

# Les choses de la vie Design

de son rayon poissonnerie, a décidé de diffuser des effluves d'iode. Les clients n'ont pas apprécié : « *Les gens ne sont pas si facilement manipulables. Vous ne leur ferez pas croire longtemps qu'ils achètent leur sole dans un petit port de pêche breton* », affirme Frédéric Perodeau, délégué général de l'Institut français du Merchandising.

Si certains spécialistes n'hésitent pas à vanter la capacité des odeurs à faire vendre, allant jusqu'à promettre 20% d'augmentation du chiffre d'affaires, d'autres relativisent : « *Le polysensoriel n'est pas une technologie, c'est du bon sens. Il n'y a rien de révolutionnaire à savoir qu'il est plus agréable de faire ses courses dans des magasins plaisants et fleurant bon "la sieste sous le figuier" ou "le soleil après la pluie". Ce nouveau débat est surtout un effet de communication* », tempère Frédéric Perodeau. Certains tests avancent pourtant que l'on passerait 30% de temps en plus dans une boutique en reniflant une odeur subtile ; ou que la musique classique aurait plus d'effet que la variété sur le montant de nos dépenses.

Science ou arnaque ? Les mécanismes émotionnels ne cessent d'être utilisés par les marques et la pub. Susciter l'émotion, c'est déjà générer un souvenir. Interrogé sur son métier, Patrick Le Lay, PDG de TF1, avait déjà fait du bruit avec sa petite phrase : « *Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible.* » Venu des Etats-Unis, le « neuromarketing », nouveau terme en vogue, viserait ainsi à sonder notre cerveau face aux signaux visuels, sonores, odorants déclenchant nos envies. L'apais dans l'ombre, des neurobiologistes, sollicités par un nombre croissant de publicitaires, s'occupent de nos stimuli pour tirer les ficelles de nos décisions d'achat et nous pousser à ouvrir davantage notre porte-monnaie. Rien n'est scientifiquement viable. Mais Big Brother n'est pas si loin.

Dorane Vignando

(1) [www.merchanfceling.com](http://www.merchanfceling.com)

*Natura Brasil, 6, carrefour de la Croix-Rouge, 75006 Paris  
Kanabeach, rue Jean-Jacques-Rousseau, 75002 Paris.*

## Vingt ans de création

Meubles et objets de créateurs témoignent de la démarche originale de la galerie Avant-Scène

**D**e la passion, du talent et de l'obstination, il en fallait à Elisabeth Delacarte pour faire de cette galerie l'une des grandes références du mobilier de créateurs. Vingt ans après, Avant-Scène draine toujours autant de collectionneurs. Au milieu des années

mittée, mettant en œuvre le savoir-faire d'artisans d'art (bronzier, ébéniste, ferronnier...). C'est d'ailleurs ce qui fera, paradoxalement, leur succès : dans une période dominée par l'édition industrielle, et l'omniprésence de la tôle époxy noire, renouer avec une certaine tradition française du meuble

était un vrai challenge. Une démarche résolument poursuivie, en dépit de

la mode de l'ultraminimalisme de ces dix dernières années. Pour fêter cet anniversaire, la maîtresse des lieux a demandé à chacun de ses artistes de concevoir une pièce unique : buffet en fer patiné noir et peau de vache de Vincent Collin, console en bronze à plateau de marbre de François



Console « Lyre », en bronze avec plateau demi-lune en marbre de François Dimech



Petit guéridon en bois pétrifié plusieurs fois millénaire sur piétement de bronze doré d'Hubert Le Gall

1980, on pouvait y contempler les meubles de Mino, Garouste et Bonetti, Jean-Philippe Gleizes, puis les pièces du groupe Créative Sauvage : Tom Dixon, André Dubreuil, Marc Brazier Jones. Plus tard, Hubert Le Gall, Frank Evennou, Hervé Van der Straeten, Claire Delavallée ou encore François Dimech feront partie des créateurs édités. Tous conçoivent des pièces uniques, ou en série li-



Bahut en fer patiné noir et peau de vache de Vincent Collin

Dimech... voire une paire de guéridons de bois pétrifié d'Inde plusieurs fois millénaires sur un piétement en acier doré signés Hubert Le Gall. Et bien d'autres œuvres remarquables qui permettent de mesurer l'importance du travail d'Elisabeth Delacarte, la justesse de son œil, et de ses partis pris.

Edith Pauly

*Jusqu'à fin décembre, 4, place de l'Odéon, Paris-6 ; 01-46-33-12-40.*

Bruno Simon

Photo: DX