

CHAPITRE V

Le métier

« Il ne faut pas s'exprimer comme on sent
mais comme on se souvient. »

Joseph Joubert.

I. - D'un savoir-faire à la création d'un savoir

Comme laborantin de parfumeurs, j'avais été exposé à différentes manières de formuler, souvent complexes (les apprentis d'aujourd'hui ne passent plus par cette étape). Comme apprenti, j'avais acquis un savoir qui me permettait de répondre aux demandes des marchés internationaux, aidé notamment par l'utilisation d'une technologie récente, la chromatographie. J'étais nourri d'analyses de marché, d'analyses d'odeurs : huiles essentielles, bases, parfums. Pour formuler, j'additionnais des matériaux et croyais, naïvement, à la molécule qui permettait de tout changer et dévoilerait, enfin, ma créativité. À la recherche d'un style, la construction d'un parfum demeurant une énigme, j'hésitais à adopter une formulation complexe. Le choc se produisit quand je lus un petit opuscule illustré d'un bouquet de fleurs sur fond noir. La société Dragoco avait consacré la totalité de sa revue *Dragoco Report* au parfumeur Edmond Roudnitska. Le sujet était : *Le Jeune Compositeur de parfums et les Odeurs*. Bien que datant de 1962, le propos était nouveau. Il parlait du beau, du goût, de simplicité, de méthode pour sentir et pour

juger, mais aussi d'érudition et de philosophie de vie. Il entra ainsi dans ma vie, à tel point que j'ai gardé longtemps le secret désir d'être nommé, comme le sujet de cet écrit, « compositeur de parfums » alors que lui-même n'a jamais fait figurer cette qualité sur sa carte de visite, mais simplement le titre de « parfumeur ». J'imitais les parfums créés par Edmond Roudnitska. L'analyse chromatographique me donnait la plupart des composants, mais de nombreuses interprétations pouvaient être envisagées. La lecture de ses écrits et l'odeur de ses créations m'attiraient et devenaient objet de savoir. J'avais besoin de les dénuder pour mieux les sentir et me les approprier. J'étais en face d'épures, d'un travail rigoureux ; un odorant pour un effet. Délestée d'apprêts, de surcharges, la construction s'exprimait ouvertement, le parfum respirait. Cette approche me conduisit à repenser ma façon de formuler. Formuler n'était plus additionner des odeurs mais mettre en forme, c'est-à-dire bâtir et composer en créant des rapports d'odeurs. Pour mieux illustrer cette approche, j'aime citer le philosophe allemand Leibniz : « Parce que le bruit de la mer est un ensemble, pour entendre ce bruit il faut qu'on entende les parties qui composent ce tout, c'est-à-dire, nécessairement, le bruit de chaque vague, quoique chacun de ces petits bruits ne se fasse connaître que dans l'ensemble confus de tous les autres ensemble. »

L'approche créative d'Edmond Roudnitska pouvait se résumer à cette phrase de Paul Cézanne, « avoir des sensations et lire la nature ». Aussi, quand, à la fin des années 1970, la technologie du *head space* apparut, cette innovation me conquiert. Ce procédé permettait d'extraire *in situ* l'odeur des fleurs, des plantes rares, puis de les analyser afin de les reconstituer. J'avais l'impression de posséder un « Instamatic » de l'odeur qui me permettrait d'aller plus loin que le maître.

Cette technologie mettait en évidence la complexité de l'odeur des végétaux, la nature est imprévue ! Quatre cents molécules pour un jasmin, cinq cents pour une rose. Elle montrait aussi que la composition de l'odeur d'une fleur varie au rythme des heures de la journée, sans changer le caractère générique de la fleur.

Ce dernier constat me conduisit à penser que le caractère, la forme d'une odeur sont liés aux matériaux qui la composent, plus qu'aux proportions utilisées. De là à établir des correspondances entre l'odeur d'une fleur et la forme d'un parfum, le pas fut vite franchi et je modifiais ma manière de formuler.

Depuis, le choix des matériaux est décisif, leurs proportions peuvent être modifiées d'une manière importante. Je prends soin d'éviter les redondances.

Les matériaux de ma collection diminuent.

En créant *First* de Van Cleef & Arpels en 1976 à l'âge de 28 ans, mon nez était nourri des modèles existants, tourné vers l'intérieur, le savoir, le raisonnement, et malgré une collection réduite la mise en forme de ce parfum était complexe. Si quelques digressions à l'extérieur ou l'intuition me guidèrent et me permirent d'offrir le thème de la feuille de tomate dans l'*Eau de campagne* pour Sisley en 1976, et quelques autres parfums pour l'Artisan Parfumeur, ce n'est qu'au début des années 1990 que je m'engageais délibérément dans l'inconnu. Les modèles appartiennent à leur époque et, comme la mode, ils se démodent. Pour ne plus subir cette contrainte, il me fallait rester apprenti, curieux des choses et des êtres, demeurer celui qui cherche et parfois trouve.

