



Des vins et des parfums

Les similitudes entre l'œnologie et la parfumerie sont nombreuses ; elles ne s'arrêtent pas qu'aux magnifiques champs de lavandin dont l'alignement rappelle beaucoup celui des lignes rythmant les vignobles. Pourtant, par le passé, peu de parallèles ont été tirés entre ces deux professions. Parmi les exceptions, un négociant et dégustateur de renom du Beaujolais, Jules Chauvet (1907-1989), s'y intéressa et s'approcha des parfumeurs pour parfaire ses connaissances olfactives, sans toutefois y effectuer une démarche scientifique. Peu d'autres s'en inspirèrent. Pourquoi ? Mystérieux parfumeurs ? Hermétisme du monde de l'œnologie ? Aujourd'hui, la situation évolue, même si les échanges restent confidentiels.

Un article paru dans Objectif n°64 était consacré à l'application de la méthodologie de l'olfaction en parfumerie pour l'élaboration d'une nouvelle classification des odeurs du vin. (Pfister, 2006). Les liens entre œnologie et parfumerie étaient scellés. La méthode de description et d'entraînement qui en a découlé est désormais utilisée à parfaire le travail des dégustateurs. Ce dossier fait le point sur les connaissances actuelles en matière d'olfaction.

L'art des parfumeurs-créateurs, grands spécialistes du nez, consiste à formuler des parfums à partir de matières premières, naturelles et synthétiques. Le parfumeur-créateur en choisit autant qu'il en estime nécessaire pour s'approcher de l'harmonie recherchée. Celui de l'œnologue et du vigneron est, il est vrai, différent : chaque année, il doit composer avec la préparation que la nature lui fournit. Bien sûr, il peut l'influencer, que ce soit à la vigne ou pendant la vinification. Mais il est nettement moins indépendant que le parfumeur-créateur qui compose, lui, comme il le désire, ou presque.

Au-delà de cette différence fondamentale entre l'élaboration d'un vin et d'un parfum, la parfaite maîtrise de l'olfaction, et rétro olfaction, s'impose indifféremment au parfumeur comme à l'œnologue. Un excellent parfum ne voit pas le jour par hasard... Il est forcément né de la main d'une personne rompue aux arcanes de l'olfaction. Pour le vin, même si l'aspect olfactif est à peine moins important, un grand nectar sort très souvent des mains d'un bon dégustateur. Malheureusement, on constate généralement un important manque de rigueur dans ce qui touche à l'olfaction des vins. Tant les méthodes de description des caractéristiques olfactives que l'entraînement des professionnels à l'olfaction souffrent de lacunes. N'y a-t-il pas là moyen de profiter de l'expérience des parfumeurs-créateurs ?

Daniel André, nous guide sur le chemin du pays des odeurs.

« L'élaboration d'un vin comme celle d'un parfum requiert une parfaite maîtrise de l'olfaction. »



DANIEL ANDRÉ

daniel.andre@parfumconcept.ch

Parfumeur-créateur depuis vingt-cinq ans, Daniel André a travaillé pour le groupe Givaudan. En 1995 il fonde le studio de création Parfum Concept. Il collabore notamment avec de grands groupes de parfumerie et est à l'origine de nombreux parfums à succès. Il est membre du jury international du concours des roses nouvelles de Genève. Daniel André travaille aussi en étroite collaboration avec le laboratoire de Neurosciences Sensorielles, Comportement & Cognition, Université Claude Bernard à Lyon.

« Une odeur n'est jamais plane. Elle possède odorant, un relief, une forme, un volume »

DU PARFUM ...

Étymologiquement le mot « parfum » remonte à l'expression latine *per fumum* qui signifie (odeur obtenue) par fumigation.

En français le mot parfum est un terme ambigu, susceptible de plusieurs acceptations. Il est tout d'abord synonyme d'odeur, d'arôme ou de fragrance ; il désigne les fleurs ou les minéraux ou encore le fumet se dégageant de préparations culinaires ... Dans un sens plus technique et aussi plus familier, le parfum est une préparation aromatique à base de produits naturels ou chimiques se présentant à l'état solide ou liquide.

