



PROJET DE THÈSE

En vue d'une admission à

L'ÉCOLE DOCTORALE 267 – ARTS ET MÉDIAS

Université Sorbonne Nouvelle – Paris III

DU KÔDÔ AU SMELL BAR

ANALYSE DES DISPOSITIFS EXPOGRAPHIQUES OLFACTIFS

PROJET DE THÈSE PRÉSENTÉ PAR **MATHILDE CASTEL**

SOUS LA DIRECTION DE **FRANÇOIS MAIRESSE**

mathilde.castel@hotmail.fr

DU KÔDÔ¹ AU SMELL BAR²
ANALYSE DES DISPOSITIFS EXPOGRAPHIQUES OLFACTIFS



Dispositif olfactif, architectes Diller Scofidio et Renfro, exposition *Art of scent 1889 – 2012*, Musée des Arts et du Design (MAD), New York, Novembre 2012 – Mars 2013.

THÈSE PRÉSENTÉE PAR **MATHILDE CASTEL**
SOUS LA DIRECTION DE **FRANÇOIS MAIRESSE**

mathilde.castel@hotmail.fr

¹ Apparu au XVe siècle, le Kôdô renvoie à l'art japonais d'apprécier les parfums. Il constitue, aux côtés de la cérémonie du thé et de l'Ikebana, l'un des trois arts traditionnels du pays. La cérémonie du Kôdô consiste à « écouter » les fragrances exhalées par la combustion de bois précieux.

² « A bar for sniffing » Maki Ueda, Electric-Eclectics Festival, Meaford, Canada, Août, 2008.

CHOIX DU SUJET

En Mai 2015, une table ronde intitulée « *Esthétique de l'Art olfactif* » s'étant tenue à la Maison de la culture du Japon à Paris – et reprenant les axes du colloque international « *La création olfactive* » ayant eu lieu à la Sorbonne en 2014 – a permis de nuancer la pluridisciplinarité de l'olfaction par son interculturelité.

Comme le souligne Chantal Jacquet³ et contrairement aux pratiques japonaises, l'idée d'un art olfactif indépendant des usages religieux, médicaux et érotiques communément attribués au parfum n'est apparue en occident qu'au XXe siècle. Elle renvoie selon elle à « *une évolution de la conception de l'œuvre d'art remettant en cause le privilège accordé à la vue et à l'ouïe pour s'ouvrir à de nouvelles formes d'expression. L'emploi artistique des odeurs et des parfums découle d'un mouvement de critique de l'art établi, ainsi que de la désacralisation de l'œuvre immuable qui serait pieusement conservée dans les musées.* »⁴ L'émergence conséquente d'un art olfactif incarnant plus justement l'éphémérité nouvellement reconnue aux œuvres d'art, engendre dans son mouvement l'avènement de problématiques propres aux spécificités de l'olfaction. La question de la monstration et de la mise en exposition figurant parmi les principales.

Le patrimoine et la médiation olfactive⁵ ayant fait l'objet de mes précédentes recherches en Esthétique et Muséologie, l'étude successive de l'expographie olfactive s'inscrirait dans une progression réflexive. Elle me permettrait en effet de simultanément approfondir et actualiser mes travaux.

BILAN EXPOGRAPHIQUE

Le terme *expographie* se compose étymologiquement de la racine *exponere* – qui signifie « *mettre en vue* » – et du suffixe *graphie* qui renvoie à l'écriture. L'expographie tient par conséquent en la planification et l'écriture des modes de monstration d'objets.

³ Professeur de philosophie, Université Sorbonne Panthéon – Paris 1, notamment auteur de l'ouvrage *Philosophie de l'odorat* et organisatrice du colloque international « *La création olfactive*. »

⁴ Verbatim, Table ronde « *Esthétique de l'Art olfactif* », Maison de la culture du Japon à Paris, 9 Mai 2015, 1 :10 : 20.

⁵ CASTEL Mathilde, *Patrimoine olfactif : un effet placebo à l'appréhension de la perte*, dir. François Mairesse, Muséologie & Nouveaux médias, Sorbonne Nouvelle – Paris III, 2014 – 2015.