Depuis j'ouvre, chaque année, un carnet moleskine dans lequel je note des prétextes, des idées, des accords simples, des pensées, des citations, des canevas de formules. Je le nourris de mes rencontres, de mes voyages souvent immobiles, de mon époque, et non de l'analyse et des tendances du marché.

II. - Du prétexte

Je suis pilleur, voleur, maraudeur d'odeurs. La nature est pour moi prétexte, départ, et non source d'inspiration ou souffle créateur. Les couchers ou les levers de soleil sont beaux où qu'ils soient ; il ne s'agit que d'une question de regard, de point de vue. Dans un parfum, je ne crée pas d'étonnement à reproduire l'odeur du thé, de la farine, de la figue comme elles sont. Créer, c'est interpréter les odeurs en les changeant en signes, et que ces signes véhiculent du sens ; l'odeur du thé vert devient signe du Japon, la farine signe de peau, la mangue signe de l'Égypte. Plus qu'un savoir-faire, je les écris dans un style, un goût, qui m'est personnel, et bien qu'imitable cette écriture n'est pas transmissible, en cela elle devient un art.

Pour *Eau parfumée au thé vert* de Bulgari créée en 1992, j'ai pris ce prétexte du thé bien avant de faire une visite dans les boutiques Mariages frères, rue du Bourg-Tibourg à Paris. Visite que je fis, plus tard, afin de sentir l'ensemble des thés, de confirmer ma vision et établir un discours sur une réalité vécue, de donner vraisemblance à cette création. Avec le parfum *Bois Farine* de l'Artisan Parfumeur créé en 2003, les fleurs à l'odeur de farine du Ruiza Cordata de l'île de La Réunion m'autorisaient à créer un parfum sur ce thème. J'ai repris un accord de farine que j'avais capturé en sentant un paquet de « Francine ». L'idée de bois est venue de mon amour de cette île où les habitants baptisent les lieux par des noms de bois : bois vert, bois puant, bois jaune, etc. Il me restait à trouver la forme du parfum.

Avec *Un jardin sur le Nil* pour Hermès en 2005, le choix du thème se fit lors d'une promenade sur une des îles-jardins du Nil à Assouan. Le choix naquit sous une

allée de manguiers. Nous sommes au mois de mai. Les branches des manguiers ploient sous le poids de leurs fruits verts qui sont à portée de ma main. J'en cueille un. Un lait transparent jaillit du réceptacle, je le porte à mon nez. L'odeur me séduit. Profusion d'images odorantes, de résines, de peau d'orange, de pamplemousse, de carotte, d'opopanax, de genévrier, odeur acide et douce, vive et tendre. Je ne résiste pas, je me laisse caresser les sens et m'approprie l'odeur. J'essaie de partager mon plaisir, mes émotions avec les personnes qui m'accompagnent. Le thème est choisi.

Bien avant cette promenade, j'avais rejeté les senteurs de jasmins, de fleurs d'oranger, d'épices, odeurs qui emprisonnent l'Égypte dans des senteurs mythiques d'un Orient imaginé par l'Occident.

Ce que je cherchais était une entrée insolite pour raconter l'histoire de ce jardin. L'odeur des mangues vertes devenait signe et symbolisait les îles-jardins du Nil. Plus tard, j'ai appris que ce fruit en Égypte donnait lieu à une fête annuelle.

Si le choix du prétexte est capital, ce que je cherche à expliquer ici, c'est que je ne peux pas créer sans avoir en mémoire un catalogue d'illusions d'odeurs, que je sais modifier et agencer suivant mes besoins.

III. - Les illusions olfactives

Copier la nature dans sa complexité ne m'intéresse pas. M'en emparer pour la transformer à ma convenance, la signifier en quelques traits, par l'arrangement d'un minimum de matériaux odorants est un exercice qui m'enchant. C'est l'alpha et l'oméga pour comprendre les rapports d'odeurs, fondements de toutes les illusions olfactives. L'illusion étant plus vraie que la réalité. Le vraisemblable plus croyable que la vérité.

Je dois décrire la réalité de ces exercices, même si peu de monde peut y jouer, faute de matériaux. Ce que je vous découvre, ici, est une sémantique des odeurs. Mais, à la différence des mots ou des notes de musique qui s'accrochent comme des chenilles processionnaires à la queue leu leu pour former une phrase ou une mélodie et donner sens, les matériaux des odeurs ne se mélangent pas comme des couleurs pour créer une nouvelle couleur, mais se juxtaposent et continuent à s'exprimer pour eux-mêmes tout en formant une nouvelle odeur, un nouveau sens. 1 + 1 devient olfactivement 3, chaque 1 demeurant perceptible. Ces illusions olfactives se présentent comme un jeu où l'on soumet à son nez un minimum de deux touches imprégnées de matières diluées (voir ci-dessous l'odeur de pomme), que l'on agite comme un éventail à peine ouvert. Parfois, pour parer à l'intensité d'un matériau, une touche est présentée en retrait. Ces illusions ne sont pas des modèles, juste des illustrations olfactives d'une pensée en mouvement, qui ne demande qu'à inventer et à se renouveler.

