

Souvenirs sensibles

La mémoire conserve les traces du passé et est aussi une source de richesse et de création qui stimule l'imagination. À la fois puissante et fragile, elle est une activité de structuration, un ensemble de processus complexe et dynamique, en constante évolution. Elle est comme un tissu infini et plastique où les souvenirs se tissent, s'entremêlent, se superposent, et se fixent à plus ou moins long terme, de manière plus ou moins consciente. Ici, c'est la mémoire involontaire, la mémoire des sens, et le souvenir qui resurgit au détour d'une sensation ou d'une émotion fortuite, qui nous intéressent particulièrement.

Puisque les souvenirs se forment à partir de perceptions sensorielles, ces dernières apparaissent comme le moyen privilégié d'accès aux souvenirs, pouvant stimuler et rétablir des connexions au sein des réseaux de la mémoire. Mais aujourd'hui, dans un environnement saturé d'informations visuelles et sonores, nous ne savons plus sur quoi fixer notre attention. Pour nous concentrer à nouveau sur l'essence des choses, je pense que l'odorat, bien souvent négligé au quotidien, est un sens à explorer et à exploiter. Alors, dans quelle mesure les perceptions olfactives peuvent-elles raviver notre mémoire ?

Par leur pouvoir d'évocation, et parce qu'elles sont liées à un lieu, une époque, une ambiance, une personne, les odeurs ne laissent jamais indifférents. En prise directe avec les émotions, elles provoquent souvent des réactions fortes et, malgré leur caractère éphémère, pénètrent littéralement en nous et imprègnent inconsciemment notre mémoire. L'odorat, sens toujours en éveil, peut capter des indices olfactifs, embrayeurs d'images mentales, de souvenirs et de récits. Aussi, c'est en prenant le temps, en étant attentif à tout ce qui nous entoure et en laissant plus de place au sensible, à tous nos sens, que nous favoriserions l'émergence de souvenirs plus riches et plus précis.

Semaine de l'odorat 2016

Lilium, nez à nez avec les fleurs

Au-delà de ses liens importants avec la mémoire, l'odorat est un sens essentiel au quotidien qui joue un rôle primordial dans notre alimentation, dans nos rapports aux autres, à notre environnement. Aujourd'hui, on constate un regain d'intérêt pour ce sens trop longtemps délaissé. Dans cette dynamique actuelle de réhabilitation de l'odorat, j'ai donc imaginé un événement qui permettrait de revaloriser ce sens. Autour de différentes manifestations, la Semaine de l'odorat a ainsi pour principaux objectifs d'informer de manière pédagogique sur le fonctionnement de l'odorat, de faire découvrir les métiers du nez et d'inviter le grand public à explorer la diversité des odeurs, parfums et arômes, autour d'un thème annuel.

Mon rôle en tant que designer graphique est ici de réaliser la communication de l'événement, l'enjeu principal étant de créer des visuels évoquant l'odeur et ses différentes caractéristiques, mais également de penser des dispositifs associant images et odeurs. Dans mes recherches graphiques et plastiques, il est alors question de propagation, diffusion, volatilité, infusion, imprégnation, épanchement, capillarité... Ainsi est né l'identité de la Semaine de l'odorat qui apparaît comme un logo évolutif, fluide et mouvant.

Pour l'édition 2016, j'ai choisi de travailler autour du thème des fleurs, en déployant une ligne graphique subtile et colorée. Puisque l'odeur est insaisissable et relève du registre de l'invisible et de l'indicible, je reste dans la suggestion par des effets de trames, des nuances, des micros-événements, à la limite de la forme et de l'informe. J'ai réalisé mes supports de communication de manière artisanale : les surfaces sont colorées par trempage et les visuels imprimés en sérigraphie. Le papier et le tissu deviennent des trames sur lesquelles les odeurs et les couleurs viennent se fixer, donnant naissance à une large palette d'échantillons. Ces procédés de teinture et d'impression m'ont permis d'obtenir une véritable présence colorimétrique, tout en laissant place à des imperfections, des modulations, des variations... traduisant l'impermanence et la diversité des odeurs. Le public est subtilement invité à se rapprocher des supports, à s'en emparer pour en apprécier pleinement la colorimétrie, les nuances, les textures... L'ensemble des supports de communication propose ainsi une expérience sensorielle riche, à la fois visuelle, tactile, et olfactive.

Déjà exploités dans de nombreux domaines, et de plus en plus dans l'air culturelle et le domaine de l'art, odeurs et parfums constituent de grandes sources d'inspiration et de créativité. Les designers graphiques, en explorant ce terrain olfacto-visuel encore méconnu, peuvent non seulement « rendre visible » les odeurs mais aussi tendre vers des formes de design plus global qui s'adressent à tous les sens, dans le souci d'interpeler et de marquer les esprits.