

Flâneries florales dans le Pays grassois

Marina Marengo

Abstract

From literary and television representations, as well as personal strolls in the Pays de Grasse, we reconstruct the international, and yet very local, course of the perfume and aroma industry in Grasse, as well as the tradition of growing perfume flowers in the region is highlighted.

Résumé

À partir de représentations littéraires et télévisées, ainsi que de flâneries personnelles dans le Pays de Grasse, nous reconstruisons le parcours international, et pourtant très local, de l'industrie des parfums et des arômes de Grasse, ainsi que la tradition de la culture des fleurs à parfums dans la région.

Citer ce document / Cite this document :

Marengo Marina. Flâneries florales dans le Pays grassois. In: Le Globe. Revue genevoise de géographie, tome 162, 2022. Flâner. pp. 61-80;

doi : <https://doi.org/10.3406/globe.2022.7837>

https://www.persee.fr/doc/globe_0398-3412_2022_num_162_1_7837

Fichier pdf généré le 02/03/2023

FLÂNERIES FLORALES DANS LE PAYS GRASSOIS

Marina MARENGO

Professeur de Géographie
Disfor, Université de Gênes

Résumé : À partir de représentations littéraires et télévisées, ainsi que de flâneries personnelles dans le Pays de Grasse, nous reconstruisons le parcours international, et pourtant très local, de l'industrie des parfums et des arômes de Grasse, ainsi que la tradition de la culture des fleurs à parfums dans la région.

Mots-clés : Binôme agriculture-industrie, Culture des fleurs à parfums, Industrie de la parfumerie, Grasse, Valorisation patrimoniale, UNESCO.

Abstract : From literary and television representations, as well as personal strolls in the Pays de Grasse, we reconstruct the international, and yet very local, course of the perfume and aroma industry in Grasse, as well as the tradition of growing perfume flowers in the region is highlighted.

Keywords : Agriculture-industry binomial, Cultivation of perfume flowers, Perfume industry, Grasse, Heritage enhancement, UNESCO.

Introduction

Le visionnement, au cours des années 1990, de la série télévisée *Dans un grand vent de fleurs*, tirée du roman homonyme de Janine Montupet (1991)¹, me poussa à retrouver mes souvenirs d'enfant ainsi qu'à retourner flâner dans cette région si proche de ma terre d'origine (Marengo, 2020, 2021)². J'y ai fait plusieurs incursions florales au cours des trois dernières décennies, transformant le Pays grassois en lieu de ressourcement personnel³. Ce qui m'a retenue, ce sont les nombreux changements intervenus et touchant tant les domaines privé que public : les batailles pour la survie des derniers champs à fleurs de Grasse, l'évolution de la parfumerie de luxe, et l'inscription à la liste UNESCO des patrimoines de l'Humanité du Pays grassois et de la parfumerie.

Cet article s'inscrit dans une démarche géo-littéraire et se caractérise par une "dérive paysagère sensuelle", inspirée par les nombreuses flâneries personnelles dans le Pays grassois. Il emploie aussi bien des matériaux littéraires et paralittéraires, que des publications scientifiques (Porteous, 1985 ; Brosseau, 1993 ; Dulau, Pitte, 1998 ; Hoover, 2009 ; Ferrari, 2018 ; Fournier, 2021).

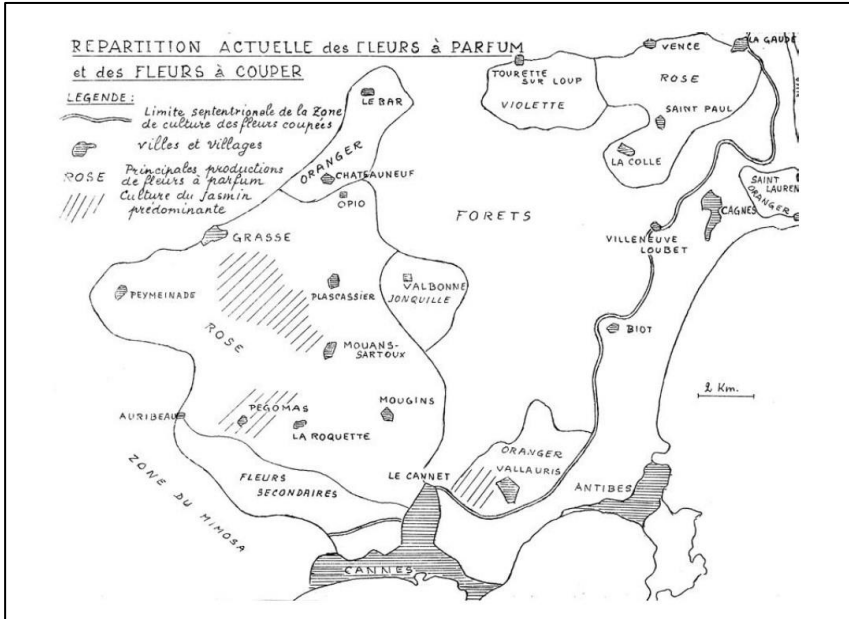


Fig.1 : La culture des plantes à parfums dans la région grassoise. Carte de M^{lle} Mottet, 1953. Source : Castella, P., 1965, La culture des plantes à parfums dans la région grassoise - Compte-rendu du D.E.S. de géographie présenté en 1953 par M^{lle} Mottet, *Recherches régionales*, 14, avril-juin : https://www.departement06.fr/documents/Import/decouvrir-les-am/recherchesregionales14_01.pdf

