

Évolution de notre perception de l'odorat

Annick Le Guéer¹

Résumé

Après une longue dévalorisation philosophique, morale, scientifique, psychanalytique, l'odorat commence à occuper de nouveaux domaines ou à réinvestir ceux dont il avait été exclu. Notre époque, qui réhabilite l'émotion, l'intuition, la sensualité, est aussi très intéressée par un sens considéré hier comme inférieur. Aujourd'hui, l'odorat est reconnu comme pouvant contribuer à notre connaissance et à notre bien-être. Ses pouvoirs sont en expansion.

Mots-clés

dévalorisation, animalité, réhabilitation, bien-être, connaissance, pouvoirs, communication, mémoire, culture, sensualité, éducation olfactive

Abstract

After a long philosophical, moral, scientific, psychoanalytic devaluation, olfaction begins to occupy new areas. Very interested by emotion, intuition, sensuality, our century is also very interested by a sense considered yesterday like inferior. Today olfaction contributes towards well being and knowledge. Its powers are expanding.

Keywords

olfaction, devalorisation, animality, rehabilitation, well-being, knowledge, powers, communication, memory, culture, sensuality, olfactive education

(1) LIMSIC, université de Bourgogne, Dijon.

Jadis mal aimé, hier encore discrédité, l'odorat est aujourd'hui d'actualité. Nombre de colloques, de thèses, d'articles, de films portent sur ce sens longtemps méprisé car considéré comme « animal » et trop lié à la sexualité. Et lorsque j'ai commencé à travailler sur l'olfaction dès 1980, le sujet était tabou. Mieux valait s'intéresser aux sens « nobles », l'ouïe et la vue, qui passaient pour des sens civilisés, utiles à la connaissance.

Notre époque, qui accorde une grande attention au sensoriel et à l'émotion, porte un vif intérêt à un sens relégué naguère au rang de parent pauvre, et une éducation olfactive, réservée jadis aux seuls parfumeurs et œnologues, commence à se mettre en place.

Les liens étroits de l'odorat avec l'intuition, l'émotion et la sensualité lui permettent d'envisager un avenir plein de promesses, s'appuyant à la fois sur sa revalorisation et sur une exploitation novatrice des fragrances.

Héritiers de Darwin et de Freud, nous avons tout récemment encore l'idée d'un sens archaïque qu'il fallait refouler pour vivre en société.

1. Un sens mal aimé : flairer assimilé à la bête

La plupart des moralistes, des philosophes, des psychanalystes ont présenté l'odorat comme un sens archaïque, animal, trop lié au plaisir, inutile à la connaissance et contraire à la vie en société. Platon et Aristote estiment que l'odorat procure des plaisirs moins purs, moins nobles, que ceux de la vue et de l'ouïe. Descartes le considère comme grossier. Kant le juge comme un sens ingrat, antisocial, qu'il vaut mieux ne pas développer parce qu'il occasionne plus de déplaisirs que de plaisirs et qu'il est sans-gêne, contraire à la liberté. Schopenhauer affirme que c'est un sens inférieur, et Hegel qu'il est incapable de donner naissance à un art. Au début du XX^e siècle, le philosophe allemand Georg Simmel l'accuse même d'être le sens antisocial par excellence.

Le manque de vocabulaire pour désigner les odeurs a beaucoup contribué au discrédit de l'odorat. Privé de vocabulaire spécifique, il en est réduit à emprunter son langage aux autres registres sensoriels. C'est pourquoi les parfumeurs parlent de parfums « chauds », « verts », « stridents », « vibrants », « sombres », « clairs », « aigus ». On désigne encore les odeurs en se référant à la source dont elles émanent : odeur de café, de mazout, d'égout, etc.

