

A woman with long brown hair, wearing a white long-sleeved dress and white sneakers, stands in profile facing left. She is reaching out with her right hand towards a vertical column of four white cylindrical tubes. The tubes are illuminated from within, and a soft white mist or smoke emanates from the point of contact. The background is black, featuring several glowing white spheres of various sizes and a large, thin white arch that frames the top of the scene. The overall aesthetic is clean, modern, and futuristic.

**Traductions
olfactives
et études
scénographiques :
pour la
conception
de dispositifs
sensoriels.**

Université Toulouse Jean Jaurès
Institut Supérieur Couleur Image Design ISCID
Mémoire de Master 1 et 2

Avant - propos

Avant toute chose, il me semble important d'apporter quelques précisions pouvant guider la lecture de ce mémoire.

La première précise le contexte de réalisation de celui-ci, dans le cadre de mes deux années de mastère spécialisé en design sensoriel. Les recherches venant nourrir ma réflexion sont donc le travail de deux ans d'études et de créations au sein de cette discipline.

La deuxième se porte sur le contenu même de ce mémoire. J'ai ainsi constaté une réelle anosmie sociale induite par une volonté hygiéniste des autorités, dont les multiples causes que je développe dans ce mémoire se sont additionnées à un contexte sanitaire d'aseptisation des espaces publics. L'odeur dans l'espace et son discours sont alors devenus les points centraux de ma réflexion de designer. Le but de ce mémoire est d'expliquer la complexité d'intégrer l'odeur au sein des scénographies, par une approche à la fois sociologique, cognitive et technique du sujet. La troisième partie de ce travail traite notamment de la retranscription de ces enjeux dans le milieu urbain, dans le cadre de politiques de revalorisation des territoires.

Afin de vous guider dans la lecture de mon travail, il est essentiel d'évoquer un dernier point. La notion de scénographie explorée ici est à distinguer de celle du design d'espace. Relevant de la narration, la scénographie fait partie du design d'espace. De plus, comme je le développerai par la suite, le parfumeur est autant

Mémoire préparé sous la direction de
Madame Delphine Talbot

Présenté et Soutenu par Cécile Belet
Master Design Sensoriel

Responsable du parcours professionnel,
Madame Élodie Becheras

Année universitaire 2022/2023

que le designer, dans un processus de design olfactif acceptant une démarche collaborative avec le scénographe lors de la création de scénographies admettant des dispositifs olfactifs.

Les clés de compréhension étant énoncées, je vous souhaite une excellente lecture.

Introduction

page 8 à 11

1.

La scénographie : une discipline de la réconciliation entre architecture et odeurs ?

page 12 à 63

1.1.

L'odorat, un sens insaisissable et déprécié, mis à l'écart des arts, des sciences de la construction sociale et de la pensée.

1.2.

L'odeur dans l'espace : de l'atmosphère architecturale à la scénographie olfactive.

1.3.

La scénographie olfactive, la question du dispositif et de l'imaginaire.

2.

Recherche-Création
page 64 à 95

2.1.

Odeur et société :
une illustration dans les projets de scénographies et
de dispositifs olfactifs.

2.2.

De l'espace olfactif, à la mise en scène immersive.

2.3.

L'odeur spectaculaire : la place du spectateur actif
et sa rencontre avec le visible et l'invisible.
Comment mettre en œuvre l'immersif olfactif ?

3.

Création
page 96 à 125

3.1.

La récolte olfactive :
Outils et méthodes d'analyse de terrain.

3.2.

La cartographie olfactive spatiale et analytique.
Mettre l'odeur en 2 dimensions.

3.3.

Le discours et la forme : vers une conception for-
melle pour un spect-acteur citoyen : réintégrer les
odeurs dans la ville.

Conclusion

page 126

Bibliographie

Introduction

La propagation en janvier 2020 de la pandémie de Covid 19 a bouleversé notre quotidien. La purification des usages et des espaces est devenue le mot d'ordre de cette période. Ce contexte historique engendrant une carence sensorielle a donné lieu à de nombreuses réflexions dans le domaine du design d'espace en terme de sensorialité et de forme, discipline pouvant être définie justement comme l'action de créer de nouveaux usages.

Ces questionnements ont contribué à mettre en lumière une des spécialisations de la discipline : Le design sensoriel prenant en compte les sens dans le processus de création d'un espace, d'un produit ou d'une expérience avec comme finalité parfois, un dispositif sensoriel. Bien qu'elle soit apparue au même moment que le design, à ce titre nous entendons le moment de la création de la discipline avec le Bauhaus et ses réflexions sociales sur la sensorialité, ce domaine a finalement pris un aspect indispensable au moment de cette pandémie.

L'anosmie c'est-à-dire la perte partielle ou définitive de l'odorat, est une des conséquences physiques de la contraction du virus. Elle fit l'objet d'articles décrivant les aspects positifs et négatifs de ce trouble, et contribua à pousser le design sensoriel sur le devant de la scène, notamment dans la conception spatiale et la vie sociale. La sensorialité, définie comme l'interaction avec notre environnement par les sens, est recherchée par les usagers dans la manière d'expérimenter leur entourage. L'odorat qui fut le sens le plus impacté par le Covid est aujourd'hui un des sens les plus en

vogue dans les domaines tels que le marketing, le design de produit, et la scénographie. C'est cette dernière discipline qu'il me plaît d'explorer dans ce mémoire.

Les expériences sensorielles dans les expositions font l'objet d'un incroyable succès auprès du public, comme la Cité du vin à Bordeaux ou l'exposition Le grand numéro de Chanel plus récemment. Elles interpellent sur deux plans : sur le fond, c'est-à-dire le discours raconté, et sur la forme, les dispositifs choisis.

La première, sur le discours, ouvre des enjeux sociaux. L'odorat a toujours été un sens très animal, délaissé de la philosophie. Mais cette puissance du discours permet de développer des imaginaires au travers de l'invisible. Montrer ce sens sur la scène culturelle par des dispositifs scénographiques éducatifs et intellectuels est une combinaison de deux milieux aux antipodes, c'est-à-dire l'architecture et l'olfactif.

Quant à la seconde, dans sa forme elle ramène la possibilité de créer de nouvelles gestuelles par le développement de dispositifs innovants.

Au moment de la pandémie l'humain n'avait jamais été aussi performant dans la modification de ses usages. Autrement dit, la privation sensorielle de l'odorat nous avait enlevé une partie de notre animalité nous réduisant à notre valeur sociale, l'habitus. Il est intéressant de montrer que cet aspect animal n'est pas à dissocier d'une pensée intellectuelle, bien au contraire.

Lors de mon stage dans une entreprise de design olfactif, j'ai pu aborder la question de « l'odeur » sous différents points de vue. Un parfum est défini comme des molécules se déplaçant dans

l'air devenant olfactives au moment du contact avec la muqueuse nasale. Ainsi, les aspects techniques de l'odeur abordent des questions analogiques avec l'art le plus noble : l'architecture. Le design sensoriel plus particulièrement la scénographie pense l'espace, statique et visible conjugué avec le parfum, par essence mobile et invisible, presque organique. L'odeur peut être vue comme une forme vivante à part entière, et difficilement contrôlable, à l'inverse de l'architecture rigoureuse. Dans les scénographies d'exposition où des dispositifs olfactifs sont mis en place, les usagers sont marqués par des sensations saisissantes et enveloppantes vis-à-vis de l'odeur. Mieux, le simple fait d'éveiller à la fois la vue, l'odorat et le toucher actionne momentanément différentes parties du cerveau et est propice à imprimer plus facilement cette expérience. Conjuguer ainsi une vision globale de la conception, le design et la scénographie qui est intrinsèquement une expérience sensorielle, avec des enjeux olfactifs sociétaux et techniques est l'enjeu principal de ce mémoire. Afin de structurer ma réflexion, j'évoquerai dans une première partie l'ensemble des recherches théoriques m'ayant permis de cerner mon questionnement et les enjeux inhérents, se traduisant par de nombreuses dichotomies notamment sociales, linguistiques et de conception. Le but est de démontrer la non-préoccupation du sens de l'odorat dans tout type de réflexions scientifiques et philosophiques. Cette idée me permettra par la suite d'introduire le passage entre l'atmosphère architecturale et la scénographie olfactive. Puis je préciserai ma réflexion en développant l'aspect cognitif de la diffusion olfactive, tant au niveau du dispositif que de l'imaginaire produit.

Dans une deuxième partie, j'analyserai sur la même organisation de réflexion des scénographies et dispositifs olfactifs illustrant les problématiques de discours et de formes olfactives rencontrées dans 2 contextes différents : la scénographie d'exposition et la scénographie de théâtre.

Pour finir, ma dernière partie me permettra de glisser vers une justification de ma posture de designer d'espace et de designer sensoriel olfactif, expliquant de quelle manière la scénographie olfactive et ses enjeux techniques inspirent mon domaine d'application : le milieu urbain.

1. La scénographie : une discipline de la réconciliation entre architecture et odeurs ?

Des enjeux sociaux de l'odeur à la stimulation du système olfactif dans la scénographie.

1.1. L'odorat, un sens insaisissable et déprécié, mis à l'écart des arts, des sciences de la construction sociale et de la pensée.

La question de l'odeur dans notre société est une notion très complexe. L'absence d'études sur le système olfactif et son fonctionnement précis a donné lieu au développement de nombreux mythes et légendes autour de ce dernier¹. Il y a pourtant matière à écrire. En effet, j'ai observé tout au long de mes deux années d'études plusieurs dichotomies qui tendent à nourrir mon propos. Une première qui, semble-t-il, rappellera l'opposition philosophique entre nature et culture. Une deuxième sur les étymologies et le sens des termes « odeur » et « parfum », traduisant un clivage social important et une dernière qui semble induite par ces deux précédentes et qui sera développée plus en détail dans la deuxième partie du grand un : la confrontation entre l'architecture, cet art noble qui symbolise la structure, et l'odeur, ce flux mystérieux en mouvement constant. Cette dernière dichotomie tentera de réconcilier l'odeur et ses enjeux spatiaux par la mise en lumière d'une discipline récente, la scénographie olfactive.

1.1.1. Opposition nature / culture.

Il est tout d'abord utile d'apporter quelques précisions sur la dénomination de cette partie. Je m'inspire ici de la pensée du philosophe des lumières Jean-Jacques Rousseau qui oppose l'état de nature et celui de la culture². La pensée de celui-ci ne saurait être résumée en une phrase. Cependant, l'idée qu'il pourrait être in-

1 Annick Le Guéret, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « Introduction », Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, page 9.

2 Jean-Jacques Rousseau, 1754, *Discours sur l'origine des fondements des inégalités parmi les hommes*.

téressant de retenir afin d'introduire mon propos est que l'humain est naturellement bon et la société, responsable des inégalités, le pervertit.

L'odorat, dans notre société est rattaché à notre condition naturelle. Il est défini comme « notre système biologique humain de perception des odeurs », avec la vue, le toucher, l'ouïe et le goût, est un des systèmes sensoriels chez l'être humain « qui nous permet d'appréhender certaines dimensions ou caractéristiques de notre environnement immédiat »³. Les molécules odorantes sont conduites vers les narines par le phénomène d'inspiration, et rencontrent « les cils olfactifs d'un neurorecepteur ». Les informations olfactives reçues sont ensuite transmises au cortex cérébral⁴.

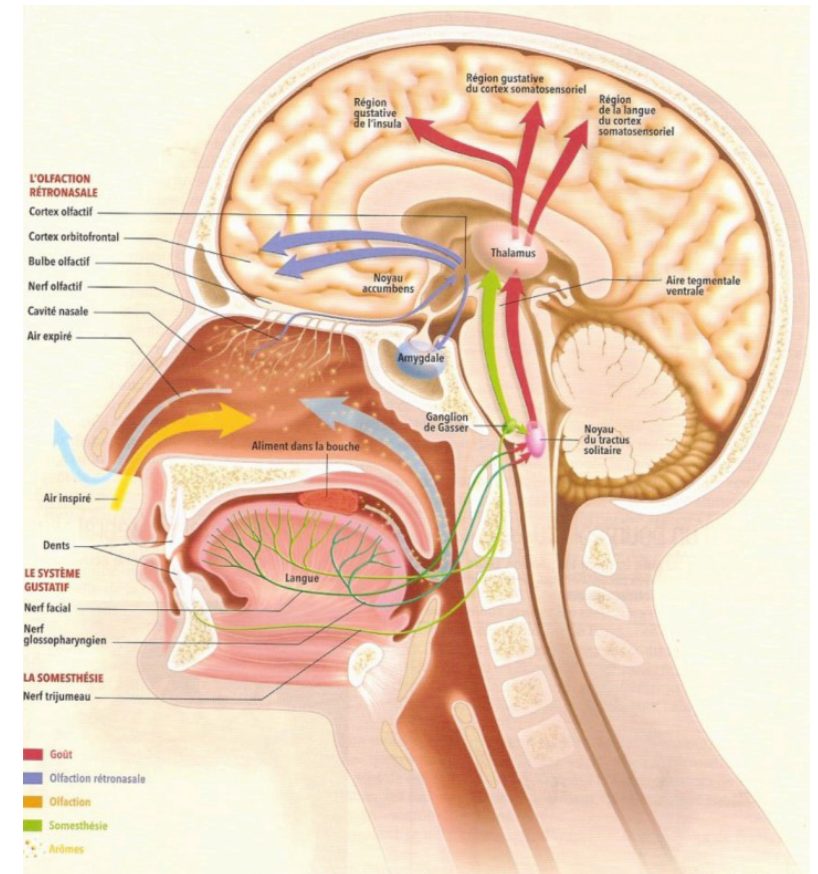


Schéma de l'odorat et de son système système cérébrale, Académie nationale de médecine.

1.

³ Jean-Louis Millot, 2018, *Le discret pouvoir des odeurs*, « L'Odorat, comment ça marche ? », Acteur de la science, L'Harmattan, Paris, page 16.

⁴ Jean-Louis Millot, 2018, *Le discret pouvoir des odeurs*, « L'Odorat, comment ça marche ? », Acteur de la science, L'Harmattan, Paris, page 26.

La part animale réprimée pour certains philosophes, tels que Kant, est prise en compte lorsque les savants s'intéressent biologiquement à ce système. Son aspect scientifique confère au sens une omission de tout milieu philosophique de la pensée et sociologique, l'approche qui nous intéresse.

« Kant le juge comme un sens ingrat, antisocial, qu'il vaut mieux ne pas développer parce qu'il occasionne plus de déplaisirs que de plaisirs et qu'il est sans-gêne, contraire à la liberté. »⁵

La vision de Kant, un des seul philosophe à avoir traité ce sujet traduis un vrai tabou en société⁶, ce dernier le jugeant par ailleurs comme un sens « moins sociable que le goût »⁷.

Alors décuplé chez certaines espèces, l'odorat est donc « refoulé » chez l'homme, comme l'explique Annick Le Guéner. Est-ce la méconnaissance du système olfactif qui a donné une peur des odeurs chez l'homme ou son inverse, qui a induit cette mise à distance ? Si la réponse à cette question n'est pas évidente, nous pouvons néanmoins constater, que cette dernière est la cause d'un déficit du système olfactif chez l'adulte. En effet, une étude réalisée pour comparer le potentiel olfactif du nez chez l'enfant et chez l'adulte

5 Annick Le Guéner, 2017, « Évolution de notre perception de l'odorat », Pollution atmosphérique [En ligne], N°234

6 Annick Le Guéner, 2017, « Évolution de notre perception de l'odorat », Pollution atmosphérique [En ligne], N°234

7 Emmanuel Kant, 1798, *Anthropologie d'un point de vue pragmatique*, « Remarque générale sur les sens externes », Traduction Michel Foucault, Librairie Philosophique J.Vrin, page 61.

démontre un lourd déficit chez ce dernier⁸.

Par ailleurs, la qualité d'immédiateté évoquée par l'auteur Jean-Louis Millot est l'aspect qui confère à l'odorat son pouvoir incroyable. L'odeur, ce flux de molécules olfactives se déplaçant dans l'air, diffuse une information à la fois biologique et culturelle interprétée par, dans un premier temps le nez, puis le cerveau. Ces deux étapes peuvent sembler uniques tant le parfum se pare d'un pouvoir d'instantanéité, dont il est parfois impossible de s'échapper.

Joël Candau parle même « *d'odoriphobie* » pour évoquer cette cause, c'est-à-dire cette idéalisation de l'aseptisation des espaces urbains de notre société contemporaine⁹.

Mais si l'odorat n'a pas sa place en société, comment pourrions-nous définir dans un premier temps une société ? D'après le dictionnaire le Larousse, l'une des nombreuses définitions du mot société, et qui fait sens avec le propos énoncé est un « milieu humain dans lequel quelqu'un vit, caractérisé par ses institutions, ses lois, ses règles : Les conflits entre l'individu et la société. »¹⁰ Nous comprenons alors que l'aspect déterminant d'une société humaine est la règle. Ce constat mis en évidence, les sens et ce qui en découle c'est-à-dire les sensations, ne répondent à aucune règle si ce n'est des règles biologiques fondées sur l'expérience. Par définition, il faut faire expérience des sensations. De plus, les lois

8 Annick Le Guéner, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « Introduction », Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, page 10. « Sur dix odeurs types, les enfants en distinguent en moyenne cinq ou six, et les adultes deux seulement. »

9 Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, « Le silence olfactif », Presse universitaire de France, page 14, « l'odoriphobie des sociétés occidentales ».

10 Dictionnaire *Larousse*, Définition de « société ».

préétablies d'une communauté permettent notamment d'objectiver le quotidien des parties de la société, la loi est la même pour tout le monde. La dichotomie entre nature et culture que je tente d'expliquer se transforme en une opposition entre objectivité de la règle sociale et subjectivité de l'expérience sensorielle, idée que je serais amené à développer dans la troisième partie de ce mémoire. Mais, une deuxième critique plus précise, reposant également sur un clivage social cette fois-ci historique, oppose le terme d'odeur avec celui de parfum.

1.1.2. Opposition étymologique odeur / parfum

« Le nouveau Monde fondé sur un hygiénisme industrialisé et un consumérisme extrême ne tolère que les parfums, pas les odeurs. »¹¹

L'odoriphobie évoqué par Joël Candau, au sein de la société occidentale, ne s'applique qu'aux odeurs jugées mauvaises, les bonnes odeurs étant désignées le plus souvent par un autre mot : le parfum. Cette tautologie, qui semble en surface n'être qu'une histoire de langage, traduit un clivage social plus profond.

Le terme odeur, étymologiquement emprunté au latin odor, est défini comme une « émanation volatile perçue par les organes de l'odorat. »¹²

11 Clara Muller, printemps été 2023, revue *Nez* n°15, « Les Meilleurs des mondes, sentir au futur. » page 32.

12 Dictionnaire *le Robert*, Définition du mot odeur.

On observe ici deux idées. La première, factuelle, renvoie à l'idée d'une source olfactive, comme une origine, traduite dans le terme même. Une idée qu'il est possible de relier au verbe d'action « flairer » et à l'expression « flairer une piste » qui évoque à la fois le verbe suivre et sentir. Il y a sans doute une connotation animale dans ce terme, principalement plus biologique que social. Mais l'idée essentielle que l'on peut rattacher à la conception spatiale, est que l'odeur est par essence in situ. Induisant une source olfactive s'additionnant au flux, elle est identifiée par l'environnement auquel elle appartient et duquel elle dépend.

La deuxième idée qui découle de la première est que le terme latin, à son origine et encore aujourd'hui, est neutre. Cette notion de neutralité va de pair avec les disciplines d'utilisation de ce mot qui sont les sciences dures, telles que la médecine ou les sciences du vivant comme expliqué précédemment. Le sens de l'odorat était notamment utilisé en médecine pour juger de la santé d'un patient atteint de la peste par exemple¹³. Cette qualité permettait ainsi d'installer les malades dont émanaient une odeur significative de leur condition en confinement et de séparer la ville en deux zones, la zone des mauvaises odeurs, et celle des bonnes.

L'odeur s'inscrit alors comme une limite spatiale et sociale au sein des villes. Cette pensée est notamment un marqueur fort dans le travail de Joël Candau, et de son ouvrage traitant de « l'expérience olfactive en milieu professionnel »¹⁴. Mais le sujet de l'interaction

13 Annick Le Guérer, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « L'odeur et la discrimination », Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, page 35.

14 Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, Presse universitaire de France.

olfactive sociale et socio-professionnelle est un consensus fort chez les spécialistes.

