

La valorisation tardive des plantes à parfum et du savoir-faire grassois au tournant du XXI^e siècle

Romain Monge



Édition électronique

URL : <http://cdlm.revues.org/8408>

ISSN : 1773-0201

Éditeur

Centre de la Méditerranée moderne et contemporaine

Édition imprimée

Date de publication : 15 juin 2016

Pagination : 255-270

ISSN : 0395-9317

Référence électronique

Romain Monge, « La valorisation tardive des plantes à parfum et du savoir-faire grassois au tournant du XXI^e siècle », *Cahiers de la Méditerranée* [En ligne], 92 | 2016, mis en ligne le 15 décembre 2016, consulté le 24 février 2017. URL : <http://cdlm.revues.org/8408>

Ce document a été généré automatiquement le 24 février 2017.

© Tous droits réservés

La valorisation tardive des plantes à parfum et du savoir-faire grassois au tournant du XXI^e siècle

Romain Monge

- 1 La culture des plantes à parfum en moyen pays provençal remonte à la fin du XVIII^e siècle, même si on retrouve la trace des premiers parfumeurs grassois entre le XV^e et le XVI^e siècle¹. L'essor que connaît alors la ganterie grassoise, réputée pour ses gants parfumés donne naissance à une nouvelle corporation, les gantiers-parfumeurs. Ainsi, deux siècles plus tard, Grasse devient le pôle mondial de la parfumerie jusqu'au début des Trente Glorieuses. La production des plantes à parfum, alors délaissées au profit des essences de synthèse ou produites dans d'autres pays beaucoup plus compétitifs (comme la Bulgarie ou l'Ukraine pour la lavande ou la rose, l'Inde et l'Égypte pour le jasmin), diminue considérablement, au tournant de la fin des années 1950. Au début des années 1980, les producteurs alors conscients du risque de voir leur savoir-faire disparaître, initient une démarche de défense de leurs pratiques et de leurs productions, tandis que les techniques d'extraction se modernisent². Dans ce même temps, les grandes dynasties de la parfumerie grassoise sont aspirées par les multinationales opérant dans le secteur des arômes ou pharmaceutique et Grasse, qui a été, pendant presque deux siècles, le porte-étendard de la parfumerie contemporaine se transforme en un pôle aromatique. Pourtant, son patrimoine regorge de ressources naturelles et culturelles qu'il convient de remettre en valeur comme les plantations de rose, de jasmin, de fleur d'oranger et d'iris, ses anciennes usines au cachet architectural indéniable, ainsi qu'un savoir-faire qui résonne toujours au sein de la parfumerie de luxe, et qui s'inscrit dans une logique d'innovation. Si les lavandiculteurs de Haute Provence ont été les premiers à défendre leurs cultures à partir des années 1980, ce n'est que depuis 2013 que le patrimoine grassois de la parfumerie mobilise les pouvoirs publics, un club d'entrepreneurs, les producteurs locaux, les parfumeurs, les grandes marques, les universitaires (chercheurs, professeurs, et étudiants) au travers de l'Association du Patrimoine Vivant du Pays de

Grasse, présidée par Jean-Pierre Leleux, ancien maire de Grasse et sénateur des Alpes-Maritimes. Cependant, face à une mondialisation croissante, nous pouvons nous interroger à l'égard de ce regain d'intérêt tardif pour le patrimoine. Nous tenterons de répondre à cette question en présentant toutes les spécificités du Pays grassois qui ont fait sa renommée dans le monde de la parfumerie. Il s'agira également de présenter sa puissance entrepreneuriale, sa capacité à innover pour enfin aborder les opérations de valorisation qui prennent chair sur le territoire³.

Une production et un savoir-faire d'exception

Un savoir-faire historique

- 2 Les gantiers-parfumeurs ont été les pionniers de la fabrication des produits parfumés, en maîtrisant l'ensemble de la chaîne de valeurs, du travail du cuir à la fabrication des premières pommades parfumées. Face au succès des cuirs parfumés, cette nouvelle corporation s'organise dès 1724 en jurande distincte de celle des tanneurs. Cette corporation est entérinée officiellement par le Parlement de Provence en 1729⁴. En 1767, la mode des cuirs parfumés s'essouffle, souffrant de la crise de l'industrie du cuir⁵. Les ateliers de gantiers succombent au fur et à mesure, et certains gantiers-parfumeurs changent d'orientation en devenant des parfumeurs⁶. L'organisation de la corporation permet l'amélioration et l'augmentation de la production de produits parfumés. En effet, les techniques rudimentaires comme la distillation sont modernisées. Les paysans qui fournissent Grasse s'équipent désormais d'un « alambic ambulante » et distillent les plantes récoltées sur place. Cependant, même si la région grassoise bénéficie d'une flore diversifiée et riche en odeurs, la qualité des huiles et des eaux demeure longtemps médiocre.
- 3 La première révolution technique remarquable est l'enfleurage, à froid et à chaud. Ce procédé est connu des Égyptiens, notamment de Théophraste d'Erressos qui en 287 avant J.-C. préconise de chauffer le mélange d'huiles et aromates pour éviter la carbonisation de l'arôme. À Grasse, cette technique est attestée à la fin du XVIII^e siècle. Elle utilise la capacité des graisses à absorber les molécules odorantes des plantes à parfum. La graisse animale est, à cette époque, la plus utilisée pour l'enfleurage à froid. Cette dernière, sélectionnée raffinée et inodore, est étalée sur les deux faces en verre d'un châssis en bois. Au cours du XIX^e siècle, l'enfleurage à froid est périodiquement amélioré puis standardisé pour fournir une qualité incomparable aux produits grassois. La technique requiert plusieurs étapes. Après une opération de calibrage, les fleurs sont disposées directement sur la graisse. Quotidiennement, les châssis sont retournés pour une meilleure récupération des molécules odorantes. Celles-ci sont alors absorbées par les lipides de la graisse animale, durant trois mois jusqu'à saturation. À la fin de l'enfleurage à froid, la graisse est recueillie avec une spatule, puis elle est fondue et décantée par traitement éthylique. La « graisse parfumée » est ensuite introduite dans une batteuse à alcool. Pendant ce traitement, les molécules odorantes se dissolvent dans l'alcool, puis le mélange refroidit pour pouvoir enlever la graisse par filtration. Le produit obtenu, l'absolu, possède des qualités olfactives remarquables, d'autant plus dans le cas de plantes fragiles comme le jasmin ou la tubéreuse qui supportent mal la distillation ou l'enfleurage à chaud. L'enfleurage à chaud permet lui aussi d'obtenir des huiles puissantes en parfum. La graisse animale est disposée dans des marmites chauffées au bain-marie où les fleurs