CASTEL Mathilde, *Médiation olfactive : l'encodage heursthésique pour une éloquence expérientielle*, dir. Jacinto Lageira, Esthétique, Sorbonne Panthéon – Paris I, 2014 – 2015.

Comme l'indique Jean Davallon,⁶ trois catégories muséologiques sont à distinguer : les expositions dites « d'objets », « d'idées » et de « point de vue. » Si la première tient en la présentation d'objets et l'assurance de leur authenticité, la seconde en la diffusion de savoirs et la garantie de leur véracité, la troisième est entièrement centrée sur le visiteur. À l'image du patrimoine olfactif, l'expographie relative à l'olfaction semble pouvoir s'accomplir dans les trois catégories proposées. La collection permanente du Musée International de la Parfumerie à Grasse s'inscrirait en effet dans les expositions d'objets, puisque tient en la monstration chronologique d'expôts relatifs aux histoires et techniques du parfum. Les rétrospectives d'Apex *Né pour sentir*⁷ et *Les nouveaux nez*⁸ présentées au Muséum d'Histoire Naturelle en 2009, ainsi que l'exposition *The Olfactive project*⁹ au Laboratoire en 2013, renverraient d'avantage aux expositions d'idées du fait de leur paradigme plus spécifiquement pédagogique. Par ailleurs l'exposition *Reconstruction*¹⁰ ayant eu lieu à Berlin en 2015 – et renvoyant à l'oeuvre *Green Aria : A scent opera*¹¹ créée par Christophe Laudamiel en 2009 – s'inscrit pleinement dans les expositions de point de vue du fait de la primauté accordée à l'expérience du visiteur.

Conséquemment, la question des spécificités de l'expographie olfactive demeure entière. Pourtant lorsque Davallon écrit : « C'est donc à la fois un nouvel objet, un nouveau type de spectateur et une nouvelle relation entre l'un et l'autre qui se dessinent. Or, l'exposition est au cœur de ce changement car c'est par elle que l'œuvre et le public existent l'un pour l'autre. »¹² il pointe l'importance du rôle que l'exposition devrait jouer au cours de l'avènement olfactif actuellement constatable.¹³

⁶ DAVALLON Jean, *Le musée est-il vraiment un média ?* Publics et Musées, N°2, 1992.

⁷ *Né pour sentir*, Association Apex, présentée au MNHN du 16 Mai au 20 Septembre 2009, composée de 18 modules à destination du tout public afin de stimuler des souvenirs olfactifs variés.

⁸ *Les Nouveaux nez*, Association Apex, présentée au MNHN du 16 Mai au 20 Septembre 2009, composée de modules à destination des enfants de 3-6 ans afin de suggérer des environnements connus : salle de bain, cours de l'école, cantine ect.

⁹ *Expérience 16, The Olfactive project, Ou comment créer une troisième voix : la communication olfactive*, Le Laboratoire, Paris, 17 Mai – 15 Septembre 2013.

¹⁰ *Reconstruction*, Christophe Laudamiel, Mianki gallery, Berlin, 26 Mars – 3 Mai 2015. Annexe 7 et 8.

¹¹ *Green Aria : A scent opera* a part ailleurs fait l'objet d'une étude des chercheurs Roland Salesse et Sophie Domisseck du projet Kôdô sur la création olfactive, intitulée « Peut-on raconter une histoire rien qu'avec des odeurs ? La gageure de Green Aria : A scent opera. »

http://artshebdomedias.com/sites/default/files/etude_green_aria_christophe_laudamiel.pdf

¹² *Ibid.* p. 106.

¹³ CASTEL Mathilde, *Patrimoine olfactif : un effet placebo à l'appréhension de la perte*, dir. François Mairesse, Muséologie & Nouveaux médias, Sorbonne Nouvelle – Paris III, 2014 – 2015, Chapitre préliminaire, L'avènement olfactif, pp. 11 – 38.

