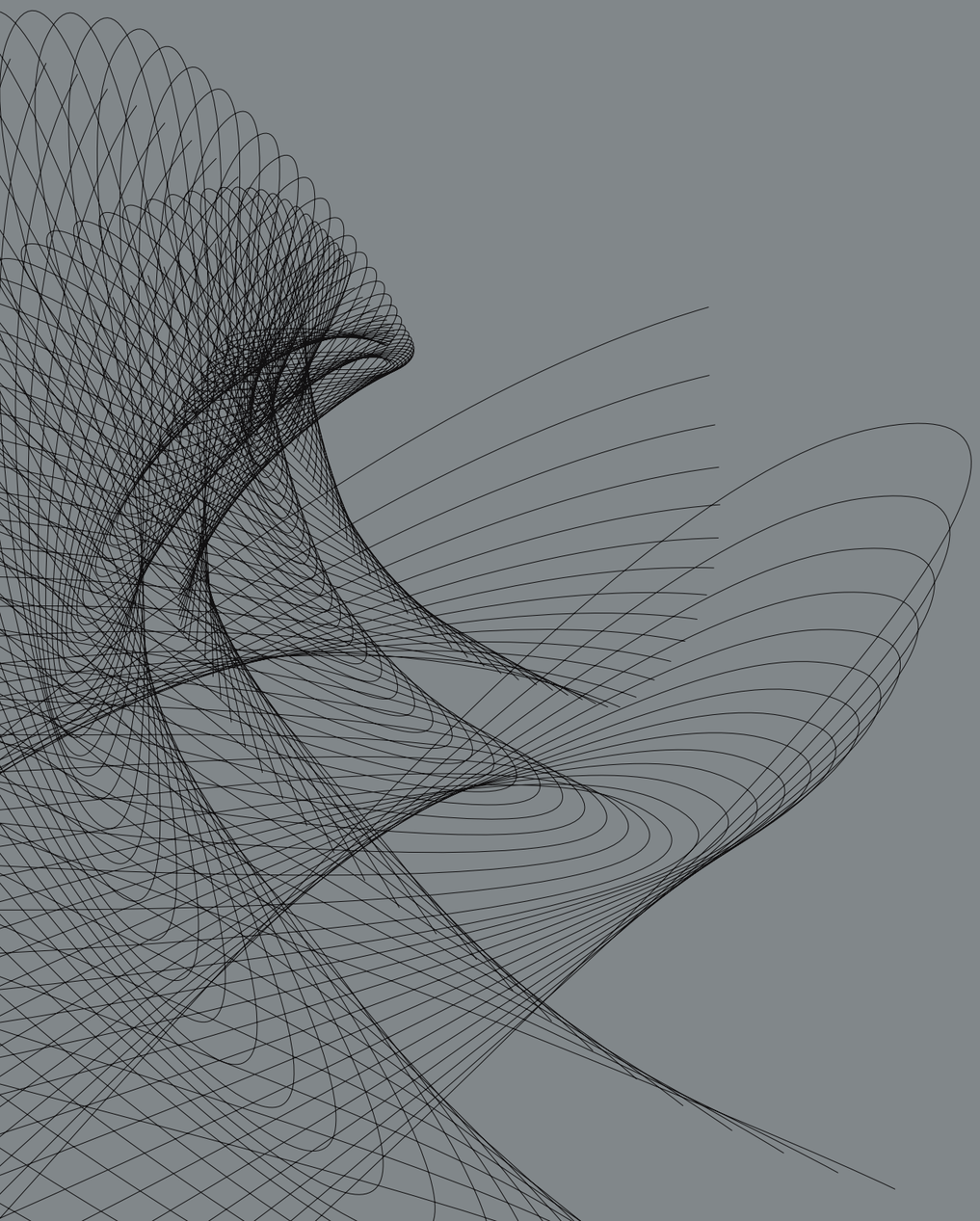
MAGAZINE

# VISA PLATINUM

NUMÉRO 18 - ÉTÉ 2020

# HORIZONS OLFACTIFS



Crédit couverture : ©Arpège

# EDITO

## *HORIZONS OLFACTIFS*

*«Des cinq sens, l'olfaction est indiscutablement celui qui donne le mieux l'idée de l'immortalité».* Salvator Dali livre en 1983 une conception ontologique et juste de ce mystérieux objet qu'est l'odorat. Le sens le moins connu de la science, le plus subjectif, sans doute le plus fascinant. Il a le pouvoir de faire voyager dans le temps et dans l'espace, d'influer sur une humeur ou un comportement. Source d'inspiration littéraire, il prend forme chez Proust en sa fameuse « madeleine » (1913) ; dans le mythique *Parfum* de Suskind (1985), il devient la cause d'attractions inexorables et criminelles. Plus on tente de le connaître et plus il surprend. Au fil du temps, son intérêt a crû toujours plus pour occuper aujourd'hui une place fondamentale. L'odorat pénètre désormais toutes les sphères du quotidien : du corps à l'espace public, il passionne artistes, scientifiques et technophiles.

C'est un voyage sensoriel que votre Assistant Visa Platinum vous propose dans ce numéro d'été – la saison reine des senteurs les plus diverses ! **Retracez l'histoire du parfum en Occident et suivez son avenir dans les nouvelles technologies** (pages 8 à 13). **Percez ses secrets de fabrication,** de la terre au nez humain, jusqu'à l'intelligence artificielle (pages 14 à 17). Enfin, **découvrez sa puissance créatrice** auprès de grands amoureux des sens : Alain Passard, Jean-Claude Ellena, Baptiste Bouygues (pages 22 à 25).

Le Service Visa Platinum et son équipe d'experts continuent d'accompagner votre quotidien en vous proposant des inspirations shopping, nouvelles tendances et événements à venir dans votre région.

*Votre équipe Visa Platinum*

Depuis leur lancement, les magazines Visa Platinum sont imprimés sur du papier fabriqué en France respectant les certifications écologiques **PEFC** (Programme de reconnaissance des certifications forestières), **ECOLABEL** (label européen relatif au papier) et **Imprim'Vert** (label certifiant une impression respectueuse de l'environnement). Ces labels garantissent une gestion durable de toute la chaîne de fabrication du magazine, de la plantation de l'arbre à l'impression.

PEFC 10-31-1087 Ecolabel IMPRIM'VERT®

# SOMMAIRE

## HORIZONS OLFACTIFS


**08** ***DOSSIER : UN MONDE À SENTIR***
Partout, les odeurs investissent notre univers. D'où vient le besoin de parfumer notre vie ?

**12** ***OBJETS ODORANTS NON IDENTIFIÉS***
Les technophiles imaginent de nouveaux objets olfactifs qui s'intègrent dans notre quotidien connecté.

**14** ***VOYAGE EN TERRES DE PARFUM***
Tour du monde des richesses olfactives adulées des parfumeurs.

***SANTÉ : LE POUVOIR DU NEZ*** **20**
La médecine s'empare de l'olfaction pour développer de nouveaux traitements.

***FLAIR D'ARTISTES*** **21**
Découvrez des créations artistiques audacieuses autour de l'odorat.

***INTERVIEWS AU SOMMET*** **22**
Les maîtres des sens se livrent à nous : le parfumeur Jean-Claude Ellena, le chef Alain Passard et le fondateur de la maison de parfums Ormaie, Baptiste Bouygues.

©Getty Images ©GPrado ©Jean-Claude Ellena ©Vincent Desailly ©D'ORSAY PARIS

## RÉCRÉATIONS


**18** ***SHOPPING PARFUMÉ***
Nos experts ont sélectionné pour vous le meilleur pour faire voyager vos sens.

**26** ***AGENDA***
Découvrez les quatre pages dédiées à notre sélection d'événements partout en France.

**30** ***INNOVATIONS & DÉCOUVERTES OLFACTIVES***
7 découvertes à ne pas manquer !


## LE SERVICE VISA PLATINUM


***LE SERVICE VISA PLATINUM EN QUESTIONS*** **34**
Qui, comment, pourquoi, combien ? Vous n'aurez plus d'interrogations.

***LES PARTENAIRES VISA PLATINUM*** **38**
(Re)découvrez les offres des partenaires Visa Platinum. Elles vous inviteront à une randonnée estivale riche en parfums.

***LE SERVICE EN IMAGE*** **42**
La dessinatrice Julia Wauters a testé le Service Visa Platinum.

Retrouvez votre magazine Visa Platinum sur **www.visaplatinum.fr** et rendez-vous sur votre **application mobile** pour découvrir tous les services de la carte Visa Platinum.

Disponible sur App Store

&

Disponible sur Google play

# *HORIZONS OLFACTIFS*

Allongez-vous dans l'herbe. Les fleurs de l'abricotier ont laissé place aux fruits. Le parfum de leur chair acidulée vient chatoyer vos narines. Inspirez profondément et laissez-vous envahir par le mariage aromatique de l'après-midi : abricots, feuilles, herbe coupée. Une brise fugace amène des odeurs plus lointaines de cyprès. Bientôt les effluves d'une grillade voisine affleurent et annoncent les prémices de la soirée. **C'est l'été.**

Profitez de cette saison pleine de promesses olfactives pour vous plonger dans la lecture de votre magazine Visa Platinum. Levez le voile sur les mystères de l'odorat en le découvrant sous ses multiples facettes : du jardin à la cuisine, des champs aux laboratoires, de la médecine à l'intelligence artificielle. Bonne lecture !

©Getty Images

# UN MONDE À SENTIR

*Partout, les parfums investissent notre quotidien. Ils nous accompagnent de notre sphère la plus intime – notre corps – jusqu'aux espaces que nous fréquentons chaque jour : boutiques, musées, parkings… De plus en plus de lieux exploitent notre odorat à différents effets. Qu'il s'agisse de cacher une mauvaise odeur, faire acheter plus, divertir, beaucoup se tournent vers une activité en plein essor : le marketing olfactif. Mais si le parfum est aujourd'hui partout, il n'en a pas toujours été ainsi. Pourquoi avons-nous tant besoin de parfumer notre vie ? Analyse.*

Gravures anciennes (env. XVIII[ème] siècle)

## UNE BRÈVE HISTOIRE DU PARFUM

**Aux sources de notre rapport au parfum**

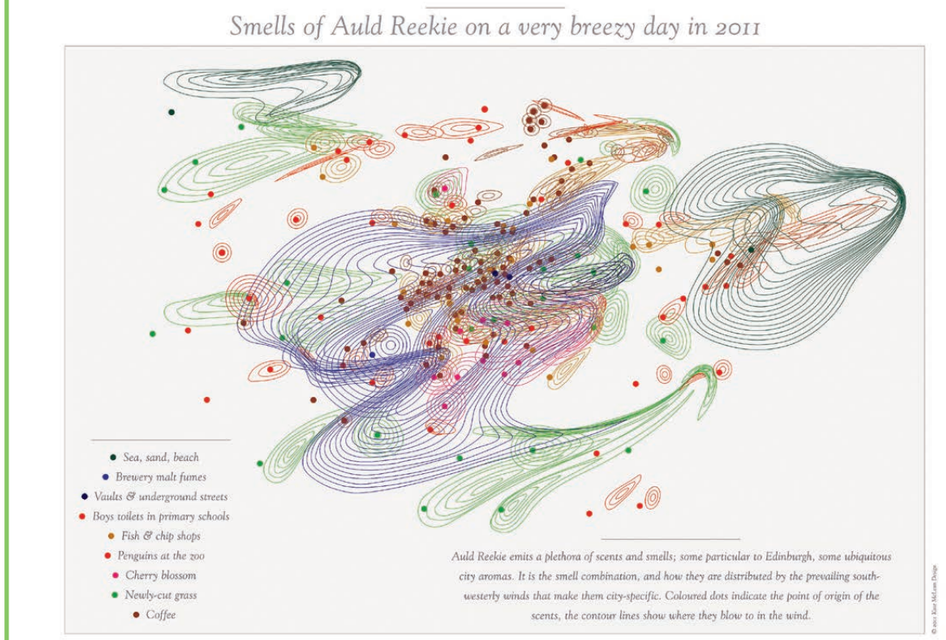
Pour comprendre notre rapport au parfum, il faut remonter à la préhistoire où son usage est limité au divin. Son étymologie l'explique : du latin *per fumum*, il signifie originellement « par la fumée », laquelle aidait à entrer en contact avec les dieux. Cet emploi demeurera le plus légitime en Occident jusqu'au XX[ème] siècle où le parfum se généralisera de manière globale. Avant, son usage esthétique est prohibé. Au Moyen-Âge, il est principalement utilisé à des fins médicinales : les herbes aromatiques et les bains permettent de soigner et d'assainir à une période où les épidémies – notamment la peste – font rage. Au contact des cultures arabes, les pays méditerranéens se spécialisent dans l'achat et la vente de plantes médicinales. La Renaissance voit arriver les premières expéditions et avec elles de nouvelles matières premières : vanille, tabac, poivre… La parfumerie commence alors à s'installer en Europe. Grasse devient la ville reine des arômes, transformant progressivement ses activités initiales de tannerie en parfumerie. La cour de Louis XIV abandonne le bain au profit de poudres parfumées (le monarque ne prenait qu'un bain par an). L'époque des Lumières louera ensuite au contraire les mérites de l'hygiène. Les mauvaises odeurs du Paris du XIX[ème] siècle et les découvertes de Pasteur prolongeront ces idées, dans le sens d'une meilleure santé publique. Le progrès technique accompagne le développement de la parfumerie qui explose à la Belle Epoque pour se répandre ensuite au fil du XX[ème] siècle sous ses aspects les plus multiples : parfums de corps, lotions, ambiances d'intérieur…

©Getty Images



Sources : Revue *Nez* - *Auparfum.com.*






Carte sensorielle d'Edimbourg, Kate McLean

© Kate McLean, *Smells of Auld Reekie on a very breezy day in 2011*, 2011. Digital media, 1089 x 841 mm. Used with permission.

