

LA FABULEUSE HISTOIRE DE L'EAU DE COLOGNE

SORTIE

16 mai 2019

TYPE

Guide, Actualité,
Parfum,
Ouvrage de référence

PRIX PUBLIC

19€ TTC

EAN 9782370630810

FORMAT

14,5 x 21 cm

FOLIO

192 pages

IMPRESSION

Offset quadrichromie |
Couverture pelliculée

COLLECTION

Nez Culture

ICONO

Photos, infographies,
illustrations



Sous la direction de Jean-Claude Ellena, ce livre retrace l'histoire de l'eau de Cologne, de 1709 – date de sa supposée naissance – à aujourd'hui, à travers les légendes qui l'entourent, ses aléas, son évolution au fil des siècles. De Jean-Marie Farina à Frédéric Malle, en passant par Roger & Gallet, Chanel ou encore la populaire Bien-Être, la cologne est à la fois classique et indémodable. Découvrez les trente créations emblématiques qui ont jalonné l'histoire de l'eau de Cologne depuis plus de trois cents ans dans cet ouvrage de référence inédit...

Le musée international de la Parfumerie, à Grasse, accueillera l'exposition *La Fabuleuse Histoire de l'eau de Cologne* à partir du 20 juin 2019.

DIRECTION D'OUVRAGE

Jean-Claude Ellena est l'une des plus grandes figures de la parfumerie contemporaine. Au fil de ses créations pour Cartier, L'Artisan parfumeur ou Frédéric Malle, il réinvente le métier à travers une approche marquée par la simplicité. En 2004, il devient le parfumeur exclusif de la maison Hermès et signe alors ses créations les plus célèbres. Aujourd'hui commissaire de l'exposition *La Fabuleuse Histoire de l'eau de Cologne* au musée international de la Parfumerie, il dirige la publication de cet ouvrage, en lien avec l'exposition.

PRÉFACE

Élisabeth de Feydeau

LES AUTEURS

Jean-Claude Ellena,
Lionel Paillès,
Sarah Bouasse,
Eugénie Briot,
Yohan Cervi.

SOMMAIRE

Les eaux de Cologne
des origines

Les palimpsestes des
eaux de Cologne

Les années 2000 :
vive la néo-cologne !

ANNEXES

Les fournisseurs
d'essences
d'agrumes

Index : marques,
colognes,
parfumeurs

CONTACTS

NEZ ÉDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepoint.com
nez-larevue.fr

Lucile Rives
lrives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepoint@
editions-lecontrepoint.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Sentir, ressentir
sortie le 7 mars 2019
EAN 9782370630797

Nez #7
Sens animal
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630650

PRESSE
Arnaud Labory
06 22 53 05 98
arnaud@anneetarnaud.com
anne@anneetarnaud.com

Anne & Arnaud

LES CENT ONZE PARFUMS QU'IL FAUT SENTIR AVANT DE MOURIR

SORTIE
11 avril 2019

TYPE
Guide, Actualité,
Beau livre, Parfum,
Ouvrage de référence

PRIX PUBLIC
17 € TTC

EAN 9782370630742

FORMAT
14,5 x 21 cm

FOLIO
272 pages

IMPRESSION
Offset quadrichromie |
Couverture pelliculée
et ajourée

COLLECTION
Nez culture

ICONO
Infographies

LES CENT ONZE PARFUMS

QU'IL FAUT SENTIR AVANT
DE MOURIR

ÉDITION
REVUE ET
AUGMENTÉE



DES DÉBUTS DE
LA PARFUMERIE MODERNE
À AUJOURD'HUI

NEZ culture

Loin d'être une simple liste, cet ouvrage de référence propose une véritable histoire des parfums, à travers 130 ans de créations. Jeanne Doré et le collectif Nez ont voulu mettre en lumière les 111 parfums qui comptent, qu'ils soient chefs de file, célébrés ou méconnus, best-sellers ou disparus. Cette nouvelle édition consacre un chapitre aux parfums disparus tout en présentant de nouvelles créations lancées depuis 2017.

De *Jicky* (1889) à *Tabac tabou* (2015), cette sélection aussi subjective que passionnée est classée en 7 périodes marquant les grandes transformations de l'industrie. Les textes, sensibles, curieux et didactiques, s'adressent aux experts comme aux profanes, aux jeunes amateurs comme

aux grands connaisseurs. *Les cent onze parfums qu'il faut sentir avant de mourir* contribue indiscutablement à l'émergence — tant attendue — d'une culture olfactive exigeante et accessible, indispensable pour mieux sentir et ressentir le monde qui nous entoure.

LES AUTEURS

Jeanne Doré,
Yohan Cervi,
Alexis Toublanc.

Avec la
participation de
Aurélien Caillault,
Cécile Clouet,
Thomas Dominguez,
Jean-Luc Emanuele,
Clara Muller.

SOMMAIRE

1880–1939

L'âge d'or de la
parfumerie moderne

1940–1969

Des couturiers
aux hippies

1970–1979

Un vent de liberté

1980–1989

Le règne du
marketing

1990–1999

Une parfumerie
de fin de siècle

2000–2009

L'éveil de la niche

2010–

AUJOURD'HUI

Mutations en
marché

—
Les parfums qu'il
aurait fallu sentir
avant qu'ils meurent

ANNEXES

Les clés pour
comprendre :
la concentration,
le vintage,
les reformulations
—
Les lieux du parfum
—
Lexique
—
Bibliographie

*Pour chaque parfum :
une critique,
sa descendance,
ses utilisateurs
célèbres...*

CONTACTS

NEZ EDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepont.com
www.nez-larevue.fr

Lucile Rives
lrives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepont@
editions-lecontrepont.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Nez#7
Sens animal
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630650

*La Rose de Damas
en parfumerie*
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630735

*Le Narcisse en
parfumerie*
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630780

*La Fabuleuse histoire
de l'eau de Cologne*
Sortie le 16 mai 2019
EAN 9782370630810



LE NARCISSE EN PARFUMERIE

SORTIE

11 avril 2019

TYPE

Société, science, art,
culture, parfum

PRIX PUBLIC

14,50 € TTC

EAN 9782370630780

FORMAT

16 x 21 cm

FOLIO

96 pages

IMPRESSION

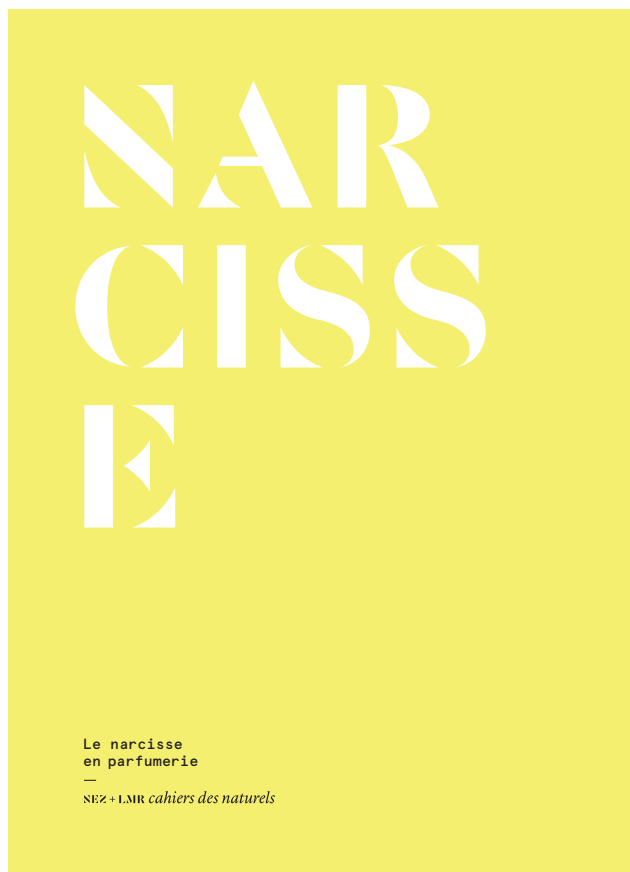
Offset quadrichromie |
Couverture pelliculée

COLLECTION

Cahiers des naturels

ICONO

Photos, infographies,
illustrations



Le narcissisme, si délicat en apparence, diffuse un parfum capiteux, complexe, presque narcotique.

