Bardot, Romy Schneider). Sobre et élégant, le parfum le plus vendus de la parfumerie a été créé pour un emblème de la mode, Coco Chanel. La renommée de Gabrielle Chanel aura une influence considérable sur la vente de Chanel N° 5.² Ainsi, les influenceurs ont toujours existé.



1. CF Annexe 4 p.52

2. CF Annexe 4 p.48

3. Parfum Chanel N°5, Ernest Beaux, 1921

4. Publicité Parfum Chanel N°5, Catherine Deneuve, 1973

5. Publicité Parfum Chanel N°5, Marion Cotillard, 2021



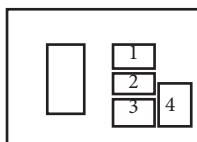
PHILOSOPHIE DU JAPON

«Enracinées dans l'histoire, leurs initiatives contemporaines tentent à la fois d'établir une continuité avec des usages qui remontent à plusieurs siècles, et d'innover».1

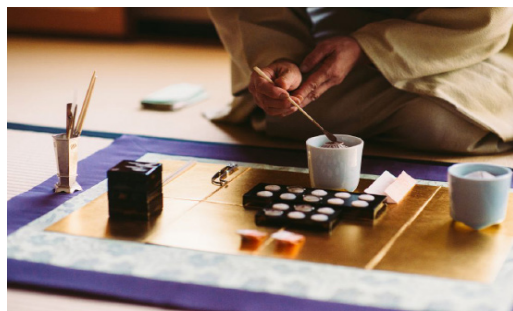
1. Guichard-Anguis Sylvie, «*Odeurs et Parfums*», Comité des travaux historiques et scientifiques, 1999. p. 30

和

Au même titre que l'Ikebana et la cérémonie du thé, le kōdō est un art traditionnel japonais olfactif subtil. Dès l'époque d'Edo, le kōdō consistait à sentir et deviner le composant du parfum. Sous forme d'encens, le parfum accompagne les rites religieux. Paix et harmonie, le Wa, ritualise les cérémonies de façon millimétrées pour conserver la symphonie des actions. Chacun possède un rôle strict à jouer. Le conflit est proscrit par la place occupée de chacun. Contemporainement, le parfum entre dans le cadre d'un parfum individualisé à la demande du client pour séduire ou désodoriser la maison. La géographie de chaque matière permet un voyage entre l'Asie et le sud de la France. Le voyage, argument de vente et de marketing, aujourd'hui, cherche à poindre vers le bien-être de l'utilisateur. Cruciaux, les gestes, les matières premières, ses connaissances permettent au parfumeur de se réaliser dans sa création.

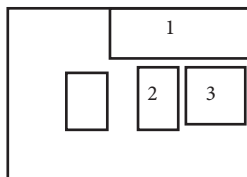


1. Cérémonie du kōdō
2. Cérémonie du thé, Toshikata Mizuno, estampe japonaise, 1897
3. Encens
4. Bouquet Ikebana

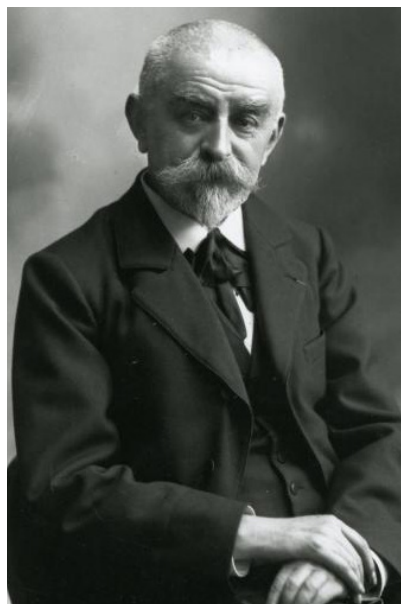


CONCLUSION

Classées par famille, les odeurs sont des notes colorées. Le vocabulaire de la parfumerie est conjointement lié à celui de la musique. En effet, le parfumeur compose comme un musicien, sur son siège, face à son orgue. L'orgue à parfum est mentionné pour la première fois et inventé, dans le roman *A Rebours* de Joris-Karl Huysmans. Créés en 1884, les parfumeurs s'accaparent ce nouveau mobilier. Le parfum est humé sur des touches ; une odeur correspond à une note ; plusieurs notes composent un accord pour former une harmonie colorée.



