

ENTREPRISE

« Un savoir-faire unique dans les mains des familles » : à Grasse, ces dynasties qui portent le parfum du succès

REPORTAGE – Grasse et la parfumerie sont aujourd’hui indissociables : son savoir-faire a même été inscrit au patrimoine immatériel de l’Unesco. Une jolie victoire pour cette petite ville provençale, qui n’était plus tellement à la mode dans la seconde moitié du XX^e siècle. Avec la Grasse Perfume Week qui s’y tient à partir de ce jeudi 3 juillet, elle entérine un peu plus son statut de ville de premier plan de la parfumerie mondiale, sur lequel veillent des familles indissociables de sa renommée.

C^s ARTICLE RÉSERVÉ AUX ABONNÉS



VALÉRIE XANDRY • 2 JUILLET 2025 À 06H30 • ⌚ LECTURE 7 MIN

« *C'est une rose centifolia dans votre sac ?* » A première vue, la question posée au débotté lorsqu'on vient prendre notre commande au restaurant a de quoi surprendre. Mais après tout, ne sommes-nous pas à Grasse ? Et dans la petite ville provençale aux rues escarpées, la rose dite « de mai » est bien la reine. Dans les champs où elle éclôt en cette toute fin avril. Dans la couleur des parapluies suspendus dans les ruelles pour offrir de l'ombre. Jusque dans les corbeilles à l'entrée de l'usine historique de Fragonard qui accueille les touristes. Dans la capitale de la parfumerie moderne, les parfumeurs, fiers de leur héritage, ouvrent leurs portes aux visiteurs comme on recevrait un cousin éloigné. Car à Grasse, la parfumerie, c'est une histoire de familles. Au pluriel.



Fragonard, notamment, est dirigé par trois sœurs. Cyprien Fabre, directeur commercial de la marque, en sait quelque chose, son père ayant épousé l'une des sœurs en question. Dans les rues de Grasse, il s'arrête tout à coup devant une affiche du parfumeur : « *C'est mon frère sur la photo* »... Histoire de famille aussi du côté de Robertet, un des leaders mondiaux des fragrances et des arômes avec ses plus de 800 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le nom du site de production historique situé en

contrebas du centre-ville de Grasse ? Jean Maubert, en hommage à la 3^e génération à avoir développé ce fleuron provençal. Aujourd'hui, ce sont les 4^e et 5^e générations qui sont à l'œuvre. Histoire de famille encore à quelques kilomètres de là, au Bar-sur-Loup. Depuis 154 ans, la famille Mane s'active dans l'ombre des géants de la parfumerie et de l'agroalimentaire. En toute discrétion, elle a bâti un empire de près de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires qui porte son nom. Histoire de famille enfin chez les cultivateurs de plantes à parfum, avec les Biancalana du Domaine de Manon ou les Mul...

Des maisons de parfumerie fières de leur héritage

« La famille Maubert, la famille Mane, la famille Fragonard... toutes ces familles présentes dans l'écosystème grassois font partie de la vie quotidienne des gens », acquiesce Jérôme Viaud, le maire et président de la communauté d'agglomérations du Pays de Grasse. Ici, la filière parfumerie représente plus de 3 500 emplois directs, Mane et Robertet étant les plus gros employeurs privés du territoire. Pour les familles fondatrices, c'est une responsabilité avec laquelle elles ne transigent pas. A tel point que lorsque les Maubert décident en 2022 de confier les rênes de Robertet à un dirigeant extérieur à la famille – tout en restant présente à différents postes clés –, l'ancrage local n'est pas négociable. *« Une chose était très claire, le poste était à Grasse »,* sourit Jérôme Bruhat, qui a endossé le costume de directeur général. Comme le prouve la vue imprenable sur le centre-ville depuis son bureau.

« A Grasse, il y a un savoir-faire unique, renchérit Jérôme Viaud. Et ce savoir-faire, il se trouve dans les mains de ces familles qui le transmettent de génération en génération. » Galimard fondée en 1747, Molinard en 1849, Robertet en 1850... les maisons sont fières de leur héritage et de leur arbre généalogique. Mais conserver l'entreprise au sein de la famille n'en reste pas moins une gageure. *« Chaque succession est cruciale, et peut échouer quelle que soit la génération »,* confirme Christine Blondel, spécialiste des entreprises familiales et intervenante à l'Insead.

« On a tendance à dire que la première génération crée, la deuxième développe et la troisième vend », souffle Christophe Mot. Les sagas familiales, lui aussi connaît. C'est même l'intrigue de sa série de bandes dessinées, La Maison des fragrances. Fort de ses plus de 20 ans à travailler dans l'univers des parfums et des cosmétiques, Christophe Mot a justement choisi Grasse comme décor à la trame de son histoire : une guerre de succession au sein de la famille Capella. Une famille industrielle inventée pour

l'occasion mais fortement inspirée de la maison Chiris. « *Une famille incroyable et aussi très patriarcale* », s'enflamme l'auteur. Mais dont l'entreprise a été vendue en 1967.