Plongez dans une vision à 360 degrés du narcissisme d'Auvergne : botanique, histoire, art, gastronomie, littérature, agriculture, économie, chimie, sans oublier parfums et parfumeurs.

Nez éditions (Nez, la revue olfactive ; *Le Grand Livre du parfum*) s'associent avec le Laboratoire Monique Rémy (LMR), la référence en ingrédients naturels pour l'industrie du parfum, et proposent une collection unique en son genre : « Les Cahiers des naturels ».

LES AUTEURS

Éléonore de Bonneval,
Jeanne Doré,
Will Inrig,
Clara Muller,
Delphine de Swardt.

L'ILLUSTRATRICE

Amélie Fontaine.

SOMMAIRE

ATLAS DU NARCISSE
Géographie.
Anatomie Narcissus
poeticus.
Chiffres-clés.

HISTOIRE

ANTHROPOLOGIE
Culte.
Traditions.

TRAVERSES

Le narcissisme dans
l'art.
Légendes et
symboles.
Extraits.
Le fleuriste artiste
Thierry Féret.

365 JOURS DANS

LES CHAMPS
Climat.
Culture.
Récolte.

TRANSFORMATION

Modes d'extraction :
L'extraction aux
solvants volatils ;
L'extraction à
l'alcool.

LE NARCISSE EN PARFUMERIE

Généalogie.
Sélection de parfums :
Le Narcisse Noir,
Caron ;
Je reviens, Worth ;

Eau de Rochas,
Rochas ;
Eau de narcissisme bleu,
Hermès ;
Cologne Indélébile,
Frédéric Malle ;
Mont de narcissisme,
L'Artisan parfumeur.
Interview de
parfumeurs :
Anne Flippo,
Dominique Ropion,
Jean-Michel Duriez.

ANNEXES

Lexique.
Histoire du
Laboratoire Monique
Rémy.

CONTACTS

NEZ ÉDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepont.com
nez-larevue.fr

Lucile Rives
lrives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepont@
editions-lecontrepont.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

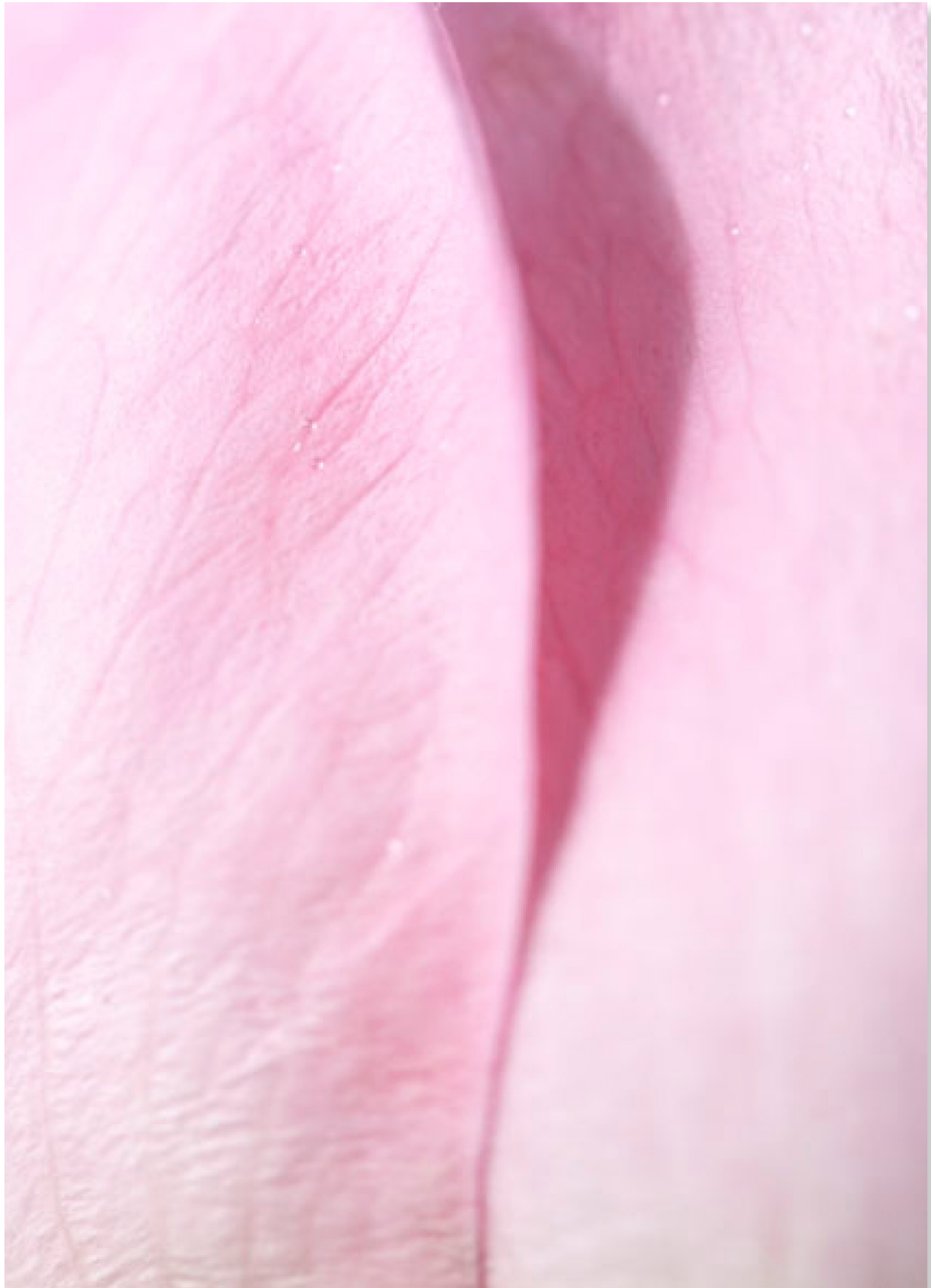
Nez #7
Sens animal
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630650

L'Iris
sortie le 17 octobre
2019
EAN 978237063087

Le Jasmin Sambac
sortie le 17 octobre
2019
EAN 9782370630889

PRESSE
Arnaud Labory
06 22 53 05 98
arnaud@anneetarnaud.com
anne@anneetarnaud.com

Anne & Arnaud



LA ROSE DE DAMAS EN PARFUMERIE

SORTIE

11 avril 2019

TYPE

Société, science, art,
culture, parfum

PRIX PUBLIC

14,50 € TTC

EAN 9782370630735

FORMAT

16 x 21 cm

FOLIO

96 pages

IMPRESSION

Offset quadrichromie |
Couverture pelliculée

COLLECTION

Cahiers des naturels

ICONO

Photos, infographies,
illustrations

ROSE

La rose de Damas
en parfumerie

—
NEZ + LMR cahiers des naturels

Incomparable et hautement symbolique, la rose est sans doute l'une des fleurs les plus emblématiques en parfumerie. Plongez dans une vision à 360 degrés de la célèbre rose de Damas : botanique, histoire, art, gastronomie, littérature, agriculture, économie, chimie, sans oublier parfums et parfumeurs.

Nez éditions (Nez, la revue olfactive ; *Le Grand Livre du parfum*) s'associent avec le Laboratoire Monique Rémy (LMR), la référence en ingrédients naturels pour l'industrie du parfum, et proposent une collection unique en son genre : « Les Cahiers des naturels ».

LES AUTEURS

Eléonore de Bonneval,
Jeanne Doré,
Will Inrig,
Clara Muller,
Delphine de Swardt.

L'ILLUSTRATRICE

Amélie Fontaine.

SOMMAIRE

ATLAS DE LA ROSE
DE DAMAS
Géographie.
Anatomie.
Chiffres-clés en
Turquie.

HISTOIRE & ANTHROPOLOGIE

Une fleur, une
histoire : retour
sur l'utilisation de
la rose de Damas
dans l'histoire
de la parfumerie.
Traditions et rituels.
À l'eau de rose.

TRAVERSES

La rose de Damas
dans l'art.
Conte : histoires de
roses.
Gastronomie : la
rose gourmande du
pâtissier Jonathan
Blot.

365 JOURS DANS

LES CHAMPS

Sebat, Senice
(Turquie).
Climat.
Culture.
Récolte.
Illustrations.

