

OLFACTIQUE MUSÉALE : DE L'ESPACE EXPOGRAPHIQUE AU CADRE DE L'ŒUVRE

CONVERSION OLFACTIVE : LE CONTEXTE MUSÉAL

Dans son *Anthropologie du point de vue pragmatique* Kant écrit que, parce qu'elle enveloppe le plus grand domaine de la perception, que son organe est le moins affecté par les émotions, et qu'elle s'approche le plus d'une intuition pure dans la représentation immédiate d'un objet donné, la vue est le plus noble de tous les sens (Kant, 1788). Depuis toujours, la pétrification et le contrôle de l'œil font battre le cœur de la culture occidentale, l'animent, la soumettent et se transmettent à ses descendants. Parmi eux, le musée. Pascal Lardellier écrit qu'en tant que projet culturel et cultuel, le musée s'est davantage construit sur la base du regard que sur celle de la mémoire, et qu'il est un royaume où, « vecteur de tous les plaisirs, source de l'expérience muséographique et du mystère artistique même », le regard règnera toujours (Lardellier, 1999, p. 17–22). Le musée fut longtemps un lieu de délectation réservé à une élite, trouvant la justification de son existence dans le plaisir des yeux (Miguet, 1998, p. 177). Au XXI^e siècle, de nombreuses institutions accentuent encore le dictat de l'œil : la visite d'une exposition ne devant plus uniquement se contenter de ravir les yeux, elle doit également être « instagrammable ». Le regard est donc toujours roi, et le musée se contorsionne et se travestit pour lui offrir un contenu toujours plus spectaculaire, partageable et « likeable ». Pourtant depuis la fin du XIX^e siècle, un médium autrement singulier semble se frayer un chemin dans les couloirs des institutions culturelles. Son nom ? L'odeur.

François Mairesse propose la notion de « madeleines muséales » pour évoquer les qualia de l'odeur de musée qui, dans l'imaginaire commun, emprunterait aux effluves relevant de la poussière, du formol et de la cire (Castel *et al*, 2018). Loin du concept de « signature olfactive », les musées émettent en effet et ce de par le monde, des odeurs qui leur sont propres. Elles proviennent principalement des matériaux ayant servi à construire et meubler l'établissement, ainsi que des collections entreposées. La saillance de ces odorants varie en fonction de la chaleur, de l'ancienneté du bâtiment, et de la conservation-restauration des œuvres, mais n'a jusqu'à présent fait l'objet que de peu de recherches. À ces odeurs intrinsèques ont finalement été préférées des fragrances « ajoutées » au musée en des contextes plus ou moins heureux. En France, l'addition d'effluves étrangères au corps des institutions culturelles remonte à la fin du

XVIIIe siècle soit, le passage du musée de la sphère privée à la sphère publique. Ce dernier n'est alors plus le lieu de jouissance d'une élite restreinte car il accueille désormais des foules de visiteurs, chacun d'eux étant – on l'oublie souvent – parfumé selon son bon plaisir. Bruno Daucé et Sophie Rieunier écrivent que « la foule n'a pas le même statut que les autres variables d'atmosphère dans la mesure où elle excite tous les sens à la fois : elle produit des sons, des odeurs, des couleurs et des sensations tactiles » (Daucé, Rieunier, 2002, p. 47). Si le paramètre olfactif ne fut jusqu'à présent pas la focale privilégiée dans les études d'affluence, la pluralité des parfums diffusés par les visiteurs au cours de leur cheminement, cette chimère odorante quotidiennement renouvelée sans être jamais deux fois la même, peut constituer l'origine de l'odeur ajoutée au musée. Aux parfums succèdent les parfumeurs qui dès 1851 et jusqu'en 1900, ont profité du rayonnement des expositions universelles pour faire valoir la parfumerie indépendamment des classes relatives aux produits chimiques, pharmaceutiques et de savonnerie (Lheureux, 2016). À partir de 1980, le musée souhaite s'adresser à un public plus large, notamment aux personnes handicapées. Cette dynamique impulse et anime encore aujourd'hui les essais d'une médiation dite « odorante » (Miguet, 1998, p. 178). Le marketing olfactif fait quant à lui son entrée dans les institutions culturelles aux alentours de 1990. Les années 2000 assistent enfin à l'émergence d'un mouvement artistique centré sur l'expérimentation matérielle et discursive de l'odeur. Invisible, intangible, envahissant, obsolète et parfois insidieux, ce dernier parvient bien moins facilement que les autres à trouver sa place au musée. Mais s'agit-il pour autant d'une romance impossible ?

