

Jean-Michel Duriez et Pierre Hermé

Histoire d'un face à face qui devient nez à nez

par Ingrid Astier

Quelles affinités de gestuelle entre une main qui fouette une ganache et un parfumeur qui évente une mouillette ? Entre la composition mentale d'un parfum et la création d'une nouvelle pâtisserie ? Soit entre le pâtissier Pierre Hermé, issu d'une famille de boulangers-pâtisseries depuis quatre générations, et le nez Jean-Michel Duriez¹, qui crée les parfums de la maison Jean Patou depuis 1997 ? On pourrait imaginer un ange facétieux, qui, dans les méandres du Paradis, nous enjoindrait de choisir entre une pâtisserie et un parfum... Le choix serait éminemment difficile car les deux tentations ont des territoires imaginaires en partage...

Chacune de leurs créations s'appuie sur une approche mentale qui surprend par ses parentés : tous deux prônent l'intuition et sa sincérité. Il ne faudrait pas croire qu'il s'agit là d'une intellectualisation pure du processus — ce qui importe, c'est « l'envie, l'émotion », comme le souligne Jean-Michel Duriez, pour qui « le parfum, de cérébral, devient viscéral ». Nulle surprise à ce que l'une des lignes de Pierre Hermé s'intitule *Émotion*, servie dans des verres transparents, où, à la superposition des strates, ostentatoire, correspond une « architecture du goût » : une perception rythmée, scandée, des sensations gourmandes. Le parallèle est alors évident avec la construction pyramidale des parfums, autour de notes de tête, de cœur, de fond. « Une fragrance réussie naît d'accords inédits, de dissonances ou de résonances souvent inattendues, explique Jean-Michel Duriez. C'est une partition complexe qui se crée grâce à l'instinct et à l'émotion. » *Émotion*, le mot est un pont.

Pierre Hermé est né en 1961 (comme Jean-Michel Duriez), les périphrases ne manquent pas pour le sacrer meilleur pâtissier au monde. Il est vrai que, dès 1997-1998, il a impulsé un nouveau style à la pâtisserie, qui sommeillait alors dans un classicisme engourdi. Régnait alors la « cuisine ornementale » (Roland Barthes) et une grande pusillanimité dans la création. La pâtisserie, assise sur ses indétrônables (babas, éclairs, religieuses, tartes aux fruits, forêts noires, pièces montées, choux à la crème...), stagnait : « Dans les années 90, les gâteaux avaient l'air sortis d'une usine de voitures. Le glaçage faisait penser à une carrosserie », note le pâtissier. « L'esthétisme forcené qui s'est développé au détriment du goût dans les années passées » cultivait une gratuité du Beau qui nuisait à la création. Pierre Hermé a grandi à Colmar entre les parfums de kouglof et de tarte aux quetsches de son père. Le sucré/salé restait alors cloisonné.

Il apporte un pas décisif à la pâtisserie en se penchant sur le rôle du sel et de l'acide. En effet, le sel peut contrebalancer une sensation sucrée, comme l'acidité divertit de la monotonie. Ainsi sa pâte feuilletée compte, parmi ses ingrédients, du vinaigre. Le vinaigre, comme les agrumes, permet de dynamiser des préparations sucrées. Pierre Hermé excelle dans l'art de susciter la participation de tous nos sens au plaisir gustatif : il conçoit *Plaisir sucré*, une ode au chocolat au lait Jivara, comme une variation sur le même thème. Ce gâteau explore tous les possibles du chocolat au lait (praliné feuilleté noisette, fines feuilles craquantes de chocolat, ganache au chocolat au lait, rectangles de chocolat et de ganache Jivara, chantilly chocolat au lait...). Le tout prend des allures architectoniques, empruntant à la géologie et à l'architecture. Il y a de l'humour aussi à rivaliser ainsi de couches, à jouer de la surenchère dans la variété ! Comme une impression de jouir du chocolat



Photos : Hervé Nègre

dans tous ses états... Le novice s'initie à une dimension jusque-là ignorée : le bruit. Ce pâtissier rappelle en effet combien le bruit participe de notre émotion, les noisettes du Piémont grillées concassées cédant sous la dent en de joyeuses explosions, offrant une résistance fugace qui agace la mastication.