TRANSFORMATION

Essence de rose.
Première distillation.
Seconde distillation.
«Stripping» à la
vapeur.
Extraction aux
solvants.
Extraction par
l'alcool.
LMR : haut de
gamme.

LA ROSE EN PARFUMERIE

Généalogie.
Sélection de parfums :
La Rose Jacqueminot,
Coty ;
Aromatics Elixir,
Clinique ;
Nahema, Guerlain ;
Paris, Yves Saint
Laurent ;
Portrait of a lady,
Frédéric Malle.
Interview de
parfumeurs :
Dominique Ropion,
Christine Nagel,
Isabelle Doyen.

ANNEXES

Lexique.
Histoire du
Laboratoire
Monique Rémy.

CONTACTS

NEZ EDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepoint.com
nez-larevue.fr

Lucile Rives
lrives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepoint@editions-lecontrepoint.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Nez #7
Sens animal
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630650

L'Iris
sortie le 17 octobre
2019
EAN 978237063087

Le Jasmin Sambac
sortie le 17 octobre
2019
EAN 9782370630889

PRESSE
Arnaud Labory
06 22 53 05 98
arnaud@anneetarnaud.com
anne@anneetarnaud.com

Anne & Arnaud

SENTIR, RESSENTIR

SORTIE

7 mars 2019

TYPE

Beau livre, Parfum
Actualité, Sciences

Bilingue FR/EN

PRIX PUBLIC

28 € TTC

EAN 9782370630797

FORMAT

16,5 x 23 cm

FOLIO

224 pages

IMPRESSION

Quadrichromie + 1 pantone
fluo ; dos carré cousu fils
apparents

COLLECTION

Nez culture

ICONO

Photos, illustrations



Sentir, ressentir.
Parfumeurs, odeurs
et émotions

Sentir, ressentir. Humer, se remémorer, inspirer, réagir. De l'exploration du domaine de la création des parfums à la perception des odeurs, cet ouvrage aborde la question de l'olfaction dans toute sa complexité. Composé de 13 entretiens de parfumeurs et de textes de chercheurs, il accompagne deux expositions qui se tiendront à Lausanne à partir du 14 février 2019 : *Nez à nez. Parfumeurs contemporains* au mudac et *Quel flair ! Odeurs et sentiments* au Musée de la main.

Qu'est-ce qui inspire les parfumeurs ?
Comment travaillent-ils ?
Comment traduisent-ils une impression, un sentiment, une histoire, par l'intermédiaire du seul sens olfactif ?

Quelles sont les capacités de l'olfaction humaine ?
L'odorat modèle-t-il la perception de notre corps et celui des autres ?
Comment participe-t-il à la construction de nos identités et de notre rapport au monde ?

AUTEURS

Denyse Beaulieu,
Richard Benton,
Lydie Bodiou,
Béatrice Boisserie,
Sarah Bouasse,
Marie-Christine Broillet,
Cécile Clouet,
Géraldine Coppin,
Sylvain Delplanque,
Jeanne Doré,
Camille Ferdenzi,
Chantal Jaquet,
David Le Breton,
Robert Muchembled,
Clara Muller,
Martine Ostorero,
Camille Ferdenzi,
Isabelle Raboud-Schüle,
Martin Roch,
Ivan Rodriguez,

Benoist Schaal,
Samuel Soquet.

PHOTOGRAPHES

Olivier Culmann
(Tendance Floue),
Roberto Greco.

ILLUSTRATEUR

Jochen Gerner

SOMMAIRE

INTRODUCTION
Mettre les senteurs
en lumière.

NEZ À NEZ,
PARFUMEURS
CONTEMPORAINS

LE MÉTIER DE
PARFUMEUR

ENTRETIENS
PARFUMEURS

Marc-Antoine Corticchiato,
Isabelle Doyen,
Céline Ellena,
Jean-Claude Ellena,
Rodrigo Flores-Roux,
Olivia Giacobetti,
Pierre Guillaume,
Vero Kern,
Patricia de Nicolai,
Fabrice Pellegrin,
Dominique Ropion,
Maurice Roucel,
Lorenzo Villosi.

ENTRETIEN

CROISE
Sylvain Delplanque
et Céline Ellena :
parfums et émotions,
du chercheur au
parfumeur.

QUEL FLAIR !
ODEURS ET
SENTIMENTS

OEUVRES OLFACTIVES

Julie C. Fortier,
Boris Raux,
Susana Soares.

MISCELLANÉES ILLUSTRÉES

CONTACTS

NEZ EDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepont.com
www.nez-larevue.fr

Lucile Rives
lrives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepont@
editions-lecontrepont.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Omnivore #11
Dans la tête d'un chef
sortie le 14 mars 2019
EAN 9782370630803

Nez #7
Sens animal
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630650

PRESSE

Arnaud Labory
06 22 53 05 98
arnaud@anneetarnaud.com
anne@anneetarnaud.com

Anne & Arnaud

NEZ

| LA REVUE OLFACTIVE | SOCIÉTÉ | SCIENCE | ART | CULTURE | PARFUM |

7



SORTIE

11 avril 2019

TYPE

Revue, Actualité,
Beau livre,
Parfum, Mook

PRIX PUBLIC

19,90 € TTC

EAN 9782370630650

FORMAT

20 x 26 cm

FOLIO

144 pages

IMPRESSION

Offset quadrichromie |
Couverture pelliculée
et ajourée | Insertion d'une
carte odorante

ICÔNE

Photos, infographies,
illustrations, etc.

L'odorat a longtemps été considéré comme un sens animal, primaire, instinctif, bestial...

Si l'homme, en se redressant sur ses deux pattes arrière, a développé son ouïe et sa vue, sens reconnus comme plus nobles et intellectuels, les animaux ont conservé l'odorat comme moyen de communication principal, et certains en usent parfois de manière impressionnante et inattendue.

Les animaux se sentent entre eux, mais sentent aussi tout court, bon ou mauvais. Si l'odeur de leur pelage nous attire parfois, celle de leur chair nous repousse souvent, sauf quand elle se retrouve grillée au barbecue.

Du musc à l'ambre gris en passant par la civette, l'animal a aussi de tout temps été pourvoyeur de matière première dans la confection des parfums, jusqu'à très récemment. De *La Panthère* de Cartier à *Muscs Koublai Khän* de Serge Lutens, l'animal s'infiltré dans les flacons, diffusant ses notes fauves indésirables tapies derrière les fleurs fraîches, comme si l'homme voulait diffuser un message olfactif, retrouver une aura oubliée qu'il aurait perdue au cours de son évolution ?

AUTEURS

Denyse Beaulieu,
Béatrice Boisserie,
Eléonore de Bonneval,
Sarah Bouasse,
Pascale Caussat,
Yohan Cervi,
Cécile Clouet,
Carole Couturier,
Olivier R. P. David,
Aurélié Dematons,
Constance Deroubaix,
Jeanne Doré,
Céline Ellena,
Benjamin Eskinazi,
Juliette Faliu,
Clara Muller,
Lionel Paillès,
Patrice Revillard,
Roland Salesses,
Angela Sanders,
Delphine de Swardt,
Guillaume Tesson,
Alexis Toubanc,
Léa Walter,
Saskia Wilson-Brown.

ILLUSTRATEURS

Amélie Fontaine,
Jeremy Perrodeau,
Irène Schoch.

PHOTOGRAPHE

Alain Willaume.

SOMMAIRE

ICÔNES

Le nez des photographes.

ODORAMA

Les molécules : les bois ambrés.

L'herbier : le poivre.

La dissection : le salon de beauté.

La science : pourquoi les roses de fleuriste n'ont-elles pas de parfum ?

CORRESPONDANCES

Les effluves de l'horreur : l'univers olfactif de l'auteur de science-fiction Howard Phillips Lovecraft.

Parfumerie vernaculaire : le «shamama», le produit d'une distillation unique en son genre pratiquée à Kannauj, surnommée la «Grasse indienne».

Portfolio olfactif :

au cœur des temples indiens, par Alain Willaume du collectif Tendence floue.

Entretien avec Chris Power, brasseur à Raleigh, Caroline du nord : les odeurs et les saveurs de la bière artisanale.

Portfolio artiste : Josely Carvalho.

Des effluves et une oeuvre : Le Repos des nymphes au retour de la chasse de François Boucher, 1745.

Chronique olfactive : anthropomorphisme.