1. Orgue à parfum
2. Photographie de Joris-Karl Huysmans
3. Orgue (instrument)





Le parfumeur s'exprime librement avec harmonie. La subtilité demeure dans la symphonie des fragrances. Le parfum est un art subtil, traditionnel qui pourtant se réinvente. Les modes et les tendances ont inspiré leurs créateurs. Les notes subtiles qu'ils dégagent nous transportent en un voyage synesthésique où les sens sont mobilisés. Le parfum est un souvenir, propre à chacun, délicat à choisir, car évocateur de souvenirs. Son utilisation envahit notre quotidien, pour les rites religieux ou de beauté des Hommes. La posture du parfumeur n'est pas seulement celle du créateur, c'est aussi celle du sociologue.

ABSTRACT

Perfume was used since antic Egypt and Japan scents by missing design furniture. I will create a show table for my client. So, I make a piece of furniture for the nose. Inspired by Japan, precisly by shoji panel. I used contrast between black and white. Lightness, it was composed of straight lines . Shoji panel is a separation with modular panel in japenese home. In japenese philosophy, we live in harmony with nature. I explore japenese philosophy and kodo the art of aromas. The result will be an elegant, light and a two color contrast bench that will serve as a show table.



ANNEXE

ANNEXE 1

«Et tout d'un coup le souvenir m'est apparu. Ce goût c'était celui du petit morceau de madeleine que le dimanche matin à Combray (parce que ce jour-là je ne sortais pas avant l'heure de la messe), quand j'allais lui dire bonjour dans sa chambre, ma tante Léonie m'offrait après l'avoir trempé dans son infusion de thé ou de tilleul.»¹

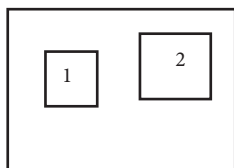
1. PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu*, édition Bernard Grasset, 1913.

«Selon une étude de l' INRA (INRA-Equipe : Benoît Schaal), les bébés naissent avec un goût prononcé pour les aliments que leur mère a absorbés durant la grossesse; Ainsi, à l'issue d'une étude portant sur 24 bébés, on a constaté que les nourrissons exposés à l'odeur d'anis sont attirés par celui-ci, si leur mère en a consommé durant leur grossesse, tandis que les autres manifestent aversion ou indifférence». 1

1.GONTIER Josette et ELLENA Jean-Claude, *Mémoires du parfum*, Collection L'imagier, édition équinoxe, 2003.

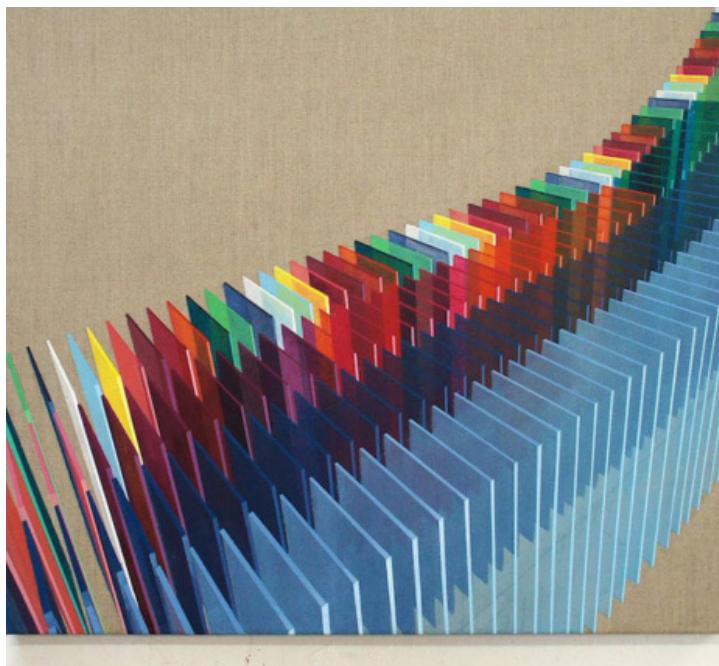
ANNEXE 2

En sus de tout cela, je présente un joli cas d'audition colorée. «Audition» n'est peut-être pas tout à fait le terme exact, puisque la sensation de couleur paraît être inhérente chez moi au fait de prononcer une lettre oralement tandis que j'en imagine le tracé. Le a long de l'alphabet anglais (sauf indication contraire, c'est à cet alphabet que je pense en écrivant ce qui suit) a pour moi la coloration du bois patiné, mais un a français évoque l'ébène polie. 1



1. NABOKOV Vladimir, *Oeuvres romanesques complètes, Autres rivages*, 1954, Révision traduction par Yvonne Couturier, Edition Gallimard, 2010.

