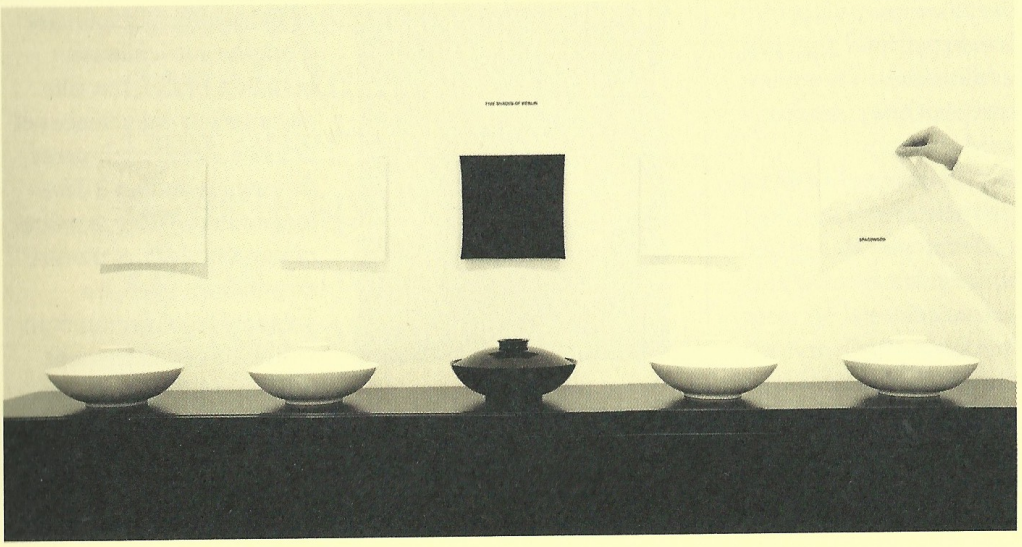
Christophe Laudamiel, sculpteur de l'air



Five shades of Berlin, 2015
© Fürcho GmbH

Telle une odeur, il s'infiltre partout. Seul nez passé d'un cursus classique – études de chimie, Procter & Gamble, IFF – au circuit de l'art contemporain, Christophe Laudamiel cosignait encore des blockbusters planétaires *(Fierce* d'Abercrombie & Fitch, *Polo Blue* de Ralph Lauren) un an à peine avant d'exposer ses œuvres olfactives à Art Basel Miami en 2003. Depuis, ce Clermontois au look techno-punk circule de briefs commerciaux en conférences à Harvard, et du Berghain (mythique club techno de Berlin) au Guggenheim de New York, où a été créé *Green Aria,* opéra dont il a composé les personnages, purement olfactifs. « *Quand je me présente, je ne me dis jamais artiste* », se défend Christophe Laudamiel. Artiste, il l'est pourtant de facto, puisqu'il est représenté par les galeries Dillon + Lee à New York et Mianki à Berlin.

Une démarche entamée dès les années 2000, lorsqu'il conçoit avec Christophe Hornetz quinze compositions tirées du *Parfum* de Patrick Süskind, lancées par Thierry Mugler en édition limitée lors de la sortie du film en 2006. À ces créations librement entreprises mais relevant encore de l'illustration ont succédé des œuvres s'appuyant sur des ressorts plus spécifiques à l'art du parfum, notamment sa façon de (se) jouer des autres sens. Ainsi, ce dispositif de 2014 exposé dans la galerie Mianki : un socle contenant un vaporisateur, supportant un cadre vide face à un caisson lumineux où se meuvent des formes abstraites et colorées. À chaque olfaction face à ces images en mouvement, alors que le parfum reste le même, sa perception change ; le cerveau voit-sent-nomme des objets semi-hallucinés. Autre tour de passe-passe perceptuel, les *Scent Sculptures* de Laudamiel mettent en évidence le pouvoir du mot sur l'odeur. Celle de l'herbe mouillée, par exemple. D'où surgit soudain une senteur visqueuse, douceâtre. L'image saute au nez dès lors que l'odeur est définie par le titre, tel *Crapaud dans l'herbe*...

Dans la marque qu'il vient de lancer au printemps 2017, The Zoo, le parfumeur joue encore sur le pouvoir des mots : en proposant le même jus sous deux noms différents, au choix du client, il exhibe en douce les mécanismes de projection du marketing. Une démarche didactique sans en avoir l'air, qui rejoint le troisième volet des activités de Christophe Laudamiel, récompensé en 2017 par The Institute for Art and Olfaction de Los Angeles pour sa contribution à la culture olfactive. Pédagogue, il l'est par la force des choses : « *Je dois passer mon temps à expliquer mes œuvres, parce que sur l'olfactif, le public n'est pas encore au niveau* ». D'où son manifeste « Liberté, égalité, fragrancité », publié en février 2017 à l'occasion de sa dernière exposition new-yorkaise. Information sans esbroufe, éducation, respect des œuvres et de leurs auteurs, démocratisation de la culture olfactive : « *Il faut apprendre au public que le cerveau tire autant d'information, de plaisir, d'intelligence par le nez que par l'œil* ».

Denyse Beaulieu