Entre flânerie, souvenir et déploiement des sens

Au fil des incursions, tout au début, j'ai eu une réaction proche de celle de Stendhal (1838:25) concernant : "(...) *l'odeur de résine qui me fait mal à la tête et qui pourrait bien être l'odeur de la parfumerie de Grasse*". Ensuite, je suis sortie de la ville pour me promener dans le Pays grassois. Déjà enfant, la visite de la région m'avait laissé un souvenir de champs de lavande à perte de vue, bien différente de la lavande sauvage que les habitants des Alpes sud-occidentales italiennes et françaises allaient couper dans la montagne pour extraire son essence. Francesco Biamonti a bien évoqué, dans l'un de ses romans, l'activité saisonnière habituelle de la proche Ligurie qui liait ses habitants au Pays grassois : "L'été on allait

dans la montagne faucher du foin et couper quatre touffes de lavande. On partait avec le mulet et l'alambic ; on parcourait les Maritimes, on distillait à chaque étape. Il y avait un type de Grasse qui venait acheter les essences." (Biamonti,1994:22).

Une surprise à laquelle je ne m'attendais pas a été, en revanche, le spectacle de la cueillette de la violette en plein hiver, lors de mon Nouvel An 2000 dans le Pays grassois. La découverte de Tourrettes-sur-Loup, désormais "capitale de la violette", a activé mes sens, l'odorat et la vue en particulier. Il s'agit d'une tradition culturelle qui vient de loin parce que "Tourrettes-sur-Loup est le seul endroit en France où la violette est cultivée comme culture unique ou principale. Vers 1880, l'activité agricole de la commune s'est essentiellement tournée vers cette fleur (il y a eu jusqu'à 40 producteurs). *Viola odorata* est une espèce spontanée, très commune en Europe septentrionale de plaine et méridionale de moyenne montagne. En 1875, on cultive dans la région de Grasse de nombreuses variétés longtemps dominées par la violette de Parme" (Commune de Tourrette-sur-Loup, 2022)⁴. La tradition voulait que "les violettes poussent sous les oliviers. À l'ombre protectrice des arbres, on plantait la *viola odorata* – la violette de Parme – et, dès le mois de décembre, Sorenza guettait l'apparition des premières fleurs" (Montupet, 1991:62). La découverte de la violette dans ce village du Pays grassois a fait ressurgir une conversation complètement oubliée datant de mon adolescence : "Quand j'étais jeune j'allais en France pour faire la saison. On cueillait les fleurs, les violettes et les roses." C'est la seule fois où grand-tante Censina (diminutif de Vincenzina), la sœur cadette de ma grand-mère paternelle, m'a parlé de son expérience de saisonnière dans le sud de la France. Comme bien des Piémontais de la montagne, certains membres de ma famille ont été saisonniers en France, et une partie d'entre eux s'y sont aussi établis entre les deux guerres. Les saisonnières "sardes"⁵ en agriculture ont fait leurs aller/retour pendant presque un siècle : "Je suis allée à Hyères pendant trois ans. (...) Au froid pendant tout l'hiver, à cueillir les violettes les mains gelées, à composer les *buchet* [sic ! (dans le texte retranscrit)] pour Londres. Cinquante violettes et six feuilles autour pour l'ornement pour chaque bouquet." – témoignage de Lucia Abello, veuve Perona (Revelli, 2013:87-88). L'affirmation de tante Censina ne m'a donc pas surprise ni vraiment intéressée sur le moment. Ce n'est que par

la suite, quand j'ai visité le Pays Grassois pour la première fois, que j'ai réalisé que c'était un témoignage important, mais hélas trop tardif.

Les déambulations à Tourrettes-sur-Loup m'ont permis d'activer un troisième sens, le goût, avec la dégustation des violettes glacées, suivies un peu plus loin dans mon itinéraire de la redécouverte du territoire – au Pont du Loup – des pétales de rose et des feuilles de verveine, toujours glacés. Un vrai délice dont le goût me rappelait l'alcool de rose de ma grand-mère paternelle⁶.



Fig. 2 : Le Pont du Loup et la Confiserie Florian. Photo : M. Marengo, 6. 6. 2022

À l'origine de l'engouement pour les fleurs et les arômes

La "vocation" de la région grassoise pour les fleurs à parfums est née au XIX^e siècle. La tradition des arômes et des essences parfumées et médicinales est cependant bien plus ancienne, puisqu'elle remonte au Moyen Âge, quand l'activité productive principale "(...) de Grasse est axée sur le travail du cuir. La tannerie est rendue possible par la présence

au centre de la vieille ville d'une source très abondante : la Poux [...] il est possible de lier la naissance de l'industrie des arômes aux faits suivants : a) le travail du cuir a entraîné la fabrication de gants ; b) des rapports très anciens existent entre Grasse et les républiques italiennes qui fournissent des huiles et des essences parfumées" (Beniamino, 1957:770). La mode des gants parfumés, lancée par Anne Tremouille (ou Tremouille selon les sources) au XVI^e siècle intéresse la Cour de France : "Le succès est tel que Catherine de Médicis, Reine de France depuis peu, missionne un certain Tombarelli, apothicaire d'origine italienne, pour étudier la possibilité d'implanter une industrie des parfums à Grasse." (Cocoual, 2017:135).

