

# LE PARFUM, PORTEUR DE RÊVE ET MIROIR DE LA SOCIÉTÉ

Annick Le Guérer

FINANCIÈRE DE LA CITÉ

4, rue Berryer Paris 8<sup>ème</sup>

Tel: +331 5393 3830

Fax: +331 5353 9991

[contact@financieredelacite.eu](mailto:contact@financieredelacite.eu)

[financieredelacite.eu](http://financieredelacite.eu)

Ce document est remis à titre d'information et ne saurait constituer une offre de souscription ou d'achat de fonds d'investissement. Les performances passées ne préjugent pas des résultats futurs. Le Prospectus de l'OPCVM doit être impérativement remis au souscripteur potentiel préalablement à toute souscription. Toutes les données relatives à l'OPCVM, mises à jour sur la base de la dernière valeur liquidative, sont disponibles sur le site internet de la Société de Gestion : [financieredelacite.eu](http://financieredelacite.eu)

Toute reproduction totale ou partielle de ce document, des logos, des marques ou de tout élément figurant sur ce document est interdite sans autorisation préalable de la Financière de la Cité. De même, tout droit de traduction, d'adaptation et de reproduction partielle ou totale est interdit sans son consentement. La responsabilité de la Financière de la Cité ou de ses préposés ne saurait être engagée du fait d'une utilisation, d'une diffusion totale ou partielle de ce document non conforme à sa destination. Les derniers documents annuels et périodiques sont adressés dans un délai d'une semaine sur simple demande écrite du porteur auprès de la Société de Gestion.

FINANCIÈRE DE LA CITÉ

4, rue Berryer Paris 8<sup>ème</sup> | T : +331 5393 3830 F : +331 5353 9991 [contact@financieredelacite.eu](mailto:contact@financieredelacite.eu)

Société par actions simplifiée au capital de 1.000.000 € | Agrément AMF n° GP 050000034  
[financieredelacite.eu](http://financieredelacite.eu)

Dépositaire, agent comptable et centralisateur des souscriptions et rachats :  
BNP Paribas Securities Services, 3, rue d'Antin, 75002, Paris – 01 42 98 10 00 – <http://securities.bnpparibas.com>



Avec plus de 1200 lancements chaque année, le parfum ne peut certes prétendre à la rareté. A priori, la pléthore signale davantage la banalisation que l'excellence.

Et pourtant, force est de constater que ce produit conserve un étrange pouvoir de fascination. Que son choix résulte d'un coup de cœur ou soit l'aboutissement d'une mûre réflexion après de multiples essais, il reste pour beaucoup d'acheteurs la touche ultime par laquelle ils expriment leur goût et révèlent, silencieusement mais avec une expressivité très forte, quelque chose de leur sensibilité, de leur personnalité la plus intime.

L'association dans la période moderne du parfum à la haute couture n'est sans doute pas étrangère au prestige dont il est encore paré. Mais, à vrai dire, ce statut d'objet précieux est plurimillénaire. Il suffit pour s'en convaincre d'évoquer la tradition des trois rois mages apportant des présents à l'enfant Jésus. Sur le même plan que l'or, figurent deux résines odorantes essentielles dans la parfumerie de l'époque : l'encens et la myrrhe.

En réalité, l'aura exceptionnelle du parfum a ses racines tant dans les récits légendaires qui entourent l'origine des matières premières utilisées que dans l'histoire de leur conquête. Celle-ci est restée longtemps, en effet, plus proche de la quête mythique de la Toison d'Or que d'une entreprise à caractère commercial.

Trois événements se déroulant à des siècles d'intervalle permettent d'en prendre la mesure.

Le premier a lieu sur les bords du Nil vers 1500 avant Jésus-Christ. Hatshepsout, l'une des rares femmes à avoir exercé les pouvoirs d'un pharaon, lance une expédition qui sera un des événements majeurs de son règne. Cinq navires lourdement chargés de produits égyptiens sont en partance pour une destination lointaine, le pays de Pount ou "Terre du Dieu". Commandés par un homme de confiance, Néhésy, ils prennent le large sous l'action conjuguée de leur grande voile et de trente rameurs avec une mission précise : revenir chargés de matières aromatiques qui font défaut à l'Égypte. La reine les regarde s'éloigner pleine d'espoir. Elle est à bord en effigie sous la forme d'une statue de granit rose qui la représente en compagnie du dieu Amon et doit être érigée sur la terre des parfums.

Près de 1500 ans plus tard, en 25 avant Jésus Christ, c'est une flotte romaine de 210 navires qui, traversant la mer Rouge, aborde la côte de la péninsule arabique. Elle débarque deux légions qui sont renforcées par des contingents d'auxiliaires judéens et nabatéens. Au total ce sont plus de 10000 hommes qui, sous un soleil de plomb, se mettent en marche vers le sud. C'est que l'Empire romain naissant est avide des aromates et des résines précieuses qui font la réputation de "l'Arabie heureuse" et l'empereur Auguste a confié au préfet Aelius Gallus la mission de la conquérir.

