

m



« PARFUM – L'EXPO »

6 juin – 29 septembre 2002

Le monde magique du parfum.

Une exposition proposée par le Comité Français du Parfum.

Dossier pédagogique à destination des enseignants

Textes tirés et adaptés du catalogue de *Parfum l'expo*

<i>Où ? Quand ?</i>	2
<i>Animations gratuites proposées aux écoles</i>	2
<i>Visite guidée pour les enseignants</i>	2
<i>Le monde magique du parfum</i>	3
<i>Parfum – l'expo</i>	3
<i>Parfum d'histoire</i>	4
<i>Les secrets de fabrication</i>	9
<i>Les procédés</i>	10
<i>La classification des parfums</i>	12
<i>Les mots du parfum</i>	14
<i>Quelques questions sur parfum – l'expo</i>	17



OÙ ?

Fondation Claude Verdan
Rue du Bugnon 21
1005 Lausanne
021 314 49 55
www.verdan.ch

Quand ?

Ouvert du mardi au vendredi de 13h à 18h

Samedi et dimanche de 11h à 17h

Ouvertures supplémentaires pour les classes: les mardis, mercredis, vendredis
matin sur réservation au 021 314 49 55

Animations gratuites proposées aux écoles

Mardi et vendredi 9h-12h et 14h-17h, mercredi 9h-12h (sur réservation au 021 314 49 55)

1. La route des épices. Un parcours ludique à travers les odeurs
2. Le jardin des senteurs. Découverte du parfum des plantes aromatiques

Visite guidée pour les enseignants

Jeudi 6 juin 17h30 – 18h30



Le monde magique du parfum

L'histoire du parfum est celle du monde parcouru par les désirs des hommes. Il lui fallait des origines divines, alors ils l'ont dérobé aux dieux dans des temples où brûlaient poudres aromatiques et bois précieux.

Tout au long des siècles, tantôt banni, tantôt sublimé, le parfum se rapprochera du corps pour en devenir une seconde peau.

Mais rien n'aurait été possible sans la magie du monde végétal et ses trésors, intimement mêlés au savoir-faire technologique.

Des spirales tortueuses d'un alambic à la sophistication d'un laboratoire, seul l'art pourra révéler le parfum.

Artiste à l'imagination sans fin, puisant dans l'immensité de la création, le parfumeur dispose-t-il d'étranges pouvoirs de la sorcellerie pour exprimer nos envies ? A-t-il un nez si différent du nôtre ? Le rêve évanescent ne pouvait trouver de meilleur écrin que l'alchimie du sable et du feu : le flacon. Objet de toutes les convoitises, il sublimera le précieux parfum, racontant la plus belle des histoires.

Le Parfum a son univers, ses mots, ses gestes. Il vous les offre en partageant mille et un secrets dans l'exposition "Parfum".



PARFUM – L'EXPO

Basée sur un concept d'interactivité multimédia, l'exposition "Parfum" aborde quatre thèmes essentiels :

- Culture et Patrimoine
- Naissance d'un Parfum
- Naissance d'un Flacon
- Univers du Parfum

Chacun de ces segments est traité par une iconographie riche, de précieuses collections, des informations détaillées, des écrans vidéo ou des bornes cd-rom.

De plus, l'exposition développe un axe ludique important en présentant des animations technologiques exclusives :

- L'Odorama : des cabines diffusant un spectacle tridimensionnel associant des sons, des images, des fragrances
- Les Orgues à Parfums : pour découvrir les différentes familles de parfums et les matières premières odorantes
- Les Bornes olfactives : une balade dans le temps pour découvrir, à l'aide de touches olfactives les senteurs correspondant à l'époque traversée, de la splendeur romaine à l'aube du XXI^e siècle
- Le Mémolfactif : une course contre la montre pour initier les enfants et les adultes aux odeurs quotidiennes



PARFUM D'HISTOIRE

L'ÉGYPTE: L'histoire du parfum trouve son origine dans les temples antiques où brûlent poudres aromatiques et bois précieux. Il accompagne les prières et tous les gestes rituels. Bientôt les mortels, hommes ou femmes, vont avoir recours aux bienfaits des parfums aux vertus cosmétiques ou thérapeutiques.