Parallèlement, Florence Belaën souligne que « *la volonté de faire des expositions des événements culturels et médiatiques a conduit certains musées à renouveler leurs techniques muséographiques, en s'inspirant des attentes expérientielles repérées dans les autres formes médiatiques comme la recherche d'émotions, de sensations fortes, de dépaysement, d'agitation affective, de vibration ect.* »¹⁴ Dans le cas de l'olfaction cette donnée est doublement vérifiable. L'évènementiel intègre l'enceinte du musée, principalement sur commande d'enseignes de luxe avec des expositions telles que *N°5 Culture Chanel*,¹⁵ *Miss Dior*¹⁶ ou encore *La Petite Robe noire*.¹⁷ Inversement, l'exposition devient spécifiquement évènementielle en intégrant notamment le programme de salons annuels. La rétrospective photographique *Anosmie, vivre sans odorat*¹⁸ réalisée par Éléonore de Bonneval illustre ce cas en s'exhibant pour la première fois lors de la 6^e édition du salon *Les Rives de la beauté*¹⁹ en automne 2014.

De fait, la notion d'expographie olfactive semble relever d'une nature bien particulière. Elle appelle conséquemment une méthodologie rigoureuse afin d'être préalablement appréhendée, définie puis distinguée en typologies. Ce n'est que successivement que l'inventaire des dispositifs olfactifs anciennement ou actuellement employés et l'analyse complète de certains d'eux – notamment au recours d'une ou plusieurs études de publics – pourront s'effectuer.

La première exposition d'envergure ayant été consacrée aux odeurs s'intitule *The Art of scent 1889-2012*²⁰ et s'est déroulée à New York en 2012- 2013. Le projet consistait à convoquer 15 artistes autour de la restitution olfactive de 20 parfums majeurs parus entre 1889 et 2012. Soit depuis l'avènement de la parfumerie de synthèse – balisé par la création en 1889 du parfum *Jicky* par Aimé Guerlain – jusqu'à la sur-industrialisation de la parfumerie constatée en 2012.²¹ À elle seule, cette rétrospective condensait déjà une diversité importante de dispositifs olfactifs.²²

¹⁴ BELAËN Florence, *L'analyse de l'apparition d'un nouveau genre culturel dans les musées des sciences : les expositions d'immersion*, Colloque bilatérale franco-roumain, Université de Bucarest, Juin – Juillet 2003.

¹⁵ *N°5 Culture Chanel*, Palais de Tokyo, Paris, du 5 Mai au 5 Juin 2013.

¹⁶ *Miss Dior*, Grand Palais, Paris, du 13 au 25 Novembre 2013.

¹⁷ *La Petite robe noire*, Boutique Guerlain, Champs Élysées, Paris, du 6 Février au 15 Avril 2015.

¹⁸ *Anosmie, vivre sans odorat*, Éléonore de Bonneval, *Les rives de la beauté*, Showroom Kenzo, Paris, 17-21 Septembre 2014. Réédition jusqu'au 31 Juillet 2015 à l'ESPGG, Paris.

¹⁹ Salon fondé s'étant fondé en 2009 en marge de la Fashion week par Wouter Wiels, et donnant annuellement l'occasion aux professionnels de la beauté, du parfum et du bien être de se retrouver autour d'ateliers, de conférences et d'animations à Paris.

<http://www.rivesdelabeaute.com>

²⁰ *Art of scent 1889 – 2012*, Musée des Arts et du Design (MAD), New York, Novembre 2012 – Mars 2013.

²¹ « Afin d'illustrer la mutation exponentielle de la parfumerie en industrie, les designers néerlandais Lernert et Sander ont réalisé en 2013 une œuvre intitulée *Everything*²⁵. Cette dernière consiste à mélanger au sein d'un même flacon d'un litre et demi de contenance, tous les parfums qui ont été lancés en 2012. Il faut savoir qu'en 1992, le nombre de

Depuis, la question de la mise en acte olfactive – que sa finalité soit muséale ou événementielle – est devenue centrale à tous projets expographiques à caractère olfactif. Citons à titre d'exemple les *colonnes olfactives* présentes dans les boutiques Frédéric Malle, ainsi que les *brumes parfumées* mises en place par Francis Kurkdjian pour l'exposition universelle de Milan en 2015. Également les œuvres de Sissel Tolaas,²³ Ernesto Neto²⁴ et Carsten Höller et François Roche²⁵ pour l'exposition *Belle Haleine* à Bâle en 2015, la rétrospective *Wildscreens*²⁶ de Julie.C Fortier à galerie Florence Loewy à Paris en 2014 ainsi que l'œuvre *Smell me* de l'artiste grecque Martynka Wawrzyniak présentée à New York en 2012.