MAGAZINE

Entretien : Jacques Cavallier Belletrud, le créateur de *Classique* de Jean-Paul Gaultier, *L'Eau d'Issey*, *Nina* de Nina Ricci... et de tous les parfums Louis Vuitton dont il est le parfumeur maison.

REPORTAGE

La récolte du jasmin de Grasse.

FLASHBACK

Les années 1950, une parfumerie haute couture.

DOSSIER

La bête humaine.
L'odorat des animaux.
Ça sent la barbaque.
Des matières sur la sellette.
L'or gris des océans.
Parfums à poils et à plumes.

CAHIER PARFUMS

Enquête : les parfums sont-ils trop chers ?

Portrait de marque : Lorenzo Villoresi, effluves des mondes anciens.

La lignée de Vent vert, Balmain : les floraux verts.

La sélection.

CONTACTS

NEZ EDITIONS
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
01 48 06 35 13
editions-lecontrepont.com
nez-larevue.fr

Lucile Rives
lives@nez-larevue.fr
06 18 62 61 03

Marianne Ménager
contrepont@editions-lecontrepont.com

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

DIFFUSION
Interforum

Hors librairie
<http://www.bit.ly/NezWorld>

À PARAÎTRE

La Rose de Damas en parfumerie
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630735

Le Narcisse en parfumerie
sortie le 11 avril 2019
EAN 9782370630780

PRESSE

Arnaud Labory
06 22 53 05 98
arnaud@anneetarnaud.com
anneetarnaud.com

Anne & Arnaud

SOIREE DE LANCEMENT

27 mars 2019, 19h
Conférence sur l'animalité dans la parfumerie.
Au Musée de la chasse et de la nature, 62 rue des archives, Paris 3^e.

L'ÉCRIVAIN D'ODEURS

JEAN-CLAUDE
ELLENA



Un récit de vie inestimable
par l'un des plus grands
parfumeurs contemporains
*(Hermès, Cartier, L'Artisan parfumeur,
Frédéric Malle...)*

L'ÉCRIVAIN D'ODEURS

JEAN-CLAUDE ELLENA

SORTIE

5 octobre
2017

TYPE

Littérature,
Autobiographie,
Parfum

PRIX PUBLIC

17 € TTC

EAN 9782370630568

FORMAT

14,5 x 21 cm

FOLIO

224 pages

IMPRESSION

Offset noir |
Couverture quadri

PRÉFACE

de Frédéric Vitoux,
écrivain et académicien

«*Il ne s'agissait pas de faire un parfum "blockbuster" en assemblant les points communs de ce que le marché produit, il s'agissait de faire différemment, d'être unique, sans pour autant choquer, qui est une facilité de paresseux.*»

En quête de liberté, d'exigence et de mesure, Jean-Claude Ellena n'a jamais cessé de formuler et reformuler cette question centrale : que signifie « être parfumeur » ?

Alors que le marché de la parfumerie explose et que la concurrence s'accroît, composer un parfum devient en quelques décennies un acte banal de production, soumettant le parfu-

meur à abandonner progressivement sa créativité. Jean-Claude Ellena a consacré sa vie à ouvrir des voies, remettre en question des certitudes et dialoguer avec le monde pour tenter de trouver ses réponses : est-il écrivain d'odeurs ? Peintre olfactif ? Créateur d'émotions ? Artiste sensoriel ? Les lumières qu'il nous offre sur sa carrière se réfléchissent sur les facettes multiples et méconnues d'une profession devenue trop souvent prisonnière du marketing. Ce témoignage inédit est un voyage, une rencontre, autant que la définition, simple et sensible, de ce que pourrait être « un grand artiste ».

L'AUTEUR

JEAN-CLAUDE ELLENA

Né à Grasse en 1947, Jean-Claude Ellena pose depuis près de cinquante ans son empreinte sur le paysage de la parfumerie française, cumulant les succès dans le répertoire grand public (*Déclaration* de Cartier, *First* de Van Cleef & Arpels, *Eau de campagne* de Sisley...) comme dans la niche (*Bois Farine* de L'Artisan parfumeur, *L'Eau d'hiver* des Éditions de parfums Frédéric Malle, *Bois d'iris* de The Different Company...). Une empreinte olfactive d'abord, reconnaissable entre toutes, subtil mélange d'épure et de justesse.

Mais le style Ellena, c'est aussi une conception singulière du métier de parfumeur, qu'il a concrétisée lorsqu'il est devenu celui de la maison Hermès (*Terre d'Hermès, Un jardin en Méditerranée*) en 2004. Aujourd'hui conseiller artistique auprès de la direction parfums de l'entreprise, il partage son temps entre sa maison sur les hauteurs de Grasse, et Paris.

PUBLICATION PRÉCÉDENTE

Journal d'un parfumeur,
Éd. Sabine Wespieser, 2011
10100 exemplaires vendus
(8800 au format poche) source édistat

CONTACTS

NEZ /
LE CONTREPOINT
Nez
5, place de la République
75003 Paris
dbrunel@nez-larevue.fr
www.nez-larevue.fr

Le Contrepoint
29, rue des Orteaux
75020 Paris
contrepoint@
editions-lecontrepoint.com
01 48 06 35 13
editions-lecontrepoint.com

PRESSE

Arnaud Labory
arnaud@anneetarnaud.com
06 22 53 05 98

Anne & Arnaud

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Omnivore
Foodbook #8
La pâtisserie dans tous ses états
sortie le 28 sept.
EAN 9782370630582

Nez #4
Le Parfum et l'art
sortie le 19 octobre
EAN 9782370630551

APHORISMES D'UN PARFUMIEUR

DOMINIQUE ROPION



De Givenchy à Thierry Mugler,
de Lancôme à Frédéric Malle,
la parfumerie française
des trente dernières années
a désormais un visage.

APHORISMES D'UN PARFUMEUR

DOMINIQUE ROPION

SORTIE

15 mars 2018

TYPE

Littérature,
Autobiographie,
Parfum

PRIX PUBLIC

17 € TTC

EAN 9782370630605

FORMAT

14,5 x 21 cm

FOLIO

128 pages

COLLECTION

Nez littérature

IMPRESSION

Offset noir |
Couverture quadri

« *Il y a toujours un parfum ou des odeurs associés à un événement, un lieu ou une rencontre, comme un aide-mémoire infallible et fidèle, une formule pas forcément reconnue mais toujours disponible, en cas de besoin.* »

Dominique Ropion est souvent décrit comme un personnage discret, surdoué, facétieux, et un travailleur acharné. Lui se définit comme un compositeur, un arithméticien des parfums, mû par l'idée qu'« *une même formule raconte sur les peaux de chacun des histoires différentes* ». Au fil des chapitres, il décompose les odeurs qui ont jalonné son enfance, celles

qu'il aime croiser au détour d'une rue ou au gré d'une rencontre, ou encore celles des fleurs — rose, narcisse, tubéreuse —, pour nous en livrer les secrets olfactifs et émotionnels. Explorant les notions d'addiction, d'animalité et d'attirance, il tente de « *se saisir de n'importe quelle existence, et d'en épouser l'intimité, forcément étrangère* ». À travers ce témoignage unique, il nous transmet une approche sensible et singulière de son métier.

La sortie d'*Aphorismes d'un parfumeur* bénéficiera d'un large plan de médiatisation semblable à celui de *L'Écrivain d'odeurs* de Jean-Claude Ellena.

L'AUTEUR

DOMINIQUE ROPION,
AVEC MARIE-BÉNÉDICTE
GAUTHIER

Dominique Ropion est maître parfumeur au sein de la maison de composition International Flavors & Fragrances (IFF), à Paris, depuis 2000. Il est l'auteur de grands succès de la parfumerie des trente dernières années : *Ysatis* et *Amarige* de Givenchy, *La vie est belle* de Lancôme, *Alien* de Thierry Mugler, ou encore, pour Frédéric Malle, *Portrait of a Lady* et *Carnal Flower*.

Marie-Bénédicte Gauthier est journaliste, et auteure de plusieurs livres, dont *Parfums mythiques* (éd. La Martinière, 2011).