sont jetées. Témoin précieux d'une époque révolue, Joseph Farnarier raconte qu'à Grasse, « on vidait la pommade fondue à 60° environ dans des cuiviers de fer-blanc de 50 à 200 litres de capacité. On y ajoutait les fleurs et on agitait à la main à l'aide d'une palette de bois pendant deux heures. Le lendemain avec une passoire plate, on enlevait les fleurs de la veille que l'on remplaçait par des fraîches. On pouvait aussi renouveler l'opération jusqu'à dix fois de suite. Une fois saturée en parfum, la graisse était pressée dans des enveloppes de cotons placées sous un presseur hydraulique »⁷.

- 4 Avec l'amélioration des techniques d'extraction, les gantiers-parfumeurs peuvent désormais proposer des produits variés tels que des pommades aux fleurs, des eaux de senteurs, des huiles ou bien encore des pâtes et des poudres parfumées. À la veille de la Révolution, Grasse acquiert la réputation de « ville du parfum ». Peu à peu, la parfumerie devient une activité dominante à Grasse. Pendant la première moitié du XIX^e siècle, cette activité continue de fonctionner selon le mode artisanal que nous avons décrit. Puis, en substituant les « peaux de senteurs » par les « eaux de senteurs », ces manufacturiers amorcent progressivement la transition du stade artisanal au stade industriel. Léon Chiris contribue, parmi les premiers, à l'industrialisation de la parfumerie avec l'acquisition en 1864 des premiers brevets pour l'extraction de produits végétaux par des solvants volatils. Cette nouvelle technique, dont le principe est similaire à celui de la distillation, remplace l'eau par des solvants, principalement le benzène et l'hexane, qui permettent d'obtenir un « absolu » dont les propriétés olfactives sont nouvelles et qui se mélange parfaitement avec les produits de synthèse. Dès lors, l'extraction par solvants volatils remplace peu à peu l'enfleurage : en effet, elle permet de traiter les mêmes fleurs (rose, jasmin, tubéreuse), nécessite un coût de main-d'œuvre réduit et permet de produire des quantités importantes de parfum dans un court délai.
- 5 Depuis, les techniques d'extraction ont évolué et les entreprises locales ont investi dans un appareillage de pointe. Parmi ces innovations, l'extraction au dioxyde de carbone supercritique (DCS) est la plus remarquable (illustration 1). Ne produisant aucun déchet industriel, il permet, sous haute pression et à faible température, d'obtenir un produit jusqu'à présent inconnu, dont tous les principes odorants ont été préservés. Cette technique apparaît enfin comme plus respectueuse vis-à-vis de la santé des consommateurs et des ouvriers⁸. Le perfectionnement de l'appareil technologique grassois assure ainsi à l'acheteur « l'intégrité » d'une essence de qualité supérieure et produite dans des conditions favorables. Le rachat des anciennes maisons de parfumeries grassoises par les multinationales américaines, suisses ou hollandaises à partir des années 1970 n'a pas freiné l'amélioration industrielle des techniques d'extraction malgré la fermeture de nombreux sites. Il n'en est pas de même pour les cultures florales alentours dont les superficies ont réduit de manière spectaculaire. Pour autant, soutenu par le savoir-faire local qu'il soit technique ou agricole, la production du bassin grassois résiste toujours à la pression foncière et continue de fournir les industriels de Grasse. Quel est l'état actuel de cette production ?

La production grassoise : définition, modèle de production, spécificités

- 6 La production de fleurs du pays de Grasse est réduite, elle mobilise une dizaine d'exploitants pour une vingtaine d'hectares. Cependant, il s'agit d'une production de niche qui se caractérise par une trajectoire historique particulière où les savoir-faire

agricoles sont intimement mêlés aux savoir-faire techniques en termes de distillation et d'extraction. D'autant plus que les conditions climatiques propres à ce territoire en font une production que l'on peut qualifier d'excellence.