LA MÉSOPOTAMIE : Dès le III^e millénaire avant Jésus-Christ, les matières odorantes les plus utilisées se réfèrent à l'activité religieuse, de la construction de temples aux offrandes divines notamment par l'encensement.

LA GRECE : La Grèce perpétue la tradition et va largement enrichir la palette des substances parfumées, en introduisant les huiles parfumées aux baumes, gommes et résines. L'emploi du parfum et des substances parfumées prend une importance non négligeable dans la vie de tous les jours pour l'hygiène, le plaisir et la toilette. Il revêt une symbolique particulière pour la cérémonie du mariage.

L'EMPIRE ROMAIN : Rome développe la consommation et maintient les réseaux commerciaux orientaux. Les Romains innovent dans les contenus des substances aromatiques possédant des vertus médicales en produisant des récipients en verre, qui se substituent aux récipients de terre, largement utilisés par les Grecs.

LE MONDE ARABE : Maîtres du commerce des épices et des poudres odorantes, ils apprennent des Grecs les secrets de la chimie. Ils contribuent énormément à la diffusion du parfum, tout aussi prisé que les pierres précieuses.

LES HINDOUS : Possédant une approche différente, ils construisent des temples en bois de santal. Raffinés, ils prennent soin d'harmoniser leurs parfums avec les fleurs de la pièce. Ils introduisent cette pratique au Japon vers l'an 500.

L'ÉVOLUTION EUROPÉENNE : L'introduction en Europe des parfums se fait par l'intermédiaire des Croisés. Vers 1200, l'ingéniosité crée de multiples supports de présentation : sachets garnis de poudre et oiselets modelés en pâtes odoriférantes et recouverts de tissus ou de plumes. On les trouve en France chez les merciers. La première composition à base alcoolique aromatique, la fameuse "Eau de Hongrie " voit le jour au XIVe siècle.

Mais c'est à Venise, en 1555, que naît le premier traité européen de la parfumerie. Le parfum y est utilisé sur les masques de velours, les bijoux et les oiseaux domestiques.

Les Italiens, passés maîtres en l'art de traiter les cuirs parfumés, encouragent la mode des gants. La "peau d'Espagne", après macération dans l'eau de rose, est parfumée à la lavande, au girofle ou au santal, puis malaxée avec du musc ou de l'ambre.

Mais la peste rôde partout et, pour s'en protéger, le "pomander" – petite sphère de métal renfermant des crèmes solides – reste, de l'avis des médecins, le plus efficace pour se garder des miasmes.

Le XVIIe siècle connaît une utilisation excessive du parfum, destiné à pallier le manque d'hygiène grandissant. A la Cour, être propre, c'est se poudrer au jasmin ou à la mousse de chêne, se tamponner le visage avec de l'eau à la bergamote,

croquer de l'ambre ou des clous de girofle. Rien n'échappe au parfum : dentelles, velours, gants, perruques, coussins, tentures et même les cendres de Carême.

Le XVIIIe siècle se tourne par réaction vers des senteurs douces, florales et fruitées. Le parfum, signe extérieur de richesse, devient un moyen de distinction sociale. Il se démocratise et s'empare alors de tout l'environnement.

La fin du XVIIIe siècle marque la naissance des premières grandes maisons de parfumerie qui se chargeront de diffuser les tendances aux goûts du jour : rose, marjolaine, giroflée et citronnelle. Houbigant, Piver, Lubin restent le symbole de cette période. La plus célèbre création de l'époque sera "l'Eau de Cologne" de Jean Marie Farina.

Le XIXe siècle est marqué par le romantisme qui s'alimente à des fragrances légères et convenables. La Restauration lance la vogue des senteurs florales et douces, contenues dans de fragiles flacons en verre soufflé. Dans le savoir-vivre, le mouchoir parfumé joue un rôle majeur.

