



Du Web parfumé...



Conçu par France Télécom R&D, ce site anticipe l'avènement d'un Web parfumé.. L'utilisateur navigue à l'aide d'une souris dans une architecture client-serveur classique. Le dispositif de diffusion d'odeur OlfaCom®, développé par la société AC2i®, est dissimulé dans trois tours, semblables à de grandes enceintes audio, posées à côté de l'écran. L'internaute est invité à naviguer dans une interface Web à trois sens : la vue, l'ouïe et l'odorat.



L'illustration simule une campagne de communication intitulée "France Télécom parfume le Net". France Télécom montre l'exemple et dévoile sa signature (fictive) olfactive, invitant d'autres marques à en faire autant. Trois sociétés fictives ont répondu à l'appel.



France Télécom : sur la page d'accueil, l'esperluette, fluide et légère comme un ruban parfumé se déroule en un long travelling horizontal. Tout au long de son parcours elle réveille les personnages de « la vie.com », en une harmonie joyeuse de messages sonores et textuels. Tandis que des rires d'enfants nous rappellent que la vie quotidienne est faite de plaisirs partagés, les personnages de « la vie.com » servent de porte d'entrée vers trois univers.



Les Chaussettes de l'Archiduchesse : Les Chaussettes de l'Archiduchesse ont inventé de fabuleux tee-shirts parfumés (senteur marine, herbe coupée, cannelle) que de gentils garnements s'échangent en riant. Un petit théâtre, qui imite le décor en carton pâte des photographes d'antan, propose trois saynètes : «la pêche aux bigorneaux», «les bêtises dans le jardin», «l'heure du goûter», qui correspondent aux thèmes de la collection de vêtements. Entraîné par les chansons de lutins facétieux on peine à trouver la sortie... si vous êtes perdu demander donc au crabe !



Air de Paris : Il s'agit ici de découvrir le dernier parfum d'Yves Lacroix : R de Paris. Dans l'univers luxueux et sophistiqué de la haute-couture (typographie très ornée, atmosphère poudrée), l'internaute est invité à humer les principaux composants du " jus ", selon un rituel initiatique. Au rythme des « Nocturnes » de Chopin, la découverte du parfum s'accompagne du développement du packaging, comme un effeuillage. A chaque papier de soie une lumière colorée intense introduit une des trois notes principales du parfum (rose, cédrat, violette). A l'ouverture du flacon on succombe au bouquet final de notes parfumées.



Les jardineries Etienne : Etienne est un pépiniériste de génie. Son jardin virtuel propose ses étonnantes créations de roses (Melle Hortense, La Fée) ou de fruitiers (pomme Tante Jeanne et la Poire d'Etienne). Pour les choisir à votre goût, Etienne vous guide dans votre découverte des parfums, des goûts et des couleurs. Chaque rose a son parfum de tête, de cœur et de fond, chaque fruit ses arômes au nez puis en bouche. Intrigué par des bruits d'un jardin virtuel, nous suivons Etienne pour une promenade didactique dans un catalogue parfumé.