TECHNICITÉ EXPOGRAPHIQUE : LA DONNE D'UN ART ODORANT

En 1884, Joris-Karl Huysmans écrit qu'il n'est « pas plus anormal qu'un art existât en dégageant d'odorants fluides, que d'autres en détachant des ondes sonores, ou en frappant de rayons diversement colorés la rétine d'un œil » (Huysmans, 1884). Dans *L'art olfactif contemporain*, Chantal Jaquet distingue deux typologies de manifestations odorantes pouvant concourir à l'émergence d'un art olfactif : les monosensorielles et les polysensorielles. Les premières consistent à « parier sur le nez pur et à créer des œuvres qui n'ont pas besoin d'autres supports que ce qui est odorant pour être appréhendées », les secondes, à « intégrer ponctuellement des parfums et des odeurs dans des œuvres d'art fondées sur la synesthésie » (Jaquet, 2015, p.11). Les œuvres polysensorielles permettent à l'odeur d'interagir avec d'autres modalités perceptives. Elles peuvent par conséquent être identifiées dans un contexte

expographique puis être appréhendées par les visiteurs via la globalité de l'univers sensoriel qu'elles actionnent. Les œuvres monosensorielles telles *N°5 sur Shalimar* de Bertrand Lavier¹, de par leur invisibilité, sont donc a priori celles qui posent le plus de difficultés lorsqu'il s'agit de convoiter l'enceinte muséale. Hans-Ulrich Obrist écrit pourtant que « l'art est ce qui étend la définition » et que chaque exposition se doit d'« inventer de nouvelles règles du jeu » (Obrist, 2015).

Lorsqu'ils considèrent que l'art olfactif relève de l'immatériel, et que sa théorie ne pourrait par conséquent qu'emprunter aux philosophies de l'abstrait et du conceptuel, les critiques commettent une erreur. Car bien qu'intangible, la matérialité moléculaire d'œuvres telles que *Petrichor* de Julie.C Fortier², préhensible par la saillance des odorants et leur propension à se propager, demeure indéniable. Repris par Mario Merz dans l'œuvre *Igloo* en 1968, le général vietnamien Giap affirmait : « Si l'ennemi se concentre, il perd du terrain. S'il se disperse, il perd de la force ». Cette perspective est une introduction appropriée à la problématique scénographique du médium olfactif et pourrait être complétée d'un bref compte rendu de l'exposition *Belle haleine : l'odeur de l'art*.

Organisée en 2015 au musée Tinguely de Bâle par la commissaire Annja Müller-Alsbach, *Belle haleine* est le premier opus d'une série de cinq expositions consacrées au thème des cinq sens. Les œuvres d'une quarantaine d'artistes y étaient entreposées sur 1200m² de white cube, avec un aménagement spécifique pour les œuvres odorantes. Les moins diffusives étaient présentées sous vitrine, certaines étant équipées d'un cylindre se terminant en passoire pour permettre au visiteur d'humer les œuvres, les plus imposantes étaient isolées dans des pièces closes. Ce choix scénographique espérait sans doute minimiser le risque de contagion des œuvres odorantes

¹ Conçue, dans l'héritage pionnier de Marcel Duchamp, cette œuvre réalisée en 1987 consiste en la simple pulvérisation de deux parfums connus dans une même salle.

² Conçue dans le cadre de la résidence « L'espace public sous l'emprise de la mobilité » en 2013, il s'agit de la première œuvre olfactive de l'artiste. C'est un parfum composé à base de géosmine, une molécule extrêmement puissante. « Le parfum se passe donc de dispositif de diffusion, il est perceptible sans même ouvrir le flacon. Pendant toute la durée de l'exposition j'ai porté ce parfum et l'ai diffusé dans l'espace public. Ce qui m'a valu l'inimitié de certains de mes collègues. Au-delà du fait de l'apprécier ou non, porter cette odeur suscitait beaucoup de contraintes. Notamment celle de l'hyper-présence dans l'espace public. Lorsqu'elle a été exposée au château d'Oiron dans le cadre de l'exposition *Architectures de paysage*, une vaporisation sur la carte à parfum suffisait à envahir tout le rez-de-chaussée du château. »