Par contrecoup, le Second Empire, avide de luxe, va s'éprendre de senteurs de plus en plus capiteuses, tendance magnifiquement soutenue par les premières conquêtes de la chimie de synthèse. En cette fin de siècle, les parfums voluptueux imposent leurs senteurs de patchouli, d'héliotrope, de musc et de vanilline. De grands noms s'imposent : Guerlain (1828), Pinaud (1830), Bourjois (1863). A l'Exposition Universelle de 1868, la parfumerie obtient un véritable triomphe. On peut y découvrir le vaporisateur.

LE SIECLE DU PARFUM : Au début du XXe siècle, la parfumerie est radicalement transformée par François Coty, qui fut le premier à associer systématiquement dans ses compositions des senteurs naturelles à des fragrances artificielles : "La Rose Jacqueminot" (1904), "L'Origan" (1905).

Parfums et haute couture vont alors se fondre pour le plus grand plaisir de la clientèle de luxe (Worth, Chanel, Patou, Lanvin, Weil et Rochas). Le phénomène de mode s'emparera du parfum.

La première guerre mondiale affirme les notes chyprées comme "Mitsouko" de Guerlain en 1919.

Au début des années 20, la lampe Berger fera la une des salons. Le papier d'Arménie se développera jusque dans les années 50 et la bougie parfumée, diffusée par les grands noms de la parfumerie aura, elle aussi, son heure de gloire.

En 1921, Ernest Beaux crée le N°5 de Chanel, grand prototype des parfums modernes marqué par l'emploi des aldéhydes.

Le type "cuir" sera lancé sur le marché : "Cuir de Russie" de Chanel (1924), "Scandal" de Lanvin (1932).

La tendance fleur-fruit continue parallèlement à opérer ses charmes avec "Fleur de Rocaille" de Caron en 1933 et "Joy" de Jean Patou en 1935.

1944: Au sortir de la seconde guerre mondiale, la parfumerie redécouvre les notes chyprées "Femme de Rochas" (1944), "Miss Dior" (1947) et l'inoubliable "l'Air du Temps" de Nina Ricci (1947) qui renouvelle la note florale.

La parfumerie mondiale se trouve, alors, à son apogée. Le parfum commence à descendre dans la rue. La femme maîtrise désormais le geste du parfum, l'homme l'apprend.

Dans les années 60, un nouveau tournant de la parfumerie s'opère. Le dihydrojasmonate de méthyle est à l'origine d'un renouveau total et aux effets surprenants, inauguré par "Eau Sauvage" de Dior (1966). A ce moment, la parfumerie masculine prend son envol : les "Vetyver" de Carven (1957), de Guerlain (1959), "R" de Paco Rabanne (1973), "Azzaro pour homme" (1978).

Dans le même temps, le marché français du parfum se voit concurrencé par d'authentiques créations d'Outre-Atlantique, qui contraignent les créateurs français à réaffirmer une image de marque dont le prestige continue d'être reconnu à l'échelle mondiale.

La découverte en 1969 de l'éthyl-maltol, molécule à note sucrée, caramel, permettra l'élaboration de parfums au départ gustatif, dits "gourmands", dont "Angel" (1992) de Thierry Mugler est le premier des grands exemples.

Brevetée en 1974, la calone, molécule à odeur de mer très puissante, va être utilisée par la parfumerie à tendance écologique et sportive, pour ses effets

embruns du grand large comme "New West for Her" (1990) d'Aramis ou pureté et transparence dans "l'Eau d'Issey" (1992) d'Issey Miyaké.

Depuis ces trente dernières années, la création en parfumerie épouse plus que jamais la mode, la devançant parfois même.

En 1970, les teen-agers se grisent de santal, d'encens, de patchouli et s'aspergent également avec bonheur de parfums tendres ou fleuris comme "Fidji" de Guy Laroche ou "Anaïs-Anaïs" de Cacharel. Leurs aînés plébiscitent le chic et griffé comme "Madame Rochas". Les femmes empruntent "Eau Sauvage" de Christian Dior, "Vétiver" ou "Habit Rouge" de Guerlain à l'homme qui partage leur vie. Mais surtout, la tendance "hippies" lance "Youth Dew" d'Estée Lauder, ultra capiteux de couleur ambrée.