	<i>Pomme</i>	<i>Pêche</i>	<i>Poire</i>	<i>Fraise</i>	<i>Fraise des bois</i>	<i>Framboise</i>
Fructose	±	±	±	±	±	±
Aldéhyde C14		±				
Cassis bourgeons abs.		±				
Acét. benzyle	±					
Géranol			±			±
Acét. hexyle			+			
Éthyl maltol				+	+	+
Anth. méthyle					±	
Ionone bêta						+

Diagramme d'illusions olfactives : tremper chaque touche légèrement dans les produits indiqués et agiter sous le nez.

L'illusion n'est pas mensonge, c'est une façon de répondre aux désirs.

IV. - Écrire un parfum

Que de raisons n'ai-je pas prises ou inventées, pour reculer le moment où j'aligne sur la page blanche les premiers mots, les noms des matériaux, qui devront exprimer l'idée née d'un prétexte ! Le rangement des petits flacons des travaux en cours qui règnent en désordre sur ma table de travail ; un regard sur un papier qui attend une réponse ; un bruit ; l'attente d'une communication téléphonique.

Ce refus animal de composer peut durer des heures, des jours. En fait, j'ai tendance à vouloir que le premier jet soit parfait, qu'il contienne tout ce que je désire exprimer, qu'il ait déjà la texture de la forme finale, de sorte que je puisse peaufiner l'idée, le thème, plusieurs jours, plusieurs semaines, alors qu'à l'expérience il vaut mieux jeter sur la page ce que l'on a certainement mal conçu, mais qui a le mérite d'exister.

La composition d'un parfum diffère cependant d'autres formes d'expression, comme l'écrit ou la musique qui dispose les mots ou les notes dans un ordre continu. Cette disposition successive et ordonnée des mots ou des notes de musique n'existe pas dans la mise en forme du parfum, car les composants entrant dans une formule de parfum, qu'ils soient fugaces ou persistants, sont perceptibles dès l'ouverture du flacon ou sur la peau. Ainsi, l'impression olfactive est globale, les matériaux du parfum s'estompant dans le temps. D'où cette erreur, trop souvent enseignée, de construire un parfum en pensant

tête, cœur, fond, ce qui procède plus d'une approche analytique, c'est-à-dire de décomposition. L'huile essentielle de bergamote, note considérée de tête, persiste six heures sur touche, l'alcool phényléthylique, note dite de cœur, vingt heures et les muscs plusieurs jours, alors que la durée souhaitée d'une eau de toilette devrait être inférieure à six heures. C'est pourquoi je déconseille ce type de construction, même si je reconnais à l'évaporation sur touche et sur la peau une succession relative des composants.

Je suis souvent surpris de ce que je réalise et, si l'idée est présente dès le premier essai, la forme que j'avais pressentie et qui me motivait est souvent décevante. La façon dont je compose ma formule, le choix des matières, la forme inattendue vers laquelle je dérive, puis me reprends, sont liés, bien évidemment, au savoir, à une forme d'intelligence et de sensibilité, mais aussi à l'intuition qui est pour moi de la connaissance enfouie et à une attitude. Attitude que je définis par un esprit curieux, créatif, cultivant l'opiniâtreté, le doute *versus* la certitude, refusant un certain conformisme et cherchant avant tout du plaisir.

V. - Esprit curieux

Si, à l'expérience, certains matériaux sont singuliers de nature, parfois difficiles dans leurs utilisations, il n'y a pas de mauvaises ou de bonnes odeurs, mais des matières avec lesquelles je travaille. Une matière sans beauté, sans qualité apparente, sauf celle que j'« entre-sens », peut participer à la beauté d'un parfum. Et, bien que réduite, la collection de matériaux est suffisante pour développer et entretenir un esprit de curiosité, en recherche permanente d'utilisations possibles, du nouveau dans le vieux et de l'imprévu dans l'habituel.

VI. - Esprit créatif

Quand j'écris une formule de parfum, non seulement j'ai une vision globale de ce que je désire atteindre, mais encore j'ai en mémoire les matières et la contribution probable de chacune d'elles dans la composition. Empruntant le raisonnement de Pascal : « Je ne peux comprendre le tout si je ne connais pas les parties et je ne peux pas comprendre les parties si je ne connais le tout. » Cette conception m'invite à procéder par une pensée « en navette ».