Encore un bond de 1500 ans, et une autre flotte s'apprête à quitter l'Espagne. Le navigateur portugais Ferdinand de Magellan va appareiller pour les rivages orientaux de l'Asie en cherchant un passage par le sud de l'Amérique. Ce hardi projet doit ouvrir une nouvelle voie vers les Philippines et les Moluques, terres riches en épices, résines et bois odorants de toutes sortes. L'empereur Charles Quint a donné son approbation et son soutien à cette tentative risquée et comme au temps de la reine Hatshepsout, ce sont cinq navires qui, en 1519, se lancent dans l'aventureux périple.

Ces entreprises pour la conquête des matières parfumées ont connu des fortunes diverses.

A en croire les bas-reliefs qui relatent l'expédition d'Hatshepsout sur les murs du temple de Deir-el-Bahari, celle-ci fut un plein succès. On y voit la reine coiffée de deux plumes d'autruche plonger avec volupté ses bras dans d'immenses tas de résine odorante. Et le commentaire indique que "sa peau brille comme les étoiles".

C'est, au contraire, par un échec cuisant que se solde le projet d'Auguste. Après un an de campagne et quelques victoires, l'armée romaine s'enlise dans le siège de Maryab, une des villes du royaume Sabéen. Finalement, Aelius Gallus est contraint à une piteuse retraite avec ses troupes décimées par la soif et la dysenterie.

Un bilan plus contrasté clôt le périple de Magellan. Lorsque, après trois ans et quatorze jours, la "Vittoria", commandée par son lieutenant Sébastien del Cano, regagne l'Espagne après avoir contourné l'Afrique, quatre navires manquent à l'appel et Magellan lui-même a été tué dans un combat avec une peuplade des Philippines. Mais le premier voyage de circumnavigation autour du globe a été réalisé et une nouvelle route des épices est ouverte. Anobli par Charles Quint, Sébastien del Cano arborera sur son blason bâtons de cannelle, muscades et clous de girofle.

Ces grandes aventures qui émaillent constamment l'histoire de la parfumerie ont laissé des traces dans l'inconscient collectif. Épousant les conditions propres à leur époque, elles sont à la fois support de rêve et reflet de l'environnement social, scientifique, technique dans lequel elles se déroulent. Et l'on peut en dire tout autant du parfum lui-même, les deux fonctions interférant parfois au point de se confondre. Pendant des siècles, en effet, le parfum a été conçu comme un produit sacré, magique et doté de pouvoirs extraordinaires.

Ainsi, loin d'être, comme le prétendait le grand naturaliste latin Pline l'Ancien, "le luxe le plus inutile de tous", peut-il apparaître à la fois comme un objet onirique et comme un langage révélateur des valeurs, des problèmes, des évolutions de la société qui le produit.

## L'Égypte, berceau de la parfumerie

Dans le monde antique, les Égyptiens sont considérés comme les maîtres incontestés de la parfumerie. Leur savoir-faire est l'expression d'une civilisation qui fait une place considérable aux senteurs, aussi bien dans les cultes que dans la pratique essentielle de l'embaumement et de la momification ou encore dans la vie quotidienne. Une véritable culture du parfum sous-tend le prestige de la parfumerie et de la cosmétique égyptienne.

### Régénérer les dieux

Les onguents divins jouent un rôle capital dans les rites qui s'accomplissent quotidiennement dans les temples.

Chaque matin, le pharaon, considéré comme le fils des dieux et l'intermédiaire entre les divinités et les hommes, accomplit des rites où les fragrances sont au premier plan. Au même moment dans tous les temples d'Égypte, les prêtres répètent les mêmes gestes en son nom.

Pharaon pénètre dans la partie la plus secrète du temple. Il ouvre la porte du tabernacle et en retire la statue du dieu pour le revivifier après le cycle de la nuit en frottant ses membres d'onguents odorants.

Si ces compositions sont créditées d'un tel pouvoir, c'est que, pour les Égyptiens de l'époque pharaonique, les parfums ont une origine divine. Ils sont la "sueur", la "transpiration" de leurs dieux. Ainsi la statue est-elle enduite avec "la propre odeur du dieu, la sueur qui est sortie de sa chair".

Nous disposons de nombreuses recettes comme celle de "L'onguent Hekenou", un mélange très complexe de sucs, d'aromates pilés et mouillés de vin, chauffés ensuite à plusieurs reprises avec de l'encens et du styrax. La préparation de ce parfum destiné à "mettre en fête le corps du dieu" demande plus d'un an de travail.

Autre parfum sacré, "L'onguent de Minéral divin", utilisé également pour revivifier le dieu mais qui se prépare en vingt et un jours seulement. Il incorpore de la résine de térébinthe, de l'encens, diverses plantes aromatiques, mais aussi des parcelles d'or, d'argent, de lapis-lazuli, de jaspe rouge et de turquoise.

Peintures et bas-reliefs offrent également un grand nombre de représentations de prêtres ou de pharaons procédant à des fumigations parfumées. Ils utilisent à cette fin des cassolettes ou un encensoir particulier : "le bras à encens" ou "bras d'Horus".

Composé d'un manche de bronze ou de bois doré d'une longueur d'environ 30 à 50 cm, il se termine à une extrémité par une tête de faucon et à l'autre, par une main largement ouverte sur laquelle est fixée une coupelle où brûle le parfum sacré.