- 7 Le tableau n° 1 met ainsi en lumière la différence notable entre les deux principales zones d'approvisionnement des industriels de Grasse : la Haute Provence et le bassin grassois. Si la Haute-Provence concentre une part écrasante des terres cultivées (20 150 hectares contre 18 à Grasse) et des organisations professionnelles (90 personnes contre 50), Grasse mobilise quant à elle la majorité des effectifs industriels (2 700 employés sont concernés à Grasse pour 1 100 en Haute-Provence) comme ceux des emplois liés à l'activité agricole. Cette dernière catégorie fait intervenir 1 300 personnes en Haute Provence, tandis qu'il s'agit du double en Pays Grassois. Cette main-d'œuvre additionnelle concerne les cueilleurs saisonniers, les fournisseurs d'engrais et de produits phytosanitaires, les entreprises de matériel d'irrigation, etc. Cet écart s'explique par le caractère fragile des plantes à parfum cultivées à Grasse alors que la lavande et le lavandin ont réussi la transition vers un système de récolte mécanisé. Les qualités intrinsèques des fleurs « d'exception de Grasse » sont, en effet, assurées exclusivement par le travail de l'homme.
- 8 La production grassoise se concentre essentiellement sur les communes de Pégomas, de Vallauris et du Plan-de-Grasse ainsi que sur les hameaux de Plascassier et d'Opio. Ces espaces représentent environ 18 hectares de jasmin, de rose, de fleur d'oranger et de violette⁹. Si l'on compare l'étendue des fleurs du pays grassois à celle de la lavande de Provence, il est aisé de constater que l'agriculture tient une place très résiduelle. Pour l'essentiel, l'activité à Grasse est de nature industrielle¹⁰ (carte 1), tandis qu'elle est largement tournée vers l'agriculture en Haute Provence. Le Pays Grassois se distingue par un système productif local qui concentre également les unités de formation en parfumerie, les syndicats de la parfumerie, des unités touristiques d'envergure comme le nouveau musée international de la parfumerie, une succursale du pôle de compétitivité Pôle Arômes, Saveurs et Senteurs¹¹, ainsi que le Grasse Institute of Perfumery¹². Enfin, trois coopératives s'intègrent également à la chaîne de valeur (Nérolium¹³, la Marigarde¹⁴ et Cooparfums¹⁵). Cette micro-production mobilise une dizaine de familles de producteurs, dont seuls trois sont liés par contrat à une grande maison. Ces grandes marques investissent dans ces productions de qualité en finançant partiellement les unités d'extraction sur le site du producteur ou bien en aidant celui-ci à utiliser des nouvelles techniques de culture.
- 9 La culture des plantes à parfum locales se caractérise par un travail essentiellement manuel et qui n'est pas mécanisé. Il s'agit de tâches profondément rudimentaires, de la cueillette à la pesée. En Pays grassois, cet emploi mobilise une cinquantaine de cueilleurs pour chaque saison. La cueillette s'effectue de 5 heures du matin jusqu'à midi, pour une reprise de 16 heures à 20 heures. Les cueilleurs doivent apporter une attention particulière en utilisant des paniers en osiers pour ne pas altérer la qualité olfactive de la fleur. Puis, la pesée a lieu dans l'atelier de fabrication à l'aide d'une balance romaine. Ces techniques manuelles ne peuvent pas être remplacées par un système mécanisé car ces espèces sont délicates et requièrent toute la vigilance du producteur. Celui-ci doit faire appel à de nombreux intrants¹⁶ ainsi qu'à un système de micro-irrigation. Enfin, ces plantes craignent le vent froid et les gels hivernaux ainsi que les insectes tels le bupreste de la ronce ou bien le pourridié qui attaque les racines.
- 10 Le graphique n° 1 fait ainsi état de la production de matière première fraîche végétale sur une période récente (2007-2014). Si la fleur d'oranger et la rose centifolia se maintiennent

à une production moyenne de 8 tonnes et de 85 tonnes respectivement, très prisée des fabricants de parfums et d'arômes, la production de jasmin ne cesse de diminuer, étant une plante dont la culture est contraignante et de plus en plus difficile à écouler sur le marché. Globalement, les productions grassoises se maintiennent, mais difficilement. Le graphique n° 2 illustre l'évolution des prix moyens de la production de la matière végétale fraîche non transformée. Il montre que le coût du jasmin frais est le plus élevé du fait des motifs précédemment évoqués ; les prix de la fleur d'oranger et de la rose se maintiennent au même niveau. Chaque année, ces prix sont fixés par les producteurs en concomitance avec FranceAgriMer (ex-ONIPPAM) en fonction de l'offre et de la demande. Le bassin grassois offre ainsi une production de niche dont les industriels grassois sont les bénéficiaires principaux sinon uniques.

Le marché mondial de la parfumerie et la place actuelle de Grasse

Le marché mondial à l'assaut de Grasse

- 11 Le Pays grassois se distingue par un corps industriel d'une soixantaine d'entreprises réparties entre Grasse, Bar sur loup, Mouans-Sartoux et Mougins (carte 1). Ce nombre est constant depuis le XIX^e siècle malgré des intégrations et rachats successifs tout au long de la période. Parmi elles, deux grandes entreprises familiales grassoises, Mane et Robertet font actuellement partie du classement des meilleures entreprises du secteur de la parfumerie fine et des arômes¹⁷. Cette classification se présente sous la forme d'un tableau regroupant les dix entreprises (parfois douze suivant les années), classées selon leur chiffre d'affaires annuel en monnaie locale (selon la nationalité de l'entreprise), leur valeur en dollar américain, et la part que représentent ces entreprises dans le marché mondial. L'évaluation de ces sociétés repose sur des données jugées fiables puisqu'elles proviennent directement des entreprises. Bien entendu, la valeur totale du marché mondial Flavor & Fragrance (F&F) reste approximative, calculée en fonction du nombre d'entreprises, de la conjoncture du marché, des monnaies locales et du dollar américain.
- 12 Ce « Top 10 » (Tableau n° 2) comprend en 2013 trois entreprises suisses, Givaudan¹⁸, Firmenich et Wild Flavors, dont les deux premières s'implantent à Grasse au cours de la seconde moitié du XX^e siècle¹⁹ ; deux entreprises américaines, IFF et Sensient, dont la première possède une filiale à Grasse²⁰, une entreprise allemande, Symrise qui a elle aussi racheté des locaux à Grasse avant de liquider la société, deux entreprises japonaises, Takasago et Hasegawa ; une entreprise israélienne, Frutarom et les deux entreprises françaises et grassoises, Mane SA et Robertet. Ce sont toutes des multinationales, possédant des filiales à l'étranger et qui se caractérisent par des savoir-faire divers en matière de fabrication d'arômes, division la plus importante en termes de volume et de chiffre d'affaires et en parfumerie. Ainsi, sur les 10 plus importantes sociétés F&F, six sont ou ont été implantées à Grasse. La « Capitale des parfums » s'est en effet forgée, depuis un siècle et demi, hormis un savoir-faire et une production locale remarquable, un carnet d'adresses de fournisseurs comme de clients qui attire les convoitises des leaders de l'aromatique. L'intégration de ces multinationales dans le tissu économique local a eu pour conséquence un bouleversement de la trajectoire des entreprises traditionnelles grassoises dont les modes de production et de gestion ont dû être adaptés pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et à une concurrence acharnée.

