



HAL
open science

Musée des parfums, odeur de l'argent ?

Paul Rasse

► **To cite this version:**

Paul Rasse. Musée des parfums, odeur de l'argent ?. *Alliage : Culture - Science - Technique*, 1990, 5, pp.90-93. hal-03402177

HAL Id: hal-03402177

<https://hal.science/hal-03402177v1>

Submitted on 25 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Musée des parfums,

Grasse a incontestablement été jusque dans les années cinquante la capitale internationale de la parfumerie. Carrefour de toutes les odeurs, il n'était pas une fleur au monde, pas un bourgeon, pas une racine, dont les Grassois n'aient essayé de capter la fragrance, pour la mélanger à mille autres dans leurs subtiles compositions. Depuis trois siècles que les industries aromatiques et la ville écrivent la même histoire, l'image de l'une et la réputation de l'autre sont indissociables. Aujourd'hui



Tri de fleurs fraîches dans l'une des parfumeries de Grasse au siècle dernier.
Photothèque du Musée International de la Parfumerie

odeur de l'argent ?

Paul Rasse

encore, les cheminées d'usines disputent le ciel aux clochers des églises, et les rues baignent de senteurs capiteuses échappées des ateliers. Les savoir-faire accumulés au cours des années continuent d'être suffisamment dynamiques pour intéresser les grandes multinationales, qui ont investi la place et développent la branche des arômes alimentaires ⁽¹⁾.

Le public...

Grasse et la parfumerie méritaient bien un grand musée, c'était en tout cas le projet de Georges Vindry, conservateur municipal. Il rêvait d'en faire la vitrine d'une profession traditionnellement fermée sur ses secrets de fabrication par une méfiance quasi malade à l'égard de la concurrence.

On allait reconstituer les premières échoppes où les gantiers-parfumeurs acquièrent leurs lettres de noblesse. On montrerait les techniques d'effleurage que les Grassois mirent au point au XIXe pour traiter les pétales des fleurs les plus fragiles, la rose, le jasmin, la tubéreuse. La visite se terminerait par un atelier d'extraction moderne, tel qu'on en trouvait à l'apogée de la parfumerie, entre les deux guerres. On mettrait en scène les principaux appareils, souvent conçus, toujours bricolés, sans cesse améliorés, par des Grassois dont la réputation était d'être aussi ingénieux qu'avares. Il faudrait bien sûr présenter l'orgue sur lequel les parfumeurs composent leurs mystérieuses symphonies florales ; on lui opposerait les premiers appareils d'analyses chimiques gainés dans leur corps de métal gris, le laboratoire ultra-perfectionné où les ingénieurs poursuivent le rêve fou d'enfermer les odeurs dans une équation. Une salle serait réservée à l'exposition de flacons rares dessinés par les grands designers du moment et à la publicité si nécessaire des parfums même les plus réussis. Sur les toits transformés en serres, on cultiverait les plus fameuses, les plus exotiques des plantes odorantes. Pour parfumer le tout, il y aurait un espace où le public pourrait «sentir» les précieuses essences et même, s'essayer à la composition.

D'idées, Georges Vindry n'en manquait pas. Il lui fallut encore beaucoup d'acharnement pour convaincre le maire, les pouvoirs publics, la profession, et réunir les fonds nécessaires à l'achat et à l'aménagement d'une ancienne huilerie située au centre ville. En chineur averti et insatiable, il constitua à

moindres frais une très belle collection de machines, d'appareils d'extraction, d'emballages, de moules à savons, de flacons, d'étiquettes.

Alors, le musée allait-il ouvrir ? On en parlait pour 1987, puis pour 1988, enfin en 1989, la presse unanime salua l'événement, d'autant que les Japonais se proposaient d'en faire autant à Tokyo, et que plusieurs délégations étaient venues pour s'inspirer du travail déjà réalisé.

Et pourtant, un an après, ne serait-ce qu'au regard de l'ambitieux projet initial, le résultat est plutôt décevant. Une partie des salles n'est pas encore ouverte (notamment le fameux jardin et l'espace des odeurs), l'éclairage est réduit à l'indispensable, la signalétique insuffisante pour que les visiteurs, peu nombreux semble-t-il, puissent comprendre le fonctionnement et le rôle des machines exposées. Le musée existe, le cadre est superbe, les collections sont riches, mais il y manque lumière, sens, visiteurs, et surtout odeurs. En panne, le beau projet, faute de moyens, faute d'une politique plus volontariste de la municipalité, faute d'un peu d'autonomie concédée au conservateur, quasiment exclu de la gestion du musée. Fatigué, désabusé, Georges Vindry nous raccompagne à la porte... Fin du premier épisode.