« Le docteur Auguste Galopin allait jusqu'à faire des émanations socioprofessionnelles un élément essentiel du choix du conjoint. « les mariages d'ouvriers se font le plus souvent entre deux personnes de la même profession. Le parfum de la femme s'harmonise avec celui de l'homme. Les bonnes et servantes épousent les jeunes gens d'écuries qui sentent le cheval et le purin. La Marseillaise respire avec volupté son mari qui sent l'ail et l'oignon ; les ouvriers en phosphore épousent presque toujours des ouvrières de la même profession qu'eux. »¹⁵

Son approche anthropologique de l'odeur met en lumière une reproduction sociale entre les catégories socio-professionnelles en fonction d'une sélection normative olfacto-culturelle.

Quant au terme de parfum, il vient étymologiquement du mot *per fume* signifiant « par la fumée ». Il porte une connotation divine et religieuse lors de sa création, et rejoint petit à petit le milieu social élitiste de la mode, relié au verbe « porter » comme on porte un vêtement. Le parfum est aujourd'hui un important marqueur social en occident. Se parfumer est un acte purement humain. C'est une manière de cacher une certaine odeur corporelle qui renvoie à notre condition première, car nous sommes avant tout des animaux. Autrement dit, en comparaison, il est possible d'admettre

15 Annick Le Guéner, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « L'odeur et la discrimination », Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, page 38.

le terme parfum comme la traduction civilisée, au sens social du terme, du mot odeur. Mon constat peut être séparé en deux idées. D'un côté, une réflexion sur le clivage hédonique et ses causes sociales ou bien innées, surgit. Puis une seconde idée sur la vision spatiale du parfum au sens de « produit odorant servant à parfumer le corps »¹⁶.

Premièrement, l'opposition entre bonnes et mauvaises odeurs, accentuée comme je l'ai souligné par cette dichotomie étymologique, a de nombreuses causes, ainsi que se le demande Joël Candau.

« Le clivage hédonique entre odeurs agréables et désagréables est-il naturellement contraint, culturellement déterminé ou bien sous l'effet conjoint de dispositions innées et d'apprentissage culturelles qui pourraient soit se renforcer mutuellement soit se contrarier. À l'évidence, ce premier axe relève du paradigme comparatiste long-temps dominant dans la discipline. »¹⁷

Relevant de normes culturels ou d'une certaine constitution biologique, ce qui nous intéresse dans ce constat est son rattachement au clivage étymologique. Le parfum est toujours rattaché à une « bonne odeur », constituant ainsi notre identité humaine, essayant de camoufler notre part animale.

16 Dictionnaire *le Larousse*. Définition du mot parfum.

17 Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, « Le silence olfactif » Presse universitaire de France, page 29-30.

« L'homme parfume de façon caractéristique la couche d'air qui l'entoure et ce, en fonction de son alimentation, de sa santé, de son âge, de son sexe, de son activité, de sa race. Sentir l'atmosphère de quelqu'un est la perception la plus intime que nous puissions avoir de lui. »¹⁸

Spatialement, un parfum est créé dans un lieu aseptisé, appelé laboratoire. Le parfumeur accorde des molécules (matières premières naturelles ou synthétiques) afin de concevoir une création. Lorsque cette dernière est commercialisée en tant que parfum, elle est autonome. Alors bien sûr, elle porte une histoire, celle de la ligne marketing attribuée au produit, mais elle deviendra par la suite chez le consommateur une partie de l'identité olfactive de ce dernier, et donc de tous ses déplacements. Le parfum, autonome, se voit alors attribué une source olfactive.

Mais il convient, en tant que designer, d'évoquer une exception à la règle : les parfumeurs créant pour la scénographie créent alors pour un lieu, et non pas pour une cible. Comment composer avec une identité olfactive spatiale intrinsèque au lieu ? Quels sont les enjeux de la cohabitation entre espace et odeur ?

Cette idée me permet ainsi de glisser vers la troisième opposition, celle de la structure et du flux, que je tenterai de réconcilier par la scénographie.

18 Annick Le Guérer, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « L'odeur et la discrimination », Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, page 35-36.

1.1.3. Opposition structure / flux

L'idée ici n'est pas de rentrer en profondeur dans l'opposition entre l'architecture et le design olfactif, dichotomie que j'explorerai dans la seconde partie sous plusieurs angles. Dans cette petite partie, je tenterai d'analyser plus formellement la critique précise entre la structure, c'est-à-dire l'environnement bâti, et le flux, amenant l'odeur.

La structure, se rapportant à l'architecture comme la finalité du processus de conception, peut se caractériser par son immobilité. Les variables telles que la température, la météo, ou la densité de population produisant des flux¹⁹ ont donné du fil à retordre aux architectes. Ainsi, la structure au sens d'édifice mais aussi de mobilier urbain cohabite au sein de la société avec ces derniers. Il serait également possible de séparer en deux catégories les flux évoqués. D'un côté, les flux visibles, tel que la population d'une ville ou bien la lumière. Et de l'autre, les flux invisibles, dont l'odeur fait partie. Le flux olfactif est en effet, par nature, non visible. Il est détecté par le système olfactif et les capteurs présents dans notre nez, ne permettent pas d'y échapper.

De plus, son immatérialité et sa condition mouvante constante est ce qui confère au flux olfactif son mystère, le faisant ainsi entrer, comme un médiateur, dans le milieu de la sorcellerie et de la divination.²⁰

19 Peter Zumthor, 2006, *Atmospheres*, Birkhauser, pages 32-33.

20 Annick Le Guérer, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, « L'odeur et la discrimination », Collec-

La noblesse de la structure, élevée par la pensée architecturale comme discipline scientifique dans notre société a donné à la méthodologie plus de poids qu'à l'expérience de l'environnement.²¹ Pourtant, l'odeur et les édifices cohabitent au sein des villes. De fait, la structure contient le flux et le dirige, permettant ainsi de le modeler à sa façon.

Dans une architecture, les flux et la structure n'ont donc pas d'autre choix que de cohabiter au sein des édifices formés dans la société. Certains architectes comme Peter Zumthor dans son livre *Atmosphères* ont déjà imposé leur point de vue sur la question, expliquant notamment l'indispensabilité de la prise en compte de ces variables dans la conception de bâtiments. J'observe tout de même dans son approche absolument brillante un aspect plutôt fataliste des flux sur l'architecture. Autrement dit, la structure conjugue avec les flux. Cependant le flux olfactif est néanmoins particulier. Il est possible de parler à la fois d'un parfum (flux autonome) et d'une odeur (flux dépendant). La structure peut alors être la source d'un flux dépendant, en créant une odeur. C'est notamment le cas des matériaux de construction très odorants tel que certains bois. L'architecture participe alors à créer des flux olfactifs.

Réciproquement, le vent comme flux météorologique, qui par ailleurs est une donnée participant à déplacer les molécules odorantes, active des structures telles que les éoliennes et les mou-

lins. En partant de ce constat, la structure peut donc accentuer le mouvement du flux olfactif, et devenir la source de l'odeur. L'aspect intéressant ici, intrinsèque au flux et à certaines structures comme les éoliennes, est le mouvement. C'est une donnée que l'on retrouve également en scénographie, une discipline dérivant de l'architecture. Admettant ainsi cette qualité du mouvement, comment la scénographie peut-elle non seulement réconcilier l'odeur et l'architecture, mais aussi être source d'innovation dans ce domaine, induisant une nouvelle méthodologie de conception autour du flux olfactif vecteur d'informations ?

tion Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris, pages 35-36.

²¹ Vitruve, -15, De architectura, Premier tome, « De l'architecture ; qualité de l'architecte », Panckoucke, Lyon, page 29.

1.2.

L'odeur dans l'espace : de l'atmosphère architecturale à la scénographie olfactive.

1.2.1. La considération de l'atmosphère en architecture : du primat du visuel vers une autonomie de l'odeur ?

L'architecture et l'odeur semblent être deux notions aux antipodes l'une de l'autre. Dans cette partie j'essaierai d'aller au-delà de l'opposition formelle entre la structure, qui caractérise l'architecture et le flux, qui définit l'odeur, pour déconstruire cette façade précédemment évoquée. Je partirai des prémices de la création de l'architecture et la considération de l'atmosphère dans la discipline pour comprendre le glissement professionnel actuel vers la scénographie olfactive.

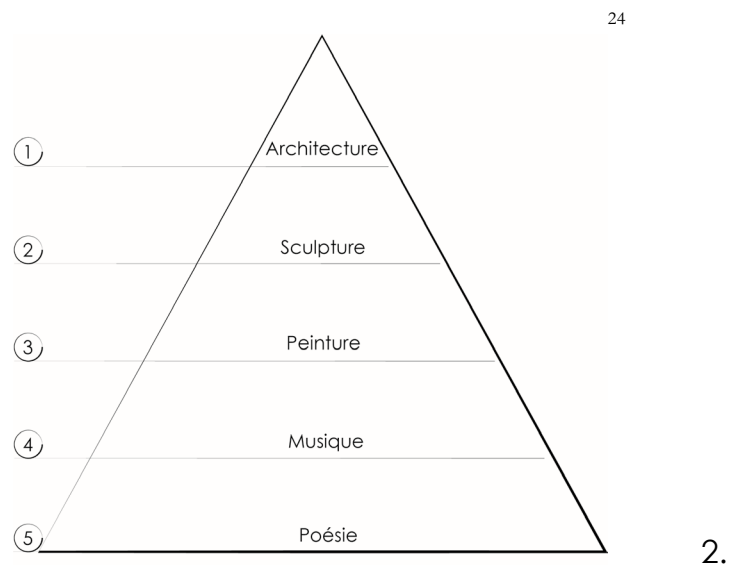
L'architecture admettant de nombreuses définitions, mon but ici n'est pas de débattre de ces dernières mais bien d'explorer plus loin ce que l'on connaît sur le sujet. Pour cela en acceptant ma subjectivité sur ce choix, je suis retourné à la source, reprenant ici la définition de Vitruve, premier architecte de l'empire Romain. Selon celui-ci, l'architecture est à la fois une « science » de « construction [d'] édifices à la fois publics et particuliers »²², mais désigne aussi l'objet final découlant de la discipline dont le synonyme serait « un édifice ».

« L'architecture est une science qui embrasse une grande variété d'études et de connaissances ; elle connaît et juge de toutes les productions des autres arts. Elle est le fruit de la pratique et de la théorie. La pratique est la conception même continuée et travaillée par

²² Vitruve, -15, De architectura, Premier tome, « De l'architecture ; qualité de l'architecte

l'exercice, qui se réalise par l'acte donnant à la matière destinée à un ouvrage quelconque, la forme que présente un dessin. La théorie, au contraire, consiste à démontrer, à expliquer la justesse, la convenance des proportions des objets travaillés. [...] En toute science, et principalement en architecture, on distingue deux choses, celle qui est représentée, et celle qui représente.»²³

Dans un premier temps, l'architecture est à la fois une science et un art. C'est notamment ce mariage parfait qui confère à la discipline, la place de premier art dans toutes les classifications des arts réalisées notamment pas le philosophe Allemand Hegel dans son ouvrage *Esthétique*.



», Panckoucke, Lyon, page 27.

23 Vitruve, -15, *De architectura*, Premier tome, « De l'architecture ; qualité de l'architecte », Panckoucke, Lyon, page 28-29.

24 Georg Wilhelm Friedrich Hegel, 1875, *Esthétique*, volume 1, page XXVIII.

Dans un second temps, et c'est l'idée qui fera l'objet de cette partie, ce double sens admet que l'architecture finale est traversée visuellement par sa pensée conceptuelle. Autrement dit, lorsqu'on voit une architecture, on en imagine la conception. Ce *paradigme visualiste*²⁵ sur les autres sens est un mythe qui naît durant l'antiquité.

En effet, le primat de la vision sur l'olfactif est confirmé par Aristote, philosophe de l'antiquité ayant théorisé les 5 sens dans *Traité de l'Âme*. Il évoque ainsi qu'il existe des sens internes comme le goût et le toucher, et des sens externes tels que la vue et l'ouïe. L'odorat est alors un sens se situant entre les deux²⁶. Mais ce qui m'intéresse dans la pensée d'Aristote, c'est sa « théorie de la vision ». Il donne ainsi une supériorité de la vue sur l'odorat, qu'il arrive néanmoins à analyser comme déficient chez l'homme. Aristote avance ainsi que l'homme voit grâce à la lumière, mais que cette dernière est émise par les yeux, et non par une source indépendante et externe. L'homme contrôle ce qu'il voit²⁷, mais ne peut pas contrôler ce qu'il sent. C'est cette perte de contrôle qui est à mon sens la source de cette méconnaissance sociale et philosophique sur le sujet de l'odorat. Il est clair avec Aristote, que cette méfiance commence dès les prémices de la philosophie.

La beauté de la structure mathématiquement bien proportionnée

25 Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, « Le silence olfactif », Presse universitaire de France, page 14.

26 Aristote, vers 1362, *Du Traité de l'âme*, « plan général », J. Barthélémy-Saint-Hilaire, Paris, page 54.

27 Aristote, vers 1362, *Du Traité de l'âme*, « Chapitre X », J. Barthélémy-Saint-Hilaire, Paris, page 234.

est plus valorisée que l'atmosphère qu'elle procure. Mais avant de continuer mon propos, il semble important de définir le terme d'atmosphère et de justifier son utilisation. Comme l'explique l'architecte Peter Zumthor, l'atmosphère d'un bâtiment est une « catégorie esthétique »²⁸.

« We perceive atmosphere through our emotional sensibility – a form of perception that works incredibly quickly and which we humans evidently need to help us survive. »²⁹

Dans un premier temps, pour l'architecture Suisse, ce qui fait la qualité d'une architecture est l'efficacité de son atmosphère. Ainsi, elle fait le lien entre le bâti, et son visiteur. Autrement dit, le flux généré par les choix architecturaux de différents types de matières, par exemple, fait le lien entre la structure et son hôte.

Dans un second temps, il est également possible de comprendre ici que l'atmosphère est narrative. Les nombreux exemples illustrés dans le livre tendent à associer atmosphère et souvenir, ou image mentale. Cette puissance de l'effet de l'atmosphère précisée par l'architecte rappelle la puissance du système olfactif qui la compose, notamment évoquée dans le livre de Dominique Paquet, *La dimension olfactive du théâtre contemporain*.

« Cette amplification projective de l'espace sensoriel olfactif explique pour une part les réactions cutanées et respiratoires vis-à-vis

28 Peter Zumthor, 2006, *Atmospheres*, Birkhauser, page 6-7.

29 Peter Zumthor, 2006, *Atmospheres*, Birkhauser, page 12-13.

de l'odeur, c'est-à-dire cette double sensation d'enveloppement et d'envahissement qui nous saisit.»³⁰

Le terme d'atmosphère induit le terme de flux d'air, tout comme l'odeur et le parfum. Elle en est donc sa composante intrinsèquement. Le flux d'air a cette qualité d'être à la fois perçu de manière cutanée par le toucher, mais également par le système olfactif si celui-ci transporte des molécules olfactives. L'aspect synesthésique entre l'olfactif et le toucher, expliqué par l'auteur, qualifie à mon sens l'atmosphère, c'est-à-dire un espace dont la frontière entre les différents flux sensoriels est poreuse, procurant une sensation puis une émotion.

Si pour Peter Zumthor, l'atmosphère est une question esthétique, qu'en est-il de l'odeur et plus précisément du flux olfactif ? Lorsque l'on parle d'odeur située, c'est-à-dire, dépendante d'un site, la source olfactive est toujours visible, contrairement au flux. Même pour Peter Zumthor, le visuel fait partie de l'atmosphère d'un espace architectural, comme indiqué dans l'une des conditions de la qualité en architecture, la « Material Compatibility ». Cette indissociabilité au sens de l'architecte fait partie des souvenirs et images mentales que peut procurer et recréer une atmosphère olfactive mouvante. La part narrative de l'odeur est alors une dimension très puissante. Mais une architecture narrative, c'est-à-dire une architecture racontant un récit pourrait être la définition de la scénographie, notre propos.

30 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « Un sens moléculaire et tactile », L'Harmattan, page 44.

Je poursuis ainsi logiquement par choisir une certaine définition de la scénographie, discipline que j'explorerai plus en détail par la suite. Défini par Roland Barthes comme « la place regardée des choses »³¹, elle induit, tout comme l'architecture, un primat visuel signifiant. Cette qualité statique et induisant entre autre un caractère passif du spectateur, conforte l'idée d'Aristote en désignant le sens de la vue comme le sens de la distance.³²

La scénographie dérivant de l'architecture, elle admet au même titre des calculs mathématiques et la maîtrise de la perspective. Cette recherche de la perfection visuelle arrive à son paroxysme avec l'invention du théâtre et de la mise en scène dite à l'italienne, à la Renaissance. Anne Surgers définit quelques conditions du théâtre à l'italienne :

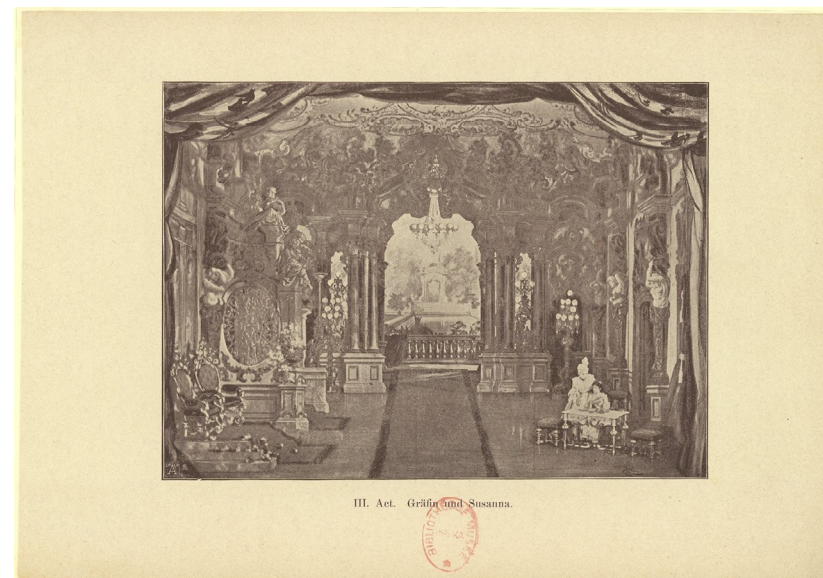
- « - À partir du XVII^e siècle, la représentation a lieu, le plus souvent, dans un bâtiment spécifique, clos et couvert. Le bâtiment s'organise autour d'un plan vertical de symétrie, qui le traverse de part en part.
- L'espace du public et l'espace de la fiction sont régis par ce même plan.
- Dans un théâtre ou un opéra à l'italienne, la séparation est située au plan vertical du cadre de scène, ou cadre doré, perpendiculairement au plan de symétrie du théâtre : en deçà du cadre, la réalité, le public. »³³

31 Roland Barthes, cité par Marcel Freydefont, 2007, *Petit traité de scénographie*. « Elle est cet art de « la place regardée des choses » dont parle Roland Barthes ».

32 Aristote, vers 1362, *Du Traité de l'âme*, « plan général », J. Barthélémy-Saint-Hilaire, Paris, page 54.

33 Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « Elaboration de la scénographie à l'italienne », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 91.

Les décors étaient symétriques, conçus pour un point de vue bien précis, celui du spectateur assis au milieu des gradins. En effet, la perspective n'était ainsi efficace que pour une partie de l'assistance, laissant de côté l'immersion des autres spectateurs, admirant néanmoins la prouesse technique esthétique du scénographe.



Dessin d'une scénographie à l'italienne, Bibliothèque nationale de France.

3.

Autrement dit, l'immersion narrative, c'est-à-dire le résultat, était laissée de côté au profit de la technique c'est-à-dire le processus. Par ailleurs, je pourrais également évoquer les scénographies muséales dont la nature a inspiré la définition de Roland Barthes. Le musée est un lieu de présentation, dont les systèmes doivent être

graphie à l'italienne », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 91.

pensés en fonction de ce qui est représenté, un tableau, une sculpture etc...

Qui dit présentation induit indubitablement un point de vue, dans le double sens du terme c'est-à-dire un parti pris, et un réel point de vision. Les 5 sens ont longtemps été absents des scénographies muséales, sauf la vue, qui attestait de la beauté d'une œuvre d'art.