Les parfumeries grassoises en pleine mutation (b)

- 13 Pour les entreprises grassoises Mane SA et Robertet, la parfumerie était jusque dans les années 1950, l'activité principale de leurs usines. Mais, face à l'implantation desdites entreprises étrangères ayant absorbé les autres entreprises familiales grassoises²¹ pour s'approprier le savoir-faire local et élargir leur offre, Mane et Robertet prennent la décision de développer un secteur « arômes ». En effet, les autres entreprises citées sont davantage des aromaticiens que des parfumeurs et des leaders en la matière : Givaudan, Firmenich, IFF et Symrise occupent respectivement les quatre premières places²².
- 14 Ce maintien exceptionnel de deux entreprises locales renforce la position de Grasse en tant que plaque tournante de la parfumerie et pôle d'exception. Nous pouvons ajouter à cette analyse que la multinationale IFF a racheté l'entreprise Laboratoires Monique Rémy (LMR) en 2000, une entreprise spécialisée dans les produits naturels. Le but recherché par IFF à travers ce rachat est de développer des produits respectant les principes de développement durable, de haute qualité et d'avoir une posture environnementale. Ainsi, l'entreprise qui portait le nom de « IFF/LMR » est devenue IFF Naturals récemment. Pour s'assurer d'un *sourcing* optimal, LMR traite directement avec des producteurs locaux d'essences. À Grasse, l'usine a signé un contrat de recherche avec Sébastien Rodriguez, producteur de rose et d'iris. L'usine prend, de ce fait, le « contrôle » du végétal sur le lieu de culture en établissant avec ses partenaires du monde agricole des contrats qui couvrent la totalité d'un cycle au moins. L'entreprise s'engage aussi dans le respect écologique de la production et la demande de moralité, de durabilité et d'équité. Cet engagement et cette manière de traiter directement avec les cultivateurs, sans passer par des intermédiaires, garantissent la traçabilité du produit et la transparence. Dans cette optique, l'usine a demandé et obtenu la certification ISO 9001, norme relative aux systèmes de gestion de la qualité. L'entreprise répond dès lors à quatre grands critères : la responsabilité de la direction, le système qualité, le respect des exigences relatives à l'identification et à la gestion des processus contribuant à la satisfaction des parties intéressées et le principe d'amélioration continue (exigences de mesure et enregistrement de la performance à tous les niveaux utiles ainsi que l'engagement d'action de progrès efficaces). Les produits de l'usine sont certifiés 100 % purs et naturels, et certains sont labellisés par l'organisme ECOCERT.
- 15 Cette trajectoire impulsée par IFF depuis une quinzaine d'années est similaire à celle suivie par les autres industriels établis dans le bassin, qu'ils soient grassois d'origine ou nom. Le regain d'intérêt pour les plantations locales s'intègre dans cette démarche globale de valorisation du savoir-faire et de promotion d'un modèle de développement durable. Pour autant, ce processus de réhabilitation est très récent et mobilise de nombreux acteurs sur les questions de production comme de patrimonialisation.

Un processus de valorisation en marche mais tardif

Les initiatives en termes de production

- 16 Les initiatives prises en faveur de la production de plantes à parfum sont variables suivant les essences concernées. En effet, les problèmes auxquels doit faire face la lavande diffèrent des contraintes liées à l'exploitation de rose, de jasmin, etc. La lavande, qui

occupe de grandes superficies en Haute-Provence, est la première à avoir fait l'objet d'une politique de revalorisation. En effet, dans une étude réalisée en 2005 pour l'Office Nationale et Interprofessionnelle des Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales (ONIPPAM), l'économiste Philippe Langevin²³ démontre, dans son enquête, que la majorité des sondés associe la lavande à un paysage spécifique, celui de la Provence, et aux sachets de senteurs démodés que les grands-mères avaient l'habitude d'entreposer dans les armoires pour parfumer le linge et éviter les mites. Il est vrai que la lavande est un produit qui s'est progressivement industrialisé et vulgarisé dans les années 1950, quand les grands lessiviers tels que Unilever ou Colgate-Palmolive l'utilisaient de manière excessive. À partir des années 1980, au moment où la lavande de Provence connaît une grave crise, les producteurs s'unissent pour créer le label d'Appellation d'Origine Contrôlée²⁴ *Huile essentielle de lavande de Provence*, officialisée le 18 décembre 1981. Jusqu'alors, les labels de qualité n'étaient réservés qu'aux produits agroalimentaires²⁵ ; il s'agit donc d'une opération sans précédent. Cet appui à la filière est renforcé, en 1994, par un plan de relance multisectoriel organisé par l'ONIPPAM et la Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt, pour faire face à une nouvelle crise de la production. Dans ce plan est prévue la création des *Routes de la Lavande*. Ces dernières sont régulièrement valorisées dans la presse et l'audiovisuel. Ce plan de relance mobilise plusieurs acteurs et marques, notamment *L'Occitane en Provence* qui joue un rôle central de promotion de la filière. Elle en est surtout le débouché principal puisqu'elle achète l'essentielle de la lavande de Provence AOC soit entre 3 et 4 tonnes annuelles²⁶.

- 17 Si la grande majorité des lavandiculteurs de Provence sont des indépendants qui écoulent leur production auprès des distilleries coopératives ou qui fabriquent leurs propres cosmétiques pour s'extraire du sérail industriel jugé trop contraignant, les producteurs grassois ne peuvent échapper au concours des grandes maisons de parfums pour pérenniser leur production. Joseph Mul, cultivateur de plantes à parfum à Pégomas exerce la même activité que son arrière-grand-père, à l'origine de l'exploitation en 1840. Cette propriété comporte une dizaine d'hectares où sont cultivés jasmin et rose. Joseph Mul procède également à la fabrication de la concrète et de l'absolue pour le compte de la Maison de Haute-Couture Chanel. La société de M. Mul, Sotraflor, est en contrat avec la firme française depuis 1986, contrat renouvelable tous les dix ans. Cette dernière a d'ailleurs participé au financement de l'atelier de distillation. La Sotraflor absorbe aussi les récoltes de jasmin et de rose d'autres petits agriculteurs, via la coopérative Cooparfums à Grasse. Ce partenariat producteur/grande firme s'est effectué tant dans le cadre du respect des formulations originelles que dans celui de la sauvegarde d'une culture précieuse. Chanel souhaitait obtenir la garantie de la qualité de l'extraction et du produit obtenu, notamment sa pureté, qui fait parfois défaut à certaines productions. La marque profite également par cette relation directe, de l'assurance que la production vient de Grasse et non de l'importation d'un pays étrangers par le biais d'intermédiaires nombreux et peu fiables. Chanel valorise ainsi davantage la typicité du produit, à l'image du jasmin cultivé dans la région de Grasse (*jasminum grandiflorum*), qui produit une odeur caractéristique et essentielle dans la composition du N° 5 :

L'essence de jasmin de Grasse est tellement chère et rare, que Chanel l'utilise exclusivement pour la fabrication du N° 5 et seulement pour la version extrait de parfum²⁷.