Les senteurs sont très présentes dans toutes les festivités sacrées auxquelles est associé le peuple. Lors de l'inauguration d'un nouveau temple, par exemple, l'encens brûle sur des bûchers dans toute la ville parsemée de fleurs et de bouquets.

### **Etre parfumé pour une vie éternelle**

Les Égyptiens qui entreprennent de longs voyages parfois dangereux loin de leur terre natale n'ont qu'une crainte, c'est de décéder loin de celle-ci et de ne pouvoir bénéficier des rites qui conditionnent leur accès à la vie éternelle.

Le défunt qui affronte avec succès le jugement d'Osiris connaîtra, en effet, une deuxième vie. La pesée de son cœur qui ne doit pas être lourd de mauvaises actions, décide de son sort. S'il s'avère aussi léger qu'une plume, le voyage vers le séjour des bienheureux, la Douat, peut commencer. Dans le cas contraire, c'est une deuxième mort qui l'attend.

Mais il y a un préalable à cette épreuve suprême : l'indispensable rituel de la momification qui seul peut permettre au défunt, normalement voué à la putréfaction, de devenir un "Parfumé" c'est-à-dire un dieu.

L'historien grec Hérodote a donné au IV<sup>ème</sup> siècle avant J-C des indications détaillées sur diverses méthodes d'embaumement adaptées aux ressources financières de la famille du défunt.

Dans le procédé le plus coûteux, les embaumeurs, entre autres opérations, incisent le flan du défunt, avec une pierre tranchante, retirent les intestins, remplissent la cavité abdominale de myrrhe et de cannelle et la recousent. Le corps reste ensuite soixante-dix jours dans le sel avant d'être lavé et enveloppé de bandelettes de lin très fin pouvant mesurer plus de 100 mètres.

Pendant que les officiants font des onctions d'huiles et d'onguents parfumés, les prêtres s'adressent au défunt en lui disant : "Que la sueur des dieux pénètre jusqu'à toi ... Reçois le parfum de fête qui embellira ton corps et te protégera ! Que le parfum étant venu jusqu'à toi, tu sois heureux éternellement".

Un dernier rituel, celui de "l'ouverture de la bouche", va redonner au corps momifié le "souffle de vie" : "Je complète ton visage avec le parfum provenant de l'Oeil d'Horus ... Il rattache tes os, il rassemble tes membres, il réunit tes chairs et dissipe tes maux ! Quand il t'enveloppe, son agréable odeur est sur toi ... Tu enchantes par ton odeur le cœur des dieux".

Le défunt, déifié par les substances aromatiques, peut désormais reposer en paix dans son sarcophage.

### **Usages profanes**

Dans son tombeau, la momie est entourée de tout un mobilier funéraire, avec de nombreux objets de la vie quotidienne, et spécialement des flacons, pots à onguents, étuis à kohol, miroirs etc..., qui témoignent de l'importance que l'Égypte des pharaons accordait à la toilette et à la parure.

Les Égyptiens font un grand usage de parfums et de cosmétiques. La propreté est pour eux le symbole de la pureté morale et les scènes de toilette sont fréquemment représentées sur les peintures et les bas-reliefs.

Parmi les nombreuses recettes de préparations aromatiques pour le visage, on trouve dans le papyrus Edwin Smith, datant du début de la XVIII<sup>ème</sup> dynastie, vers 1500 avant J-C, une composition "pour transformer un vieillard en jeune homme". Cette huile aromatique, à base de graines de fenugrec, une légumineuse de la Méditerranée orientale à odeur forte et riche en vitamines, fait disparaître les rides, les taches de rousseur et les rougeurs de l'épiderme... Les Égyptiens rêvaient eux aussi d'une éternelle jeunesse.

La tradition rapporte que pour séduire Jules César, Cléopâtre, dernière reine d'Égypte, utilisa toutes les ressources de la parfumerie égyptienne. Elle disposait d'un choix très vaste : parfums au henné, à la rose, au lys, parfum de Mendès, à base d'huile de ben, de cannelle, de myrrhe, de résine, Métopion, composé d'huile d'amande amère, de verjus de raisin, de jonc odorant, de galbanum et de graines de baumier, ou encore celui que les Romains appelaient l'Aegyptium, réputé pour sa puissance et sa ténacité et qui comportait des ingrédients coûteux comme le cinnamome (écorce du cannelier de Ceylan) et la myrrhe.

Naturellement toutes ces compositions raffinées sont réservées à l'élite. Le commun des mortels doit se satisfaire de produits moins élaborés comme l'huile de ricin mélangée à de la menthe ou à de l'origan. Les riches Égyptiennes n'hésitent pas à imprégner d'huiles aromatiques leur tunique. Les sages recommandent d'ailleurs aux maris d'offrir des parfums à leur femme car ce sont, disent-ils, les meilleurs soins pour leur corps.

De nombreuses peintures montrent qu'au cours des fêtes et des banquets, les perruques de cérémonie sont surmontées d'un petit cône de graisse parfumée qui fond doucement en entourant la tête de chaque convive d'un halo de senteurs.