entre elles. À son retour de Suisse, la journaliste et experte du parfum Denyse Beaulieu écrit pourtant : « Quand j'ai mis le nez dans Belle haleine, trois jours avant le décrochage, l'expo courait déjà depuis trois mois. Ce sont donc les problèmes techniques qui m'ont frappée d'abord. Les odeurs fuient. Elles se mêlent et se contaminent » (Beaulieu, 2015). Elle déplore également qu'il ne soit pas possible de sentir l'intégralité des œuvres supposées être odorantes : « D'autres œuvres sont censées sentir, mais comme elles sont présentées en vitrine et/ou scellées, il ne reste plus qu'à croire l'artiste sur parole » et que la maintenance des dispositifs ne soit pas régulièrement assurée pour garantir une qualité perceptive optimale: « les mouillettes étant sans doute imprégnées depuis un certain temps, plutôt que les senteurs intimes de l'artiste, il n'en émane qu'un vague effluve métallique », « au bout de trois mois, forcément, ces onze sueurs froides se sont amalgamées pour ne former qu'un immense remugle de frousse... la panique collective ayant apparemment l'odeur d'un accident dans un labo de parfum [...] En fin de compte, cette œuvre censée sentir la peur évoquerait plutôt la cuisine. »

Ce que nous rappelle *Belle haleine*, c'est que contrairement aux dispositifs expographiques olfactifs, les œuvres d'art à caractère odoriférant ne sont pas développées sur-mesure pour les lieux qui les accueillent. Pourtant, afin d'être optimale, la diffusion olfactive nécessite d'être conçue ad hoc. Dès lors, si les œuvres ne peuvent adapter leurs modalités diffusives aux lieux dans lesquels elles s'exposent, est-il envisageable d'optimiser l'espace des institutions culturelles pour leur permettre d'accueillir des pièces d'art olfactif ?

DIAGNOSTIC OLFACTIQUE AU MUSÉE

C'est à l'occasion d'une thèse portant sur les ambiances olfactives dans l'espace construit que Suzel Balez propose la notion d'olfactique. « Comme l'acoustique désigne la qualité d'un lieu du point de vue de la propagation du son, l'olfactique pourrait être son équivalent pour l'odeur. Elle tendrait à travailler sur les interactions entre les sources d'odeur et les dispositifs techniques influents sur leur propagation dans un bâtiment » (Balez, 2013, p 277). Un diagnostic olfactique du musée réalisé en amont d'une exposition d'œuvres odorantes permettrait d'en cartographier les espaces en fonction des paramètres influents sur la propagation des effluves à savoir, les flux d'air (système de ventilation, fuite au niveau des fenêtres et des portes, appel d'air via les cages d'escalier, sens anticipé du mouvement des visiteurs) la chaleur ainsi que les odeurs déjà présentes dans l'établissement. En faisant

coïncider le potentiel de diffusion des œuvres odorantes avec le potentiel de propagation des espaces d'accueil, le curateur pourrait ainsi optimiser l'effectivité d'une exposition d'art olfactif dans l'enceinte muséale. Afin de valider cette hypothèse, j'ai appliqué le protocole de diagnostic olfactique conçu par Suzel Balez au musée de la chasse et de la nature en juillet 2018.

Hormis le fait qu'elle se soit déjà essayée à l'accueil d'un parcours olfactif³, le choix de cette institution se justifie en ce que de l'annexion successive des deux hôtels particuliers qui la composent découle une particularité tout à fait singulière en termes de propagation d'effluves. Fondée par François et Jacqueline Sommer, la Fondation de la maison de la chasse et de la nature s'engage en 1964 à restaurer l'hôtel Guénégaud, menacé de destruction pour cause d'insalubrité publique en 1959, puis classé monument historique et racheté par la ville de Paris en 1962, contre un droit de location d'une durée de 99 ans. En 2002, la fondation devient propriétaire du bâtiment adjacent, l'hôtel Mongelas, et entreprend d'importants travaux d'extension des espaces d'exposition, lesquels ne s'ouvrent au public qu'à partir de 2007. Le musée de la chasse et de la nature occupe désormais le rez-de-chaussée, le premier et le deuxième étage de l'hôtel Mongelas ainsi qu'une partie du premier étage de l'hôtel Guénégaud⁴. Sa particularité consiste en ce que, propriétaire de l'hôtel Mongelas et locataire de l'hôtel Guénégaud, la fondation n'a pu faire climatiser que 60% de l'établissement avant la réouverture de 2007. Singularité : lorsqu'au premier étage du musée l'on gravit la poignée de marches qui séparent la *Salle du sanglier* de la *Salle d'armes*⁵, l'absence de climatisation bouleverse totalement les paramètres influents sur la propagation d'éventuels odorants. Le diagnostic olfactique fut donc réalisé en plusieurs étapes : le repérage des bouches de ventilation et de récupération d'air, le passage d'un détecteur thermique dans les différentes salles du musée ainsi que l'annotation d'éventuelles odeurs présentes dans le parcours d'exposition. Un total de sept centrales de traitement d'air se disperse dans l'ensemble des bâtiments : les deux premières desservent l'*Auditorium* et la *Salle événementielle* situés au sous-sol, les deux suivantes sont reliées à la *Salle Avifaune* et la *Salle Cerf et Loup* qui se trouvent au premier étage, la cinquième est rattachée à la *Salle exposition temporaire* du rez-de-