« Pendant longtemps, un seul de nos cinq sens a trouvé droit de cité dans les musées : la vue. »³⁴

La vue est le sens noble dans le milieu de l'art. Il est souvent intéressant d'observer des inscriptions « ne pas toucher » et des discours tel que « touches avec les yeux ! »³⁵.

Le socle, le cadre et la vitrine, éléments caractéristiques de la scénographie servent à élever à la fois physiquement et moralement les artefacts afin de les rendre « présentables ». Mais ces éléments s'avèrent être des barrières notamment au sens du toucher et de l'olfactif qui nécessitent de la proximité, comme l'expliquait Platon dans sa théorie sur les 5 sens. La qualité immersive de l'art, est alors mise de côté pour privilégier l'aspect technique et esthétique de l'œuvre. Bien que l'immersif, c'est-à-dire relié à l'atmosphère, puisse une immersion visuelle, l'atmosphère prenant en compte bien plus de variables que la seule expérience « visualiste ».

Par ailleurs, en suivant le principe biologique du système visuel, la

34 Mathilde Castel, 2018, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Le Contrepoint, Paris, page 9.

35 Laura Fourneau, 2019/20, *L'exploration sensorielle dans l'expérience muséale*, Mémoire, « Evolution de l'expérience muséale », Avignon, page 7.

structure caractérisant l'architecture est alors visible uniquement par la lumière. L'obscurité, en scénographie, pourrait-elle alors accentuer la qualité immersive de l'olfactif et la mettre en valeur ?

« Exposer veut dire étaler, mettre en lumière : sauver de l'obscurité, de l'indifférence, de l'insignifiance, tirer vers la lumière, montrer, désigner ce qui n'est pas remarquable. »³⁶

La citation tirée de cet ouvrage confortant la théorie sur le paradigme visualiste au musée introduit une nouvelle définition de la scénographie, centrée sur l'organisation pour le regard. Autrement dit, la scénographie se rapprocherait plus d'une action d'agencement visuelle, plutôt que de création. L'obscurité questionnée dans le livre *Mise au noir* de Mathilde Thouron remet en cause cette définition, et avance même une certaine utilisation de cet élément afin d'engager l'apparition et l'efficacité de « dispositifs tactiles et sonores ». Il est également possible d'imaginer dans cette lignée des dispositifs olfactifs activés dans l'obscurité. La deuxième est la ressemblance entre le flux olfactif et la mise au noir, par leur caractère invisible, et l'effet qui en découle.

« L'instrumentalisation de la scénographie sombre vise aussi à susciter des émotions plus fortes : elle nous excite par ce qu'elle cache »³⁷

36 Jérôme Glicenstein, 2009, *L'Art : une histoire d'exposition*, première édition, Paris presses universitaire de France, page 219.

37 Mathilde Thouron, 2021, *Mise au noir*, Fonction du visible et de l'invisible en scénographie, L'innovation autrement, Elya Editions, page 120.

La dimension d'invisibilité ou dans une moindre mesure de perte visuelle, active l'excitation. Ce phénomène d'amplification de la curiosité marche également pour l'odeur, qui par essence, est invisible. Le flux olfactif dépend de l'air et remplissant l'espace se déplace comme un être vivant autonome.

Néanmoins, il est important lorsque qu'une obscurité est mise en place, de communiquer sur une éventuelle diffusion olfactive dans l'espace. Car si le visuel peut parfois prendre le pas sur l'odeur, du fait de l'utilisation plus fréquente de la vision que du système olfactif, la vue d'une source olfactive permet d'activer le système de l'odorat en question. Autrement dit, si je vois du jasmin, je serai plus à même de sentir l'odeur du jasmin. Si, à contrario, l'odeur du jasmin est diffusée dans une pièce sombre sans avoir un visuel de jasmin, il est fort possible que le public ne sente pas le jasmin, bien qu'il soit diffusé. Ce phénomène, expérimenté lors d'un de mes stages dans une entreprise de création de scénographies olfactives immersives, rejoint une expérience sur l'efficacité de l'inter-sensorialité olfactive et visuelle nommée « Les yeux voient ce que le nez sent ». L'article résumant l'expérience propose de montrer « l'influence de stimuli olfactifs juste liminaires sur un jugement hédonique de couleur ».

Les images ci-dessus permettent de comprendre la conclusion du test. L'expérience valide l'hypothèse de départ sur le lien synesthésique et hédonique entre le sens de l'odorat et celui de la vue.³⁸

38 Laurent P.Ferrier, Anouk Streff, Sophie Martin, Denis Brouillet, Melissa Barkat-Defradas, Manuel Jimenez, 2009, *Influence de stimuli olfactifs dans une tâche d'évaluation hédonique de couleurs : Les yeux voient ce que le nez sent*, Dans L'année Psychologique, page 361 à 381.

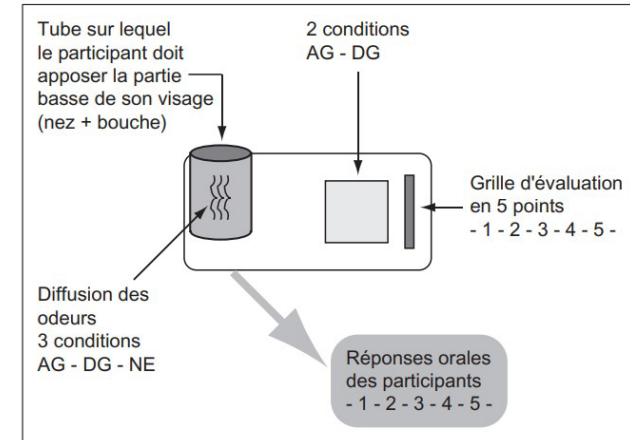


Figure 1. Matériel expérimental et déroulement de la procédure.
Figure 1. Experimental procedure.

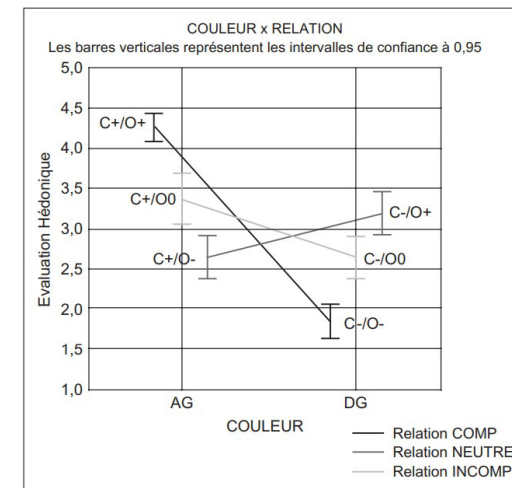


Figure 2. Moyennes des évaluations hédoniques des couleurs en fonction des conditions de couplage couleur/odeur. Couleur AG = agréable et Couleur DG = désagréable ; Relation Comp = compatible, relation neutre = sans odeur et relation incomp = incompatible.

Figure 2. Means of hedonic colours evaluation for each colour/odour condition.

1.2.2. Les métiers, scénographes et parfumeurs : une collaboration

Afin de comprendre le glissement sémantique qui s'est opéré au fil de l'histoire, je commencerai par tenter de définir les trois professions qui m'intéressent ici, c'est-à-dire, d'abord celle du scénographe, puis celle du designer, et enfin celle du parfumeur. J'accentuerai par la suite mon propos sur le designer d'espace olfactif et sur le parfumeur designer, en expliquant que les méthodes de chacun peuvent s'entrecroiser.

Définitions des métiers

Le métier de scénographe existe depuis la création du théâtre antique grec, et sa définition a beaucoup changé suivant les époques. Le but du scénographe et par la suite du metteur en scène est de situer l'action, de la contextualiser visuellement ou olfactivement, comme je tenterai de le montrer.

La naissance du métier débute avec l'invention du théâtre grec. A cette époque le scénographe dessine les décors de la scène dans le but de contextualiser l'action. Etymologiquement, le terme scénographie viendrait du terme latin *scenografia*, plus précisément de la combinaison des mots *graphein* (écrire) et *skéné* (la scène). Le mot renvoie donc, à cette époque, à une définition plutôt large qu'il est possible de préciser comme « l'art de dessiner la scène. »³⁹

³⁹ Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « Les origines grecques », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 15.

À la renaissance, comme précédemment évoqué, la scénographie se pare d'une noblesse *visualiste*⁴⁰ en élevant la perspective comme la règle de tous décors théâtraux. Cette vision apparaît dans un contexte de redécouverte de la culture antique, les théoriciens italiens retrouvant l'ouvrage de Vitruve *De architectura*, où celui-ci définit déjà la scénographie comme l'« art de représenter en perspective »⁴¹.

Le métier de scénographe poursuit sa transformation toujours en suivant l'évolution du théâtre. Un peu plus tard, en France autour du XVII jusqu'au XIXe, le terme de scénographe pour le théâtre se précise et se divise en de nombreux métiers et spécialités mettant en avant le travail de groupe au sein des troupes de théâtres. S'entremêlent ainsi décorateur, terme venant du mot latin *decus*, signifiant « ce qui convient », machinistes, inventeur, feinteur.⁴²

Aujourd'hui, ayant repris le terme grec scénographie en y enlevant son sens originel, le métier dont la définition est devenue « la conception d'un espace où le public est convié à regarder » s'applique aux domaines muséaux, paysagistes, citadins et événementiels.

Le milieu de la scénographie connu pour ses formes de présentations et de représentations trouve des moyens de se renouveler, et la diffusion olfactive est notamment une manière de se détacher de

⁴⁰ Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, « Le silence olfactif », Presse universitaire de France, page 14, « le primat incontesté du paradigme visualiste »

⁴¹ Vitruve, -15, *De architectura*, Premier tome, « De l'architecture ; qualité de l'architecte », Panckoucke, Lyon, page 27

⁴² Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « En France, du XVIIe au XIXe siècle », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 17.

la vue. Malgré cette démonstration exposant le primat de la vue sur l'odeur, il n'est pas à exclure que ces sens soient complémentaires.

« Le scénographe contemporain est un concepteur, rarement un réalisateur ». ⁴³

Là où le peintre-décorateur se chargeait de fabriquer les décors, je constate une séparation bien distincte entre la phase de conception et celle de la production / installation du décor en question. Dans l'optique de développer cette pensée, j'irai jusqu'à observer une intellectualisation de la profession, renvoyant presque à la définition grecque. En effet, les codes scénographiques de conception sont les mêmes que les codes architecturaux tels que les plans en 2 dimensions contenant des cotations et des modélisations en 3 dimensions. Ainsi, la scénographie est devenue une science artistique, au même titre que l'architecture. La deuxième observation de cette évolution du métier vers une conception plus rationalisée, accepte l'absence de l'expérientiel.

« La plupart des savoirs sensoriels consistent en des perceptions qu'il est illusoire de prétendre attester sans les expérimenter soi-même. » ⁴⁴

En parallèle, il est nécessaire de définir le métier de parfumeur,

43 Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « Du décor à la scénographie », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 20.

44 Joël Candau, 2000, Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel, « Le silence olfactif », Presse universitaire de France, page 5

portant sur la conception olfactive. Autrement appelé « nez » ou « compositeur » au même titre qu'un compositeur de musique, ce dernier formule un parfum en assemblant des molécules olfactives sous forme de matières premières. ⁴⁵

Ici aussi les associations diffèrent en fonction du domaine auquel se rattache le parfumeur. Ainsi, il est coutume d'associer le parfumeur à une figure d'un artiste-parfumeur lorsqu'il s'inscrit dans des maisons de parfum. En comparaison, dans le domaine de la parfumerie de niche « dont la dénomination et la définition semblent aussi indomptable que son développement spectaculaire », le parfumeur est plus souvent associé à un artisan renvoyant dans l'imaginaire à un aspect plus technique de la profession. À noter que le terme de niche provient du champ lexical de l'architecture désignant « une cavité creusée dans la pierre. » ⁴⁶

La formulation, au sens de créer une formule, est un terme que l'on retrouve dans le domaine de la chimie, notamment chargée de créer des molécules pour la parfumerie.

Le designer d'espace olfactif, le parfumeur designer

Admettant ces définitions et liens interdisciplinaires sur le métier de parfumeur, la conception et le dessin font alors partie de la profession. Le design étant défini par un de ses nombreux aspects comme l'action de concevoir et de créer des produits, des

45 *Le Grand livre du parfum, pour une culture olfactive*, 2018, nez culture, page 73 « La mission du parfumeur est de traduire olfactivement une idée. Pour cela, il va utiliser les différentes matières premières à sa disposition ».

46 Jessica Mignot, Niche by *Nez*, n°1, "Introduction", page 6.

espaces ou des services dans l'optique de répondre à un besoin, la parfumerie ne serait-elle pas un milieu intégrant le métier de designer ? Partant du principe que le parfumeur, en assemblant des molécules créées par les chimistes, innove en inventant des éléments nouveaux, serait-il mal venu d'imaginer alors un lien étroit entre parfumeur, designer et scénographe ?

Le scénographe olfactif est à la fois un designer olfactif, et un scénographe.

Si le parfumeur est indubitablement un designer, quelle est alors la différence avec le designer olfactif, et plus précisément le scénographe olfactif ? Autrement dit, en quoi le parfumeur dans sa méthodologie peut-il se rapprocher d'une conception spatiale sensorielle ?

« Instinctivement, un designer olfactif est quelqu'un qui conçoit ou qui dessine (au sens de dessein) des concepts avec le matériau olfactif. Cette définition se rapproche beaucoup de celle du parfumeur, qui conçoit avec la matière olfactive en créant des parfums. Un designer qui crée avec le matériau olfactif et qui pense au-delà de l'odeur en elle-même comment faire sentir ou comment faire expérience olfactive ; pour moi c'est ça être designer olfactif ou sensoriel, je ne les dissocie pas dans ma tête. En tant que designer olfactif, on a une méthodologie bien spécifique, à chaque designer sa méthodologie. Notre méthode est subjective. »⁴⁷

⁴⁷ Entretien avec Anne-Charlotte Baudequin, Chercheuse en design sensoriel olfactif.

L'expression « faire expérience olfactive » utilisée par Anne-Charlotte Baudequin, chercheur en design sensoriel olfactif, lors de notre entretien, intègre la notion de geste et de corps dans la conception même d'un parfum. Le designer olfactif pouvant à la fois être amené à concevoir la méthode de diffusion et son idée d'agencement ne semble pas être bien différente de celle du scénographe. De plus, ce dernier intégrant la notion de mouvement dans son travail, tel que le mouvement des acteurs, des danseurs ou du public, doit de la même manière conjuguer avec la gestuelle corporelle. Il est possible d'imaginer que le type de diffusion inventé par le designer olfactif soit utilisé par le scénographe olfactif. En effet le scénographe olfactif apporte quant à lui une expertise d'analyse spatiale afin de maximiser la qualité immersive de la scénographie. Analyse des flux d'airs, de la structure du bâtiment et de son volume, de sa température participe à la méthodologie de conception du scénographe olfactif. Autrement dit, analyser l'atmosphère déjà présente afin d'en créer une nouvelle.

Il est ainsi intéressant de constater que le scénographe olfactif est rarement parfumeur. Dans la grande majorité des cas, il délègue la création du parfum. En premier lieu, celle-ci, qui requière une expertise, un savoir-faire et des locaux comme un laboratoire, viendrait s'ajouter à ceux indispensables à la scénographie. La connaissance des odeurs et la connaissance de l'espace sont deux expertises alors bien distinctes pour le moment.

Penser en amont la façon de sentir influence la formule finale du parfumeur créant un parfum afin d'intégrer une scénographie. En

effet, le type de diffusion altère la qualité du parfum. La collaboration entre parfumeurs et scénographes olfactifs peut alors s'avérer délicate sur le plan professionnel si le scénographe ne prend pas part au projet dès les prémices.

Les méthodes entrecroisées

Pourtant, en termes de méthodologie de création, parfumeur et scénographe semblent partager plusieurs points communs. Le phénomène de la synesthésie amène à penser que les méthodes de conception d'un parfum et la méthodologie du designer ne sont pas si éloignées.

C'est ce qu'expose notamment la théorie de Wassily Kandinsky qui l'a définie comme un lien direct entre les 5 sens et l'âme.⁴⁸ Cette théorie de la synesthésie devenue une méthode est notamment utilisée en parfumerie.

« Cette étude n'est pas sans rappeler celle dévoilée en 2011 (dans la revue *Human Brain Mapping*) par trois chercheurs du CNRS et de l'Inserm, sur les capacités des parfumeurs en matière d'imagerie mentale olfactive. La pratique et l'expérience de ces derniers participent à la réorganisation du fonctionnement de leur cerveau, montraient dans ce travail Jane Plailly, Jean-Pierre Royet et Chantal Delon Martin. « Le simple fait d'évoquer le nom d'une molécule me permet de la projeter mentalement, confirme Guillaume Flavigny,

48 Wassily Kandinsky, 1911, *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, Denoël, Edition de 1989, Traduction Nicole Debrand, page 112.

parfumeur chez Givaudan. Je visualise les odeurs comme un architecte ou un designer façonne son projet. »⁴⁹

Le parfumeur visualise le parfum, un ensemble de molécules invisibles, afin de faciliter, d'une part, la mémorisation de ces dernières, et d'autre part, d'activer une dimension créative innovante au sein de sa méthode. Visualiser la structure d'une odeur par « projection mentale » semblerait alors rapprocher les méthodes architecturales de la construction avec celle de la formulation.

49 Revue *Nex*, Automne-hiver 2022, Musique et Parfum, *Synesthésie Créative*.

1.3.

La scénographie olfactive, la question du dispositif et de l'imaginaire.

1.3.1. Les dispositifs et leurs mises en place.

Les représentations et les scénographies assumant une forme olfactive commencent à se développer, proposant un caractère innovant à la narration immersive. D'un point de vue purement technique, en enlevant l'aspect narratif qui confère à la scénographie sa nature, le dispositif olfactif comme structure ou système de diffusion olfactive solide ou liquide est alors une base d'expérimentation et d'innovation pour les scénographes olfactifs. Les dispositifs olfactifs trouvent en réalité leurs prémices très tôt dans l'invention du théâtre, puisque dès sa création, les grecs et les romains, qui avaient pour habitude des rituels sacrificiels au centre de la *skéné*, devaient réaliser des fumigations odorantes comme contre-odeurs à celles de la chair sacrifiée.

« Effluves de vins aromatisés mélangées à la sueur des bacchantes, fumigations après des herbes brûlées en l'honneur du dieu. »⁵⁰

En outre la volonté de plonger le spectateur dans une « ivresse sensorielle »⁵¹, au sens propre du terme par les émanations d'alcool, on observait à cette époque deux types de dispositifs olfactifs. Le premier consistait en une vaporisation de vin cuit lors des cérémo-

50 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « De quelques effluves avortées », L'Harmattan, page 15.

51 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « De quelques effluves avortées », L'Harmattan, page 17 « il est clair que la profusion des parfums devait contribuer à plonger les officiants puis les spectateurs dans une ivresse sensorielle : ivresse des yeux (la fumée brouillant la perception visuelle), ivresse olfactive par saturation. »

nies. La seconde était réalisée par fumigation avec une « fonction rituelle » et religieuse.

Il est alors possible d'observer un changement de la vision de l'odeur et du parfum. Le flux olfactif est à la fois un instrument servant à rendre les rituels supportables à voir et à sentir, tout en gardant l'aspect purement symbolique de la fumigation divine.

On peut deviner avec les premiers modes de diffusion dans le théâtre grec et romain une séparation déjà évidente entre diffusion sèche (par l'air ou la fumée) et diffusion humide (par aspersion ou vaporisation).

« Rejetant la peinture et la perspective, les théoriciens de cette révolution scénique revendiquent un travail sur l'espace, sur le corps dans l'espace et sur le volume. »⁵²

La révolution évoquée par l'auteure est significative des prémices de dispositifs ingénieux immersifs qui, au début, ne sont là que pour réaliser des effets visuels. Je devine ici l'arrivée de dispositifs cachés sous la scène permettant de réaliser des effets complémentaires au décor visible sur scène.

La scénographie contemporaine s'étant élargie à la réalisation d'espaces muséaux, les dispositifs contemporains de plus en plus nombreux s'adaptent à la demande et aux différents concepts.

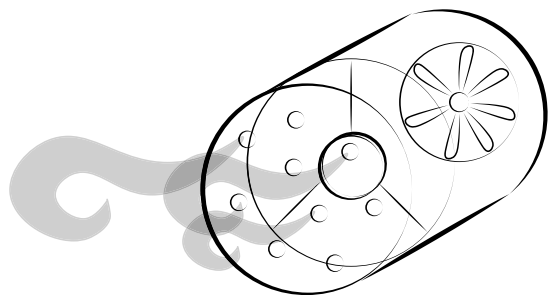
52 Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « Du décor à la scénographie », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 20.