Certains parfums sont, d'ailleurs, polyvalents. Ils peuvent être employés à des usages multiples aussi bien sacrés que profanes.

C'est le cas du plus célèbre d'entre eux, le fameux kyphi. Qualifié de "parfum deux fois bon", il est constitué d'au moins dix ingrédients : les baies de genièvre, les raisins secs, le souchet, la résine de térébinthe, le roseau odorant, le jonc odorant, les fleurs de genêt, le vin, le miel, la myrrhe. S'y ajoutent parfois la menthe, le henné, les grains de cardamome, le safran ou la cannelle.

Sous forme solide, les prêtres le brûlent pour honorer les dieux mais, versé dans une boisson, il sert aussi à soigner les maladies pulmonaires et hépatiques. On en fait encore des pastilles pour rafraîchir l'haleine.

Le kyphi est réputé en outre pour ses vertus décontractantes et déstressantes. Il en émane, dit le grec Plutarque, une odeur délicieuse et bénéfique qui "dénoue sans le secours de l'ivresse la pénible tension des soucis de la journée". C'est le premier parfum aromachologique, censé avoir des effets sur l'humeur et le comportement.

Ces multiples usages du kyphi sont révélateurs de la façon dont la société égyptienne est véritablement traversée par le parfum.

### **Les ressources du "Pays du dieu"**

L'imprégnation aromatique de la civilisation égyptienne est d'autant plus remarquable que les ressources locales étaient des plus modestes : le lotus bleu, le jonc odorant et le souchet et, plus

tard, le narcisse, le lys ou l'iris. La rose ne sera plantée que tardivement, introduite par les Perses lorsqu'ils occupent l'Égypte entre 525 et 404 avant J.-C.

C'est donc par des importations que les Égyptiens vont compenser leur déficit en produits odorants. Elles proviennent de pays très divers, mais une place particulière doit être faite à celles du Pays du dieu ou de Pount. De là vient en particulier l'ânti, une gomme-résine (myrrhe ou encens) considérée comme essentielle dans la liturgie.

Ce pays fait l'objet de récits légendaires tel le conte du Naufragé qui le décrit comme une île où règne le roi des Parfums, un serpent gigantesque et barbu, couvert de pierres précieuses.

Aujourd'hui sa localisation reste empreinte de mystère. Certains égyptologues modernes le situent sur la péninsule Arabique, dans le Yémen actuel. D'autres, en Afrique, aux confins du Soudan et de l'Érythrée.

Plusieurs pharaons ont organisé des expéditions à destination de cette contrée. Celle de la reine Hatshepsout est demeurée la plus célèbre et la mieux connue grâce au récit imagé qu'en présentent les magnifiques bas-reliefs polychromes du temple de Deir-el-Bahari.

À leur arrivée, les voyageurs sont accueillis par le souverain local, sa femme et ses enfants. Ils découvrent une contrée où les habitants sont vêtus de pagnes et portent de longues et fines barbes en pointe. De petites huttes en forme de ruche, construites sur pilotis, se nichent parmi les arbres à ânti et les palmiers où se balancent des singes.

Les Égyptiens échangent des colliers, des perles multicolores, des haches de guerre et des poignards contre des défenses d'éléphant, des peaux de léopard, des babouins, des guépards et quantité de résines et de bois odorants.

Le plus remarquable, c'est qu'ils embarquent une trentaine d'arbres à ânti couverts de feuilles. Chacun d'eux est porté par six hommes et les racines sont enveloppées avec soin dans un couffin pour ne pas se dessécher durant le voyage de retour.

L'intention est donc claire : ces arbres sont destinés à être replantés en Égypte afin d'essayer de les acclimater et de disposer sur place de leur précieuse résine sans avoir à faire le périlleux voyage à Pount.

Cette tentative illustre toute l'importance que revêt pour les Égyptiens leur approvisionnement en matières odorantes, indispensable pour alimenter une parfumerie réputée dans tout le bassin méditerranéen et qui a profondément marqué de son empreinte la parfumerie grecque et romaine.



## La parfumerie grecque, des huiles crétoises au nard d'Alexandre

Les premières traces de la parfumerie grecque peuvent être repérées, dès le XIII<sup>ème</sup> siècle avant J-C, à Chypre, "la terre qui sent bon", à Mycènes, dans le Péloponnèse et en Crète.

À partir de plantes locales : souchet, thym, pavot, fenouil, rose ou iris, mais aussi grâce aux résines et aromates apportés par les navigateurs phéniciens, la civilisation créto-mycénienne élabore toute une gamme de produits odorants. Elle a des contacts permanents avec l'Asie et avec l'Égypte. Les parfumeurs grecs ont su s'inspirer de leurs homologues égyptiens. À une époque où les parfums et l'aromathérapie sont un élément essentiel de la cure, les grandes écoles médicales grecques revendiquent leurs relations avec les médecins égyptiens. Le grand Hippocrate lui-même s'est imprégné de leur savoir pendant plusieurs années à Memphis.