1975: La femme affranchie et active entre en scène dans le sillage du "N°19" de Chanel, de "Calandre" de Paco Rabanne et de "Rive Gauche" d'Yves Saint Laurent. 'Des parfums entreprenants, juste ce qu'il faut, pour le look "tailleur pantalon".

Les années 1980 sont celles des yuppies, de l'argent roi, du culte de la réussite individuelle. Les parfums s'affichent : jamais ils n'ont été aussi prenants. Avec "Opium" (Yves Saint Laurent), "Poison" (Dior), "Samsara" (Guerlain), ou encore "Coco" (Chanel), les femmes ne passent pas inaperçues.

1985: avec la vague New Age, on se parfume avec des notes ozoniques du grand large, comme celles de "New West" d'Aramis.

Retour en 1999 à l'absolue féminité avec "Trésor" de Lancôme. Les senteurs gourmandes et sucrées font également leur apparition, avec "Angel" de Mugler ou "Tocade" de Rochas, embaumant la barbe à papa, l'anis, la réglisse et la vanille.

En 1995, les accords aériens envahissent la planète. S'ouvre l'ère des parfums de pureté avec "CK One" de Calvin Klein.

Quels seront les parfums du troisième millénaire : soyeux, lumineux, végétaux, tendres, virtuels ou cybernétiques ?

La particularité de la parfumerie moderne est d'avoir commencé à rompre avec ses antécédents, en associant les produits de synthèse aux produits naturels. Le développement de la chimie des odeurs est à la base de la façon actuelle de

penser les parfums. La parfumerie s'est enrichie et épanouie de sa relation aux corps odorants de synthèse.



LES SECRETS DE FABRICATION

LES MATIERES A PARFUM

Le parfum est conçu à partir de produits naturels ou de synthèse d'origines diverses formant le "clavier" ou la palette du parfumeur.

La majeure partie d'entre eux provient du monde végétal, aux senteurs si fines et variées, offrant une gamme étendue dédiée à l'imagination du parfumeur.

La "fleur", dans le jargon de la parfumerie grasse, désigne le jasmin, aux pétales blancs, très souvent utilisé dans les compositions. Tout comme la rose, le mimosa, la tubéreuse et le narcisse. Ou bien la fleur d'oranger, le gardénia, originaire de Chine, l'ylang-ylang d'Asie tropicale, dont l'essence se nomme "huile de Cananga".

Mais la plante offre d'autres parties exploitables : les racines de nard, d'iris ou de vétyver, la feuille de patchouli ou le clou de girofle dégagent également des senteurs très prononcées. La tige d'arbustes africains produit une substance résineuse (encens ou oliban), une gomme ou un baume, comme le galbanum d'Iran, l'opoponax, la myrrhe balsamique ou le benjoin vanillé.

Bois, écorces et mousses offrent une autre étendue de composants (santal, cèdre, mousse de chêne). Epices et aromates comme la cannelle, le poivre ou la vanille exotique, mais également l'anis, le fenouil et la coriandre de nos contrées, apportent leurs propres notes.

Les fruits de la famille hespéridée (agrumes, bergamote et limette) complètent l'utilisation de la flore planétaire entière. La faune offrait également à l'univers de la parfumerie quelques-unes de ses substances : la civette, le musc, le castoréum et l'ambre gris. Aujourd'hui, des produits de synthèse leur sont substitués grâce à la chimie organique.

La chimie organique présente deux caractéristiques intéressantes :

- La possibilité de remplacer les produits naturels, insuffisants à une production massive de parfums. En effet, la quantité de fleurs nécessaires à la production d'un kilo d'absolu, le plus concentré des produits, offre un rapport de 1 à 350 pour les roses et de 1 à 1000 pour la fleur d'oranger.
- Une dimension novatrice et créative par l'isolation de nouvelles composantes.