« Humidificateurs, ambianceurs, encapsulation, braseros, poudres, encensoirs, turbines puissantes, éventails à parfum, machines célibataires, atomisations géantes sous azote, soufflets à lycopodes, charges de support papier tirées, avec des canons à air comprimé, matière brute corporelle directe des spectateurs, fumigation, pulvérisation d'émulsion sur eau, orgues et odeurs... »⁵³

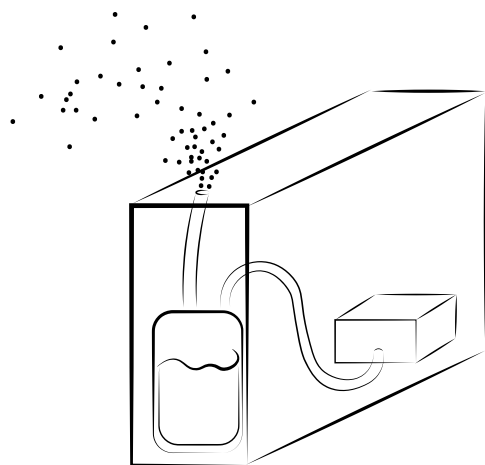
La diffusion à air sec ou diffusion sèche fonctionne grâce à deux éléments : un air propulsé sur un objet odorant. Une grille est généralement placée à l'entrée pour laisser sortir l'odeur. Les molécules olfactives sont encapsulées dans « des billes de polymère »⁵⁴ permettant leur diffusion. Ce dispositif convient pour une diffusion à courte distance, le flux étant plus sensible au vent et aux variations de températures.

53 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « Du parfum au théâtre », L'Harmattan, page 163

54 Roland Salesse, 18 mai 2020, Article, *À la découverte du théâtre olfactif*.

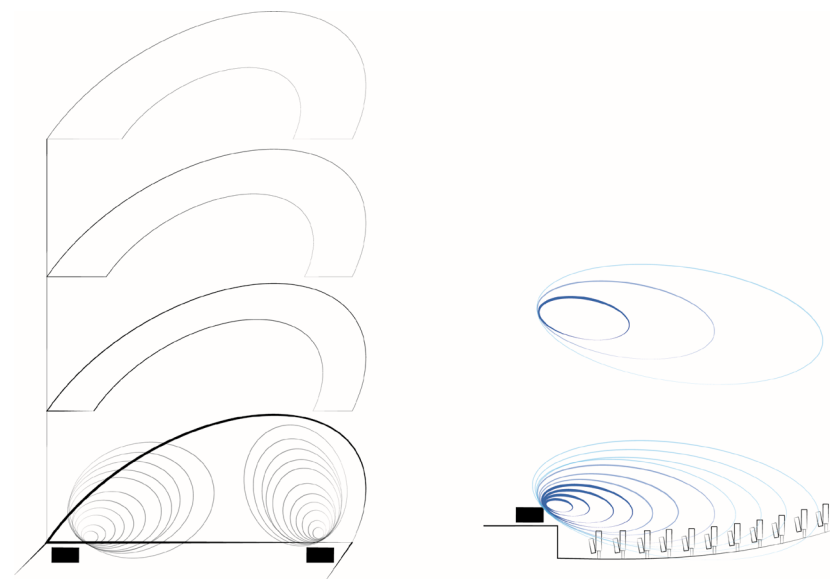


Système de diffusion sèche



Système de diffusion par micronébulisation

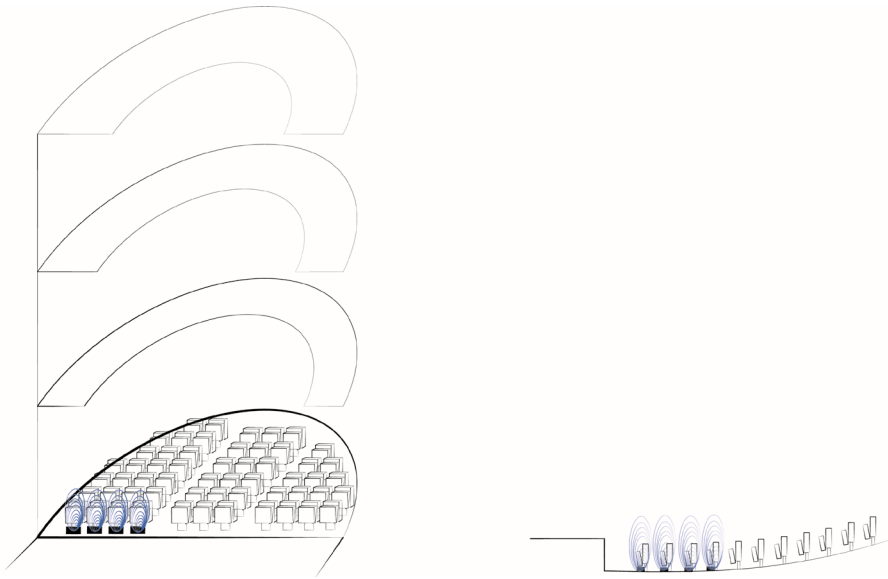
Tandis que la diffusion par micro nébulisation est plus complexe, mais plus efficace. Elle nécessite un réservoir de parfum dilué dans l'alcool selon des pourcentages spécifiques. La dilution se fait dans du DPG (DIPROPYLENE GLYCOL) ou du MIP. Un moteur à ventilation permet d'envoyer de l'air dans un tuyau relié au réservoir, faisant ainsi buller le liquide et projeter vers le haut des micros gouttelettes.



Spatialisation de la diffusion humide (possibilité de diffuser plusieurs odeurs à la suite)

6.

5.



Spatialisation de la diffusion sèche

7.

Ces dispositifs nécessitent une analyse spatiale en amont de la part des scénographes. Les paramètres à prendre en compte dans le choix du dispositif de diffusion sont complexes, dépendant de variables telles que la météo, la qualité de l'air ou la température.

Un entretien lors d'une table ronde au colloque *Création recherche en olfaction* à Toulouse avec Laurence Fanuel de l'entreprise Rosa rose, scénographe olfactif, Emilie Bonnard chercheuse en design olfactif et Pierre Bénard, parfumeur, permet de traduire cette complexité et de donner quelques pistes de réflexion sur l'appréhension de l'espace olfactif.

Laurence Fanuel

« Dans une très grande salle, il faut plusieurs diffuseurs. Lorsqu'on doit diffuser une grosse quantité de matière, il faut faire attention qu'elle ne soit pas résiduelle. L'aspirateur à odeur serait vraiment un outil révolutionnaire. »

Emilie bonnard

« A l'extérieur, ça diffuse de partout, donc, il faut vraiment étudier le vent, les flux d'air... »

Pierre Bénard

« S'il pleut, ce n'est pas possible, s'il y a une cabane à frite juste à côté c'est un peu compliqué. Pour le cinéma en plein air, il faut utiliser des gros ventilateurs pour diffuser l'odeur. Après en termes de qualité, on va travailler plutôt sur une odeur concentrée en notes de tête car c'est de l'instantané.

Pour le festival Paléo, on était sur des praticables, avant-scène arrière scène, il fallait envoyer des odeurs pour 8 000 personnes, il y a plusieurs régisseurs olfactifs »

Laurence Fanuel

« Il y a une influence de la température. J'aime les lieux à la fois dedans et dehors pour l'équilibre de la température.

Lorsqu'il fait froid, il faut augmenter le dosage des odeurs diffusées.»

Les scénographes innovent par la création de techniques de diffusion qui permettent de diffuser plusieurs odeurs à la suite. Les plus utilisées restent les diffusions « par voie humide, et par voie sèche ». C'est une machine de diffusion par voie humide qui fut utilisée pour *Le Péplum*, pièce de théâtre olfactive réalisée par la compagnie Royal de Luxe en 1995, afin de parfumer les arènes de Nîmes pour mieux diffuser l'odeur.



Représentation du *Péplum*, par Royal de Luxe.

8.

Mais la méthodologie de conception du scénographe olfactif peut amener ce dernier à penser sa scénographie avec des matériaux déjà odorants malgré eux, ou bien de concevoir des méthodes d'imprégnation de l'odeur, comme du béton qu'il est possible de couler en y intégrant directement une matière olfactive, liquide ou solide, en insert. La matière olfactive au sens d'objet olfactif nécessite néanmoins de réfléchir à la place du spectateur,

dans le cadre du théâtre ou du public dans le cadre d'une exposition. Dans ce cas, je distingue une troisième catégorie de diffusion : celle où la scénographie est le dispositif olfactif. Autrement dit, le visuel est l'odorant.

Ces différents dispositifs posent alors de nombreux enjeux en termes de création dans le parti-pris scénographique. Une scénographie avec matière olfactive est-elle plus immersive qu'une scénographie avec un système de diffusion à distance ? Un dispositif diffusant, dont il est possible de cacher la structure afin que la source olfactive ne soit pas visible permet-il au contraire d'activer un intérêt plus grand chez le public par la surprise ?

Il est alors nécessaire de séparer mon propos en deux parties. La scénographie olfactive théâtrale dans un premier temps, puis la scénographie muséale apportant des dispositifs olfactifs, éducatifs ou non.

Suivant tout d'abord la logique selon laquelle l'obscurité du dispositif active une plus grande curiosité, augmentant l'attention du public⁵⁵, il est important d'évoquer que le théâtre, défini comme la pièce de théâtre, plonge les spectateurs dans une semi-obscurité afin de mettre en valeur la scène, les acteurs et la scénographie. Celle-ci permet également de marquer une séparation entre la fiction, ce qui est joué sur la scène, et le réel, l'espace des spectateurs. Au même titre qu'il arrive parfois que les acteurs empiètent au travers de leur jeu sur l'espace réel, les dispositifs olfactifs immersifs faisant partie de la scénographie se trouvent en générale dans la

⁵⁵ Mathilde Thouron, 2021, *Mise au noir, Fonction du visible et de l'invisible en scénographie*,

partie symbolisant la réalité.

Quant à la scénographie muséale, la dimension immersive obscure est moins travaillée, ceci étant dû au principe de mise à distance et au primat du visuel précédemment évoqué au musée. L'obscurité, si relative que j'utiliserai le terme de demi-jour permet de mettre en valeur un objet ou un film projeté.

Les dispositifs sensoriels et plus particulièrement immersifs sont pourtant nés dans les salles d'expositions, lieu de beaucoup d'innovations artistiques performatives. C'est le cas de Marcel Duchamp créateur de « l'art olfactif » étant le premier à intégrer une dimension olfactive dans ses œuvres.⁵⁶

1.3.2. L'immersion olfactive, les enjeux de scénographies olfactives qui requestionnent la place du spectateur (acteur ou passif) la scénographie multidimensionnelle sensorielle.

La scénographie, qui désigne autant la discipline que sa finalité concrète, peut à mon sens accepter deux formes de définition, notamment représentative de la pensée globale du métier de scénographe. Ainsi il est possible de tenir un point de vue mettant l'humain, c'est-à-dire le public, au centre de la pensée et par la suite de la méthodologie.

L'innovation autrement, Elya Editions, page 118

56 Jon Day, 5 juin 2021, APOLLO magazine, *Scents and sensibility: why smell counts in art*, For the International Surrealist Exhibition of 1938, Marcel Duchamp set up a brazier to roast coffee beans behind a screen, filling the galleries with the 'smell of Brazil'.

« Dans l'exercice scénographique, ces mondes ne sont pas ignorants de l'ici et maintenant du visiteur, et le plus souvent le concepteur mettra ces mondes en communication les uns avec les autres, où l'espace existant – son gabarit, ses plis et ses grains – s'invite dans l'image filmée, et où l'image filmée met en scène, par exemple, les objets qui l'entourent. »⁵⁷

La première forme de définition évoquée par Arnaud Sompairac, part du public pour penser la structure. Aussi la scénographie est une rencontre. L'auteur appuyant sur cette dimension évoque, consciemment ou inconsciemment le contact, au sens du tactile⁵⁸, nécessaire à l'appréciation d'une scénographie. Par ailleurs, l'olfactif est un sens qu'il est possible de qualifier de tactile. Intégrer une forme vivante telle que le flux olfactif fait cohabiter deux formes mouvantes qui se rencontrent et interagissent au sein de la structure.

Le second point de vue, sans doute le plus courant, met la structure au centre du système de pensée. C'est notamment le cas de Roland Barthes qui définit la scénographie comme « la place regardée des choses ». La notion de posture est très présente ici. La posture de la structure, mais également de celle de l'individu. Mais ces deux définitions dichotomiques ne questionnent pas seulement un aspect purement esthétique. En effet, elles donnent à

57 Arnaud Sompairac, *L'exposition comme expérience critique et sensible*, Espaces scénographiques, page 19

58 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « Un sens moléculaire et tactile », L'Harmattan, page 44 « Cette amplification projective de l'espace sensoriel olfactif explicite pour une part les réactions cutanée et respiratoires vis-à-vis

penser la qualité de la place du spectateur et du public au sein des scénographies. Avant de rentrer plus en profondeur dans le sujet, il est possible de distinguer deux types de postures relatives au spectateur. La posture passive, définie comme une inaction et donc par la négative, une non-intervention, et la posture active, nécessitant une contrainte du corps de la part du spectateur afin de maximiser, voir même d'accéder à l'appréciation de la scénographie ou de son contenu.

D'un côté, partant de cette dernière définition centrant la structure pour penser l'expérience sensorielle olfactive, j'observe avec ce mode de pensée une particularité de la structure identifiée comme autonome. La structure de la scénographie ne renvoie qu'à elle-même. En cela elle met de côté toutes interactions possibles qualifiant ainsi le « regardeur »⁵⁹ de ce type de scénographie de « passif ». Au théâtre notamment, cette dimension est relativement présente. Le spectateur est passif, dans une posture assis ou debout, mais ne bouge pas. De plus, l'organisation spatiale du théâtre composée d'un côté des gradins, et de l'autre, de la scène confère au spectateur une vision plane. En effet, il peut embrasser l'ensemble de la scénographie par sa posture de face, retranscrivant alors une impression en deux dimensions.

Mais dans le théâtre olfactif, le spectateur peut-il être toujours considéré comme passif ? Si son corps n'est pas contraint, alors

de l'odeur, c'est-à-dire cette double sensation d'enveloppement et d'envahissement qui nous saisit. »

59 Marcel Duchamp, terme emprunté tiré de la citation « ce sont les regardeurs qui font les tableaux ».

oui. Mais la notion tactile de l'odeur, qui est une forme de « toucher contraint » peut laisser penser l'inverse.

À *contrario* de la première définition, partir du public pour penser la structure permet une construction de la scénographie autour d'un concept expérientiel, par nature de l'humain, et possiblement la réflexion d'une action de la part du public. C'est une des méthodes utilisées en design sensoriel, discipline que je définirais comme une spécialisation de la conception d'espaces de produits et de services centrés sur l'expérience sensible. Ce mode de conception appliqué à l'espace et plus précisément à la scénographie qui requiert un récit narratif ou du moins une organisation transforme non seulement le spectateur en acteur, mais toutes scénographies en forme théâtrale.⁶⁰

La question du flux olfactif amène alors une dimension doublement active dans la scénographie. Le flux qualifié d'actif car en mouvement, peut être actionné par un corps lui-même en mouvement. Dans un premier lieu, le caractère très hédonique de l'odeur provoque une gestuelle faciale incontrôlable de joie ou de dégoût, traduisant un jugement social et binaire ancré sur les bonnes et les mauvaises odeurs.

L'action de sentir implique également une gestuelle particulière pouvant être réfléchie spatialement. Le geste de porter un objet à son nez, impliquant notamment plusieurs autres sens, est bien plus complexe que l'action de regarder. Cette complexité peut être

60 Marcel Freydefont, Susanna Muston, Emmanuelle Gangloff, 2015, *Scénographier l'art*, édition Canopé, page 13 « il est impossible d'échapper à un effet de théâtralité dans toute (re)présentation ou monstration, représentation ou démonstration [...] dans la mesure où celle-ci sont adressée à une audience, à un public ».

désignée comme le concept de création de la scénographie multi-dimensionnelle.

« Créer une scénographie, c'est représenter le monde en activant, par l'espace, des rapports de force, des mises en situation qui dynamisent l'action ; c'est interroger l'espace de l'homme dans toutes ses dimensions. »⁶¹

Ce point de vue avance que, non seulement la scénographie est faite de rapports de force, mais que ces derniers sont responsables de l'action. En essayant de comprendre cette définition dans le domaine de la scénographie olfactive, je comprends alors deux cas de figures :

Le spectateur sent une odeur produite par la scénographie / produire un geste / activation du contenu de la scénographie.

Le spectateur doit produire un geste / activation de l'odeur de la scénographie / action de sentir.

Dans le premier cas, le spectateur est passif dans l'action de sentir, puis devient actif dans la découverte de la scénographie. Dans le cas suivant, la gestuelle servant à activer l'action de sentir, l'intérêt de la quête est plus important que dans le premier concept. Les

61 Daniel Lesage, Véronique Lemaire, 2015, *Qu'est-ce que la scénographie ?* Vol. I – Processus et paroles de scénographes dans la revue, introduction Etudes théâtrales, page 17.

scénographies olfactives se parent alors d'une dimension beaucoup plus corporelle, questionnant l'action culturelle de sentir, mais aussi de la définition même d'une scénographie.

1.3.3. L'imaginaire par le narratif.

La scénographie se différencie de l'architecture par sa propriété narrative, qu'elle soit fictive comme au théâtre, ou réelle comme au musée.

Dans ces deux éventualités, le caractère olfactif des scénographies sensorielles immersives questionnent le rapport à l'image, phénomène intrinsèquement lié au narratif. Une odeur provoque ainsi une image mentale inspirée de l'imaginaire collectif, additionnée de son discours au sein de la scénographie.

La production d'images par le récit fait d'ailleurs partie de l'immersion, sans pour autant faire partie de l'atmosphère qui contribue à cette dernière. L'atmosphère est la cause, et la production d'image, la conséquence. Dans une volonté d'accentuer l'aspect immersif et expérientiel des scénographies, il est intéressant de se demander dans quelle mesure la diffusion olfactive participe-elle à maximiser l'imaginaire d'une scénographie ?

Yves Chalas, sociologue et urbaniste, définit l'imaginaire comme « le produit d'une collectivité et simultanément ce qui produit cette collectivité ». ⁶² Il évoque alors deux idées. Le caractère évolutif de l'imaginaire, mais également l'aspect émancipatoire de ce dernier. Pour lui, l'humain peut être tributaire de l'imaginaire collectif et

62 Yves Chalas, 2000, *L'invention de la ville*, page 2.

participe en même temps à son changement.

En partant du principe que l'olfactif se pare d'un caractère multi-sensoriel indéniable, appliquer cette dimension au sein d'une expérience scénographique provoque des enjeux sociaux et moraux, pouvant aller jusqu'à choquer le spectateur. L'efficacité de la forme olfactive sur la possibilité de création de l'imaginaire peut alors être un vrai atout, comme un réel flux incontrôlable.

« Si l'imaginaire social et collectif freine l'élaboration d'une forme olfactive au théâtre, l'imaginaire radical du spectateur y contribue également. Car l'inhalation obligatoire d'une senteur provoque chez le récepteur une production d'images relatives à l'image du corps »⁶³.

Comme l'explique Dominique Paquet dans son ouvrage, la qualité primaire et primale de l'odeur et du système olfactif ne peut être occultée dans la création d'un imaginaire scénographié. Cette entreprise peut alors s'avérer périlleuse prenant en considération la difficulté de retranscrire un imaginaire par l'odeur en acceptant que l'expérience soit subjective. Cette subjectivité, que l'on pourrait voir comme l'imaginaire individuel, s'ajoute à un imaginaire collectif et culturel. Mais comment retranscrire un souvenir olfactif qui parle aux autres ? Autrement dit, le scénographe olfactif ne pouvant réellement se détacher de son imaginaire propre, ce dernier est-il à même de proposer des concepts suscitant des ima-

63 Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, « De quelques effluves avortées », L'Harmattan, page 37

ginaires exacts ?

Dans l'optique de maximiser cette qualité de l'expérience olfactive, l'invisible et l'éphémère de l'odeur participe à activer plus facilement un imaginaire cérébral. En effet, le caractère non visuel du flux crée automatiquement une image dans notre cerveau. Additionné à cela, l'aspect éphémère active alors le souvenir de l'odeur et donc de l'imagerie mentale associée.