Dès le VII<sup>ème</sup> siècle avant J-C, les Grecs, avec le développement des comptoirs commerciaux du Proche-Orient, disposent du baume de Judée, du cinnamome, du ben, du safran, du styrax, de l'encens et de la myrrhe. Leurs huiles parfumées sont exportées et mises en valeur par un flaconnage de luxe en céramique décorée d'animaux, de chimères, de fleurs et de palmettes.

Une nouvelle étape est franchie avec les conquêtes d'Alexandre le Grand qui entraînent une véritable "révolution parfumée". La Grèce accède aux senteurs de l'Inde et de l'Extrême-Orient, santal, muscade, costus, benjoin (une gomme résinée, à odeur sucrée) ainsi qu'au fameux nard indien (une plante à rhizome de la famille des Valérianacées).

Aristobule, un des savants grecs accompagnant le conquérant, raconte que les phalanges en marche vers l'Indus foulèrent aux pieds une plante poussant à l'état sauvage et que "ce nard écrasé répandait une agréable odeur sur une grande étendue tant il y en avait".

Une anecdote rapportée par Plutarque met en évidence la fascination d'Alexandre pour les parfums. En 332 avant J-C, alors qu'il se dirige vers l'Égypte qu'il va libérer du joug des Perses, il s'empare de Gaza. C'est dans les entrepôts de cette ville qu'aboutissent la plupart des produits aromatiques venus de l'Arabie. Un énorme butin va alors lui permettre une plaisanterie aussi coûteuse qu'odorante.

Alors qu'il était encore enfant, son vieux précepteur, Léonidas, lui avait reproché de gaspiller trop d'encens sur les autels en lui disant : "attends pour cela d'avoir conquis le pays des aromates". Alexandre lui expédia un bateau chargé de 500 talents d'encens (13000 kilos) et de 200 talents de myrrhe, avec un petit mot ironique : "désormais, sois moins chiche avec les dieux !".

Plus encore, on sait qu'il conçut, par la suite, le projet de s'emparer de l'Arabie elle-même en mobilisant une flotte de mille navires. Sa mort prématurée en 323 avant J-C l'empêchera de réaliser ce rêve ...

Les fabriques de parfums vont se développer à Smyrne, Naucratis, Athènes et parfois se spécialiser : compositions au safran de Rhodes, à l'iris de Corinthe, à la marjolaine et au coing de Cos, aux fleurs de vigne de Chypre.

Sur l'île de Délos, dans le quartier du stade, les vestiges d'un de ces ateliers ont été trouvés : tables de pressoir en marbre finement travaillées, batterie de quatre fourneaux destinés à l'enfleurage à chaud, une technique qui utilise la propriété des corps gras d'absorber les odeurs : les végétaux baignent dans de la graisse animale fondue retenue dans un tissu et donnent une espèce d'onguent parfumé.

La civilisation grecque a créé le mythe de Myrrha, la fille incestueuse transformée par les dieux en arbre à myrrhe. Elle brûle l'encens sur ses autels, enveloppe les morts d'un linceul parfumé, reçoit d'Hippocrate la prescription de fumigations et bains aromatiques, accroche au cou des convives des colliers de fleurs, oint d'huiles odorantes le corps des femmes et celui des athlètes.

Nombreux sont les décors de vases à parfum ou à vin (aryballes, alabastrons et cratères) qui illustrent en dessins rouges ou noirs ce parfumage des corps. Il est chanté aussi par Sappho, la grande poétesse de Lesbos que Platon a appelé "la dixième muse", qu'il s'agisse d'évoquer les noces d'Hector et d'Andromaque, quand "myrrhe, cannelle et encens confondaient leurs parfums", ou de célébrer la beauté de son amie :

"les couronnes, souvent, de violettes  
et de roses ensemble, de crocus,  
dont tu ornais ton front, près de moi,

et les guirlandes odorantes, leurs fleurs entrelacées,  
que tu jetais  
autour de ta gorge fragile,

toute l'huile parfumée,  
l'onguent précieux dont  
tu frottais ton corps, comme une reine."

Quand Rome englobera la Grèce dans ses provinces, en 146 avant J-C, elle accueillera à bras ouverts les parfumeurs grecs qui seront nombreux à s'installer dans la grande métropole du monde méditerranéen.

## La magnificence et la démesure romaines

Lorsque la ville aux sept collines devient la luxueuse capitale d'une Empire à demi oriental, tout se parfume : hommes, femmes, nourriture, vêtements, chaussures, chevaux, chiens, soldats... La frénésie de senteurs qui saisit la Rome impériale - à l'image de sa soif d'expansion - trouve son modèle dans les fêtes somptueuses données par Néron dans sa "Maison dorée", magnifique palais qu'il se fait construire sur des terrains libérés par le grand incendie de l'an 64. Les plafonds des salles de banquets sont munis de lamelles d'ivoire mobiles, percées de trous, pour répandre sur les convives pétales de fleurs et essences rares tandis que sont lâchées des colombes aux plumes imprégnées de senteurs qui parfument l'atmosphère à grands coups d'ailes.