## UN PARFUM PEUT EN CACHER UN AUTRE

**Une volonté croissante de « parfumer » : se parfumer, parfumer son intérieur, parfumer les lieux publics**

Autrefois frivole, le parfum est aujourd'hui omniprésent, particulièrement en ville. Au XIX[ème] siècle, l'arrivée de la parfumerie chimique, le développement de l'hygiène et la volonté de cacher les émanations urbaines créent un besoin banalisé d'embaumer tout espace. L'hôtellerie est le premier secteur à l'expérimenter : en 1989, le propriétaire du Ritz commande une senteur d'ambre pour son palace dans le but de masquer les remugles de tabac. Depuis, le modèle s'est généralisé. Les clients des hôtels postent des avis mentionnant leur goût pour la signature olfactive des établissements qu'ils fréquentent.

Cette banalisation du parfum est particulièrement vraie pour les milieux urbains saturés par les mauvaises odeurs, où la nature est peu présente de surcroit. A New-York, l'observatoire du One World Trade Center, gratte-ciel construit suite à la destruction du World Trade Center en 2001, est un exemple édifiant. L'établissement s'est récemment doté d'une identité olfactive, «*One World*» : un mélange de senteurs de hêtre, érable et sorbier, censé connoter l'identité de la ville. Laurent Le Guernec, créateur de l'essence, voulait renforcer l'effet époustouflant de la vue en y associant une odeur ; mais aussi dissiper les pensées relatives aux événements tragiques du 11 septembre 2001 en favorisant une atmosphère positive. Interrogés, certains visiteurs reçoivent surtout ce parfum comme un artifice, trop loin des effluves urbains faits plutôt de gaz et d'asphalte.

**Quand l'hygiénisme urbain inspire les artistes**

La gestion des odeurs en ville ne laisse pas les créateurs indifférents. Le street-artist américain Carlos Frésquez a installé des désodorisants de rue géants à Denver comme objets de réflexion humoristiques sur l'hygiène publique en ville. La designer anglaise Kate McLean, elle, créée des cartographies sensorielles de New-York, Lausanne, Amsterdam… montrant, grâce aux couleurs, les zones olfactivement identifiables en leur sein. Ces idées intéressent les scientifiques ; certains se penchent sérieusement sur ce type de concepts en mobilisant les habitants des villes pour établir un diagnostic des odeurs rencontrées dans chaque zone et développer des stratégies d'amélioration du paysage olfactif.

Sources :
Publication du site *Washingtonpost.com*, mise en ligne le 14 mai 2019, par Lavanya Ramanathan.
Publication sur le site *Nytimes.com*, mise en ligne le 7 aout 2019, par James Barron.

## PAR L'ODEUR ALLÉCHÉS

**Une entreprise de camouflage vite remplacée par une démarche commerciale : séduire par l'odorat**

Les magasins américains Abercrombie & Fitch lancent le concept dans les années 2000 en vaporisant *« Fierce »*, leur fragrance signature, dans les boutiques pour retenir leurs clients. Le fait de respirer un parfum agréable prolongerait jusqu'à 40 % le temps passé dans un espace[1]. Pour cause, notre odorat est relié directement au système limbique, autrement appelé cerveau émotionnel ; le même responsable de nos instincts primaires. Et quand nous percevons une odeur, la première réaction n'est pas « Qu'est-ce que c'est ? » mais « Est-ce que j'aime ? ». *« La manière la plus rapide de modifier une humeur ou un comportement est d'agir sur l'odorat »*, selon le Docteur Alan R. Hirsch, Directeur neurologique de la Fondation pour la recherche sur le goût et l'odorat à Chicago. Les études font sens : une odeur est capable de rendre heureux, mélancolique, mais aussi de faire acheter davantage[1]. *« C'est une manière d'accueillir les visiteurs et de faire en sorte qu'ils se sentent à l'aise. Si on leur apporte du bien-être, les gens ont envie de rester plus longtemps. Et d'acheter »*, complète Annick Le Guérer, anthropologue, spécialiste de l'odorat[2].

Pourquoi miser autant sur l'odorat ? L'être humain retiendrait 35 % de ce qu'il sent, 15 % de ce qu'il voit et moins de 10 % de ce qu'il entend[3]. Pour les durées de plusieurs mois, la déperdition de mémoire olfactive n'est que de 5 % contre 50 % pour la mémoire visuelle[4]. L'olfaction est donc le sens le plus développé par l'homme et le plus relié à sa mémoire.

## UN BUSINESS PROSPÈRE

**Des centres commerciaux aux sièges sociaux : l'appel du marketing olfactif**

*« Fierce »* d'Abercrombie

Dans la lignée d'Abercrombie & Fitch, tous ou presque aspirent à définir leur identité sensorielle et font appel à des sociétés de marketing olfactif, un business en pleine expansion. Ces spécialistes parlent de « logolf », entendez : logo olfactif. Un outil permettant aux clients d'identifier une odeur à un lieu précis et de fixer l'experience dans leur mémoire pour les fidéliser. Ainsi naissent des métiers tels que « sculpteur d'air », dont Christophe Laudamiel se revendique, auteur de parfums d'ambiance pour les magasins Bliss, New Balance mais également pour des hôpitaux ; la diffusion de senteurs rassurantes permettrait en effet de calmer les patients dans les services d'urgences. Aussi, certains commerces jouent de leur sensorialité naturelle pour renforcer l'expérience olfactive. On voit alors des boulangeries américaines diffuser un parfum de cookie de synthèse pour attirer encore plus. *« Les gens sont tellement bombardés de visuels ! L'olfaction est le ninja du marketing. Nous avons trouvé un autre moyen d'imprimer la mémoire en favorisant le bien-être »*, confirme Spence Levy, fondateur de Air Essentials, société de marketing olfactif.[5]

©Getty Images ©Abercrombie & Fitch ©L'Officine Buly pour Le Louvre

[1] Propos issus d'une publication sur le site *Nytimes.com*, mise en ligne le 7 août 2019, par James Barron.
[2] Propos issus d'une publication du site *Capital.fr*, mise en ligne le 26 août 2015, par Lomig Guillo.
[3] Source : *Quotidiendutourisme.com*, publication du 11 janvier 2019, par Clotilde Costil. - [4] Source : Etude menée par Engen, 1989.
[5] Propos issus d'une publication du site *Washingtonpost.com*, mise en ligne le 14 mai 2019, par Lavanya Ramanathan.





> « On dit que chaque ville, chaque pays a son odeur. »
> CHARLES BAUDELAIRE

## DES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES À 360°

**Dans les territoires…**

Charles Baudelaire écrivait en 1864 : *« On dit que chaque ville, chaque pays a son odeur. Paris, dit-on, sent ou sentait le chou aigre. Le Cap sent le mouton. […] Lyon sent le charbon. Bruxelles sent le savon noir »*. Conscientes de la prééminence de leurs odeurs, les villes apprennent à cultiver leur patrimoine olfactif, à renfort de stratégies marketing dédiées, pour renforcer leur attractivité. Lyon est la première grande ville de France à s'être dotée d'une identité olfactive. La ville de York a, elle, édité un guide touristique odorant pour donner à voir autrement ses richesses culturelles.

Parfois complètement authentiques, ces odeurs relèvent d'un patrimoine à part entière. La mairie du V[ème] arrondissement parisien milite pour inscrire le parfum des vieux livres des bouquinistes au patrimoine immatériel de l'Unesco ; une initiative menée à l'origine par les chercheuses anglaises Cecilia Bembibre et Matija Strlič, prônant les liens entre arômes, cultures et traditions. Dans certains villages français, les effluves agricoles vont jusqu'à diviser les partisans d'un patrimoine olfactif paysan contre les chantres d'un air plus pur.

**… comme dans le divertissement**

À Disneyland, à chaque attraction son parfum : celui de la mer pour « Pirates de Caraïbes », celui des confiseries dans les allées de la « Main street USA ». Du côté des cinémas, les salles se dotent d'un système 4DX, au service d'une *« expérience absolue »*, revendiquée par Pathé-Gaumont : 3D, sièges mouvants, aspersions et diffusion de senteurs en rapport avec

Eau de parfum et carte postale parfumée de l'Officine Buly, d'après *La Victoire de Samothrace* exposée au Louvre

le film. Il est difficile de déceler les dispositifs olfactifs tant ils rivalisent de discrétion pour que l'effet soit naturel. Parfois plus visibles, ils créent un commerce à part entière. En 2019, en partenariat avec l'Officine Buly, le Louvre a créé huit fragrances sur la base d'œuvres d'art pour permettre aux visiteurs de prolonger l'expérience en emportant un « morceau » du musée chez eux. D'autres secteurs d'activité s'inspirent de ce modèle pour créer une expérience d'achat immersive, en n'hésitant pas à multiplier les stimuli sensoriels : Jérôme Escojido, co-fondateur d'un groupement de pharmacies indépendantes, l'affirme : *« À l'avenir, si on organise le mois du bio, il y aura des branches d'arbre en pharmacie, on sentira la forêt et on l'entendra ! »*

Pour d'aucuns, le parfum est la promesse d'une vie meilleure. À quand les *open-spaces*[6] odorants ? Telle serait la future tendance pour motiver les collaborateurs ; bien loin de la vocation transcendantale originelle du parfum, donc... À suivre.

Promo Parcs .com

Vous avez envie de (re)découvrir l'univers olfactif d'un parc d'attractions en particulier ? Grâce à votre programme Visa Platinum, vous bénéficiez d'une remise allant **jusqu'à -55 %* sur le site *Promoparcs.com.*** Vous y trouverez un large choix d'activités : visite de châteaux, parcs, *escape games*[7]… Retrouvez le site web dédié sur votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

[6] Espaces de travail ouverts. - [7] Jeux d'évasion grandeur nature.
*Offre valable jusqu'au 31 décembre 2020. Jusqu'à 55 % de réduction valable sur le site dédié https://club.promoparcs.com/index.php?ice=VPJP2017. Sous réserve de disponibilité de places. Offre non cumulable avec toute autre promotion en cours. Hors frais de livraison. Offre soumise aux conditions générales du partenaire et à sa politique de traitement des données personnelles. Sous réserve de paiement par carte Visa Platinum.
Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.

# OBJETS ODORANTS BIEN IDENTIFIÉS

*L'odorat est une composante essentielle de notre bien-être. Capable d'agir sur notre psychisme, il devient l'eldorado de la recherche et de la technologie. Les entrepreneurs du monde entier l'ont bien compris et mettent au point de nouveaux objets qui s'intègrent parfaitement dans un quotidien connecté. Découvrez ces outils dont l'ambition est la même : donner du pouvoir au nez.*

## *LE* SENSORWAKE, *PRÉCIEUX RÉVEIL*

**Le Sensorwake propose une nouvelle expérience de réveil, plus apaisée et plus rapide.** Censé réveiller ses utilisateurs en moins de trois minutes, il sollicite trois sens : l'ouïe – le plus utilisé ordinairement pour le réveil, mais aussi la vue et l'odorat avec la diffusion de lumière et d'odeurs. C'est au niveau de ce dernier sens que l'outil est le plus innovant. Au coucher, on choisit une capsule olfactive à insérer dans le Sensorwake (« Bord de mer », « Herbe coupée », « Melon d'été »…) qui sera ventilée à l'heure du réveil pour aider à sortir du sommeil, mais également pendant la nuit pour assurer un sommeil de qualité. Bescent, la firme à l'origine du concept, l'a également décliné dans une version pour enfants.

## COMPOZ™, *POUR UNE SYMPHONIE PARFUMÉE*

**Avec sa forme de phonographe 2.0, Compoz est autant un objet de design qu'un outil intelligent pour la maison :** il est le premier compositeur de parfum d'ambiance sur mesure. On peut sélectionner jusqu'à 5 cartouches d'huiles essentielles pour élaborer soi-même son parfum d'intérieur. Artiris, sa maison créatrice, a conçu Compoz dans l'optique de cultiver le bien-être de chacun selon ses sensibilités, en laissant libre cours à sa créativité, mais aussi en proposant des produits sains et 100 % naturels, en alternative aux bougies et encens, plus polluants. Le choix des huiles essentielles, de l'intensité et des heures de diffusion est laissé à la discrétion de chaque utilisateur, qui peut gérer son Compoz depuis son smartphone à distance, créer des "*playlists**" olfactives" à partager avec sa communauté et à transporter avec soi lors de ses voyages !

©Sensorwake/Bescent ©Compoz Parfum

©Getty Images



*Listes de lecture musicales.

## *« NEZ ÉLECTRONIQUES »*

**Les « nez électroniques » se développent à travers le monde grâce à une recherche de plus en plus approfondie.** Ces outils intelligents ont vocation à pouvoir détecter des odeurs de drogues, d'explosifs, mais aussi les dates de péremption des aliments. Ils devraient même être capables, dans quelques années, de déceler des maladies. Ils sont déjà employés pour mesurer la qualité de l'air de certains territoires au profit du quotidien de leurs habitants. C'est un fait : 70 % des plaintes relatives à la qualité de l'air sont dues aux mauvaises odeurs : usines, stations d'épuration… La société Odotech prospère sur ce besoin croissant des populations de purifier l'air qu'elles respirent *(voir article précédent !)*, en commercialisant des nez électroniques dédiés aux nuisances olfactives et à leur impact sur l'environnement. Ces objets peuvent s'avérer précieux aussi en matière de culture et de patrimoine. Une équipe de chercheurs de l'université d'Aveiro, au Portugal, a mis au point un nez électronique apte à mesurer le niveau de conservation d'un livre à partir de son odeur.

**Ces outils de mesure objectifs représentent une avancée réelle,** la perception des odeurs étant scientifiquement considérée au contraire comme subjective. L'entreprise grenobloise Aryballe Technologies a d'ailleurs développé NeOse, premier « nez » censé être universel, à destination des professionnels du médical, de l'agro-alimentaire ou de l'environnement. Cet outil intelligent imite le nez humain en identifiant une odeur et en la comparant à une base de données enrichie à l'usage. Il rencontre un franc succès auprès des industries du monde entier : cosmétique, automobile, alimentation... Lors du dernier *Consumer Electronics Show* [1] de Las Vegas, en janvier 2020, Aryballe a présenté un tout nouveau détecteur à destination des particuliers. Connecté au smartphone, il sera en capacité de mesurer chaque odeur en temps quasi-réel pour aider les consommateurs à améliorer leur quotidien (qualité de l'air de la voiture, de la maison…).