Parallèlement, les dispositifs olfactifs peuvent également obéir à un objectif de médiation – autonome ou humaine – auprès des publics. C'est notamment le cas de la table multi-sensorielle du Musée des Beaux Arts et de l'Archéologie de Valence,²⁷ pour laquelle un parfum synesthésique des natures mortes de Paolo Porpora fut commandé au parfumeur et chromaticien Didier Michel.²⁸ Les ateliers olfactifs dispensés par le parfumeur Olivier Kummer au Musée Royal de Mariemont et en complément des expositions *L'Ombilic du rêve* et *L'épave de Cirebon* pourraient par ailleurs illustrer un cas de médiation humaine ayant recours à des dispositifs olfactifs.

DÉFINITION DU PROBLÈME DE RECHERCHE

La principale problématique de la présente recherche tient à solutionner la mise en acte de perceptions olfactives par l'usage de divers dispositifs à finalités expographiques ou de médiation. Elle ambitionne également l'analyse et l'évaluation des dits dispositifs en vue d'une classification des techniques de restitution olfactives en fonction de leurs caractéristiques et de

lancements mondiaux ne dépassait pas les 100 parfums. En 2002, le chiffre était encore inférieur à 500. Mais en 2012, ce n'est pas moins de 1330 parfums qui ont été lancés à travers le monde.», Patrimoine olfactif : un effet placebo à l'appréhension de la perte, p. 17.

²² Annexes 1, 2, 3.

²³ TOLAAS Sissel, *FEAR*, 1/8, 2009, Exposition Belle haleine – L'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, du 11 Février au 17 Mai 2015. The FEAR of smell – The smell of FEAR, de 2006 à aujourd'hui, Parfum à dimension variable. Annexe 5.

²⁴ NETO Ernesto, *Mentre niente accade / While nothing happens*, 2008, Exposition Belle haleine – L'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, du 11 Février au 17 Mai 2015. Elasthanne, bois, épices, sable, 1500 x 600 x 400 cm. Annexe 11.

²⁵ HÖLLER Carsten & ROCHE François, *Hypothèse de grue*, 2013, Exposition Belle haleine – L'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, du 11 Février au 17 Mai 2015. Structure métallique, tissu, époxy, polystyrène, résine, PVC, mousse, machine à brouillard, timer et substances variées. 500 x 260 x 230 cm. Annexe 10.

²⁶ Wildscreens, Julie.C Fortier, *Wildscreens*, Florence Loewy gallery, Paris, Avril – Juin 2014. Annexe 6.

²⁷ <http://www.museeavalence.fr/fr/expliciter/outils-de-mediation>

²⁸ <http://www.didiermichel-chromaticien.com/index.php?id=parfum>

leur coût. À terme, son aboutissement permettrait aux événements culturels prochainement appelés à diversifier la sensorialité de leurs prestations, de bénéficier d'un guide des dispositifs olfactifs. Une problématique indicative pourrait conséquemment être :

« Au regard de l'avènement culturel olfactif occidental,²⁹ quelles spécificités et polyvalences permettraient aux dispositifs expographiques d'ouvrir la voie à une multi-sensorialité interculturelle ? »

Il s'agira d'inventorier et analyser les dispositifs olfactifs existants, puis d'agencer leurs caractéristiques en fonction des typologies de médiations propres à chaque culture. Ceci afin que la sensorialité olfactive puisse intégrer tout type d'événements culturels de par le monde.

PISTES DE RECHERCHE

La présente recherche devra avant toute chose s'atteler à la compréhension scientifique du phénomène de perception olfactive. Roland Salesse – ancien directeur du laboratoire de neurobiologie de l'olfaction de l'INRA – et Didier Trotier – spécialiste des mécanismes biophysiques déclenchés par les molécules odorantes au CNRS – en ont notamment approfondi les temps physiologique et neuronal dans les actes du colloque *L'art olfactif contemporain*.³⁰ D'autres auteurs tels que André Holley – ancien directeur du laboratoire de recherches sur l'olfaction de l'université Claude Bernard de Lyon, du programme « Cognisciences » du groupement de recherche « Cosmétiques et Parfums » au CNRS et auteur de *L'Éloge de l'odorat*³¹ – et Joël Candau – spécialiste de l'anthropologie cognitive, sensorielle et auteur de *Mémoire et expériences olfactives. Anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*³² – nous permettront d'atteindre à une connaissance scientifique du phénomène olfactif suffisante à l'étude des dispositifs supposés le provoquer.