Née il y a 150 ans, l'industrie des produits de synthèse a contribué à la création des plus grands parfums dont "L'Heure Bleue" de Guerlain, puis le "N°5" de Chanel composés grâce à la découverte des aldéhydes aux alentours de 1910 et plus récemment, dans le début des années soixante, "Eau Sauvage" et "Diorella" de Dior. Dès 1830 sont fabriquées les essences de synthèse de cannelle, d'anis et de pin. Puis, c'est au tour de la vanilline et de l'héliotropine précédant le musc et les quinoléines (aux odeurs de cuir).

Les senteurs artificiellement créées de cèdre, de rose bulgare et de santal trouveront également leur place dans la dimension olfactive des parfumeurs.



LES PROCÉDÉS

Les procédés de fabrication ont eux aussi évolué de l'artisanat à l'industrie en utilisant des techniques toujours plus perfectionnées au fur et à mesure des découvertes scientifiques.

L'ENFLEURAGE : Le plus ancien des procédés, l'enfleurage, convient aux fleurs fragiles. Il s'effectue en imprégnant des graisses à froid. On obtient ainsi une pommade, qui, étant décantée et traitée à l'alcool, entraînera le parfum en le séparant des graisses.

L'HYDRODISTILLATION : Mise au point dès le IX^e siècle, l'hydrodistillation utilise le principe de l'eau portée à ébullition avec les fleurs qu'elle baigne. Les vapeurs se concentrent puis sont refroidies et décantées. Une huile essentielle sera tirée de ce liquide chargé de parfum, après refroidissement et séparation par différence de densité.

L'ENTRAÎNEMENT A LA VAPEUR SÈCHE : Pour éviter certains phénomènes d'hydrolyse sur des composants de l'huile essentielle ou des réactions chimiques pouvant altérer les résultats, les techniciens ont mis au point le procédé de l'entraînement à la vapeur sèche. Dans la cuve, la masse végétale repose sur une grille vers laquelle la vapeur sèche est pulsée. Les cellules se distendent et les particules d'essence se libèrent. Ces dernières sont alors vaporisées et condensées dans un serpentin réfrigéré. La récupération de l'huile essentielle est la même que dans le cas de l'hydrodistillation.

LA DISTILLATION FRACTIONNÉE : La distillation fractionnée permet d'isoler certains éléments nobles des huiles brutes. Cette opération, très sélective, donne les moyens d'augmenter la puissance, l'odeur, la finesse et la solubilité, en isolant les corps chimiques principaux de l'ensemble des constituants de l'essence. Ainsi parvient-on par fractionnement, soit à des corps reconstitués de la nature, soit à des corps totalement nouveaux. La déterpénation (séparation des terpènes des huiles essentielles) ou la rectification (sélection de fractions intéressantes de l'huile essentielle) sont des techniques d'affinement de l'huile essentielle.

L'EXTRACTION AUX SOLVANTS VOLATILS : La distillation ne convient que pour les végétaux dont le rendement en huile essentielle est suffisamment important. Certains végétaux sont altérés par ce système. C'est pourquoi le procédé de l'extraction par les solvants très volatils est apparu comme une technique alternative. L'hexane, le solvant utilisé, lave la matière première odoriférante qui subira, après décantation et concentration, une distillation partielle. Ce solvant volatil est alors séparé de la "concrète" par filtrage, puis glaçage de -12°C à -15°C . La précieuse substance ainsi obtenue est à nouveau filtrée et reconcentrée à faible pression. Le solvant après recyclage est réutilisé pour une nouvelle extraction.

