"Mon parfum, c'est moi!"

Autor(en): **Châtel, Véronique**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Générations plus : bien vivre son âge**

Band (Jahr): **- (2015)**

Heft 73

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-831151

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

« Mon parfum, c'est moi ! »

Artifice ou expression de soi ? Les deux. Le parfum qu'on porte nous relie à des émotions très intimes. Des Romands témoignent.

Il faut en faire l'expérience. Sortir de chez soi sans s'être parfumé et s'en trouver tout déstabilisé. Comme si on avait déboulé dans le monde avec des pantoufles aux pieds. Et qu'on s'apprêtait à y exister en mode mineur. C'est là qu'on prend conscience de l'importance du parfum dont on se pare. Même si le geste de se parfumer s'accomplit dans une ronde de rituels banals et quotidiens — prendre sa douche, se brosser les dents, s'habiller, se maquiller… — il a ceci de particulier qu'il semble nous apporter ce supplément d'âme qui nous aidera à prendre place dans l'espace collectif. «Le parfum est une signature identitaire, car c'est une odeur qu'on choisit contrairement aux odeurs corporelles qui émanent de nous, parfois à notre insu», remarque l'anthropologue, philosophe et historienne du parfum, Annick Le Guérer.

A la différence des animaux, l'homme peut effectivement s'affranchir des odeurs naturelles que son corps, véritable usine chimique, produit en permanence. En tout cas, les masquer. En se parfumant, il signale son humanité. Et bien plus encore: il brandit un statut social. «Plus le parfum est coûteux et d'une marque peu distribuée, plus il traduit l'appartenance à une classe sociale élevée et distinguée», souligne Annick Le Guérer. Ne pas porter le parfum dont on voit partout la publicité traduit un caractère. Il faut une bonne dose de confiance en soi pour ne pas succomber à la tentation de s'identifier à telle ou telle star de cinéma qui prête son visage et son corps à un parfum. Et aussi une bonne dose d'estime de soi pour ne pas chercher à sentir la fragrance à la mode. «Depuis le jour où j'ai adopté mon parfum, j'y suis restée fidèle», raconte Agnès, 56 ans, responsable d'une agence de communication. «Il me correspond tellement que je redoute le jour où il pourrait ne plus être fabriqué. J'en ai d'ailleurs toujours deux ou trois flacons en réserve.»

L'ODORAT A SES RAISONS

Mais le choisit-on vraiment, ce parfum qui nous enrobe et diffuse autour de nous un sillage olfactif particulier? Tant il est vrai que l'odorat a un fonctionnement qui échappe à la raison. «Sa mécanique est particulière: à la différence de tous les autres sens, l'odorat transmet le message nerveux d'abord à la partie inconsciente de notre cerveau, le cerveau ancien (ou reptilien-instinctif) et le cerveau moyen (mémoire-émotion)», remarque Annick le Guérer. Précisément? L'épicentre de l'odorat est «une muqueuse olfactive de deux ou trois centimètres carrés, composée de quelque trois cent cinquante récepteurs et située sur les parois latérales et médianes du toit de la cavité nasale», ainsi que l'explique le neurobiologiste Jean-Didier Vincent. Lors de ce qu'on appelle le flairage, les molécules odorantes contenues dans l'air traversent la couche de mucus qui tapisse la surface interne des fosses nasales. Un signal est alors envoyé par les neurones sensoriels au bulbe olfactif, qui le traite et permet au cerveau limbique, centre des émotions, de reconnaître l'information «odeur».

UNE VALEUR AFFECTIVE

Agréable ou désagréable, l'odeur qui parvient? Tout dépend de la valeur affective à laquelle l'odeur sera associée. Voilà pourquoi cette appréciation diffère d'un individu à un autre. Chacun dispose de son propre répertoire d'odeurs. «L'odeur du vétiver fonctionne sur moi comme la madeleine sur Proust, rigole Jean-Pierre, 54 ans, photographe. C'était le parfum de mon grand-père, un homme raffiné qui contrairement aux autres hommes de sa famille, soignait sa tenue vestimentaire, confiait l'entretien de sa moustache au barbier, offrait des fleurs à la femme qui l'aimait, était attentif à la parole des autres. Il a marqué l'homme que je suis devenu. Quand je me sens en perte de vitesse, je respire du vétiver, j'en acheté un flacon juste pour ce genre d'occasion, et je me sens mieux.»

A Laurent, 48 ans, responsable de ressources humaines, cette même odeur paraît exécrable. «Un jour, j'ai évincé un candidat, car il portait du vétiver. Son CV me plaisait, mais son odeur m'a

Agréable ou désgréable, l'odeur du parfum? Tout dépend de la valeur affective que l'on y met.

indisposé à la seconde où il est entré dans mon bureau. Cela a été instinctif. Mon professeur de latin au collège portait du Vétiver et je le détestais, car il me mettait toujours en échec.» Une preuve que le parcours de l'odorat échappe aux zones du cerveau qui concernent le raisonnement!

L'ODORAT A REDORÉ SON BLASON

Voilà pourquoi l'odorat a longtemps été déprécié comme sujet d'étude, car trop associé à l'animalité. Annick le Guérer en sait quelque chose. «Quand j'ai soutenu ma thèse en 1988, l'odorat était un sujet tabou car considéré comme un sens inférieur, trop proche de la bête.» Changement d'époque: l'odorat est utilisé aujourd'hui pour aider des personnes qui ont été dans le coma à retrouver la mémoire des mots. «Des olfacto-thérapeutes leur présentent des mouillettes qui sentent la mer, le bois, les biscuits... Ces odeurs provoquent des chocs émotionnels qui font resurgir les mots», explique Annick le Guérer. En tant que sens primitif, l'odorat rend bien des services.