Le coup de grâce lui a été donné par la psychanalyse. Pour Freud, la rupture avec l'animal et l'essor de la civilisation se seraient même effectués grâce au

refoulement de l'odorat. D'après lui, ce sens, beaucoup plus développé chez nos lointains ancêtres qui marchaient à quatre pattes, se serait atrophié lorsqu'ils se sont redressés et se sont mis à marcher sur deux pieds. En s'éloignant du sol, l'odorat, qui était jusqu'alors le sens prédominant, se serait affaibli. Cet effacement de l'odorat, en entraînant un important refoulement de la sexualité, aurait permis la fondation de la famille et le développement de la civilisation. Une grande sensibilité olfactive apparaît même dans ces conditions comme un trait archaïque et néfaste. C'est, pour Freud, le symptôme d'un reste d'animalité, d'un ratage dans le processus de socialisation.

On comprend qu'avec toutes ces conceptions philosophiques, morales et psychanalytiques, l'éducation de l'odorat ait été négligée. Les odeurs nous parlent trop du corps et de notre animalité. Flairer assimilé à la bête qui marche à quatre pattes et qui ne parle pas.

2. Réhabilitation

Dans les années 80, *Le miasme et la jonquille* d'Alain Corbin, *Les effluves du temps jadis* de Piero Camporesi, *Le parfum* de Patrick Suskin, *Le nez des philosophes* et *Les pouvoirs de l'odeur* d'Annick le Guéer ont brisé ce silence olfactif et focalisé l'attention des scientifiques sur ce sens qui est aujourd'hui beaucoup mieux connu. En 2004, deux chercheurs américains, Linda Buck et Richard Axel, ont même reçu le prix Nobel de physiologie et de médecine pour leurs travaux sur les subtils mécanismes qui gouvernent l'odorat. Loin d'être un sens négligeable, l'odorat a en effet des fonctions importantes.

2. 1. L'odorat est tout d'abord un sens du contact

Le langage quotidien est particulièrement révélateur de l'importance de l'odorat et des odeurs dans les relations humaines. On dit couramment « avoir quelqu'un dans le nez », « ne pas pouvoir le sentir ». On dit encore d'une personne dont la vanité irrite qu'elle est « puante » et de quelqu'un de trop curieux « qu'il fourre son nez partout ».

La culture arabe fait appel aussi à ces métaphores. La personne aimée est désignée comme « la fragrance délicieuse » et la détestée comme « celle dont l'odeur est mauvaise ». Le fait de sentir l'atmosphère de quelqu'un est la perception la plus intime que nous puissions avoir d'autrui. Il pénètre, pour ainsi dire, en nous, sous une forme aérienne. Une phrase du philosophe Jean-Paul Sartre traduit particulièrement bien ce contact direct et intime que crée l'odeur de l'autre, lorsqu'elle nous envahit : « *l'odeur de l'autre*, écrit Sartre, *c'est ce corps lui-même que nous aspirons par la bouche et le nez, c'est la fusion du corps de l'autre à mon corps* ».

2. 2. L'odorat joue un rôle fondamental dans les rencontres et les relations sociales

Les odeurs réelles et imaginaires ont, en effet, toujours servi à stigmatiser certaines catégories professionnelles ou sociales. De nombreux groupes et minorités ont été accusés de répandre des odeurs désagréables. Et durant la Première Guerre mondiale, toute une littérature s'était développée en France à propos de la prétendue fétilité des Allemands.

À l'inverse, l'odeur peut jouer un rôle essentiel dans l'attrait entre les êtres. La psychanalyste Françoise Dolto avait bien vu l'importance des odeurs dans la relation amoureuse, puisqu'elle conseillait de demander aux gens qui envisagent de se marier : « est-ce que vos odeurs s'accordent ? ».

3. Le sens de l'intuition

Mais c'est précisément parce que notre odorat est proche du flair animal qu'il est intéressant. Cela le rend apte à la saisie de données extrêmement fines, prérationnelles, celles de l'indicible qui se dégage d'un être, d'une chose, d'un lieu, d'une situation. Ce sens, pauvre en vocabulaire spécifique, établit un rapport fusionnel avec le monde et livre non seulement les substances mais aussi les ambiances, les climats, les vécus existentiels. De par ses liens avec la respiration, il nous met en rapport de façon profonde avec notre environnement et a une vocation toute particulière, au « flair d'atmosphère ».