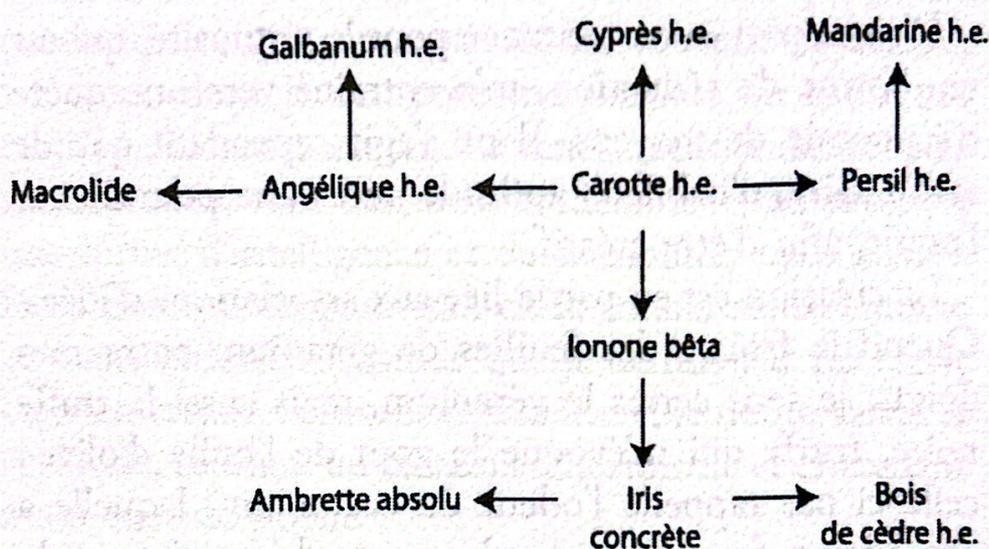
D'autre part, mon attirance pour la virtuosité, qui est une forme de séduction, m'a entraîné vers une quête d'économie de moyens. Il ne s'agit cependant que de savoir-faire, d'habileté, aptitude nécessaire pour libérer l'esprit, afin d'être créatif.

La création est en partie liée aux associations d'idées. Quand je froisse des feuilles de géranium entre mes doigts, je sens certes le géranium, mais aussi la truffe noire, truffe qui m'évoque le goût de l'huile d'olive ; celle-ci me rappelle l'odeur du castoréum, laquelle a des odeurs fumées du bouleau, etc. L'association du bouleau et du géranium est un accord digne d'intérêt. Les associations les plus espacées sont, souvent, les plus intéressantes.

Ci-après une carte d'odeurs, qui s'apparente à une carte heuristique, représentant différentes accroches olfactives, des liens possibles.

Au risque d'étonner, la créativité est aussi liée à l'oubli. Nous avons tous un livre que nous lisons et relisons avec plaisir, qui est toujours le même, mais à chaque fois légèrement différent ; un tableau que nous connaissons parfaitement, dans lequel nous découvrons un détail, ce qui renouvelle la vision que nous en avons ; une photo qui trahit le souvenir que nous avons de nous-mêmes.

C'est cette faculté d'oubli qui nous distingue entre autres des ordinateurs et qui nous permet d'évoluer, de percevoir autrement, et qui m'a permis de détourner l'odeur caractéristique de l'ionone bêta, corps de synthèse, dont le nom et l'odeur signifiaient depuis un siècle la violette, jusqu'à son utilisation dans l'*Eau parfumée au thé vert* chez Bulgari. L'ionone associée à l'hédione, autre corps de synthèse, évoque l'odeur du thé. Les composants d'un parfum sont comme les mots du langage, ils évoluent avec le temps, avec leur époque, et peuvent changer de sens.



VII. – L'opiniâtreté, la certitude, le doute

L'opiniâtreté est nécessaire pour maîtriser une formule, quand, dans une eau de toilette contenant de 20 à 30 composants, la plus petite proportion peut être de quelques PPM (partie par million), et la plus grande de quelques centaines de grammes, et que chaque composant interagit avec sa propre intensité, volatilité et persistance ; les essais sont nombreux, les échecs abondants.

L'opiniâtreté est indispensable quand, dans des conditions normales de travail, l'intervalle entre deux

jugements olfactifs varie de quinze minutes, dans le cas d'un ajout dans un travail en cours, à plus d'une heure quand la formule est pesée dans sa totalité, diluée dans l'alcool à la concentration choisie, contrôlée sur touche, puis suivie pendant plusieurs heures à intervalles réguliers. Enfin, entre le premier travail et la composition aboutie, s'écoulent de quelques mois à une année de travaux journaliers.

Pour surmonter l'impulsion première, ce refus animal de composer qui est une forme de fuite, une démarche de certitude à court terme est utile, elle permet l'action, car la création d'un parfum est avant tout un travail d'engagement, formé patiemment et chaque jour entretenu. Certitude aussi pour libérer les intuitions et favoriser les audaces dans le choix de l'idée, de l'agencement des composants et de leurs proportions.

Conjointement, le doute est indispensable à une remise en question permanente, il permet de prendre la distance nécessaire aux jugements olfactifs des essais en cours, qui peuvent être victimes d'une satisfaction immédiate, d'un petit plaisir intense, parfois contredit le jour d'après lors d'un nouvel examen olfactif. Doute qui favorise tout autant la perception synthétique qu'analytique.

VIII. - Refus d'un certain conformisme

Malgré ma sympathie pour les parfums que nous connaissons tous et pour les références du bon ton international, j'ai le sentiment qu'un regard distant des marchés permet d'échapper à des compromis affectifs. Ajoutant la curiosité au sens critique, je réponds à tout ce bruit olfactif par une exploration personnelle vers des odeurs inattendues. Ainsi, le thème d'un parfum peut naître non seulement d'une matière revisitée, mais encore de l'intérêt pour un signe possible comme l'odeur

d'une étoffe, du goudron, d'un bois, etc. Ou de l'émotion ressentie en sentant un gardénia sous la pluie, parfois d'une réécriture d'un parfum qui m'est cher.

