



Docteur ANNICK LE GUÉRER

LA RECONNAISSANCE ARTISTIQUE DU PARFUM

En janvier 2012, a eu lieu un événement considérable pour le monde de la parfumerie. Le Ministère de la Culture « se mettait au parfum » et organisait dans la galerie de Valois une exposition consacrée aux parfumeurs¹ en même temps qu'il décorait plusieurs d'entre eux de l'Ordre des Arts et Lettres. Une grande satisfaction pour ces créateurs méconnus, devant cette première reconnaissance officielle du caractère artistique de leur activité. Mais, après avoir mis le pied dans ce haut lieu de la politique culturelle, il leur reste encore à obtenir le bénéfice de la propriété littéraire et artistique qui protège, en principe, toute création de forme.

Sur ce point, le chemin a été et reste difficile. La Cour de Cassation, en 2006, leur a refusé cette consécration, considérant que « la fragrance d'un parfum qui procède de la simple mise en œuvre d'un savoir-faire ne peut bénéficier de la protection des œuvres de l'esprit ». Cette décision a été critiquée par de nombreux juristes. Mais, depuis lors, la Cour de Cassation campe sur cette position réaffirmée par un arrêt du 1^{er} juillet 2008².

Cette consécration tardive s'explique par le mépris dans lequel l'odorat a été pendant des siècles tenu par les philosophes et les scientifiques. Considéré comme un sens inférieur, trop lié à l'animalité, à la sexualité, à l'émotion, ce n'est qu'à partir des années 80 qu'il a commencé à être vraiment réhabilité³.

Pour beaucoup de philosophes, l'odorat est, en effet, un sens du besoin, primitif, archaïque, davantage au service du plaisir sensuel que de la connaissance et incapable de donner naissance à un art. Platon et Aristote estiment, par exemple, qu'il procure des plaisirs moins purs, moins nobles, que la vue et l'ouïe, Kant le juge inutile et ingrat, Hegel et Bergson l'excluent de la sphère esthétique. Inutile aussi de chercher une revalorisation du côté des psychanalystes. Pour Freud et ses héritiers, c'est un sens archaïque, lié à une sexualité dévoyée, et dont l'effacement est indispensable à la vie en société et à l'accession à la dimension esthétique⁴.

¹ « *Le Ministère est au Parfum* », Commissaire scientifique Annick Le Guérer, scénographie Le Garde Temps

² Cf. Cour de Cassation, chambre commerciale, 1^{er} juillet 2008, Dalloz 2009, 1182, note B. Edelman

³ Cf. Le Guérer A., *L'Odorat, un sens en devenir*, Paris, L'Harmattan, 2004.

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



Aujourd'hui, après un long et injuste discrédit, l'odorat focalise l'attention des scientifiques, du marketing, des artistes et l'olfactif est de plus en plus présent dans de nombreuses manifestations culturelles.

Malgré l'abondance des lancements, le parfum qui traverse le temps continue de nous fasciner parce qu'il a joué et continue de jouer dans la vie des humains un rôle considérable. Loin d'être le « luxe le plus inutile de tous », comme l'affirmait le naturaliste latin Pline l'Ancien, il est révélateur de la société qui le produit. Il en reflète les valeurs, les problèmes, les évolutions⁵.

L'Égypte pharaonique où la religion domine toute la vie sociale, en fait la « sueur des dieux » et les rapports organiques, charnels, humoraux qu'il entretient avec eux sont fortement affirmés dans les rituels funéraires qui divinisent le défunt en faisant de lui un « Parfumé », un dieu.

Pendant les rituels d'embaumement, les prêtres annoncent au défunt, rempli de myrrhe et de cannelle, que le parfum des dieux pénètre son corps, raffermissent ses chairs, fortifient son esprit. Grâce au parfum, le défunt échappe à la putréfaction et accède à la vie éternelle. C'est pour cette raison que les Égyptiens craignaient de mourir dans les pays où les rituels d'embaumement n'avaient pas cours.

Dans l'Europe du Moyen Âge, du XVI^e et du XVII^e siècles, parcourue d'épidémies incessantes, pommes de senteurs et gants parfumés sont les moyens d'une élégance prophylactique, répondant à la hantise de la contagion par le contact de l'autre, ses effluves ou l'air pestilent.