PUBLICATION PRÉCÉDENTE

Aphorismes d'un parfumeur,
Éd. NBE, 2015
Limité à 120 exemplaires

PRÉFACE

FRÉDÉRIC MALLE
Petit-fils du fondateur des parfums Christian Dior, Frédéric Malle fonde en 2000 ses « Éditions de parfums ». On compte parmi les parfumeurs de la maison Dominique Ropion, Jean-Claude Ellena, Michel Roudnitska ou encore Sophia Grojsman.

CONTACTS

NEZ /
LE CONTREPOINT
Nez
5, place de la République
75003 Paris
www.nez-larevue.fr

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

Le Contrepoint
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
editions-lecontrepoint.com

Marianne Ménager
atelier@atelier-chevara.com
01 48 06 35 16

Caroline Bel
cbel@editions-lecontrepoint.com
01 48 06 35 13

Relations libraires
Lucile Rives
lrives@atelier-chevara.com
01 48 06 35 17

PRESSE

Anne Vaudoyer
anne@anneetarnaud.com
06 63 04 00 62

Anne & Arnaud

DIFFUSION
Interforum

À PARAÎTRE

Omnivore
Foodbook #9
La Jeune cuisine
sortie le 8 mars 2018
EAN 9782370630636

Nez #5
Naturel et Synthétique
sortie le 12 avril 2018
EAN 9782370630629

LE GRAND LIVRE DU PARFUM

POUR UNE CULTURE OLFACTIVE



NEZ culture

LE GRAND LIVRE DU PARFUM

SORTIE

11 octobre 2018

TYPE

Guide, Actualité,
Beau livre, Parfum,
Ouvrage de référence

PRIX PUBLIC

29 € TTC

EAN 9782370630544

FORMAT

20 x 26 cm

FOLIO

208 pages

IMPRESSION

Offset quadrichromie

ICONO

Illustrations

COLLECTION

Nez culture

Le marché de la parfumerie pèse en France plusieurs milliards d'euros, et lance chaque année quelque 2 000 nouvelles références dans le monde.

Entre ses campagnes publicitaires à gros budget, ses égéries *bankable*, ses champs de fleurs – à Grasse, si possible – et ses parfumeurs-créateurs œuvrant mouillettés sous le nez et regard à l'horizon, le parfum semble avoir trouvé la recette pour nous faire rêver. Mais qui sait vraiment comment, où et par qui sont fabriqués les parfums ?

En dehors de communications souvent superficielles ou réductrices, l'industrie du parfum cultive depuis longtemps un goût certain pour le secret et un talent pour entretenir le mystère.

De quoi les parfums sont-ils composés ?

Qui sont les parfumeurs et comment travaillent-ils au quotidien ?

Que se passe-t-il entre la naissance de l'idée dans l'esprit d'un dirigeant, d'un chef de produit ou d'un créateur de mode, et la mise en rayon d'un nouveau flacon ? Quelles différences existe-t-il entre une marque populaire distribuée à grande échelle et une maison confidentielle présente dans une poignée de boutiques ? Une fois lancé, comment un parfum survit-il aux années ?

Pour la première fois, un livre – conçu par le collectif Nez – vous propose de répondre à toutes ces questions que vous n'aviez jamais osé poser. Découvrez l'histoire de la parfumerie au fil des siècles, suivez étape par étape la chaîne de conception et de fabrication d'un parfum et explorez les coulisses d'une industrie complexe, mais aussi en pleine mutation.

Entièrement illustré, *Le Grand Livre du parfum* est un ouvrage ambitieux et exigeant, mais à la portée du plus grand nombre, des passionnés comme des simples curieux. Le ton volontairement transparent et pédagogique combat les clichés, les idées reçues, et va à l'encontre des discours parfois intimidants ou nébuleux.

LES AUTEURS

Denyse Beaulieu
Béatrice Boisserie
Éléonore de Bonneval
Sarah Bouasse
Eugénie Briot
Yohan Cervi
Olivier R.P. David
Jeanne Doré
Juliette Faliu
Hirac Gurden
Patrice Revillard
Delphine de Swardt
Alexis Toubanc

L'ILLUSTRATEUR

Jérémy Perrodeau a étudié le graphisme à l'école Estienne. Graphiste et illustrateur, il a réalisé la bande dessinée *Crépuscule* aux éditions 2024. Elle a remporté le prix du jury de la cinquième édition du PULP Festival.

SOMMAIRE

Les mécanismes de l'odorat

Histoire de la parfumerie

Les matières premières

Le métier de parfumeur

Le développement d'un parfum

La fabrication

La distribution

La parfumerie grand public

La parfumerie indépendante

La vie d'un parfum

Le guide de l'amateur de parfum

ANNEXES

Questions bêtes et idées reçues

—

Lexique

—

À lire, à voir

—

Annuaire

CONTACTS

NEZ /
LE CONTREPOINT
Nez
5, place de la République
75003 Paris
www.nez-larevue.fr

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

Le Contrepoint
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
editions-lecontrepoint.com

Relations librairies
Lucile Rives
lives@atelier-chevara.com
01 48 06 35 13

Marianne Ménager
atelier@atelier-chevara.com
01 48 06 35 13

PRESSE

Anne Vaudoyer
anne@anneetarnaud.com
06 63 04 00 62

Anne & Arnaud

DIFFUSION

Interforum

Hors librairie

www.legrandlivreduparfum.com

À PARAÎTRE

Omnivore

Foodbook #10

Vignes à haute tension
sortie le 4 octobre
2018

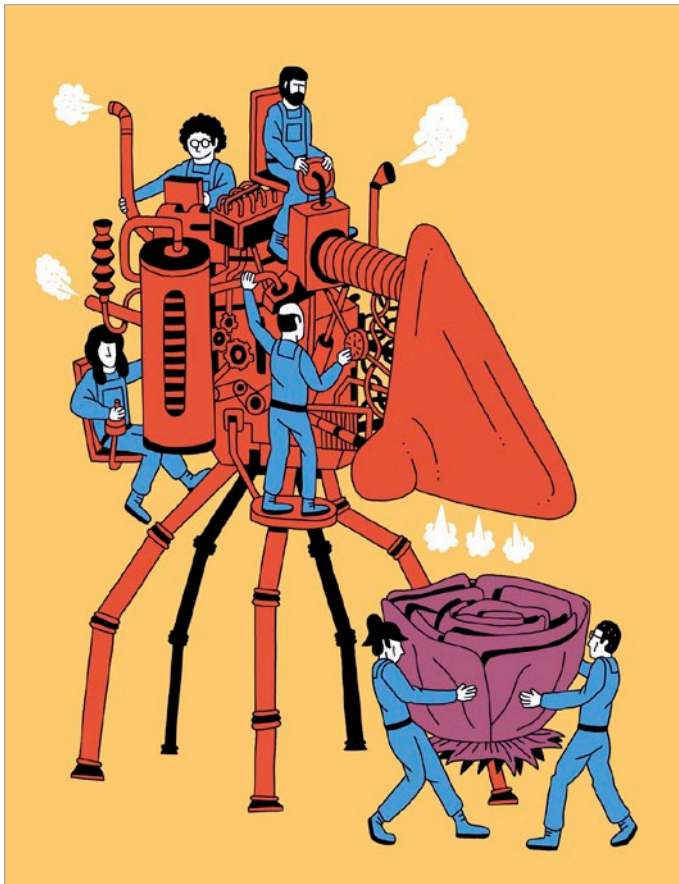
EAN 9782370630681

Nez #6

Le corps et l'esprit

Sortie le 11 octobre 2018

EAN 9782370630674



LES MÉCANISMES DE L'ODORAT

LES AGRUMES ET L'EXPRESSION À FROID



LA BERGAMOTE

Première étape : le sud de l'Italie. Le soleil d'hiver est à son zénith, ici en Calabre. La bergamote, fruit du *Citrus aurantium* sp. *bergamia*, s'y récolte de novembre à mars. Sur l'arbuste, les fruits ronds, jaunâtres à maturité, de la taille d'un citron vert, recouverts d'une peau épaisse, sont délicatement cueillis à la main, parfois avec des gants, pour protéger son écorce parfumée. Ils sont ensuite triés, lavés puis râpés.

On cherche à obtenir l'essence - ou huile essentielle - de bergamote qui est contenue dans de petits sacs présents au cœur de la partie superficielle colorée du péricarpe de l'agrumes : ce que l'on appelle, en cuisine, le zeste.