Au théâtre, le caractère textuel participe au narratif et donc à l'imaginaire. Pour le scénographe olfactif, la diffusion olfactive est une « composante sémiologique » de la pièce. Questionner la pertinence de l'apport de la forme olfactive dans la scénographie permet notamment de proposer une conception développant l'imaginaire du public. En effet, une redondance visuel/olfactive au sein d'une pièce de théâtre, et ainsi l'apport direct d'une image à l'odeur et réciproquement, aurait tendance à diminuer le développement de l'imaginaire chez le spectateur. Car l'odeur n'est pas un accessoire de scène, elle est le discours.

2. Recherche-Création

2.1 Odeur et société : une illustration dans les projets de scénographies et de dispositifs olfactifs.

Le théâtre olfactif a vite compris le pouvoir provocateur des odeurs, tant par son efficacité au niveau cognitif, que par son aspect social délicat. L'aspect théâtral et dramatique que peuvent prendre les partis pris olfactifs questionnent la définition même de ce qu'est une bonne odeur au travers de tentatives d'éducatifs olfactifs, par l'innovation du discours.

Pour illustrer mon propos, j'analyserai dans un premier temps le discours olfactif de la pièce de théâtre *Le Péplum*, réalisée par La compagnie nantaise Royal de Luxe, en 1995. Puis je décomposerai le concept d'un diffuseur nomade, afin d'expliquer la pertinence du contexte lorsqu'il s'agit de remettre en question l'ordre des bonnes et mauvaises odeurs établies. En troisième étude, je parlerai d'un de mes projets universitaires en matière d'éducation olfactive par la microarchitecture urbaine.

2.1.1. Analyse de la pièce de théâtre *Le Péplum*.

Concernant ma méthodologie d'analyse, je m'appuierai sur une vidéo retranscrivant une représentation réalisée au Malta Festival en 1996. La pièce de théâtre olfactive *Le Péplum* a été réalisée par la compagnie Royal de Luxe de Nantes, en 1995 comme spectacle de place. Le mot péplum provient de deux origines : c'est un vêtement de femme de la Grèce Antique et aussi un film à grand spectacle sur l'antiquité. Je retrouve ici déjà l'idée du spectaculaire.

« Ce péplum est bercé entre notre fascination du monde antique et la vision décalée d'une forme hollywoodienne qui a fait les beaux jours des années 50. »⁶⁴

La mythologie au sens de légende du Péplum comme une tendance cinématographique a inspiré les créateurs de la pièce en ce qui concerne la narration.

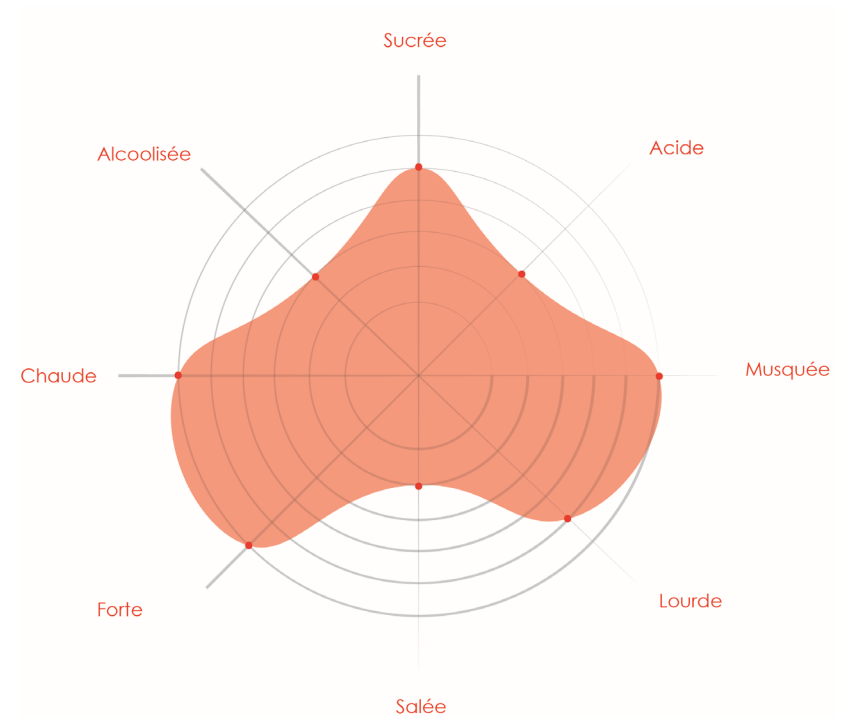
« Deux frères, héritiers de la double couronne d'Égypte, s'affrontent pour l'éternité à travers des batailles, entraînant la violence et la haine des peuples. Cette passion dévastatrice finira par sacrifier l'amour qu'ils partagent pour leur sœur. »⁶⁵

Outre les dispositifs de diffusions olfactives ingénieux servant le propos spectaculaire de la pièce, ce qui m'intéresse d'analyser ici est plutôt le discours olfactif. Deux odeurs de l'ensemble de celles diffusées avaient pour but de choquer le spectateur tout en illustrant la narration de la pièce.

L'une d'entre elles est notamment celle du « fauve ». J'ai eu la chance de sentir cette odeur réalisée par le parfumeur Pierre Bénard de l'entreprise Osmoart, lors d'une conférence de présentation, odeur que j'ai pu analyser par la suite.

64 Royal de Luxe, *Le Péplum*, article, <https://www.royal-de-luxe.com/creation/le-peplum/>.

65 Royal de Luxe, *Le Péplum*, article, <https://www.royal-de-luxe.com/creation/le-peplum/> « En Égypte, la femme représentait le sang divin. Il était courant pour un pharaon



Analyse cartographique sensorielle de l'odeur de fauve, lors d'une conférence avec l'entreprise Osmoart.

9.

Comme son nom l'indique, elle renvoie à un imaginaire corporel animal. La cartographie de cette odeur tend à montrer que l'aspect musqué est très poussé. Mais pour ne pas la rendre insupportable, j'observe tout de même que les notes sucrées de l'odeur sont davantage mis en avant que des curseurs comme l'acide par exemple, que l'on retrouve en quantité dans des odeurs

d'épouser sa sœur, sa fille ou sa mère.»

de transpiration, se rattachant à l'aspect fauve. Socialement, ce type d'odeur est mis à l'écart, action responsable de l'anosmie des sociétés contemporaines renvoyant le citoyen à sa condition animale. Le contexte de la fiction permet ce parti pris très audacieux pour ramener ce type d'odeur jugé comme mauvaise dans une forme d'éducation olfactive théâtrale. Mais celui-ci amène tout de même un jugement de goût inévitable, surtout lorsque c'est de la fiction. La pièce de théâtre permet d'amener le prétexte social pour diffuser ce type d'odeurs, en les modifiant tout de même afin qu'elles ne soient pas insupportables.

2.1.2. Analyse du projet le P'tit snif et de son rapport nomade dans la scénographie sociale.

Le p'tit snif est un dispositif olfactif nomade et portatif.

« Le 1er diffuseur olfactif personnel pour sentir et ressentir ». ⁶⁶

⁶⁶ Le P'tit snif, site internet : <https://www.leptitsniff.paris/>

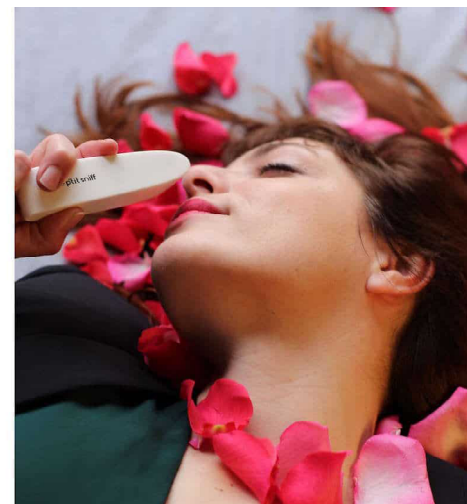


Photo mettant en scène le produit, leptitsniff.fr

10.

Cet objet, vendu par la marque du même nom, avance son efficacité dans le bien être de la diffusion olfactive. Le rapport scénographique à l'objet est qu'il permet d'embarquer un déclencheur d'imaginaire avec soi. C'est une sorte de scénographie nomade, car le discours olfactif est pensé, mais également la mouvance du parfum autour de l'utilisateur, qui devient acteur. Ce qui m'intéresse ici n'est pas le dispositif en lui-même, mais plutôt le discours marketing autour du produit et de ses cartouches parfumées.

Dans un premier temps, il est surprenant de constater que les parfums ont un discours olfactif narratif agréable.

« Bol d'air – Lavande Bio, Romarin Naturel et Rose, L'heure du goûter – Fruits rouges, Caramel craquant et Fleur d'oranger, Douces évasions – Forêt, Encens et Summer ».

Le P'tit Snif présente notamment le dispositif comme servant de contre-odeur aux odeurs jugées désagréables rencontrées dans les lieux publics tels que le métro⁶⁷. On observe alors la dichotomie précédemment évoquée entre parfum et odeur. L'objet portatif olfactif contribue à cette chasse aux odeurs situées, en ramenant des parfums dont le discours est totalement différent des lieux où ils sont diffusés.

Ce type de dispositif serait cependant très intéressant dans des politiques d'éducation ou de rééducation olfactive, en intégrant aussi bien des odeurs qui sont le plus souvent aseptisées.

2.1.3. L'arbre aux senteurs.

Un de mes projets réalisés dans le cadre d'un cours de design sensoriel en collaboration avec Pierre Bénard, parfumeur, et Anne-Charlotte Baudequin, chercheuse en design sensoriel olfactif, m'a permis de développer un projet de scénographie olfactive urbaine.

J'avais comme thème de recherche le clou de girofle, odeur mal aimée par une certaine génération, renvoyant à des souvenirs de traitements bucco-dentaires et de rendez-vous chez le médecin. Mais

⁶⁷ Vidéo promotionnelle du P'tit snif : <https://www.youtube.com/watch?v=Utik-kxjg6ZE>.

cette odeur évoquait pour moi un imaginaire de cuisine familiale.

En explorant le giroflier, j'en ai compris toutes les différentes matières olfactives qu'il était possible de produire : l'huile essentielle de fleur, l'huile essentielle de feuille, boutons de la fleur séchés (clous de girofle).

Je me suis également penchée sur un phénomène très intéressant portant sur la composition moléculaire du clou de girofle. En effet, celui-ci contient une grande quantité d'eugénol. Mais en approfondissant mes recherches, j'ai noté que l'eugénol était également présent dans la cannelle et la vanille, deux parfums gourmands et très appréciés, contrairement au clou de girofle qui divise.

Sur cette base, j'ai ainsi imaginé une structure urbaine olfactive éducative et ludique, sous forme d'un arbre stylisé, afin de transmettre des savoirs olfactifs sur les liens entre les odeurs. Elle s'inscrit sous forme de pièces à assembler, un kit que pourrait se prêter les villes et qu'il serait possible de décliner pour plusieurs plantes. Au travers de cette structure, le but est de montrer que des odeurs, qui peuvent sembler opposées dans leur contexte, le clou de girofle comme une odeur médicale, et la vanille comme odeur gourmande sont très proches dans leur composition.

Il semble plus clair pour les scénographies olfactives voulant composer avec des odeurs jugées mauvaises par la société, d'accompagner leur parti pris narratif d'un discours traduisant une approche sans doute moins hygiéniste de la société olfactive.

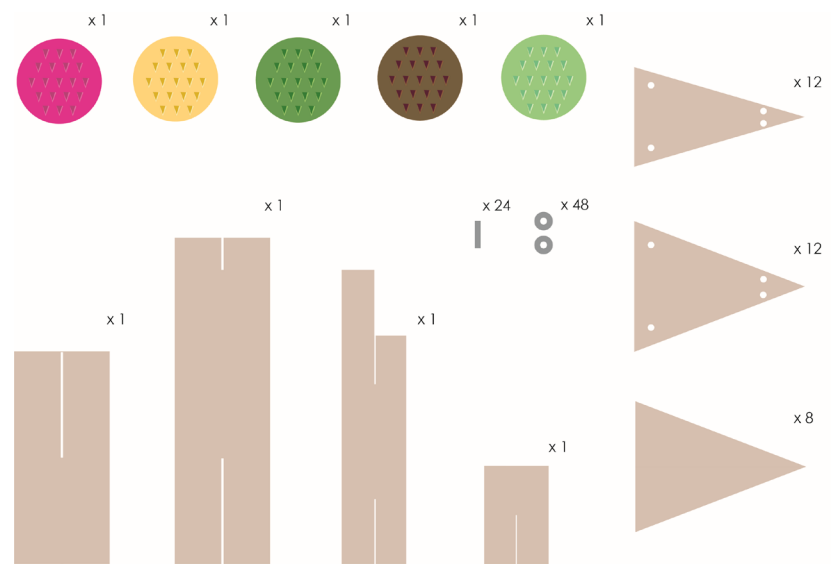


Schéma des pièces du kit « L'arbre au senteurs »

12.

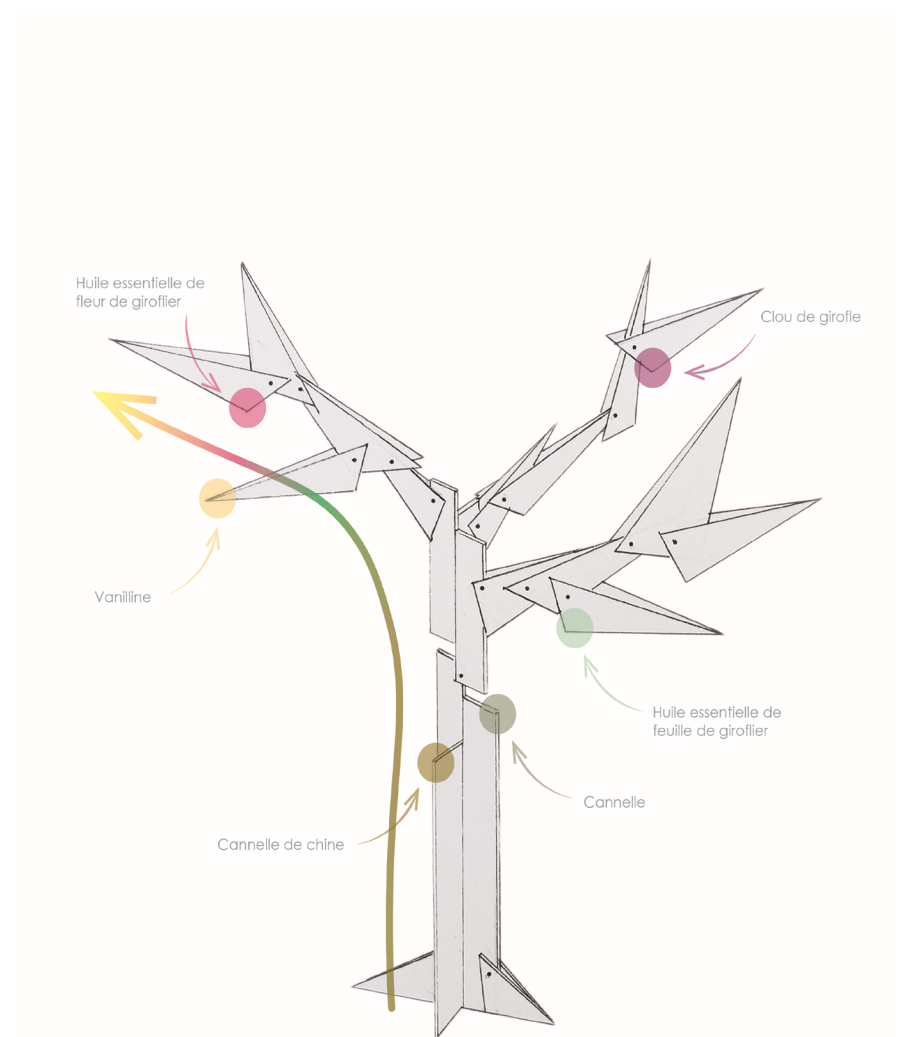


Schéma du concept et des odeurs du projet.

13.

2.2. De l'espace olfactif, à la mise en scène immersive.

Le milieu de la scénographie muséale est un lieu d'innovation technique en ce qui concerne les dispositifs olfactifs. Le théâtre olfactif contraint par une posture statique de la part des spectateurs prend une trajectoire de développement centrée sur une originalité des parfums choisis, propices à accroître l'imaginaire. Je commencerai par analyser une première scénographie ne possédant pas de diffusion olfactive, puis je continuerai avec le grand numéro de Chanel, exposition qui possède une organisation scénographique particulière. Pour finir je ferai l'étude de cas d'une exposition muséale olfactive innovante au Musée du Prado, permettant au public de sentir les panneaux.

2.2.1. Analyse de la scénographie, les Noces de Figaro.

La représentation de l'opéra Buffa, *Les Noces de Figaro*, au festival d'Aix en Provence 2021, était portée par la metteur en scène Lotte de Beer et la décoratrice Rae Smith. Cette version contemporaine possède une stratégie scénographique intéressante, bien qu'elle ne contienne pas de parti pris olfactif. J'analyserai dans un premier temps l'originalité de la mise en scène, puis le caractère olfactif intrinsèque de la scénographie en évoquant les dispositifs olfactifs qui auraient pu s'intégrer dans la scénographie.

La scénographie de cette version de l'opéra est très audacieuse. En effet, elle est contemporaine dans sa forme, reprenant un visuel de sitcom américaine des années 90 afin de mettre en avant le côté

féministe de l'opéra.

La scène 1, la scénographie interagit avec le public : un *applause* lumineux indique au public d'applaudir. C'est une stratégie scénographique qui reprend les codes des sitcoms télévisées où les rires et les applaudissements sont calculés. C'est une stratégie qui permet d'inclure le public dans l'opéra et de le rendre non plus passif mais actif.

Mon analyse sensorielle olfactive se porte sur l'ouverture et l'acte I. Au moment de l'acte I, Chérubin repasse un vêtement, ce qui propage une odeur de fer à repasser et de vapeur d'eau.



Capture d'écran de la représentation Les Noces de Figaro, retransmis sur arte.tv

14.

Cette dernière est sans doute exagérée grâce à des effets visuels et le fer n'est peut-être qu'un accessoire faux. Dans ce cas, dans la continuité de jouer sur une amplification caricaturale, un parfumeur aurait pu créer une odeur de vapeur d'eau chaude et le scénographe olfactif, intégrer cette dernière dans l'accessoire afin d'avoir une temporalité de type : action de l'accessoire scénique, diffusion depuis la scène.

Un phénomène de glissement s'opère. Dans la mise en scène de Lotte de Beer, il y a une volonté de comique grotesque : la scénographie traduit l'intention comique de l'opéra. En revanche, dans la scénographie du XVIIIème, les codes à l'italienne mettent en avant la réalité. Le décor doit être le plus réaliste possible, notamment grâce à la perspective. C'est ce qu'explique Anne Surgers dans Scénographies du théâtre occidental.