La vogue des pommes de senteurs est liée à la grande peste noire de 1348 qui décime l'Europe. Ces boules creuses en or ou en argent, serties de perles ou de pierres précieuses, sont munies de chaînettes permettant de les porter au cou, au doigt ou à la taille. Elles contiennent, outre des matières végétales comme les roses, la marjolaine, le basilic, la sarriette, la menthe, le clou de girofle, le storax, l'encens, la myrrhe, des produits animaux tels que le musc et l'ambre gris rapportés par les Croisés de leurs lointaines expéditions au Moyen-Orient. Les sécrétions du chevrotin porte-musc et du cachalot sont en effet créditées à cette époque de vertus thérapeutiques, relaxantes et fortifiantes.

⁵ Cf. Le Guéner A., *Le Parfum des Origines à nos jours*, Paris, Odile Jacob, 2005.



Le souci de se protéger de l'épidémie est aussi à l'origine des GANTS PARFUMES mis à la mode en France lorsque Catherine de Médicis vint, en 1533, épouser le futur Henri II. Ils sont à l'origine du développement de la parfumerie française car Colbert, ministre de Louis XIV, pensant que la parfumerie avait un grand avenir, dotera les gantiers-parfumeurs de statuts solides. Leur confection est longue et délicate. Les gants taillés dans diverses peaux de bêtes, allant du chevreau au loup, sont ensuite cousus puis disposés dans des caisses entre des couches de fleurs qui sont renouvelées toutes les douze heures. Ce traitement appelé « mise en fleurs » dure au moins huit jours.

Dans certaines recettes où la civette, était présente, il était possible de mêler au santal, à l'iris, au jasmin, au benjoin, à le fleur d'oranger... du poison. L'odeur particulièrement forte de la sécrétion du chat civette permettait ce camouflage. Le parfumeur de Catherine de Médicis, René le Florentin, fut arrêté pour avoir fabriqué des gants empoisonnés et Madame de Maintenon elle-même fut accusée aussi d'avoir cherché à attenter à la vie de la dauphine par ce moyen.

Rien d'étonnant donc si les parfums actuels sont à l'image des problèmes ou des aspirations du monde contemporain. *Opium*, *Kif* ou *Haschich* résonnent en écho à la montée du phénomène de la drogue, *CK One*, avec son flacon minimaliste, au désenchantement, aux difficultés d'insertion sociale de la jeunesse et à la brutalité des mœurs. La vogue des parfums sucrés et « cocooning » s'inscrit dans un contexte d'anxiété face aux aléas économiques, aux menaces terroristes et exprime le besoin de se créer une petite bulle rassurante d'où l'on puisse voir la vie en rose. *Bois d'Encens*, *La Liturgie des Heures*, *Eau des Missions*, *Parfums de sainteté* font écho au retour du religieux.

Produit de luxe ou de grande consommation, le parfum est aussi un objet culturel et le miroir de la société.



LA SÉPARATION DE LA PARFUMERIE ET DE LA PHARMACIE

Une première étape dans la reconnaissance artistique du parfum a cependant été franchie lorsque la parfumerie s'est séparée de la pharmacie. Dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, l'affaiblissement du crédit thérapeutique accordé au parfum permet à la parfumerie de prendre ses distances avec la médecine et la pharmacie en même temps qu'un nouvel essor.

À une époque où triomphent les philosophies sensualistes, les parfumeurs cherchent avant toute chose à flatter l'odorat et non plus à protéger des maladies et à soigner. Cette rupture avec le passé est affirmée avec force par le parfumeur et distillateur Antoine Dejean. Dans son « *Traité des odeurs* », il déclare, en 1777, ne vouloir se préoccuper que de plaire aux bien-portants avec de bonnes odeurs. Les malades en quête de parfums salutaires les chercheront dans les ouvrages des médecins et des apothicaires.

Un décret impérial de 1810, promulgué par Napoléon, aboutira à l'autonomisation complète de la parfumerie. Il obligera les parfumeurs qui mettent sur le marché des eaux de senteurs médicinales à soumettre leurs formules à une *Commission des remèdes secrets*. Plutôt que de les dévoiler, la plupart préféreront, par peur du plagiat, renoncer aux recommandations thérapeutiques.