³ Un parcours olfactif baptisé *Sentiment de la licorne* fut proposé du 16 au 28 mai 2017 dans certains espaces du musée par la maison Cire Trudon. Les fragrances étaient composées par la société Takasago et la diffusion olfactive était assurée par la société Scentys.

⁴ Voir Fig. 1. 2. 3.

⁵ Voir Fig. 2.

chaussée, les deux dernières desservent la « salle air neuf » et la « salle documentation », localisées au deuxième étage et correspondant à la *Salle Animal contemporain* ainsi qu'à la réserve où est entreposée une partie des œuvres. Comme dans la plupart des systèmes de traitement d'air, les bouches de ventilation⁶ sont situées en hauteur tandis que celles de récupération d'air⁷ se trouvent près du sol. Un logiciel permet enfin de définir la température à laquelle est ajusté l'air aspiré avant d'être réintroduit dans la salle. Ce système permet d'assurer une homogénéité des températures dans les locaux de Mongelas : au mois de juillet, le passage du détecteur thermique y indique une température de 27° qui se maintient aussi bien au centre de la pièce qu'au niveau des murs et ce, malgré un important nombre de fenêtres dont l'ancienneté laissait présager des irrégularités d'isolation. Mais dès mon entrée dans la *Salle d'armes* le détecteur thermique transite vers une température de 38°, pouvant monter jusqu'à 40° près des fenêtres, et s'accompagnant d'une saillante odeur de bois vernis⁸. Bien que l'endroit regorge de tapisseries et d'animaux empaillés desquels auraient pu émaner quelques remugles, aucune autre odeur n'est à signaler dans le reste du parcours.

Un premier pronostic olfactique du musée pourrait par conséquent préconiser la non-exposition d'œuvres odorantes dans les espaces de l'hôtel Guénégaud soit : la *Salle d'armes*, le *Salon bleu*, le *Salon de compagnie* et l'*Antichambre*, dans lesquels les odeurs auraient tendance à macérer en se mélangeant. Pourrait y être préféré un positionnement des œuvres olfactives près des bouches de ventilation qui diffuseront les auras odorantes sans les essouffler, et à distance raisonnable des bouches de récupération d'air afin que les odorants ne soient pas successivement réinjectés dans la pièce par la climatisation. Les œuvres ne devraient pas avoisiner les lieux de transition entre deux salles ni se trouver à proximité immédiate les unes des autres afin de minimiser les risques de contamination. Dans le cas du musée de la chasse et de la nature, de telles préconisations ne permettraient d'exposer qu'une demi-dizaine d'œuvres. Si par ailleurs, les appels d'air causés par les cages d'escaliers et le double sens de visite possible au premier étage étaient pris en compte, le quota se verrait sans doute réduit à trois pièces, puis à deux jusqu'à consacrer les œuvres olfactives aux seuls espaces d'expositions temporaires.

⁶ Voir rectangles bleus sur Fig. 1. 2. 3.

⁷ Voir rectangles verts sur Fig. 1. 2. 3.

⁸ Au sein de sa thèse, Suzel Balez expose la manière dont la perception d'un certain niveau de chaleur peut accentuer celle d'un odorant.

