

Expériences olfactives et multisensorielles de destinations

pour créer de l'émotion





Présentation de l'entreprise

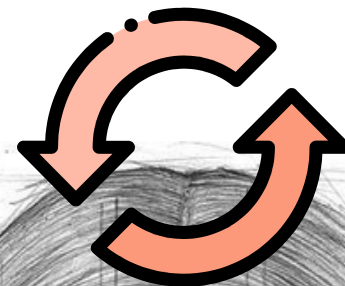
Amorcer le voyage par le nez

Déjà Vu crée des expériences olfactives et multisensorielles mariant **science cognitive, design, parfumerie, anthropologie et créativité**

Un processus ancré dans la collecte et l'analyse de données liées aux sens permet au studio de créer des stratégies et expériences olfactives sur mesure.

Créer de l'impact avec l'odorat

L'odorat, les émotions et les souvenirs.



L'odorat est directement relié au système limbique, le centre de la mémoire et des émotions.

Le sens avec la plus grande mémoire lié à nos émotions

- Créer de nouvelles mémoires
- Expériences et produits promo uniques
- Impacts marketing
- Impacts médias
- Positionnement innovant
- Connexion, proximité avec la clientèle

Un sujet qui intéresse!

DOSSIER DE PRESSE

STIMULATION DEJA VU / AVIGNON TOURISME

EXPÉRIENCE SENSORIELLE AU PALAIS DES PAPES



AVIGNON TOURISME

STIMULATION DEJA VU

AVIGNON
Ville d'exception

LE DEVOIR Voyage Redécouvrir l'île de Montréal, une fragrance à la fois

Où s'évader pour la relâche? Escapade d'automne: couleurs sur les hauteurs

Redécouvrir l'île de Montréal, une fragrance à la fois

Carolyne Parent
Collaboratrice spéciale
26 juin 2021



Des odeurs de Québec dans le tissu économique local

L'entreprise montréalaise "Stimulation déjà vu", créatrice d'expériences olfactives et sensorielles, a choisi Carpentras pour installer sa filière française

C'est une activité passionnante et toute aussi étonnante que propose Audrey Bernard avec l'entreprise qu'elle a fondée à Montréal en 2017, "Stimulation déjà vu". Elle offre en effet des expériences olfactives et sensorielles de destination, conjuguant créativité et data, dans le but de provoquer tout un panel d'émotions à ceux qui les sentent. Un concept pour recréer une odeur familière dans un grand magasin, dans un office de tourisme du Nord, à l'Office métropolitain de tourisme de Marseille... Les propositions originales de "Stimulation déjà vu" séduisent déjà hors des frontières canadiennes.

Mais jusqu'au mois d'août dernier, Audrey Bernard devait faire les allers-retours en France... Pas si simple, lorsqu'on projette de s'installer durablement sur le marché de l'Hexagone. Depuis le printemps donc, le start-up québécois a installé sa première filiale étrangère au Château Durban à Carpentras. Etienne Morlon, parfumeur junior ou "nose" y tient la boutique.

Pourquoi s'installer à Carpentras ? Un choix économique déjà, avec des bonheurs au puits raisonnée au sein de la pépinière d'entreprises de la Cofe "Mon premier business", mais aussi une grande aide de la part des différents acteurs économiques, que ce soit par exemple Provence-Vaucluse attractif au niveau local ou Business France.

"La proximité des ressources humaines, le savoir-faire et les gens qui y résident ont aussi été des éléments déterminants dans ce choix", explique Audrey Bernard.

Enfin, l'entreprise était officiellement inaugurée en présence de la fondatrice, de sa collaboratrice Gabrielle Gherzi, d'Etienne Morlon ainsi que des élus et des membres de Provence-Vaucluse attractif, dont sa présidente Cathy Fermanian, tous plus ravis les uns que les autres de voir le territoire choisi pour l'implantation d'une entreprise internationale originale.

Les Carpentrasiens devraient d'ailleurs faire l'expérience olfactive proposée par le start-up, puisque cette dernière a planté sur l'index de la vieille bibliothèque l'unique boutique pour la recréer au sein du nouveau bâtiment.

À l'abri du mistral, un parfum d'ambiance qui raconte une histoire, celle du chef étoilé Eric Sapet et de sa cuisine.