L'ARRIVÉE DE LA CHIMIE DANS LA PARFUMERIE ET SON RAPPROCHEMENT AVEC LES AUTRES ARTS

L'arrivée de la chimie dans la parfumerie, en donnant au travail du parfumeur un caractère plus scientifique, plus intellectuel et en élargissant sa palette, va favoriser la reconnaissance artistique du parfum.

Au cœur de la vie littéraire, artistique et musicale de son temps, George Sand, grande olfactive et amoureuse du parfum, anticipe un courant de pensée qui dans la seconde moitié du XIX^e siècle cherche des correspondances entre les couleurs, les sons et les parfums. Une comparaison est faite entre l'art du parfumeur, du poète, du peintre et surtout du compositeur de musique.



Avant Baudelaire qui affirme que les parfums, les couleurs et les sons se répondent, elle s'intéresse à ces correspondances et écrit dès 1853 : « Il y avait longtemps que l'harmonie des sens lui avait semblé répondre, d'une certaine manière, à l'harmonie des couleurs, mais l'harmonie des harmonies, il lui sembla que c'était le parfum ».

La composition olfactive, enrichie de l'apport des notes chimiques qui élargissent le registre du parfumeur, est perçue un art comparable à la musique. Harmonie olfactive et musicale se répondent. Comme la musique, le parfum se déroule dans le temps et comme le musicien, le parfumeur cherche des "accords" et compose à partir de "notes" de tête, de cœur et de fond qui constituent la partition de sa création.

Et Septimus Piesse, un chimiste parfumeur anglais imagine de secrètes correspondances entre les notes musicales et olfactives. Ainsi, dans une clef de Sol, la civette correspondrait au Fa, la verveine au Mi, la citronnelle au Ré, la menthe poivrée au Si, la lavande au La, le magnolia au Sol... Pour faire un "bouquet accord de Do", il faut du santal, du géranium, de l'acacia, de la fleur d'oranger et du camphre, tandis qu' un "bouquet accord de Fa", nécessite musc, rose, tubéreuse, fève tonka, camphre et jonquille.

Solfège très personnel, mais révélateur de cette pensée nouvelle qui revendique pour tous les sens, y compris l'odorat, la faculté d'engendrer un art et qui souligne les interactions de toutes les formes d'expression, picturale, littéraire, musicale et olfactive. Egalement impalpables, musique et parfum conjuguent leurs nuances infinies et, par leur évanescence même, se prêtent à l'expression et à la transmission des émotions les plus subtiles.

Grand admirateur de Septimus Piesse, l'écrivain Joris Karl Huysmans, célèbre dans son roman « *À Rebours* » l'avènement du parfumeur créateur qui s'aventure à s'écarter de la nature : "Il n'était pas 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 oeil ⁶".

Avec *Jicky* (1889), la "dénaturation" causée par les produits de synthèse est accueillie en tant qu'expression artistique. Lancée l'année de l'inauguration de la tour Eiffel, la création d' Aimé Guerlain est également contemporaine de l'impressionnisme. Au moment où la peinture s'éloigne du réel pour élaborer son propre univers, le parfum, œuvre d'art, prend les mêmes libertés.

⁶ Huysmans J.K., *op.cit.*,p. 222.



LA CROISADE D'EDMOND ROUDNITSKA

Forte de cette prise de conscience et d'un savoir-faire incomparable, la parfumerie française va s'affirmer dans la première moitié du XX^e siècle comme la première du monde. Les Guerlain, Caron, Coty, Lubin, Patou. Dior, Chanel, Schiaparelli... vont lancer de remarquables créations.

Mais, dans les années soixante-dix, l'arrivée du marketing qui tend à dépouiller la parfumerie de son aspect artistique, en subordonnant la création à des études de marché censées évaluer les besoins du consommateur, va amener des évolutions dénoncées avec force par Edmond Roudnitska.