...AU PARFUMEUR-CRÉATEUR

Comme le musicien, le parfumeur crée des accords et des harmonies. Il est le chef d'orchestre d'une symphonie olfactive qui, au gré du temps, s'évapore.

Le parfumeur n'a pas un instrument plus performant que le commun des mortels, il possède un nez entraîné dont l'acuité olfactive se développe à force de travail. Et comme dans toute activité créative, il y a des gens plus doués que d'autres.

Le parfumeur est un observateur, un contemplateur et un acteur. Il prend le temps de sentir, de ressentir les corps odorants pour en soustraire une perception, une émotion. Ensuite il les observe d'une manière plus précise, presque analytique pour en retenir toutes les facettes.

Une odeur n'est jamais plane. Elle « possède » un rayonnement odorant, un relief, une forme, un volume qui permettront au parfumeur de trouver des accords nouveaux non pas en les mélangeant mais en les conjuguant.

Au cours de longs et fascinants exercices, le parfumeur acquiert la connaissance de quelques centaines d'odeurs, peut-être plus. Pas seulement en temps réel mais aussi en laissant évaporer ces corps pour qu'ils révèlent au fil des heures d'autres aspects. En d'autres mots, le parfumeur travaille avec la volatilité des matières premières odorantes. Il les scrute pendant des jours, voir des semaines pour les moins volatils. En fait, il est à la recherche de « qualités », de « défauts », de « points communs » et de « points complémentaires » entre chaque matière, histoire d'accrocher des oxymores ou trouver des accords originaux.

C'est grâce à ce travail d'observateur que le parfumeur disposera des outils utiles à la réalisation de la forme désirée.

La nature offre au compositeur de parfum des produits odorants aussi variés qu'intéressants : rose, ylang ylang, fleur d'oranger, bois de cade, iris, poivre noir ... Ils apparaissent dans l'orgue du parfumeur sous forme d'essences, de concrètes, d'absolues, de pommades de résinoïdes, de teintures ... Ils sont obtenus par différents procédés de fabrication et apportent au parfum de la profondeur et du relief tout en contribuant au rêve. Le jour où dans la chaîne qui unit la fleur au parfum, le geste de cueillir la fleur disparaîtra, alors le parfum aura perdu de son pouvoir.

L'emploi de matières premières naturelles reste cependant limité, tant par des réglementations que par leur prix.

D'un point de vue plus technique, les « naturels » recèlent souvent plusieurs centaines de molécules (odorantes), reconnaissables et identi-

fiables. Certaines sont reproduites en laboratoire et permettent au parfumeur de varier et/ou d'amplifier certains effets propres à un produit naturel.

La chimie est ainsi au service de l'art en proposant des produits de synthèse. Ces derniers contribuent largement au succès d'un parfum en apportant originalité, substantivité et caractère. Ils font désormais partie intégrante de notre monde olfactif et apparaissent souvent à plus de 80 % dans la quasi totalité des parfums du marché. Ils sont aussi soumis à des tests et sont bien entendu réglementés dans leur utilisation.

Un parfum digne de ce nom ne s'improvise pas. Il est le fruit d'une longue réflexion qui génère une idée forte. Celle-là même qui sera le fil conducteur pour aboutir, après de nombreux essais de laboratoire, au parfum désiré.

Le parfumeur devient alors un acteur déterminé quand il compose. Il choisit ses matières premières, véritables outils au service de la forme promise. Il conçoit dès lors un « espace temps », le parfum, qui se développe dans un ordre chronologique et irréversible.

Bien sûr, et de nos jours encore, le parfumeur est prisonnier de la notion « d'agréable ». Il faut - et c'est bête à dire - qu'un parfum sente bon. Cependant, aux yeux du puriste, une

fragrance ne doit pas seulement être belle pour ces qualités olfactives, elle doit aussi être belle par la limpidité de son architecture, par son caractère et son esthétisme qui se complètent de façon originale.