L'EXTRACTION AU CO_2 SUPERCRITIQUE : Il s'agit du procédé le plus récent d'extraction à froid des matières premières végétales utilisant le gaz carbonique : le CO_2 . Sous pression et à température supérieure à 31° , le gaz carbonique se trouve dans un état "supercritique" intermédiaire entre le gaz et le liquide. Dans cet état, le CO_2 présente la particularité de dissoudre de nombreux composés organiques. La matière végétale est chargée dans l'extracteur puis le CO_2 est introduit sous pression et réfrigéré. Le mélange est recueilli dans un vase d'expansion. La pression y étant réduite, le CO_2 reprend sa forme gazeuse et est

complètement éliminé. L'extrait végétal est isolé. Les matières premières ainsi obtenues sont proches du produit naturel d'origine sans trace résiduelle de solvant après traitement d'autant que le CO₂ est non toxique, incolore, inodore et ininflammable.

TECHNIQUE D'ANALYSE "LE HEAD SPACE": Dans la nature, les fleurs embaument mais, à peine cueillies, leur parfum se dégrade. Le "Head Space" est une technique d'analyse sophistiquée qui permet la capture des effluves les plus délicats et légers de la fleur vivante. Une cloche de verre est placée sur la fleur sur pied et un courant de gaz neutre établi dans celle-ci va se charger du parfum exhalé. A partir de l'analyse très fine de ce gaz, les constituants, jusqu'aux plus volatils, sont répertoriés : une carte d'identité moléculaire est établie. Reconstituée par le parfumeur créateur, cette formulation restitue au plus près l'odeur de la plante dans son épanouissement.



LA CLASSIFICATION DES PARFUMS

Il existe sept familles de parfum définies par la classification de la Société Française des Parfumeurs et du Comité Français du Parfum, dans laquelle chacune ou chacun retrouvera sa personnalité et ses envies.

HESPÉRIDÉE

On entend par "hespéridées" les huiles essentielles obtenues par expression du zeste des fruits tels que bergamote, citron, orange, mandarine, etc. associées aux produits de l'oranger.

C'est dans ce groupe que l'on trouve les premières "Eau de Cologne", utilisées par les hommes et les femmes. Sous catégories : hespéridé épicé, hespéridé aromatique, hespéridé fleuri chypré, hespéridé boisé, hespéridé fleuri boisé.

FLORALE

Cette famille importante regroupe tous les parfums dont le thème principal est une fleur ou un bouquet floral : jasmin, rose, muguet, violette, tubéreuse, narcisse, etc. Sous-catégories: soliflore, soliflore lavande, bouquet floral, fleuri aldéhydé, fleuri vert, fleuri boisé fruité, fleuri boisé, fleuri marin, fleuri fruité.

FOUGÈRE

Cette dénomination de fantaisie, qui ne prétend pas se rapporter à l'odeur des fougères, comprend un accord généralement réalisé avec des notes lavandées, boisées, mousse de chêne, coumarine, bergamote, géranium, etc. Sous catégories : fougère, fougère fleurie ambrée, fougère ambrée douce, fougère épicée, fougère aromatique, fougère fruitée.

CHYPRE

Ce nom provient du parfum que François Coty a ainsi appelé à sa sortie en 1917. Le succès de ce "Chypre" en a fait le chef de file de cette grande famille qui regroupe des parfums basés principalement sur des accords de : mousse de chêne, ciste-labdanum, patchouli, bergamote, etc. Sous-catégories : chypre fruité, chypre fleuri aldéhydé, chypre cuir, chypre aromatique, chypre vert, chypre fleuri.

BOISÉE

Ce sont des notes chaudes ou opulentes comme le santal et le patchouli, parfois sèches comme le cèdre et le vétyver. Le départ est constitué le plus souvent de notes lavandées et hespéridées. Sous catégories : boisé conifère hespéridé, boisé épicé, boisé ambré, boisé aromatique, boisé épicé cuir, boisé marin, boisé fruité.

AMBRÉE

Sous la dénomination "ambrés" quelquefois appelés aussi "orientaux", ont été groupés des parfums ayant des notes douces, poudrées, vanillées, ciste-labdanum, animales, très marquées. Sous-catégories : ambré doux, ambré fleuri épicé, ambré hespéridé, ambré fleuri boisé, semi-ambré fleuri, ambré fleuri fruité.