La tendance à un accroissement des utilisations culturelles des parfums s'est affirmée avec l'introduction de cultes étrangers comme celui d'Isis, venu d'Égypte, d'Atagartis ou de Mithra, importés de Syrie et de Perse. Elle touche également les rites funéraires. Là encore, Néron reste la référence. Pour honorer la mémoire de son épouse Poppée, qu'il vient de tuer d'un coup de pied dans le ventre alors qu'elle était enceinte, il consume autour de son corps embaumé une énorme quantité d'encens dépassant toute la production annuelle de l'Arabie.

Le quartier des parfumeurs de Rome, le vicus thurarius, s'étend à proximité de la via sacra, une des principales artères de la ville. Ces professionnels sont qualifiés d'unguentarii ou de thurarii (spécialisés dans le travail de l'encens). Très actifs, ils se constituent en associations. La clientèle afflue dans leurs boutiques au fond desquelles se trouvent les laboratoires. Isolés par un rideau, leurs aides y concoctent et parfois trafiquent, onguents et huiles odorantes, à l'abri des regards indiscrets. C'est là qu'au premier siècle après J-C, officiaient le célèbre Cosmus, créateur d'une eau de roses au safran très en vogue ou encore Niceros, spécialiste des parfums aphrodisiaques. Le poète Martial disait que ses parfums "rendaient le lit heureux".

La parfumerie est une activité prospère qui suscite bien des jalousies. Certains s'offusquent de voir un parfumeur s'enrichir au point de se faire bâtir, tel un patricien, un monument funéraire avec jardin !

### Une frénésie de senteurs

Dans les boutiques sont distribués aussi bien des parfums venus d'Égypte, de Grèce, d'Asie Mineure ou d'Arabie que des produits confectionnés sur place. Déjà, il faut surprendre, étonner, séduire le client en réalisant des compositions renouvelées ou inédites.

Les parfums atteignent des prix qui sont évidemment fonction du travail de préparation et du coût plus ou moins élevé de leurs composants. Ils n'en sont pas moins soumis aux aléas de la mode. Ainsi, le parfum à la rose de Phasilis est-il supplanté par ceux de Naples, Capoue et Préneste. Le Telinum à base de fenugrec, une légumineuse très odorante, allié au souchet, à l'acore, au mélilot et à la marjolaine, est détrôné par le Mégalium (huile de ben, acore, jonc odorant, cannelle, résine et xylobalsamum, c'est-à-dire, rameau de baumier).

Tous ces parfums, obtenus sans alcool ni distillation, ont une base huileuse. Ils sont épais, puissants et caractérisés par des produits aromatiques très différents de ceux utilisés dans les parfums actuels

qui font appel aussi aux produits de synthèse. Leurs ingrédients (difficiles parfois à identifier aujourd'hui), sont pilés, broyés, mélangés et cuits longuement ensemble. Pour les contenir on utilise, à l'époque impériale, des flacons de verre translucide et colorée de formes très diverses.

Deux compositions ont suscité les superlatifs les plus enthousiastes : le parfum au Cinnamome et le parfum Royal.

Le premier, "le plus épais de tous", "ne contient que des produits exotiques" et "atteint des prix prodigieux", jusqu'à 300 deniers la livre. Outre le cinnamome, il intègre de l'huile de ben, du xylobalsamum, de l'acore, du jonc odorant, des graines de baumier, de la myrrhe et du miel parfumé.

Le second, qui aurait été créé, à l'origine, pour le roi des Parthes, est "le comble du raffinement et possède la plus grande réputation de tous". Il ne comporte pas moins de 3 excipients et 24 aromates : huile de ben, vin, miel, costus, amome, cinname, suc de noix comaque (noix de ben, Mokor des Somalis), cardamome (gingembre de Malabar), épis de nard, marum (une labiée de Libye), myrrhe, casse, styrax (résine odorante de l'aliboufier des côtes du sud de l'Anatolie et de Chypre), ladanum, baume, acore, jonc odorant de Syrie, oenanthe (fleur de vigne), malobathre, serichatum (cannelle de Chine méridionale), henné, aspalathe, panax (ou opopanax de Syrie), safran, souchet, marjolaine, lotos (la résine jaunâtre fournie par une fêrûle de Syrie ou la graine du lotus d'Égypte).

La consistance épaisse de ce parfum n'apparaît pas comme un défaut. Elle plaît aux Romains qui "recherchent les parfums consistants qu'ils appellent épais et, par suite, aiment à s'en enduire plutôt qu'à s'en arroser". Dans les thermes qui, à l'époque impériale, sont de plus en plus vastes et luxueux, des masseurs spécialisés les "unctores" se tiennent à la disposition des baigneurs qui souhaitent profiter de ce raffinement complémentaire.

Les Romaines constituent le fond de clientèle essentiel des parfumeurs et sont couramment accusées de mettre en péril la fortune de leurs maris par leurs dépenses de baumes et d'essences. Poppée, maîtresse puis femme de Néron, se baigne dans du lait d'ânesse aromatisé de mélisse et de lavande. Les élégantes les plus fortunées l'imitent et, dans les classes aisées, l'eau des baignoires embaume l'huile de violette, de marjolaine ou de rose.