Pourrait-on dire que la qualité d'un parfum se situe au moment précis ou chaque note peut être sentie, ce qui ne signifie pas reconnue, ne sonne ni fausse, ni vide mais s'intègre exactement dans l'ensemble de la combinaison olfactive, où toutes ses parties forment un enchaînement nécessaire ? C'est en tout cas une notion que je défends avec vigueur, tant le côté minimaliste d'une composition est difficile à obtenir surtout si le thème olfactif est précis.

La direction olfactive que doit prendre un parfumeur pour la composition d'une fragrance est généralement précisée dans un « brief », véritable cahier des charges qui comprend les « valeurs » que souhaite exprimer la marque. Il devra alors s'imprégner de l'ADN de celle-ci et prendre en considération des images, une histoire, une figure pour façonner son imaginaire. Ensuite il dirigera sa composition au sein d'une famille olfactive (hespéridée, florale, orientale, chyprée, gourmande, etc ...).

D'autres paramètres, moins poétiques et par conséquent plus réalistes rentrent dans l'équation lors de la conception d'un parfum : outre le prix de revient de

*Le parfum véhiculera toujours des images
seulement parce qu'il est lié à notre sens
aussi parce qu'il est une inépuisable source*

la formule, les restrictions prennent une part prépondérante dans la vie du parfumeur. Il est soumis à suivre les normes internationales de la parfumerie IFRA*, RIFM*, voire plus selon les demandes du client (contraintes spécifiques, Ecolabel, allergènes... etc).

Vingt, trente, quarante composants (parfois plus) entreront dans la composition de la formule du parfum souhaité. Plusieurs dizaines d'essais seront nécessaires pour traduire au mieux les désirs exprimés dans le brief.

Au terme du processus créatif et après acceptation du « jus », le parfumeur aura joué son rôle de compositeur. Il aura aussi été celui de l'émetteur... Le public qui ira à la rencontre du parfum jouera le rôle du récepteur. Tout cela magnifiquement orchestré par le marketing dans son rôle de médiateur... Car aujourd'hui le parfum doit aussi délivrer un message, un style de vie et parfois exprimer tout autre chose que ce pour quoi il est fait.

Le parfum véhiculera toujours des images fortes non pas seulement parce qu'il est lié à notre sens le plus primitif mais aussi parce qu'il est une inépuisable source de souvenirs enfouis... et que parfois il peut être considéré comme une véritable œuvre d'art.

*IFRA : International Fragrance Association
*RIFM : Research Institute Fragrance Materials

ages fortes non pas
le plus primitif mais
de souvenirs enfouis...

COMPRENDRE LA NEUROPHYSIOLOGIE DE L'OLFACTION

L'appareil olfactif : 5 cm² et des millions de récepteurs

L'organe de l'odorat, appelé neuroépithélium, est une plaque de couleur jaune brune de près de 5 cm² chez l'homme. Il est situé dans le toit des cavités nasales; il communique avec le reste des fosses nasales par une fente étroite située entre le cornet moyen et le septum, dont la paroi sépare les deux cavités nasales (Fig. 1). L'air doit effectuer un virage en tête d'épingle pour stimuler les récepteurs olfactifs; c'est pourquoi le flairage accroît les capacités olfactives.

Cette voie olfactive, dite orthonasale, n'est pas la seule. Les odeurs peuvent aussi atteindre le neuroépithélium par la voie rétronasale, à l'arrière de la cavité buccale.

Le neuroépithélium contient des millions de cellules olfactives qui jouent le rôle de récepteurs. Ceux-ci sont des neurones en forme de quilles environnées et protégées par des cellules dites de soutien. Ces dernières contiennent un pigment jaune brun, responsable de la coloration spécifique de l'épithélium olfactif, appelé parfois tache jaune.