CUIR

C'est une formulation bien à part, une idée de la parfumerie un peu différente de ce que l'on conçoit généralement, avec des notes sèches, très sèches parfois, essayant de reproduire l'odeur caractéristique du cuir (fumée, bois brûlé, bouleau, tabac...) et des notes de tête ayant des inflexions florales.

Sous-catégories : cuir, cuir fleuri, cuir tabac.



LES MOTS DU PARFUM

ABSOLUES : Les essences absolues sont obtenues à partir de concrètes ou de résinoïdes. Après dilution de ces derniers à l'alcool éthylique (lavages), les solutions alcooliques sont, le plus souvent, glacées aux environs de -15°C , filtrées pour éliminer les cires et enfin concentrées par distillation sous pression réduite afin d'éliminer l'alcool. Les essences absolues sont très précieuses par la richesse qu'elles apportent aux compositions dans lesquelles elles sont incorporées.

ACCORD : Effet obtenu par le mélange de deux ou plusieurs matières premières ou notes simples. La qualité de son harmonie dépend de l'équilibre des proportions et de l'intensité olfactive de chacune d'elles.

CARACTÈRE : Ce qui distingue et personnalise une note, un accord, un parfum.

COMPOSITION : On appelle composition le mélange terminé d'un ensemble de produits : naturels, synthétiques et bases. Cette appellation est utilisée pour désigner le produit obtenu à l'issue du travail de création.

CONCRETE : Produit solide ou semi-solide obtenu après extraction des principes odorants de certaines matières premières végétales telles que jasmin, rose, mousse de chêne, etc. par certains solvants volatils : éther de pétrole principalement.

CREATION : Désigne le processus d'élaboration d'une composition nouvelle par le parfumeur-créateur, qui fait appel à la fois à son imagination, à son expérience, aux diverses techniques de recherches et à l'évolution des tendances ; désigne aussi la composition issue de cette étude.

DISTILLER : Entraîner à la vapeur d'eau pour recueillir les éléments odorants (huiles essentielles) contenus dans certaines matières premières naturelles.

EFFLUVE : (nom masculin). Odeur qui se dégage spontanément d'une composition.

ENFLEURAGE : Méthode ancienne d'extraction à froid des produits floraux, mise au point à Grasse, utilisant la propriété qu'ont certaines graisses d'absorber et de retenir les principes odorants. Ces graisses parfumées ou pommades sont ensuite lavées à l'alcool pour donner les absolues de pommade.

EXALTER : Mettre en valeur dans la composition une ou plusieurs notes.

EXTRAIRE : Prélever un ou plusieurs constituants d'une matière première par l'emploi de méthodes diverses : distillation, dissolution, expression, enfleurage, etc.

EXTRAIT : (voir parfum). L'alcool éthylique utilisé est du plus haut degré possible (96°).

FRAGRANCE : Par opposition à l'odeur, qui peut être agréable ou désagréable, ce mot français d'origine latine traduit l'odeur plaisante d'un produit parfumé.

HUILE ESSENTIELLE (ou Essence) : Désigne les produits aromatiques et volatils extraits des végétaux, soit par distillation, soit par expression.

LIGNE : Ensemble des produits dérivés d'une même fragrance, commercialisés sous la même appellation.

NOTE : C'est la caractéristique de l'odeur d'une matière première ou d'une composition ; exemple : note florale, note chyprée, note ambrée.

NOTE DE TÊTE : Première impression olfactive perçue lors de l'utilisation d'un produit alcoolique parfumé, due au caractère volatil de certaines matières premières qui le composent.

NOTE DE CŒUR : Expression utilisée au niveau du laboratoire de création pour désigner dans l'évolution du parfum la phase qui se développe après le départ (ou note de tête) et avant la note de fond. C'est la note de cœur qui détermine le thème du parfum.

NOTE DE FOND : C'est celle qui révélera le parfum dans toute sa splendeur, quintessence et douceur. La note de fond délivre la véritable identité d'une fragrance. Elle demeure sur la peau pendant de longues heures.