2. Série de peintures «Synesthesia», tableau 1937-1972, Daniel Mullen et Lucy Engelman



La synesthésie, c'est l'association inhabituelle de plusieurs sens. Par exemple, chez certaines personnes, entendre une musique ou un son particulier pourra évoquer une couleur ou un goût.

En 2009, on estimait que moins de 5 % de la population était atteinte de synesthésie.

Quand les sens prennent vie

La synesthésie la plus commune consiste en l'association de lettres, mots, chiffres et nombres à des couleurs. Inconsciemment, les personnes atteintes de ce phénomène neurologique vont, en quelque sorte, mettre en place une charte graphique mentale. Dans leur esprit, les sentiments et les sensations vont dessiner des formes, trouver des couleurs, et finir par composer une image. Si les études scientifiques admettent généralement que nous sommes tous plus ou moins concernés, il n'en demeure pas moins que certaines personnes vivent la synesthésie à un niveau bien plus élevé.

Une vision d'un autre univers

Ainsi, le graphiste Daniel Mullen s'est inspiré de ce phénomène pour sa série Synesthesia. Aidé de l'artiste synesthète Lucy Engelman, Mullen a illustré sa façon de percevoir les chiffres, les lettres et le temps qui passe. Ces derniers sont traduits en séquences colorées et géométriques.

Chaque tableau exprime la représentation d'une période donnée dans l'esprit de Lucy. Par exemple, la toile représentant les années 40 à 50 affiche des lignes horizontales de couleurs rose et violette. A contrario, sur le tableau illustrant la période de 5132 à 5097 apr. J.-C., les lignes verticales sont plus fines et les couleurs plus douces.

Bien que Mullen ne soit pas synesthète, Lucy affirme que ces tableaux sont la représentation de sa propre expérience la plus proche qu'elle n'ait jamais vue. Ce projet inédit ne va pas s'arrêter là et continuera à être développé au cours des prochaines années.¹

1. Source consultée le 01 janvier 2022.
<https://www.esma-artistique.com/la-synesthesie-illustree-par-les-artistes-daniel-mullen-et-lucy-engelman/>

ANNEXE 3

Définition du parfum

Parfumer est formé (XIV^{ème} S) à partir du latin fumare (fumer) et per « à travers » (par), probablement par emprunt à une langue méditerranéenne que l'on ne peut préciser. Au XVI^{ème} siècle, le verbe reste proche de ses valeurs étymologiques, « enfumer » et « purifier par fumigation ». Il a pris au XVI^{ème} S son sens moderne « imprégner d'un parfum » (1528) parce que les premières substances odoriférantes se brûlaient (bois, écorce, encens). Se parfumer est attesté peu après. Cependant à la différence de odeur il indique déjà une odeur (naturelle ou artificielle) agréable. Par extension, il peut reprendre une valeur neutre, désignant même par antiphrase, une odeur nauséabonde (1866, Baudelaire).

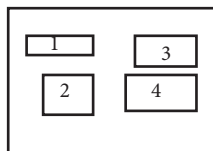
1. Le dictionnaire de la langue française, édition Le Robert, 2016

Son dérivé parfumerie apparut au XVII^e siècle (trad de Plutarque, 1616 : apothicaire et parfumerie) désigne à la fois la fabrication et le commerce des parfums et cosmétiques, le magasin qui vend des parfums et des cosmétiques (1811 ; on disait magasin, boutique... de parfumerie, au XVII^e siècle S) et, par métonymie, l'ensemble de ses produits (1773).