Chaque neurone possède 5 à 20 longs cils olfactifs, de 20 à 200 µm de longueur suivant les espèces, qui augmentent considérablement la surface réceptrice. Chez les petits mammifères, où on compte près de 50 millions de cellules sensorielles à raison de 120'000 par mm² de surface épithéliale, on estime qu'elle est égale ou supérieure à la surface corporelle de l'animal (Marieb, 1999).

Ces neurones sont généralement repliés sur l'épithélium nasal et recouverts par du mucus sécrété par les cellules

de soutien et les glandes olfactives. Ce mucus, un solvant adapté aux molécules des substances odorantes, se renouvelle continuellement et évacue les anciennes molécules, permettant aux nouvelles d'atteindre les cils récepteurs.

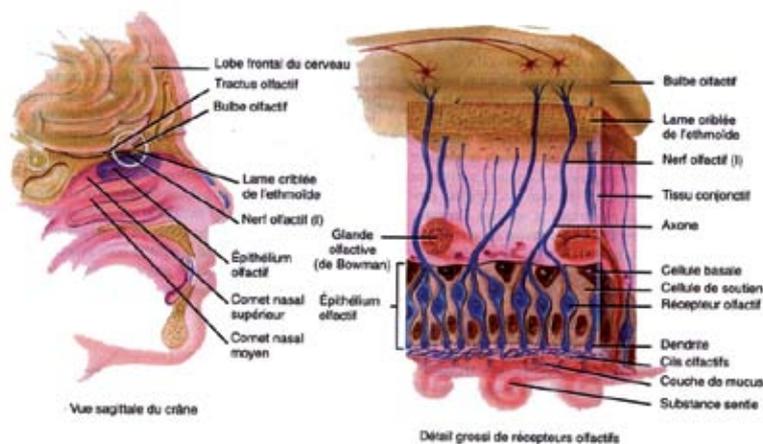
À la sortie des neurones, les fibres du nerf olfactif, ou axones, sont rassemblées en faisceaux qui montent un à un à travers les orifices de la lame criblée de l'ethmoïde. Ensuite, ils forment des zones de contact appelées glomérules dans les deux bulbes olfactifs, situés un dans chaque narine.

Les cellules olfactives sont uniques, car ce sont les seules cellules nerveuses directement en contact avec l'environnement; leur sensibilité n'a ainsi rien d'étonnant (quelques molécules seulement suffisent à activer certaines d'entre-elles). Elles ont aussi une autre particularité: elles sont les seules cellules nerveuses à se renouveler tout au long de l'âge adulte, tous les 60 jours environ.

Toute substance chimique doit être non seulement volatile, mais aussi suffisamment hydrosoluble dans le mucus pour être sentie. En règle générale, presque tous les composés organiques dont le poids moléculaire est compris entre 30 et 300 provoquent des stimuli olfactifs (Godinot, 2001).

La stimulation des cellules olfactives est faite par liaisons des molécules odorantes avec les protéines réceptrices des membranes des cils olfactifs. Aujourd'hui, la recherche en biologie moléculaire n'a pas encore permis de déterminer la structure tridimensionnelle des récepteurs.

Figure 1. Région olfactive de la muqueuse du nez (G. Chevrier)



Lorsqu'une liaison molécule odorante-récepteur s'opère, des protéines dites «G» s'activent et stimulent à leur tour une enzyme, l'adényl cyclase, contrôlant la production d'adénosine monophosphate cyclique (AMPc) à partir d'adénosine triphosphate (Holley, 2002). L'AMPc agit ensuite comme second messager et ouvre des canaux ioniques membranaires perméables à certains ions (Na^+ et K^+), dépolarisant la membrane et permettant la transmission de l'influx (Fig. 2). Un potentiel électrique récepteur est alors généré et produit un potentiel d'action supérieur se propageant dans les neurofibres des nerfs olfactifs, jusqu'aux glomérules (au nombre de 2000 environ). Pour l'instant, la recherche n'a pas complètement élucidé le mécanisme de la transduction à l'intérieur des cellules olfactives.