C'est une histoire qui nous est contée par le médium de chaque création sucrée, tout comme un parfum s'appuie sur un scénario mental, une fiction latente délivrée par l'ambiance olfactive. Edmond Roudnitska, l'un des nez les plus subtils du XXe siècle, créateur du chypré fruité *Femme* de Rochas en 1943, de l'*Eau sauvage* de Dior ou de l'*Eau d'Hermès* en 1951, parle de « formes olfactives du parfum » qui relèveraient de l'art. Grâce à lui on perçoit que le parfum, immatériel, « ambassadeur invisible, évocateur puissant » (J.-M. Duriez) relevait d'une construction abstraite. Jean-Michel Duriez, séduit par *Le Parfum* de Patrick Süskind, en affectionne ce passage : « Qui maîtrisait les odeurs, maîtrisait le cœur de l'humanité ». Il se l'approprie librement en déclarant : « Contrairement à toute attente, un parfumeur ne vise jamais le nez de ses victimes, mais leur cœur... ». « Le parfum est la forme la plus tenace du souvenir », épiderme d'emprunt, idéalisation de nos humeurs (au sens médiéval), il est aussi le médium de la mémoire, cristallisation affective, gardien du temple de notre vécu. Les promenades dans les sous-bois, la « terre humide », restent « des souvenirs [...] comme des références » pour J.-M. Duriez, comme les échantillons de la parfumerie Rossigny à Amiens, la Picardie maritime et « le parfum iodé, l'odeur marine du vent ». Mais, inoubliable aussi pour lui : la fleur de troène, marquée de la nostalgie de l'enfance, comme l'est la tarte aux quetsches pour Pierre Hermé, Alsacien, qui rêve de se réincarner en elle.

On perçoit le parfum comme « sillage », « empreinte », et le geste de Pierre Hermé — dérober quelques effluves de l'aimée sur un mouchoir qui ne le quitte pas - tient du rituel. Le parfum agit alors comme synecdoque de la personne, incarnant un fragment onirique qui réintroduit à la plénitude fantasmée du tout contre l'absence.

De même un entremets jouit d'un imaginaire collectif prégnant. La satisfaction née d'une pâtisserie ne se borne pas à répondre à un besoin (la faim, le plaisir), mais se double d'une quantité de rêve recelée par ce microcosme prometteur : un parfum nous promet un sillage, il est notre ambassadeur, nous représentant olfactivement au sein d'un groupe donné ; une pâtisserie est le relais de nos affects.

C'est leur propension à projeter dans une rêverie, orientée, qui rapproche ces créations. Toutes deux sont dotées d'un surplus, d'un excédent de signification, qui les arrache à leur matérialisme. Arts éphémères, elles sont de l'ordre du fugace, du passager. Le parfum s'apparente au vent, l'entremets disparaît sous les assauts répétés des bouchées. C'est cette fragilité qui les relie aussi, l'impossible permanence. Comme un parfum n'est qu'une odeur d'emprunt, une sublimation olfactive de notre être, la pâtisserie est un microcosme idéal, étreinte du beau et du bon, que notre désir annihilera, non sans avoir inscrit en nous une trace rémanente.

On peut y déceler encore un mode participatif au monde : « [le métier de parfumeur] est une découverte perpétuelle et quotidienne du monde des odeurs et du monde tout court », souligne J.-M. Duriez. Les deux créations proposent une vraie leçon de sagesse : notre bonheur dépend aussi de la collecte quotidienne de sensations, qui flatteront notre besoin d'harmonie, son horizon perdu. Nulle surprise à ce que Jean Patou ait proposé *Joy* à ses clientes, en 1930, pour gommer les spectres de la crise de 1929 et conjurer les chiquenaudes de l'histoire par ce mot-talisman : *Joy*, qui joue comme conjuration du mauvais sort. Pierre Hermé de son côté propose la *Surprise*, enrubannée dans un film transparent coloré, papillote sucrée démesurée (pour *adulcents* ludiques adeptes de l'Eurobear), qui reprend au fil des saisons des couleurs de lanterne magique, de vitraux enjoués. *Enjoy*, créé en 2003 par J.-M. Duriez, est un écho allègre à *Joy*, un mot d'ordre qui invite à profiter du *tempo*

fugit, mâtiné d'accents épicuriens.

Dès lors, quand l'insoutenable légèreté de Jean-Michel croise l'espièglerie de Pierre, naissent des macarons *Enjoy*, poire, bourgeons de cassis (dont l'absolue est récente, datant de 1970), banane verte et rose ; et l'on imagine la joie, presque transgressive pour un parfumeur, de jouir de sa création en surimprimant une nouvelle dimension à l'odorat : celle de la texture et du goût. En 2005, leur collaboration aboutit à un macaron figue et thé au jasmin. *Manger* un parfum s'apparente à un acte magique, tel emprisonner un morceau de ciel comme talisman, ou donner *corps*, précisément à un rêve (l'absorber). Car le sillage n'est pas loin du mirage...