### *L'OLFACTOMÉTRIE OU LA MESURE DES ODEURS*

Parallèlement à la technologie, la recherche progresse pour permettre d'évaluer une odeur de manière objective. Cette science bien particulière est nommée « olfactométrie ». Une affaire délicate, l'odorat étant basé sur un fonctionnement propre à chaque individu. Il est pourtant nécessaire d'établir un outil de mesure fiable pour évaluer les nuisances olfactives et améliorer la santé publique.

Avant la création des nez électroniques, les pouvoirs publics européens ont dans ce but établi une norme pour mesurer la concentration d'une odeur dans l'air, visant à déterminer son seuil de détection par les humains. Pour ce faire, un jury de citoyens représentatifs de la population est sollicité et doit évaluer l'intensité des odeurs selon une unité bien particulière : l'unité d'odeur européenne (oue). Un exemple édifiant : si une pelouse fraîchement tondue représente 200 oue, une poubelle se situe à 500 oue.

[1] Le *Consumer Electronics Show* ou *CES* de Las Vegas réunit chaque année les plus grands acteurs de l'innovation technologique. Informations recueillies dans la revue *Nez* n°1, printemps-été 2016.

# VOYAGE EN TERRES DE PARFUM

*Par le monde, la nature offre des merveilles olfactives, précieuses pour les parfumeurs. En France, le Pays de Grasse a été honoré en 2018 par l'inscription au registre du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO, pour son savoir-faire unique au monde mais aussi pour la culture de plantes qui borde la ville. Si Grasse est la capitale mondiale du parfum, les terroirs du monde entier alimentent l'industrie cosmétique de leurs richesses naturelles.*

## *LE VÉTIVER HAÏTIEN, « PERLE DES ANTILLES »*

**Le vétiver est un des ingrédients les plus prisés des parfumeurs pour ses effluves boisés.** A Haïti, la culture du vétiver est plus qu'un atout. Elle est vitale pour l'économie du pays, premier exportateur mondial devant l'Indonésie et la Chine, employant plus de 60 000 personnes. Face à ses concurrentes asiatiques, l'herbe verte caribéenne a la faveur des créateurs pour la noblesse de ses arômes aux accents hespéridés[1]. Au sud-ouest de l'île, les plantations de vétiver habillent les collines sur des kilomètres. Force de la nature, la plante résiste aux plus grandes contraintes naturelles, jusqu'aux cyclones ; ce qui a permis au pays de rebondir suite à l'ouragan Matthew en 2016. Depuis un siècle, Haïti a développé une expertise sur toute la chaîne de production et fournit l'essence de vétiver aux plus grandes firmes de parfumerie. Les maisons de parfum de luxe françaises en font des fragrances éponymes depuis toujours.

## *LE PATCHOULI INDONÉSIEN, APHRODISIAQUE MONDIAL*

**Nombre de flacons best-sellers utilisent le patchouli comme ingrédient phare de leur composition.** Son odeur charnelle était prisée des demi-mondaines parisiennes à son arrivée en Europe au milieu du XIX[ème] siècle, puis des hippies dans les années 1970. Aujourd'hui, elle revient sur le devant de la scène. Les nez se l'arrachent pour sa puissance aromatique, dans la cosmétique grand public comme en parfumerie de niche. L'Indonésie contribue à près de 90 % de la production mondiale de patchouli. Il y pousse sur de petites parcelles d'un demi-hectare, favorisé par le climat tropical et le savoir-faire développé face à la forte demande. Près de 25 000 personnes travaillent à sa production, notamment dans la jungle balinaise aux paysages luxuriants.

©Getty Images

[1] Les hespéridés correspondent à une famille d'agrumes contenant, par exemple, le pamplemousse, la mandarine et la bergamote.

## *LE BIGARADIER, DE RETOUR EN BEAUTÉ À VALLAURIS*

**Au début du XX[ème] siècle, la culture de bigaradier faisait vivre plus de 300 ouvriers à Vallauris, en Provence.** Progressivement délaissé, l'arbre qui produit la fleur d'oranger ne voyait plus que 30 travailleurs le cultiver. La parfumerie de la maison Chanel a décidé de relancer la manne en plantant plus de 600 arbres sur le territoire en 2020. L'objectif est de passer de 5 à 50 tonnes de production de néroli (autre nom de la fleur d'oranger). À ce jour, la totalité des fleurs cultivées à Vallauris par la famille Mul est consacrée à Chanel. Cette famille qui cultive des fleurs depuis 1905 est un partenaire privilégié de la marque de luxe depuis plus de 30 ans. L'accroissement de la culture du bigaradier permettra de lancer de nouvelles créations inspirées des parfums provençaux, à l'instar de la dernière en date, *« Paris-Riviera »*.

©Getty Images ©Cire Trudon ©CHANEL

## *LE BASILIC GÉNOIS, « L'OR VERT » AU-DELÀ DU PESTO*

**À l'origine, le basilic était réservé à un usage sacré par les peuples indiens et persans.** Ce n'est qu'à la fin du XIX[ème] siècle qu'il s'intègre dans la gastronomie italienne pour former le si célèbre pesto. Le basilic « Grand Vert », cultivé à perte de vue en Italie et particulièrement dans la région de Gènes, est utilisé aussi bien pour la cuisine que la parfumerie. Son essence végétale séduit de plus en plus de créateurs qui apprécient sa fraîcheur. Associé à d'autres plantes aromatiques comme la menthe ou la lavande, il compose des fragrances originales dans la parfumerie de niche, comme chez Trudon où il s'allie à la menthe dans la bougie *Abd El Kader*. Depuis quelques temps, des scientifiques travaillent sur la culture de basilic sous-marine en réponse aux défis climatiques que sa culture impose.

**François**
*Expert Voyage Visa Platinum*

*Vous avez envie de visiter un jardin aromatique ou une fabrique de parfums ? Votre expert Voyage Visa Platinum sélectionne pour vous les meilleures visites.*

Contactez-le sans plus attendre par mail à l'adresse serviceplatinum@visaplatinum.fr ou par téléphone au numéro indiqué au dos de votre carte.

# LE PARFUM DU FUTUR

*A quoi ressemblera le parfum de demain ? Les évolutions sociétales et technologiques donnent déjà un savant aperçu du chemin que la parfumerie emprunte peu à peu : intelligence artificielle (IA),* big data[1]*, personnalisation, responsabilité sanitaire et environnementale… Suivez le vent de tendance qui souffle sur notre précieux « jus » quotidien en observant les transitions d'ores et déjà initiées.*

## *PARFUMS ARTIFICIELS ?*

**L'intelligence artificielle s'infiltre de sphère en sphère, jusqu'à la parfumerie. Si de nombreuses maisons artisanales la rejettent, l'industrie de masse se laisse largement conquérir.** Le groupe suisse Givaudan, créateur de milliers de parfums chaque année, a investi dans une nouvelle technologie basée sur l'IA : Carto. Concrètement, elle prend la forme d'un écran intégré à une table mise à la disposition des parfumeurs. Ceux-ci sélectionnent différentes propositions d'ingrédients à assembler et en quelques minutes, un autre robot, relié à la machine, fabrique le parfum. Impressionnant ? Certes, mais la question de la déshumanisation du métier de nez se pose inévitablement. Comme nous le savons, l'odorat est le plus subjectif des sens et la puissance créative de la parfumerie en dépend de fait. Pour les représentants de la société Givaudan, le dessein de Carto est plutôt de simplifier les processus, souvent complexes, de création. La machine propose en effet une banque de données massive sur chaque ingrédient : son dosage, ses réglementations selon les régions du monde… Carto serait alors un allié plutôt qu'un substitut au nez humain.

Carto par Givaudan

Une créativité renforcée avant tout pour un profit maximisé : en supprimant les tests produits et en écourtant la durée de conception d'un parfum de 3 à 1 an, les maisons de parfum s'assurent un rendement optimal.

*Qu'en dit la profession ? Notre interview du parfumeur Jean-Claude Ellena vous donnera un avant-gout éclairé… Rendez-vous en pages 22-24.*

**Loin de lui envier l'IA, les concurrents de Givaudan s'y mettent activement aussi.** L'entreprise allemande Symrise a collaboré avec IBM pour développer l'outil Philyra. L'objectif : dépasser les frontières de la créativité humaine pour ouvrir d'autres paradigmes, par exemple en osant des associations inédites. Mais aussi être en mesure d'analyser la masse de données générées par les consommateurs : chiffres de vente, conversations sur les réseaux sociaux… C'est ce qu'a réussi la marque de parfum brésilienne O Boticário avec les fragrances « *Egeo on you* » et « *Egeo on me* », premières nées de l'intelligence artificielle en 2019. Le parfumeur, chef d'orchestre de la création sur l'outil Philyra, témoigne de l'inventivité de la machine, parvenue à assembler les odeurs de « *chaï latte* »[2], de fenugrec et d'Osmanthus pour un rendu original.

©OBoticario ©Givaudan

©Sillages ©Getty Images

## *LA PERSONNALISATION À TOUT PRIX*

**Pour de nombreux secteurs, la tendance est à la personnalisation des produits** pour rimer le plus possible avec les attentes de chaque individu et satisfaire davantage son expérience d'achat. La start-up Sillages, soutenue par Station F et par L'Oréal, élabore des parfums personnalisés vendus en ligne. Répondez à quelques questions sur vos goûts sur le site internet et vous recevrez trois propositions de parfum à votre domicile, créées grâce à un algorithme. Censé répondre précisément aux envies des clients, le flacon est remboursé s'il ne séduit pas. Maxime Garcia-Janin, jeune créateur de Sillages, justifie le créneau saisi par la volonté croissante des *millennials*[3] d'acheter en ligne et de posséder des produits différenciants. Dans un modèle classique pour les start-ups, Sillages optimise ses coûts en supprimant les intermédiaires et la publicité avec une vente 100 % en ligne.

**Dans la même optique d'hyper-personnalisation,** Samsung travaille sur le lancement du Perfume Blender, un outil conçu pour mettre en commun les ingrédients favoris des utilisateurs. Grâce aux parfums cités par ces derniers sur une application dédiée, l'algorithme tire les enseignements nécessaires à la conception d'une fragrance sur-mesure.
De son côté, Symrise développe Gen-Isys, un outil d'analyse des émotions basé sur des capteurs neuronaux pour évaluer les perceptions d'une odeur : expressions du visage, vitesse de réaction… Le futur n'a jamais semblé si proche.

## *TRANSPARENCE ET RESPONSABILITÉ*

**Parallèlement à la personnalisation, la cosmétique fait plus que jamais face aux exigences de responsabilité de la part des consommateurs :** ils demandent à connaître la composition des produits et leur mode de fabrication, la provenance des matières premières, leur impact sur la santé et l'environnement. En 2020, 73 % des consommateurs disent en effet être intéressés par un parfum développé selon des principes durables[4]. L'enjeu est de continuer à proposer les matières premières appréciées tout en envisageant leur transition écologique ; une démarche de long-terme. Mais également d'imaginer de nouvelles manières de concevoir les parfums. L'absolu d'une essence, pilier olfactif d'une fragrance et obtenu uniquement à partir de la pétrochimie à ce jour, laisse peu d'alternatives possibles hormis les huiles essentielles et les isolats (molécules issues du naturel). Les parfums bio sont rares en raison du lourd cahier des charges exigé par le label Ecocert (pas de molécules de synthèse ni d'additifs chimiques). Certaines marques passent alors au tout naturel, un modèle toutefois limité pour l'instant à 400 matières premières contre 4 000 en parfumerie conventionnelle. Le chemin des départements R&D[5] des parfumeries est donc encore long.

**L'impact environnemental se mesure aussi à la provenance des matières premières et au traitement des déchets.** Les maisons de luxe françaises travaillent sur une gestion plus durable des exploitations pour réduire l'impact carbone généré par l'approvisionnement. Pour limiter l'import de matières issues de régions lointaines et rapprocher la production, le groupe LVMH a réintroduit des filières de fleurs à parfum à Grasse. Par ailleurs, le recyclage investit la parfumerie, du flacon à la composition du jus. La marque Etat Libre d'Orange a ainsi créé une essence composée à 50 % de matériaux recyclés, au nom évocateur « *I Am Trash – Les fleurs du déchet* ».

**Les marques rivalisent d'inventivité pour s'adapter aux nouveaux consommateurs.** La nouvelle maison Ostens s'apprêterait à lancer prochainement des parfums 100 % transparents sur le dosage et la traçabilité de ses produits ; parfums a fortiori personnalisables au quotidien selon l'humeur de ses propriétaires. Loin de limiter les possibles des créateurs, les nouvelles donnes de la parfumerie semblent au contraire ouvrir de nouvelles portes.

[1] Méga données / données massives.
[2] Thé aux épices agrémenté de lait.

[3] Personnes âgées de 20 à 40 ans aujourd'hui. - [4] Etude menée par IFF, 2020. - [5] Recherche & Développement.
Sources : Publication de *Femina*, par Claire Dhouailly, février 2020.
Publication de *Lexpress.fr*, mise en ligne le 23 octobre 2019, par Monique Le Dolédec.
Publication de *Elle.fr*, mise en ligne le 1er mai 2019, par Vitoria Moura Guimaraes.

# SHOPPING PARFUMÉ

**Laurent**
*Expert Shopping*
*Visa Platinum*

*a sélectionné pour vous les parfums les plus délicats de la saison !*

## *UN INTÉRIEUR HARMONIEUX*

Kerzon réinvente les soins qui subliment le quotidien : ingrédients naturels, fabrication en France, au service d'un univers olfactif précieux et durable, pour toute la famille. Découvrez des bougies, soins pour le corps et lessives aux senteurs enchanteresses.

*Kerzon – à partir de 9 €*

-15 % de réduction[1]

sur le site www.kerzon.paris ou en boutique avec le code KERVISA, jusqu'au 30/08/2020.