IX. – Le plaisir

Le plaisir est de nature égoïste, le luxe est le partage. La parfumerie, comme tous les métiers d'art, a pour objet de créer des produits dont la finalité est avant tout le plaisir des sens. Comme homme et compositeur de parfums, il me faut prendre du plaisir pour en donner à mon tour. Plaisir de surprendre, d'évoquer, de suggérer, de se laisser deviner peu à peu. Le parfum est une histoire en odeurs, parfois une poésie du souvenir.

Avec *Un jardin en Méditerranée* créé pour Hermès en 2003, le choix du prétexte se fit dans le jardin de Leïla Menchari sur les bords de la Méditerranée, en Tunisie. L'histoire s'était présentée simplement, sous la forme d'une feuille de figuier qu'une jeune femme avait déchirée et sentie en souriant. En capturant cet instant, j'opérais un choix, l'odeur de la feuille de figuier devenait signe et symbolisait la Méditerranée.

Quelques jours plus tard, en rentrant dans mon laboratoire, j'ai composé à grands traits ce parfum, né d'une émotion vécue et partagée, et à l'aide de mes notes, béquilles de ma mémoire.

Bien sûr, j'aurais pu faire appel à la technique sophistiquée du *head space* pour prélever l'odeur ambiante du jardin. Mais cette façon de faire ressemble à la prise d'un instantané, d'une photographie sans âme qui ne révèle affectivement rien d'un lieu. Cet outil n'est qu'un leurre pour copier la nature, un artifice qui n'offre qu'une pâle représentation de la perception et de l'émotion vécue. Vouloir recréer par cette méthode analytique des parfums figuratifs, des odeurs réelles, me rappelle ces recettes

de parfums du XIX^e siècle qui fleurent bon la rose, le trèfle, la violette, qui sont de jolis mélanges et non des compositions, des créations de l'esprit.

Le *head space*, méthode analytique dont je fus un ardent partisan, a montré ses limites dans la recherche de nouveaux matériaux : après vingt ans de recherche analytique, elle a mis à disposition des parfumeurs moins d'une dizaine de molécules. Elle sert aujourd'hui surtout d'argumentaire commercial. Les matériaux du futur viendront principalement de la recherche pure et de l'imaginaire des hommes et non d'une captation de la nature.

Stémone, octalactone gamma, ces deux composants suffisent pour évoquer l'odeur de la feuille de figuier. Mais la forme d'un parfum ne se réduit pas à l'assemblage de ces deux matériaux qui construisent l'accord. Dans le parfum, construction et composition sont étroitement liées. La construction peut se résumer à l'équilibre des intensités et des masses que l'on trouve dans l'accord de base. La composition, elle, s'exprime par le jeu des correspondances, des contrastes, des variantes, des surcharges. Ainsi, la stémone à l'odeur de feuille de menthe froissée combinée à l'octalactone gamma à l'odeur fruitée de prune évoque déjà la feuille de figuier, tandis qu'un apport d'Iso E donne une structure boisée, nerveuse, épicée, et que l'hédione apporte fraîcheur, fleuri et légèreté. La stémone et l'octalactone gamma sont des matériaux de fortes intensités tandis que l'Iso E et l'hédione sont influents par leurs proportions. Cette combinaison d'intensités et de proportions s'équilibre pour construire l'odeur du figuier.

C'est par la composition qui exprime le jeu résultant de toutes les combinaisons de matières et en recherchant un rythme, une mélodie, que je crée une forme olfactive. Quand la forme prend sens, je suis alors dans l'euphorie du moment, dans le plaisir de la composition,

uniquement guidé par mes intuitions. Parfois, la forme se dérobe et m'échappe. Un recul de plusieurs jours et le travail sur d'autres projets me permettent de retrouver ma route.

Après de nombreux travaux, de combinaisons d'accords, et par le jeu d'associations d'idées que j'accumule et sélectionne, la forme se fait parfum. Et ce dernier devient la poésie du souvenir d'un jardin en Méditerranée. Comme je le désire surprenant, clair et lumineux, j'avantage les notes cassis et bergamote au détriment du caractère fruit sec et figue qui donne de la lourdeur et un aspect gourmand, alimentaire. Je privilégie un accord végétal, de feuillage froissé mouillé, et le rehausse de fraîcheur acide et d'amertume par une note d'orange. Enfin, je prends soin du volume, de la diffusion, de l'aura du parfum, impression plus importante que la persistance.

Il faut prendre du plaisir pour émouvoir et mouvoir l'autre. Plaisir propre au parfum, tant de fois renouvelable par un geste simple.

Évidemment, ce travail peut se poursuivre sans fin, et je peux toujours ajouter des détails et m'égarer. J'évite ce tracassé quand je pense avoir répondu à l'ensemble des questions que je me suis posées en créant le parfum, mais aussi quand l'agrément subjectif d'un comité très restreint est atteint.