Dans la Maison Jean Patou de la rue Castiglione, on est déjà frappé par des référents qui évoquent la gastronomie : Jean Patou, en 1930, parant ses parfums de noms de liqueurs — *Cocktail Dry*, *Cocktail Sweet*, *Cocktail Bitter Sweet* — jouait sur l'analogie du bar à liqueurs et du bar à parfums, qu'on retrouve dans l'actuelle boutique. Henry de Monclin, des ateliers Dinand, a conçu de plus un verre à senteurs, comme une corolle épanouie, évoquant les verres à cognac, permettant l'insertion d'une mouillette qui optimise la perception du bouquet de senteurs et son développement.

L'orgue à parfums de Jean Patou, proposant 100 essences, pendant poétique du laboratoire aux mille références d'essences et d'absolus, n'est pas sans rappeler le *pianocktail* de Boris Vian dans *L'Écume des jours* qui « à chaque note [...] fai[t] correspondre un alcool, une liqueur ou un aromate ». Cette affinité entre les deux univers, cherchons-là aussi dans un lexique partagé : on emploie le nom parfum autant pour désigner une fragrance, une substance aromatique, liquide ou solide, qu'une odeur appétissante ou le goût d'un produit aromatisé. Les deux hommes ont donc un mot en partage : tous deux travaillent à proprement parler sur des *parfums*. Parfum de l'huile d'olive pour Pierre Hermé, qui n'hésite pas à tester de nombreux échantillons pour élire sa favorite, parmi les fleuries ou les herbacées, ou, plus récemment, travail sur les différentes vanilles sélectionnées par Laurence Cailler (Madagascar fendue et non fendue, du Mexique, de Tahiti, de Papouasie Nouvelle Guinée, d'Inde, des Comores, d'Ouganda...). Cette recherche sur des monoproduits est récente. Pierre Hermé proposa le premier des collections saisonnières d'entremets, à l'instar des collections de mode. Cet esprit ayant fait école, il affirme désormais sa singularité en se démarquant des vogues. Comme en parfumerie, cette perspective récuse l'usage de masse. Il n'y a plus un produit mais un univers de goûts, de senteurs à scruter, au sein de l'unicité même. Ainsi l'*Iris pallida* florentin, produit noble et onéreux de la parfumerie, dont on ne produit que... 20 tonnes par an, diffère s'il est récolté en France ou en Italie. Fait singulier : en 1540, la frangipane intégrait de la poudre d'iris, issue des oignons d'iris pilés ! De son côté, Pierre Hermé, répondant à son obsession du bon, utilise deux pâtes de pistache conjointement, pour répondre à ses attentes aromatiques : pureté de la pistache grillée d'une part et apport de relief, d'amertume de l'autre.

Lorsque J.-M. Duriez évoque l'horizon de création d'un parfum, il déclare : « qu'il doit comporter quelques aspérités, voire des déséquilibres, ce n'est pas un assemblage de belles odeurs. » C'est ce goût de l'*aspérité*, du contrepoint, qui caractérise aussi la pâtisserie de Pierre Hermé : « ce sont les reflets, les aspérités qui font d'un gâteau un vrai jeu de piste gustatif ». Le sel dans sa *Tarte plénitude* (pâte sablée, caramel onctueux, ganache chocolat caramel, crème chantilly chocolat caramel) agit comme arthmie par rapport au confort du caramel, suave jusqu'à la menace de la mollesse gustative. Dans le *Sarah* (biscuit moelleux marron, crème onctueuse thé vert matcha, compote de fruits de la passion), le fruit de la passion électrise l'opulence du marron, le détrône de ses assises, mais ajoute également une dimension à l'amertume du thé matcha, une verticalité.