²⁹ CASTEL Mathilde, *Patrimoine olfactif: un effet placebo à l'appréhension de la perte*, dir. François Mairesse, Muséologie & Nouveaux médias, Sorbonne Nouvelle – Paris III, 2014 – 2015, Chapitre préliminaire, L'avènement olfactif, pp. 11 – 38.

³⁰ SALESSE Roland, « Les conditions neuroscientifiques de l'Art olfactif » *L'Art olfactif contemporain*, Editions Classiques Garnier, Paris, 2015.

TROTIER Didier, « Jugement esthétique olfactif et neurosciences ? » *Ibid.*

³¹ HOLLEY André, *Éloge de l'odorat*, éd. Odile Jacob, 1999.

³² CANDAU Joël, *Mémoire et expériences olfactives. Anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, éd. PUF, Paris, 2000.

Le projet de recherche s'attèlera successivement aux réflexions et techniques de l'odorisation. Pourront de nouveau être convoqués à cette fin les références de Roland Salesse – notamment avec une intervention sur les *Techniques d'odorisation dans les arts vivants* – mais également celles de Jacqueline Blanc-Mouchet – conceptrice d'odoramas, créatrice de l'agence *Transens*³³ et auteur de l'ouvrage *Odeurs. L'Essence d'un sens*.³⁴

L'odorisation pourra également soulever une réflexion sur les notions de contour et de spatialité de l'odeur évoquées par la philosophe Yoko Iwasaki – auteur des articles « *Le parfum et le signe : à propos du Genji-kô-no-zu* »,³⁵ et « *Sur la reconnaissance de l'espace et des choses non visibles dans l'art olfactif*. »³⁶ Ces notions font notamment écho au discours de la spatialité reconnu par Davallon comme étant constitutif de la parole expographique.³⁷

L'approfondissement des notions de centralisation et de décentrement – également convoquées par Iwasaki concernant *The Perfume art project* – nous permettrons successivement de légitimer le prisme mondial sous lequel nous souhaitons ancrer la présente recherche. L'échange de création artistique *Perfume art project*³⁸ organisé en 2014 – et en vue d'une exposition ayant eu lieu du 7 Mars au 10 Mai 2015 au Festival d'art contemporain Parasophia à Kyôto – réunissait les étudiants français des Beaux arts de Paris et ceux japonais des Beaux Arts de Saga autour de la création olfactive. Durant ces deux semaines d'échange, de multiples divergences ont été constatées quant aux modes culturels d'appréhension et de traitement de la dimension olfactive. Les étudiants français avaient tendance à employer des odeurs figuratives – notamment des effluves liés à la cuisine – et à les placer au centre de leurs œuvres, tandis que les étudiants japonais préféraient travailler sur des odeurs abstraites – phéromones – et de façon décentrée, de sorte à ce que l'attention du spectateur se focalise sur l'absence d'odeur plutôt que sur l'odeur elle-même.³⁹

L'influence culturelle pouvant considérablement influencer les modes de perception sensible, il nous est apparu plus exhaustif de couvrir l'ensemble des dispositifs olfactifs proposés dans le monde, plutôt que de restreindre notre étude aux seules propositions européennes. Également en vue d'une plus grande exhaustivité, nous n'opérerons que peu de distinctions entre les dispositifs expographiques à caractère artistique et ceux à finalité plus largement muséale. Les uns les autres s'influençant de manière systématique.

³³ Agence de communication olfactive. Service de « mise en scène » des odeurs et parfums à l'aide de véritables « outils scénographiques. » <http://transens.perso.sfr.fr>

³⁴ BLANC-MOUCHET Jacqueline, *Odeurs. L'Essence d'un sens*, éd. Autrement, 1987.