Pour Nietzsche, l'un des rares philosophes à avoir défendu l'odorat, le « flair » est un véritable instrument d'investigation psychologique et morale. Ses liens avec l'instinct en font l'arme du psychologue qui se guide de façon intuitive et dont l'art ne consiste pas à raisonner mais à subodorer. Je me distingue, dit-il, par un flair particulièrement remarquable. Je flaire l'intimité secrète, les entrailles de toute âme. « *Tout mon génie est dans mes narines* ».

L'importance de ce « flair » n'a pas échappé à certains psychiatres et psychanalystes contemporains. Ils ont observé que des malades répandent, lorsqu'ils sont dans un état de fureur refoulée, des odeurs très désagréables à la manière de certains animaux sur la défensive. Et ils en ont conclu que les odeurs évoquaient, à la place des mots, des sentiments soustraits à la communication sociale. Certains psychanalystes comme Didier Anzieu estiment même que l'intuition du psychanalyste repose sur une base olfactive.

Au-delà de sa fonction première, l'odorat assume celle d'un « sixième sens » : celui de la connaissance intuitive. Et une fois de plus, le langage courant en rend compte avec des expressions comme « avoir du

nez », « bien sentir les choses ». Et l'on s'aperçoit que dans de nombreux domaines, il offre, en outre, des potentialités considérables.

4. Des potentialités considérables

Outre son importance dans la communication et la mémoire, l'odorat est susceptible de jouer un rôle considérable dans des domaines très divers.

4. 1. Odorat, santé, bien-être

Dans le domaine de la santé et, plus généralement, du bien-être, par exemple, on repère des tentatives et des avancées particulièrement significatives.

Contrairement aux philosophes, les médecins, dès l'Antiquité, ont accordé une grande importance à l'odorat. Selon Hippocrate, le médecin devait être « l'homme aux narines bien mouchées », car ce sens leur servait pour diagnostiquer les maladies, et les osphréologues au XVIII^e siècle avaient même classé les maladies selon les odeurs qu'elles dégageaient. Jusqu'au XIX^e siècle, les mauvaises odeurs ont d'ailleurs été accusées de propager maladies et épidémies, et les parfums dont on se servait pour les combattre ont été pendant des siècles les principaux médicaments. Aujourd'hui, les nez électroniques détectent certains cancers et on se sert du parfum pour apaiser les malades dans certains services de chimiothérapie et de soins palliatifs.

À l'hôpital Raymond-Poincaré de Garches, on se sert depuis plusieurs années des odeurs pour aider les patients qui ont été dans le coma à retrouver la mémoire. Deux fois par semaine, une olfacto-thérapeute leur présente des mouillettes qui sentent la mer, le foin, le bois, les biscuits... « *C'est, selon cette olfacto-thérapeute, une façon nouvelle d'aborder la mémoire, une stimulation sensorielle à la fois ludique et fiable qui peut redonner au patient goût à la vie quand plus rien ne l'y accroche* ».

Les odeurs sont aussi utilisées dans les prisons. Les odeurs de la nature et de la ville ne pénètrent pas dans ces lieux confinés, vécus comme particulièrement anxiogènes. À la prison de Fresnes, une psychologue se sert des odeurs pour aider les détenus. Ceux-ci évoquent fréquemment l'odeur de mort qui règne en ces lieux. Elle leur fait respirer des « mouillettes » trempées dans différentes fragrances. Une odeur de gazon fraîchement coupé, de laurier, de fraise, de feu de bois, de mûre apporte aux reclus une bouffée de liberté et de bien-être. Ces arômes les soulagent de l'angoisse engendrée par l'univers carcéral, en leur ouvrant sur l'extérieur des fenêtres olfactives.