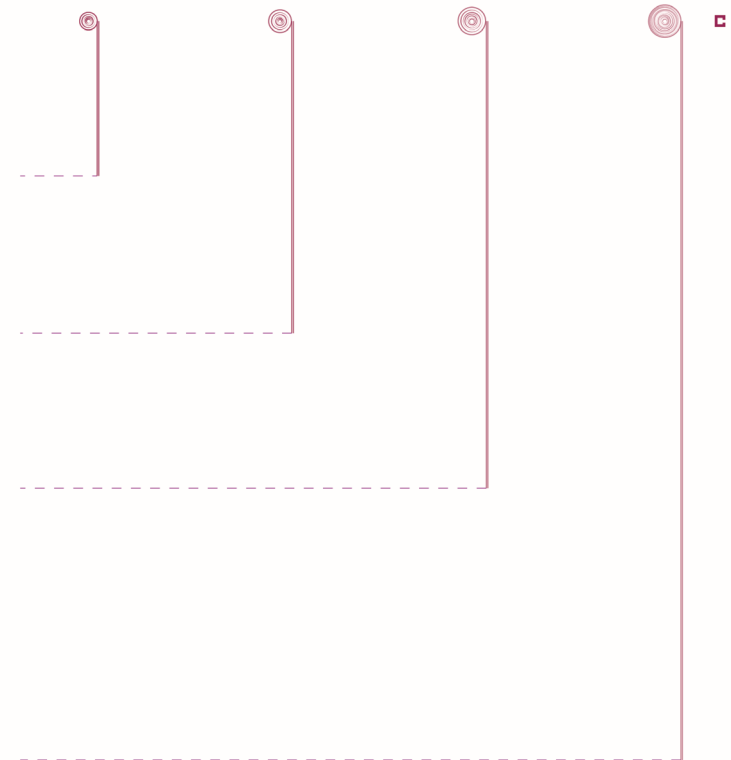
« Un spectateur immobile, regardant de face une image délimitée et cadrée, construite au moyen de la perspective, qui cherche – et obtient par illusion – la ressemblance entre la représentation et la vision qu'un homme peut avoir de la réalité. »⁶⁸

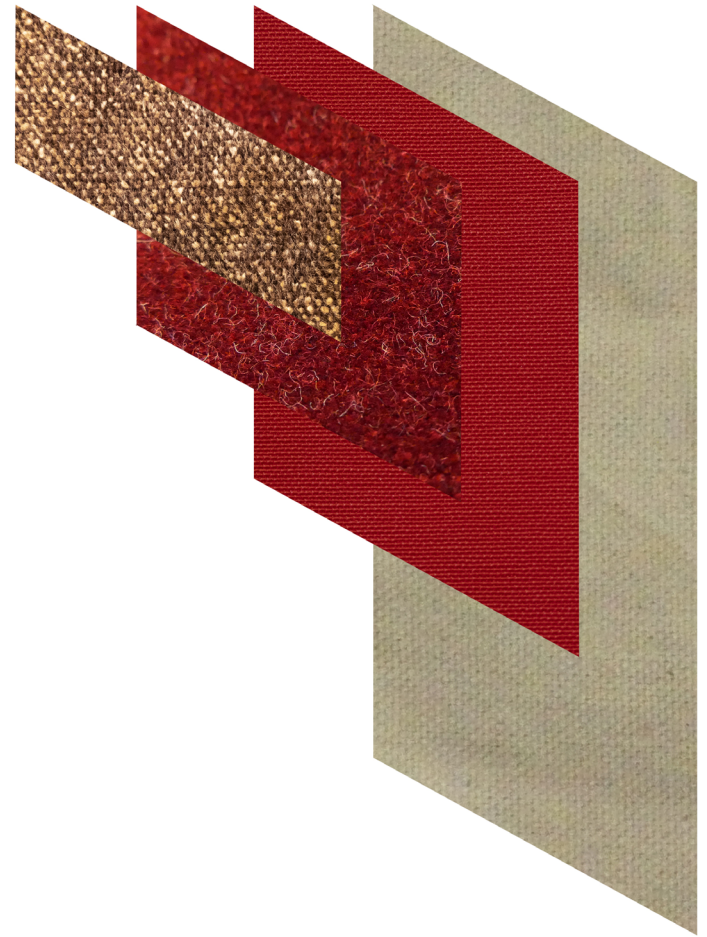
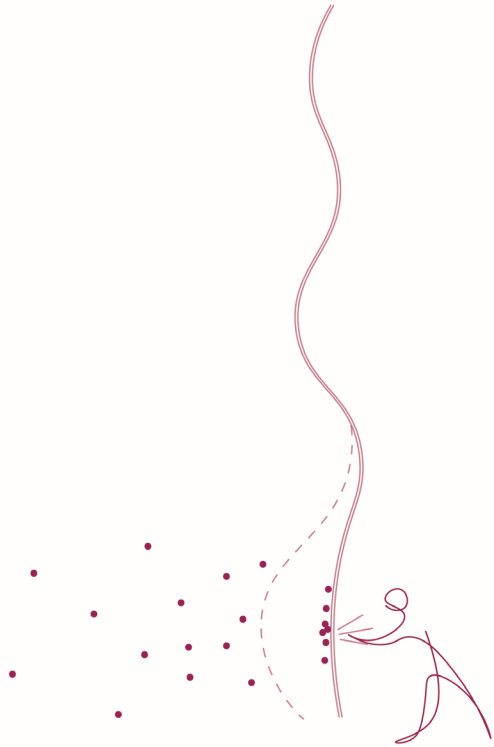
Un parfum peut également appuyer l'identité d'un personnage, comme le personnage principal de la pièce, Figaro, un véritable Don Juan qui ne peut s'empêcher de séduire. De plus, le flux olfactif pour les réactions qu'il produit, mais aussi dans sa forme mouvante a quelque chose de théâtral.

⁶⁸ Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, « Du décor à la scénographie », 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy, page 20.

Je me suis en revanche inspirée de cette pièce afin d'imaginer un type de dispositif olfactif théâtral. En effet j'ai observé dans un premier temps, à la suite d'une visite du Théâtre Olympe de Gouges de Montauban que la matière majoritaire de cette typologie de lieu était le textile, matériau très diffusant en ce qui concerne les odeurs. Dans un second temps, ma deuxième remarque s'articule autour du début de l'opéra Buffa. Le rideau tombe littéralement de sa hauteur, ce qui je l'imagine ainsi, crée un flux d'air important. De ces deux constats est né un dispositif en tissu imbibé de parfum, de plusieurs épaisseurs, qui accompagneront les acteurs et danseurs sur scène, ceux-ci pouvant activer la diffusion sur le public en tapant à l'arrière du rideau. Celui-ci peut également tomber, activant ainsi par la chute et le choc un mouvement d'air olfactif. La structure du dispositif ne requiert aucune mécanique et possède ainsi l'avantage de ne pas faire de bruit lors de l'activation.

Les dispositifs olfactifs, au théâtre, ont la particularité de donner du relief à une vision qui nous paraît plane. Ici l'immersion est uniquement visuelle par l'aspect interactif visuel. L'odeur permet de passer de la 2D à la 3D atmosphérique en scénographie.





Schémas de principe du rideau olfactif.

2.2.2. Analyse de l'exposition : Le Grand numéro de Chanel.

Le grand numéro de Chanel est une exposition sur les parfums de la maison Chanel qui s'est déroulée du 15 décembre 2022 au 09 janvier 2023, au grand palais Éphémère à Paris.⁶⁹

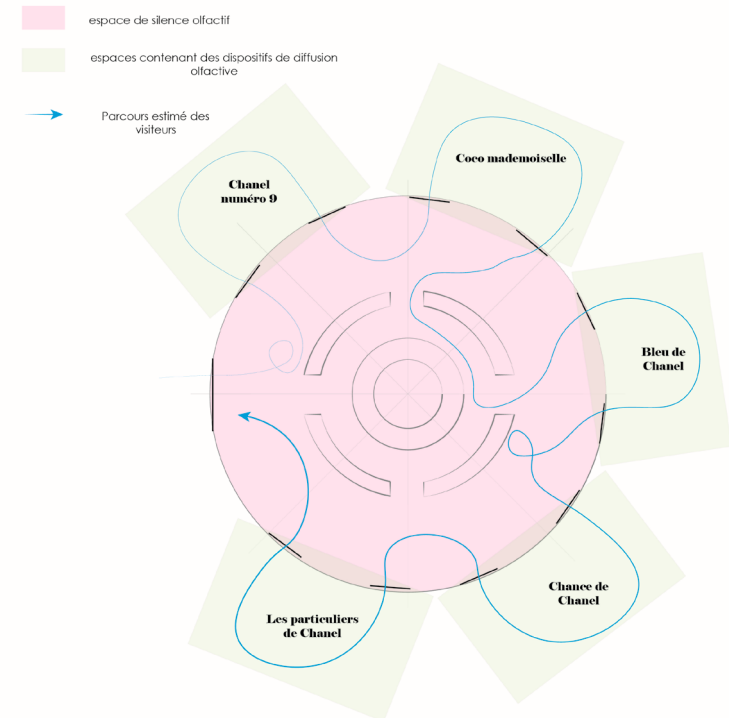


Affiche de l'évènement.
16.

⁶⁹ *Le Grand numéro de Chanel*, Chanel, <https://journalduluxe.fr/fr/beaute/grand-numero-chanel-exposition-immersive-parfums>

L'évènement revenait sur tous les parfums emblématiques de la maison, par le biais de dispositifs olfactifs étonnants et immersifs. Je commencerai par analyser l'organisation globale de la scénographie, très intéressante dans sa forme, puis j'analyserai les dispositifs olfactifs utilisés et leur gestuelle.

En premier lieu, l'exposition se déroulait sur plusieurs salles, chacune dédiée à un parfum emblématique. Celles-ci étaient disposées autour d'un centre où aucune odeur n'était diffusée. Afin de passer à une autre salle, il fallait obligatoirement repasser par le centre. J'ai alors compris que cet endroit avait une fonction de nettoyage et de restauration du système olfactif afin d'éviter la saturation.



En second lieu, cette organisation ingénieuse de l'exposition était associée à de nombreux dispositifs olfactifs répondant à des besoins différents. J'en ai sélectionné trois, représentant chacun une gestuelle différente.

Bien que les dispositifs olfactifs n'engendrent pas de gestuelles en rapport avec le rituel du parfum, le dispositif, techniquement, est innovant dans sa conception utilisant des capteurs de mouvement par exemple. J'ai pu également remarquer qu'aucun dispositif olfactif n'empiétait sur les autres ou était prédominant. La récupération de l'odeur est une donnée très importante dans les expositions olfactives qui ne proposent pas d'immersion complète, s'inscrivant plus dans un registre de présentation pédagogique.

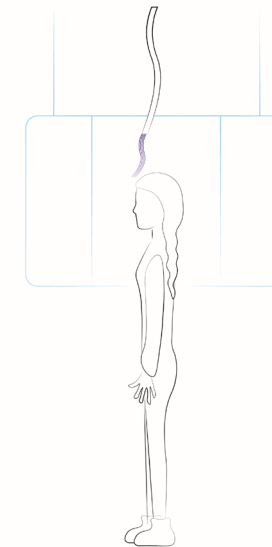
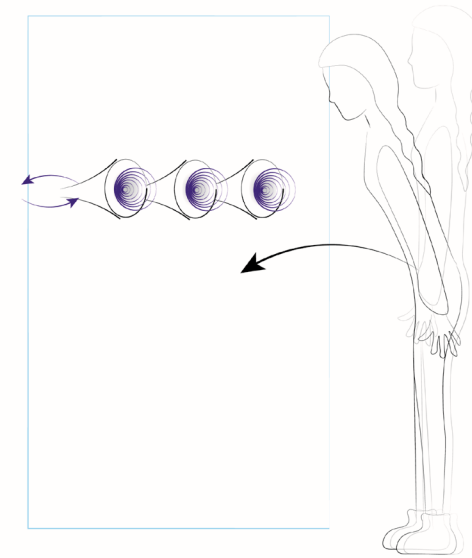
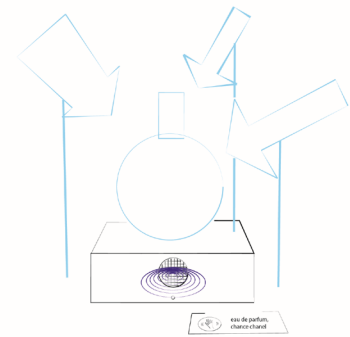


Schéma d'analyse des dispositifs et de leur gestuelle

2.2.3. Au musée du Prado, un dispositif innovant.

En troisième analyse, je m'attelle à décortiquer le dispositif olfactif utilisé au musée du Prado à Madrid, lors d'une exposition nommée « L'Essence d'un tableau. Une exposition olfactive ». En effet, elle s'articule autour du tableau « Le sens de l'odorat » peint par Jan Brueghel et Rubens entre 1617 et 1618. Représentant « plus de 80 espèces de plantes et de fleurs », Gregorio Sola a créé 10 parfums traduisant l'identité olfactive du tableau.



Photo de l'exposition, *Muséo Nacional del Prado.*, 2022

18.

L'article présentant l'exposition explique notamment, et c'est l'idée qui nous intéresse ici, que la technologie utilisée, « Air-parfum », « développée par Puig et « unique dans le monde du par-

fum” permet d’apprécier jusqu’à 100 fragrances différentes sans surcharger notre odorat tout en respectant l’identité et les différentes notes de chaque parfum.»⁷⁰ La technologie transforme la cartouche sous forme liquide en flux d’air parfumé.



Détail du tableau *Le sens de l'odorat*, Jan Brueghel et Rubens, 1617-

18, *Muséo Nacional del Prado.*,

19.

Le numérique peut alors palier un problème que la scénographie olfactive rencontre : la saturation de l'odorat.⁷¹ La promesse du dispositif est d'apporter notamment une diffusion sèche qui n'abîme pas les œuvres, contrairement à la diffusion par micro-nébulisation.

70 Club-innovation-culture.fr, 2018, Au Prado Museo de Madrid, les visiteurs peuvent respirer les odeurs d'un tableau de Brueghel <https://www.club-innovation-culture.fr/prado-museo-madrid-exposition-olfactive-tableau-brueghel/>

71 AirParfum, <https://airparfum.com/discover/>

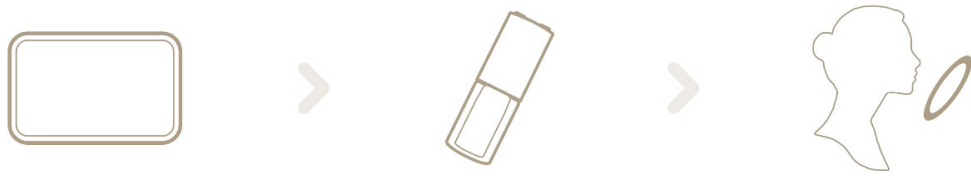


Schéma de AirParfum
20.

Avoir une base de données d'odeurs se déclenchant par l'action et le choix du public permet de ne pas polluer les odeurs entre elles. Par ailleurs, la plupart des odeurs composant le tableau sont de la même famille, c'est-à-dire des odeurs florales. En effet, il aurait pu être pensé une reproduction parfaite du tableau parfumée aux endroits qui correspondent aux odeurs. Le visiteur viendrait simplement humer le tableau.

Car ce qui est mis en valeur ici, c'est la retranscription de l'odeur, tant dans sa forme que dans le discours. Il y a une volonté de réalisme saisissant avec ce dispositif. Le discours au sens de composition du parfum est retranscrit sous toutes ses notes. De plus, le parfum sort du dispositif sous la forme d'une brise olfactive, comme je pourrais sentir dans un jardin de fleurs.

En outre l'aspect inclusif de la stratégie scénographique, les personnes déficientes visuelles ayant la possibilité de sentir et de ressentir un tableau, il y a une volonté pédagogique qui se marie à un caractère de retranscription réaliste d'une expérience d'exposition, mais aussi de l'expérience du jardin, peint dans le tableau.

2.3.

L'odeur spectaculaire : la place du spectateur actif et sa rencontre avec le visible et l'invisible.

Comment mettre en œuvre l'immersif olfactif ?

La notion d'immersion lorsque l'on parle de forme olfactive est presque un pléonasme. La qualité d'enveloppe ayant pour cause le flux d'air portant les molécules olfactives confèrent déjà une technique en soi.

Plusieurs paramètres peuvent servir à la création d'une immersion sensorielle. L'obscurité est un des aspects permettant de mettre en valeur l'odeur, dans sa forme au profit du visuel mais aussi dans son discours. Au contraire, l'invisibilité totale de l'odeur et du visuel de la source développe ainsi l'imaginaire et participe aussi à une autre forme d'immersion.

2.3.1. Analyse de *New spring*.

New spring est une scénographie / micro-architecture multisensorielle réalisé par Studio Swine en 2017, en collaboration créative avec la marque internationale de vêtement COS à l'occasion de la Design Week de Milan. La forme de la scénographie est inspirée de la floraison des sakura.⁷²

⁷² Studio Swine, 2017, *New Spring*, <https://studioswine.com/work/new-spring/>

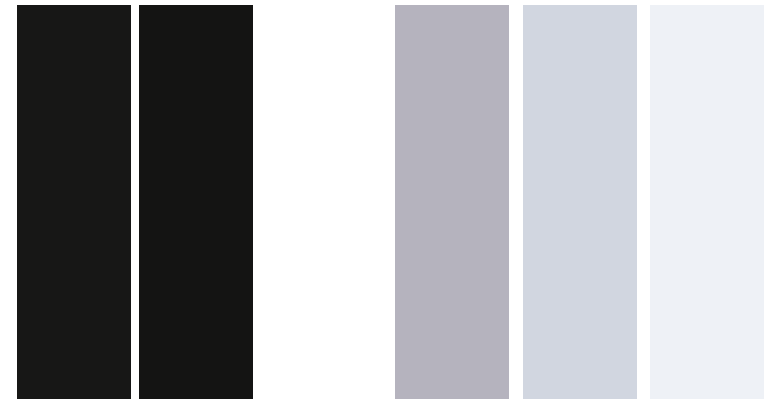
Analyse de la forme olfactive.

Le dispositif olfactif et la scénographie se fondent l'un dans l'autre. En effet, un arbre réalisé en aluminium recyclé laisse tomber mécaniquement de ses « branches » des bulles de savons contenant un air parfumé. La structure est blanche et les bulles aussi, ce qui permet de mettre en valeur le flux olfactif libéré par le contact avec la peau.



Nina Azzarelo, *The orbs formed a surprising reaction upon contact with visitors*, 2017, image © designboom

21.



En ce qui concerne l'activation, il y a un jeu qui se crée. On choisit de libérer l'odeur comme on choisit de sentir. L'interactivité est un des aspects de la structure qui confère l'immersion multi sensorielle.

Analyse du discours olfactif

L'odeur choisie participe à recréer la sensation d'être sous un cerisier japonais. Il est possible de sentir des notes florales, fruitées, et boisées. Il y a un décalage fort entre le visuel d'arbre métallique et monochrome, et l'imaginaire qui est porté par la composition du parfum.

La mise en valeur du flux parfumé et d'autant plus activée par le spectateur. Il finit ainsi l'action, libérant l'odeur, et participe à la qualité olfactive immersive des autres acteurs. Il y a quelque chose de théâtral dans la forme qu'il aurait peut-être été intéressant de développer.

De plus, comment cette structure qui n'a pour l'instant pas évolué en plein air, interagirait dans un environnement urbain ? Le vent pourrait porter les bulles plus loin que la structure visible, dans une politique de démocratisation de l'éducation olfactive, ou bien tout simplement dans le cadre d'une stratégie marketing comme c'est déjà le cas.

2.3.2. Analyse de la pièce de théâtre, la belle et la bête.

La pièce de théâtre olfactive et contemporaine *La Belle et la Bête* produite par la compagnie Tirlalyre, entreprise de création de pièces de théâtre multi sensorielles, a été mis en scène par Violaine de Carné, comédienne et metteur en scène en collaboration avec la plasticienne olfactive Laurence Fanuel de l'atelier Rosa rose. Le projet est la suite logique d'un premier nommé *La Bête...* créé en 2016 par la même scénographe.⁷³



Affiche de la pièce de théâtre La Bête...Compagnie Tirlalyre

⁷³ Violaine de Carné, Compagnie Tirlalyre, 2016, *La Bête...* <https://www.tiretalyre.com/la-bete>

La scénographie olfactive de la pièce évoque ainsi l'histoire de *La Belle et la Bête* au travers d'un concept apportant une immersion olfactive au spectateur. Les odeurs ont un rôle personnifiant.

Analyse du discours olfactif

En effet, en analysant le discours du concept olfactif, l'odeur de la bête utilisée dans le premier projet est réutilisée dans la pièce afin d'apporter une identité au personnage de la bête. C'est une odeur animale et musquée.

Analyse de la forme olfactive

L'odeur de la bête est diffusée, mais la bête n'est jamais visible. En effet, l'esthétique de la pièce de théâtre se déroule en partie au travers de la technique de l'ombre chinoise. Le spectateur ne peut qu'imaginer l'aspect physique par l'identité olfactive. Le manque de visibilité développe également la concentration en ce qui concerne l'action de sentir. Il s'opère ici une activation très importante de l'imaginaire, amenée par l'invisible, qui contribue à l'immersion du public pour la qualité enveloppante que procure notamment l'odeur.

Dans cette pièce de théâtre, la qualité immersive est produite par un développement de l'imaginaire accru, au sein d'une stratégie d'invisibilité. Mais l'objet portatif olfactif pourrait se coupler à l'expérience théâtrale, améliorant le caractère actif du specta-

teur pour pallier l'immobilité de la position de regardeur.