Ainsi, la composition d'un parfum est non seulement la résultante voulue, choisie et unique des « conflits » et des « fusions » entre les différentes matières intervenant dans la construction et la composition, comme j'ai essayé de le démontrer, mais aussi l'expression d'une écriture olfactive, d'un style, de cet art de penser « à côté » qui m'appartient, et que détient en propre chaque compositeur de parfums.

CHAPITRE VI

Le parfum

« Tout est signe en art. »

Pablo Picasso.

Je poursuis le beau chaque jour en travaillant sur le parfum et je ne sais toujours pas où il se trouve. Ce que je sais, c'est que pour vous enchanter, vous charmer, vous tenter, vous influencer, vous fasciner – en un mot, vous séduire –, il me faut manipuler des savoirs et les mettre en scène, afin de rendre le parfum désirable. Désirable, adjectif qui marque, pour les philosophes classiques, la limite de l'art. Cependant, le fait que le parfum s'évapore et disparaît témoigne que l'on ne peut le posséder et que le désir demeure désir. C'est ainsi, à la faveur de votre mémoire, de souvenirs odorants communs, que je peux rendre le parfum séducteur.

Volontairement ou involontairement, nous façonnons notre mémoire olfactive par des actions répétitives, depuis le stade fœtal et tout au long de notre vie. En nous développant, notre vie affective engrange des souvenirs olfactifs. De sorte que nous aimons l'odeur de peau de nos enfants, de notre partenaire, l'odeur propre des serviettes de bain, d'un foulard, d'un vieux cardigan, du vernis à ongles, du beurre sur le pain grillé, des confitures, du café, du thé, du chocolat, d'un vin de garde, des amandes, de la cannelle, du poivre, du thym, du riz, du *petit BRUN*, des fleurs, des fruits, du miel, de la lavande, des crayons, de la colle blanche, des meubles cirés, de l'herbe coupée, de la pluie. Au contraire, nous

n'aimons pas l'odeur du gant de toilette oublié, l'odeur aigre du lait, de la cuisson du chou, de l'ail, de certaines peintures, du tabac froid, du métro, de l'eau de Javel, de l'éponge ou du chiffon à nettoyer le tableau noir, du pipi de chat et du chien mouillé, surtout quand ce n'est pas le nôtre. Et si parfois, entre une odeur agréable ou désagréable, il n'y a qu'une histoire personnelle, liée à une rencontre, à un événement joyeux ou douloureux, nous avons des souvenirs communs qui nous permettent de partager des émotions.

La mémoire olfactive déterminant nos choix de parfums, nos souvenirs olfactifs deviennent pour les compositeurs de parfums objets de convoitise. Le sens olfactif n'est donc pas, contrairement à l'opinion courante, vague et rudimentaire, mais un sens complexe et précis, à tel point que le cerveau sait recomposer, avec quelques fragments d'informations olfactives donnés par quelques molécules, l'image globale d'une odeur, à condition, bien évidemment, de l'avoir en mémoire. Ce qui est prodigieux mais illusion. Le plaisir des sens est aussi un choix intellectuel.

I. - De certains parfums¹

Je juge les parfums qui ont défié le temps avec le nez d'aujourd'hui et les nouveaux avec le nez d'hier. Et je me rends compte que la mémoire est ainsi faite que les parfums qui ne sont pas sentis avec intérêt ou passion, qui ne sont pas liés à une histoire personnelle ou, dans notre métier, à une éducation olfactive, sont dépourvus de signification et ne laissent aucune trace dans la mémoire. Je constate ainsi qu'une évaluation pour une mise en case, une classification, ne me contente pas.

1. Ce titre est emprunté au dernier texte écrit par Jean Giono.

Cette préhension du parfum est trop analytique, distancée, pour m'émouvoir. Pour découvrir le parfum, il me faut le traverser, l'appréhender de l'intérieur. Débarrassé de son habillage, je peux l'apprécier, juger et conclure.

Je remarque aussi que ma perception, mon intelligence, mon jugement des parfums ont évolué parallèlement aux idées, aux valeurs, aux mœurs, aux goûts de la société, et que la représentation mentale que j'ai des parfums n'a pas cessé de se modifier et de s'enrichir. Je réinvente ainsi en permanence ma représentation du passé. Ce passé qui construit mes futures créations.

L'Osmothèque¹ m'enchanté avec le *Trèfle incarnat* de L. T. Pivert (1905) qui sent le progrès à la faveur d'une utilisation massive du salicylate d'amyle à l'odeur métallique de l'acier, avec *Après l'ondée* de Guerlain (1905) qui a l'audace d'utiliser à profusion l'aldéhyde anisique évocateur du mimosa et de la frangipane.

La surprise est grande en découvrant les parfums de Paul Poiret (1910-1925) qui use et abuse déjà des aldéhydes, des plus métalliques aux plus fruités, des odeurs abstraites dans *Arquelinade* à celles si figuratives de *Fruit défendu*; et si ces formes manquent parfois d'équilibre, d'harmonies, elles ont toutes du toupet, ce qui me réjouit.