Il faut souligner que l'économie et l'administration du royaume de France ont bien su exploiter la mode afin d'activer une dynamique productive et commerciale puisque le "[...] départ initial de la trajectoire est celui où une lettre patente (revêtue du sceau royal) datée de janvier 1614, permettait aux gantiers-parfumeurs de 'se nommer et qualifier tant maître gantier que parfumeur' (...). La lettre royale induit la mise en route de mécanismes de légitimation soutenant des processus reproducteurs. Le 11 février 1729 la "Corporation des Gantiers Parfumeurs" est officiellement ratifiée par le Parlement de Provence" (Leszczyńska, Khachlouf, 2016:§20).

La tannerie ainsi que la production des gants parfumés sont deux secteurs importants de l'artisanat grassois jusqu'à la fin du XVIII^e siècle. Cependant, "à partir de 1759, les nouveaux impôts spéciaux (très élevés), infligés non seulement à tous les cuirs tannés mais aussi aux stocks de dix-huit mois de peau brute, mirent un point final à l'activité de tannage" (*ibid.*:§21). Cela dit, la production de gants parfumés va continuer à exister au courant du XIX^e siècle, attirant une clientèle de luxe : "Dans son joli magasin "À la corbeille fleurie", elle entraînait au moins une fois par jour, pour le plaisir d'y respirer de délicieuses senteurs. Elle y achetait aussi des gants parfumés en s'amusant à regarder des messieurs d'aspect sérieux venir en acheter aussi. Mais les siens étaient blancs ou beiges, les leurs se teintaient de rouge cette année-là. D'un rouge étrange, appelé "betterave des princes". (Montupet, 1987:549).

La crise de la tannerie a obligé les gantiers-parfumeurs à une rapide et heureuse réorientation qui "(...) s'est traduite par une double spécialisation en parfumerie et en savonnerie qui, confrontée à un contexte économique fluctuant, a fait préférer aux Grassois la première et délaisser la seconde

au profit des autres villes savonnières de la région. La parfumerie joue dès lors un rôle moteur pour des industries variées et transforme en profondeur le tissu économique local" (Cocoual, 2017:140).

Les particularités de l'"essor parfumeur" grassois

La réorientation rapide des artisans grassois les stimule à se lancer dans "(...) une aventure industrielle originale (...). Sa particularité jusqu'à la deuxième moitié du XX^e siècle est de concentrer sur son territoire la production de plantes à parfum et les traitements industriels de cette production. C'est donc cette double spécialisation, agricole et industrielle, qui confère à Grasse une place centrale et très spéciale dans l'histoire industrielle de la parfumerie française et internationale" (Benalloul, Argueyrolles, 2016:§1).

L'originalité de la double spécialisation agricole/industrielle situe le Pays grassois au centre de l'histoire de la parfumerie, désormais transformée en industrie de renommée internationale. La seconde moitié du XIX^e siècle marque en particulier cette importante mutation à Grasse et ses environs. Cet heureux couplage productif qui lie les secteurs primaire et secondaire locaux permet à la ville de "se parer" du titre de "capitale mondiale du parfum". Comme le souligne Mathilde Cocoual, "cette période représente pourtant une période charnière qui permet aux parfumeurs de s'installer durablement dans la ville. Les différentes associations avec d'autres filières agricoles et industrielles et la formation des descendants des grandes familles grassoises à la direction des entreprises sont en effet à l'origine d'un tissu d'entrepreneurs qui "colonise", au sens premier du terme, le cœur de la cité provençale. Portées par des familles de négociants qui possèdent un large réseau professionnel, les fabriques se multiplient et s'agrandissent au fil de rachats fonciers successifs à tel point que la parfumerie devient, au milieu du siècle, la principale activité locale" (Cocoual, 2017:141).

Cependant, Grasse et le Pays grassois ne se limitent pas à la culture et à la production d'essence ; dans la région fonctionnent "(...) environ cent moulins à huile, et quelques deux cents parfumeries, distilleries et confiseries. Des fabriques de savons, de cire, de bougies, des magnaneries, tanneries, minoteries, pelleteries, ferblanteries, fabriques de caisses en bois, des entrepôts de vin, de blé, de fruits, et Dieu sait quoi encore, expédiant en France et à l'étranger" (Montupet, 1991:123).



Fig. 3



Fig. 4



Fig. 5

Fig. 3 : Parfumeries grasseoises historiques : Chiris. Photo : M. Marengo, 6.6.2022

Fig. 4 : Parfumeries grasseoises historiques : Roure. Photo : M. Marengo, 7.6.2022

Fig. 5 : Une entreprise grasseoise contemporaine : Robertet. Photo : M. Marengo, 7.6.2022

La fin du XIX^e siècle est marquée par de nombreuses innovations dans la parfumerie. Les nouveaux procédés utilisés et les brevets enregistrés témoignent de cette transformation : "[...] l'industrialisation des modes de production de la parfumerie se fonde [...] sur le perfectionnement des techniques traditionnelles de traitement de matières d'origines naturelles, et aboutissent avant tout à l'accroissement des capacités de production" (Benalloul, 2010:54-55).