## *DOUCES VOLUTES*

Dammann met à l'honneur les grands thés du monde entier pour faire voyager vos sens. Adoptez les rituels des maîtres thés et évadez-vous aux parfums de leurs émanations.

*Dammann Frères – à partir de 7 €*

-15 % de réduction[1]

sur le site www.dammann.fr avec le code VISATHE15.

©Kerzon ©Dammann Frères

## *ARTISAN DES SENS À VOTRE TOUR*

Si vous avez toujours rêvé de créer votre propre parfum, Wecandoo vous offre l'opportunité d'un atelier auprès d'un nez professionnel. Il vous livrera ses plus grands secrets et vous guidera vers votre ultime essence !

*Wecandoo – ateliers à partir de 59 €*

-10 % de réduction[1]

sur le site www.wecandoo.fr avec le code VISAP10.

## *CULTIVER SON JARDIN*

Fruits, fleurs et herbes aromatiques se donnent rendez-vous chez vous pour diffuser leurs arômes. Apprenez à cultiver vos jardins intérieurs à toutes les saisons grâce aux kits Click & Grow, simples et efficaces.

*Click & Grow – à partir de 9,95 €*

-25 % de réduction[1]

sur le site www.eu.clickandgrow.com avec le code VISAGARDEN25.

© Getty Images ©Click and grow ©Wecandoo

## *DÉCOUVERTES ŒNOLOGIQUES*

Lorsque nez et palais se rejoignent pour célébrer les nectars les plus fins, Nicolas propose une offre exclusive sur le champagne Dom Ruinart millésimé 2007. Faites appel au spécialiste du vin pour vous offrir des bulles estivales de grande qualité !

*Dom Ruinart brut millésimé 2007 – valeur : 187 €*

-10 % de réduction[1]

sur le site www.nicolas.fr avec le code RUINART, jusqu'au 31/08/2020.

## *BOUQUETS LUXURIANTS*

Faites entrer des parfums estivaux dans votre intérieur, ou envoyez un joli message odorant en offrant un bouquet. Florajet livre en 4 heures partout en France, 7 jours sur 7.** Profitez de votre avantage toute l'année !

*Florajet – à partir de 22,90 €*

-15 % de réduction et 9 euros de frais de livraison[1]

(au lieu de 12,90 €) sur l'ensemble du site florajet.com avec le code VISAVIP.

*… RETROUVEZ DE NOMBREUX AUTRES AVANTAGES PAGES 36 À 40 !*

[1] Offres soumises aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr. Prix en vigueur à la date de publication du magazine et communiqués à titre indicatif.
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.
**Conditions modifiées en période de Covid-19, voir sur www.florajet.com

# SANTÉ : LE POUVOIR DU NEZ

*Longtemps sous-exploités, les traitements médicaux par l'odorat intéressent de plus en plus de scientifiques et thérapeutes. Le lien puissant entre l'olfaction et la mémoire permet de développer de nouvelles manières de traiter des patients atteints de troubles cognitifs et psychologiques, mais aussi de penser des outils numériques qui viennent compléter les expertises humaines.*

**Dans son roman *Du côté de chez Swann* (1913), Proust décrit l'effet du goût d'une madeleine sur sa mémoire,** faisant émerger instantanément un souvenir d'enfance associé : ce gâteau sucré que sa tante Léonie lui apportait à Combray les dimanches matin. Le phénomène de « madeleine de Proust », depuis popularisé et étendu aux cinq sens, n'est pas sans fondement scientifique. En effet, la connexion entre l'odorat et le système limbique (cerveau des émotions et de la mémoire) facilite l'émergence de réminiscences olfactives plus ou moins précises. Ce syndrome est exploré en médecine, notamment à l'hôpital parisien de la Pitié-Salpêtrière où les odeurs sont utilisées pour solliciter la mémoire autobiographique des patients atteints de traumatismes crâniens et troubles de la mémoire. Ils parviennent ainsi peu à peu à se réapproprier leur quotidien. Des recherches sont à l'œuvre pour la maladie d'Alzheimer : faire sentir des odeurs de manière répétée pourrait permettre de fixer certains souvenirs et limiter la perte de mémoire.

**En psychologie, la force associative de l'odorat crée une médiation entre l'affect et le réel :** les patients parviennent d'autant plus vite à verbaliser leurs émotions avec l'aide d'odeurs associées. Une méthode particulièrement employée en thérapie de groupe, par exemple dans certains hôpitaux ou prisons. Les victimes de traumatismes sont invitées, par l'olfaction, à revivre des moments difficiles pour mieux les exorciser. On voit aussi se former des dispositifs d'accompagnement psychologique comme des lectures parfumées au chevet de patients se montrant particulièrement réceptifs. Olga Alexandre, diplômée en neuropsychiatrie et biochimie fine, a développé l'OSTMR*, méthode de thérapie olfactive qui vise à traiter des troubles psychologiques par le biais de stimuli olfactifs. En Biélorussie, elle a fondé un projet humanitaire, « Parfum des Anges » : elle applique ce procédé à des enfants malades pour les accompagner en améliorant leur sommeil, en stimulant leur appétit, mais aussi en diminuant leur perception de la douleur, facilitant ainsi des traitements pénibles comme les opérations ou les séances de kinésithérapie.

**Et dans le futur ?** Le Professeur israélien Hossam Haick a développé Nanose, nez électronique capable de détecter des maladies en analysant l'haleine des patients ; l'outil a même été décliné en version portative, le Sniffphone, connecté au smartphone pour transmettre directement les résultats au médecin traitant. Une véritable avancée technologique !

©Christin Hume / Unsplash

©Getty Images ©Vincent Carlier

* *Olfactory Stimulation Therapy and Memory Reconstruction* : Thérapie de Stimulation Olfactive et de Reconstruction de la Mémoire.
Sources : Publication sur le site *Sante.lefigaro.fr*, mise en ligne le 16 juin 2019, par Pascale Senk.
Publication sur le site *Nez-larevue.fr*, mise en ligne le 6 octobre 2019, par Anne-Sophie Hojlo.
Revue *Nez* n°1, Printemps/été 2016.



# FLAIR D'ARTISTES

*L'olfaction intrigue les artistes contemporains qui inventent d'autres façons de l'appréhender au contact de leurs domaines de prédilection, créant des expériences hors du commun pour les visiteurs curieux. Ainsi l'odorat s'introduit-il au théâtre, au musée et jusque dans l'espace ! Tour du monde des dernières créations les plus audacieuses, d'Abu Dhabi à Melbourne.*

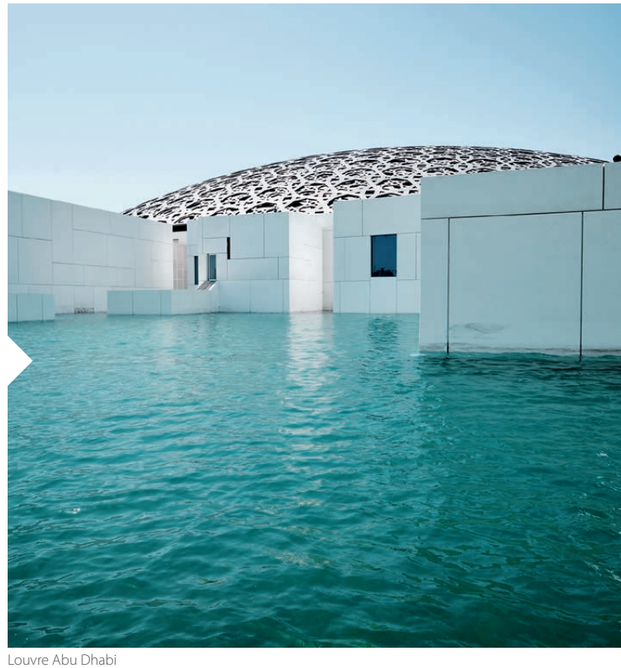
## *NUAGE PARFUMÉ*

Début 2020, le Louvre Abu Dhabi a accueilli une installation sensorielle inédite : **OSNI (Objet Sentant Non Identifié),** un nuage parfumé inspiré de *« L'Envol »* de Cartier et créé par le parfumeur de la Maison Cartier, Mathilde Laurent et l'entreprise énergétique Transsolar KlimaEngineering à l'occasion de l'exposition « 10 000 ans de luxe ». Les visiteurs furent invités à traverser ce nuage dans un cube de verre transparent, flottant sur l'eau, pour ressentir le parfum de Cartier, matérialisé dans l'air grâce à plusieurs strates de températures différentes. Magique.

## *« POÉSIE POUR LE NEZ »*

Le dramaturge Cyril Teste a tenu à **odoriser la mise en scène de sa pièce *Opening Night,*** présentée en France l'année dernière puis aux Etats-Unis[1]. Si l'ajout d'odeurs sur les planches remonte au XIX[ème] siècle où l'on commença à faire venir du café et des aliments sur scène pour partager leurs effluves avec le public, Cyril Teste a innové en attribuant un parfum à chaque personnage. Il a, pour cela, fait appel au parfumeur Francis Kurkdjian, qui a par exemple composé une fragrance à base de tubéreuse pour le rôle principal incarné par Isabelle Adjani. Une *« poésie pour le nez »* comme aime à l'appeler le metteur en scène, vouée à créer un lien spécial avec les spectateurs.

*Sagittarius B2*, œuvre olfactive de Vincent Carlier



Louvre Abu Dhabi

## *DANS LES TABLEAUX DE VAN GOGH*

À l'automne, il sera possible d'**entrer réellement en contact avec les œuvres de Van Gogh** à la galerie The Lume à Melbourne. Ce nouveau concept est développé par Bruce Peterson, spécialiste des expositions immersives. Il proposera de faire appel aux cinq sens pour découvrir l'œuvre du peintre et faire exploser ses émotions. On pourra donc non seulement voir, toucher, entendre, mais aussi sentir et goûter les tableaux de Van Gogh. On ne vous en dit pas plus !

## *SAGITTAIRE ODORIFÈRE*

***« Sagittarius B2 est un nuage moléculaire géant*** *composé de gaz et de poussières. Grâce à des analyses spectrographiques, on a découvert que ce nuage contenait, entre autres, une très grande quantité de formiate d'éthyle, substance aromatique [proche] de l'odeur du rhum et de la framboise. »*[2] Ainsi l'artiste Vincent Carlier a-t-il recréé l'odeur d'une partie de la constellation Sagittarius B2 à travers une œuvre olfactive, presque ésotérique...

[1] Informations issues d'une publication du site *Hyperallergic.com*, mise en ligne le 13 novembre 2019, par Mia Adorante.
[2] http://vincentcarlier.fr/sagitarius-b2/

# DIALOGUES DE SENS

*Il est des rencontres qui font vibrer le cœur et les sens. Le chef* ***Alain Passard*** *nous reçoit dans la galerie attenante à son restaurant, où il expose ses collages*[1]*. Il officie depuis 1986 à l'Arpège à Paris, triplement étoilé depuis 24 ans. Il alimente sa cuisine essentiellement légumière de ses propres potagers, animé par le respect des richesses offertes par la nature ; il a d'ailleurs obtenu une étoile verte au Guide Michelin 2020, nouveau label qui récompense les chefs dont la démarche allie gastronomie et écologie.*
*Face à lui,* ***Jean-Claude Ellena,*** *grand parfumeur, auteur des fameux* « Jardins », « Hermessences », « Terre » *d'Hermès et aujourd'hui Directeur de Création Olfactive de la Maison de parfum LE COUVENT. Nous avons réuni ces deux artisans du parfum et du goût pour discuter de leurs métiers. Entre deux photos avec des admirateurs, les artistes nous offrent un échange passionné autour de l'odorat.*

**Visa Platinum : Pour commencer, qu'est-ce que la gourmandise pour vous ?**
**Alain Passard :** La gourmandise, avant tout, c'est aimer la table. C'est quelque chose que l'on nous a enseigné quand on est enfant. C'est, dans une famille, des moments de table où l'on partage. Et surtout, ces moments de fourneaux où l'on mijote, quand on met dans la casserole une carotte ou un poireau, il y a le passeport du produit : la gourmandise, c'est avant tout la provenance des produits. On ne peut se régaler qu'à partir du moment où il y a le respect de la nature, des saisons et du produit, d'un maraîcher, d'un éleveur ou d'un pêcheur.

Alain Passard

**Jean-Claude Ellena :** Le goût, c'est d'abord de l'odeur. Quand on est enfant, on perçoit déjà les odeurs de la cuisine et c'est cela qui va éveiller ensuite à la parfumerie. On aimait la cuisine dans ma famille, c'était très important ; d'autant plus que notre père nous enseignait comment prendre le temps de sentir un plat avant de le déguster.

***Comment liez-vous la gourmandise et l'odorat ?***
**AP :** En cuisine, le côté olfactif est déterminant. On parvient à corriger un assaisonnement au nez : quand je sens une sauce en train de fumer, je suis capable de dire olfactivement si ça manque de sel, de poivre…
**JCE :** Depuis une vingtaine d'années, la cuisine est porteuse de tendances pour le parfum. C'est elle qui nous porte parce qu'on est plus novateur au niveau du goût que de la peau. Par exemple, le poivre de Timut est utilisé en cuisine depuis quelques temps. Il est notamment utilisé par le chef Olivier Roellinger dont je suis ami. Il y a quelques années, il m'a montré ce poivre, je lui en ai demandé 3 kilos, je l'ai distillé et trois ans après je l'ai utilisé dans un parfum, « *Rose & cuir* » chez Frédéric Malle.

***À l'inverse, Alain Passard, la parfumerie vous inspire-t-elle ?***
**AP :** Bien sûr, elle est un espace créatif fabuleux ! La parfumerie a aussi une saisonnalité : un parfum peut être automnal ou printanier, en fonction de ce qu'il se passe dans un jardin, une forêt ou dans la campagne. Dans mon restaurant, je travaille énormément le côté olfactif des vins et des champagnes. Je ne sers pas le même champagne au printemps qu'en automne parce que leurs parfums sont différents selon les saisons.

