

Recherche-Action 2025 – Annexe 4

Guide des bonnes pratiques dans l'utilisation des odorants

Dans cette proposition, le comité de REAC souhaite partager les éléments qui ont été mis en lumière durant la démarche de recherche. Une invitation à prendre conscience de la vie olfactive et à questionner : « **Comment améliorer la pratique professionnelle en utilisant l'olfaction pour augmenter la qualité de vie des bénéficiaires ?** ».

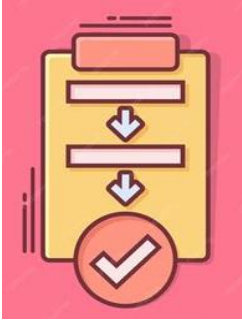
Le quotidien est le terrain privilégié pour ce faire. Durant l'accompagnement des bénéficiaires, la conscientisation de la présence et/ou de l'offre de l'odorant (sa propre odeur, celle d'un objet ou d'un lieu) peut s'exercer. La perception olfactive est un soutien précieux pour la prise alimentaire, durant les soins, contre la perte de l'unité corporelle ou pour désensibiliser des fonctionnements en lien avec une situation. Il peut aussi s'intégrer dans le projet individuel et les valeurs du groupe.

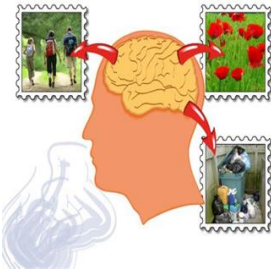
En complément aux documents descriptifs sur l'olfaction et le rythme de vie olfactive¹, quelques éléments de guidance pour prêter attention sur des connaissances et des points de vigilance qui ont émergé durant la recherche.

L'OFFRE OLFACTIVE

	PRISE DE CONSCIENCE : prendre un temps pour capter les odeurs en présence. Celles venant de l'environnement matériel et spatial ; celles venant des personnes autour de soi ; nos propres odeurs. Porter une attention particulière sur la ou les offres olfactives supplémentaires qui sont faites au bénéficiaire.
	COMPOSITION / STRUCTURE : qu'elles soient naturelles ou synthétiques, les odorants peuvent être proposés de manière variée. Aliment (boissons ou nourriture entérale), objets personnels, animaux, produits de soins corporels, spray désodorisant, médication ou huiles essentielles. <i>Se renseigner sur les éventuels inconforts et risques.</i>
	BUTS : ils sont à déterminer et à appréhender individuellement. Les effets sont multiples et vastes. Dans une visée ludique ou d'apprentissage, comme soutien sur le plan émotionnel, pour donner un repère temporel, pour s'orienter dans l'espace ou encore pour favoriser la détente.

¹ Annexe 1 : Petit Ne(z)cessaire sur l'olfaction ; Annexe 5 : Roue du rythme de vie olfactive.

	INTEGRATION DE L'INFORMATION : les informations sensorielles captées par le corps sont transportées et traitées par le cerveau. Selon la situation, ces processus peuvent être perturbés, ainsi que les réponses et réactions liées. Laisser le temps d'appréhender l'odorant (3-5 sec.), le capter et vivre sa perception (plan organique, neurophysiologique, émotionnel). <i>La présence et l'absence de réaction (observable) ne traduit pas forcément la valeur hédonique pour la personne.</i> Durée de l'effet - L'odorant est capté dans les 1^{ères} secondes de l'offres. La note peut rester perceptible encore durant plusieurs secondes (l'avoir dans le nez). Même si la source est retirée. - Après une certaine durée, un processus d'habituation peut s'installer dans ce « bain olfactif », c'est-à-dire que l'odeur n'est plus perceptible. Attention aux personnes hypersensibles olfactivement (ex. : ne vivent pas cette habitude ; continuent d'être « poursuivis » par une odeur dont la source n'est plus là).
 Ressource à la Fondation Echaud : Le Service Santé, particulièrement Anne Lambert-Coucot, infirmière, formée en aromathérapie	ASPECTS PRATIQUES : - Type de diffusion de l'odorant - Dans l'environnement (forme ambiante). - Dans un contenant. - Sur un support. - Savoir-Faire - Présenter avec une certaine distance du visage (une dizaine de cm minimum) et durant qq secondes. Retirer l'offre. Attendre. Renouveler l'offre. - Limiter l'offre à 2 odorants. - Décrire et détailler l'offre. Commenter les réactions. <i>Adapter l'environnement (si possible non saturé par d'autres modalités sensorielles).</i> - Savoir-Être - Se questionner sur sa propre sensibilité et son seuil de tolérance. En faire de même avec les personnes bénéficiaires. - Attention aux interprétations. - Être vigilants sur les commentaires, les appréciations personnelles (« ça pue » ; c'est une « bonne ou mauvaise » odeur, etc.).

	OBSERVATION : essentielle pour tenter d'identifier le ou les effets, ou la source d'une réaction. a. Se référer aux modalités d'expression et de communication propre à la personne. b. 4 temps d'expérience : Avant, Début, Pendant, Après. c. Répéter l'offre de l'odorant dans différents moments ou contexte pour compléter le champ d'observation.
	EFFETS : ils sont vastes et s'étendent dans des domaines psychosociaux et médicaux². <i>Facilitateurs et obstacles</i>³, les odorants peuvent engager des effets sur l'instant, mais aussi de manière différée. a. Exemple d'impact sur le trouble de la déglutition : une odeur alimentaire peut engendrer une production salivaire plusieurs minutes après l'exposition. L'environnement imprégné olfactivement⁴ peut donner un repère, une identité ou stimuler d'autres modalités sensorielles. b. Attention particulière pour les diffusions dans l'air, dans un espace commun ou clos : une fois la diffusion faite, elle peut être puissante, voire envahissante, selon la sensibilité de la personne. L'odeur peut rester imprégnée longtemps parfois. c. L'odeur d'un lieu peut être associée à différents effets (rassurant ou répulsif), en lien avec la biographie personnelle.

Nous sommes habitués à prêter attention au visuel et à l'auditif. « Le bon sens olfactif » ne semble pas aussi présent ou conscientisé. Invisible et qui vient à nous, que nous le voulions ou pas, il est d'une haute importance dans nos vies.

« L'odorat est un facteur important dans la communication. Notre perception olfactive influence en partie notre relation aux choses et aux personnes en la chargeant fortement d'émotions. Les impressions olfactives chargent positivement ou négativement la situation et peuvent bloquer la communication ou la relation.

La forte charge émotionnelle montre à quel point l'odorat influence la communication de façon élémentaire, et influence la prise d'information...) ».

(Fröhlich)⁵

² Voir Compte rendu de la REAC et ses annexes.

³ Terminologie reprise du MDH-PPH.

⁴ Complément : Il existe une échelle des impacts des odeurs dans la vie sociétale : FIDOL.

C'est un acronyme utilisé pour évaluer les odeurs (appelées aussi nuisances olfactives) selon la Fréquence, l'Intensité, la Durée, le caractère Offensant (ou hédonique) et l'emplacement (Localisation).

⁵ Source : A.Fröhlich, Le Concept. p. 55 et suivantes.