Tant qu'il y aura Chanel, il y aura du jasmin à Grasse. Ce partenariat n'est pas une vitrine, il est concret : il s'agit de maintenir une activité qui produit de belles matières à travers un savoir-faire. En ce sens, Chanel était précurseur²⁸.

- 18 Il convient de souligner que Chanel achète les derniers stocks d'essence de fleur d'oranger de la Coopérative Nérolium de Vallauris.
- 19 Pour soutenir une agriculture locale en perdition, l'association *Fleurs d'Exception du Pays de Grasse* a été créée en 2008 à l'initiative de Carole Biancalana²⁹ et de Sébastien Rodriguez³⁰. Son objectif est de sensibiliser les grandes marques à ces essences originales. Si une poignée de lavandiculteurs peut s'affranchir des industriels pour valoriser leurs productions, les cultivateurs grassois ont besoin du soutien de ces marques. Cependant, dans un contexte de marché volatil, peu de firmes sont prêtes à prendre le risque de s'associer avec un producteur. Carole Biancalana a d'ailleurs été confrontée à plusieurs reprises à des paiements échelonnés, des récoltes partielles voire des non-récoltes. Les aides publiques sont difficiles à obtenir et les subventions accordées par FranceAgriMer sont surtout distribuées aux producteurs de lavande et de lavandin qui occupent des surfaces plus importantes. L'exploitation de Carole Biancalana, *Le Domaine de Manon*, a pu aller au-delà des difficultés en organisant, en concomitance avec la propriété *Les Roses du Vignal*, de Sébastien Rodriguez, des visites de terrain. Actuellement, Carole Biancalana bénéficie d'un contrat de culture renouvelable tous les cinq ans en partenariat avec la société Christian Dior (LVMH). Grâce à cette collaboration, Carole Biancalana a pu arracher les vieilles parcelles pour les renouveler en replantant 5 000 mètres carrés de jasmin et un hectare de rosiers. Cet accord s'est effectué par l'intermédiaire du Club des Entrepreneurs à Grasse et de sa déléguée générale Catherine Peyreaud. Ainsi, le projet a pu être exposé lors du Congrès Centifolia à Grasse en 2006³¹. C'est à l'issue de ce salon que la rencontre avec François Demachy, parfumeur chez Christian Dior et originaire de Grasse eut lieu. Sébastien Rodriguez est, quant à lui, lié par contrat aux Laboratoires Monique Rémy. Le producteur a signé un protocole de recherche avec LMR, alors que l'industriel qu'il livrait lui proposait de ne payer la récolte qu'un an plus tard :

C'est alors que j'ai été contacté par IFF qui était à la recherche d'une production rare pour Givenchy. Le directeur général m'a tout de suite proposé de me prendre la totalité de ma petite production. Méfiant, je lui ai demandé un acompte important qu'il a réglé « sur le champ » au milieu des rosiers. Quelques jours plus tard, j'ai vu débarquer l'équipe féminine du marketing de chez Givenchy, elles ont été séduites par le projet, l'ambiance, et sont reparties avec l'idée de créer un millésime, d'utiliser l'image de la production locale [...] IFF m'a proposé de mettre en place une parcelle pour faire des essais de variétés et retrouver les variétés spécifiques de Grasse et les senteurs oubliées comme le narcisse ou la Jonquille du Tanneron³².

- 20 L'association *Fleurs d'exception du Pays de Grasse* promeut ces partenariats avec les marques qui sont désormais prêtes à financer le producteur pour proposer à leur clientèle de luxe un produit raffiné :
- Nous avons le même langage, la même vision que les parfumeurs sur l'intérêt de valoriser l'image du produit par le terroir, les variétés locales, la traçabilité et l'engagement sur les modes de productions respectueuses de l'environnement et équitables pour les producteurs, ce qui correspond aux attentes de leurs clients³³.
- 21 La transparence est de mise sur le choix des variétés, la conduite des cultures, les coûts de production... Le service marketing des parfumeurs s'engage, en corollaire, à promouvoir ces exploitations. Aujourd'hui, huit producteurs font partie de l'association dont quatre qui ont des projets d'installations.
- 22 *Le Club des Entrepreneurs*, la communauté d'agglomération du Pôle Azur Provence, les élus du Pays de Grasse se sont aussi mobilisés pour promouvoir le développement de ces

plantes à travers les aides et la sauvegarde du potentiel foncier agricole ; le lycée horticole d'Antibes s'est impliqué dans la production de plants de rosier Centifolia.

- 23 Afin de sécuriser cette niche, l'association a pour projet la mise en place d'une Identification Géographique Protégée (IGP)³⁴ pour les *Fleurs d'Exception du pays de Grasse* :
- Avec une IGP, les parfumeurs pourront garantir l'origine de l'absolue et cela les incitera à en utiliser plus dans leur composition de parfum pour à terme permettre le développement de la production à Grasse³⁵.
- 24 Si l'AOC implique que toutes les étapes (production, transformation, élaboration) qui mènent de la matière première au produit soient effectuées dans le même périmètre géographique, l'IGP accepte au minima l'un d'entre elles. Dans ces conditions, les producteurs peuvent valoriser leurs cultures au-delà des industriels du bassin grassois et introduire une concurrence qui permettrait de soutenir la production en multipliant la demande. En projet depuis 2007-2008, le processus de labellisation doit faire face à plusieurs obstacles. Car, en effet, si les parfumeurs s'engagent dans le maintien d'une activité agricole pour produire des matières premières exceptionnelles, ceux-ci restent encore hésitants quant à l'application d'un tel label.