ODEUR : Emanation volatile perçue par le système olfactif. En parfumerie, s'applique plus particulièrement aux matières premières ou notes simples par opposition à fragrance qui s'applique à l'odeur plus élaborée d'un produit fini.

PARFUM : Aboutissement du travail de création d'un parfumeur-créateur. Ce terme est parfois employé improprement comme synonyme de fragrance ou note.
Parfum ou Extrait : Produit le plus concentré et généralement le plus riche d'une ligne définie.

PERSONNALISER : C'est développer en cours de création le caractère original d'une composition par rapport à la sensibilité du créateur.

PRODUIT NATUREL : Produit existant dans la nature, d'origine végétale ou animale.

PRODUIT DE SYNTHÈSE : Produit obtenu par réaction chimique de corps qui peuvent être eux-mêmes issus d'essences naturelles ou d'autres matières sans rapport apparent avec la parfumerie. Il serait faux de dire ou de penser que tous les produits de synthèse viennent purement supplanter les produits naturels.

Ils offrent une large gamme d'odeurs trouvables dans la nature ou inconnues de celle-ci. Les produits de synthèse enrichissent la palette du parfumeur-créateur de produits de qualité indispensables à l'évolution de la parfumerie.

RÉSINOÏDE : Produit résineux obtenu par le traitement aux solvants volatils de certains baumes, gommes, résines ou parties sèches de produits naturels. Il est utilisé en général comme élément de la note de fond.

THÈME : Accord principal autour duquel le parfumeur développe son idée créatrice.

TOUCHE ou MOUILLETTE : Qualité de papier spéciale (sans colle), très absorbant, découpé en fines bandes destinées à être trempées dans une matière première ou une composition et qui permet aux professionnels : chimistes, parfumeurs-créateurs, vendeurs, etc., par olfaction, d'en apprécier la qualité et d'en suivre l'évolution.

Quelques questions sur Parfum – L’Expo

1. Quelle est ton odeur préférée ?

.....

Décris-la :

.....

.....

.....

.....

2. Quelles sont les 7 familles d’odeurs qui permettent de classier les parfums ?

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....

7.....

3. Décris l’utilisation du parfum dans un autre pays, à une autre époque :

.....

.....

.....

.....

4. Nomme quelques matières premières utilisées dans la parfumerie :

.....
.....
.....

5. Au XIIe siècle, à quel corps de métier les parfumeurs s'associent-ils ?

- aux cordonniers aux gantiers aux fleuristes

6. L'enfleurage est un des procédés les plus anciens de fabrication du parfum. Son principe est :

- de mélanger les fleurs à une composition alcoolique
 d'étaler les fleurs sur une graisse qui en absorbera les principes odorants
 de faire bouillir les fleurs dans un bain d'huile

7. La distillation est un principe importé

- par les Arabes par les Espagnols par les Chinois

8. Combien de kilos de fleurs d'oranger faut-il pour préparer un kilo d'essence de néroli (huile essentielle, extrait de fleur d'oranger) ?

- 10 kilos 100 kilos 1000 kilos

9. L'encens est

- une résine extraite de l'écorce de l'arbre
- une matière animale provenant du cachalot
- la racine de la plante opopine (l'opopanax est une plante qui pousse dans les rochers et les sables de la région méditerranéenne et dont une variété fournit une gomme résine aromatique utilisée comme parfum)

10. Qu'est-ce qu'un orgue à parfum ?

- un ensemble de flacons contenant les différentes matières premières pour composer le parfum
- un instrument qui émet une musique parfumée
- une invention de Gaston Lagaffe

11. Comment appelle-t-on un spécialiste des odeurs, un parfumeur-créateur ?

12. Dans cette exposition, quel était ton parfum préféré ? Pourquoi ?

13. La plupart des flacons de parfum sont en verre. Cette matière naît du mélange de constituants principaux :

- la pierre, la soude, le plâtre
- la silice (sable de qualité), la soude et la chaux
- le fer, la chaux et le granite

14. Mets-toi dans la peau d'un designer et dessine le flacon de tes rêves.