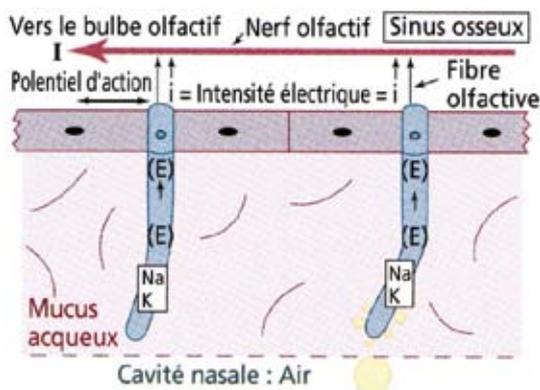


Figure 2. Transmission de l'influx olfactif (J.-C. Buffin)

Il est possible de ressentir des sensations tendant parfois vers la douleur qu'on associe par erreur à une réaction des cellules olfactives. Les cavités nasales contiennent des nocicepteurs réagissant aux irritants tels l'ammoniac ou le menthol. Ce sont eux qui véhiculent ces sensations, la perception de stimuli chimique se produisant indépendamment des cellules olfactives, par le sens du toucher. On parle alors de sensation somesthésique (Bowsher, 2002).

Le verdict olfactif est influencé par de nombreux paramètres

NEUROPHYSIOLOGIE DE L'ODORAT

Un mécanisme hautement spécialisé

Il semblerait que les axones des neurones de récepteurs se rencontrent par groupes d'à peu près 1000 dans un glomérule spécifique, ce qui génère une amplification du message nerveux. Chaque glomérule recevrait un récepteur d'un seul type de signaux odorants et les différentes odeurs activeraient donc des sous-ensembles distincts de glomérules. Puis les glomérules joueraient un rôle de raffinement du signal avant de le relayer. Ce raffinement s'opère de la façon suivante : le bulbe olfactif contient aussi des neurones qui, excités par les cellules mitrales, leur adresse en retour un inhibition régulatrice de leur activité. C'est un traitement après lequel l'image neuronale du stimulus transmise par les récepteurs se fait plus contrastée (Holley, 2002).

Les cellules granuleuses reçoivent du cerveau des influx inverses modifiant le comportement du bulbe olfactif dans des conditions particulières (Marieb, 1999). Par exemple, les arômes des aliments ne sont pas perçus de la même façon suivant que l'on est affamé ou repu. Cet état de fait illustre bien combien le fonctionnement de l'olfaction est compliqué et dépend de beaucoup de facteurs.

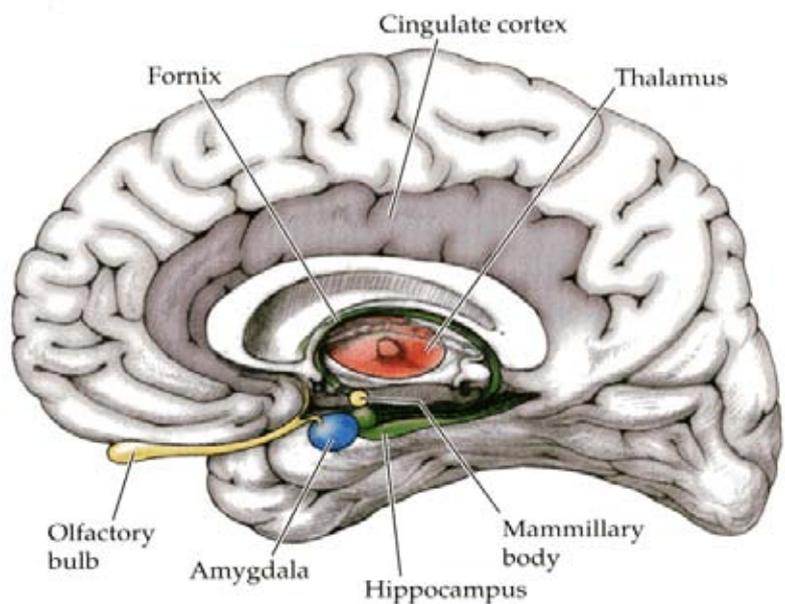
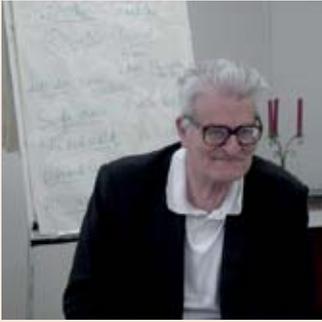