Le processus de patrimonialisation en marche

- 25 Au combat des producteurs se couple la valorisation du patrimoine industriel grassois initiée depuis 2006 par la ville de Grasse avec le projet « Grand MIP ». Il s'agit d'une stratégie de développement qui s'articule autour d'un musée des civilisations, le musée international de la parfumerie (MIP) situé au cœur de la ville ; un conservatoire des plantes à parfum, la Bastide du Parfumeur implanté à Mouans-Sartoux et un musée des techniques d'extraction encore au stade de projet actuellement.
- 26 La première étape à être réalisée est celle du MIP. Ce projet reprend l'idée de François Carnot³⁶ qui, en 1918, crée le premier musée de Grasse et prévoit, dès le début, une section réservée à la parfumerie. Les parfumeurs grassois et parisiens participent progressivement à l'enrichissement de cette section, mais l'absence d'aide de la municipalité ne permet pas, à cette époque, de mettre sur pied une entité entièrement consacrée à la parfumerie. Il faut attendre 1989 pour que le musée international de la parfumerie soit inauguré à Grasse. Ce dernier a pour but d'entretenir la mémoire des usages et métiers liés aux parfums dans le monde. Il consacre à ce titre une salle dédiée à la « cité des parfums » et un étage réservé aux techniques d'extraction locales. Il est, en ce sens, doté d'un caractère identitaire et symbolique fort. La création de ce musée sous l'impulsion de la ville de Grasse, avec la participation de la communauté d'agglomération Pôle Azur Provence, de l'État, via la direction régionale des Affaires culturelles, du conseil général des Alpes-Maritimes et du conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, s'intègre dans un processus global d'extension et de restructuration d'anciens espaces historiques emblématiques de Grasse (Hôtel Pontévés, salle des hydrocarbures de l'ancienne usine Roure, etc.) qui ont été regroupés en une seule et même entité architecturale. Le musée renferme également deux terrasses et une serre où sont présentées les principales essences utilisées en parfumerie. « Il s'agit de repenser l'histoire de la parfumerie en gardant le discours historique mais en privilégiant le côté ludique », indique Marie-Christine Grasse, conservatrice du musée de 1989 à 2011³⁷. La surface du musée a ainsi été doublée, de 1 000 à 3 500 mètres carrés, et ce dernier est devenu « Musée de France », désormais sous la tutelle du ministère de la Culture. Le musée se divise en cinq bâtiments

répartis sur sept niveaux, il comporte une salle d'exposition, une salle de conférences, deux salles pédagogiques et des salles d'animation pour les ateliers. Le MIP répond ainsi à trois objectifs principaux : conserver le patrimoine lié aux parfums, retracer l'évolution de la Parfumerie dans l'espace et dans le temps et valoriser les processus de création auprès du public par le biais des ateliers, conférences et expositions. Au-delà de ces visées, le musée cherche à valoriser le cachet et les spécificités architecturales des bâtiments qu'il intègre. Situé à flanc de colline, en limite du tracé fortifié de la vieille ville, la mise en valeur des édifices a été une entreprise difficile pour conserver l'identité de ces derniers tout en assurant une cohésion muséographique³⁸. Cette conception patrimoniale constitue une alternative aux trois parfumeries grassoises que sont Molinard, Fragonard et Gallimard qui proposent une prestation touristique et commerciale.

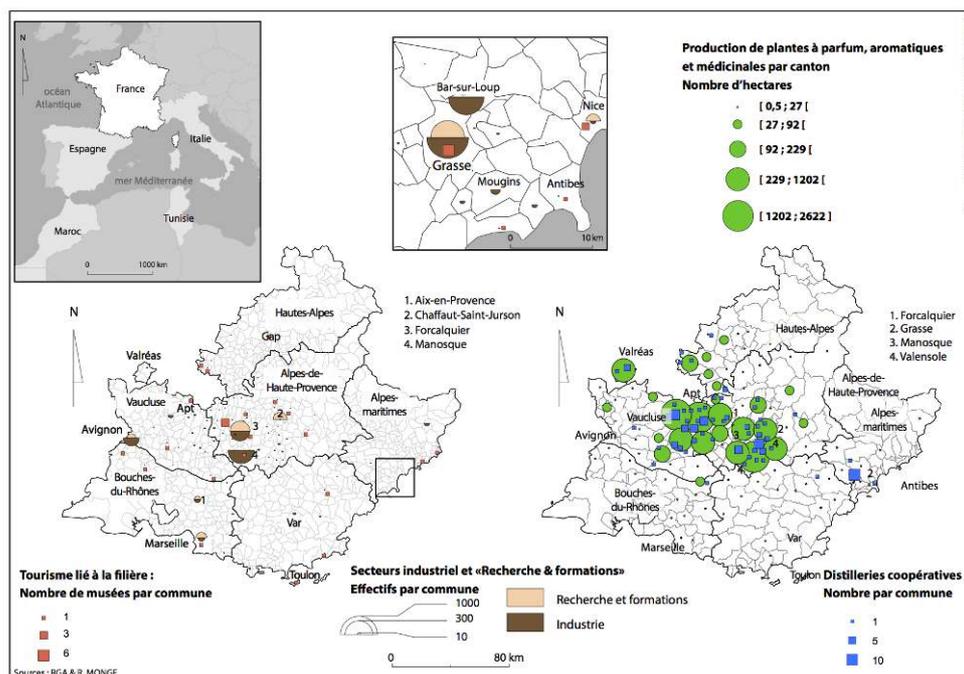
- 27 Le projet « Grand MIP », au moment de son élaboration, prévoyait d'aménager également un conservatoire de plantes à parfum qui ne pouvait être implanté dans le centre de Grasse. Ce conservatoire devait pouvoir accueillir les plantes à parfum emblématiques du pays grassois : rose, tubéreuse, lavande, géranium, iris, néroli ; et proposer des possibilités d'expérimentations agricoles. En 2007, la ville rachète un jardin en contrebas du Mouans-Sartoux, sur un ancien domaine agricole, La Bastide du parfumeur. Renommé Jardin du musée international de la parfumerie (JMIP) en 2010, il met en valeur les espèces actuellement utilisées en parfumerie comme celles qui sont tombées en désuétude, à l'image du genêt ou du cade. Sur ce site existe également un atelier expérimental qui se décline en plusieurs murs végétaux et un laboratoire spécialisé dans la recherche sur le naturel et la chimie moléculaire. Ce domaine a été aménagé pour être au carrefour de la découverte olfactive et de la formation et de l'enseignement. Le projet « grand MIP » ne fait pas que mettre en valeur un passé industriel, il s'inscrit dans une perspective d'avenir.
- 28 Enfin, le dernier projet à mettre en application est celui du musée des techniques d'extraction. Il était prévu de réhabiliter l'ancienne usine Roure dont « l'architecture industrielle correspond parfaitement à l'adaptation d'une telle collection »³⁹. Ce dernier musée aurait pour objectif de retracer l'ensemble de la chaîne de production de parfum en exposant l'appareillage nécessaire et en expliquant le fonctionnement. Les bâtiments de l'usine Roure, avant leur réhabilitation, faisaient déjà l'objet de visites dans le cadre des Journées du Patrimoine. Pour autant, la municipalité a fait le choix de consacrer cet espace à des salles de réunion et de travail pour des nouvelles entreprises désireuses de s'installer à Grasse. Le campus InnoVaGrasse a investi, dans cette optique, une partie des bâtiments réhabilités. Dans l'attente d'acquérir l'espace adéquat, ce dernier volet du projet reste, à l'heure actuelle, inabouti.
- 29 La valorisation du patrimoine grassois ne se concentre donc pas sur une seule richesse, les plantes à parfum, mais sur un ensemble de ressources qui peuvent être matérielles ou immatérielles : les savoir-faire, les techniques, l'innovation, la création artistique, etc. Ces héritages participent au patrimoine local dont la valorisation est devenue nécessaire face aux mutations rapides et conséquentes qu'a subies la ville depuis une trentaine d'années. C'est sans doute pour cette raison que ce projet a mobilisé des acteurs d'horizons régionaux différents dans le but de promouvoir le territoire à travers une opération de plus-value patrimoniale.
- 30 Il existera ainsi, à l'achèvement de ce projet, trois lectures du patrimoine grassois, à la fois complémentaires et dynamiques⁴⁰. Celles-ci s'intègrent dans une synergie produit-