Le diagnostic olfactique appliqué au musée présente donc plusieurs limites. La première consiste en ce que les œuvres odorantes seraient condamnées aux espaces reconnus comme étant les plus adaptés à leur accueil. La seconde touche au caractère hypertélique de la démarche. Pour Xavier Guchet, « un objet est hypertélique lorsqu'il est suradapté à un contexte technique donné, et incapable de continuer de fonctionner si le système se trouve un tant soit peu modifié » (Guchet, 1989, p 23). Par définition, un diagnostic olfactique est donc hypertélique. Dans le cadre du musée de la chasse et de la nature, beaucoup de variables empêchent l'établissement d'un pronostic fiable et menacent constamment d'en rendre les prémices obsolètes. Lors de mon investigation en juillet 2018, le responsable des bâtiments m'a notamment informée qu'un dossier de demande était en cours d'instruction afin de permettre à la fondation d'engager des travaux dans les locaux de Guénégaud, d'y étendre le système de traitement d'air et d'actualiser l'ensemble de la vitrerie. Ainsi, les premières données fournies par l'application du protocole de diagnostic olfactique de Suzel Balez au musée de la chasse et de la nature ne seront sans doute plus valables d'ici la fin des travaux d'aménagement estimée à l'automne 2020. L'olfactique pourrait donc, a priori, ne constituer qu'un outil approximatif à l'anticipation d'une exposition odorante. Puisque l'œuvre olfactive et le lieu d'exposition se révèlent incapables de s'adapter l'un à l'autre, ne devrait-on pas envisager la conception d'un dispositif intermédiaire simultanément capable d'imperméabiliser olfactivement l'espace d'accueil tout en pérennisant le potentiel diffusif des œuvres ?

RECADRER LES ŒUVRES ODORANTES

Au cours d'une intervention de 2015, l'artiste Julie.C Fortier aborde les difficultés relatives à l'insertion d'une œuvre d'art olfactive monosensorielle dans une collection de Fond Régional d'Art Contemporain (FRAC).

« Tandis que je rédigeais le contrat d'acquisition de l'œuvre on me demandait souvent : « Peut-on exposer le flacon sans faire sentir le parfum ? » La réponse était : « non ». Parce que le projet c'est le parfum. Le flacon le contient mais le cœur de l'œuvre c'est le parfum. « Dans ce cas, comment pouvons-nous le conserver ? » Je répondais qu'ils ne le pouvaient pas, qu'il fallait le consommer, parce qu'un parfum s'altère et ne peut demeurer indéfiniment » (Castel *et al*, 2018).

Son témoignage permet d'indexer une autre caractéristique importante des œuvres d'art olfactives : elles sont intrinsèquement consommables. Pour Cécile Dazord, « un consommable constitue une ressource permettant à un système d'être activé, il en est dépendant mais n'est pas inépuisable et doit donc être régulièrement renouvelé » (Dazord, 2013, p 13). Les composés assurant le capital odorant des œuvres d'art olfactives ne permettent en effet qu'une activité temporalisée puisque « pour être perçues, les odeurs doivent être détruites » (Beaulieu, 2015). La tentation est alors grande d'exposer des artefacts odorants sans éprouver leur potentiel sensoriel afin de les prémunir contre le risque d'obsolescence. Xavier Guchet explique que « certaines œuvres d'art comportent des éléments techniques que l'industrie ne produit plus, lorsqu'ils cessent de fonctionner, il est alors impossible de les remplacer pour conserver l'intégrité et la signification de l'œuvre » (Guchet, 2013, p 20). Mais bien que le musée ait pour mission de veiller à la conservation de ses collections, « un dispositif prévu pour fonctionner doit être présenté en fonctionnement » (Dazord, 2013, p 15).