³⁵ <http://perfumeartproject.com/wp-content/uploads/2015/02/8bd2cad03b53b2d9db2ee4059337236a.pdf>

³⁶ <http://perfumeartproject.com/wp-content/uploads/2015/02/c940306871e560f67738c2d09d895e8a.pdf>

³⁷ DAVALLON Jean, *Le musée est-il vraiment un média ?* Publics et Musées, N°2, 1992, p. 108.

³⁸ <http://perfumeartproject.com>

³⁹ Verbatim, Table ronde « *Esthétique de l'Art olfactif* », Maison de la culture du Japon à Paris, 9 Mai 2015, 39.50.

ÉTAPES DU PROJET DE THÈSE

La première année doctorale sera consacrée à la collecte générale d'informations attenant à notre sujet d'étude. Lecture d'ouvrages et d'articles portant sur la perception et la restitution olfactive, recherches sur l'ensemble des dispositifs olfactifs anciennement et actuellement employés en contextes muséal, évènementiel et artistique, visites d'exposition et observations de performances olfactives pouvant alimenter notre réflexion, entretiens avec des muséographes, des commissaires d'expositions, artistes, chercheurs et parfumeurs en vue de nourrir notre sujet. Cette année aura pour objectif d'établir un panorama approximatif des expositions, événements et œuvres dotés d'un aspect olfactif, et ce de part le monde. Un panorama des dispositifs employés sera parallèlement établi en vue d'une mise en regard avec le précédent, devant aboutir à une première classification paradigmatique et technique des dispositifs olfactifs.

La seconde année visera à isoler un échantillon restreint de dispositifs afin d'en approfondir l'étude. À cette fin et en accord avec les lieux expographiques où se situeront les appareils, nous souhaiterions effectuer une ou plusieurs études de public quant à l'appréhension et l'interaction des visiteurs avec le diffuseur. Pour cela, la première moitié de l'année sera consacrée à l'élaboration du protocole ainsi que des supports d'enquêtes qualitatives et quantitatives, la sélection des lieux susceptibles de les accueillir et l'obtention de leurs accords respectifs, ainsi que la constitution d'une équipe de terrain mobilisée pour réaliser observations et entretiens. La seconde moitié de l'année sera consacrée à la réalisation des diverses enquêtes de public sur le ou les lieux culturels sélectionnés, le traitement et l'archivage progressif des éléments recueillis sur la présence des dispositifs olfactifs, leur accessibilité, leur potentiel odorant ainsi que le type de perception sensorielle favorisée.

La troisième et dernière année consistera à la mise en commun des données amassées afin de réaliser le panorama mondial définitif des expositions, événements et œuvres olfactives, ainsi que celui des dispositifs employés. Sera parallèlement établie – relativement aux enquêtes de publics réalisées – une classification de l'ensemble de ces outils en fonction du type de perception proposé, de son accessibilité au public – et à quelles typologies de public spécifiques – et de la diversité de ses coûts (achat, location, entretien, recharge, alimentation ect.) Nous nous attèlerons enfin à la rédaction définitive de la thèse.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

AMBROSE Timothy, PAINE Crispin, *Museum basics*, Editions Routledge, Royaume-Uni, 2012.

BADULESCU Cristina, *Médiation muséale et dispositifs de préfiguration du sens, nouvelle approche expographique du Musée International de la Parfumerie (Grasse)*, Thèse Université de Bourgogne, Dijon, 2010.

BARTHES Roland, *Œuvres complètes, Tomes I, II, III, IV, V*, Editions Seuil, Paris, 2002.

BELAEN Florence, *La Muséographie d'immersion dans les musées des sciences : nouvel instrument de médiation ou outil marketing ?* Culture et Musées, Du musée au parc d'attraction, n°5, dir. Serge Chaumier, 2005.

BLANC-MOUCHET Jacqueline, *Odeurs. L'Essence d'un sens*, éd. Autrement, Paris, 1987.

BOILLOT Francine, GRASSE Marie-Christine, HOLLEY André, *Olfaction et patrimoine : quelle transmission ?* éd. Edisud, Saint-Rémy-de-Provence, 2004.

BOURDIEU Pierre, *La distinction : critique sociale du jugement*, Editions de Minuit, Paris, 1979.

CANDAU Joël, *Mémoire et expériences olfactives. Anthropologie d'un savoir-faire sensoriel*, éd. PUF, Paris, 2000.