territoire qui adopte le concept « Made in - made of - made by »⁴¹, dont Grasse s'était éloignée pendant de nombreuses années.

Conclusion

31 Le Pays de Grasse est doté d'un patrimoine végétal et industriel remarquable, qui nous amène à penser que la parfumerie n'est pas qu'un « simple souvenir régional ». Les plantes à parfum locales, telles que le jasmin, la rose et la fleur d'oranger ainsi que les savoir-faire, dont la seule expression était assurée par les parfumeries Fragonard, Molinard et Gallimard, ont été jusqu'à récemment sous-valorisés. Ce n'est qu'au début des années 2000 qu'un processus de valorisation s'amorce, alors que la lavande s'était inscrite dans cette mouvance deux décennies plus tôt ; à l'heure où les productions locales se meurent, et où les autorités sanitaires contraignent les fabricants à faire appel aux produits de synthèse, la valorisation de cette production peut apparaître tardive. Pour autant, les initiatives déjà engagées semblent porter leur fruit et sont complétées par de nouvelles propositions encourageantes. Ainsi, en 2013, la population locale adhère massivement à l'Association du patrimoine vivant du Pays de Grasse soutenue et portée par le sénateur Jean-Pierre Leleux, et dont l'objectif est d'inscrire les savoir-faire liés à la parfumerie au patrimoine mondial et immatériel de l'Unesco. De même, le groupe LVMH investi actuellement pour réhabiliter le domaine des Fontaines Parfumées, propriété historique de la parfumerie grasseoise, permettant d'impulser un coup d'accélérateur au développement local. Ces projets d'envergure ne pourront, à l'avenir, que soutenir la valorisation d'un patrimoine laissé à l'abandon.

Carte 1. Carte analytique de la culture des plantes à parfum, aromatiques et médicinales dans la région Sud-Est de la France



Extracteur par CO₂ supercritique, laboratoire IFF, les bois de Grasse



Cueillette du jasmin dans les champs d'agriculture biologique de Joseph Mul, 26 septembre 2008



NOTES

1. Éliane Perrin, *L'âge d'or de la parfumerie à Grasse : d'après les archives Chiris (1768-1967)*, Aix-en-Provence, Édisud, 1996, p. 21.
2. Brigitte Naviner, « Routes et paysages de la lavande en Provence », thèse d'anthropologie sous la direction de Bernard Lassus, Paris, EHESS, 2002.
3. Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs, *Milieux innovateurs en Europe*, Paris, GREMI, 1986.
4. Paul Rasse, « La cité aromatique, culture, techniques et savoir-faire dans les industries de la parfumerie grasseoise », *Terrain*, n° 16, 1991, p. 12-26.
5. Marie-Christine Grasse, *Une histoire mondiale du parfum : des origines à nos jours*, Grasse - Paris, Musée international de la parfumerie - Somogy, 2007, p. 152.
6. Éliane Perrin, *L'âge d'or de la parfumerie à Grasse...*, *op. cit.*, p 20.
7. Joseph Farnarier, *Contribution à la connaissance de la ville de Grasse*, Grasse, Carestia, 1981, p. 125.
8. L'hexane et le benzène utilisés par la technique de l'extraction par solvants volatils produisent des vapeurs toxiques qui provoquent des maladies chez les ouvriers qui y sont fréquemment exposés.
9. Romain Monge, *La dynamique des plantes à parfum : réseaux et territoires en région Provence Alpes Côte d'Azur et en Méditerranée Occidentale*, thèse de doctorat de géographie sous la direction de Sylvie Daviet, Aix-Marseille Université, 2013.
10. Sylvie Daviet et Romain Monge, « From "Evolutionary Turn" to "Territorial Resources" : the new trajectories of innovation in Provence, France », *Geography Compass*, vol. 4, n° 10, 2010, p. 1497-1512.
11. Le Pôle de compétitivité Arômes, Saveurs et Senteurs (PASS) est un regroupement de professionnels de la parfumerie créé depuis 2005 à Grasse.
12. Le Grasse Institute of Perfumery est un établissement de formation destiné aux futurs parfumeurs créé à Grasse en 2002.
13. Nérolium est une coopérative agricole spécialisée dans la fleur d'oranger située à Vallauris.
14. La Marigarde est une coopérative agricole spécialisée dans les fleurs du pays de Grasse.
15. Cooparum est également une coopérative agricole spécialisée dans les fleurs du pays de Grasse.
16. Les plantes à parfum requièrent le concours de nombreux produits phytosanitaires.
17. Ce classement des dix multinationales les plus performantes en matière de fabrication d'arômes et d'essences pour la parfumerie a été établi par le cabinet américain Leffingwell & Associates. Ce cabinet est au service de l'industrie de la parfumerie et des arômes et offre depuis 1985 des études relatives aux progrès techniques et des avancées en chimie de cette industrie, mais recense aussi les brevets. Il regroupe les entreprises classées F&F du monde entier, de la PME à la grande multinationale. Même si ce cabinet offre ses services depuis le début des années 1980, le classement existe, ou du moins est disponible depuis 1999.
18. Racheté par Hoffman-La Roche en 1963, et redevenu indépendant en 2000.
19. Givaudan rachète en 1963 l'usine Roure-Bertrand mais abandonne ensuite le site ; Firmenich acquiert en 2006 Danisco. Cette dernière avait auparavant racheté Calchavet possédant une usine à Grasse et une à Seillans.
20. IFF rachète en 2000 les Laboratoires Monique Rémy, entreprise spécialisée dans les parfums et produits parfumés naturels.