Ainsi, dans l'optique de développer cette idée, un de mes sujets de projet universitaire était la création d'un mouchoir portatif olfactif représentant olfactivement les matières et les odeurs présentes sur la scène. Transposer ainsi le ressenti de l'acteur au public est une façon de transmettre de manière concentrée l'expérience scénique et de rompre la barrière entre fiction et réalité que l'on retrouve au théâtre.

3. Création

3.1. La récolte olfactive : Outils et méthodes d'analyse de terrain.

3.1.1. Ma posture

Ma démarche de création faisant suite à celle de recherche tente de défendre une méthodologie de conception spatio-olfactive, dont les techniques s'inspirent à la fois des métiers de designer, de scénographe et de parfumeur. Ayant une formation de designer sensoriel, que j'ai souhaitée appliquer à l'espace, mon expertise scénographique est née d'expériences effectuées auprès de scénographes, tant au niveau professionnel lors de stages en entreprise, que personnel lors de ma pratique scénique de ballet.

Découvrant le design sensoriel appliqué à l'olfactif lors de mes deux années de master, j'ai vite compris le pouvoir à la fois mystérieux et expérientiel de l'odeur. Cette matière invisible mais puissante fut alors le cœur de ma recherche et de ma méthodologie de création spatio-olfactive.

En effet, les dispositifs et parti pris scénographique étudiés m'ont permis de comprendre des enjeux olfactifs intéressants, à la fois en terme de narration et d'activation de l'imaginaire, mais également en terme d'innovation socio-spatiale.

Ma pratique professionnelle s'inscrit alors dans une posture sociale et politique de revalorisation territoriale. En effet, le milieu scénographique n'est qu'une base d'étude, dans le but de penser et de créer des dispositifs urbains répondant à des problématiques politiques et sociales. Réinsérer les odeurs dans les villes par le biais de la narration et de dispositifs ingénieux est la clé pour

créer des projets qui remettent en question les mœurs établies sur notre conception, à la fois de l'espace urbain mais aussi des odeurs dans la ville.

Me considérer designer d'espace olfactif induirait que la finalité de mes projets requière systématiquement une diffusion olfactive. Or, une expertise d'analyse territoriale olfactive en amont suffit à la création d'un projet. Je me nomme donc designer d'espace et designer olfactif distinctement, afin d'être libre d'entrecroiser ces spécialités en fonction du projet mes différentes méthodologies spécialisées. Je m'inscris alors dans une démarche d'adaptation en fonction de la demande.

Il me semblait ainsi important d'évoquer ma posture professionnelle avant d'entamer une explication plus en profondeur de ma méthodologie de travail. J'évoquerai dans un premier temps mon appréciation et ma compréhension du terrain, puis dans un second temps, les outils empruntés, créés et leur mise en place afin d'illustrer ma méthodologie.

3.1.2. Phase d'empathie et compréhension des gestuelles.

La scénographie olfactive, dans sa méthodologie de création emprunte la première phase de conception au design, et plus particulièrement au design olfactif. Pour tout projet social acceptant une dimension olfactive réfléchi et conceptualisée, j'aborde celui-ci avec un pattern méthodologique en fonction des compé-

tences acquises tout au long de ma formation. Ainsi, la première phase, la phase d'empathie, que l'on retrouve sur des schémas comme celui du double diamant m'intéresse et me suit dans ma pratique depuis plusieurs années. Le schéma entier est une base intéressante qui permet de marier toutes spécialités.

Une approche de la gestuelle.

La première étape est utilisée afin d'identifier le besoin. Car comprendre le terrain d'action requiert de l'appréhender sous plusieurs angles. Ma démarche s'inscrit dans une première approche sociologique du terrain, afin de comprendre les usages et les pratiques de la cible, c'est-à-dire du groupe d'individus dont émane le besoin en question. Autrement dit, je tente de comprendre les gestuelles à la fois spatiales et olfactives.

Les usages culturels propres à un lieu traduisent des éléments que la parole ne traduit pas toujours. Il est alors important d'avoir une première phase d'observation à distance afin de ne pas perturber le résultat de la récolte. S'ensuit une deuxième phase de récolte de la gestuelle sous forme de témoignage. Ces deux approches permettent une trame de recherche objectivée dans sa subjectivité.

Une approche de l'espace.

Bien cerner le besoin requiert d'avoir une approche pluridisciplinaire. La distance utilisée dans la première phase d'approche sociologique en termes de gestuelle ne permet pas, de ce fait, une analyse olfactive détaillée du terrain d'analyse.

Il y a deux manières d'analyser le terrain. Tout d'abord l'analyse olfactive du lieu par une récolte séparée des odeurs formant l'identité olfactive globale du lieu.

Puis l'analyse des flux responsables du déplacement plus ou moins relatifs de ces odeurs. J'ai donc en parallèle de cette approche purement spatio-olfactive et sociologique, une approche météorologique indissociable du projet, comme le montre l'image. Elle est représentée mon analyse de site pour mon projet de fin d'étude.

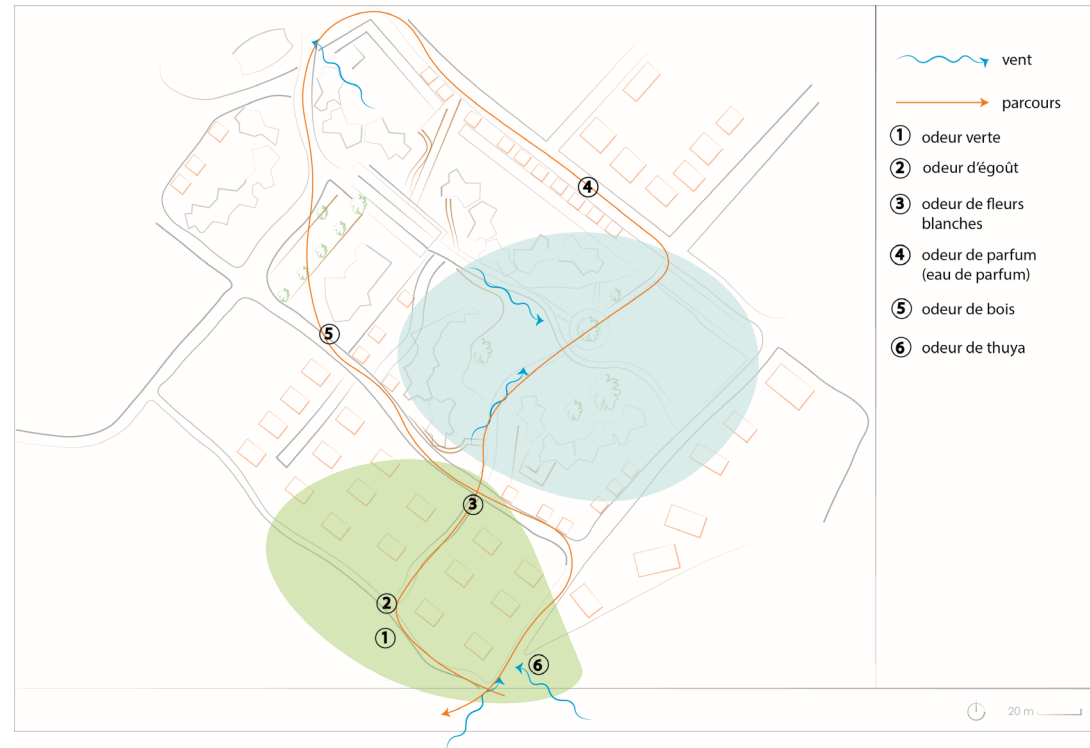


Schéma et cartographie du quartier de la Médiathèque, Montauban.

3.1.3. Outils d'analyse spatio-olfactifs.

Cette partie consiste en une illustration de ma première phase d'empathie, afin d'en expliquer les différents outils d'analyse sensorielle. Dans le cas de l'approche gestuelle à distance, la photographie est le médium que je privilégie. Outil de captation visuel, il permet de capturer l'instant.



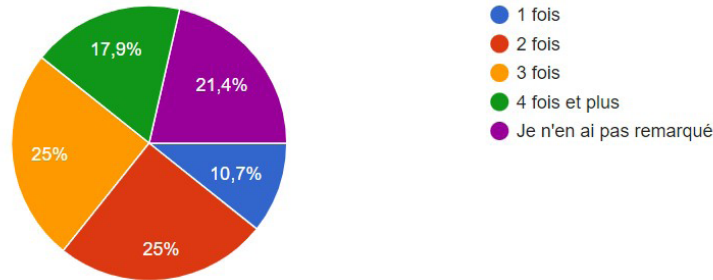


Photographies lors d'ateliers olfactifs organisés par Magique
24.

En ce qui concerne les entretiens et la récolte de témoignages, le questionnaire sociologique est une méthode que je privilégie. Elle peut néanmoins se décliner en plusieurs types comme une récolte d'avis, une description olfactive par le langage ou par écrit, des choix visuels...

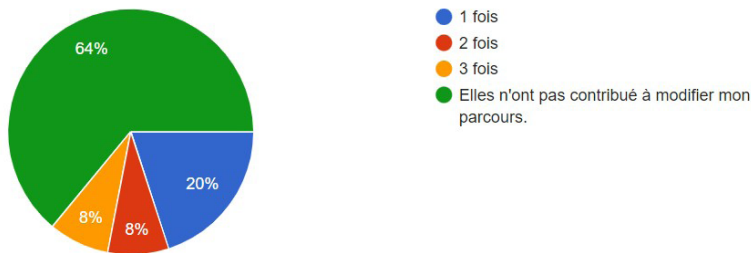
Cette semaine, combien de fois avez-vous remarqué un lieu avec une ambiance olfactive marquante (positive ou négative) ?

28 réponses



Si oui, sauriez-vous dire combien de fois, ces odeurs, ont participé à modifier votre parcours ?

25 réponses



Questionnaire dans le cadre de mon projet de fin d'étude 25.



Questionnaire dans le cadre de mon projet de fin d'étude 26.

Quant à l'approche olfactive de l'espace, la première phase consistant en une récolte olfactive, je l'appréhende sous forme de petites cartes d'identité pour chaque odeur trouvée lors de l'analyse du site (qui constitue la partie non-humaine du terrain).

J'analyse ainsi la source olfactive reliée à l'odeur, sa qualité diffusante dans l'espace, son analyse linguistique et lexicale comme un parfumeur pourrait être amené à juger, son intensité et son hédonisme. Il m'est également possible, lorsque cela n'est pas interdit, de glaner quelques échantillons olfactifs.

Puis ces fiches d'identités sont reportées sur une cartographie de l'espace, qui comporte également, et c'est le deuxième point, une

analyse météorologique des flux d'air lorsque le terrain est extérieur.

Ces différentes méthodes de récoltes combinées me permettent d'obtenir une base de données exploitable afin de les classer lors de la phase de « mise en 2D ».

3.2.

La cartographie olfactive spatiale et analytique.

Mettre l'odeur en 2 dimensions.

Nom de l'odeur et de la source olfactive :

odeur diffuse

odeur locale

Adjectifs

Intensité

édonisme

Schéma des cartes d'identité olfactive dans le cadre de mon projet de fin d'étude
27.

Le flux olfactif est une odeur qui, par essence, est en 3 dimensions. Ma méthodologie utilise des codes de la structure et de l'espace pour penser l'odeur.

La traduction sensorielle fait ainsi partie de ma pratique de création. En ce qui concerne cette mise en 2 dimension et cartographies olfactive, je m'inspire du travail de Kate McLean et de ses Sensory maps analysant par exemple les odeurs d'été 2018 du quartier du Marais à Paris.

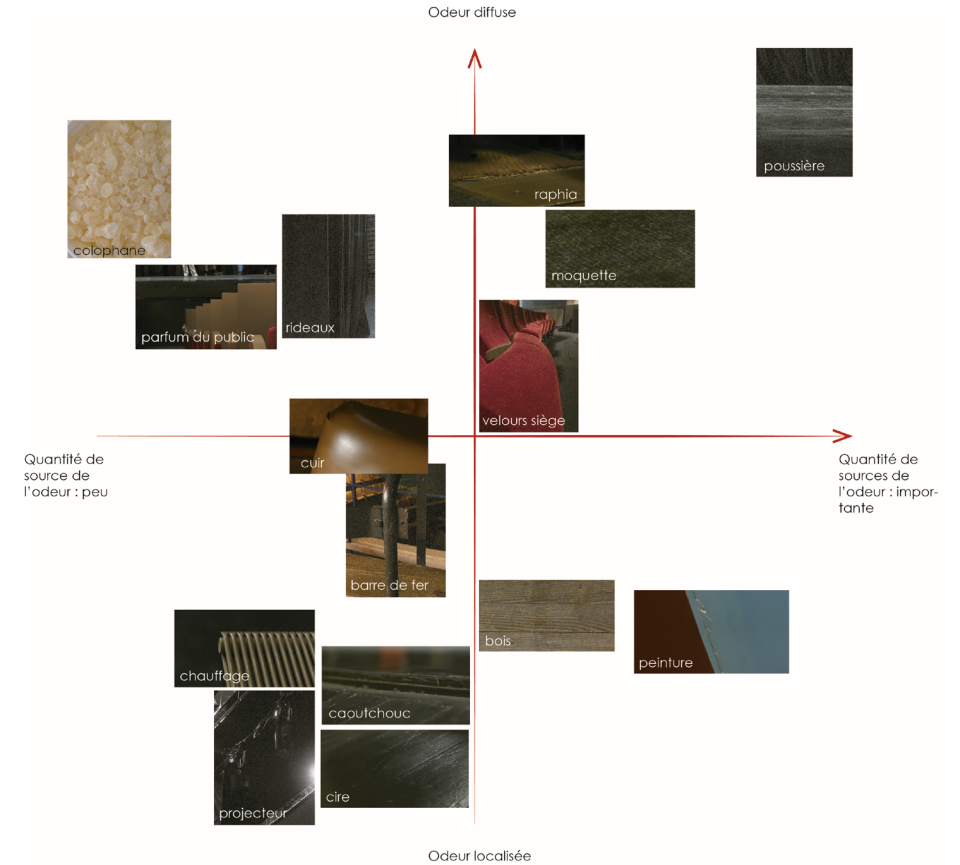


Sensory Map, Kate McLean, Le Marais, Paris.

3.2.1. Outils de traduction sensoriels et olfactifs : le classement par thématique.

La récolte des odeurs ne sert pas toujours de la même façon. Il est possible de discriminer ces dernières selon plusieurs critères.

En effet discriminer les sources olfactives dans un premier temps peut permettre de travailler sur la matière olfactive en tant que telle, comme je l'ai réalisé lors de mon analyse du théâtre Olympe de Gouges de Montauban. Cette analyse permet de travailler sur de possibles dispositifs de diffusions en réfléchissant sur la matière diffusante.

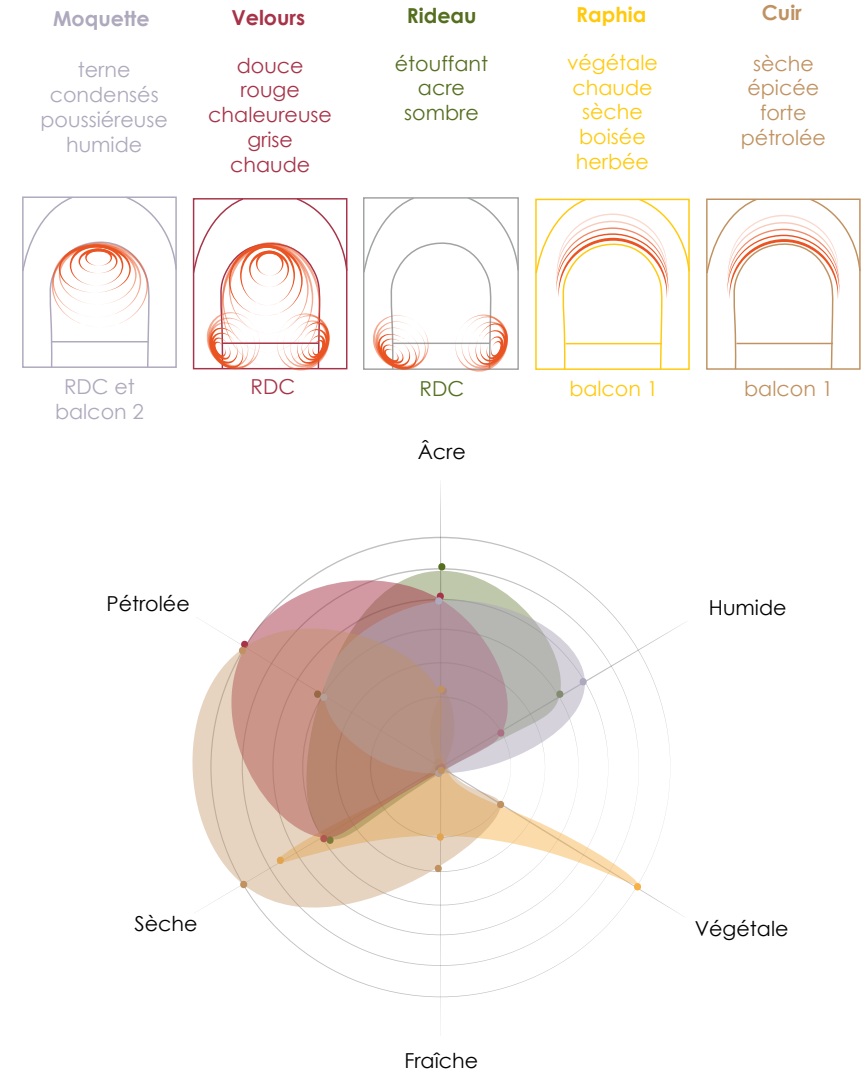


Cartographie des sources olfactives du théâtre de Montauban

En revanche, la cartographie olfactive d'analyse d'un parfum suivant le champ lexical du parfumeur, permet de travailler en parallèle sur l'évocation de l'odeur et l'imaginaire qu'elle provoque. Les deux méthodes, c'est-à-dire le fond et la forme, doivent idéalement être combinés pour une efficacité du projet final.

La dimension spatiale de l'odeur est indissociable de l'identité de celle-ci. C'est pour cela que j'associe une analyse spatiale avec mon analyse lexical et qualitative.

Les Textiles



Cartographie des thématiques olfactives du théâtre de Montauban

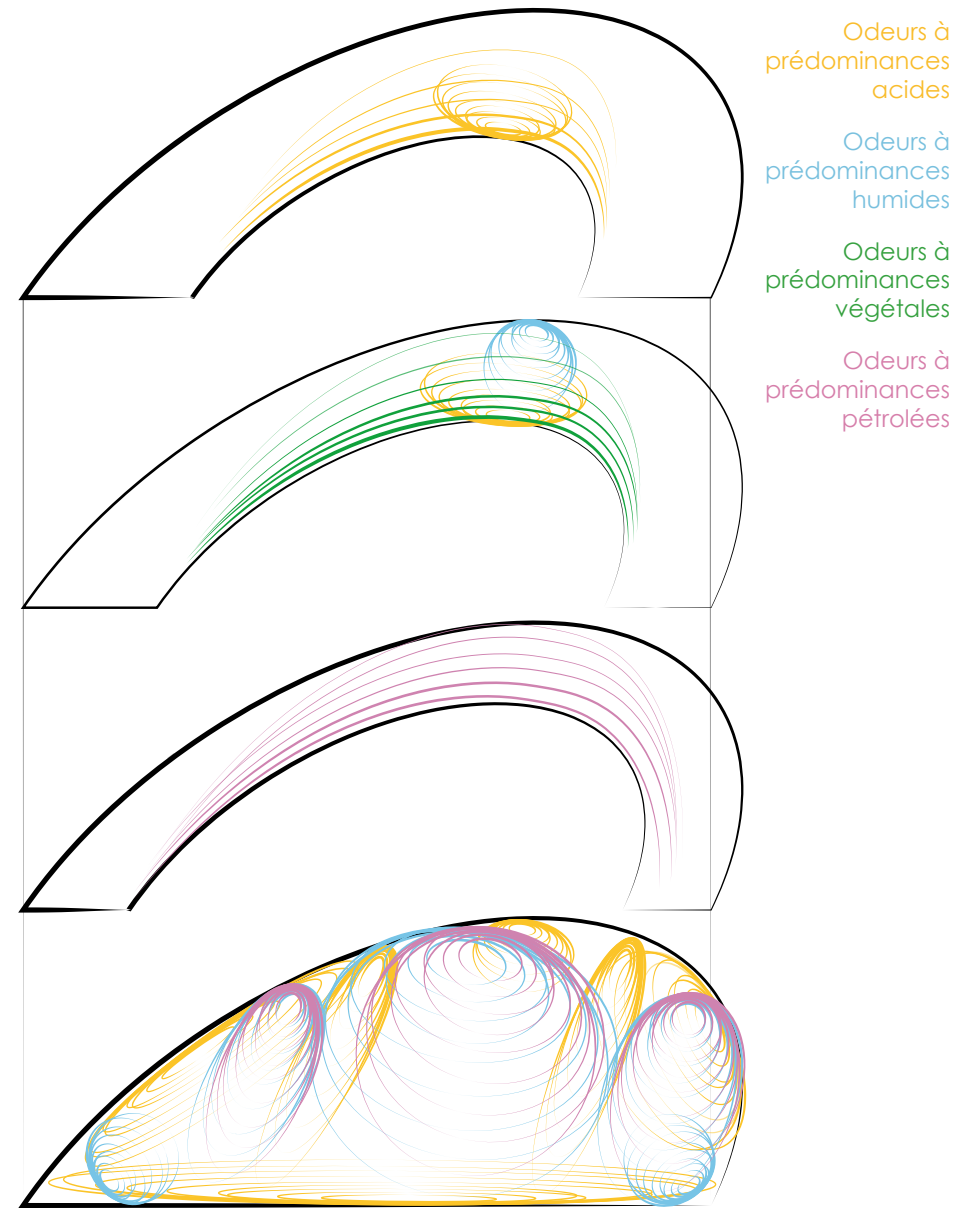
3.2.2 Représenter l'invisible.