Eric Sapet, de La Petite Maison à Cucuron, lance le premier parfum d'ambiance à l'effigie de la cuisine d'un chef étoilé et de son histoire. Eric Sapet, de La Petite Maison à Cucuron.

Né de l'association de l'écriture et de la création olfactive

Ce parfum, baptisé "À l'abri du mistral", est le fruit d'un processus créatif unique, associant écriture et création olfactive, visant à transformer l'essence de l'univers gastronomique du chef en mots pour ensuite s'incarner en notes parfumées dans un objet d'exception.

Eric Sapet a accompagné la création de l'écriture d'une histoire autour d'un plat et d'un instant emblématiques de l'univers et de la signature émotionnelle de sa cuisine, lors de trois ateliers d'écriture.

Les 15 odeurs et situations relevées par Eric Sapet dans un premier texte (matières premières, ambiances, émotions, sentiments, lieux et personnages) constituent la composition de la fragrance.

Deux autres textes affinent et finalisent la formule du parfum. Pour la fondatrice de SDV, Audrey Bernard, transformer le texte en expérience olfactive fut « un défi très intéressant », en combinant science cognitive, anthropologie, design et créativité.

« Les premiers essais furent présentés au chef avec prises de mesures biométriques olfactives. Après l'analyse de ces résultats, seuls les essais avec la plus grande réaction émotionnelle du chef furent retenus, puis retravaillés et affinés pour sa sélection finale », explique Audrey Bernard.

Aujourd'hui, on peut le sentir et l'acheter dans son restaurant et des expériences culinaires olfactives inédites autour de son parfum et en écriture seront bientôt proposées.

Marie-Félicie ALIBERT

Le parfum d'ambiance "À l'abri du mistral" (à droite) et Audrey Bernard, la chef étoilée Eric Sapet a pu créer "son" parfum d'ambiance, "À l'abri du mistral", reflet de sa cuisine et de son histoire. Photo: Le PLEIN DES

VAUCLUSE

CUCURON

Eric Sapet, chef étoilé, met l'histoire de sa cuisine en flacon

« À l'abri du mistral », un parfum d'ambiance qui raconte une histoire, celle du chef étoilé Eric Sapet et de sa cuisine.

Eric Sapet, de La Petite Maison à Cucuron, lance le premier parfum d'ambiance à l'effigie de la cuisine d'un chef étoilé et de son histoire. Eric Sapet, de La Petite Maison à Cucuron.

Né de l'association de l'écriture et de la création olfactive

Ce parfum, baptisé "À l'abri du mistral", est le fruit d'un processus créatif unique, associant écriture et création olfactive, visant à transformer l'essence de l'univers gastronomique du chef en mots pour ensuite s'incarner en notes parfumées dans un objet d'exception.

Eric Sapet a accompagné la création de l'écriture d'une histoire autour d'un plat et d'un instant emblématiques de l'univers et de la signature émotionnelle de sa cuisine, lors de trois ateliers d'écriture.

Les 15 odeurs et situations relevées par Eric Sapet dans un premier texte (matières premières, ambiances, émotions, sentiments, lieux et personnages) constituent la composition de la fragrance.

Deux autres textes affinent et finalisent la formule du parfum. Pour la fondatrice de SDV, Audrey Bernard, transformer le texte en expérience olfactive fut « un défi très intéressant », en combinant science cognitive, anthropologie, design et créativité.

« Les premiers essais furent présentés au chef avec prises de mesures biométriques olfactives. Après l'analyse de ces résultats, seuls les essais avec la plus grande réaction émotionnelle du chef furent retenus, puis retravaillés et affinés pour sa sélection finale », explique Audrey Bernard.