Paradoxalement, au moment même où l'odeur participe à l'humanisation des prisons, elle peut aussi contribuer à les remplir. « L'Odorologie » est une nouvelle méthode, venue de l'Europe de l'Est, utilisée dans la traque des malfaiteurs. Elle intéresse la Police Technique et Scientifique (PTS). Chacun de nous possède une odeur spécifique, n'appartenant qu'à lui qui laisse sur son passage des molécules olfactives. Comme les empreintes digitales, elles permettent l'identification.

4. 2. Marketing olfactif

Le regain d'intérêt pour l'olfactif est sensible dans bien d'autres secteurs de la vie quotidienne. Le marketing olfactif s'est beaucoup développé. La diffusion dans les points de vente de senteurs judicieusement choisies, comme des effluves de cire dans un magasin de meubles, d'herbe fraîche chez un vendeur de tondeuses à gazon, inciterait à l'achat.

Les odeurs font partie de la stratégie de communication des marques. Beaucoup d'entre elles envisagent de se doter de véritables signatures olfactives.

4. 3. Éducation et culture

L'odorat commence aujourd'hui à être éduqué.

Certaines écoles ont créé des cours d'éveil olfactif. Des livres et des jeux odorants, des coffrets de parfums pour apprendre à mieux identifier les arômes des fleurs, des fruits, des champignons, des vins, sont apparus sur le marché.

La diffusion d'odeurs fait désormais partie intégrante de présentations muséologiques, de spectacles historiques, de ballets, de projections de films et de toutes sortes de manifestations.

4. 4. Parfum et musique

C'est dans le domaine musical que l'appel à la diffusion d'odeurs s'est manifesté le plus précocement. Cela n'a rien de surprenant, dans la mesure où l'affirmation du caractère artistique de l'activité du créateur de fragrances est étroitement liée au rapprochement opéré avec le compositeur de musique.

Ainsi, le compositeur-interprète de musique électronique Francis Schwartz a-t-il proposé de nombreuses réalisations qui vont de *Auschwitz* (1968) à *My Egg* (1979), en passant par *Opus 35 ou la Suave Mutilation de Manfredo Misticus* (1976), œuvre multisensorielle pour deux acteurs, bandes magnétiques, parfums, moniteur vidéo et stimulateurs tactiles.

4. 5. Parfum et arts plastiques

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

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

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

Particulièrement ambitieuse, l'exposition *Odeurs des Alpes*, organisée à Schwyz en 2003 par le Groupe des musées nationaux suisses et la société Givaudan qui en avait réalisé les odeurs de synthèse, cherchait à dégager l'identité olfactive du pays. Grâce à des diffuseurs disposés tout au long du parcours muséal, le visiteur était invité à cerner la spécificité suisse à travers une centaine d'exhalaisons très variées : fragrances délicates des plantes alpines, effluves des fermes d'alpage, de lait, de beurre, de fromage, de vieux bouc, odeurs des bonbons Ricola et du chocolat, et même... odeurs de l'armée suisse (graisse à fusil et camphre protégeant l'arme et l'uniforme dans l'armoire de chaque citoyen-soldat).

Dans la période la plus récente, l'engouement du public pour la découverte et l'approfondissement de la connaissance du parfum a pu se nourrir d'une véritable floraison d'expositions l'abordant sous les angles les plus divers : *Quand le parfum portait remède* (musée de St-Antoine-l'Abbaye, 2009), *Le parfum, miroir de la société* (Château de La Roche-Jagu, 2012), *Parfums bibliques, Senteurs antiques* (musée international de la Réforme, Genève, 2012), *N° 5 Culture Chanel* (Palais de Tokyo, Paris, 2013), *Le parfum, un code invisible* (Centre Scientifique Copernic, Varsovie, 2013-2014)...