Ce puissant essor est rendu possible grâce aux conditions climatiques et pédologiques du Pays grassois qui permettent aux parfumeurs d'occuper de vastes surfaces cultivées de fleurs à parfums. Ce qui restait comme "terres à parfums" était exploité par de petits propriétaires qui revendaient leurs productions aux usines de la ville : "Il lui faudrait dire qu'avec cette dernière parcelle les terres de la Croix-de-Lumière, s'arrondissant à dix hectares, en resteraient sans doute là. Dix hectares disséminés autour des trois terrasses initiales du vieux père Gaubert, répartis dans un périmètre d'une à deux lieues. Il fallait être très fortuné pour posséder, à Grasse, un vaste territoire d'un seul tenant comme en avaient les grands parfumeurs ou certaines notables familles." (Montupet, 1991:213).

Jusqu'à la première guerre mondiale, les terres du Pays grassois étaient la plupart plantées de fleurs. Comme le souligne Olivier Beniamino (1957:766), le territoire offre des sols très propices à ces cultures florales qui "(...) demandent des sols profonds (...); jasmins, rosiers de mai, orangers (...) profitent des dépôts de la dernière mer tertiaire, au pied du talus préalpin : dépôts d'argile pliocène aujourd'hui travaillés en larges terrasses. Il convient de noter l'extension de la zone de culture florale en direction des départements du Var et surtout des Basses-Alpes. Les terres calcaires sèches et caillouteuses conviennent à la culture du lavandin, hybride obtenu par bouturage entre deux espèces de lavandes sauvages : *lavandula latifolia* ou Aspic et *lavandula officinalis*. Le lieu d'élection est surtout le plateau de Valensole".

Le XIX^e siècle est aussi caractérisé par une expansion coloniale de plus en plus consistante. Les entrepreneurs grassois investissent dans les plantations florales et aromatiques des colonies : "(...) en Algérie, dans l'archipel des Comores, à Madagascar, en Afrique équatoriale, en Amérique du Sud, dans le Pacifique, ou (...) à La Réunion, au Tonkin, en Cochinchine, en Guyane, en Tunisie, ou dans d'autres territoires coloniaux, pour s'approvisionner en essences de toutes sortes (...). Parmi

ces entrepreneurs grassois, les Établissements Antoine Chiris font office de précurseurs. Cette société a, en effet, multiplié les implantations outre-mer dont la prospérité est valorisée dans de nombreuses sources" (Cocoual, 2019:62). La grande réussite des parfumeurs est en bonne partie due aux plantations qu'ils possèdent dans les colonies : "Mes amis, tout ce qui est là, autour de vous, au plus loin que vous puissiez regarder dans l'univers de nos Alpes-Maritimes, dans ces six cent cinquante mille hectares de terre à rose qui nous donnent dans les trois millions de kilos de pétales, tout cela n'est qu'une partie de la richesse de notre ville. L'autre pousse en Algérie, à Madagascar, au Congo, en Indochine, à Tahiti." (Montupet, 199 :167). Ils font bien sûr des fortunes faramineuses et, en même temps, obtiennent l'admiration des Grassois : "Vous voyez, dit Lazarie, ces Garlande, ces Chiris, ces Roure, ces Goby, ce sont aussi des explorateurs et des pionniers." (*ibid.*:102).

L'expansion des cultures de fleurs à parfums contribue aussi à modifier le territoire grassois : "[...] à Grasse, il y aurait eu une intensification de la culture oléicole durant le XVIII^e siècle. Celle-ci se serait atténuée au XIX^e siècle. En effet, devant l'essor et l'engouement pour la parfumerie, une majorité d'oliviers a été arrachée pour laisser place à des champs de fleurs, par exemple, sur les collines de Châteauneuf-de-Grasse où les terres en *restanques*⁷ accueillait des cultures de roses de mai (*rosa centifolia*)" (Rosati-Marzetti, 2013:31).

La fin du couplage agriculture/industrie à Grasse : les nouveaux défis

Entre la fin du XIX^e siècle et le début du XX^e, les parfumeurs commencent à diversifier leurs productions, se spécialisant dans les arômes, surtout alimentaires et naturels, du moins au début : "Mais il n'y a pas que le jasmin. Il n'y a pas non plus que la parfumerie. Si on peut distiller des fleurs, des racines et des mousses, on peut bien distiller des tas d'autres choses. On pourra distiller des fraises, du basilic. On pourra faire des arômes pour les glaces, les yaourts, les pâtes. On pourra distiller des cèpes" (Vergez, 1996:ép. 1). Ensuite, et surtout à partir de l'après-guerre, la donne change : "(...) la production d'arômes est très importante puisqu'ils se retrouvent partout dans notre nourriture transformée mais aussi dans certains autres produits comme les boissons ou de manière plus étonnante dans les cigarettes (arôme tabac). En parallèle, la production de parfum est une branche d'activité moindre en comparaison de celle des

arômes (environ 30% de la production seulement) ; et contrairement à l'imaginaire collectif ces parfums ne sont pas toujours les fragrances de luxe que nous portons sur la peau. Il s'agit aussi bien souvent de parfums de la vie quotidienne comme du parfum citron pour les liquides vaisselle, du parfum "pain frais" pour les boulangeries, "cuir" pour les chaussures ou encore "voiture neuve" (Rosati-Marzetti, 2013:54).