21. Le cas le plus approprié à notre étude serait le rachat de l'usine Roure par Givaudan en 1963 (Archives du Musée international de la parfumerie de Grasse).
22. Annick Le Guérier, *Le parfum, des origines à nos jours*, Paris, Odile Jacob, 2005.
23. Philippe Langevin, *Lavandes : d'un produit à l'image*, Aix-en-Provence, ESC 2 Associés, 2005.
24. L'Appellation d'origine contrôlée (AOC) implique que l'ensemble de la chaîne de production soit localisée dans une aire géographique précise.
25. Claudine Durbiano et Philippe Moustier (dir.), *Les terroirs. Caractérisation, développement territorial et gouvernance : Provence-Alpes-Côte d'Azur, France, Europe méditerranéenne, Actes du colloque international sur les terroirs, 9-12 mai 2007*, Université de Provence/TELEMME, Aix-en-Provence, 2007.
26. Romain Monge, *La dynamique des plantes à parfum...*, *op. cit.*
27. Entretien avec le chef d'exploitation de la société Sotrafloor, le 26/09/2008.
28. *Ibid.*
29. Le Domaine de Manon à Plascassier (Grasse), 1,2 hectares de plantes à parfum.
30. Les Roses du Vignal, à Plascassier (Grasse), 4 hectares de plantes à parfum.
31. Congrès Centifolia, Palais des Congrès, Grasse, 25-27 octobre 2006.
32. Thierry Pons, « La renaissance des fleurs d'exceptions de Grasse », *Travaux et Innovations*, n° 177, mai 2011, p. 30-33.
33. *Ibid.*
34. Label de signe d'identification européen, créé en 1992.
35. Entretien avec Sébastien Rodriguez en 2008.
36. François Carnot est l'un des organisateurs des Musées Centennaux. Il a défendu ce projet élaboré par la ville de Grasse en 1918.
37. *Discours d'inauguration*, Congrès Centifolia, Palais des Congrès, Grasse, 21-23 octobre 2008.
38. C'est l'hôtel Pontevès, datant du XVIII^e siècle qui a été complètement réaménagé à l'occasion de la réalisation du musée international : « si le musée doit garder sa stature internationale, il ne doit pas perdre son âme » (extrait du dossier de presse du MIP, p. 14). Carte de visite de la ville, cet hôtel construit en 1778 par la famille Pontevès et racheté en 1802 par Pierre-Joseph Amic s'est transformé en fabrique d'huile d'olive. Puis l'hôtel passe entre plusieurs mains jusqu'à ce qu'il soit racheté par la ville en 1976. L'aménagement de cet ancien hôtel particulier en musée est stratégique car il est situé en limite du tracé fortifié de la ville, et il est le témoignage d'un passé riche. Le musée valorise également d'anciennes bâtisses comme l'immeuble Pélissier, reconstruit à l'occasion et où la partie basse abrite les collections.
39. Marie-Christine Grasse, *Nice-Matin*, 21 janvier 2011.
40. Roberto Camagni, Denis Maillat, Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs, *Milieux innovateurs : théorie et politiques*, Paris, Economica Anthropos, 2006 ; Roberto Camagni, Denis Maillat, Andrée Matteaccioli, Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs, *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, Neuchâtel, Institut de recherches économiques et régionales, EDES, 2004.
41. Frédéric Leriche, Sylvie Daviet, Mariette Sibertin-Blanc et Jean-Marc Zuliani (dir.), *L'économie culturelle et ses territoires*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, coll. « Villes et territoires », 2008.

RÉSUMÉS

Depuis les années 1990, les plantes à parfum du bassin grassois sont des productions rares et originales qui se déclinent en plusieurs exploitations. Elles constituent de ce fait des filières d'excellence mais qui demeurent marginalisées. Elles sont actuellement, au cœur des préoccupations des consommateurs et des parfumeurs. En effet, malgré une concurrence intense menée par les autres pays producteurs (Afrique, Asie du sud-est, Amérique du sud) le pays de Grasse reste, dans l'imaginaire sociale, le fleuron de la parfumerie française contemporaine du fait que les pratiques culturelles comme les techniques d'extraction sont intimement liées à son histoire. Jusque-là, ces savoirs-faires multigénérationnels ont été peu appréciés à leur juste valeur. C'est ainsi que depuis le début du XXI^e siècle, nous observons une accélération de la mise en valeur de ce patrimoine assez remarquable pour que l'on s'y intéresse et pour que l'on y consacre notre réflexion.

Due to a drastic reduction of cultivated land in the 1970s, the production of perfume plants in the Grasse region and the use of these plants for the production of perfume has become a rare and exceptional practice since the 1990s. However, despite its marginality, the sector is celebrated for its excellence and has in recent years attracted the attention of both consumers and perfumers. In spite of tough competition due to the emergence of new production countries (Africa, South-East Asia, South America), the *Pays de Grasse* remains the jewel of the modern French perfume industry, with a rich heritage of agricultural practices and extraction processes. These know-hows, which were transmitted from generation to generation, have not so far been appreciated at their fair value. However, since the beginning of the twenty-first century, this remarkable heritage is increasingly being revisited and is well-worth exploring in more detail.

INDEX

Mots-clés : territoire, ressource naturelle, parfumerie, Grasse, innovation, naturel, développement local, géographie

Keywords : territory, natural resources, perfumery, Grasse, innovation, natural, local development, geography

AUTEUR

ROMAIN MONGE