Jean-Claude Ellena

***Comment crée-t-on l'envie avec l'odorat ?***
**JCE :** En parfumerie, on va accrocher le nez des gens avec ce qu'ils connaissent et qu'ils vont retrouver inconsciemment, car ils ont besoin d'être rassurés : la vanille, les fruits rouges... Depuis les années 1980 et la massification de la parfumerie, on a rajouté des odeurs de pâtisserie et des odeurs familières pour attirer le grand public. Avant, le parfum renvoyait plutôt à l'exotisme (ylang, patchouli, vétiver…), il était plus élitiste.
**AP :** En cuisine, on donne envie grâce à des repères saisonniers. Ce que je trouve intéressant, c'est cette notion de rendez-vous tous les trois mois. L'arrivée des petits pois, des asperges, l'ail nouveau… Lorsque les premiers céleris raves sortent de terre, vous avez des essences fabuleuses ! Il faut pouvoir surprendre, parce que ce qui intéresse notre public, c'est d'être étonné par une harmonie, une imbrication particulière. Aussi, le parfum

©GPrado ©Jean-Claude Ellena

©Arpège



[1] Le Chef Passard réalise des collages avec des "papiers perdus" qu'il trouve dans sa vie quotidienne ou lors de ses voyages. Au départ, ses collages s'inspiraient de ses assiettes ; il a ensuite commencé à créer des recettes à partir de ses collages.
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Assiette végétale d'Alain Passard

est très séducteur en cuisine : qu'y a-t-il de plus beau que quand votre assiette arrive, que les parfums montent, avec l'éventail aromatique que l'on a dans un jardin : thym, romarin, sarriette, serpolet…

> « Se parfumer, c'est comme assaisonner un plat »
> ALAIN PASSARD

***Vous réalisez des collages inspirés de vos assiettes et dites par-là vouloir « donner une saveur à une couleur ». Comment donnez-vous une saveur à un parfum ?***
**AP :** Il y a toujours cette notion de relation à la saison. Quel est le parfum d'un mauve au printemps , en été, en automne ? En été, quel est le parfum d'une baie de cassis qui a ce mauve très marqué ? Un parfum qui a une saveur fruitée, florale, presque herbacée, qui me fait penser au basilic pourpre ! Au printemps, c'est un mauve plutôt légumier, comme le navet. C'est important de donner à chaque couleur un parfum, un mot. Le rouge fraise, c'est un parfum très précis. Si on prend le vert, je pense tout de suite à l'anis vert. C'est ce qui me permet d'avancer dans mon métier. La cuisine légumière est un métier artistique, il me faudrait 12 doigts pour la faire ! Le légume a un talent incroyable, la nature a écrit une poésie extraordinaire !
**JCE :** Je ne travaille pas avec la couleur mais je comprends bien ce que dit Alain Passard lorsqu'il évoque le lien entre la baie de cassis et le basilic pourpre. Je fais, moi aussi, des liens semblables : je vais par exemple utiliser la carotte pour son côté anisé.

***Comment mobilisez-vous les autres sens dans votre travail ?***
**JCE :** Le sens le plus utilisé en parfumerie est le toucher, qui rejoint le goût, parce qu'avec la bouche on est dans le toucher. Quand je cherche une odeur douce, râpeuse, sèche, minérale ou froide, je la modélise et j'essaie de trouver un moyen pour transmettre une sensation : donner de la chaleur, rendre un parfum très froid en termes olfactifs. Pour cela, j'utilise une palette de plusieurs centaines de matières premières naturelles et de synthèse ; je sais que la cardamome va me donner du froid alors que le girofle va me donner du chaud.

***Jean-Claude Ellena, quel rapport entretenez-vous avec la cuisine ?***
**JCE :** J'aime cuisiner. Quand je fais une tarte à l'abricot, j'ajoute des extraits d'Osmanthus, une fleur chinoise qui sent l'abricot et le thé, pour rehausser le goût. J'ai aussi travaillé avec plusieurs chefs. Alain Senderens[2] supervisait un hôtel-restaurant à Lyon et adorait les « *Hermessences* » que j'avais créées. Nous avons élaboré un menu autour de ces parfums. Pour le parfum qui contenait de la violette, il voulait utiliser l'extrait de cette même fleur. Je lui ai proposé plutôt ce que j'emploie en parfumerie pour évoquer la violette : la peau de concombre. Il a ensuite réalisé une marinade de thon enroulée dans de la peau de concombre. C'était merveilleux, ça représentait vraiment le parfum ! J'ai également travaillé

Collage réalisé par Alain Passard à partir de papier de récupération

[2] Alain Senderens était le chef étoilé de plusieurs restaurants parisiens. Pionnier des accords mets et vins en gastronomie, il s'est éteint en 2017.

avec Olivier Roellinger[3]. Je suis allé le voir en Bretagne, il m'a montré ses épices. J'ai créé un parfum qui sent la mer froide de Bretagne et les épices, « *Epices marines* » chez Hermès, qu'il vend dans sa boutique aussi.

***Alain Passard, quelle est votre relation au parfum ?***
**AP :** En cuisine, c'est compliqué. C'est un espace déjà très parfumé. J'aime le parfum sur les autres, mais ce que j'aime avant tout, c'est qu'on le devine. Se parfumer, c'est comme assaisonner un plat. Si j'ajoute un brin de fève tonka dans une confiture, je ne veux pas que vous la sentiez, je veux que vous soyez surpris !
**JCE :** Je vous comprends, je ne me parfume pas non plus car j'ai besoin d'être neutre ; comme en cuisine, cela dérange dans l'espace de création. Et quand je ne travaille pas, mon nez a besoin de repos. En fait, le parfum est merveilleux sur les autres !

***Qu'est-ce qui réunit le chef et le parfumeur dans l'exercice de leur métier ?***
**JCE :** Si vous laissez discuter un chef et un parfumeur sur le goût et les odeurs, vous vous apercevrez qu'ils ont à peu près le même langage ; ils arrivent à trouver des liens. Ce sont des métiers très techniques, le métier en lui-même nous sépare. Mais ce que nous avons en commun, ce sont des idées d'association : se dire « Mélanger ça et ça, ça devrait bien marcher ».
**AP :** Jean-Claude comme moi, on a une chance fabuleuse, c'est que notre métier est une aventure. On a mis la main sur un espace créatif inépuisable, c'est un solfège où on pourra toujours s'exprimer parce que tout reste à faire : avec un navet, un poireau… C'est merveilleux ! Jean-Claude, il faut vraiment qu'on fasse quelque chose ensemble avec les légumes !
**JCE :** Comme cela m'intéresserait de travailler les légumes en parfumerie ! J'ai créé l'« *Eau de campagne* » pour Sisley en 1976 à partir de l'odeur des feuilles de tomate. J'adorerais travailler

> « Le parfum, c'est de l'amour en partage »
> JEAN-CLAUDE ELLENA

les feuilles de céleri. C'est une superbe odeur qui sent l'été, les salades… Si Alain Passard me dit « On travaille ensemble sur le céleri », je dis oui !

***Vous arrive-t-il encore d'être surpris par ce que vous sentez ?***
**JCE :** Il faut de la surprise ! J'aime découvrir perpétuellement des facettes que je n'avais pas vues auparavant : un effet poivré dans une rose, un effet musqué dans une tubéreuse... Le contact de la nature va m'apporter l'information que je vais utiliser dans les parfums.

***Que pensez-vous de l'avenir de la parfumerie, notamment avec l'introduction de l'intelligence artificielle ?***
**JCE :** La parfumerie est complexe : il faut recenser les réglementations de chaque pays pour vérifier la conformité des produits à toutes les normes. Aucun cerveau humain n'est capable de se souvenir de toutes ces informations. A contrario, l'informatique fait un travail qu'on mettrait des jours entiers à réaliser. Là c'est utile. Mais il y a un moment donné où ça ne marche plus, je vais vous donner une réponse de Christian Bobin que je trouve très bien : « *La racine de l'intelligence, son centre invisible à partir de quoi tout rayonne, est l'amour. On n'a jamais vu et on ne verra jamais d'amour artificiel.*[4] » Le parfum, c'est de l'amour en partage. Je fais des parfums par amour, ce qui m'intéresse est de les partager. Ça ne se résume pas à une équation mathématique, il faut mettre de l'émotion et du sentiment, aucune machine ne peut le faire. Seul l'humain peut le faire et pour longtemps !

Entretiens réalisés les 21 et 24 janvier 2020 à Paris.
Contenu non contractuel.

## *LES TABLES DE L'ASSISTANT**

**Les fumets d'un restaurant vous séduisent ?**
N'hésitez pas à faire appel à votre Assistant qui, dès que cela sera possible, vous recommandera les meilleures tables partout en France et les réservera pour vous. Vous bénéficierez également d'avantages exclusifs dans une sélection de restaurants.

Contactez votre Assistant sans plus attendre par mail à l'adresse serviceplatinum@visaplatinum.fr ou par téléphone au numéro indiqué au dos de votre carte

[3] Olivier Roellinger est un chef cancalais étoilé, passionné par les épices.
[4] Christian Bobin est un auteur contemporain français de poésie en prose. Cette citation est issue du recueil *La nuit du cœur*, publié chez Gallimard en 2018.
*Accueil VIP, apéritif sur proposition du restaurant offert pour chaque convive, placement aux meilleures tables en fonction du plan de salle et selon disponibilité. Offre non cumulable avec d'autres promotions en cours. Offre non applicable sur les jours de menus spéciaux (Saint-Valentin, Saint-Sylvestre…). Offre soumise aux conditions générales du partenaire. Sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Contactez votre Assistant pour effectuer votre réservation.



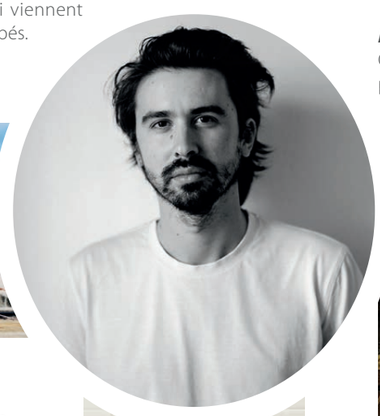
# LES SOUVENIRS OLFACTIFS DE BAPTISTE BOUYGUES

## FONDATEUR DE LA MAISON ORMAIE

*La maison de parfums Ormaie, lancée en 2019, est une affaire de famille. Baptiste Bouygues s'est entouré de sa mère, Anne-Lise Jonak, pour créer une marque hors des silos de la parfumerie. Ensemble, ils font d'Ormaie une entreprise écoresponsable et artisanale, dont les créations sont autant d'appels aux souvenirs : l'école, les vacances… Pour Visa Platinum, Baptiste Bouygues fait appel à sa mémoire et ouvre les portes de son univers olfactif.*

### *L'ODEUR DE MES VACANCES*
Je me rappelle être parti de mes 8 à 13 ans en vacances à la Grande-Motte. À la nuit tombée, les arroseurs automatiques se mettaient tous en route ; il se propageait une odeur de terre sèche, de végétation et de béton chauds qui viennent d'être trempés.

### *L'ODEUR DE MON ENFANCE*
La maison de mon enfance est celle de mes grands-parents à la campagne. Les odeurs du potager et des serres dans lesquelles poussaient les tomates sont celles qui me reviennent le plus.



### *MA MADELEINE DE PROUST*
C'est l'odeur du garage de mes grands-parents. Mon grand-père y sculptait. Je pouvais le regarder pendant des heures. Il y avait cette odeur de bois sec, qui se mariait à l'humidité de la cave à vin adjacente.

### *MON PREMIER SOUVENIR OLFACTIF*
J'ai habité jusqu'à mes 6 ans en Thaïlande. Nous vivions sur une jonque. Je me souviens distinctement des odeurs des chantiers navals, du goudron et de l'anti-fouling qui venaient consolider la coque en bois du bateau.

### *L'ODEUR QUI ME RÉCONFORTE*
Comme beaucoup de personnes, je dirais l'odeur de la lessive qu'utilisaient nos parents étant petits. Particulièrement l'odeur des draps propres qui ont été repassés.

©Vincent Desailly ©Ormaie ©Getty Images ©S.W. / Unsplash ©Chad Stembridge / Unsplash

### *ORMAIE*
Chaque création d'Ormaie fait la part belle à des réminiscences, aussi bien qu'aux œuvres de bois sculpté qui font office de bouchons. « ***Yvonne*** » est une rencontre avec la grand-mère de Baptiste et son parfum chypré ; la réglisse de « ***Papier Carbone*** » fait émerger des souvenirs d'écolier ; coup de cœur pour « ***Les Brumes*** » qui emmène en voyage en Toscane avec ses notes hespéridées !

©LE COUVENT ©Getty Images

# AGENDA

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.

**Solène**
*Experte Culture*
*Visa Platinum*

*a sélectionné pour vous les rendez-vous culturels incontournables de la saison.*
*Retrouvez vos événements les plus parfumés à l'aide du symbole !*

## TOUTE L'ANNÉE

### LIEUX DIVERS

**01 *Théatre odorant***
*Compagnie Le Tir et la Lyre*

La compagnie Le Tir et la Lyre développe à travers ses créations une recherche artistique innovante : le théâtre olfactif. Retrouvez ses derniers spectacles sur son site internet : www.tiretlalyre.com

### VERSAILLES

**02 *Conférence olfactive***
*Osmothèque*

L'Osmothèque, conservatoire de parfums unique au monde, vous invite toute l'année à des conférences interactives sur l'histoire de la parfumerie de l'Antiquité à nos jours.

### PARIS

**03 *Paris fragrant***
*Musée Fragonard*

Le récent Musée du Parfum Fragonard vous dévoile les secrets des parfums de l'Antiquité à nos jours lors de visites gratuites et de conférences mensuelles à deux pas de l'Opéra Garnier. Le Musée propose aussi des ateliers de création de parfum.

Offre : Vos invitations offertes pour l'atelier "Apprenti parfumeur", à récupérer auprès de votre Assistant."

### GRASSE

**04 *L'histoire du parfum***
*Musée International de la Parfumerie*

Plongez dans l'histoire de la parfumerie à travers les âges et les civilisations ; remontez jusqu'à l'Antiquité et découvrez ses secrets à travers une collection exceptionnelle, en intérieur et en extérieur.