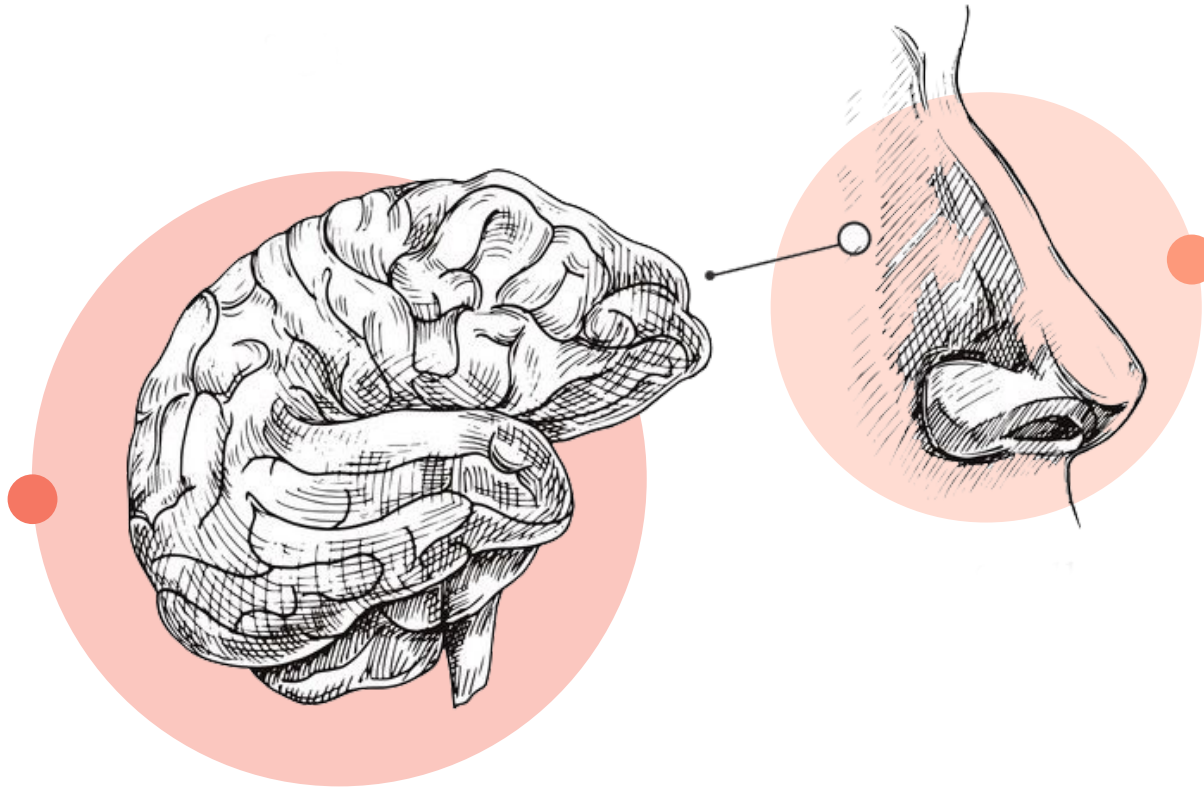
Aujourd'hui, on peut le sentir et l'acheter dans son restaurant et des expériences culinaires olfactives inédites autour de son parfum et en écriture seront bientôt proposées.

Marie-Félicie ALIBERT

Le parfum d'ambiance "À l'abri du mistral" (à droite) et Audrey Bernard, la chef étoilée Eric Sapet a pu créer "son" parfum d'ambiance, "À l'abri du mistral", reflet de sa cuisine et de son histoire. Photo: Le PLEIN DES