Cet auteur de nombreux succès comme *Femme* de Rochas, *L'Eau Sauvage* ou *Diorella* de Dior, voit dans ce nouveau partenaire, venu des Etats-Unis, une grande menace pour le statut artistique du parfumeur. De 1905 à 1940, époque de l'apogée de la parfumerie française, les parfums étaient le fait d'un petit nombre de compositeurs qui se donnaient le temps et les moyens de créer des chefs-d'oeuvres mondialement reconnus. Les Maisons de parfum avaient à leur tête des responsables qui étaient aussi des artistes mais elles sont maintenant dirigées par des gestionnaires qui traitent la parfumerie comme une matière industrielle.

Concoctés par des équipes de « mélangeurs » obéissant à la consigne de produire vite et beaucoup, la très grande majorité des parfums sont des copies, et même des copies de copies. « La copie est tellement devenue une seconde nature que dès qu'une marque sort un parfum, et avant même de savoir s'il aura le moindre succès, les plagiaires sont à l'œuvre ». Cet état de fait explique la cacophonie olfactive actuelle, le déclin des parfums français et le petit nombre d'entre eux qui connaissent un réel succès. Faute de savoir opérer une distinction entre production « de masse » qui vise le profit et création « élitiste » qui travaille dans l'optique du beau, la parfumerie française, en s'industrialisant, est menacée de banalité et à plus longue échéance de disparition.

Ce constat alarmant n'est pas cependant, pour Edmond Roudnitska, celui d'une défaite définitive. Durant toute sa vie, à travers livres et articles, il va plaider pour la réhabilitation du « beau parfum » et ouvrir les voies du redressement.



UNE THEORIE DE LA CREATION

À l'encontre de toute une tradition philosophique faisant de l'odorat un sens inférieur inapte à l'abstraction et incapable de donner naissance à un art, Edmond Roudnitska affirme que c'est un sens noble, capable d'abstraire et faisant appel à la mémoire et à l'imagination.

Pour lui, l'organe nasal passe après l'intellect et l'imagination. Comme le burin du sculpteur, l'odorat du parfumeur n'est qu'un simple outil. Edmond Roudnitska affirme que le parfumeur ne compose pas seulement avec son nez mais avec son cerveau. Il serait même capable de créer, après avoir perdu l'odorat, de la même façon que Beethoven, devenu sourd, avait pu composer la 9^{ème} symphonie.

Et il souhaite que les juristes étendent aux créations de la parfumerie l'application de la loi du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire et artistique pour faire échec aux plagiaires.

LA HAUTE PARFUMERIE

La concentration des marques au sein de grands groupes aux stratégies marketing, avant tout soucieux de développer au plan mondial une parfumerie de masse acceptable par le plus grand nombre, la politique de lancement de produits éphémères favorisant les copies au détriment de l'originalité, tout cela aurait abouti à une uniformisation et banalisation de la parfumerie..

En marge de l'industrie « lourde » du parfum qui déploie pour chaque nouveau produit, publicités, films et égéries mondialement connues, ont surgi de petites structures, qualifiées de « niches » où s'expérimentent des fragrances qui sortent des sentiers battus. Les niches, qu'elles soient totalement indépendantes ou rattachées à de grands groupes, prennent infiniment moins de risques financiers mais beaucoup plus de risques esthétiques que les grandes marques. Si la diffusion de leurs produits est restreinte, leur singularité apparaît comme une source d'inspiration ou d'imitation.

Dyptique, l'Artisan Parfumeur, Maître Gantier parfumeur, Annick Goutal, Serge Lutens, Patricia de Nicolai, Frédéric Malle, ont été des pionniers dans ce domaine. Ils ont fait la preuve que, si la créativité et l'originalité avaient certes un



coût, elles n'étaient pas exclusivement réservées aux quelques amateurs très fortunés qui peuvent passer commande d'un parfum « sur-mesure » sans aucune contrainte de prix de revient.

Les grandes marques ne pouvaient évidemment rester indifférentes au succès des « niches » et certaines se sont engagées avec plus ou moins de détermination dans une démarche davantage orientée vers l'originalité.