Tous deux affectionnent également des contre-emplois. Ainsi dans *Un Amour de Patou* (1998), J.-M. Duriez recourt à l'osmanthus pour sa fraîcheur, et non pour sa sensualité. Dans *Sira des Indes*, il utilise le champaca non pour sa note florale, mais pour sa note gourmande miellée. Avec *Yohji Homme* : « l'anis qui est une note aromatique fraîche, génère plutôt un effet sucré chaud de réglisse, renforcé par la partie « caramélisée » du café. » Dans *Enjoy*, il subvertit le côté oriental-vanillé des notes ambrées en leur conférant un effet « peau salée », en jouant du concours de notes florales fraîches. Il faut une grande maîtrise d'un art pour proposer une nouvelle donne, des talents de demiurge. De même Pierre Hermé récuse la traditionnelle alliance chocolat-orange, et lui préfère orange-chocolat, avec un goût marqué d'orange ou retravaille l'amertume dans son macaron *Pamplemousse Campari*, la rendant gourmande et pétillante.

Pour Pierre Hermé, comme pour Jean-Michel Duriez, une pâtisserie ou un parfum ne proviennent pas d'une création par tâtonnements. Pierre avoue toujours savoir vers quoi il va, jouir d'une image mentale, première, à laquelle il faut donner vie, par fidélité à cette intuition première. Restituer dans une tarte au café le plaisir d'un café viennois. Ou ne pas trahir l'acidité et la fraîcheur du citron, dans une tarte au citron. De même l'instinct prime dans la démarche de Jean-Michel Duriez, qui part d'un désir, d'une stimulation – comme mélanger réglisse, rhum et café pour *Yohji Homme* – voire d'un fantasme. *Sira des Indes* naît d'une rêverie en Inde, dans la région de Mysore, et d'une fleur propre à l'onirisme : le champaca, qu'on cueille à la main avant le lever du soleil (comme le jasmin), imposant un rituel sacré, voire capricieux. La banane, le santal, la vanille (le milkshake selon J.-M. Duriez), s'allient à la poire, à la bergamote et à l'ylang-ylang. *Sira des Indes* conjugue aussi la fleur d'oranger, le champaca, la rose, le jasmin, la vanille, l'ambre et le musc. Lorsque l'on découvre que le *Seera* est, dans une légende hindoue, un gâteau convoité par les dieux (un Prométhée inversé), on perçoit combien le parfum relève de la gourmandise.

Sur un plan diachronique, il est récent d'envisager la création en parfumerie comme « l'art abstrait par excellence » (Edmond Roudnitska, *Le Parfum*). Edmond Roudnitska se définit le premier comme « Parfumeur-Compositeur ». La parfumerie moderne conjugue tradition et facticité, produits synthétiques et naturels. Les premiers composés synthétiques datent de 1866, lorsque Lauth et Grimaux préparent le benzaldéhyde à partir du toluène, puis en 1868, lorsque le chimiste Perkin découvrit la coumarine, principe odorant de la fève tonka, à partir de l'acide salicylique, évoquant le foin, des notes amandées. La découverte de l'héliotropine date de 1869. Puis, en 1876, Reimer produisit synthétiquement la vanilline, et Baur en 1888 le musc nitré artificiel, Tiemann et Krüger en 1898 l'alpha ionone, restituant le parfum de la violette. Suivra l'hydroxycitronnellal (1908). Dans les années 30, E. Roudnitska concourt à domestiquer les corps de synthèse dans la parfumerie. *Angel*, l'un des parfums les plus plébiscités, repose sur l'éthylmaltol, molécule à note sucrée... Enfin la maîtrise des méthylionones remonte aux années 40. En appelant son orgue à parfum son « clavier », ce nez a contribué à réhabiliter la parfumerie comme art de la composition : « un parfum moderne n'est pas un simple assemblage de pièces détachées, mais un ensemble, un tout, et il faut s'en remettre à un autre maître que le hasard, pour coordonner ses éléments. » C'est *Jicky*, d'Aimé Guerlain, en 1889, qui inaugura le premier parfum s'appuyant sur des « tuteurs invisibles » et ne se bornant pas aux fragrances naturelles. De même, Pierre Hermé, en s'associant à des designers, a auguré d'une ère artistique, de création totale, maîtrisée.

Le pont entre ces deux arts s'est concrétisé par une collaboration mutuelle, là où deux sphères oniriques s'interpénètrent. Jean-Michel Duriez a réfléchi à la transcription de parfums en pâtisserie : en 2003, il

demande à Pierre Hermé de créer un macaron qui restitue fidèlement le climat olfactif d'*Enjoy* de Jean Patou. Ce fut là le premier pas vers de nombreux échanges, les sensibilités mutuelles des deux artistes s'enrichissant au polissage de l'autre. *Enjoy* est une réponse, contemporaine, au succès de *Joy* en 1930, parfum mythique de la Maison Jean Patou, qui avait communiqué sur « le bouquet floral le plus cher au monde ». On susurre qu'il faut 10600 fleurs de jasmin et vingt huit douzaines de roses de mai pour un flacon de 30 ml de parfum (957 euros le flacon de 30ml d'extrait de parfum en flacon Baccarat). « Tout homme devrait s'efforcer avant tout d'être de son temps », déclarait Jean Patou, il fallait donc perpétuer l'esprit de *Joy*.