Des expériences uniques pour chaque destination

Bien-être
Joie
Inspiration
Créativité
Chaleur



Épices & saveurs
Flore
Destinations
Urbanisme
Culture



Mesurer les impacts et les émotions

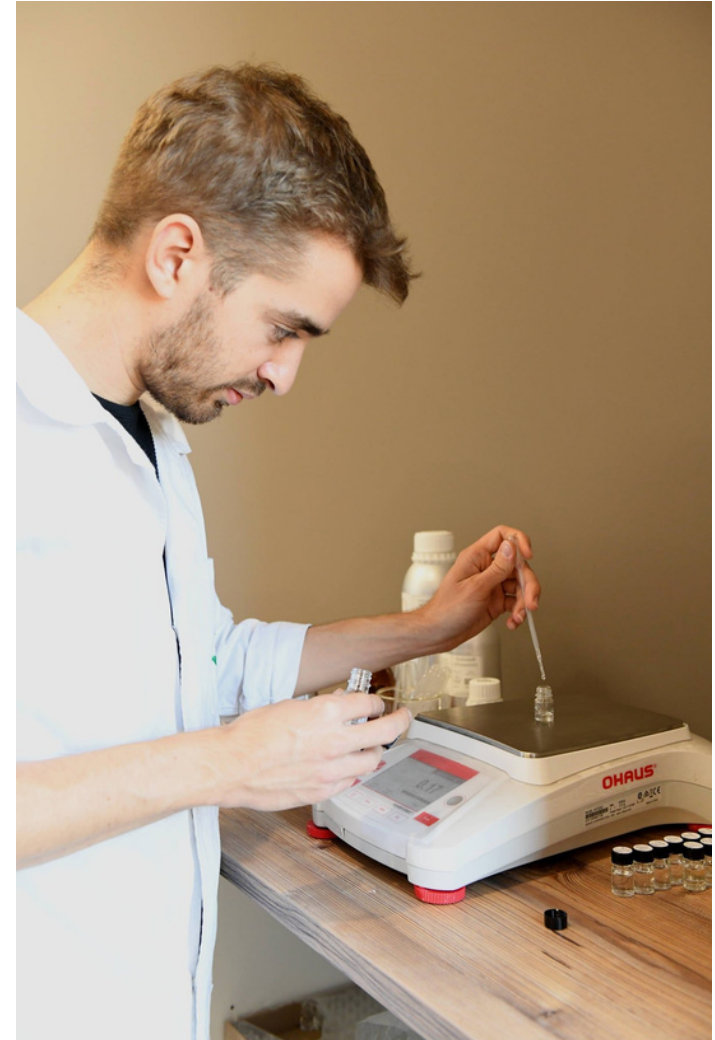
- Comprendre la réaction émotionnelle selon la culture d'origine
- Mesurer l'émotion pendant le processus créatif et sur site
- Créer de l'émerveillement
- Générer des émotions à l'image du lieu ou de la destination
- Offrir des expériences adaptées aux différents environnements de découverte.

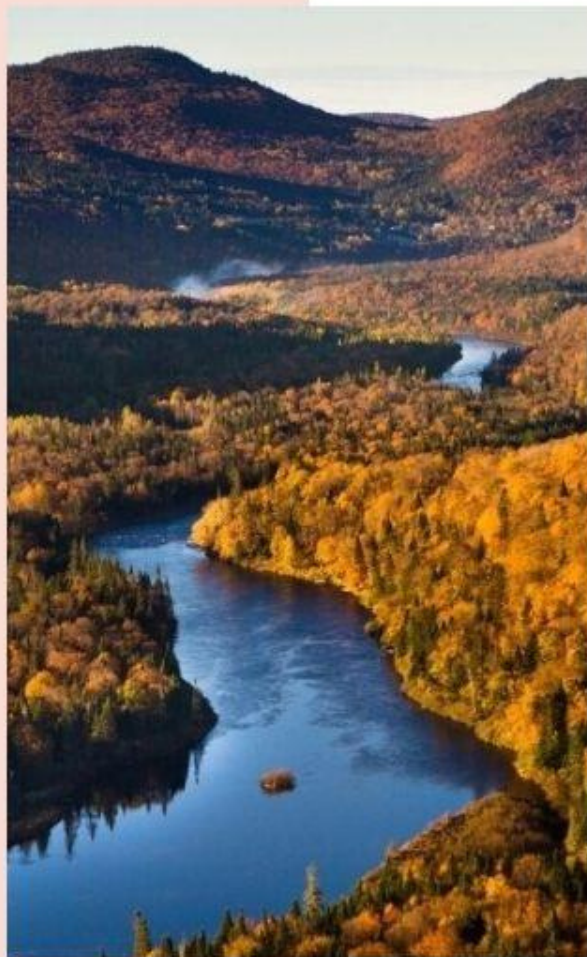
Échelle GREEN

Nous avons le souci de travailler avec les meilleures matières premières disponibles sur le marché tout en diminuant l'empreinte environnementale de nos projets.

Nous offrons à notre clientèle l'échelle GREEN qui nous permet de contribuer à l'effort commun.

Les procédés de diffusion et de production consistent à la nébulisation (à froid) et aux technologies à vent. Ces deux méthodes de diffusion respectent les plus hautes normes de l'industrie.