Dans le cas d'une source odorante, l'on peut tenter de palier le risque d'obsolescence en cédant la formule du concentré en même temps que le système qu'il permet d'actionner. « Lorsque je vends une œuvre, je vends aussi la formule. C'est quelque chose que l'acheteur détient sans avoir de droits commerciaux, mais qui peut lui permettre de reproduire le parfum si besoin » (Castel *et al*, 2018). Sur le long terme, cette alternative se heurte néanmoins à la constante évolution de la réglementation IFRA (International Fragrance Association) qui, pour s'assurer de la conformité des produits entrant en contact direct ou indirect avec la peau, interdit régulièrement l'usage de certaines matières premières. Or, si les parfumeurs peuvent adapter la formule d'un parfum en fonction des évolutions de cette réglementation afin de le maintenir sur le marché, cela n'est pas envisageable pour des œuvres olfactives. « Dans le cas de l'œuvre d'art, aucune démarche de remplacement n'est praticable : l'œuvre doit rester exactement la même dans toutes ses parties pour demeurer inchangée quant à son tout. L'indisponibilité d'un élément de l'œuvre affecte par conséquent son sens même, ainsi que le concept subjectif de sa finalité » (Guchet, 2013, p 21). Une seconde possibilité serait alors de constituer un stock de ressources olfactives lors de la création d'une œuvre afin de lui garantir une pérennité relative à l'ampleur de cette réserve. Cette idée comporte toutefois une faiblesse : l'odeur est un médium altérable. Les meilleures conditions de conservation ne permettraient de préserver l'intégrité physique d'un odorant que quelques années. L'obsolescence est donc une fatalité de l'œuvre d'art olfactive qui est temporellement vouée à devenir une relique de sa propre activité, un

mythe, une légende. La fonction du dispositif intermédiaire à concevoir entre l'espace d'exposition et l'œuvre odorante ne relève donc pas tant d'une vaine quête de conservation du capital olfactif de l'artefact, que d'une optimisation de son appréhension, d'une valorisation de sa performance au détriment de son installation, et d'une structuration des récits qui lui survivront.

« Si l'ennemi se concentre, il perd du terrain. S'il se disperse, il perd de la force ». Représentant de l'Arte povera, le travail de Mario Merz s'inscrit dans la dynamique du matérialisme sensoriel et se distingue par la répétition d'un motif structural : l'igloo. Pour l'artiste, un igloo est à la fois un monde et une petite maison. Le critique d'art Jacinto Lageira dit d'ailleurs de son œuvre que l'igloo y incarne la configuration d'une dialectique des contraires, dans laquelle les choses et les événements ne sont jamais déjà donnés, ni tout à fait résolus. De manière plus prosaïque, un igloo est aussi un abri nomade où l'on peut vivre tout en se protégeant de l'extérieur. Un dispositif intermédiaire pourrait donc s'inspirer de ces fonctions et agir comme un igloo réversible, préservant simultanément les œuvres olfactives d'une expansion à perte de leurs odorants dans les espaces du musée, et gardant ces derniers d'une contamination sensorielle par les œuvres, lesquelles ont encore tendance à « puer pour être de l'art » (Beaulieu, 2015).

En prévision d'une exposition au Museum of Modern Art de New York, le conservateur William C. Seitz prend la décision, en 1960, de retirer le cadre de tous les tableaux de Claude Monet afin que les espaces d'exposition assurent eux-mêmes la fonction d'encadrement. Hans-Ulrich Obrist décèle dans la dynamique de ce geste l'émergence du modèle *White cube*, devenu dispositif scénique de référence dans le processus d'exposition de l'art contemporain. C'est donc en retirant l'intermédiaire entre l'œuvre et l'espace d'exposition que la monstration des arts visuels actuels a pu se normaliser car le *White cube*, lieu prétendument atemporel, accueille des œuvres également destinées à le devenir. Il marque ainsi une césure entre le temps quotidien et celui de l'appréhension esthétique, distinguant l'atemporel statique de l'actuel dynamique. Or, une odeur ne peut qu'être le résultat temporalisé d'une dynamique. Permettre l'exposition de son art ne reviendrait-il pas alors à simplement rétablir le cadre des œuvres ?

Au cours de l'édition 2017 de la FIAC, Cartier investit le parvis du Palais de Tokyo et présente son premier Objet Sentant Non Identifié (OSNI) : un nuage parfumé contenu dans un cube de verre. Fruit d'une collaboration entre la société d'ingénierie climatique Transsolar et celle de diffusion olfactive Exhalia, ce nuage était alors au centre de toutes les attentions. La véritable

prouesse résidait pourtant, selon moi, dans la conception sur-mesure d'un habitacle répondant aux besoins vitaux de l'œuvre, ici, le maintien d'une stratification de l'air permettant au nuage de demeurer en suspension, une parfaite hermétisation ainsi qu'une capacité d'inclusion des systèmes de ventilation et d'extraction de l'air, tout en s'adaptant aux contraintes de l'espace d'accueil qui n'étaient pourtant pas des moindres. OSNI.1 était effectivement présenté en extérieur ce qui implique des variations de température, de luminosité, comporte un risque d'intempéries et nécessite de répondre à un certain nombre de normes relevant de la ville de Paris. Malgré l'ensemble de ces contraintes, cette prouesse fut accomplie et le mérite en revient à une société spécialisée dans les décors de théâtre. Ce *Glass cube* est une proposition d'igloo réversible, de cadre nouvellement apposé à une œuvre d'art odorante, un nuage, pour lui permettre de s'exposer en contexte muséal et bien au-delà. Son exemple pourrait par conséquent inspirer la conception de structures inédites, développées sur-mesure pour chaque œuvre olfactive, afin de permettre au mouvement qu'elles incarnent de tracer sa propre voie.