Parfumeur, euse (adj 1528), qui a d'abord désigné un brûleur de parfums avant de devenir le nom du commerçant (1592 : un drogueur ou parfumeur), en concurrence avec parfumeur (1637, Monet). Le mot s'applique au commerçant, à l'industriel en parfumerie, et au créateur, au fabricant de parfums.¹

De même le «nez» peut sélectionner les composants d'un nouveau parfum parmi des milliers de matières premières odorantes (ou odorants). Environ 400 à 500 matières premières odorantes naturelles, comme l'essence de rose de bulgare, ou l'absolue de jasmin, sont disponibles. Ce sont, par exemple, l'isoeugénol, à l'odeur d'oeillet, ou l'hydroxycitronnellal rappelant l'odeur du muguet.¹

Le parfum est composé d'une note de tête, une note de cœur, une note de fond. La première émanation correspond au parfum de tête lors du débouchage du flacon ou de sa vaporisation. La note de cœur va survenir entre 20 et 30 minutes après sa vaporisation souvent des notes fleuries, fruitées ou épicées. Puis, la note de fond permet de fixer le parfum dans le temps. Un parfum concentré de 20 % à 40 %, après application, tiendra plus de 12 heures. Des facteurs tels que la température corporelle, les habitudes alimentaires, l'hygiène, le sébum ou encore la transpiration influencent la manière dont un parfum sera absorbé par un corps.²



1. LASZLO Pierre et RIVIÈRE Sylvie, *Les sciences du parfum*, presse universitaire de France, coll. «Que-sais-je ?», Paris, 1997.p.80

2. Source consultée le 18 décembre 2021

Source <https://fr.eisenberg.com/pa1108/pyramide-olfactive>, consulté

3. Source *ibid*

<https://fr.eisenberg.com/pa1108/pyramide-olfactive>

4. Source consultée le 16 décembre 2021

<https://seagale.fr/fr/home/109-parfum-bleu-chic>



Parfum	Eau de parfum	Eau de toilette	Eau de cologne	Eau fraîche
Longévité : +12 heures	Longévité : 8-12h	Longévité : 6-10h	Longévité : 4-6h	Longévité : 2-4h

FAMILLES OLFACTIVES

Composition principale des familles :

Aromatiques	Fleurie	Chyprée	Hespéridées
Absinthe	Aubépine	Bergamote	Baies de Goji
			
Aneth	Belle de nuit	Ciste Labdanum	Bigaradier
			
Anis	Chèvrefeuille	Jasmin	Citron
			
Camomille	Cyclamen	Mousse de chêne	Clémentine
			
Champagne	Fleur de cerisier	Patchouli	Limette
			
Lavande	Fleur d'oranger	Rose	Orange
			
Menthe	Tubéreuse		Orange verte
			

Fougère	Boisée	Orientale
Géranium	Bois de Santal	Benjoin
		
Lavande	Cèdre	Cognac
		
Mousse d'arbre	Patchouli	Curcuma
		
Mousse de chêne	Vétiver	Datura
		
Vétiver	Cyprès	Bois de Santal
		
	Bois de Oud	Cannelle
		
	Galac	Myrrhe
		



Les familles olfactives dites « féminines »

- Orientaux



- Chyprée



- Floraux



- Hespéridés



Les familles olfactives dites « masculines »

Source consulté le 14/12/2021
<https://www.olfastory.com/famille-olfactive.html>

- Aromatiques



- Orientaux



- Boisées

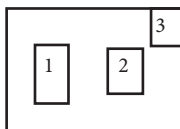


- Hespéridées



ANNEXE 4

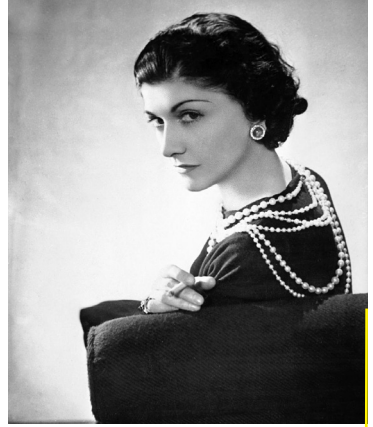
COCO CHANEL



1.Parfum CHANEL N°5, Ernest Beaux, 1921

2.LASZLO Pierre et RIVIÈRE Sylvie , *Les sciences du parfum*, presse universitaire de France, coll. «Que-sais-je ?», Paris, 1997.p.52

3. Photographie de Coco Chanel



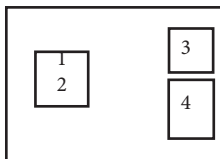
Coco Chanel fut la première, en 1921, à adopter un simple numéro pour nom, le N°5. Ce choix fut très audacieux pour l'époque, en totale rupture avec les noms romantiques d'alors, tels Amour Amour ou Nuit de Noël. Aujourd'hui, des dizaines de maisons ont repris ce concept. Ainsi en témoignent 1000, Le Dix, First, Azarro 9...