Figure 3. Coupe sagittale médiane du cerveau montrant quelques unes des structures du système limbique (P. Vinckel)

Lorsque les glomérules sont activés, les influx provenant des bulbes olfactifs suivent de multiples chemins à travers les zones du cerveau. On peut retenir notamment (Fig. 3) :

- le rhinencéphale ;
- le système limbique, qui représente la partie émotionnelle du cerveau, comme l'amygdale ou corps amygdaloïde ;
- le thalamus, à partir duquel une partie des messages olfactifs se dirigent aussi vers les aires corticales du goût : on comprend ainsi aisément pourquoi on associe régulièrement une odeur à une saveur (odeur de café avec amertume, de citron avec acidité, de fraise avec sucré, etc) ;
- l'hippocampe, qui participe à la constitution du souvenir, ou encore l'hypothalamus contrôlant l'ensemble des sécrétions hormonales et les comportements vitaux comme la faim, la soif, la reproduction, le cycle veille-sommeil et la fréquence cardiaque ;
- le cortex visuel primaire.

Le verdict olfactif est donc très souvent influencé par de nombreux paramètres (Brochet, 2002 ; This, 2002 ; Morrot 2000). Par exemple, un dégustateur sentant le même vin de bonne ou de mauvaise humeur n'aura pas l'impression de sentir le même vin. De même en présence de couleurs environnantes différentes.



ENTRETIEN AVEC LE PROF. PATRICK MACLEOD

Prof. MacLeod est docteur en médecine. Depuis 1975, il est professeur à l'Ecole Pratique des Hautes Etudes, fondateur et Directeur du Laboratoire de Neurobiologie Sensorielle de l'E.P.H.E. Ses travaux portent sur la compréhension des mécanismes de l'olfaction et de la gustation, ainsi que sur les méthodologies liées à l'évaluation sensorielle. Il est entre autre Président de l'Institut français du goût depuis 1999.

Pour un même vin, on se rend souvent compte que les descriptions olfactives des dégustateurs sont différentes. Peut-on l'expliquer d'un point de vue génétique, en plus des aspects neurologiques ?

Des recherches menées dans les années 1990 ont recensé au moins 1000 gènes de l'odorat, soit environ 3% du nombre total de nos gènes. Toutefois, 347 gènes sont actifs, les autres ne s'expriment pas, contrairement à la plupart des espèces animales. Malgré tout, cela fait un très gros pourcentage de gènes axés sur l'olfaction. Cependant, près de 50% de gènes codant pour des protéines réceptrices olfactives est sujet au polymorphisme et ont donc beaucoup de chances d'être différents d'un individu à l'autre. De plus, au 15^e jour de la vie intra-utérine les récepteurs olfactifs se positionnent à peu près au hasard dans l'épithélium olfactif de chacun. Cela veut dire qu'il est peu probable de trouver deux personnes aux épithéliums olfactifs semblables, sans parler des anosmies.

Est-ce que tous les signaux olfactifs parviennent au cerveau ?

Le bulbe olfactif contient des cellules granuleuses synthétisant de l'acide gamma-aminobutyrique : ce neurotransmetteur a une action inhibitrice sur les cellules mitrales, de telle manière à n'assurer que la transmission des influx olfactifs de haute intensité. On pense que ce premier tri contribue à l'adaptation olfactive, mécanisme permettant de ne pas ou peu sentir les odeurs qui nous entourent en permanence, ou du moins durant une période relativement longue.