Les inquiétudes des producteurs de fleurs à parfums sont évidentes : "Je te le dis Sorenza. Tout va changer à Grasse. Tout. Déjà ça a commencé, eh. Ils font du parfum avec de la chimie, et ils construisent leurs villages sur nos champs de fleurs. Eh. Et celui-là dont tout le monde parle, le fils Garlande, qui va planter des fleurs au-delà de la carte. Comme si la terre de Grasse n'était pas la meilleure (...). Ils vont nous les tuer nos fleurs. Ils vont nous les tuer. T'inquiète pas Clément. Il faudra toujours des fleurs pour faire du parfum. Et les nôtres ce sont les meilleures." (Vergez, 1996:ép. 1). Ce sont bien ces nouveaux bouleversements qui obligent les parfumeurs à renouveler à fond leurs entreprises ainsi qu'à faire des choix parfois discutables, mais nécessaires afin de garantir leur survie, pour un temps en tout cas : "Ainsi plus de rose mais de l'alcool phényléthylique. Plus de jasmin, mais du butyrate de benzyle. Plus de géranium, mais de l'oxide de phényle cristallisé. Plus de trèfle, mais du salicylate d'amyle. Et j'en passe. Voilà donc ce que vous voulez ?" (Montupet, 1991:321-322).

Ces inquiétudes sont bien motivées, parce qu'une partie des "(...) champs alentour ont été délaissés durant de nombreuses années" (Coucoual, 2016:§1), surtout que, "(...) sous la pression démographique, depuis les années 1960, et surtout depuis les années 1990, pendant lesquelles ce phénomène s'est accéléré, la plupart des champs cultivés ont laissé place aux habitations" (Rosati-Marzetti, 2013:31). La décolonisation entre 1960 et 1990, les modifications des modes de vie, l'affirmation de la Côte d'Azur comme pôle touristique de masse accélèrent le délaissement des cultivations de fleurs à parfums, en même temps que les principales entreprises grassoises, comme Chiris ou Tombarel, sont rachetées par les grandes multinationales des arômes et de la parfumerie (Benalloul, 2012) : " – J'ai une proposition de *International Food Interperfumes*. Ils veulent nous racheter. – Garlande ? Garlande acheté par des Américains ! ? Jamais ! Nous sommes responsables de plus de 90 familles. Tu crois que c'est les Américains qui vont sauver leurs postes ? Ils vont ramener chez eux les formules, les secrets de fabrication.

Ils vont se débarrasser du reste. Dans dix ans personne ne saura que la marque Garlande a existé. C'est hors de question. L'usine doit rester dans la famille." (Vergez, 1996:ép. 2).

La contemporanéité : du déclin à la Liste UNESCO

Le couplage agriculture/industrie dans le Pays grassois est bien résumé par cette citation de Montupet, où Sorenza, une petite fille évolue dans un rêve parfumé qu'elle voudrait voir transformé en réalité : "Elle ne voulait pas dire combien elle avait envie de partir vers les fleurs. Une envie qui cognait dans sa poitrine à lui couper le souffle. Elle avait entendu tant de cueilleurs raconter les roses et les jasmins sortant de terre, là-bas, sur des étendues grandes comme la mer." (Montupet, 1991:14). À partir des années 1960, la "mer de fleurs" n'est plus qu'un souvenir ; pour tourner la série télé au cours des années 1990, le réalisateur a dû la créer *ex-novo* : "Face aux Gorges du Loup et à la mer, le champ de fleurs de Sorenza - la Croix de lumière - est le lieu essentiel du film. Il a été choisi parmi tous les producteurs de roses pour son environnement sauvage de chênes-truffiers, les 10 hectares de "restanques" (...). Combattant la méfiance et le scepticisme des agriculteurs, Hamster entreprend les travaux de défrichage, la plantation de 3000 rosiers en pots pour pouvoir les déplacer en fonction des mouvements de caméra, la culture de jasmin de jardin qui fleurit en avril plutôt qu'en août comme le jasmin de Grasse, la construction d'une cabane en pierres du pays. Un an de préparation, deux mois de plantation et un suivi de six mois, les jardiniers-producteurs eurent la main verte pour arroser, tailler et cueillir la rose de mai." (Legrand, 1996).

La concurrence des fragrances chimiques et des fleurs étrangères a obligé les producteurs de fleurs à parfums à se réorganiser pour survivre : "C'est Vitalie, son enfant adoptive, héritière de ses terres, qui le cultive toujours. Une maîtresse femme ! Elle vient de créer une entreprise qui exploite les derniers champs de fleurs de Grasse. Elle fournit Chanel, Guerlain et Patou. Après elle et une société de Pégomas, tout sera fini ici, pour les fleurs" (Montupet, 1991:342). Et cela parce que "les parfumeurs ne nous suivent plus. Ils vont acheter à l'étranger. Et les grandes marques de Paris, elles dépensent des millions pour leurs packaging et leur marketing. Mais la qualité de la matière première ça ne les intéresse plus" (Vergez, 1996:ép. 6).