Le flacon revêt aussi des formes épurées, sobres, sans pour autant manquer de caractère. Les flacons de N°5 (Chanel, 1921), Miss Dior (C.Dior, 1947), Arpège (Lanvin, 1993), Tendre Poison (C.Dior, 1994), Paris (Yves Saint-Laurent, 1983), Calèche (Hermès, 1961), cK one (Calvin Klein, 1995), l'Eau d'Issey (Issey Miyake, 1992) sont autant d'exemples. 2

L'IMAGE FAIT VENDRE

« Vous savez, on me pose des questions... Par exemple : Que portez-vous pour dormir ? Un pyjama, un bas de pyjama ? Une chemise de nuit ? Alors, j'ai répondu Chanel N°5. Parce que c'est la vérité ! Vous comprenez : je ne vais pas dire nue ! ». 1

« Toutes les 30 sec il se vend cinq produits de la gamme N°5 dans le monde. Plus qu'un parfum, N°5 est un mythe, œuvre d'art olfactive qui suggère luxe et élégance ». 2



1. Interview Marilyn Monroe, journaliste Goerges Belmont, Magazine Marie Calire, 1960

2. Extrait vidéo N°5 de Chanel, Picardie Première, 14 février 2002

2. Dyptique Marilyn, Andy Warhol, 1962

3. Photographie Marilyn Monroe, Bob Beerman, 1953



- Katty Perry



- Lady Gaga



- Justin Bieber



INTERVIEW PIERRE BÉNARD



Pierre Bénard Ségu : Directeur artistique olfactif
d'Osmoart depuis 2003

Bac de biochimiste

Accompagnement d'un docteur en biotechnologie végétal

Designeur de parfum et d'odorisation de lieux et
d'évènements

Parfumeur à Grasse

Collaboration avec Dior

Professeur en parfumerie à Paris

Travail à l'étranger, en Chine, Japon

Conférencier : Ecouter les parfums, Parfumeur d'orgues
et Orgues à parfum, Le parfum fantôme,...

*«Être proche du naturel, être à la source. Celle qui remplit les plus
beaux flacons et parfume d'âmes végétales et humaines qui la
produisent. Ceci est du vivant, ceci est de l'amour.»*

Rencontre parfumée

Passionnée par les odeurs, il m'est apparu évident de travailler sur le sujet du parfum. A l'annonce de mon souhait, mon professeur monsieur Passebosq, en qualité de professeur d'art appliqué, m'a évoqué le nom de Pierre Bénard. Nez, parfumeur et créateur, tout de suite emballer par mon projet, nous avons convenu d'un rendez-vous. Durant les vacances d'été de 2021, j'ai pu le rencontrer afin d'obtenir une interview. Contrairement à d'autres parfumeurs, son approche est synesthésique. C'est à dire, qu'il ne mobilise pas seulement le sens olfactif mais tous les autres sens, la vue, le toucher et le goût par des animations. Éveiller par les odeurs, un manque de connaissances devait être palier par un professionnel. Impatiente et impressionnée, j'ai passé deux heures incroyable à questionner Monsieur Bénard. A la fin de l'entretien, j'ai été aspirer par la cacosmie des odeurs senties. J'ai pu observer et comprendre l'usage principal du matériel. Comment sentons-nous les parfums ? Quel est l'origine du parfum ? D'où viennent-ils ? Beaucoup d'interrogations, auxquels je devais répondre.



Pourquoi avez-vous choisis ce logo et le nom « Osmoart » ?

Osmo en grec signifie odeurs donc l'art de composer les odeurs. Le logo est une tubéreuse, une plante majoritairement employé dans la parfumerie. Elle est utilisée en note de fond pour les parfums.

