

Entre patrimoine et biotechs,  
l'équilibre grassois se structure.

## Parfum de croissance sur le Pays de Grasse

**CULTURE(S).** Germer et croître... Une thématique de la naturalité exploitée jusqu'au bout de la promotion territoriale pour affirmer une stratégie verte déclinée sur plusieurs mandats. Et pas de place pour la jachère, même dans les difficultés sanitaires.

Les récoltes commencent pour un Pays de Grasse qui, toujours un peu en marge des autres stratégies territoriales, affiche insolemment sa réussite industrielle -historique- et sa ligne éditoriale aux forts accents agricoles. Sans doute le récent classement au patrimoine immatériel de l'UNESCO pour ses savoir-faire en matière de parfums, couplé à l'obtention d'une IG (indication géographique) Absolue Pays de

Grasse ont-ils servi de terreau à cette fertilisation du territoire synonyme d'attractivité. Grasse la discrète (la secrète diront certains) n'a pourtant pas surfé sur la vague du sensationnel pour arriver à ses fins. Il n'empêche, la récente implantation d'un Lancôme (groupe L'Oréal) sur ses terres, vaut pour la renommée de la cité toutes les licornes du monde. Les grandes marques du luxe sont de retour, une à une,

elles manifestent leur intérêt pour la capitale mondiale du parfum, question d'image, à l'heure où les produits naturels sont plébiscités, et où Grasse s'est ouvertement positionnée sur cette filière de la naturalité. Stratégie gagnante, Grasse (re)devient un placement sûr en termes de marketing. La collectivité, en structure légère et agile, avance ses pions pour ensemenner une agglo motivée où les entreprises se fédèrent vo-

lonniers, au gré de leur implantation, ou via un Club des Entrepreneurs du Pays de Grasse dont la vivacité ne faiblit pas. La nature est partout, dans les réserves foncières sanctuarisées, dans la mobilisation des commerçants pour adopter des gestes plus éco-responsables, dans les nombreuses biotechs qui ont choisi le Pays de Grasse comme camp de base, qu'elles soient débutantes ou confirmées, dans les diverses

initiatives annexes mais significatives, escape game de la biodiversité ou mise en place de l'éco-pâturage. Manquait sans doute une franche impulsion estudiantine, synonyme de relève assurée, l'arrivée de formations dévolues à la filière arômes et parfums a été enclenchée sur la décennie précédente, l'effort continue aujourd'hui avec le début des travaux sur l'ex-tribunal avant la fin du mois, via ce Grasse Campus en pleine crise de croissance. Avec, en 2020, 16 partenaires académiques, 19 formations diplômantes et 800 élèves au compteur, la régénération par et pour le territoire est amorcée. En 2021 futurs ingénieurs, chimistes, stylistes, pros de l'audiovisuel croiseront les nouvelles recrues de l'ISCAE, sections immobilier ou communication. Et la naturalité dans tout ça ? Via un Grasse Campus Challenge, qui récompense les meilleurs projets axés développement durable ou recyclage, déprogrammé l'an passé pour cause de Covid mais déjà recalé sur 2021. De quoi arroser les 23 communes de l'agglo de belles initiatives, de La Roquette/Siagne à Collongues.

Côté création d'entreprises, les équipements fleurissent, InnoGrasse ou Grasse Biotech font le plein, et la labellisation Territoire d'industrie, partagée avec les agglos voisines, Cannes-Lérins et CASA, ouvrent des perspectives pour les plus capées en matière de financements publics ou européens notamment. Argile, Tiragon, Fénerie, Pilon, Feste Sud ou Bois de Grasse, la CAPG comptabilise 11 zones d'activités. Avec pour ambition commune d'attirer les entreprises. Et de les séduire durablement. Le charme -naturel- du Pays de Grasse semble fonctionner, sur des filières historiques en pleine mutation.



## Un siècle après son N°5, Chanel revient en force

Après ce que Jérôme Viaud appelle une grande "victoire territoriale" signée par l'arrivée de Lancôme, marque leader mondiale de la beauté de luxe qui s'est offert un domaine de 4 hectares à Grasse pour y cultiver les plantes à parfum en mode bio, les signaux positifs s'enchaînent, avec le grand retour du géant Givaudan-Roure via l'acquisition d'Expressions Parfumées, et de la maison Chanel, après avoir concrétisé une acquisition foncière sur Pégomas

à l'été 2020, au plus proche de son partenaire historique, le groupe Mul, qui acte son attachement au territoire grassois en soutenant financièrement la stratégie locale, par l'injection d'un demi-million d'euros dans un fonds dédié à la filière agricole *in situ*. "Un formidable nouvelle, le résultat d'un travail intense, mûri, entre une marque prestigieuse et les collectives publiques", synthétise l'élu. "Nous avançons sur trois sujets : une feuille de route qui définirait les

leviers dont dispose Chanel pour aider notre agriculture, une réflexion autour de la R&D de la marque, un temps implantée sur Sophia, et que je souhaiterais bien sûr relocaliser aujourd'hui sur Grasse, et enfin un gros travail sur le SCOT pour lister le foncier disponible pour un retour d'activités agricoles, respectueux de la propriété sans pour autant freiner les potentielles transactions avec Chanel." La ville a payé son tribut (70 hectares sanctuarisés) et copilote les opérations à venir avec la

marque, qui, elle, en rejoignant les restanques grassoises, redore son image traditionnelle en renouant avec son histoire originelle aux fragrances de jasmin azuréen. Une labellisation Unesco et une solide lobbying auront été nécessaires à concrétiser ce partenariat prestigieux, qui aura forcé les collectivités à quelques concessions, qu'il s'agisse de l'implantation d'une déchèterie à proximité des champs Chanel ou du passage d'une voie ferrée au ras des fleurs. **LA**