Fig. 6 : Champs de roses de mai, Grasse. Photo : M. Marengo, 8 juin 2022

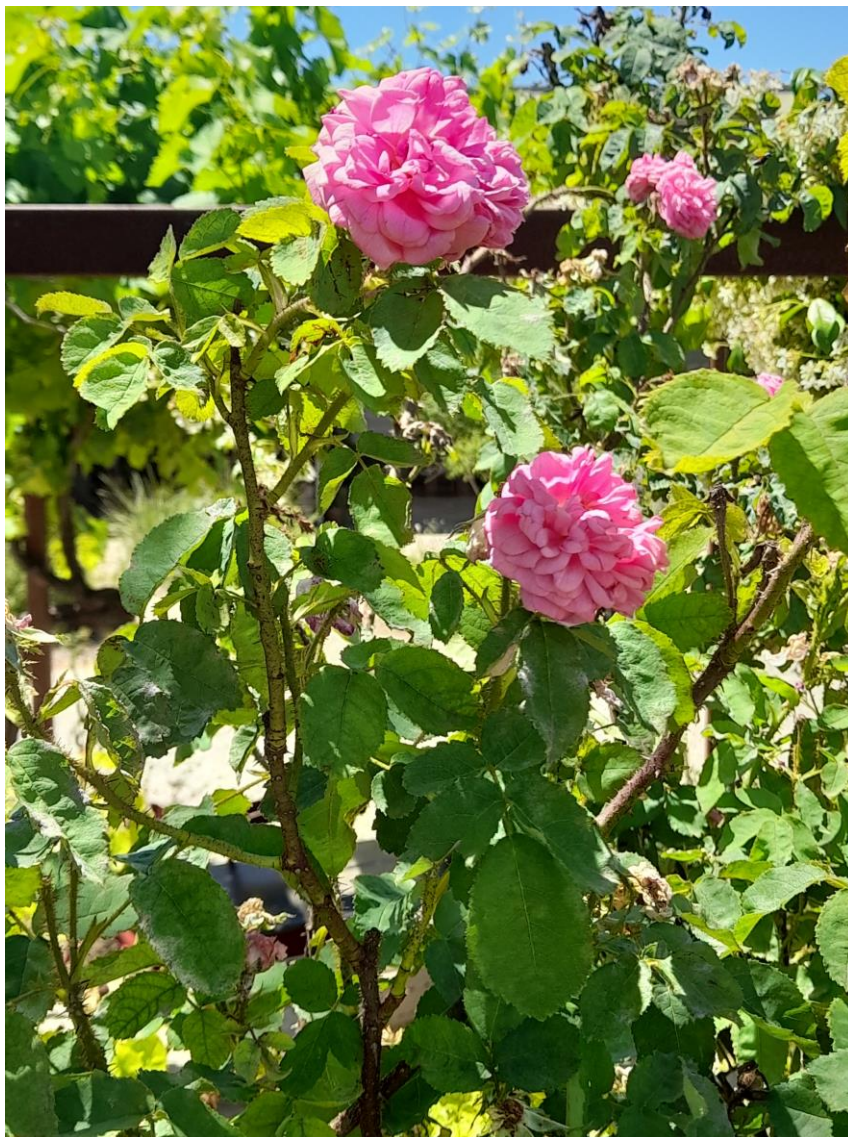


Fig. 7 : La rose de mai – Jardins du Musée International de la Parfumerie – Mouans-Sartoux. Photo : M. Marengo, 8.6.2022

Cette situation est bien résumée dans le dernier épisode de la série télé : "Cette année nous avons perdu 20% de production. [...] Les parfumeurs doivent nous aider. Et vous aussi vous devez nous soutenir. Parce que les fleurs à parfum c'est l'âme de notre région. C'est grâce à la résistance des fleurs que notre région a échappé au béton qui a ravagé la Côte d'Azur. Si votre campagne est toujours aussi belle et si les visiteurs viennent tous les ans de plus en plus nombreux. En signant notre pétition pour que vivent les fleurs de Grasse, vous nous aiderez à mobiliser les parfumeurs, les élus locaux, les pouvoirs publics." (Vergez, 1996:ép. 7).

Du déclin à la valorisation patrimoniale

Le déclin de la culture des fleurs à parfums grassois a longtemps duré, parce que "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 [...] au travers de l'Association du Patrimoine Vivant du Pays de Grasse" (Monge, 2016:§1).

À partir de ce moment, le processus de patrimonialisation culturelle et industrielle grassoise ne s'est plus arrêté, grâce surtout aux producteurs de fleurs à parfums qui ont su focaliser les efforts sur la qualité de leurs produits. L'intérêt montré par les grands parfumeurs contemporains en témoigne : "Il y a trente ans, Chanel aurait pu, comme d'autres, aller acheter ses essences à l'étranger, où la main-d'œuvre est moins coûteuse. Il a préféré rester fidèle à ce terroir où s'inscrit l'histoire du "Numéro 5" et nouer un partenariat alors inédit avec la famille Mul, qui lui assurait volume et qualité des fleurs et des extraits produits. Pour satisfaire ce couturier exigeant, une usine d'extraction a été installée dans les champs des Mul. Ainsi, les fleurs, traitées sitôt cueillies, gardent toutes leurs qualités olfactives." (Boyer, 2019). La dizaine d'exploitants qui produisent aujourd'hui pour les grands parfumeurs se partagent une vingtaine d'hectares de fleurs à parfums, surtout concentrés dans la vallée de la Siagne, sur la commune de Pégomas et encore "[...] de Vallauris et du Plan-de-Grasse ainsi que sur les hameaux de Plascassier et d'Opio [...] Cette micro-production mobilise une dizaine de familles de producteurs, dont seuls trois sont liés par contrat à une grande maison" (Monge, 2016:§8).