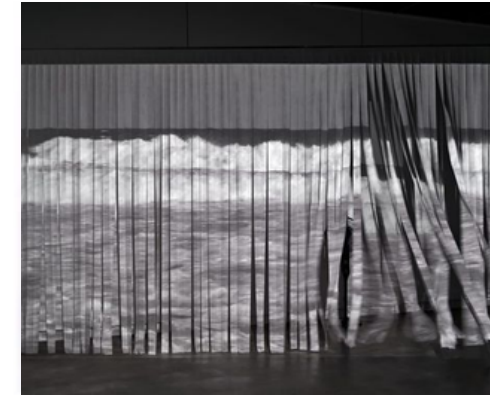
Paysages et olfaction

DES CRÉATIONS QUI ONT DU RELIEF

2. INSTALLATION SENSORIELLE

Grâce à des panneaux découpés à la découpe laser, il est facile de créer une scénographie qui fera son effet "whaou" en étant peu coûteuse. En intégrant la création olfactive, on crée un espace attrayant qui fait découvrir les magnifiques paysages du Québec, afin de voir sa faune et sa flore, autrement.





Environnement olfactif



**Un décor
odorant**



Sculpture olfactive



Activation par le visiteur

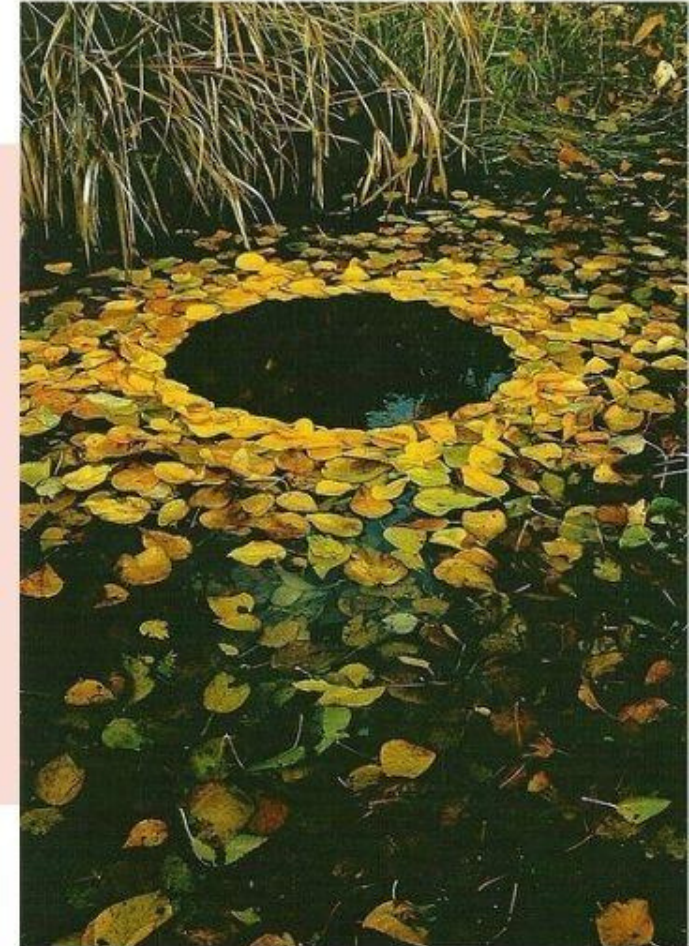


Salle immersive



3. COMPOSITION OLFACTIVE

Un objet inspiré des paysages, des saisons
et de la flore, imbibé de la création olfactive
composée par Stimulation Déjà Vu.



UN PAYSAGE PAR LA TEXTURE ET L'OLFACTION





Texture
et olfaction

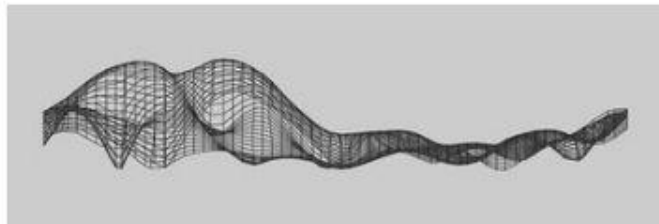
4. PRODUITS DÉRIVÉS

Création d'objets poétiques qui subliment la création olfactive en visitant d'autres manières de sentir.