On parle souvent de l'homme comme ayant une olfaction peu performante face à celle des animaux. Cette comparaison est-elle justifiée ?

L'Homme a souvent été vu comme microsmatique, c'est-à-dire doté d'un odorat relativement peu développé. En effet, son rhinencéphale est refoulé en grande partie. Mais malgré cela, son hippocampe est le plus grand recensé dans le règne animal. C'est pourquoi le traitement de l'information olfactive est beaucoup plus performant chez l'être humain que chez la plupart des espèces animales. On peut donc affirmer que l'Homme a un odorat extrêmement développé. Le chien, souvent donné en exemple, n'a de loin pas ces capacités. Il est très fort pour détecter et discriminer les odeurs, mais ça s'arrête là.

Qu'en est-il de la sensibilité de l'olfaction ?

La sensibilité des récepteurs olfactifs varie de l'ordre de 10¹², voire plus ! Un exemple : les seuils olfactifs de l'éthane et de l'allyle mercaptan (odeur d'ail avec une petite touche empyreumatique) sont complètement différents, respectivement de 1,3*10¹⁹ et 6*10⁷ mol/ml d'air.

Malgré cet état de faits, la sensibilité de l'olfaction peut être impressionnante. Par exemple, le seuil olfactif de la méthoxy-2-isobutyl-3-pyrazine (odeur de poivron accompagnée d'une note terreuse) est de 0,03 partie pour billion. Même le plus sensible des chromatographes en phase gazeuse n'a pas cette sensibilité et reste 10 à 100 fois moins sensible que le nez pour des milliers de molécules odorantes.



QUELS LIENS TISSER ENTRE ŒNOLOGIE ET PARFUMERIE ?

Après Jules Chauvet, un des premiers à avoir exploré cette piste n'est autre que Jean Lenoir, créateur en 1981 du Nez du Vin, coffret réunissant 54 odeurs typiques des vins. Un rapprochement entre parfumerie et œnologie trouvait là une concrétisation pratique. Modernisé, décliné sous différentes formes, il a été l'objet d'une initiative en Suisse à travers « Le Nez du Vin à Genève » : 16 flacons renfermant les odeurs principales des vins produits sur le canton, accompagnés de fiches descriptives.

Le concept du Nez du Vin a été reproduit à plusieurs reprises, toujours en solution diluée liquide. Une gamme de produits similaires mais sur base solide a toutefois été mise au point par la maison Sentosphère de Paris, éditrice du jeu Bacchanales.

Parmi les derniers exemples de rapprochement entre parfumerie et œnologie, la maison de champagnes Ruinart a présenté en début d'année un coffret nommé « Interprétation ». Celui-ci, développé par la société IFF (International Flavors and Fragrances), la troisième plus grosse société de parfumerie mondiale, comprend une bouteille de Ruinart Blanc de Blanc et huit flacons qui révèlent les odeurs principales du champagne. L'acheteur peut s'atteler à retrouver les odeurs des flacons dans le champagne, et inversement.

Les cognacs Martell ont effectué le même exercice avec la maison Cinquième Sens de Paris.

En 2007, pour fêter le 15^e anniversaire d'Angel, de Thierry Mugler, un des parfums les plus portés sur la planète, un partenariat a été lancé avec la maison de cognac Rémy Martin. Une création très originale en a été le fruit, union de deux savoir-faire ancestraux ; parfumerie et spiritueux. Explication : au cours du vieillissement du cognac en fûts, une partie de l'alcool s'échappe. Nommée « Part des Anges », cette fraction du cognac a donné l'idée à Thierry Mugler de faire vieillir Angel (plus précisément Extrait d'Angel) dans des fûts de cognac. De nombreux essais ont été tentés avant de parvenir au résultat escompté. Les fûts en chêne du Limousin dans lesquels vieillissent la plupart des cognacs influençaient trop le parfum. Le bois d'acacia exhalait trop les notes florales de la fragrance, le châtaignier accentuait trop sa facette vanillée, alors que le chêne américain dominait l'accord par ses touches boisées. Le merisier, par contre, s'est avéré parfait. Le résultat : après 23 semaines de macération par un procédé breveté, une version revisitée d'Angel était apparue. Plus concentré, 20 % se sont évadés pour « régaler » les anges, l'Extrait « Angel La Part des Anges » mêle des accents de fruits confits à des notes ambrées. Cet élixir était réservé à quelques 200 heureux élus aisés...