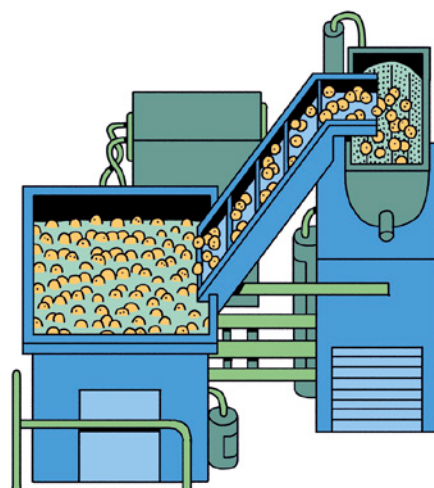
200 kg de fruits sont nécessaires à l'obtention de 1 kg d'huile essentielle.

L'huile essentielle de bergamote, riche en limonène, linalol, acétate de linalyle, est plus florale que le citron, aux évocations très « bonbon fruité », elle rappelle aussi l'arôme des thés Earl Grey, car elle sert à aromatiser leur base. On obtient ainsi

l'huile essentielle de bergamote, un des constituants les plus utilisés de la parfumerie, quelle que soit la famille olfactive, puisqu'on le retrouve aussi bien dans la fraîche eau de Cologne que dans l'oriental *Shalimar* de Guerlain.

Tout comme la bergamote, les principaux agrumes de la parfumerie, parmi lesquels le citron, l'orange amère (bigarade), la limette, la mandarine, le pamplemousse, sont tous traités par expression à froid.

Un agrume varicelle
Au siècle dernier, la découverte d'un principe photosensibilisant, le bergapène, une furocoumarine naturellement présente dans l'écorce de la bergamote, a fait de cet ingrédient un accélérateur de bronzage. Aujourd'hui, considéré comme phototoxique, il est éliminé par un procédé de distillation moléculaire sélective, afin de séparer l'huile essentielle des composants incriminés.



FIGE DE L'EXTRACTION À FROID

Partie du végétal concernée
Zeste des agrumes.

Produit obtenu
Huile essentielle.

Principe
Par grattage et pression, les sacs olifères contenus dans le zeste libèrent l'huile essentielle.

Types de plante
Citrus.

Ils suivent le même processus
Citron, bergamote, orange amère, pamplemousse, mandarine, limette...

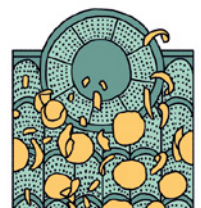
L'EXPRESSION À FROID

L'expression à froid, comme son nom l'indique, ne requiert pas de chauffage, contrairement à la distillation. Le produit obtenu est donc fidèle à l'odeur de la matière première, peu dénaturée, sans artefact de cuisson des molécules.

Si, autrefois, les procédés manuels impliquaient un grattage des écorces à la cuillère ou un pressage de celles-ci contre des éponges, qui se gorgeaient de l'essence contenue dans les glandes de l'épicarpe (le zeste), l'industrialisation imite aujourd'hui ces gestes et principes physiques. En effet, plusieurs techniques ont favorisé le développement de nombreuses machines, permettant à

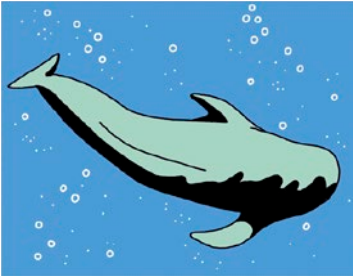
la fois l'extraction de l'huile et du jus de l'agrumes sur un même site, en traitant l'écorce pour la parfumerie et en préservant le fruit et sa pulpe pour le pressage et l'utilisation alimentaire.

La machine la plus utilisée, notamment pour la bergamote, est appelée *pelatrice* (illustration ci-contre), d'après le terme italien : on introduit les fruits entiers dans la machine, les parois vont d'abord peler le zeste, puis piquer l'écorce pour libérer l'essence des glandes olifères. On obtient ainsi un mélange d'huile et d'eau. Par centrifugation, on sépare ensuite l'huile essentielle de l'eau.



LES MATIÈRES PREMIÈRES ANIMALES

Le règne végétal n'est pas le seul pourvoyeur historique de matières premières naturelles. Pendant longtemps, les matières animales sont entrées dans les recettes de parfums, pour les rendre plus rémanents. Il en existe six. Chères pour la plupart, décriées par les écologistes, ces matières sont de moins en moins utilisées aujourd'hui, bien qu'elles soient toujours commercialisées.



Ambre gris

Il s'agit d'une concrétion issue du cachalot. L'animal mange de grands calmars dont les becs blessent les parois de son appareil digestif, provoquant des lésions. Pour les panser, le cachalot sécrète une substance qui, une fois expulsée par voie naturelle, flotte au gré des courants et est récupérée par les pêcheurs. Sans cette étape, l'odeur de la concrétion serait

insupportable. L'animal n'est donc ni maltraité ni tué par l'homme pour cette substance. Aujourd'hui, cette matière hors de prix est remplacée dans la plupart des formules par des matières synthétiques, mais on la retrouve encore dans les extraits de parfums historiques de grandes marques.



Musc

Le musc naturel, aussi appelé « musc Tonkin », provient du chevroin porte-musc originaire d'Asie. Le mâle en rut sécrète dans une de ses glandes abdominales la substance, à l'odeur forte, fauve et boisée. Décimée par les braconniers, la population des chevrouins porte-musc est aujourd'hui protégée par la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES) et élevée en captivité. Des méthodes d'extraction sans exécution de l'animal ont été développées en Chine, mais sans grande efficacité, le chevroin sécrétant moins de substance en captivité. Suivant les directives internationales réduisant l'import de la substance, l'usage du musc naturel en parfumerie a été abandonné au profit des muscs de synthèse.

Hyraceum

Très peu utilisée en parfumerie, cette matière provient de l'urine fossilisée d'une espèce de rongeur sud-africain, le daman du Cap. Vivant en colonie, l'animal urine systématiquement au même endroit. Année après année, une concrétion se forme par cristallisation. Extrait et dilué dans l'alcool, l'hyraceum, aussi appelé « pierre d'Afrique », rappelle l'odeur de la civette.



Cire d'abeille

Elle est récoltée dans les ruches. À partir de 100 kg de cire, on obtient, par extraction et purification à l'alcool, 1 kg d'absolue. Son odeur miellée légèrement chocolatée, fruitée et florale, évoquant la fleur de cassie et le genêt, complète les bouquets floraux ou les notes tabac.

Castoréum

Cette substance, contenue dans les glandes internes du castor, sert à lubrifier son poil et à délimiter son territoire. Moins braconné aujourd'hui pour sa fourrure, la population de castors prolifère au Canada comme en Russie, c'est pourquoi sa chasse est autorisée pour éviter la surpopulation. Une fois le castoréum récolté, il est extrait au solvant et purifié à l'alcool. 5 kg produisent 1 kg d'absolue. L'absolue de castoréum, qui dégage une odeur de cuir, entre dans la composition de nombreux orientaux traditionnels et participe à la construction d'arômes alimentaires vanillés.



Civette

Elle est produite par l'animal du même nom, un petit chat d'Éthiopie. Il s'agit d'une sécrétion anale pâteuse, à l'odeur initialement fécale. Les animaux, élevés en captivité, sont curés pour y récolter la matière. Cette pâte est ensuite transformée en absolue par extraction au solvant et purification à l'alcool. 4 kg de civette donnent 1 kg d'absolue. L'ingrédient

acquiert ainsi ses tonalités douces et florales, aux évocations de fleur de fleur ancienne. La civette aromatisait traditionnellement le tabac à priser, elle a été utilisée en parfumerie pour donner de la rémanence aux compositions. Aujourd'hui, le produit, encore autorisé, tend à être abandonné par respect pour l'animal.



ÊTRE PARFUMEUR



OÙ TRAVAILLER ?

