



L'impact de l'odorat sur le comportement humain : vers un marketing olfactif sur Internet ?

Djamchid ASSADI

Professeur Permanent, marketing stratégique, ESC Dijon Bourgogne

Résumé

Patrick Süskind raconte dans son livre, Le Parfum, la vie de Jean-Baptiste Grenouille, doté d'un sens olfactif extraordinaire, en France du XVIII^{ème}. Attiré par le parfum naturel des jeunes belles vierges qui inspire l'amour, il en tue vingt-quatre pour créer le parfum de l'amour idéal. Avec ceci, il arrive à manipuler les gens (à son risque et péril). Mais, au-delà de la fiction, peut-on vraiment manipuler le comportement de l'être humain par l'odeur?

Cet article explore les définitions de base, la littérature du marketing olfactif et ses limites, l'aspect pratique et même l'expérience olfactive sur Internet afin de jeter les bases des réponses plus consistantes et des pistes de recherches futures.

Abstract

Patrick Suskind relates in his book, Le Parfum, the life of Jean-Baptiste Grenouille, gifted with an extraordinary sense of smell in France of the XVIIIth century. Attracted by the natural scent of young attractive virgins who inspires love, he kills twenty-four to create the scent of ideal love. With this, he manages to manipulate people (at his own risk). But beyond fiction, can we really manipulate the behavior of human beings by smell?

This article explores the basic definitions, olfactory marketing literature and its limits, practicality and even olfactory experience on the Internet to lay the groundwork for more consistent responses and further research.

Introduction

Jusqu'où peut-on influencer le comportement des êtres humains par olfaction ?

Patrick Süskind⁹⁴, écrivain allemand, donne une réponse romanesque. Son histoire raconte la vie de Jean-Baptiste Grenouille en France du XVIII^{ème}. Grenouille n'a lui-même pas d'odeur, mais possède un sens olfactif extraordinaire. Il découvre la facilité de manipuler les gens en utilisant différents parfums et cherche alors de créer la fragrance idéale. Dans sa recherche, il est attiré par le parfum naturel des jeunes filles qui inspire l'amour. Il en tue vingt-quatre des plus belles vierges de la ville de Grasse pour leur voler l'odeur et créer le parfum parfait et du même coup découvrir l'amour dont il a toujours été privé.

A la suite de ces meurtres, le consul quitte la ville pour protéger sa fille Laure. Toutefois Grenouille retrouve Laure grâce à son nez et la tue pour lui voler son parfum. Il sera arrêté et aussi tôt condamné à mort. Mais sur l'échafaud, le public ressent les effets du parfum fabriqué à partir des cheveux et des vêtements de Laure et ne voit en lui qu'un être innocent, un ange. Il sera même adopté par le père de Laure. Mais conscient de sa situation précaire, il rentre à Paris, se rend sur les lieux de sa naissance et décide de s'asperger de son parfum. L'attrance de ce parfum d'ange est tellement forte que les criminels et les personnes autour en viennent à dépecer Grenouille jusqu'à ce qu'il ne reste rien de lui.

1. Les aspects physiologiques de l'odorat et le comportement humain

L'histoire de Süskind est en fait celle d'un don extraordinaire qui manipule les individus par les parfums. Mais peut-on vraiment manipuler le comportement de l'être humain par l'odeur au delà de la fiction ?

Avant d'étudier l'impact de l'odorat sur le comportement en ligne et hors-ligne, il est important définir les termes de base. L'olfaction est définie comme l'acte de sentir ; et sentir signifie percevoir l'odeur de quelque

⁹⁴ Süskind Patrick (1985). Le Parfum, Histoire d'un meurtrier (traduit de l'allemand par Bernard Lortholary), Fayard, Le Livre de Poche octobre 1997