Le plaisir est à la fête avec les parfums de ma génération qui ont été créés entre les années 1950 et 1970. Ils se nomment *Bandit*, *Fracas*, *L'Air du temps*, *Diorissimo*, *Eau sauvage*, *Fidji*, *Calèche*, *Habit rouge*, *Calandre*, *Chamade*, N° 19. Ils ont un velouté, une épaisseur, une rondeur, une complexité, une richesse, une mollesse, un ensemble de valeurs que je nomme « du gras » et qui vient de l'utilisation volontaire de naturels qui les enveloppent, donnent un effet « matière » et les signent.

1. L'Osmothèque (conservatoire des parfums), 36, rue du Parc-de-Clagny, 78 000, Versailles.

Le plaisir devient sensuel, presque charnel, quand je sens *Shalimar* de Guerlain, *Miss Dior*, *Eau d'Hermès*, *Aromatics Elixir* ou *Youth Dew* d'Estée Lauder et *Opium* d'Yves Saint Laurent.

Quant aux nouveautés du XXI^e siècle, elles sont parfois des délices quand elles offrent des audaces et déplacent le nez.

Ainsi, chaque génération construit son enracinement et ses signes de reconnaissance, qu'ils soient vestimentaires, musicaux, olfactifs, etc. Le parfum est un fait de société et, en ce sens, il est condamné à mourir si on n'entretient pas le mythe et sa mémoire, non pas dans le passé, mais dans un message renouvelé, recomposé, parfois par la publicité – ce qui est le plus commun –, par le discours qui peut mettre en relief des aspects ignorés, mais aussi par le renouvellement de thèmes existants. La rose est certainement le sujet qui a été revisité le plus souvent au XX^e siècle, par les compositeurs de parfums.

II. – La classification des parfums

Si l'idée de définir les odeurs remonte à Aristote, l'idée de regrouper et de classer les parfums a vu le jour à la fin du XX^e siècle chez les industriels de l'aromatique afin d'appréhender le monde des parfums devenu complexe, d'en faire un état des lieux, de le justifier et, éventuellement, de chercher ce qui n'existe pas. Ainsi, en 1976, la société allemande Haarmann & Reimer propose la première classification des parfums féminins fondée sur des généalogies, suites de parfums qui édifient une filiation, qui est inspirée par le modèle de classification de la société Graysson Associated Inc., aux États-Unis. Depuis, d'autres grands acteurs du marché ont suivi et proposent leurs classifications des parfums.

La plus connue et servant de référence pour l'ensemble de la parfumerie est celle de la Société française des parfumeurs apparue en 1984. À son origine, la classification était limitée à la parfumerie féminine et était répartie en cinq grandes familles olfactives : Florale, Chypre, Fougère, Ambrée et Cuir, qui, en dehors des Fougère et des Cuir, étaient subdivisées en plusieurs sous-familles. La deuxième classification fut publiée en 1990. Elle comprend, outre la classification des parfums féminins, celle des parfums masculins et l'introduction de deux familles nouvelles : Hespéridés et Boisés, avec leurs sous-familles.

Ces familles sont définies en fonction de structures acceptées par une majorité de parfumeurs, les structures reposant sur une association type de matériaux. Ainsi, pour la famille fougère, vous pouvez lire : *FOUGÈRE, dénomination de fantaisie, qui ne prétend pas se rapporter à l'odeur des fougères et qui est réalisée avec des notes lavande, boisées, mousse de chêne, coumarine, bergamote, géranium, etc.*

J'ai fait partie de commissions de classification des parfums de la SFP, et aujourd'hui je m'interroge sur l'intérêt réel d'une telle classification, car, à la lecture de ce type de définition, rares sont les personnes qui peuvent se faire une idée de l'odeur de « fougère » parce qu'elles ne connaissent pas l'odeur de chaque matériau et qu'elles ne peuvent imaginer leur combinaison.

La lecture de ces quelques lignes du *Voyage en Italie* de Jean Giono me renforce dans l'idée que toute classification est une gageure : « Ce qui m'ennuie quand je parle d'un tableau, c'est qu'il m'est impossible d'exprimer la couleur, c'est pourtant essentiel, j'ai beau dire rouge, vert, jaune, ces mots ne me font rien voir. Cela fait croire à tout le monde qu'on a réussi. Mais qui peut affirmer qu'il a vu un tableau quand on lui a décrit avec des mots ? Le décrire avec des sentiments (ce qui

au premier abord paraît mieux) ne sert finalement qu'à brouiller les cartes¹. »

En lisant ce texte, le mot *sentiment* m'accroche. Je lis « le-sentiment », j'entends « le-sens-qui-ment ». Toute classification est un risque, peut-être une impasse. Aussi, je me suis penché sur plusieurs types de classifications dont la classification de la musique classique. J'ai appris que, pendant longtemps, la musique avait été classée suivant des structures qui sont des types de construction : ballade, bourrée, cantique, concerto, étude, fugue, menuet, pavane, polka, polonaise, rhapsodie, sonate, suite, symphonie, valse, etc. Puis que, dans les années 1950, de nombreux compositeurs de musique rejetèrent ces formes préexistantes et s'intéressèrent d'abord au son des instruments et moins à la structure de la musique. Les classifications cependant demeurent quand on désire acheter un compact disque (ou CD), puisque nous pouvons choisir par type de musique : classique, jazz, pop, rock, country, blues, folk, soul, rap, etc.