Dernièrement, Thierry Mugler a remis l'ouvrage sur le métier avec « A*Men », un parfum élevé cette fois-ci en fûts de chêne : nuances fruitées, boisées et légèrement tourbées au menu.

Dans un autre registre, un exercice très intéressant a été tenté avec succès à Genève en 2007. Pour une soirée répétée chaque année autour d'un grand vin (différent à chaque édition), une banque suisse a mandaté un parfumeur pour créer une fragrance imitant le Grand Cru Classé Angélys 1997. Plusieurs mois de travail ont été nécessaires à l'équipe (D. André et R. Pfister) pour élaborer un parfum s'approchant le plus possible du bouquet de ce vin. Cet exercice, peu évident, illustre la grande complexité des vins, car la ressemblance, bien que proche, était malgré tout approximative. Le jour où un vin artificiel supplantera le vin n'est pas près d'arriver...





CONCLUSION

Tant pour le professionnel du vin, que le consommateur ou le parfumeur, le vin reste un produit complexe, vivant et inimitable. La parfumerie, en apportant un éclairage différent, contribue beaucoup à la maîtrise de cette discipline exigeante qu'est la dégustation. Son rôle s'arrête là. Bien que formellement interdit en Europe, la possibilité d'orienter artificiellement le goût du vin devient facile (comme on l'a vu Outremer ces dernières années). Franchir le Rubicon serait dévastateur pour notre vitiviniculture suisse. Le vin reste une boisson naturelle, dont la richesse et la diversité offre une large palette aromatique tout en gardant une part de mystère. S'il en allait autrement, notre divin nectar perdrait de sa superbe et n'aurait plus grand-chose à opposer aux envahisseurs.

La plupart des initiatives liées aux collections d'odeurs des vins ont débouché sur de beaux outils pour le dégustateur amateur. Toutefois, il manque encore des références suffisamment précises dans une gamme assez large pour être proposées aux dégustateurs professionnels. Cet état de fait illustre en partie le pas supplémentaire que la dégustation des vins se doit de faire. Même si des progrès conséquents s'effectuent au niveau de la recherche en olfaction, le transfert de connaissance ne s'est pas vraiment encore réalisé vers le dégustateur professionnel. Ce dernier dispose d'une grande marge de progression, qui passe nécessairement par un entraînement plus sérieux qu'effectué jusqu'à présent. Les méthodes utilisées en parfumerie constituent un des moyens efficaces pour y parvenir. Pour preuve, le professionnalisme des parfumeurs-créateurs. Une telle rigueur est nécessaire afin d'atténuer les grandes différences interindividuelles qui caractérisent la neurophysiologie olfactive de chaque être humain.

Bibliographie

- Bowsler D. Le rhinencéphale. Encyclopaedia Universalis, 2002.
- Brochet F. La dégustation : étude des représentations des objets chimiques dans le champ de la conscience. Revue des œnologues, janvier 2002, n°102, pp. 21-28.
- Godinot N. Les sens chimiques. Nestlé Research Center, octobre 2001, 23p.
- Holley A. L'olfaction. Encyclopaedia Universalis, 2002.
- Marieb E.N. Anatomie et Physiologie Humaines. De Boeck University, 1999.
- Morrot G., Brochet F. La force de représentations dans la dégustation des vins. Revue des œnologues, novembre 2000, n°97s.
- Pfister R., Application de la méthodologie de l'olfaction en parfumerie. Objectif, mars 2006, n°64, pp 19-23.
- This H. Biais œnologique. Pour la Science, Science et Gastronomie, février 2002, n°292, p. 9.