### BORDEAUX

**05 *Divins nectars***
*Cité du Vin*

Plongez dans l'univers des vins du monde entier à travers un parcours historique, artistique et sensoriel envoûtant à la Cité du Vin.

### ROUBAIX

**06 *Parcours des sens***
*Tous les dimanches*
*La Piscine, Musée d'Art et d'Industrie de Roubaix*

Explorez l'art sous un nouveau jour grâce au « Parcours des sens » de La Piscine, qui fait la part belle à l'odorat, lors de visites guidées sur le thème des sens.

©Cantine des odeurs - Gilles Boustani @LOsmothèque ©Musée Fragonard ©Musées de Grasse ©Cité du Vin / Anaka / Casson Mann ©Renaud Alouche
©Getty Images

## CET ÉTÉ

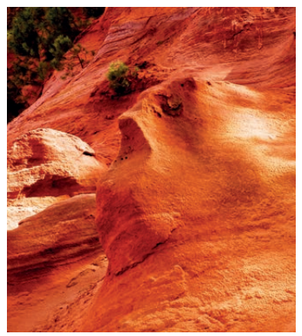
### LES PLUS BELLES BALADES EN FRANCE

### ALSACE

**07 *Sur la route des vins d'Alsace***
*De Marlenheim à Thann*

En voiture ou à vélo, partez à la découverte des vignobles verts et vallonnés de l'Alsace. De beaux villages vous attendent ; n'oubliez pas de visiter Obernai et Riquewihr, joyaux régionaux!

### VAUCLUSE



**08 *Le « Grand Canyon » français***
*Ocres du Roussillon*

Le sentier des ocres vous transporte en voyage en Arizona… français ! Ce paysage minéral remarquable promet dépaysement et émerveillement pour tous.

### CHARENTE MARITIME

**09 *Au fil de l'estuaire***
*Royan Atlantique*

Le village magique de Talmont-sur-Gironde, en surplomb de l'estuaire, flotte au milieu de l'eau. A proximité, la plage de Meschers-sur-Gironde offre elle aussi un paysage côtier insolite dû à ses grottes troglodytiques.

### CÔTE D'OPALE

**10 *Le chant des oiseaux***
*Réserve naturelle du platier d'Oye*

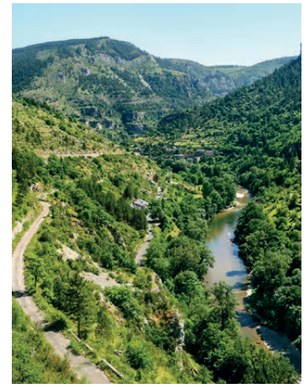
Au bord de la Manche, cette réserve naturelle ornithologique révèle des richesses biologiques incomparables, dans un cadre atlantique superbe. De nombreuses balades y sont possibles.

### CÔTE D'ALBÂTRE

**11 *Allons voir les roses***
*Veules-les-Roses*

Véritable bijou normand, le village de Veules-les-Roses émerveille aussi bien pour les fleurs qui le décorent, ses longères à colombages, que son bord de mer et ses « falaises impressionnistes ».

### TARN



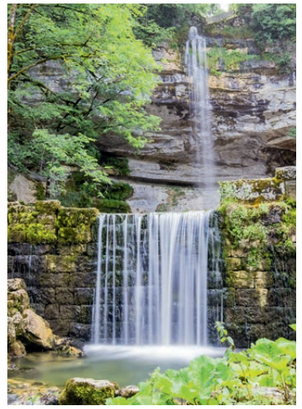
**12 *Grandeur nature***
*Montagne Noire du Tarn*

Derrière un nom mystérieux, la Montagne Noire du Tarn cache un chemin de randonnée paisible, mêlant végétation et vestiges architecturaux, vue sur le Massif des Pyrénées et du Minervois.



*Offre soumise aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines offres ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

JURA



## 13 *En cascades*

*Jura français*

Les eaux jurassiennes jaillissent en chutes spectaculaires : les cascades du Hérisson, des Tufs, de Baume-les-Messieurs et bien d'autres promettent des balades revigorantes aux estivants en quête de fraîcheur !

JUSQU'À NOVEMBRE - GRASSE

## 14 *Jardins luxuriants*

*Musée International de la Parfumerie*

Les collections de plantes odorantes et les champs de fleurs du Musée International de la Parfumerie vous promettent une promenade délicieuse à Grasse, berceau du parfum.

# SEPTEMBRE

DÈS SEPTEMBRE - FONTEVRAUD

## 15 *Un nouveau musée d'art moderne*

*Abbaye Royale de Fontevraud*

Inaugurez la collection d'art moderne des époux Cligman, récemment réunie dans l'Abbaye de Fontevraud. Près de 300 œuvres sont à contempler : Bernard Buffet, André Derain, Robert Delaunay…

16 > 20/09 - PARIS

## 16 *Itinéraire parfumé*

*Parcours à travers Paris*

Chaque année, les Rives de la Beauté élaborent un parcours dédié à la beauté et au parfum pour ouvrir aux créations contemporaines à travers des expositions et ateliers.

26/09 > 08/11 - CHAMALIÈRES

## 17 *Nuits d'encre*

*Bourg de Chamalières*

La ville de Chamalières, berceau de l'imprimerie, accueille la Triennale mondiale de l'estampe en 2020. Un événement à ne pas manquer pour admirer des estampes anciennes et contemporaines !

DÈS SEPTEMBRE - PARIS

## 18 *Jeter l'ancre*

*Hôtel de la Marine*

L'Hôtel de la Marine, entièrement réhabilité par le Centre des Monuments Nationaux, réouvre les portes de son superbe bâtiment Place de la Concorde. Un parcours sensoriel vous invitera à le visiter en aiguisant votre odorat !

©Getty Images ©Musées de Grasse ©Abbaye de Fontevraud ©www.andrecaty.com ©A. Leprince ©Jean-Pierre Delagarde - CMN

©Getty Images ©SELENITES FILMS - Quentin Caffier

29/09 > 04/10 - CHAMPAGNE

## 19 *Guerres et paix au cinéma*

*Châlons-en-Champagne, Suippes, Mourmelon*

Au cœur de la Champagne, le festival de cinéma international *« War On Screen »*[1] propose plus de 100 courts et longs métrages qui consacrent l'histoire et la paix dans les territoires.

# OCTOBRE

24 & 25/10 - CHABLIS

## 20 *Millésime 2020*

*Bourg de Chablis*

Prenez part à la Fête des Vins de Chablis qui signe la naissance du nouveau millésime autour de manifestations traditionnelles et dégustations.

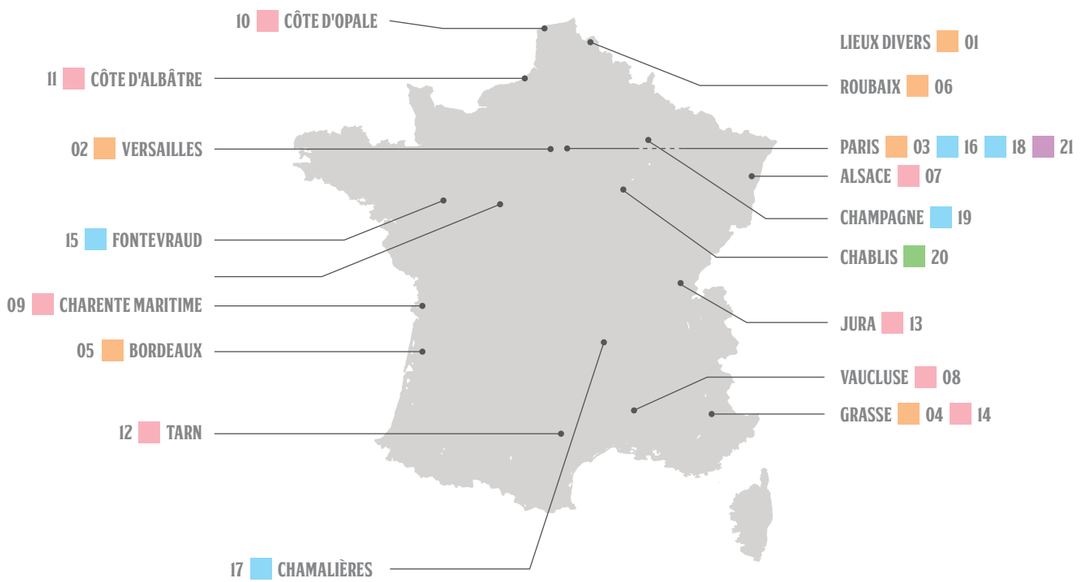
# NOVEMBRE

25/11 > 19/12 - PARIS

## 21 *Art, odeur et sacré*

*Galerie Pauline Pavec*

La galerie Pauline Pavec accueille en novembre « Odore », première exposition consacrée au rôle de l'odorat dans l'histoire de l'art. On y découvrira les liens intimes entre l'art, l'odeur et le sacré à travers des œuvres des XX[ème] et XXI[ème] siècle.



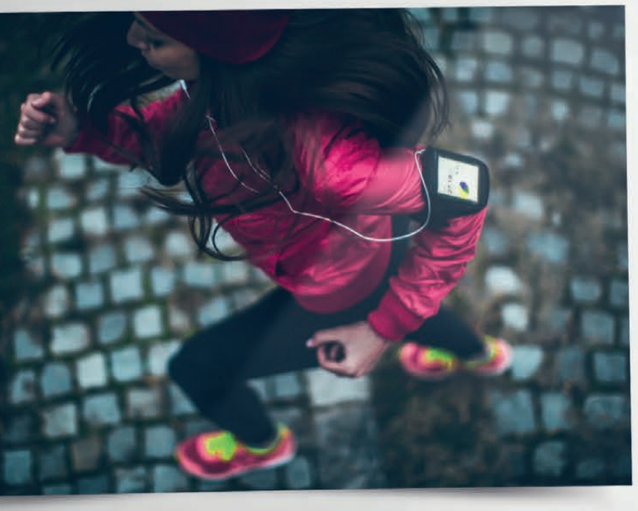

*Pour plus de détails, contactez votre Assistant par mail à l'adresse serviceplatinum@visaplatinum.fr ou par téléphone au numéro indiqué au dos de votre carte.*

[1] La guerre à l'écran.



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

# INNOVATIONS & DÉCOUVERTES OLFACTIVES



## *SUEURS SUAVES*

**Des vêtements de sport inodores après l'effort ?** Un biologiste belge et une styliste britannique ont pris le pari et conçu un vêtement anti-odeurs en incrustant des bactéries probiotiques dans le tissu pour qu'elles contrôlent les bactéries à l'origine des odeurs corporelles. Le vêtement, SKIN II, devrait être commercialisé prochainement.

**Encore plus osé : transformer la sudation en parfum ?** Des chercheurs de l'Université de Minho au Portugal ont modifié la composition du coton pour y introduire un arôme de citronnelle qui se libère en réaction à la sueur.

## *PARFUM DE REINE*

**Deux archéologues ont réussi à recréer le parfum de Cléopâtre** à partir de résidus trouvés dans des amphores datant du III[ème] siècle avant notre ère. Ces résidus, inodores, ont toutefois permis d'identifier les ingrédients associés à cette fragrance enivrante (myrrhe, cardamome, cannelle), prolongeant la légende quant aux effets séducteurs de son parfum sur l'empereur romain Marc Antoine.

## *FÉTICHES*

**La jeune maison D'Orsay innove** en lançant un objet nomade fondé sur une technologie de billes : les « Fétiches », jolis bijoux à garder toujours sur soi. Proposés en trois tailles, ils s'adaptent à un sac à main, une valise ou une boîte à gants. Le principe : parfumez les billes de votre fragrance favorite en amont et agitez ensuite le Fétiche pour libérer la senteur ! Il vous permettra de parfumer délicatement vos vêtements, tout au long de la journée.

©Getty Images ©Fendi ©Distillerie de Paris ©D'ORSAY PARIS ©Hermetica

## *DOUBLES ALAMBICS*

**Voilà quatre ans que la Distillerie de Paris fabrique des spiritueux** au sein-même de la capitale. Depuis peu, ses alambics ont trouvé une fonction inédite, celle de produire des parfums. *« Le parfum et les spiritueux ont tant de choses à se dire »*, explique Nicolas Julhès, le fondateur. Un rapprochement technique audacieux !

## *L'ODEUR DE LA BAGUETTE*

**La Baguette, sac à main iconique de Fendi, évolue** au contact du parfumeur Francis Kurkdjian. Ce dernier a été sollicité par la marque pour en créer une édition parfumée limitée. Le premier sac parfumé de l'histoire, récemment décliné en version « micro-sac », le Nano Scented Baguette.

## *SAVANTES MOLÉCULES*

**Hermetica invente les « parfums de demain » :** éco-responsables, sans alcool et moléculaires. Leur technique puise dans les pratiques ancestrales de l'alchimie. Plutôt que de choisir entre ingrédients naturels et synthétiques, les deux sont mêlés, sans ajout d'alcool pour une senteur plus pure. Une première en parfumerie. Hermetica propose aussi des tatouages parfumés, une innovation sensorielle sympathique à tester en magasin !

*RETROUVEZ LES ADRESSES DE VOS COUPS DE CŒUR DANS VOTRE CARNET D'ADRESSES PAGE 41 !*

# VISA PLATINUM À VOTRE SERVICE

Le Service Visa Platinum a pour vocation de vous simplifier la vie. Bénéficiez des services pratiques de votre carte Visa Platinum : de vos tâches quotidiennes à vos exploits les plus extrêmes, une équipe d'Assistants est à votre disposition six jours par semaine.
Vous ne savez pas comment faire appel à votre Assistant ? Vous pensez ne pas en avoir besoin ? Tournez ces pages pour en apprendre davantage sur votre Service Visa Platinum !

Vallée des Cévennes, France

Getty Images

01 | POURQUOI ?