L'émergence depuis quelques années d'une clientèle de plus en plus riche, désireuse de produits et de services que la distribution sélective actuelle ne peut satisfaire a encore changé la donne. Pour répondre à cette nouvelle demande, Hermès, Guerlain, Chanel, Dior, Thierry Mugler, Lancôme, Givenchy, Prada, Armani etc ... ont choisi de lancer des « séries limitées », des « collections particulières », autrement dit de recréer du grand luxe au sein du luxe. Une attitude qu'on peut considérer, a priori, plus propice à l'émergence de chefs-d'œuvre, dans la mesure où les créateurs ne sont plus bridés par des impératifs économiques drastiques.

PARFUM ET CULTURE

Tout au long de son histoire, le parfum a été à l'origine de remarquables œuvres d'art.

Des balsamiques d'albâtre incrustés d'ivoire du trésor de Touthankhamon aux pommes de senteurs médiévales en filigrane d'or serti de pierreries, des flacons émaillés du Grand Siècle aux pots-pourris de porcelaine des manufactures de Sèvres, de Mennecy ou de Meissen, des créations d'Hector Guimard, René Lalique ou Emile Gallé au flamboyant flacon de baccarat dessiné par Salvador Dali pour « le Roy Soleil » de Schiapparelli, les réceptacles imaginés pendant des millénaires pour accueillir les fragrances étonnent par leur diversité et le constant renouvellement de leur esthétique

Mais, dépassant cette simple fonction inspiratrice, le parfum s'installe aujourd'hui de façon de plus en plus prégnante dans la vie culturelle, que ce soit pour y inscrire une dimension olfactive trop longtemps méconnue ou en tant que sujet même de la création.



LE PARFUM COMME DIMENSION NOUVELLE DE LA CREATION

La tentation de créer des spectacles mettant en jeu tous les sens et faisant donc appel à des arts très divers n'est certes pas nouvelle. Si elle s'exprime avec une force particulière dans la période contemporaine, on peut en trouver les prémices dans certaines festivités médiévales ou de la Renaissance.

Parfum et Musique

C'est dans le domaine musical que l'appel à la diffusion d'odeurs s'est manifesté le plus précocement.

Ainsi le compositeur-interprète de musique électronique Francis Schwartz a-t-il proposé de nombreuses réalisations qui vont de « Auschwitz » (1968) à « My Egg » (1979).

Au festival de Lucerne de 2002, l'exécution de la Shéhérazade de Ravel et de celle de Rimsky-Korsakov étaient accompagnées de la diffusion de senteurs orientales de musc, de roses, d'encens et de cannelle. Toutes expériences qui jouent sur les affinités des parfums et de la musique, comme encore les « concerts parfumés » donnés par Laurent Assoulen.

Parfum et arts plastiques

Si l'intrusion de l'olfactif dans les arts plastiques a été, au départ, plus timide, elle s'est considérablement accrue dans ces dernières années.

La parfumeuse italienne Laura Tonato a joué un rôle précurseur en ce domaine en composant, à la demande d'un amateur d'art, une évocation olfactive d'un tableau de sa collection, « L'Aurore », d'Artemisia Gentileschi, représentant une femme lumineuse appuyée à un arbre. Elle a élaboré sa fragrance à partir du chêne et des couleurs ambre et pétale d'iris de ses vêtements. Création récente, son « Caravaggio » est une illustration du célèbre tableau du Caravage « Le joueur de luth », commandée par le Musée de l'Ermitage.

Dans un processus inverse, douze designers se sont prêtés à une expérience de dessins spontanés inspirés par des senteurs abstraites concoctées à partir de molécules de synthèse par les parfumeurs de la société de création de fragrances Firmenich.

Plus surprenante encore, la percée de l'olfactif dans la sculpture avec des approches très variées.



C'est, par exemple, la création odorante du parfumeur Antoine Lie à partir d'une sculpture de Camille Claudel ou la collaboration de la sculptrice Claudine Draï avec des parfumeurs pour des senteurs destinées à habiter ses fragiles structures de papiers de soie plissés. C'est encore l'inclusion par Ernesto Neto d'épices puissantes dans le corps même de ses œuvres, ou l'utilisation par le plasticien Boris Raux de substances odoriférantes telles que le savon de Marseille ou la poudre de lessive agglomérée comme matières premières de ses sculptures.