CHAUMIER Serges, *Traité d'expologie : Les écritures de l'exposition*, éd. La documentation française, Paris, 2013.

COBBI Jane, DULAU Robert, *Sentir : Pour une anthropologie des odeurs*, éd. L'Harmattan, Paris, 2004.

CORBIN Alain, *Le miasme et la jonquille : l'odorat et l'imaginaire social, XVIIIe et XXe siècles*, éd. Aubier Montaigne, Paris, 1982.

DAUCE Bruno, *La diffusion des senteurs d'ambiance dans un lieu commercial. Intérêt et test des effets sur le comportement*, dir. Joël Jallais, thèse soutenue à l'université de Rennes, 27 Janvier 2000.

DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? » *Publics et Musées* 1992, pp. 99-123.

DAVALLON Jean, « Que transmettre ? », *Comment se fabrique le patrimoine ? Sciences humaines*, N°Hors série 2002.

DESVALLEES André, MAIRESSE François, *Dictionnaire Encyclopédique de Muséologie*, éd. Armand Colin, Article Patrimoine, Paris, 2011.

DIDI-HUBERMAN Georges, *Ce que nous voyons, ce qui nous regarde*, Editions de Minuit, Paris, 1992.

FALK John H, DIERKING, Lynn D, *Museum Experience*, Editions Howells House, 1992.

GOB André, DROUGUET Noémie, *La Muséologie: Histoire, développements, enjeux culturels*, éd. Armand Colin, Paris, 2010.

GUERER LE Annick, *Sur les routes de l'encens*, éd. Garde temps, Forcalquier, 2001.

HOLLEY André, *Éloge de l'odorat*, éd. Odile Jacob, Paris, 1999.

HUGHES Philip, *Scénographie d'exposition*, Editions Eyrolles, Paris, 2010.

JAQUET Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Editions PUF, Paris, 2010.

JAQUET Chantal, Collectif, *L'art olfactif contemporain*, Editions Classiques Garnier, Paris, 2015.

LAMOTTE Sophie, *Musée et olfaction : le pouvoir des odeurs et ses limites*, dir. Claire Merleau Ponty, Mémoire de stage, École du Louvre, Paris, 2012.

LEVENT Nina, *The Multisensory Museum : Cross-Disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space*, éd. Altamira Press US, 2014.

MAIRESSE François, *Le musée, temple spectaculaire. Une histoire du projet muséal*, éd. Presses Universitaires de Lille, 2003.

MERLEAU-PONTY Claire, *L'exposition, Théorie et pratique*, Editions L'Harmattan, Paris, 2006.

SALESSE Roland, GERVAIS Rémi, *Odorat et goût : De la neurobiologie des sens chimiques aux applications*, éd. Quae, Versailles, 2012.

SALESSE Roland, « Les conditions neuroscientifiques de l'Art olfactif » *L'Art olfactif contemporain*, Editions Classiques Garnier, Paris, 2015.

TONELLI Amandine, *Effluve de communication, Le rôle de l'odeur dans la communication interpersonnelle : vers une modélisation de la communication olfactive*, dir. Didier Courbet, Uli Windisch, thèse soutenue à l'Université de Genève, 5 Juillet 2011.

TRAN BA HUY Patrice, « *Odorat et histoire sociale* », Communication et langages, N°126, 2000.

TROTIER Didier, « Jugement esthétique olfactif et neurosciences ? » *L'Art olfactif contemporain*, Editions Classiques Garnier, Paris, 2015.

ANNEXES



1. Dispositif olfactif, architectes Diller Scofidio et Renfro, exposition *Art of scent 1889 – 2012*, Musée des Arts et Design (MAD) de New York, Novembre 2012 – Mars 2013.