**Manières
de sentir**

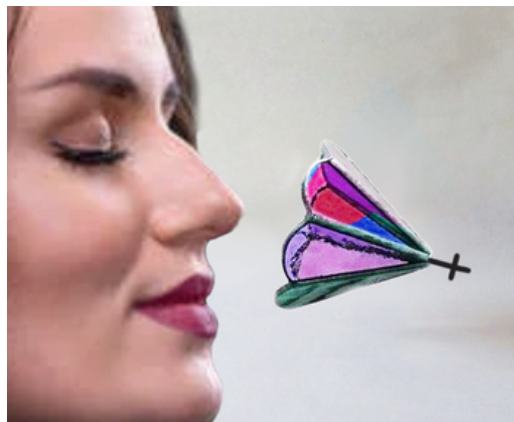


Reliefs et olfaction

Créations
locales



Idées ou
inspirations déjà
envisagées ou
développées
chez Stimulation
Déjà Vu

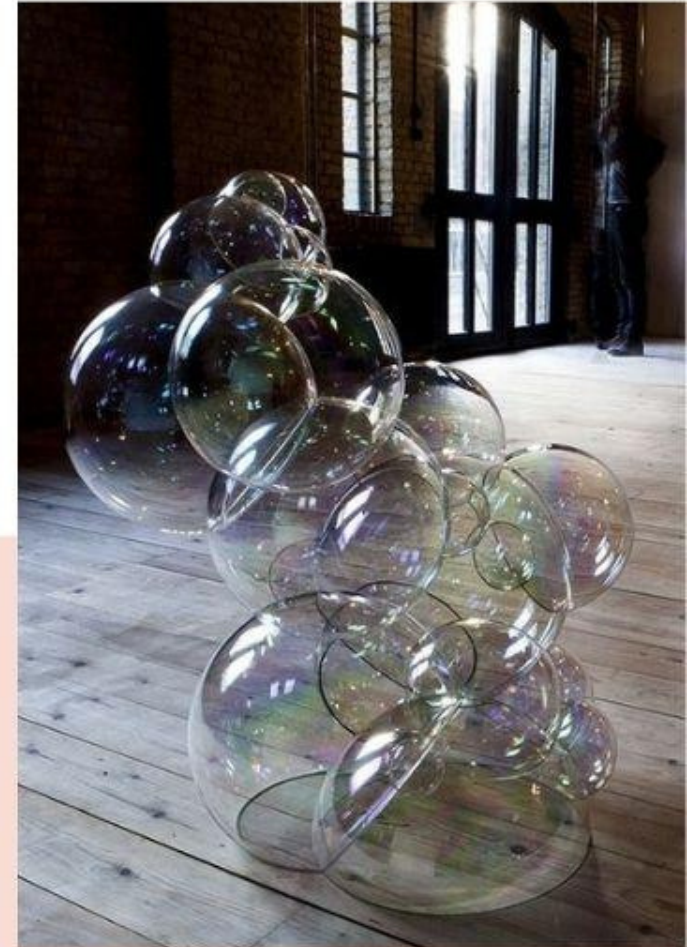


Travailler avec les
artisans.anes locaux

UNE ODE AUX PETITES CHOSES

Symbole de jeunesse et d'émerveillement, les bulles sont belles, sentent bon et sont magiques. La création d'un bel objet qui rend grâce à cet instant d'amusement permettrait aux festivaliers de rendre l'expérience encore plus positive en diffusant la création olfactive de la destination.

L'objet pourrait présenter un travail graphique d'un symbole de la destination.





Un produit à la senteur de
la destination pour les
festivaliers

Produits dérivés pour réactiver l'expérience

- Objet olfactif
- Chandelle texturante
- Sensory box
- Rub and Snif
- Autres ... Soyons créatif!



Contacts

Audrey Bernard

equipe@stimulationdejavu.com

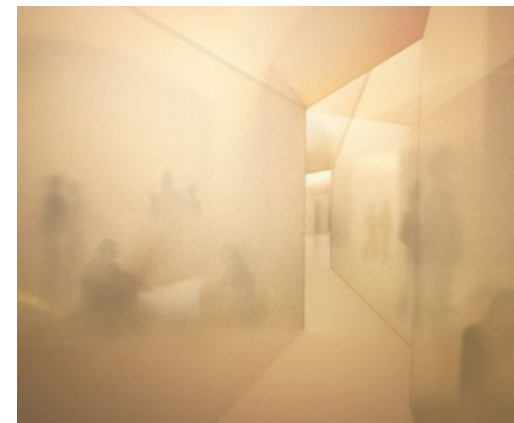
Fondatrice

audrey@stimulationdejavu.com

Direction du bureau de projet

gabrielle@stimulationdejavu.com





Sable et installation



Se baigner sans
se mouiller



Créer de l'émerveillement

PAR L'IMMERSION SPATIO-OLFACTIVE