Au sein de ma pratique, un des enjeux les plus intéressants est la traduction du flux olfactif visuellement sur les cartographies. Comment rendre visible les odeurs ?

En effet, la cartographie d'un terrain olfactif requiert une analyse détaillée et une communication de ce dernier avec les parties prenante du projet.

Techniquement, ma méthode consiste en une estimation de la place que peut prendre le flux (représenté d'une couleur choisie et par des anneaux symbolisant l'émanation) et de son intensité (en travaillant sur une opacité graphique).

Sur le schéma du théâtre Olympe de Gouges, chaque thématique olfactive effectuée au préalable est représentée par une couleur, et spatialisée.



Cartographie des thématiques olfactives du théâtre de Montauban

3.3.

Le discours et la forme : vers une conception formelle pour un spect-acteur citoyen : réintégrer les odeurs dans la ville.

Les compétences en design d'espace et en scénographie sont importantes lors de la mise en forme et en discours de l'odeur. Transmettre au client des idées de concepts dans le cadre de la revalorisation d'un territoire, mon domaine d'application, nécessite une communication claire, surtout en ce qui concerne la diffusion olfactive. La dimension hédonique n'est pas à délaissier sous prétexte qu'elle serait trop superficielle.

De plus, représenter les odeurs nécessite des symboles abstraits, qui doivent être néanmoins compris par le client.

L'étape d'expérimentation est primordiale lorsque l'on travaille en design sensoriel, et plus précisément en design olfactif. En effet, cette dernière n'étant régie que par des variables, elle doit être expérimentée plusieurs fois pour attester de son efficacité.

Des expérimentations de matériaux olfactifs interviennent alors très tôt dans ma méthodologie de conception.

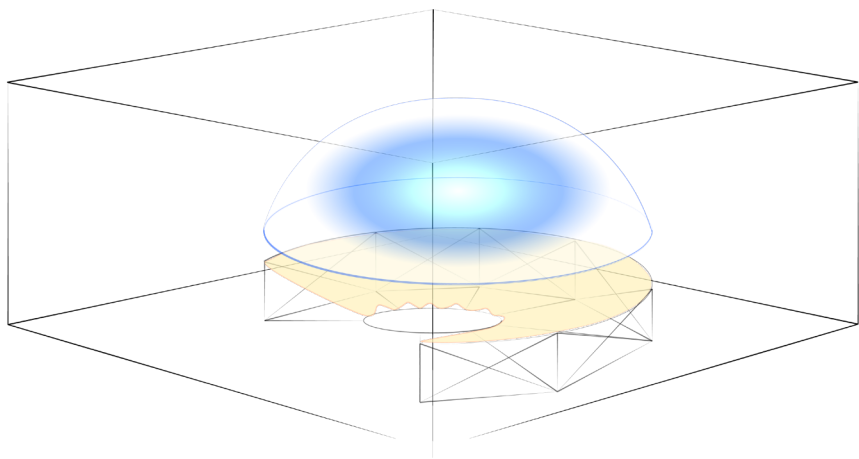


Photo, Mathériauthèque sensorielle de Magique.
32.

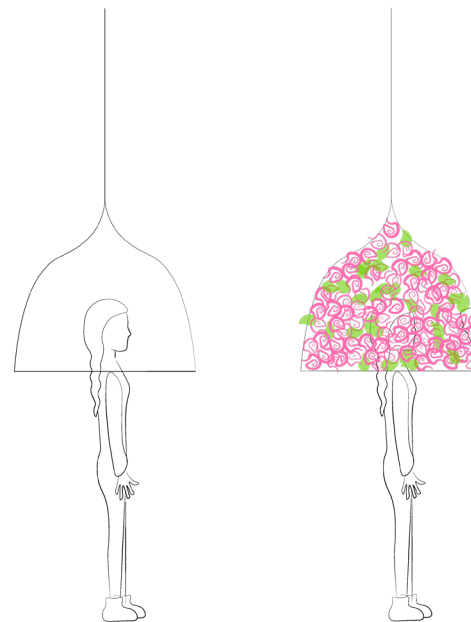


Photo, Laboratoire d'expérimentations de Magique.
Expérimentation de glycérine olfactive.
33.

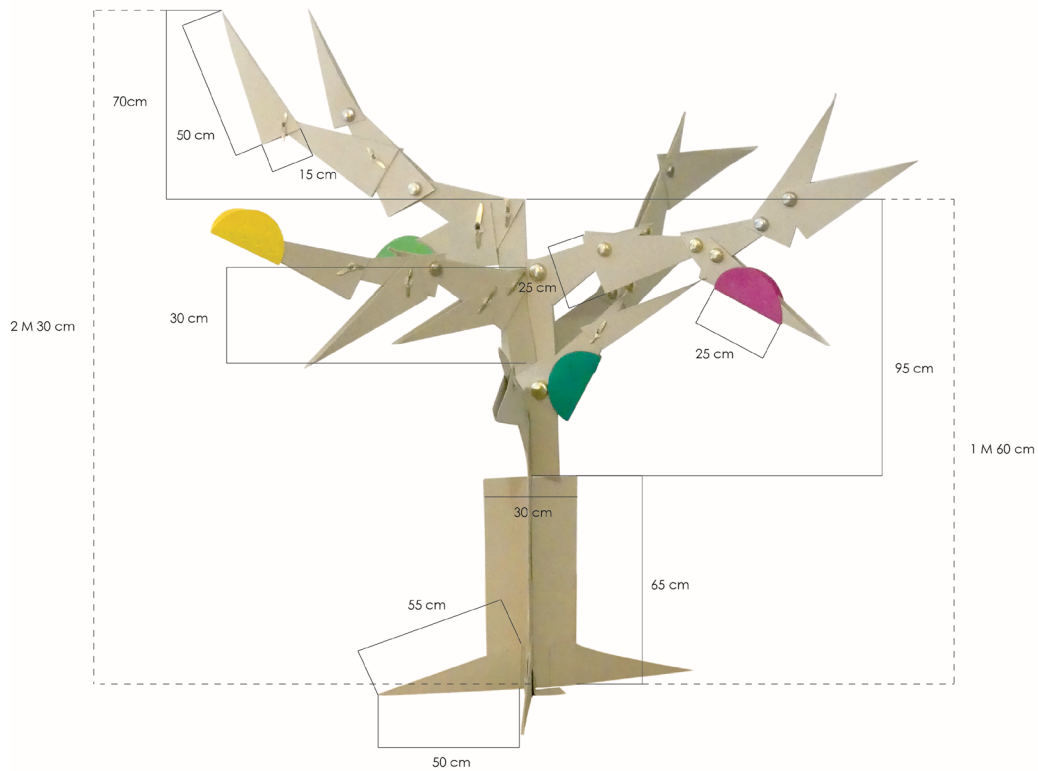
Les dispositifs olfactifs que je souhaite créer sont des dispositifs utilisant ces variables effrayantes comme des forces de création et d'activation de la structure. La phase de prototypage requiert alors des maquettes de principes, venant appuyer les croquis de concepts.



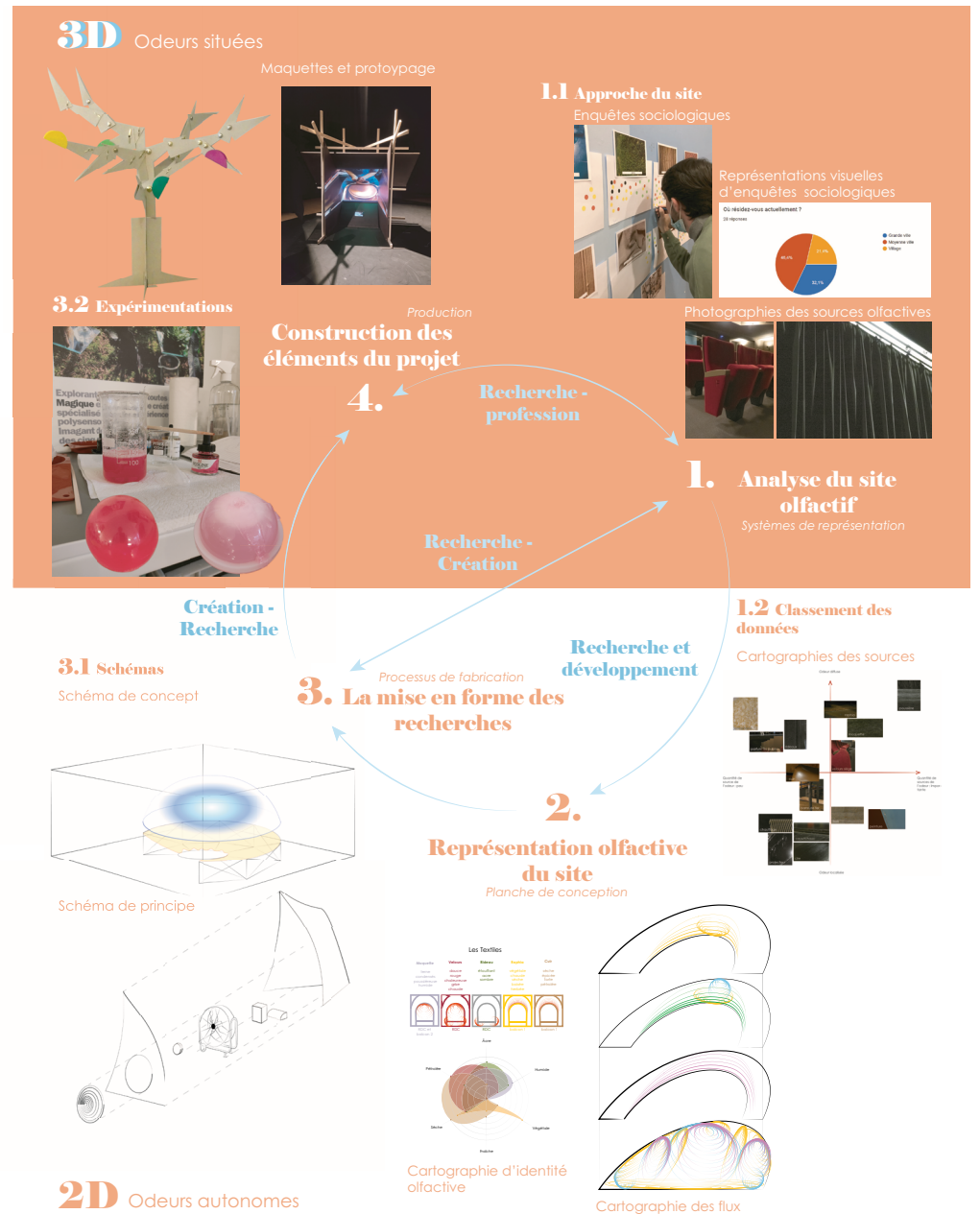
Croquis scénographie olfactive pour le Musée National de la *Marine*
34.



Croquis scénographie olfactive pour l'Institut du Monde arabe.
35.



Maquette d'un projet de microarchitecture olfactive urbaine. 36.



Conclusion

En somme, intégrer la dimension olfactive dans la conception de dispositifs scénographiques pose des enjeux d'ordre sociaux, moraux et techniques. L'architecture admettant un primat du visuel et de la structure, l'odeur en prenant les contours de celle-ci s'inscrit néanmoins dans l'atmosphère architecturale, réconciliant alors la dichotomie entre structure et flux.

La scénographie olfactive dérivant de ce paradigme a fait sa place en démontrant qu'elle pouvait réintégrer des odeurs chassés de notre société développant un imaginaire puissant par la narration, mais aussi par des dispositifs innovants, ces deux éléments participant à accentuer les parti pris immersifs scénographiques.

Ma pratique s'inscrit alors dans la lignée de ce constat, m'inspirant des méthodologies de scénographes et de parfumeurs, afin de réintégrer l'olfactif au sein de la scène sociale. Ma posture se développe alors autour de politiques de réaménagement et de revalorisation de territoires urbains.

Bibliographie

Ouvrages et articles cités

La Scénographie

Ouvrages

Marcel Freydefont, 2007, *Petit traité de scénographie*.

Anne Surgers, 2000, *Scénographie du théâtre occidental*, 3e Edition, Collection U, Armand Collin, Clamecy.

Marcel Freydefont, Susanna Muston, Emmanuelle Gangloff, 2015, *Scénographier l'art*, édition Canopé.

Dominique Paquet, 2004, *La dimension olfactive dans le théâtre contemporain*, L'Harmattan.

Mathilde Castel, 2018, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Le Contrepoint, Paris.

Jérôme Glicenstein, 2009, *L'Art : une histoire d'exposition*, première édition, Paris presses universitaire de France.

Mathilde Thouron, 2021, *Mise au noir, Fonction du visible et de l'invisible en scénographie*, L'innovation autrement, Elya Editions.

Arnaud Sompairac, *L'exposition comme expérience critique et sensible*, Espaces scénographiques, page 19

Daniel Lesage, Véronique Lemaire, 2015, *Qu'est-ce que la scénographie ? Vol. I – Processus et paroles de scénographes dans la revue*, introduction Etudes théâtrales.

Articles

Royal de Luxe, *Le Péplum*, article, <https://www.royal-de-luxe.com/creation/le-peplum/>.

Le Design Sensoriel

Ouvrages

Dictionnaire des mots du sensoriel, 2011, Jean-François Bassereau, Régine Charvet-Pello.

Laura Fourneau, 2019/20, *L'exploration sensorielle dans l'expérience muséale*, Mémoire, Avignon.

Wassily Kandinsky, 1911, *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, Denoël, Edition de 1989, Traduction Nicole Debrand.

Jon Day, 5 juin 2021, APOLLO magazine, *Scents and sensibility: why smell counts in art, For the International Surrealist Exhibition of 1938*.

Sites internet

Le P'tit snif, site internet : <https://www.leptitsniff.paris/>

Vidéo promotionnelle du P'tit snif : <https://www.youtube.com/watch?v=Utikkxjg6ZE>

L'architecture

Ouvrages

Peter Zumthor, 2006, *Atmospheres*, Birkhauser.

Vitruve, -15, *De architectura*, Premier tome, « De l'architecture ; qualité de l'architecte », Panckoucke, Lyon.

L'olfactif/L'odorat

Ouvrages

Jean-Louis Millot, 2018, *Le discret pouvoir des odeurs*, Acteur de la science, L'Harmattan, Paris.

Annick Le Guéner, 1988, *Les Pouvoirs de l'odeur*, Collection Odile Jacob, Éditions François Bourin, Paris.

Emmanuel Kant, 1798, *Anthropologie d'un point de vue pragmatique*, Traduction Michel Foucault, Librairie Philosophique J.Vrin.

Joël Candau, 2000, *Mémoire et expérience olfactive, anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, Presse universitaire de France.

Dictionnaire le Robert.

Georg Wilhelm Friedrich Hegel, 1875, *Esthétique*, volume 1.

Aristote, vers 1362, *Du Traité de l'âme*, J. Barthélémy-Saint-Hilaire, Paris.

Laurent P.Ferrier, Anouk Streff, Sophie Martin, Denis Brouillet, Melissa Barkat-Defradas, Manuel Jimenez, 2009, Influence de stimuli olfactifs dans une tâche d'évaluation hédonique de couleurs : *Les yeux voient ce que le nez sent*, Dans L'année Psychologique.

Le Grand livre du parfum, 2018, Pour une culture olfactive, nez

culture.

Articles

Annick Le Guérer, 2017, *Évolution de notre perception de l'odorat*, Pollution atmosphérique [En ligne], N°234.

Roland Salesse, 18 mai 2020, Article, *À la découverte du théâtre olfactif*.

Clara Muller, printemps été 2023, revue Nez n°15, « Les Meilleurs des mondes, sentir au futur. »

Jessica Mignot, *Niche* by Nez, n°1.

Revue Nez, Automne-hiver 2022, *Musique et Parfum*.

Mythe, Imaginaire

Yves Chalas, 2000, *L'invention de la ville*.

La société

Jean-Jacques Rousseau, 1754, *Discours sur l'origine des fondements des inégalités parmi les hommes*.

Dictionnaire *Larousse*

Ouvrages et articles consultés.

Mircea Eliade, 1963, *Aspects du mythe*.

Roland Barthes, 1957, *Mythologies*.

Richard L Gregory, 2000, *L'œil et le cerveau (la psychologie de la vision)*.

Gérard Pelé, 2012, *L'étude sur la perception auditive*.

Alexandra Borsari, Emeline Brulé, 2014, *Le sensible comme projet : regards croisés*.

Anne Hénault, 2019, *Le sens, le sensible, le réel*.

Maxime Favard, Gwenaëlle Bertrand, 2017, *Poïétique du Design 4 : Conception, Corps*

Iconographie

Photo de couverture : Nina Azzarello, *The orbs formed a surprising reaction upon contact with visitors*, 2017, image © design-boom

Abstract

I explore the cohabitation between scents and scenography. I am motivated by an observation. The sanitary crisis, in addition to an anosmic bias and a real fear of smells, has built an aseptic society.

The scenography sector is in the avant-garde with regard to olfactory diffusion. How can the olfactory part give another dimension in a scenography, both in the conception and in the society, and how can I take that power to use it in a social purpose.

More precisely, with a sociological and a physiological approach, I'm going to explore in the first part the morals conditions of the olfactory system in the society, and its omission. Moreover, in order to support my statements, I made a questionnaire whose conclusions which emphasized this point.

In the second part, I illustrate this finding by comparing cases studies covering the sensory design and flows.

Finally in the third, I showing that the society can be designed like a scenography, including various olfactory systems of diffusion, in order to design a structure that does not alter the public space. Then I consider bringing back the city identity in spaces which are keeping away, taking the working-class district for application case.

In conclusion, the mythological aspect of the smells brings questions about the society where we live in terms of sensory applications and olfactory innovations.

Résumé

Dans ce mémoire, j'explore la cohabitation entre les odeurs et la scénographie. Une observation a motivé ma recherche. La crise sanitaire, additionnée à un biais anosmique et une réelle peur des odeurs, a construit une société totalement aseptisée.

Le secteur de la scénographie est à l'avant-garde en ce qui concerne la diffusion olfactive. Comment l'aspect olfactif peut-il donner une autre dimension à la scénographie, à la fois en terme de conception et socialement, et comment utiliser ce pouvoir pour une application dans un contexte urbain ?

Plus précisément, avec une approche sociologique et cognitive, j'explorerai dans un premier temps les conditions morales et olfactive de l'odorat en société, et son omission. De plus, dans le but d'appuyer ma recherche, j'ai réalisé un questionnaire dont les conclusions mettent en valeur ce point.

Dans un second temps, j'illustrerai mes recherches théoriques en comparant des études de cas couvrant le design olfactif, la scénographie et les flux.

Enfin, dans une troisième partie, je tenterai de montrer que la société peut être pensée comme une scénographie, acceptant plusieurs types de système de diffusions olfactives. Je considère ramener les odeurs dans la ville.

En somme, l'aspect mythologique de l'odeur amène des questions à propos de la société, en termes d'applications sensorielles et d'innovations olfactives.