Pour chaque création, la Maison Patou réside dans un style – un duo de rose et de jasmin *Grandiflorum* – que le nez est invité à respecter, sans le subir ; cette signature olfactive se nomme « Mélodie Patou ». Huysmans avait déjà insisté sur cette parenté de création entre musique et maître parfumeur quand, en 1884, il rapproche les deux arts dans *À Rebours* :

Il les plaça sur une table et les divisa en deux séries : celle des parfums simples, c'est-à-dire des extraits ou des esprits, et celle des parfums composés, désignée sous le terme générique de bouquets. [...] ; il pensait que l'odorat pouvait éprouver des jouissances égales à celles de l'ouïe et de la vue, chaque sens étant susceptible, par suite d'une disposition naturelle et d'une érudite culture, de percevoir des impressions nouvelles, de les décupler, de les coordonner, d'en composer ce tout qui constitue une œuvre ; et il n'était pas, en somme, plus anormal qu'un art existât, en dégagant d'odorants fluides, que d'autres, en détachant des ondes sonores [...] seulement, si personne ne peut discerner, sans une intuition particulière développée par l'étude, une peinture de grand maître d'une croûte, un air de Beethoven d'un air de Clapissou, personne, non plus, ne peut, sans une initiation préalable, ne point confondre, au premier abord, un bouquet créé par un sincère artiste, avec un pot-pourri fabriqué par un industriel, pour la vente des épicereries et des bazars.

Par-delà la parenté artistique, on trouve de profonds échos dans la quête de Pierre Hermé et de J.-M. Duriez. Ils puisent dans des souvenirs d'enfance, exploitant la sensibilité et ses réminiscences (Jean-Michel parle de « disque dur »). Alain Passard, chef triplement étoilé de *L'Arpège*, concède également l'importance de la mémoire olfactive dans son parcours : « Mon premier souvenir olfactif remonte à mon enfance, lorsque j'allais chez ma grand-mère. C'était une maniaque de la propreté. Tous les matins, elle me frictionnait avec une eau de Cologne à la violette. Je n'oublierai jamais la puissance de cette fleur qui balayait tout sur son passage. » La madeleine du souvenir conjugue ces deux versants : gustatif et olfactif. Pierre Hermé et Jean-Michel Duriez s'inspirent naturellement de la jouissance de l'ailleurs (le Japon pour le premier, l'Inde pour le second), ce dernier se proclamant volontiers « nez voyageur » ! On saisit dès lors que déguster une pâtisserie, humer profondément un parfum, c'est pénétrer le fruit d'une longue quête, d'une aventure qui fut d'abord rêvée, puis confrontée au polissage de la réalité. L'un des gâteaux les plus célèbres de Pierre Hermé, *La Cerise sur le gâteau*, s'inspire d'un mirage sucré : un building diaphane, lisse comme de la nacre, parti d'« une forme simple et spectaculaire qui fasse rêver ». On imagine ces deux hommes baignés d'intuitions olfactives, échafaudant d'improbables alliances, conjuguant des territoires mentaux, associant des senteurs éloignées, « en dépit des saisons et des climats », comme le notait Huysmans. Il y a une permanence du parfum, un gommage des saisons, une éternité close. Cette captation de l'éphémère s'avère lutte contre la mort et le temps, emprisonnement du fugace dans une cage émotionnelle. Cette mémoire disponible évoque les confitures, qui peuvent ressusciter le printemps, l'été, la couleur des fraises qu'on écrase. Un parfum, à l'instar d'une pâtisserie, peut gommer l'espace, rayer des distances physiques. Ainsi le jasmin de Grasse peut s'allier au Champaca indien, en une cosmogonie idéale. Une concorde immatérielle...