C'est aussi l'avis du psychologue et chercheur en neurophysiologie de l'olfaction Vittorio Bizzozero. «Cela n'est pas un jugement de valeur de dire que ce sens est primitif. Au contraire. A la fois, l'odorat permet de ranimer des sensations sensorielles anciennes, enfouies dans l'inconscient, et de leur apporter un sens. Mais l'odorat est aussi à la base de la sensorialité plus sophistiquée comme la vue et l'ouïe. Nous voyons avec le nez. L'odorat est très important dans les relations avec les autres. Les personnes qui perdent l'odorat disent avoir l'impression que

«Le parfum est un produit vivant, c'est une rencontre avec une peau.»

THIERRY WASSER, NEZ DE GUERLAIN

DR

générations sera sur le plateau du nouveau *talk show* de la RTS le jeudi 12 novembre dès 18h20 pour vous parlez de parfum.

5 parfums à travers les âges

CHANEL N°5

Créé en 1921 à la demande de Coco Chanel par Ernest Beaux, le N°5 (chiffre porte-bonheur de la créatrice) est constitué de quatre-vingts ingrédients, dont un composé synthétique. Inédit pour l'époque. Cela collait bien avec l'envie de la couturière de proposer une signature parfumée inoubliable. **Marilyn Monroe** n'est pas étrangère à son succès: elle a répété à plusieurs reprises qu'elle dormait seulement avec... quelques gouttes de «number five».

SHALIMAR DE GUERLAIN

C'est en 1925, à Paris, que Jacques Guerlain présente Shalimar. Le parfum rend hommage à l'amour que portait l'empereur mogol Shah Jahan à sa femme pour laquelle il fit construire le Taj Mahal. 85 ans après, le parfumeur créateur Thierry Wasser a réinterprété ce Shalimar mythique, en créant Shalimar Parfum Initial, qui s'ouvre toujours sur des notes hespéridées de bergamote et laisse rapidement place à un cœur floral (rose et jasmin) plus poussé.

le monde leur rentre dedans». Nadine, 70 ans, connaît cette sensation. «J'ai perdu l'odorat suite à une chute à vélo et depuis, ma vie est devenue très terne. J'ai moins d'envie et de désirs. Sans odeurs, tout est fade. Même une balade dans la nature: l'herbe, le foin, la pluie sur la terre... tout reste muet», raconte-t-elle. «Le plus difficile, c'est avec mon compagnon. Il porte un parfum qui m'affolait et que je ne sens plus. Résultat: j'ai un peu l'impression de ne plus vivre avec l'homme que j'aime. Et j'ai moins de désir pour lui.»

Beaucoup de personnes sont identifiées au parfum qu'elles laissent dans leur sillage. Comme la créature de la chanson de Serge Gainsbourg *Initials B.B*: «... elle ne porte rien / D'autre qu'un peu / D'essence de Guerlain / Dans les cheveux». Dans ce cas, est-ce bien elle et pas le jus inventé par un parfumeur virtuose, qu'on aime? Et qu'on désire? Affirmatif, répond le nez de la maison Guerlain, le Lausannois d'origine, Thierry Wasser. «Le parfum est un produit vivant, c'est une rencontre avec une peau. Peau et parfum doivent s'adapter l'un à l'autre. Ou pas! Le parfum peut ne pas aimer une peau.» Mais alors? Si le parfum réagit particulièrement à la peau sur laquelle il se pose, on peut donc porter le même que sa meilleure amie, le rendu ne sera pas identique? C'est cela! Toutefois, cette donnée doit nous rendre attentif au fait qu'au fil des ans, la peau se modifiant, il est peut-être souhaitable de changer de parfum. «Mais il n'y a pas de règle», rassure Thierry Wasser. «Le parfum est un plaisir, il relève du domaine de l'instinctif, il faut donc écouter ses envies.» On peut d'autant plus les écouter, que certains parfums dépassent les modes et ne s'inscrivent pas dans une époque. «C'est à cela que nous reconnaissons un classique», relève Thierry Wasser qui peut se prévaloir d'avoir inventé deux futurs classiques parmi les parfums qu'il a lancés: La petite robe noire et L'homme idéal.

VÉRONIQUE CHÂTEL

JOY DE JEAN PATOU

En 1930, pour conjurer la morosité économique, le couturier Jean Patou décide d'envoyer à 250 clientes, un flacon d'un parfum rare et luxueux. Le nez Henri Alméras concocte un jus composé de matières premières naturelles d'une grande qualité. Il faudrait 10 600 fleurs de jasmin de Grasse et 28 douzaines de roses de mai pour réaliser 30 ml de Joy. Lancé avec ce slogan «parfum le plus cher du monde», Joy n'est pas le plus coûteux à l'achat, mais le plus onéreux à la production.

OPIUM D'YVES SAINT LAURENT

Certains parfums sont plus qu'une odeur. Parfois des concepts. C'est le cas d'Opium, lancé en 1977, qui crée la polémique tant par son nom que par son design. Le flacon est en plastique et s'inspire de l'inrô japonais dans lequel les samouraïs rangaient leur opium. Le parfum est aussi novateur en raison de ses concentrations inhabituelles par rapport au marché, généralement à 6 %: 30 % dans l'extrait et 19 % dans l'eau de toilette.

ANGEL DE THIERRY MUGLER

A sa sortie en 1992, ce parfum fait l'effet d'une bombe, tant il est novateur par rapport aux références olfactives qui existent à l'époque. Thierry Mugler rêvait d'un parfum appétissant lui rappelant son enfance avec des odeurs de friandises. Le nez Olivier Cresp lui élabore un jus composé de patchouli, avec des notes de bonbon, caramel et miel, ainsi qu'un peu de coumarine et de chocolat. Angel a ouvert la voie aux parfums «gourmands».