Cependant, cette classification nous renseigne peu sur la qualité de la musique. Le choix, aujourd'hui, est conduit par le nom des auteurs : Norah Jones, Mozart, Brad Meldhau, Charles Trénet, etc.

Dans les classifications actuelles des parfums, je trouve que les informations importantes se résument à la date de création, aux noms des parfums et des marques qui les ont commercialisés. La date permet de mettre en perspective l'évolution des parfums, à condition de pouvoir les sentir ; le nom des marques et les noms des parfums donnent la mesure de la créativité de chaque société.

De plus, les compositeurs de parfums et le marché, à la recherche de nouvelles formes d'expression, ont produit de nouvelles structures. Les liens aux anciens parfums

1. *Voyage en Italie*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1995, p. 581.

sont surtout dans les mémoires des parfumeurs, tout comme l'odeur des parfums servant de références. De nouveaux parfums sont nés, de nombreux ont disparu. L'Osmothèque est la demeure des parfums du passé.

Structures. Mots. Sentiments. Aucune de ces approches n'est juste. Je propose ici une typologie personnelle dans laquelle les parfums se définiraient par une forme, c'est-à-dire la façon dont le parfum est perçu, et non par les matériaux qui les composent.

Formes classique, baroque, narrative, figurative, abstraite, minimaliste, etc.

- Les Baroques se définissent par un propos exagéré, prenant de l'espace. L'accentuation d'un détail pouvant créer une tension.
- Les Classiques sont les parfums devenus les figures, les archétypes de la parfumerie.
- Les Abstraites sont les parfums qui ne renvoient pas à une imitation de la nature.
- Les Figuratifs sont les parfums qui s'attachent à donner une représentation fidèle d'une odeur choisie.
- Les Narratifs sont ceux qui racontent une histoire, un lieu, un voyage.
- Les Minimalistes jouent l'odeur pour l'odeur, nue de tout sentiment.

Bien évidemment, de nombreuses combinaisons sont possibles.

Dans cette proposition, les modernes n'existent pas. Le mot « moderne » ne définit pas une forme de parfum, mais un état transitoire. Le baroque fut moderne à son époque ; seul le temps a permis de cerner et de définir cette forme d'expression artistique.

La création, qui est par définition un système ouvert, résiste et même s'oppose à toute classification qui est un système fermé. Un nouvel agencement reste un pari, une aventure.

III. - La critique des parfums

En août 2006, le *New York Times* annonçait l'engagement d'un journaliste comme critique de parfums. Le journaliste commentait son engagement par ces mots : « La création des parfums est une des hautes formes de l'expression artistique, égale à la peinture ou à la musique. Ces colonnes traiteront du parfum comme d'un art, à part entière. » Il devenait le premier critique de l'art du parfum. Cette nouvelle me réjouissait. Un nouveau métier naissait.

Pour être reconnu comme une forme d'expression artistique à part entière, la critique des parfums est indispensable. Il ne s'agit pas simplement de le décrire en énumérant les matériaux révélés qui le composent – la lecture d'une recette de cuisine n'a jamais donné en bouche le goût obtenu –, mais de le juger pour son expression, son originalité, sa qualité, son écriture que je nomme le style. Parce que le style différencie les parfums des auteurs qui les ont composés. Ces critiques entraînent une remise en question constante pour les compositeurs de parfums, car, dans un marché où toutes les marques sont soumises à la concurrence d'autres marques, le besoin de distinction me paraît plus important que celui de la nouveauté qui n'est qu'un état passager. La pérennité des marques en profiterait.

C'est sur Internet qu'une certaine critique des parfums a pu voir le jour. De blogs amateurs au départ, les blogs parfums sont devenus des lieux d'échanges importants, avec plusieurs milliers de visiteurs par jour. Aujourd'hui, ces critiques commentent les nouveaux parfums, leurs commentaires sont libres, celui des internautes aussi, qui donnent également des appréciations. Qu'ils soient amoureux, gourmets, connaisseurs, j'apprécie leurs démarches, leurs engagements sincères,

tant qu'ils demeurent ces relais indépendants et critiques des parfums, et qu'ils ne deviennent pas des relais de la commercialisation parrainée par des marques. Je vois là un réel intérêt pour les amateurs de parfums, pour les parfums et les compositeurs de parfums. Ces commentaires ne peuvent qu'encourager les jeunes talents, les nouvelles approches du parfum, et oublier quelque instant le top 10 du marché, qui ne porte aucune forme de critique et ne livre que l'information simplificatrice d'avoir plu à un certain pourcentage de consommateurs.