RÉVOLUTION OLFACITIVE DE L'ART CONTEMPORAIN

Auras des œuvres qu'elles encadrent, les structures olfactives sont au cœur de l'émergence des possibles relatifs au déploiement et à l'accomplissement d'un art contemporain odorant. Leurs concepteurs, les *curateurs olfactifs* (Castel, 2017) devraient par conséquent se donner pour vocation principale d'aider les artistes travaillant avec ce médium à réaliser leurs rêves. Pour cela, il leur faut en permanence déployer à leur attention de nouveaux dispositifs techniques permettant à l'odeur de révolutionner l'art contemporain, ses circuits et son marché.

BIBLIOGRAPHIE

BALEZ S, 2013, Ambiances olfactives dans l'espace construit : perception des usagers et dispositifs techniques et architecturaux pour la maîtrise des ambiances olfactives dans des espaces de type tertiaire, thèse soutenue à l'Université de Nantes.

BEAULIEU D, 2015, « Belle Haleine, l'odeur de l'art : retour sur l'exposition du Musée Tinguely à Bâle », <http://graindemusc.blogspot.com>.

BEAULIEU D, 2016, « Conversation avec Nicolas Bourriaud », *Nez, la revue olfactive*, 1.

CASTEL M, 2018, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Nez recherche, Le Contrepoint, Paris.

CASTEL M, 2017, « Le curateur olfactif : facteur d'établissement d'un art contemporain odorant », <http://tomkyns.com>.

CASTEL M, 2018, « L'odeur au musée : des dispositifs à la fréquence respiratoire », *La lettre de l'OCIM*, 179.

DAUCE B, RIEUNIER S, 2002, « Le marketing sensoriel du point de vente », *Recherche et applications en marketing*, 17, 4.

DAZORD C, 2013, « Conserver à l'heure du consommable », *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, 37.

GLICENSTEIN J, 2015, *L'invention du curateur : Mutations dans l'art contemporain*, Presses Universitaires de France, Paris.

GUCHET X, 2013, « Art et technique au prisme du phénomène de l'obsolescence », *TECHNE, Conserver l'art contemporain à l'ère de l'obsolescence technologique*, 37.

HUYSMANS J.K, 1884, *A rebours*, Gallimard, Paris.

JACQUET C, 2015, *L'Art olfactif contemporain*, Classiques Garnier, Paris.

JAY M, 1993, « Les régimes scopiques de la modernité », *Réseaux*, 61.

KANT E, 1994, *Anthropologie du point de vue pragmatique*, Vrin, Paris.

LARDELLIER P, 1999, « Le regard au musée », *Publics et Musées*, 16.

LE BRETON D, 2006, *La Saveur du monde*, Métailié, Paris.

LHEUREUX R, 2016, *Une histoire des parfumeurs : France 1850-1910*, Champ Vallon, Ceyzérieu.

MIGUET D, 1998, « Autour de la sensorialité dans les musées », *Publics et Musées, Public, nouvelles technologies, musées*, 13.

OBRIST H.U, 2015, *Les voies du curating*, Manuella, Paris.

SIMONDON G, 1989, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris.