# LES ATOUTS DU SERVICE VISA PLATINUM

*Le Service Visa Platinum est constitué d'une équipe d'Assistants dont la mission est de faciliter votre quotidien tout en vous faisant gagner du temps et de l'argent. Mais concrètement, comment ça se passe ?*

### *POURQUOI CONTACTER MON ASSISTANT VISA PLATINUM ?*

Vous souhaitez organiser un voyage sur-mesure, vous faire conseiller sur une pièce de théâtre à ne pas manquer, contacter un artisan de confiance ou trouver un très bon restaurant ? Vos Assistants Visa Platinum répondent à toutes vos sollicitations Voyage, Gourmet, Lifestyle et Pratique, des besoins les plus concrets aux plaisirs qui réenchantent votre quotidien.

### *COMBIEN COÛTE LE SERVICE VISA PLATINUM ?*

Le Service Visa Platinum est compris dans votre cotisation carte ! Votre Assistant répond à vos demandes en respectant votre budget. Vous validez la proposition qui vous convient puis la prestation vous est facturée par les partenaires, sans coût supplémentaire.

### *POURQUOI RENSEIGNER LES PRÉFÉRENCES DANS VOTRE ESPACE MEMBRE ?*

Paramétrez votre compte Visa Platinum pour recevoir des propositions personnalisées en fonction de vos centres d'intérêt et de votre emplacement géographique : idées shopping, conseils gourmets ou recommandations d'adresses près de chez vous. Retrouvez également dans votre compte les informations sur les services de votre carte : assurances, assistance.

## *LES RECOMMANDATIONS DE VOTRE ASSISTANT*

### *1. DES VACANCES À LA DERNIÈRE MINUTE*

Vos plans de vacances ont changé et vous avez besoin de tout réorganiser ? Contactez votre Assistant qui s'occupera de votre séjour de A à Z.

### *2. LOUER UN APPARTEMENT OU UNE VILLA*

Vous cherchez une location pour vos vacances ? Votre Assistant déniche la perle rare et la réserve pour vous.

### *3. RÉSERVER L'EXCURSION IDÉALE POUR TOUTE LA FAMILLE*

Vous voulez faire plaisir à votre famille en préparant une excursion surprise ? Vous pouvez compter sur les idées originales de votre Assistant et ses réductions exclusives sur une sélection de partenaires.*

### *4. PRÉPARER SON SÉJOUR*

Vous avez planifié votre voyage et avez besoin de recommandations ? Votre Assistant édite pour vous des *city-guides*** personnalisés avec les meilleures adresses.

### *5. TROUVER UN ÎLOT DE FRAÎCHEUR*

Vous avez envie de vous mettre au frais ? Votre Assistant vous recommande les destinations idéales et réserve l'ensemble de votre séjour.

***Pour en savoir plus, contactez votre Assistant par mail à l'adresse serviceplatinum@visaplatinum.fr ou par téléphone au numéro indiqué au dos de votre carte.***

*Offres soumises aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines offres ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr.
**Guides touristiques de villes.



©Getty Images

02 | QUI ?

# L'EXPERTE CULTURE VISA PLATINUM

*Ils s'appellent Alexandra, Antoine, Solène, Alimatou, Dario, Damien, Margaux, Juliette, Laurent et ce sont les Assistants qui répondent à vos questions du lundi au samedi de 9 h à 21 h, hors jours fériés. Découvrez Solène, votre Experte Culture.*

SOLÈNE EXPERTE CULTURE

Et si vous vous laissiez guider par votre odorat ? Solène a concocté pour vous un *road-trip** à travers les lieux les plus odorants de France !

ABBAYE DE BELVAL

Dégustation de fromages et bières de l'Abbaye de Belval : aiguisez votre palais !

MOIRANS-EN-MONTAGNE

Visitez la fabrique de jeux en bois de Moirans-en-Montagne, capitale du jouet, et renouez avec des senteurs d'enfance.

MARENNES

Longez le magnifique chenal ostréicole de Marennes en petit train et laissez-vous envahir par les embruns océaniques.

PARC NATUREL RÉGIONAL DU LUBERON

Participez à une cueillette de plantes odorantes sauvages en pleine nature.

CARNAVEILLES-LES-BAINS

Un moment de détente profonde aux bains de souffre de Carnaveilles dans un cadre montagneux superbe.

MARSEILLE

Apprenez à préparer la bouillabaisse auprès de Gilles lors d'un parcours riche en parfums : suivez-le à la criée du matin sur le Vieux Port, au marché des Capucins puis dans sa cuisine pour une leçon privilégiée.

©Abbaye de Belval ©Getty Images – création ©Marion Dorel

*Un *road-trip* est un voyage d'agrément effectué sur les routes. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.
Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.

# MON PROGRAMME VISA PLATINUM :
## TOUT AU LONG DES VACANCES !

*L'équipe d'Assistants Visa Platinum vous aide à réaliser vos envies toute l'année, du lundi au samedi de 9 h à 21 h, hors jours fériés. Clément, porteur de la carte Visa Platinum, a contacté son Assistant pour l'aider à organiser ses vacances avec sa compagne à la dernière minute. Malgré les délais impartis, il veut que tout soit parfait ! Heureusement, Clément peut compter sur les ressources de son Assistant.*

*Clément, 45 ans*
*Porteur de la carte Visa Platinum*

01

**OFFRE JUSQU'À –25 %***

### JE SOUHAITE LOUER UN CABRIOLET**.

**Pour profiter pleinement de mon voyage et de ses parfums, j'ai envie de louer une voiture à toit ouvrant à mon arrivée à l'aéroport. Soyons fous !**

Grâce à mon Assistant, je bénéficie d'une réduction sur les locations de véhicules Avis. Il s'occupe de la réservation de mon cabriolet et **j'économise jusqu'à 25% sur le coût de la location !**

Offre : Jusqu'à –25 % de réduction sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

02

**RECOMMANDATION CULTURELLE**

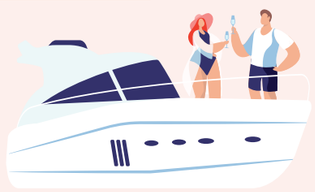
### JE CHERCHE UNE IDÉE DE VISITE INSOLITE.

**Je souhaite faire une activité qui me plonge dans la culture locale mais qui sorte des sentiers battus ; surprenez-moi !**

Mon Assistant regorge de bonnes idées. **Je le sollicite pour qu'il me fasse différentes propositions d'excursions.** Il revient vers moi avec des idées originales : dégustation de produits sur un marché caché, visite du quartier street-art de la ville... Il n'y a plus qu'à choisir !

03

**OFFRE DE -10 %***



### JE SOUHAITE ORGANISER UNE EXCURSION ROMANTIQUE.

**Je souhaite faire une surprise à ma compagne en lui réservant une journée en bateau.**

Mon programme Visa Platinum me permet de bénéficier toute l'année de **10 % de réduction exclusive sur les activités proposées sur le site Tiqets.com :** visites guidées, spectacles privilégiés... Je réserve l'activité idéale et c'est parti pour la visite !

Offre : -10 % de réduction sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

04

**RECOMMANDATION GOURMET**

### JE CHERCHE UN RESTAURANT POUR LE SOIR DE MON ARRIVÉE.

**Je souhaite dîner dans un bel endroit le soir de notre arrivée, idéalement avec vue.**

Je contacte mon Assistant pour recourir à ses recommandations. 2 heures plus tard, il me propose une sélection de tables en accord avec mes envies et mon budget grâce aux Tables de l'Assistant, carnet d'adresses des meilleurs restaurants partout en France.

05

**GARANTIE AIR REFUND***



### MON VOL A ÉTÉ RETARDÉ. QUE FAIRE ?

**À mon arrivée à l'aéroport, j'apprends que mon vol a été retardé.**

Je peux faire appel à **AirRefund**, partenaire exclusif de Visa, qui m'informera de mes droits et effectuera les démarches administratives et juridiques à ma place afin d'obtenir une indemnisation s'il y a lieu.

### *VOTRE ESPACE MEMBRE CONNAÎT VOS PRÉFÉRENCES*

Adresses inédites, avantages exclusifs et services pratiques à portée de clic.

**1. RENSEIGNEZ** les thématiques qui vous intéressent le plus parmi 5 univers.

**2. DÉCOUVREZ** des avantages inédits sur vos marques préférées.

**3. ACCÉDEZ** à des idées de sorties près de chez vous : bonnes adresses et événements correspondant à vos attentes.

**4. FAITES UNE DEMANDE** à votre Assistant pour profiter de recommandations encore plus personnalisées.

Rendez-vous sur www.visaplatinum.fr

### *A VOTRE TOUR DE CONTACTER VOTRE ASSISTANT !*

Comment faire ?

**1. PAR TÉLÉPHONE :** au numéro indiqué au dos de votre carte Visa Platinum

**2. PAR MAIL :** serviceplatinum@visaplatinum.fr

**3. VIA L'ESPACE MEMBRE :** www.visaplatinum.fr

**4. VIA L'APPLICATION :** à télécharger gratuitement sur le site www.visaplatinum.fr sur App Store ou Google Play.

Une fois sollicité, votre Assistant vous envoie au plus vite des propositions personnalisées et chiffrées. Vous n'avez plus qu'à choisir et votre Assistant s'occupe du reste !

©Getty Images



*Offres soumises aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr. Garantie Air Refund sous condition d'éligibilité.
**Sous réserve de disponibilité en agence.

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.

*TEMPS GAGNÉ + ARGENT ÉCONOMISÉ =*

# UNE RANDONNÉE À TRAVERS LES SENTEURS DE LA SAISON

*La famille Berthe profite de ses vacances. Avec l'aide de leur Assistant, Julia et Maxime ont prévu une belle randonnée, pleine de promesses olfactives ! A travers le pin, le laurier, la sarriette… ils se laissent envahir par les effluves délicieux de la promenade, guidés par les meilleures offres et idées de leur Assistant.*

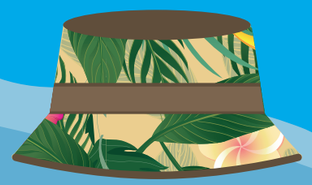
## UN ÉQUIPEMENT DE QUALITÉ

**Pour parcourir le maquis confortablement**

Un bon équipement est le premier allié d'une randonnée appréciée. Grâce à leur Assistant, les membres de la famille bénéficient d'une réduction toute l'année chez Go Sport (une tenue complète par adulte + une tenue complète par enfant : 825 €).

: 125 €[1] | : 1 heure 30[1]

Offre : -15 % de réduction dans les magasins Go Sport grâce à un coupon à récupérer sur votre espace membre, votre application ou à demander à votre Assistant.*



## UN BEAU CHAPEAU

**Pour s'abriter élégamment**

Randonner, oui, mais avec style ! Julia et Maxime souhaitent arborer un chapeau élégant . Grâce à leur Assistant, ils vont pouvoir acheter l'accessoire de leur choix au Printemps, où ils bénéficient d'une réduction exclusive (2 chapeaux : 80 €).

: 8 €[1] | : 30 minutes[1]

Offre : -10 % de réduction dans les magasins Printemps, sur présentation du code-barre à récupérer sur votre espace membre, votre application Visa Platinum ou à demander à votre Assistant.*

## DES CONTENANTS DE PIQUE-NIQUE PRATIQUES ET DESIGN

**Pour un transport nomade, simplifié et respectueux de l'environnement**

Qu'il est appréciable de profiter d'un pique-nique frais et facile à transporter ! L'Assistant Visa Platinum le sait bien et a trouvé l'offre parfaite pour notre équipe de randonneurs : une réduction sur les produits de la marque MonBento (2 bentos adulte + 2 bentos enfants + 2 bouteilles thermiques + 4 sets de couverts : 243 €).

: 36 €[1] | : 1 heure[1]

Offre : -15 % de réduction sur l'ensemble du site internet www.monbento.com avec le code VISA15.*

GO SPORT · BIVOUAK · PRINTEMPS · ACCOR · monbento

## UNE PROTECTION SOLAIRE SÛRE ET ÉCO-RESPONSABLE

**Pour profiter du soleil en toute sécurité****

Mixtes, nomades, éco-responsables, les produits BIVOUAK sont pensés pour accompagner toutes les aventures. L'Assistant Visa Platinum propose à la famille Berthe une réduction exclusive sur la gamme OUTDOOR* (soin solaire naturel + savon multi-usage biodégradable x2 : 72 €).

: 11 €[1] | : 30 minutes[1]

Offre : -15 % de réduction sur l'ensemble du site internet www.bivouak-paris.com avec le code VISASUMMER, jusqu'au 31/08/2020.*

***Ne restez pas trop longtemps au soleil, même en utilisant une protection solaire. Gardez les bébés et les enfants en bas âge éloignés de l'exposition directe du soleil. La surexposition au soleil est dangereuse pour la santé.*

: Économie : Gain de temps

[1] Économie et gain de temps à titre d'exemple.

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.



©Getty Images ©MON BENTO ©BIVOUAK

## UN HÔTEL & SPA SALUTAIRE

**Pour une détente bien méritée après la randonnée**

La famille Berthe n'a pas démérité lors de cette marche de plusieurs heures. Pour se reposer, les parents ont fait appel à leur Assistant qui a déniché un superbe hôtel & spa du groupe Accor (2 chambres classiques , 600 €).

: 60 €[1] | : 30 minutes[1]

Offre : - 10 % de réduction sur la base du meilleur tarif disponible au moment de la réservation pour une chambre double, 1 crédit de 30 € (ou équivalent monnaie locale) à valoir durant le séjour et par chambre, sur les repas et boissons pris à l'hôtel, arrivée matinale ou départ tardif jusqu'à 14 h selon disponibilité.

**Grâce à leur Assistant Visa Platinum, Julia et Maxime ont pu économiser du temps et de l'argent**

**: 240 €**
Sur un budget initial de 1820 €, soit 13 % d'économies.

**: 4 H**

Pour préparer vos vacances, faites appel à votre Assistant et profitez de nombreux avantages grâce à nos marques partenaires, gagnez du temps et économisez de l'argent.