Comment pouvons-nous sentir le parfum ?

Qu'est ce qu'une odeur ? Est ce que ça existe ?

(silence puis balbutiements de ma part)

En faite, j'aime parler de senteurs plutôt que d'odeurs. L'odeur ne peut pas exister sans molécules volatiles. Le bulbe olfactif entre les deux yeux capte les odeurs qui sont des molécules volatiles. Si elles n'étaient pas volatiles, on ne pourraient pas les sentir. Au niveau du nez, je prends souvent l'exemple d'un jeu de clé et de serrures, ce sont l'imbrication des cellules olfactives qui permettent de donner des informations. L'information remonte au cortex, partie du cerveau dites « du souvenir ».

La mémoire réagit après la première sensation de l'odeur. C'est d'ailleurs cette partie du cerveau qui permet d'indiquer un danger.

Pourquoi certaines personnes ne peuvent sentir des odeurs ?

Plusieurs phénomènes peuvent intervenir, la cacosmie, l'anosmie et la fantosmie. Les personnes affectées du covid ont souffert d'anosmie, la perte d'odorat. D'autres ont ressentie une fantosmie, elle se caractérise par la perception d'odeurs qui ne sont pas dans la pièce. Beaucoup de personnes, sentaient de l'oignon moisie dans la pièce qu'ils occupaient.

A quel période la parfumerie a-t-elle éclos ?

La parfumerie a débuté en Égypte ancienne. A cette époque, ils utilisaient des bois odorant. Les sarcophages étaient en cèdre, il permettait de protéger les momies par leurs actions anti-mites.

En Égypte, on utilisait des parfums pour les actes religieux. L'Égypte conserve un mysticisme avec tout ces encens qui se consomment. Il consistait à brûler des résines et des feuilles pour communiquer avec les dieux. Le parfum possédait une valeur mystique.



Pouvez-vous m'en dire plus sur l'histoire de la parfumerie ?

Grâce à la science, le procédé chimique de la distillation a permis d'utiliser l'eau de distillation. En 1400, le premier parfum à base d'alcoolade de romarin a appartenu à la Reine d'Hongrie. L'alcoolade de romarin est connu pour ses vertus purifiantes. Les bactéries ne peuvent pas se former dans l'alcool. Elle était utilisée en lotion comme médicament. A cette époque les apothicaires rassemblaient le métier de parfumeur et de pharmacien. Elle fut la première eau de Cologne avec laquelle, on se gargarise. Napoléon se gargarisait, la buvait et se parfumait avec de l'alcoolade de romarin. Il le mettait dans sa botte afin d'en posséder

à chaque instant. Napoléon demande d'ouvrir les posologies. Mais un désaccord survient alors entre les apothicaires et les pharmaciens. Les parfumeurs deviennent indépendant des pharmaciens. En 1900, le parfum à la violette était tendance. Les hommes se parfumaient peu, les parfums conservaient des notes boisés avec par exemple l'accord fougère et le parfum de Chypre. La fougère était utilisé dans les produits de rasage pour homme. C'est pourquoi, on associait automatiquement la fougère à l'homme.



J'ai pu remarquer que vous utilisiez un vocabulaire similaire à celui du musicien.

Le parfum est une harmonie, composé par des accords olfactifs. Les notes sont senties par des touches de parfumeur ou mouillettes. Un orgue à parfumeur est un mobilier en demi cercle avec toutes les matières. Sa forme permet de faciliter la saisie des flacons pour ne pas se déplacer et chercher inutilement. Les odeurs sont classées en un registre de couleurs appelé également couleurs de son. Je donne une conférence, Orgues à parfum et parfums d'orgues, le dimanche 10 octobre à 11 h à l'église de Gésu, à Toulouse. Nous organisons une rencontre avec la synesthésie entre organiste, directeur des orgues et Pierre Bénard. A la manière d'un musicien, le parfumeur compose comme un musicien, il appuie sur plusieurs touches

pour créer un accord.

L'Orgue à parfum est plus d'ordre théâtrale. Il sert pour des animations, des expositions au musée.

Le musée de Grasse en possède un mais il n'est pas d'usage que tous les parfumeurs en possède un. Le parfum Grassois est une industrie et possède un contrôle qualité.