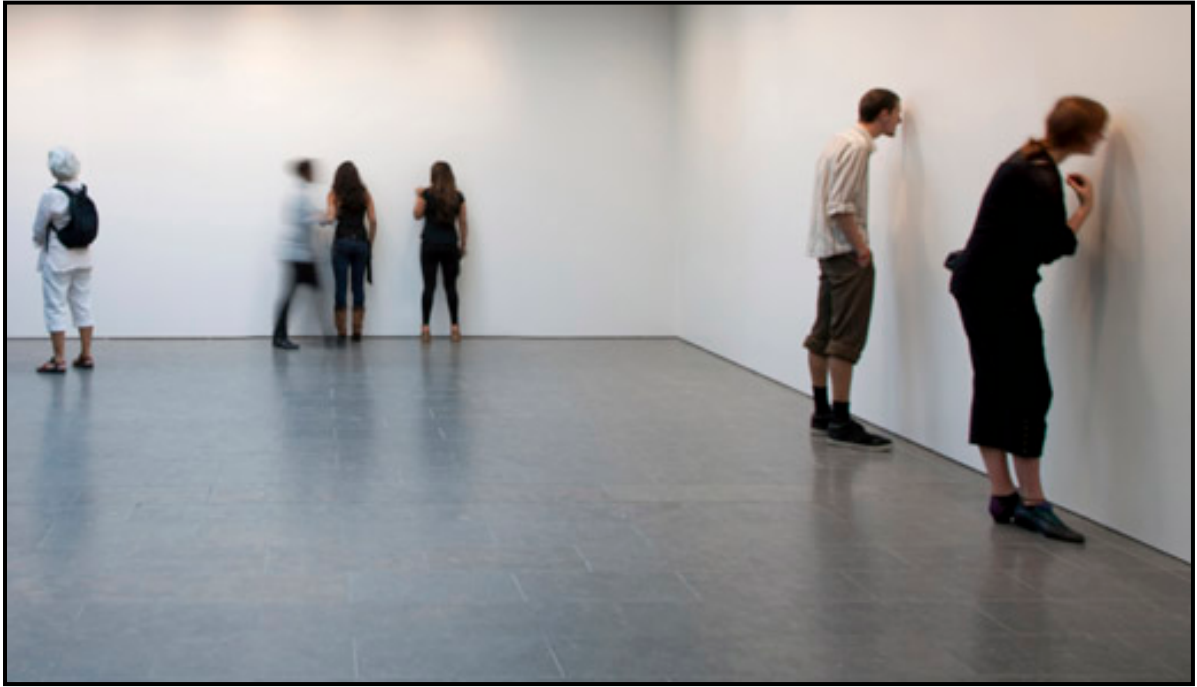
2. Distributeur de cartes olfactives, Diller Scofidio, Renfro, *Art of scent 1889 – 2012*, Musée des Arts et du Design (MAD) New York, Novembre 2012 – Mars 2013.



3. Dispositif olfactif, Cano Estudio, *Art of scent 1889 – 2012*,
Musée des Arts et du Design (MAD) New York, Novembre 2012 – Mars 2013.



4. Olfactory Labyrinth, Maki Ueda, Workshop « *Search a place like a dog* », Tokyo, 11 Septembre 2013.



5. FEAR 1/8, Sissel Tolaas, Louisiana, 2009.
Réédition, *Belle Haleine : l'odeur de l'art*, Museum Tinguely, Bâle, Suisse, 11 Février – 17 Mai 2015.

6. Wildscreen n°1 – L'érable rouge,
Julie.C Fortier, *Wildsreens*, Florence
Loewy gallery, Paris, Avril – Juin 2014.





7. Five shades of Berlin, Christophe Laudamiel, *Reconstruction*, Mianki gallery, Berlin, 2015.



8. De gauche à droite : Feathers and Fur #10 et Real or not Real #3, Christophe Laudamiel, *Reconstruction*, Mianki gallery, Berlin, 2015.



9. Cabines olfactives, Boutique des Éditions de parfum Frédéric Malle, 21 rue du Mont Thabor, Paris.



10. HÖLLER Carsten & ROCHE François, *Hypothèse de grue*, 2013,
Exposition Belle haleine – L'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, du 11 Février au 17 Mai 2015.
Structure métallique, tissu, époxy, polystyrène, résine, PVC, mousse, machine à brouillard, timer et substances variées.
500 x 260 x 230 cm.



11. NETO Ernesto, *Mentre niente accade / While nothing happens*, 2008, Exposition Belle haleine – L'odeur de l'art, Musée Tinguely, Bâle, du 11 Février au 17 Mai 2015. Elasthanne, bois, épices, sable, 1500 x 600 x 400 cm