70 hectares sanctuarisés pour la culture des plantes à parfum

Les années 1960 et 1970 marquent le règne des géants mondiaux de la chimie et des matières de synthèse. De puissants groupes français ou étrangers en profitent alors pour mettre la main sur des maisons familiales. Le paysage industriel familial grassois est ébranlé. A tel point qu'une étude sur le patrimoine local publiée en 1997 ne recense à cette date plus que « *trois usines authentiquement grassoises* » : Robertet, Charabot – qui sera finalement repris par Robertet en 2007 – et MANE. Ceux-là ont réussi à passer la vague. « *Nous étions complètement à contre-courant, on peut le dire*, glisse Julien Maubert, 5^e génération de la famille et à la tête de la division des matières premières de Robertet. *Mais nous n'avons jamais voulu remettre en question notre histoire et cette culture du produit naturel.* » Aujourd'hui, le groupe grassois est le leader mondial des matières premières naturelles.



Le retour à la mode de la naturalité signe le retour en grâce de Grasse. Dès 1987, Chanel noue un partenariat avec la famille Mul qui fait pousser roses et jasmin. Dior,

Lancôme, Louis Vuitton... Tous veulent à leur tour revendiquer une appartenance au territoire. Avec La Maison de la rose pour Lancôme ou Les Fontaines parfumées pour LVMH (actionnaire de *Challenges*). Cette nouvelle éclosion de Grasse aboutit à l'inscription de son savoir-faire au patrimoine immatériel de l'Unesco en 2018. Après quatre années de travail acharné et plus de 300 rendez-vous avec des décideurs mondiaux, lâche la municipalité.

Mieux, la ville est montée au front via un Plan Local d'Urbanisme engagé : 70 hectares sont sanctuarisés pour favoriser le retour de la culture des fleurs à parfum emblématiques, de la rose à la tubéreuse en passant par le jasmin ou la lavande, qui avait été réduite comme peau de chagrin. *« Ça a été un combat, insiste Jérôme Viaud, parce que vous imaginez bien que dans le contexte immobilier azuréen, dire 'on va enlever des droits à bâtir pour mettre des roses', cela n'était pas gagné mais on l'a fait. »* Seconde modification majeure : réindustrialiser la partie sud de la ville en préservant des zones dédiées à l'implantation de nouvelles unités de production. Givaudan va ainsi s'installer sur la friche industrielle de Biolandes pour son centre de production et d'innovation dédié aux ingrédients naturels.

Grasse Expertise, Grasse Perfume Week... la ville provençale rayonne

Culture des plantes d'un côté, industrie de transformation de l'autre. Il restait à assurer l'avenir. Dans les hauteurs de la ville, le tout récent Grasse Campus s'y emploie en accueillant des écoles spécialisées, avec nombre de formations, évidemment, dans les arômes et les parfums. Quelques rues plus loin, on retrouve le Grasse Institute of Perfumery. Un partenariat avec l'incontournable Isipca, l'école d'excellence basée à Versailles, a aussi été développé. Sans oublier que les industriels historiques forment aussi leurs nez en interne.

Et la mairie est là pour veiller à ce que les besoins en formation des champions locaux trouvent un écho. Idem pour que leurs projets d'innovation puissent se concrétiser, comme la création de la pépinière de start-up Villa Blu lancée par Robertet en 2023.



Car c'est bien cet écosystème, dont les maisons familiales sont fers de lance, qui fait rayonner la ville. Pour la première fois cette année, les acteurs de la filière, dont Fragonard et Robertet, ont fait le choix de participer ensemble au China Beauty Exhibition, le plus gros salon mondial de la cosmétique, sous la bannière Grasse Expertise. La Grasse Perfume Week qui démarre ce jeudi 3 juillet ou le retour dans la ville provençale en 2026 du Salon international des matières premières pour la parfumerie témoigne de sa renommée auprès des professionnels. Auprès du grand public aussi. Des milliers de visiteurs partent chaque année à la découverte de ce patrimoine olfactif. Parmi eux, certains pousseront les portes de Fragonard le temps d'un cours pour apprendre les bases de la formulation en parfumerie.

Les maisons familiales de Grasse, elles, ont semble-t-il trouvé la formule de la longévité. Comme un bon parfum, celle-ci tiendrait en trois notes. Celle de tête : un ancrage fort au territoire. Celle de cœur : la passion pour le métier. Celle de fond enfin : ce savoir-faire qui se transmet de génération en génération.