Un large éventail de parfums est offert aux coquettes. En plus de ceux déjà cités, elles peuvent choisir entre le Linium au lys, le Narcissium au narcisse, le Nardicum (nard, costus et myrrhe), le Sucinum (miel, huile de palme, cinnamome, myrrhe et safran) et le Cyprium aux fleurs de henné. À moins qu'elles ne se laissent tenter par le Foliatum que le poète Martial cite parmi les demandes ruineuses dont l'accable sa maîtresse et que Galien appelle "le parfum des femmes riches". Nard, omphacium ou huile de ben, jonc odorant, costus, amome, myrrhe et baume entrent dans la composition de ce produit de luxe.

### **Relents de décadence**

Nombre de philosophes, orateurs, hommes politiques, moralistes, écrivains et poètes, comme Plaute, Térence, Cicéron, Lucrèce, Catulle, Horace, Juvénal, Properce, Ovide, Martial, Pétrone, Pline, Suétone stigmatisent les débordements parfumés de la société romaine.

Caligula fait arroser de senteurs les murs et les sièges de sa salle de bain. Néron dépense des sommes folles en parfum, Héliogabale, prêtre du soleil, proclamé empereur par l'armée de Syrie au début du III<sup>ème</sup> siècle, est décrit "toujours assis parmi les fleurs et les parfums de prix". Il se baigne avec une bande de prostituées qu'il aime parfumer lui-même et chauffe ses appartements avec des aromates de l'Inde...

Le grand naturaliste Pline s'efforce de calculer ce que coûtent à l'Empire les importations de matières aromatiques et de produits odorants : "Selon l'évaluation la plus basse, c'est cent millions de sesterces par an, que l'Inde, les Sères (les Chinois) et la Péninsule arabique soustraient à notre Empire. Voilà ce que nous coûtent le luxe et nos femmes !"

Le chiffre avancé est effectivement considérable puisqu'il équivaut à huit tonnes de pièces d'or ou quatre-vingt-cinq tonnes de pièces d'argent ...

Derrière cet argument comptable, s'en profile un autre : celui de la dégradation des vertus d'austérité, de frugalité, d'énergie sur lesquelles la Rome des origines a bâti sa puissance. Le vrai danger, c'est la dévirilisation de l'Empire. Et Pline qui a exercé de hautes fonctions militaires s'indigne encore : les légionnaires qui sont le glaive de Rome, l'instrument de sa force conquérante et de sa sécurité, ne sont pas à l'abri de la contagion et portent des parfums sous leur casque !

Cette pratique, si elle fut un symptôme, n'a sans doute pas eu une influence déterminante dans le désastre annoncé. Pillée, en 410, par les Goths, Rome sombre définitivement, en 476. Victime de cette tourmente, l'art du parfum s'efface en Occident et se réfugie dans l'Empire byzantin où se perpétuent les formes les plus raffinées des modes de vie gréco-latins.

## Le parfum des simples

Le parfum a, au Moyen-Âge, une fonction avant tout médicale. Les moines, d'abord, les princes, ensuite, entretiennent auprès des cloîtres et des châteaux des jardins médicinaux. A partir des "simples" qui y sont cultivés, on prépare des compositions odorantes pour se prémunir du "mauvais air" et soigner quantité de maux.

Ces simples ou "simplices medicinae" sont des plantes utilisées par la médecine populaire et ainsi nommées par opposition aux remèdes composés savants, comme la thériaque, souvent très complexes. Sainte Hildegarde qui écrit plusieurs ouvrages sur ces plantes en décrit plus de trois cents : sauge, millepertuis, guimauve, rue, consoude, armoise, mélisse, bourrache, sarriette, pouliot...

La prise en charge de la santé sera longtemps assurée par des ordres hospitaliers.

Mais, progressivement, les classes aisées vont renouer avec une parfumerie à la fois plus élaborée et plus orientée vers l'art de vivre.

Cette évolution se réalise grâce à des apports orientaux qui passent par l'Espagne, où, depuis le VIII<sup>ème</sup> siècle, s'épanouit une culture arabo-musulmane florissante et par l'Italie, où Gènes et surtout Venise assurent des relations commerciales intenses avec l'empire byzantin et les pays du Levant. S'y ajoutent les contacts résultant des croisades qui s'enchaînent du XI<sup>ème</sup> au XIII<sup>ème</sup> siècle.

Les parfums d'agrément conservent néanmoins un fort caractère thérapeutique. En fait, les deux fonctions coexistent et sont indissociables.

### **Pommes de senteurs**

Les pommes de senteurs, utilisées par l'aristocratie et la bourgeoisie fortunée, illustrent bien cette double fonction.

D'origine orientale, elles apparaissent pour la première fois en Europe en 1174, quand Baudouin IV, roi de Jérusalem, en envoie plusieurs en cadeau à l'empereur Frédéric Barberousse.

Ce sont des sphères d'or ou d'argent, contenant des préparations aromatiques renforcées par des substances animales réputées avoir de grandes vertus thérapeutiques et qui vont jouer un rôle éminent dans la pharmacie/parfumerie : le musc, l'ambre, la civette et le castoréum.