Les deux sphères jouissent d'un paradoxe commun : il arrive qu'une pâtisserie sublime naisse du traitement d'une matière première rebelle, telle l'astringence du Thé Matcha impérial, tout comme de grands

parfums exploitent des absolus volontiers rebutants, la civette entre autres. En 1987, Pierre Hermé avoue avoir été rebuté par l'astringence du Thé matcha, qu'il trouvait être trop herbacé, trop feuille d'artichaut. Depuis six ans, il s'est laissé apprivoiser, « à force d'en goûter. »

S'ajoutent à ce paradoxe des différends culturels : le patchouli par exemple (que Pierre Hermé abhorre) ne jouit pas de la même aura en Orient ou en Occident, tout comme la rose peut être taxée de « goût de savon » en France, et subir l'ostracisme de pusillanimes mangeurs. Car la dégustation exige une ouverture sur l'ailleurs, comme les parfums invitent au voyage, au brassage culturel. Ainsi que le souligne J.-M. Duriez, être créateur-parfumeur, c'est « nécessairement être ouvert au monde des odeurs quelles qu'elles soient. » Ce que Pierre Hermé exprime en grande connivence : « ce métier est un métier de culture, fruit d'un éveil et d'une ouverture d'esprit de tous les instants ». Il faut une sincère ouverture d'esprit, un plaisir du divers sans *a priori*, pour brasser les frontières culturelles et apprivoiser dès lors l'inédit. Les parfums les plus prestigieux intégraient de l'ambre (issu des concrétions pathologiques de l'estomac des cachalots), du musc (provenant des glandes abdominales d'un cervidé mâle proche du chevroton) ; le castoréum est produit par un castor canadien, la civette – produit animal fétiche de Jacques Guerlain – sécrétée par un chat sauvage d'Éthiopie et l'appellatif *Cuir de Russie* provient de l'engouement pour le cuir des bottes de soldats russes de la guerre de 1870 imperméabilisées au goudron de bouleau. Le N° 5 de Chanel s'étaie sur des aldéhydes, des molécules à base de carbone... Patrick Süskind, dans *Le Parfum*, témoigne de cette réceptivité absolue du nez : « il lut des odeurs d'enfance, des odeurs d'école, des odeurs de rues et de recoins de la ville, des odeurs de gens. » La matière-émotion du parfum fait appel certes à la mémoire, mais aussi au dépaysement, voire à l'outrance. Ainsi maints succès reposent sur un déséquilibre apparent, une surcharge ostentatoire, frôlant la provocation. Leurs gestes tiennent alors de l'audace.

La gestuelle de Pierre Hermé et Jean-Michel Duriez est fascinante : précise, inspirée, exigeante, rêveuse, aux aguets, et l'ouverture d'esprit, une nécessité pour laisser la place à une liberté de création. Pierre Hermé s'engoue pour l'art contemporain : Sol Lewitt, P. Starck, M. Crasset, Ingo Maurer... Jean-Michel, s'il n'avait pas été parfumeur, aurait été photographe, et la vue d'un Leica le touche autant qu'une fleur d'osmanthus ou que le kérosène. P. Starck (dont il sillonne les hôtels à travers le monde), Cartier-Bresson, Doisneau, Avedon l'accompagnent, mais aussi Francis Bacon, Nicolas de Staël ou Xavier Drong, dont il va même exposer les peintures au 1er étage de la boutique Jean Patou.

Quand la rêverie devient parfum ou pâtisserie... il reste à Pierre Hermé à suivre l'exemple du *Tailor-made fragrance* de Jean Patou (« Parfum-Couture ») : Jean-Michel invente des parfums sur mesure, uniques, nés du désir de chaque femme. Pour les mener à bien, il passe une journée en limousine avec sa cliente, véritable immersion au sein de ses habitudes et de ses engouements. Il lui demande de le conduire dans son musée préféré, chez son fleuriste... et son pâtissier. Hasard ? Quand pourrons-nous jouir d'un gâteau sur mesure, entendons bien, un gâteau *démessure*, répondant à la part d'ogre de notre insatiable besoin de consolation et d'esthétisation... ? On connaît la réponse de Stig Dagerman : *Notre besoin de consolation est impossible à rassasier*. Tant mieux pour nous.

1- Jean-Michel est parfumeur depuis 1986, il a intégré l'ISIP en 1982, puis a rejoint l'École Roure à Grasse en 1984, encouragé par René Bourdon. 4e parfumeur de la Maison Patou, il est l'auteur d'*Un Amour de Patou* (1998) (bouquet floral), de *Lacoste Women* (1999) (fleur vert), de *Yohji Homme* (1999) (boisé épicé), d'*Enjoy* (2003) et de *Sira des Indes* (2006).