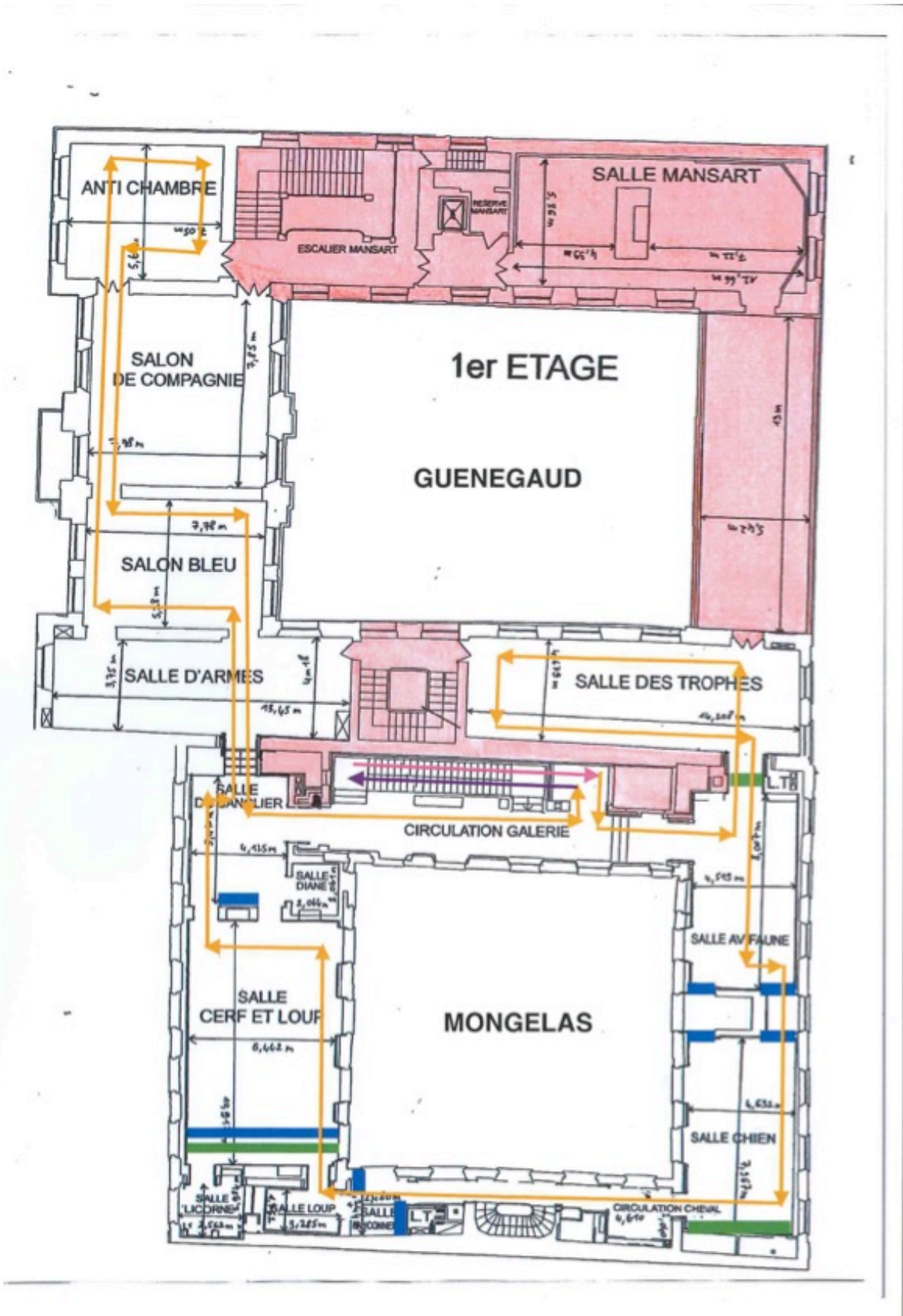


Fig. 3. Plan du premier étage du musée de la chasse et de la nature, Paris.

BIOGRAPHIE

Titulaire de deux maîtrises en philosophie et histoire de l'art, Mathilde Castel est docteur en muséologie, enseignante à Paris Sorbonne et chargée de missions parfumeur chez Cartier. Ses recherches portent sur l'exposition des œuvres odorantes et se nourrissent de projets tels que le Grand musée du parfum et la série des OSNI.

Spécialisée dans le domaine des dispositifs olfactifs, elle inaugure la collection NEZ Recherche des éditions Le Contrepoint en dirigeant la publication *Les dispositifs olfactifs au musée*.

Basé sur l'expertise des parfumeurs, elle développe un protocole de diagnostic olfactif des collections au musée du Quai Branly et conçoit pour le Pavillon des sessions l'exposition *Identités olfactives : reliques et symptômes*.

Acheminant un diplôme de docteur-entrepreneur, elle fonde le Studio Olpha, galerie d'incubation pour l'art olfactif, afin d'accompagner les artistes sur le déploiement technique de leurs œuvres, et la création d'un marché qui leur soit propre.