Le succès remporté par ces manifestations ne peut que réjouir les compositeurs de parfums qui, à défaut d'être considérés comme de véritables créateurs par le droit français, trouvent là une juste reconnaissance culturelle. Ils noteront aussi avec quelque ironie, que si leurs parfums n'accèdent pas au rang d'œuvres, les créations « polyartistiques » qui les intègrent, les expositions qui les présentent et les flacons qui les contiennent bénéficient sans problème du droit d'auteur (Dufour, 1999).

Sens pauvre en langage, devant emprunter son vocabulaire aux autres registres sensoriels, l'odorat n'est pas encore reconnu par la Cour de Cassation

comme un sens pouvant donner naissance à un art. Celle-ci s'obstine toujours à ne pas admettre les créations des parfumeurs comme des œuvres de l'esprit pouvant bénéficier de la protection artistique dévolue aux œuvres littéraires, picturales et musicales.

On observe néanmoins une fascination pour l'odorat et les odeurs, qui est un véritable phénomène de société. L'intérêt croissant manifesté aussi bien par les scientifiques que par les industriels se double aujourd'hui d'un engouement du grand public, qui est d'ailleurs de plus en plus sollicité dans sa vie quotidienne par « l'odorisation » des lieux publics, des véhicules, des vêtements, voire même des réveille-matin...

Références bibliographiques

- Camporesi P., 1985 : L'officine des sens. Hachette, Paris.
- Camporesi P., 1995 : Les effluves du temps jadis, Plon, Paris.
- Corbin A., 1981 : Le miasme et la jonquille, Flammarion, Paris.
- Dufour B., 1999 : Des expositions comme œuvres de l'esprit, *Revue Internationale du Droit d'Auteur*, 180.
- Faure P., 1987 : Parfums et aromates de l'Antiquité, Fayard, Paris.
- Le Guérer A., 1987 : Le nez des philosophes. Autrement, Paris, 49-55.
- Le Guérer A., 2002 : Les pouvoirs de l'odeur, Paris, 4^e édition, Odile Jacob. 1^{ère} édition François Bourin, Paris, 1988.
- Le Guérer A., 1990 : Le déclin de l'olfactif, mythe ou réalité ? Dans Les « cinq » sens, *Anthropologie et Sociétés*, Montréal, vol. 14, n° 12, 25-45.
- Le Guérer A., 1996 : Le nez d'Emma. Histoire de l'odorat dans la psychanalyse, *Revue Internationale de Psychopathologie*, P.U.F. juillet, 22, 339-385.
- Le Guérer A., 1999 : Trois histoires de nez aux origines de la psychanalyse. Dans Les Odeurs du Monde. Écriture de la nuit, Paris, L'Harmattan, 111-126.
- Le Guérer A., 2001 : Psychoanalyst's nose. *Psychanalytic Review*, 14-25.
- Le Guérer A., 2001 : Un sens mal aimé. Cinq sens pour un corps, *Revue du Palais de la Découverte*, 284, 30-33.
- Le Guérer A., 2002 : A philosophical and psychoanalytical view. Dans Olfaction, Taste, Cognition, Cambridge University Press, September, 40-51.
- Le Guérer A., 2003 : L'Odorat, un sixième sens ? À fleur de peau, Paris, Belin, 15-26.
- Le Guérer A., 2005 : L'Odorat. Un sens en devenir. Sentir. Pour une Anthropologie de l'Odeur, Paris, L'Harmattan, p. 3-20.
- Le Guérer A., 2008 : L'Odorat, un sens controversé. Dans Une Histoire des Sens, Patrimoine en Isère / Musée de Saint-Antoine-l'Abbaye, p. 5-22.
- Le Guérer A., 2012 : La réhabilitation de l'odorat. Le pouvoir de l'odeur. Odeur et goût, Quae, p. 13-27.
- Le Guérer A., 2013 : L'odorat et la communication. Dans Corps sensibles. Usages et langages des sens, PUN-Éditions universitaires de Lorraine, p. 9-25.