Fig. 8 : La vallée de la Siagne. Photo : M. Marengo, 7 juin 2022

La création en 2013 de l'Association du patrimoine vivant du Pays de Grasse a permis aux Grassois de voir quelques années plus tard leurs savoir-faire liés aux parfums reconnus avec l'inscription du Pays de Grasse sur la Liste des patrimoines immatériels de l'UNESCO (UNESCO, 2018).

Les producteurs, les industriels⁸, la population et les édiles locaux ont su activer un processus de valorisation reconnu par l'UNESCO : "Les habitants de Grasse se sont approprié ces techniques et ont contribué à les perfectionner. Outre les compétences techniques, l'art fait également appel à l'imagination, la mémoire et la créativité. Le parfum tisse des liens sociaux et constitue une importante source de travail saisonnier. Les connaissances associées sont essentiellement transmises de façon informelle à travers un long apprentissage qui se déroule encore principalement au sein des parfumeries. Toutefois, au cours des dernières décennies, la normalisation de l'apprentissage s'est développée avec des enseignements formalisés." (*ibid.*).

Les définitions officielles de l'UNESCO, en reconnaissant les compétences et les efforts des Grassois, ne permettent pas de "flairer" les arômes, les parfums entêtants des fleurs grassoises qui ont survécu aux nombreux changements économiques et territoriaux de la région. Cela dit, il suffit de se laisser dériver dans ce territoire pour s'enivrer de parfums qui nous enveloppent avec leurs effluves envoûtants.

Bibliographie

Benalloul G., 2010, Techniques de parfumerie à Grasse présentation historique, *Recherches régionales*, n. 196, juillet-décembre, 53-70.

Benalloul G., 2012, Historique de sociétés de parfumerie à Grasse, *Recherches Régionales*, n. 201, 91-120.

Benalloul G., Argueyrolles L., 2016, L'inventaire du patrimoine industriel des parfumeries de Grasse, *Cahiers de la Méditerranée*, n. 92 [En ligne].

Beniamino O., 1957, Grasse, centre mondial des matières premières aromatiques, *Revue de géographie alpine*, n. 4, 763-774 : <https://doi.org/10.3406/rga.1957.1807>

Biamonti F., 1994, *Vento largo*, Torino, Einaudi.

Boyer P., 2019, À Grasse, dans les champs de la famille Mul, in *La Croix*, 11 mai, [en ligne].

- Brousseau M., 1993, La géographie olfactive ou le flair romanesque, in Chevalier M. (dir), *La littérature dans tous ses espaces*, Paris, CNRS (coll. Mémoires et Documents de Géographie), 87-101.
- Buscemi A., 2016, Il TGV e i gelsomini di Grasse: il progetto che minaccia Chanel N. 5, *Luukmagazine*, 16 décembre, [en ligne].
- Castella P., 1965, La culture des plantes à parfums dans la région grasseoise - Compte-rendu du D.E.S. de géographie présenté en 1953 par Mlle Mottet, *Recherches régionales*, 14, avril-juin [en ligne].
- Cocoual M., 2016, Introduction, *Cahiers de la Méditerranée*, n. 92, 15 décembre [en ligne].
- Cocoual M., 2017, *Aux sources des parfums. Industrialisation et approvisionnement de la parfumerie grasseoise (milieu XIX^e – milieu XX^e siècle)*, thèse, Université Cote d'Azur : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01698978>
- Cocoual M., 2019, Aux sources des parfums, industrialisation et approvisionnement de la parfumerie grasseoise (second XIX^e-début XX^e siècle), in *Recherches régionales. Alpes-Maritimes et contrées limitrophes*, n. 216, 61-103.
- Commune de Tournettes-sur-Loup, 2022 : <https://tourrettessurloup.com/la-violette/>
- Dulau R., Pitte J.-R. (dir.), 1998, *Géographie des odeurs*, Paris, L'Harmattan.
- Ferrari A.M., 2018, *Exploring the Geosensory in Geography: Examining Olfaction and Geo-virtual Immersion as Contributors to a Sense of Place and Embodiment*, Morgantown, West Virginia University.
- Fournier M. (dir.), 2021, *Rural Writing. Geographical imaginary and expression of a new regionality*, Newcastle-upon-Tyne, Cambridge Scholar.
- Gauron R., 2016, "Chanel s'oppose au tracé de la future ligne TGV en Côte d'Azur", *Le Figaro-Économie*, 1^{er} décembre, [en ligne].
- Hoover K.C., 2009, The Geography of Smell. *Cartographica: The International Journal for Geographic Information and Geovisualization*, n. 4, pp. 237-239, doi: 10.3138/carto.44.4.237
- Légrand D., 1996, L'été de la RTBF dans un grand vent de fleurs, *www.lesoir.be*, 19 juin, [en ligne].