Fragonard ne crée pas ses parfums. Cette maison expose l'histoire et le business autour de la parfumerie.

Comment devient-on parfumeur ? Sommes-nous un nez parfumeur de façon inné ?

Pour devenir parfumeur, on apprend à reconnaître les odeurs. Le parfumeur doit se souvenir pour créer un parfum, pour composer. Chaque nez à la base possède plus ou moins de sensibilité neurologiques, de perceptions olfactives. Devenir parfumeur est un entraînement de tous les jours, comme les musiciens. Les musiciens pratiquent tous les jours, ils se remémorent les sons. Souvent des années de travaux sont nécessaires. Le parfumeur peut ressentir des anosmies partielles.

(inhalation des huiles essentielles)

Chaque parfum possède une classification d'odeurs, les fruités, les floraux à fleurs blanches, jasminés. Les suaves, les herbacés, les sylvestres, les animalesques avec les cuirs, sivet et musc.

(me montre un coffret)

Les élèves de Jean ont créé des coffrets qui permettent de classer par odeurs et couleurs de boîtes. Les 32 odeurs sont stockées par classe avec différentes couleurs. Je fais des formations sur un week-end de 4 heures. J'aborde une thématique afin que la mémorisation des odeurs soit plus facile. Les épices chaudes comme la cannelle, le cumin sont utilisées en note de fond. Elles permettent de lui apporter du corps et de fixer le parfum dans le temps.

Nous pouvons les caractériser comme lourdes et à la fois en possession d'une fraîcheur tannique.

Que pensez-vous de la place qu'occupe la parfumerie dans notre société actuelle ?

Le parfum devient un acte de séduction. On se parfume pour séduire, pour exister. Il permet de se personnifier. Les gens font de plus en plus de parfum sur mesure. Il n'existe plus de parfum pour homme et pour femme. Il n'existe plus de genre. Les hommes portent du Shalimar et ma mère portait le parfum eau sauvage. Le genre est un marketing de produit. Aujourd'hui, nous ne voulons plus faire partie d'une communauté, ni d'un genre mais nous recherchons une distinction face aux autres.

La publicité de Mugler où l'on voit le marketing extraterrestre, vous savez. Eh bien, elle prône le non genre. Je vois plus mes parfums comme des personnages.



**Faites vous des parfums sur mesure ?
Comment arrivez-vous à définir un
parfum pour une personne ?**

Je suis un peu éloigné de tout donc j'en ai eu fait mais j'en fais moins aujourd'hui. Mais oui j'en fais. Il m'est arrivé de créer des logos olfactifs pour une entreprise, une enseigne. Faire un parfum pour quelqu'un ou choisir un parfum pour une personne est compliqué. Chacun a différentes affections aux odeurs en rapport aux souvenirs bien-sûr. Mais aussi en fonction de ce qu'elle aime, de ses passions, de ses hobbies. Il faut déclencher une sensation de bien-être. Pour ça, il est intéressant de se référer à des parfums que la personne aime déjà. En fonction de ce que la personne nous inspire. Les fleurs blanches avec le jasmin vont évoquer la fraîcheur ou la rose, le romantisme.

Il faut faire un parfum pour que la personne se sente bien. Lorsque je crée des parfums, je crée ma propre histoire.

« Je créé ma propre
histoire »

JAPON

INTRODUCTION

Le Japon est un pays complexe qui possède des moeurs et coutumes très éloigné des nôtres, bien que étudier cela restera notre interprétation d'européen. Cette étude sur le Japon comportera deux axes fondamentales. La tradition, pour comprendre les valeurs, l'histoire, les moeurs les coutumes et plus globalement ce qui constitue « l'ancien Japon ». Puis dans un second temps, le développement du pays et de son industrie qui conduira au design moderne actuel.

L'ANCIEN JAPON (ÈRE EDO 1603-1868)

Après les nombreuses guerres féodales, le shogunat Tokugawa règne en maître sur la quasi totalité du Japon dont Edo (ancien nom de Tokyo) siège du shogunat. Les Tokugawa cherchent à réorganiser l'État et garantir la paix et l'harmonie dans le pays. Pour cela, ils mettent au point un système très hiérarchisé grâce auquel ils peuvent contrôler le pays. Cette époque se caractérise aussi par une fermeture du pays, appelée « sakoku ». Le mobilier, la culture qui ressortira de cette époque fera office de ciment de base pour comprendre les différences avec les prochaines

Japon et l'éthique de la perfection

Durant tout le Japon féodale, les métiers et la création est sacralisée. Les objets ont une âme donné par le créateur ; qui sont eux même considéré comme trésor vivant.