Sauf lorsqu'il est encore en phase d'apprentissage, le parfumeur, qui apprécie les lieux neutres olfactivement, ne travaille pas dans le laboratoire qui est un endroit souvent très odorant. Depuis son bureau, il transmet ses formules au préparateur, qui va se charger de peser les concentrés puis de les diluer dans l'alcool avant de les lui rapporter. Le bureau d'un parfumeur est rarement parfaitement rangé. On y trouve de nombreuses mouillettes annotées d'un nom de code propre à chaque formule en développement, suivi d'une date et d'une heure permettant d'étudier l'évolution des essais dans le temps. Il en

est souvent de même avec les matières premières, qui sont continuellement étudiées par les parfumeurs. Par ailleurs, de petits flacons contenant les nombreux essais sont classés par projet, et chaque projet a son espace sur le bureau. Le parfumeur aime aussi avoir de quoi écrire : griffonner quelques accords à explorer, noter plusieurs matières à étudier de nouveau, etc. Enfin, l'ordinateur s'est aussi imposé, avec des logiciels de formulation qui permettent de contrôler, entre autres, les qualités des matières utilisées, les différentes réglementations et le prix des formules.

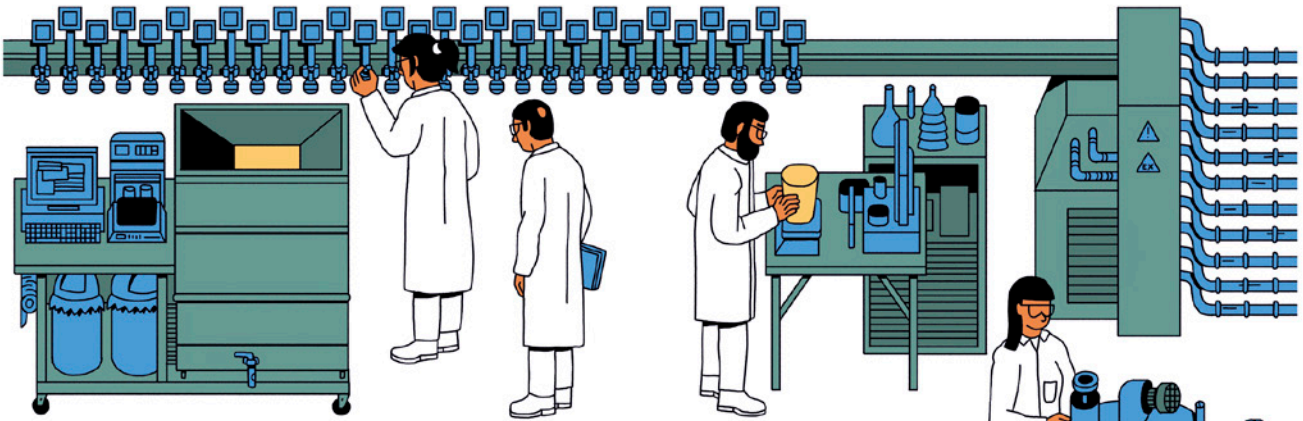
- Flacons des essais en cours
- Carnets de notes
- Porte-mouillettes
- Pot à mouillettes
- Derniers essais à suivre dans le temps
- Logiciel de formulation

LE QUOTIDIEN

Durant sa journée, le parfumeur ne fait pas que de la formulation. Dans le cadre d'une société de composition, les échanges avec les évaluateurs, les différentes équipes des sociétés avec lesquelles il travaille, et les clients sont monnaie courante. De nombreuses réunions liées à la vie de l'entreprise et à l'étude de l'évolution du marché du parfum lui permettent également de se nourrir. De plus, le parfumeur peut être amené à travailler avec certains de ses collaborateurs sur une même formule, notamment s'il s'agit d'un enjeu important.

Les parfumeurs indépendants, quant à eux, sont confrontés à la gestion quotidienne de leur entreprise, qu'elle soit administrative, financière ou commerciale. Il leur faut aussi rencontrer les prospects, répondre à leurs demandes en direct et assurer le suivi de chaque parfum, de la création à la production en passant par la réglementation. Enfin, depuis le début des années 2000, les parfumeurs sont de plus en plus sollicités pour la communication des marques. Les parfumeurs maison, notamment, assurent la cohérence et l'image de la marque qui les emploie et

devenant les interlocuteurs privilégiés des journalistes. Les services de communication n'hésitent plus à nommer les parfumeurs dans leurs dossiers de presse, ni à les inviter aux lancements de leurs parfums afin qu'ils répondent à des interviews. Aujourd'hui, la plupart des sociétés de composition disposent elles aussi d'un service de communication dont le but est de promouvoir les nouvelles matières premières, les derniers parfums qu'elles ont gagnés et, bien sûr, de faciliter la mise en relation entre les journalistes et les parfumeurs.



LA PESÉE

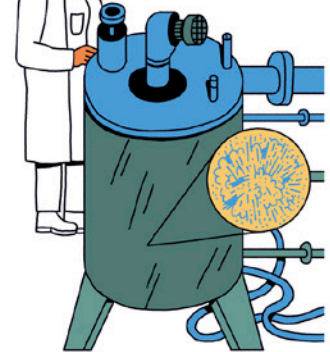
On désigne par le terme de « pesée » l'assemblage de tous les ingrédients qui composent une formule, dans les proportions indiquées par celle-ci. Par exemple, si l'on souhaite réaliser 1 kg de concentré à partir d'une formule où l'absolu de jasmin représente 1% du total, 10 g de cet ingrédient seront nécessaires. Cette opération, autrefois longue et minutieuse, a longtemps reposé sur le travail méticuleux d'opérateurs chargés de peser manuellement, à l'aide d'une balance de précision, tous les ingrédients d'une même formule avant de les mélanger dans une cuve. Aujourd'hui, dans les usines, la plupart des pesées sont orchestrées par un système informatique et très largement automatisées, ce qui les rend

plus rapides : quelques minutes suffisent pour peser une tonne de concentré. À chaque nouvelle pesée, un ordinateur calcule la quantité nécessaire de chaque ingrédient selon les proportions indiquées par la formule et la quantité totale de concentré souhaitée, qui peut se compter en dizaines de tonnes dans le cas d'un parfum grand public. La plupart des matières premières, stockées dans des fûts, sont reliées par un système de tuyauterie jusqu'à la salle de pesée. Là, une cuve destinée à réaliser le mélange se déplace seule sur un tapis roulant : tour à tour, elle va se placer sous le bec verseur correspondant à chaque ingrédient, qui lui en délivre le poids exact grâce à un système de balance intégrée.

En parallèle, des opérateurs présentent manuellement et mélangent tous les ingrédients de la formule qui ne sont pas accessibles via ce système. Il s'agit des matières premières plus rarement utilisées, de celles qui sont traditionnellement employées en petite quantité, qui nécessitent une préparation spécifique (comme certaines pâtes, chauffées avant incorporation), et/ou des plus chères, comme l'absolu d'iris, si précieuse qu'elle doit être stockée dans un coffre-fort. Ce second mélange est ajouté au premier, puis l'ensemble est homogénéisé afin de dissoudre les éventuels composés demeurés solides dans la masse liquide. Le concentré est prêt.

LA MATURATION

Le concentré est stocké dans une cuve où il va maturer pour une durée allant de quelques jours à trois semaines. Il s'agit de laisser se faire les nombreuses interactions chimiques entre les différentes matières premières, jusqu'à ce que le concentré parvienne à un équilibre olfactif. Cette opération se déroule généralement à 13°C, température en dessous de laquelle une étincelle ne provoque pas d'inflammation.



LE DÉVELOPPEMENT EN TOUTE LIBERTÉ

UNE VISION PERSONNELLE

Au sein d'une marque indépendante, la conception d'un parfum ne nécessite pas forcément de service d'évaluation ni de marketing : si l'objectif de connaître le succès est omniprésent, on se situe plus dans une logique de l'offre, pour proposer une vision personnelle, distinctive et originale. En comparaison, les développements de parfums en sélectif cherchent davantage à s'adapter à la demande, et à s'assurer en amont du succès à grande échelle d'un parfum par les tests consommateurs et l'intégration de codes olfactifs rassurants pour le client (voir chapitre 3). Ici, la liberté que peut prendre le parfumeur pour sa composition est souvent plus grande, et s'affranchit de validations externes. Cependant, de plus en plus de grandes maisons de composition travaillent avec des marques indépendantes. Les processus d'évaluation et de composition dans ces entreprises sont rodés et calibrés ;

même si les parfumeurs ont plus de liberté pour s'exprimer, les créations qui en sont issues peuvent parfois se rapprocher des codes olfactifs de la parfumerie sélective, ce qui influence progressivement l'esthétique globale de ce marché.