- Leszczyńska D., Khachlouf N., 2016, L'influence de l'enracinement du savoir sur l'évolution d'un cluster. Étude de la trajectoire historique de l'industrie des parfums de Grasse, *Cahiers de la Méditerranée*, n. 92 : <http://journals.openedition.org/cdlm/8378>
- Marengo M., 2020, À rebours dans les Alpes Maritimes italiennes, *Le Globe, Revue genevoise de géographie*, 99-116 : <https://doi.org/10.3406/globe.2020.7767>
- Marengo M., 2021, Ponts et crues à Garessio, Haute Vallée du Tanaro : entre variations climatiques et anthropocène, *Le Globe, Revue genevoise de géographie*, 129-140 : <https://doi.org/10.3406/globe.2021.7816>
- Monge R., 2016, La valorisation tardive des plantes à parfum et du savoir-faire grassois au tournant du XXI^e siècle, *Cahiers de la Méditerranée*, n. 92 : <https://doi.org/10.4000/cdlm.8408>
- Montupet J., 1987, *Judith-Rose*, Paris, Laffont-Pocket.
- Montupet J., 1991, *Dans un grand vent de fleurs*, Paris, Laffont.
- Moreira E., 2020, Givaudan : l'odeur qui vaut de l'or, *Les Échos*, 4 mars [en ligne].
- Mottet M^{lle}, 1968, *La Culture des plantes à parfums dans la région Grassoise*, thèse de doctorat dactylographiée.
- Olwig K. R., 1996, Recovering the Substantive Nature of Landscape, *Annals of the Association of American Geographers*, n. 4, 630-653 : <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1996.tb01770.x>
- Poncet E., 1996, Dans un grand vent de fleurs, 4^e épisode. Un feuillet parfumé marketing, *Libération*, 30 septembre [en ligne].
- Porteous J.D., 1985, Smellscape, *Progress in Human Geography*, n. 3, 356-378,
- Revelli N., 2013, *Il popolo che manca*, Torino, Einaudi.
- Rodaway P., 1994, *Sensuous geographies: Body, sense and place*, London, Routledge.
- Rosati-Marzetti C., 2013, *L'identité d'une ville au travers de ses artefacts : Grasse de 1860 à nos jours. Étude de la co-construction d'un imaginaire touristique et d'une identité locale*, Thèse en sociologie, Université Nice Sophia Antipolis : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00950146>
- Sallier P.-A., 2022, "Après 126 ans, Firmenich renonce à l'indépendance", in *24H*, 1^{er} juin [en ligne].

Stendhal, 1838, *Mémoire d'un touriste*, Paris, éd. Ambroise Dupont, citation tirée de Garibel G, 2004, *Voyage sur la Côte d'Azur*, éd. Pimientos, coll. Récits et témoignages d'écrivains voyageurs au XIX^e siècle, Zarautz, p. 25.

UNESCO, 2018, Décision du Comité intergouvernemental : 13.COM 10.B.14

Vergez G., 1996, *Dans un grand vent de fleurs*. Série TV (tirée du roman de Montupet, 1991).

Ville de Grasse, 2019, *Victoire, Les savoir-faire liés au parfum en Pays de Grasse*, 6-7 [en ligne].

Notes et références bibliographiques

1. Janine Montupet, *Dans un Grand Vent de fleurs*, Paris, Laffont, 1991. Toutes les citations au roman sont tirées de cette édition. La mini-série homonyme en sept épisodes a été réalisée par Gérard Vergez. Il s'agit d'une co-production France 2 (avec Rosemarie Lavallée et Bruno Wolkovich) et Rai (Orso-Maria Guerrini, Adriana Asti, Agnese Nano). La série a été diffusée en 1996. Beaucoup de critiques malgré le succès de la série. Cette dernière a été sponsorisée par *Séphora*, multinationale de la parfumerie (Poncet E., 1996).

2. Chaque fois que je revois un épisode de la série télé ou que je relis quelques passages du roman, je retrouve les commentaires de Jean-Bernard Racine, tombé comme moi amoureux de la série, qui le rapprochait de Nice et du sud-est de la France où il a grandi.

3. La dernière en date, début juin 2022, entre les Gorges du Loup, Le Bar-sur-Loup, Magagnosc, Grasse, Mouans-Sartoux, Pégomas, Auribeau-sur Siagne, Cabris.

4. <https://tourrettesurloup.com/la-violette/>

5. Les Sardes étaient les habitants du Royaume de Sardaigne venant travailler à Grasse en provenance du comté de Nice avant 1860 et, surtout, des montagnes de la province de Còni.

6. Recette de l'alcool de rose de nonna Maddalena :

600 gr de pétales de rose frais (pas plus de deux heures après récolte), 6 citrons, 1 lt d'eau, 500 de sucre 500 gr d'alcool à liqueur à 90°. Couper les citrons en rondelles. Alternier une couche de pétales et une couche de rondelles de citron. Faire bouillir 1 lt d'eau avec 500 gr de sucre : le verser chaud sur les pétales. Laisser reposer 24h. Couler le liquide et y ajouter 500 gr d'alcool à liqueur à 95°. Mélanger le tout. Verser le contenu dans les bouteilles. Environ un mois après filtrer l'alcool avec papier-filtre. On peut le boire 4-5 mois après.

7. Les terrasses en patois local.

8. Plus que "(...) deux grandes entreprises familiales grassoises, Mane et Robertet font actuellement partie du classement des meilleures entreprises du secteur de la parfumerie fine (...). Ce "Top 10" (...) comprend en 2013 trois entreprises suisses, Givaudan, Firmenich et Wild Flavors, dont les deux premières s'implantent à Grasse au cours de la seconde moitié du XX^e siècle... 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" (Monge, 2016:§12). En 2022, Firmenich va fusionner avec le néerlandais DSM (Sallier, 2022). Givaudan, après un long périple de fusions et acquisitions (Givaudan-Roure, Givaudan-Roche), reprend en 2000 son nom pour son intégration au Swiss Market Index. Actuellement Givaudan est le numéro un mondial des arômes et de la parfumerie (Moreira E., 2020).