Une expansion tous azimuts

L'expansion de l'olfactif ne se cantonne évidemment pas aux formes d'expression artistiques les plus classiques. Elle touche tous les domaines de la création.

Le ballet « Quintessence », créé lors du cinquantième festival d'Avignon, alliait déjà danse, projection d'images et diffusion de senteurs⁷. Le Musée Guggenheim de New-York a accueilli un opéra dont les personnages étaient incarnés par des parfums. Et la Société Française des Parfumeurs a organisé une « conférence-concert » où intervenaient des parfums, une pianiste musicologue et une historienne du parfum..

Les domaines de l'audiovisuel et du multimédia sont également très propices à toutes sortes d'innovations : cinéma interactif en odeurs, avec « l'Odorama » créé en 1985 à la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette, salles de cinéma projetant des films « odorisés » à Tokyo et Osaka, expériences d'« odorisation » du web et de jeux vidéo.

⁷ Ballet créé à Avignon en 1996, images, partition et réalisation de Michel Roudnitska, chorégraphie de Jacques Fabre



LE PARFUM COMME SUJET DE CREATION

Parallèlement à la pénétration de l'olfactif dans toutes les formes d'expression artistique, le parfum est devenu, à travers musées et expositions le sujet même de très nombreuses manifestations culturelles.

Les années quatre-vingts, ont vu éclore de nombreux musées consacrés au parfum : Musées Fragonard de Grasse et de Paris (1983), Musée International de la Parfumerie de Grasse (1989). Véritable conservatoire de la parfumerie française, l'Osmothèque de Versailles, née en 1990, recense et rassemble toutes les créations

existantes, mais s'attache également à retrouver la traces des grands classiques disparus et à les faire renaître. Par la mise à disposition du public d'échantillons de ses collections, ce sont de véritables archives odorantes, qu'elle livre à la curiosité et à la passion des amateurs de senteurs.⁸

Cet intérêt n'est pas circonscrit à la France. En témoignent, par exemple, le Duftmuseum de Cologne, élu en 2006 « lieu des idées » dans le cadre du projet fédéral présidentiel « l'Allemagne- Pays des idées » ou encore l'ouverture, en 2011, au Musée des arts et designs de New York, d'un département voué à l'art olfactif accueillant ateliers de création, performances et expositions.

Outre les expositions permanentes offertes par ces institutions, de nombreuses expositions temporaires viennent illustrer les multiples facettes d'un sujet dont la richesse est loin d'être épuisée.

Particulièrement ambitieuse, l'exposition, "Odeurs des Alpes", organisée à Schwyz , en 2003, par le Groupe des Musées Nationaux Suisses et la société Givaudan qui en avait réalisé les odeurs de synthèse, cherchait à dégager l'identité olfactive du pays. Grâce à des diffuseurs disposés tout au long du parcours muséal, le visiteur était invité à cerner la spécificité suisse à travers une centaine d'exhalaisons très variées : fragrances délicates des plantes alpines, effluves des fermes d'alpage, de lait, de beurre, de fromage, de vieux bouc, odeurs des

⁸ Le Guérier A., « Osmothèque, Si le parfum m'était conté » , Garde Temps, 2009.



bonbons Ricola et du chocolat et même... odeurs de l'armée suisse (graisse à fusil et camphre protégeant l'arme et l'uniforme dans l'armoire de chaque citoyen-soldat).

Dans la période la plus récente, l'engouement du public pour la découverte et l'approfondissement de la connaissance du parfum a pu se nourrir d'une véritable floraison d'expositions l'abordant sous les angles les plus divers ;

Le succès remporté par ces manifestations ne peut que réjouir les compositeurs de parfums qui, à défaut d'être considérés comme de véritables créateurs par le droit français, trouvent là une juste reconnaissance culturelle. Ils noteront aussi avec quelque ironie, que si leurs parfums n'accèdent pas au rang d'œuvres, les créations « polyartistiques » qui les intègrent, les expositions qui les présentent et les flacons qui les contiennent bénéficient sans problème du droit d'auteur⁹.

⁹ Cf. Dufour B., *Des expositions comme œuvres de l'esprit*, Revue Internationale du Droit d'Auteur, 1999, n°180, pp.2-85.