UNE ÉVALUATION TECHNIQUE

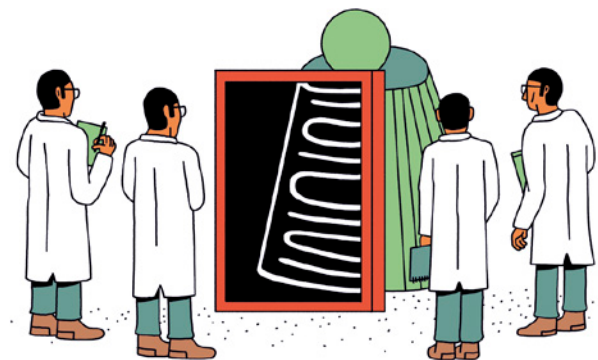
L'absence de service d'évaluation ne signifie pas que personne n'évalue ! Au contraire, cette étape reste très importante dans le processus de développement. Pour juger techniquement et esthétiquement les essais en cours, Mme Réve et M. Senbon vont :

- sentir sur peau ; sur eux ou sur leurs proches ;
- estimer la validité technique de la formule (sa diffusion, sa tenue, son sillage, etc.) ;
- analyser la valeur esthétique, formuler un ressenti, apprécier la cohérence avec le concept de la marque ;

• envisager d'autres pistes d'accords ou d'ajouts pour faire progresser une idée.

Mme Réve peut sentir en solo, mais également faire appel à une personne ou une équipe dont les compétences en parfumerie lui permettront de dialoguer confortablement et ainsi faire évoluer ses essais. Elle peut aussi être secondée par un autre parfumeur d'une maison de composition, qui va l'aider à résoudre des problématiques techniques, par exemple.

M. Senbon, quant à lui, incarne son rôle de directeur artistique : il sait où il veut aller et transmet sa vision au parfumeur avec lequel il travaille. Il indique les ajustements qu'il aimerait faire et s'assure ainsi de la cohérence du parfum avec son ressenti et sa marque.



PASSER LES ÉPREUVES DE LA RÉGLEMENTATION

MISE AUX NORMES RÉGLEMENTAIRES DES FORMULES

C'est la première étape réglementaire dans le processus de développement : la formule doit répondre aux exigences réglementaires européennes, mais aussi aux normes IFRA (International Fragrance Association). Mme Réve est responsable de ses formules. Elle doit donc se tenir au courant de chaque nouvelle réglementation, afin d'éviter l'utilisation de produits à risques, qui retarderont la validation de sa formule. M. Senbon, quant à lui, se repose sur le parfumeur qu'il a choisi pour lui fournir une formule conforme aux normes en vigueur.

LES DÉMARCHES INCONTOURNABLES

Quelles que soient les quantités que l'on veut produire, prouver que son parfum est conforme aux exigences réglementaires de la zone où il est vendu constitue une étape relativement longue et coûteuse (entre 2 000 et 4 000 euros par produit selon la société contactée). Le jus va devoir passer différentes épreuves :

- Le DIP, ou dossier d'information produit, est un document obligatoire qui contient toutes les informations nécessaires aux autorités pour établir la conformité de la formule avec la réglementation. Il représente une tâche administrative assez lourde et, pour

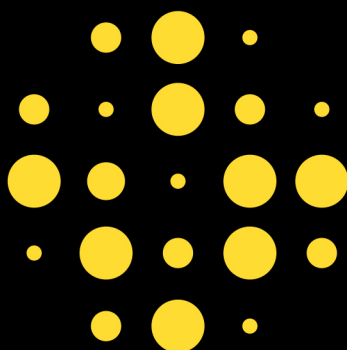
cette raison, les marques indépendantes font souvent appel à une société extérieure.

- Pour la production du DIP, une évaluation de sécurité est établie par un expert compétent (le plus souvent un toxicologue), et des tests sur le produit fini sont réalisés par un organisme indépendant spécialisé. Les tests permettent de contrôler le potentiel sensibilisant et la tolérance cutanée. Ils comportent aussi une étape de *patch test* - ou « test épici-tané » - sur des personnes volontaires.



LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

SOUS LA DIRECTION DE
MATHILDE CASTEL



NEZ*recherche*

LES DISPOSITIFS OLFACTIFS AU MUSÉE

SORTIE

8 novembre
2018

TYPE

Ouvrage de référence,
Parfum,
Niveau universitaire

PRIX PUBLIC

39 € TTC

EAN 9782370630728

IMPRESSION

Impression en noir,
Dos carré collé

Et si nous vivions de nouvelles expériences muséales ? La vue a toujours été le sens privilégié pour saisir une œuvre d'art, aux dépens des autres sens qui pourtant peuvent nous enseigner une nouvelle manière de voir les œuvres. Mathilde Castel s'intéresse dans ce livre à la place des dispositifs olfactifs au musée. Désormais, le parfum est considéré comme le fruit d'un geste artistique et trouve de plus en plus sa place au musée.

Quels sont les dispositifs visant à favoriser la survenue d'expériences inédites ?
Peuvent-elles être à la fois contemplatives et pédagogiques ?
Où sont mis en place ces dispositifs ?
Comment mettre en scène l'impalpable ?
Qui sont les précurseurs en terme de dispositifs olfactifs ?
Qu'est-ce que le Whaf ?
Quelle est l'histoire de l'art odorant ?
Comment dialoguer avec le public grâce aux odeurs ?
Les tableaux ont-ils une odeur ?
Et si pour aller plus loin, nous pensions à une approche polysensorielle de la médiation ?

Cet ouvrage est le résultat d'un colloque qui s'est tenu en juin 2017 à la Maison de la Recherche de la Sorbonne Nouvelle. Il est enrichi par un certain nombre de contributions visant à poursuivre la réflexion autour de la place des dispositifs olfactifs au musée.

LES AUTEURS

Sous la direction de
Mathilde Castel

Élise Allonas
Cristina Badulescu
Sandra Barré
Denyse Beaulieu
Eléonore de Bonneval
Marion Boutellier
Olivier R. P. David
Constance Deroubaix
Victor Fraigneau
Gilles Froger
François Mairesse
Clara Muller
Dominique Paquet
Septembre Tiberghien
Érika Wicky
Sophie Radix
Boris Raux
Christine Saillard
Marlène Staiger

SOMMAIRE

PROLOGUE
Dispositif
expographique
olfactif

Introduction aux
dispositifs olfactifs
au musée

Les *sensorial studies*

DISPOSITIFS
OLFACTIFS
Le Grand Musée du
Parfum

Scentys, société
spécialisée dans la
diffusion du parfum

La scène théâtrale
contemporaine

Le musée du Louvre

Le Whaf et ses usages

LES CONCEPTS

D'UN ART
OLFACTIF
Œuvres olfactives,
œuvres odorantes

Évolution odorante

Exposer les odeurs

Se rencontrer autour
des odeurs

Esthétiques
d'occupation

Le parfum : mise en
regard

MÉDIATIONS
MUSÉALES
OLFACTIVES
Dialoguer avec le
public

Les contre-visites
olfactives de

l'exposition

Fragonard amoureux

Les tableaux ont-ils
une odeur ?

La médiation
muséale

Les visites olfactives

Approche
polysensorielle de la
médiation

FILIGRANE
L'instinct olfactif de
la Fondation Cartier

ÉPILOGUE
Musée François
Tillequin : mémoires
olfactives et matières
odorantes animales

CONTACTS

NEZ /
LE CONTREPOINT
Nez
5, place de la République
75003 Paris
www.nez-larevue.fr

Dominique Brunel
dbrunel@nez-larevue.fr
06 43 75 73 48

Le Contrepoint
29 rue des Orteaux, Paris 20^e
editions-lecontrepoint.com

Relations libraires
Lucile Rives
lives@atelier-chevara.com
01 48 06 35 13

Marianne Ménager
atelier@atelier-chevara.com
01 48 06 35 13

DIFFUSION

Interforum

À PARAÎTRE
Omnivore
Foodbook #10
Vignes à haute tension
sortie le 4 octobre
2018
EAN 9782370630681

Nez #6
Le corps et l'esprit
Sortie le 11 octobre 2018
EAN 9782370630674

*Le Grand Livre
du parfum*
sortie le 11 octobre
2018
EAN 9782370630544