Idéologie et croyance / valeur

Animisme	Le Wa	Wasi Sabi
• Respect des ancêtres • Règles précises • Qualité de l'objet : dépend du cheminement qui conduit à la fabrication	• Harmonie • Geste • Nature • Perfection	• Réparation • Manification du défaut

Comprendre le Wa :

1. L'éloge de l'ombre, Jun'ichirō Tanizaki, 1933

Estampe ou Ukiyo-e

Apparu et développé à l'ère d'Edo les estampes ou Ukiyo-e sont des œuvres qui servent à communiquer. Besoin essentiel pour la stabilité du pays, il sera encouragé par une forte éducation du pays japonais.¹

Style de l'estampe

- Stylisé
- Synthétique
- Linge souple, ondulante
- Rythme
- Capter des moments de vie
- Utilisation du vide
- Exposer, montrer les évidences



	1

1. La grande vague de Kanagawa, Hokusai, 1830

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux

- BAUDELAIRE Charles, *Les fleurs du mal*, édition Gallimard, 1861.

-GONTIER Josette et ELLENA Jean-Claude, *Mémoires du parfum*, Collection L'imagier, édition équinoxe, 2003.

-NABOKOV Vladimir, *Oeuvres romanesques complètes, Autres rivages*, 1954, Révision traduction par Yvonne Couturier, Edition Gallimard, 2010.

- RIMBAUD Arthur, «*Voyelles*», première publication dans la revue *Lutèce*, 1883, puis in *Cahiers de Douai*, réédition Nathan, Paris, 2018.

- SÜSKIND Patrick, *Le Parfum, Histoire d'un meurtrier* (1985), traduction française par ..., Paris, Librairie Arthème Fayard, 1986.

- Guichard-Anguis Sylvie, «*Odeurs et Parfums*», Comité des travaux historiques et scientifiques, 1999.

- PROUST Marcel, *A la recherche du temps perdu*, édition Bernard Grasset, 1913.

- LASZLO Pierre et RIVIÈRE Sylvie , *Les sciences du parfum*, presse universitaire de France, coll. «Que-sais-je ?», Paris, 1997.

- TANIZAKI Jun'ichirō, *L'éloge de l'ombre* (1933), traduction française, Paris, édition Publications orientalistes de France, 1977.

Dictionnaires

- Le dictionnaire de la langue française, édition Le Robert, 2016.

- Source CNRTL
<https://www.cnrtl.fr/definition/parfum>

- REY Alain, Dictionnaire histoire de la langue française, édition Robert, Paris, 1992.

Documentation électronique

- PETIT Franck, *N°5 de Chanel*, INA,
<https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/am00001262343/ndeg5-de-chanel>, mis
en ligne le 14 février 2002, consulté le 16
décembre 2021.

Sitographie

- Source consultée le 01 janvier 2022
<https://www.esma-artistique.com/la-synes-thesie-illustree-par-les-artistes-daniel-mullen-et-lucy-engelman/>

- Source consultée le 18 décembre 2021
<https://fr.eisenberg.com/pa1108/pyramide-olfactive>

-Source consultée le 16 décembre 2021
<https://seagale.fr/fr/home/109-parfum-bleu-chic>

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon directeur de mémoire, Monsieur Passbosc Jean. Je le remercie de m'avoir encadré, orienté, aidé et conseillé.

J'adresse mes sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et ont accepté de me rencontrer et de répondre à mes questions durant mes recherches.

Je remercie mes parents, Christophe et Marie, qui ont toujours été là pour moi. Je remercie mes grands-parents Jacqueline et Jean pour leurs soutient. Merci à Thierry et Eveline pour leurs corrections.

Enfin, je remercie mon compagnon, mes amis qui ont toujours été là pour moi. Leur soutien inconditionnel et leurs encouragements ont été d'une grande aide.

À tous ces intervenants, je présente mes remerciements, mon respect et ma gratitude.