*Offres soumises aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr. Prix en vigueur à la date de publication du magazine et communiqués à titre indicatif.
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

# LES PARTENAIRES VISA PLATINUM

*Votre carte Visa Platinum est le sésame pour un monde d'avantages. Voyage, shopping, gastronomie, culture, bien-être… autant d'univers à découvrir tout au long de l'année sur l'espace membre et l'application Visa Platinum ou auprès de votre Assistant. En voici un aperçu :*

AVANTAGES

ACCOR

**Réductions et avantages exclusifs** dans les hôtels du groupe Accor, à retrouver auprès de votre Assistant.

AVANTAGES

***LES TABLES DE L'ASSISTANT***

**Une sélection des meilleures tables,** partout en France, et de nombreux avantages, depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

-25 %

AVIS

**Jusqu'à - 25 % de réduction** sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

-15 %

onepark

**-15 % de réduction** sur votre 1ère réservation sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

-10 %

Tiqets

**-10 % de réduction** sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

-55 %

PromoParcs.com

**Jusqu'à -55 % de réduction** sur un site web dédié à retrouver depuis votre espace membre ou votre application Visa Platinum.

-15 %

GO SPORT

**-15 % de réduction** dans les magasins Go Sport grâce à un coupon à récupérer sur votre espace membre, votre application Visa Platinum ou à demander à votre Assistant.

-10 %

Weekendesk

**-10 % de réduction** sur www.weekendesk.fr avec un code à récupérer auprès de votre Assistant.

***RETROUVEZ DE NOMBREUX AUTRES PARTENAIRES SUR L'ESPACE MEMBRE ET L'APPLICATION VISA PLATINUM.***

CYRILLUS PARIS · PRINTEMPS · PATHÉ GAUMONT · Whirlpool SENSING THE DIFFERENCE · florajet

Téléchargez gratuitement votre application sur l'App Store, le Google Play Store ou sur le site www.visaplatinum.fr

Offres soumises aux conditions des offres Visa Platinum et aux conditions générales des partenaires Visa Platinum, sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Certaines ont une durée de validité limitée. Détails et conditions des offres auprès de votre Assistant Visa Platinum ou sur www.visaplatinum.fr

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.



©Getty Images ©The Noun Project

©Getty Images

# Carnet d'adresses

**Abbaye de Belval**
437 Rue Principale, 62130 Troisvaux
www.abbayedebelval.fr

**Bains de Carnaveilles**
Nyer, 66360

**Cité de l'Huître de Marennes**
Chenal, La Cayenne, 17320
www.cite-huitre.com

**Compoz™ – Artiris**
www.artiris-parfum.com

**Cours de cuisine avec Gilles – Marseille**
http://www.provence-plaisirs.com/journee-cours-de-cuisine-avec-gilles-sur-marseille-26-html

**D'Orsay Paris**
44 rue du Bac, Paris 7
www.dorsay.paris

**DISTILLERIE DE PARIS**
60, rue du Faubourg Saint-Denis, Paris 10
www.parfum.distillerieparis.com

**HERMETICA PARIS**
Printemps Haussmann, Paris 9
(autres points de vente dans le monde, cf. site web)
www.us.hermetica.com

**L'Arpège – Alain Passard**
84 rue de Varenne, Paris 7
www.alain-passard.com

**LE COUVENT**
www.lecouventparfums.com

**Louvre Abu Dhabi**
Saadiyat – Abu Dhabi
www.louvre.fr/louvre-abu-dhabi

**Musée du jouet de Moirans-en-Montagne**
5 Rue du Murgin, 39260
www.musee-du-jouet.com

**One World Trade Center**
285 Fulton St, New York
www.oneworldobservatory.com

**ORMAIE**
Dover Street Market, 11 bis rue Elzévir, Paris 4
Galeries Lafayette des Champs Elysées, Paris 8
www.ormaie.paris

**Parc Naturel Régional du Lubéron**
60 place Jean Jaurès, 84400 Apt
www.parcduluberon.fr

**Sensorwake**
www.eu.sensorwake.com

**THE LUME**
226 Coventry St, South Melbourne
www.grandeexhibitions.com/the-lume/

**Solène**
*Experte Culture Visa Platinum*

*vous recommande, pour aller plus loin :*

## Livres

***À la Recherche du Temps Perdu***, Marcel Proust, 1913
***Le Parfum,*** Patrick Suskind, 1985
***L'Ecrivain d'Odeurs,*** Jean-Claude Ellena, 2017
***Le Grand Livre du Parfum,*** Collectif Nez, 2018

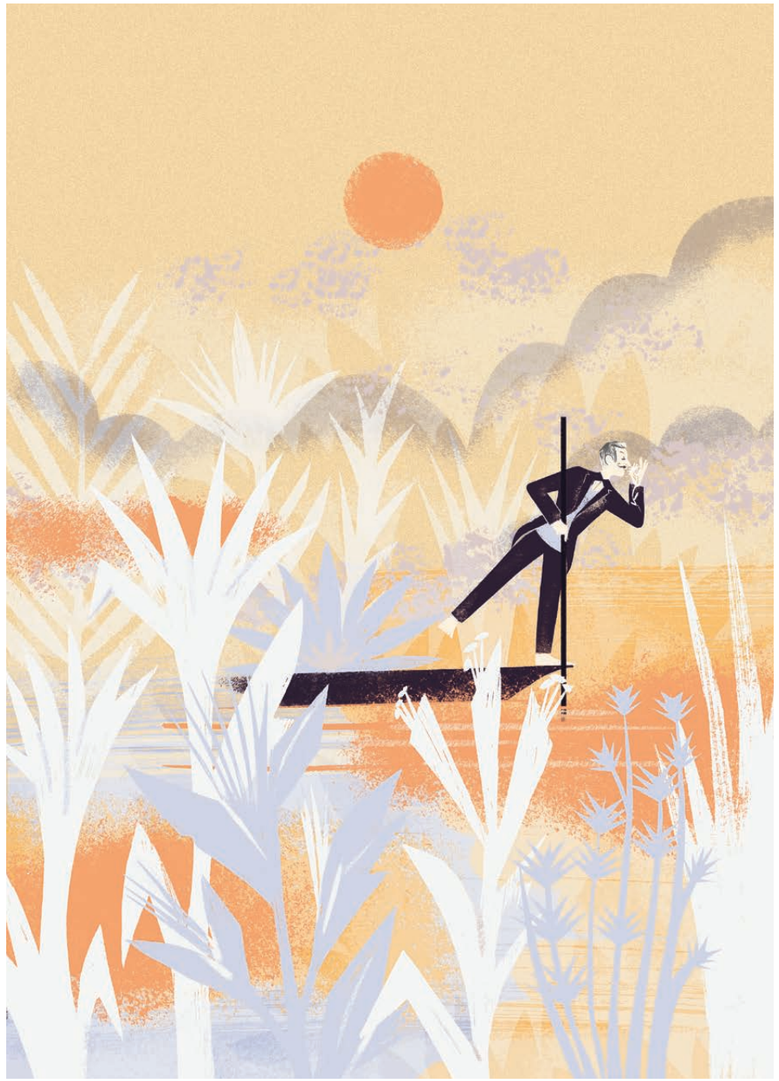
## Films

***Parfum de Femme*** de Dino Risi, 1974
***L'Odorat*** de Kim Nguyen, 2014
***Les Saveurs des Ramen*** d'Eric Khoo, 2018

# VISA PLATINUM AIME

## JULIA WAUTERS

*Le travail de Julia Wauters traverse les univers entre l'édition de livres pour la jeunesse et la création d'affiches, d'images de presse et de communication. Passionnée d'impression et de sérigraphie en particulier, elle construit ses images par strates de couleurs, au pochoir, sa technique de prédilection. Elle livre ici son interprétation de l'Assistant Visa Platinum, en voyage dans une jungle luxuriante, en quête de senteurs rares…*



### *SA VISION DU SERVICE VISA PLATINUM ?*

Julia Wauters aime solliciter son Assistant pour satisfaire une de ses grandes passions : la gastronomie. Elle n'hésite pas à le contacter pour dénicher de bonnes adresses végétariennes, à Nantes où elle réside, en voyage, pour se régaler après un bon concert ou un spectacle.

©juliawauters



Retrouvez le travail et l'actualité de Julia Wauters sur www.juliawauters.tumblr.com ou sur Instagram : @juliawauters

**Publication :** Visa Europe Limited, société de droit anglais, dont le siège social est situé 1 Sheldon Square, Londres W2 6TT, Royaume Uni, immatriculée sous le n°5139966, agissant au travers de sa succursale en France, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n°509 930 699 et dont les locaux sont situés au 21 Boulevard de la Madeleine, 75001 Paris
**Directeur de la publication :** Michael Lemberger
**Équipe de coordination :** Anne-Charlotte Genet, Joanna Kolber, Gwénaëlle Paris, Christophe Renard

**Conception/Réalisation :** Service Concierge dont le siège social est situé au 66 rue des Archives 75003 Paris, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n°485281232
Sous la rédaction de **Annabelle Dufraigne**
Sous la direction créative de **Annabelle Dufraigne, Marion Dorel**

**Coordination globale :** Pauline Bardeau, Marion Grandou, Annabelle Dufraigne

**Imprimeur :** BMG - Bulls Market Group. Imprimé en France

Le magazine, les marques, les logos, les visuels, les dessins, les textes ainsi que les contenus du présent magazine (c'est-à-dire, tout texte, photographie ou toute autre information sous quelque format et de quelque nature que ce soit) (ci-après les " Propriétés ") sont la propriété exclusive de Visa Inc, Visa Europe Limited, de leurs partenaires et/ou de tiers et sont susceptibles, à ce titre, de faire l'objet d'une protection, par le droit d'auteur, droit des marques, droit des brevets, ou tout autre droit de propriété intellectuelle. En conséquence toute copie, modification, reproduction, distribution, publication, intégration sur quelque support que ce soit, adaptation, transfert ou cession, don en licence, sous-licence, don en garantie, transmission de toute autre manière sous quelque forme que ce soit, des Propriétés, sans l'autorisation expresse de leurs titulaires, sont susceptibles d'être qualifiés de contrefaçon.

Les avantages présentés dans ce magazine sont accessibles exclusivement, sauf mention expresse contraire, par l'intermédiaire de Service Visa Platinum, par le numéro de téléphone qui se situe au dos de votre carte du lundi au samedi de 9h à 21h hors jours fériés ou sur www.visaplatinum.fr.

Les offres contenues dans cet ouvrage sont valables du 1er juin au 31 décembre 2020, sauf mention expresse contraire, sont soumises aux conditions générales des partenaires et s'appliquent sous réserve de paiement par carte Visa Platinum. Les tarifs sont présentés à titre indicatif et s'entendent sous réserve de disponibilités au moment de la demande.

Covid-19 (Coronavirus) : en raison du contexte sanitaire en France dû à l'épidémie du Covid-19 et des mesures prises par les autorités, Visa se réserve la possibilité de modifier, adapter, repousser ou annuler le contenu des offres visées aux présentes. Visa espère vous faire bénéficier de ces offres, sous réserve de leur maintien par ses partenaires et de toutes décisions qu'ils pourraient prendre affectant les conditions de ces offres, ou par principe de précaution.

*Manger et bouger font partie des plaisirs de la vie et peuvent vous aider, vous et vos proches, à rester en bonne santé. Par des choix judicieux, cela contribue aussi à vous protéger de certaines maladies. Le programme national nutrition santé propose des recommandations nutritionnelles tout à fait compatibles avec les notions de plaisir et de convivialité. Chaque famille d'aliments a sa place dans votre assiette, et ce quotidiennement. Tous sont indispensables pour assurer un équilibre nutritionnel, mais la consommation de certains doit être limitée tandis que celle d'autres est à privilégier.*

*Comment faire en pratique ?*
*Consommer au moins 5 fruits et légumes par jour(de préférence bio), qu'ils soient crus, cuits, nature, préparés, frais, surgelés, en conserve ou sous forme de compotes… ; manger au moins un féculent – préférence complet - par jour (pâtes, pain, riz, semoule, pommes de terre) ; manger des légumes secs (lentilles, haricots, pois chiches, …) au moins 2 fois par semaine car ils sont riches en fibres ; consommer des produits laitiers par jour (lait, yaourt, fromage) en privilégiant la variété, 2 par jour pour les adultes et 3 ou 4 pour les enfants, adolescents et les personnes agées ; manger du poisson (et autres produits de la pêche) 2 fois par semaine dont un poisson gras ; limiter la consommation de viande(porc, bœuf, veau, mouton, agneau, abats) à 500g par semaine et privilégier la volaille ou les oeufs ; limiter les matières grasses ajoutées (beurre, huile, crème fraîche, etc.) et les produits gras (produits apéritifs, viennoiseries, etc.) ; limiter le sucre, les boissons sucrées, les aliments gras, sucrés, salés et ultra-transformés (sodas, boissons sucrées, confiseries, chocolat, pâtisseries, crèmes-desserts, etc.) ; limiter la charcuterie à 150g par semaine ; limiter la consommation de sel et préférer le sel iodé ; boire de l'eau à volonté, au cours et en dehors des repas.*

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération. Ne pas dépasser 2 verres standard par jour et pas tous les jours, et pas plus de 10 verres standard par semaine.*

*Pratiquer quotidiennement une activité physique pour atteindre au moins l'équivalent de 30 minutes de marche rapide par jour (prendre l'escalier plutôt que l'ascenseur, préférer la marche et le vélo à la voiture lorsque c'est possible...).*

*Pour plus d'informations veuillez consulter le site internet mangerbouger.fr. Vous y trouverez l'ensemble des recommandations et informations pour une meilleure alimentation et une meilleure santé.*

# CONTACTEZ LE SERVICE VISA PLATINUM

**Au numéro indiqué au dos de votre carte**

Du lundi au samedi, de 9 h à 21 h, hors jours fériés

* Appel non surtaxé. Depuis l'international : coût d'une communication internationale vers la France.

**serviceplatinum©visaplatinum.fr**

**www.visaplatinum.fr**

**Application Visa Platinum**

En téléchargeant gratuitement votre application sur l'App Store, le Google Play Store ou sur le site www.visaplatinum.fr

VISA