...et le privé

«Il n'y a pas de quoi en faire un drame, allez-vous penser, d'autant plus que ce n'est pas le seul musée sans moyens ni visiteurs.» Mais attendez la suite. Ici, le constat est d'autant plus saisissant, qu'en face, oui, juste en face de l'établissement communal, prospère un musée privé de la parfumerie ; les immenses bandeaux publicitaires qui mangent la façade, les innombrables panneaux accrochés sur les murs de la ville : «visitez l'usine et son musée», témoignent de la politique de communication offensive du propriétaire pour attirer le touriste et la file des cars stationnés sur leur parking réservé, et de son incontestable réussite, sur ce plan du moins.

L'entrée du musée est libre, trois salles pleines de vitrines clinquantes, trop éclairées, présentent une collection assez hétéroclite de flacons et de nécessaires de toilette. «*La visite de l'usine est gratuite, elle ne dure que dix minutes*», invite une jeune fille tout sourire qui nous conduit à l'étage inférieur. En bas, la mise en scène, le discours de notre guide, tout laisse supposer que nous sommes dans une véritable usine en activité. Pourtant, il est évident que la plupart des machines, des cuves ou des alambics en cuivre rutilant ne fonctionnent plus depuis des lustres. «*Par ici la visite*», nous entrons dans un atelier d'embouteillage, où, de l'autre côté de la barrière, une dizaine d'ouvrières remplissent des flacons un à un et collent les étiquettes : «*Ils sont bouchés à la main*», explique notre guide, «*c'est la part artisanale du travail que nous nous appliquons à faire selon une tradition ancestrale.*» Comme nous sortons,

entraînés par notre guide vers d'autres allées, je reviens sur mes pas ; à ma grande surprise, une fois l'atelier vidé de son public, le personnel a cessé son travail. Les employées papotent et s'amuseent comme des figurants entre deux prises de vues. Mais un nouveau groupe de touristes entre dans la salle et chacun se remet au boulot, ou plutôt, c'est évident maintenant, fait semblant de s'activer. «*Il est interdit de rester seul*», une jeune fille me rappelle à l'ordre et me reconduit à mon groupe. La visite se poursuit. A notre arrivée dans l'atelier suivant, un ouvrier met en marche une vieille presse à façonner des savons et l'arrête après notre départ. Notre guide parle des outils, des machines ou des différentes techniques au présent, comme si l'usine fonctionnait encore, alors que de toute évidence, les seules activités réalisées sur place consistent à mouler des savons et à enflaconner des parfums, deux tâches qui ne sont traditionnellement pas faites à Grasse, dont le rôle dans la chaîne de fabrication (l'extraction et la transformation des matières odorantes) se situe en amont. Il ne s'agit pas non plus d'une astuce muséologique, d'une mise en scène didactique de procédés anciens, puisque la seule chose qui nous est donnée à voir : des femmes remplissant des flacons, présente peu d'intérêt.

Enfin nous touchons au but de la visite : un immense magasin où sont commercialisés, nous dit-on, «*les fabrications artisanales de la maison*». On peut toucher et bien sûr sentir. Il ne faut pas être très connaisseur pour s'apercevoir que les fabrications vendues ici, à des prix approchant ceux des produits de luxe, ne valent guère mieux que les mauvais parfums fantaisie d'un supermarché. Pourquoi le statut de touriste rend-il si crédule ? La visite est gratuite, mais la plupart des visiteurs repartent avec de grands sacs pleins de leurs achats.

On imagine ce qu'aurait donné un projet conjuguant les meilleurs savoir-faire des uns et des autres : la rigueur du musée communal, la richesse de ses collections, avec la politique commerciale du privé. Encore peut-on se demander s'il y a compatibilité entre les deux concepts ?

Quant aux industriels qui ont contribué au financement du musée public, même s'ils promettent qu'on ne les y reprendra plus mesurent-ils assez les effets de ce leurre sur l'image de marque de leur profession ? Des centaines de personnes venues du monde entier, quittent chaque jour Grasse avec de fausses images et des odeurs fantaisistes, une perception dévalorisée de la première industrie de la ville.

(1) Paul Rasse, *La cité aromatique*, Ed. Serre, 1987