Le musc provient d'une sorte de chevreuil très primitif, le chevrotain porte-musc, aujourd'hui protégé. Il vit notamment sur les hauts plateaux boisés de l'Himalaya, du Tibet, de l'Afghanistan. Une glande abdominale, située sous la peau, entre le nombril et les organes sexuels du mâle, produit une sécrétion liquide qui se transforme en grains ayant la texture du café moulu. L'odeur fécale et de sang est suffocante mais après vieillissement du produit, elle s'affine, et donne une note animale, très persistante. Il est aujourd'hui très difficile de s'en procurer par des voies légales.

Ce sont également deux glandes internes du castor qui fournissent le castoréum, substance cireuse/huileuse qui donne une note cuirée, chaude et douce.

Sécrétion du chat-civette, petit quadrupède africain de la taille d'un renard, à la longue queue traînante, la civette est une pâte molle, beige ou brune à l'odeur fécale répugnante. Mais, mélangée à d'autres matières odoriférantes, elle perd son caractère agressif et devient puissante et sensuelle. À la différence du musc et du castoréum, elle peut être recueillie sans tuer l'animal producteur.

L'ambre, quant à lui, est une concrétion pathologique qui se forme dans les intestins du cachalot lorsque ses parois intestinales sont blessées par le bec des grands calmars qui sont sa nourriture essentielle. Il est expulsé par les voies naturelles et flotte sur la mer. Son odeur, d'abord nauséabonde, se transforme en une très agréable senteur quand l'ambre, brossé par les vagues et chauffé par le soleil, est mis en infusion dans l'alcool.

En raison de leur prix, l'ambre et le musc sont réservés à une clientèle très riche. La plupart des pommes sont remplies d'ingrédients aromatiques moins coûteux.

Emporter partout avec soi sa pomme de senteurs permet à la fois de marquer son statut social et de faire écran aux effluves nauséabonds vecteurs d'épidémies. Elles se portent à la main, à la ceinture, au cou, en bague. A la fois objets d'élégance et de prophylaxie elles figurent dans de nombreux portraits et de très beaux exemplaires de ces ouvrages d'orfèvrerie subsistent aujourd'hui dans les collections muséales.

### **L'eau de la reine de Hongrie**

Autre produit phare de l'époque médiévale, l'eau de la reine de Hongrie est également un parfait exemple de l'ambivalence du parfum.

Son apparition, qu'une tradition bien ancrée place en 1370, est liée aux progrès de la distillation que les Arabes maîtrisaient depuis longtemps déjà et qui pénètre en Occident par l'Espagne et l'Italie. Les expériences menées en particulier à Salerne et à Montpellier permettent de franchir une étape supplémentaire. On passe de la distillation à l'eau à la distillation alcoolique. L'eau de la reine de Hongrie est la première formule de parfum alcoolique connue en Europe.

Eau de beauté et de jouvence, eau thérapeutique, elle est à base de romarin et d'esprit de vin (alcool éthylique). Mise au point, selon la légende, par un ermite, elle aurait même permis à la souveraine, alors âgée de 72 ans, de guérir de toutes ses infirmités, de retrouver force et beauté et d'être demandée en mariage par le roi de Pologne.

Les vertus médicales de ce produit à usage à la fois externe et interne sont impressionnantes. Excellent remède contre toutes les maladies du cerveau, des nerfs et des jointures, les rhumatismes et la goutte, il soigne aussi les maux de tête, les vapeurs, l'estomac, la surdité, les douleurs dentaires, facilite la digestion, nettoie le foie, la rate et tous les viscères. L'eau de la Reine de Hongrie vient encore à bout des tumeurs et des brûlures.

Le prestige de cette eau durera plusieurs siècles. Madame de Sévigné en fait une grande consommation. Quant à Madame de Maintenon, elle est si persuadée de ses bienfaits, qu'elle demande à ses petites pensionnaires de Saint-Cyr d'y recourir régulièrement.

## Des étuves à la peur de l'eau

Si la fonction thérapeutique du parfum reste prééminente, c'est qu'on ne connaît pas d'autre moyen que l'aromathérapie pour combattre les épidémies et, particulièrement les épidémies de peste, qui sèment la terreur.

La grande peste "noire" qui frappe la France en 1348 et va détruire le quart de la population européenne est un traumatisme sans précédent qui fera le succès de nombreuses compositions "antipestilentielles" comme le fameux vinaigre des quatre voleurs.

Composé de romarin, de rue, d'absinthe, de menthe et de camphre, il aurait permis aux malfaiteurs qui s'en étaient enduits de piller impunément les demeures des pestiférés. Arrêtés, ils auraient livré la formule pour obtenir la clémence des juges. Ceux-ci leur auraient accordé la vie sauve. Mais une autre tradition rapporte que les voleurs obtinrent seulement d'être pendus au lieu d'être brûlés...

Mais, à plus long terme, la peste noire aura également des répercussions sur une pratique d'hygiène bien installée, celle des étuves publiques. Dans toutes les grandes villes, ces établissements proposent des bains chauds à un prix raisonnable.

Les plus luxueux offrent aux clients des cuves garnies intérieurement de tissu et surmontées d'une sorte de dais qui concentre les vapeurs de l'eau chaude aromatisée. Après le bain, il est possible de recourir à des frictions de pâtes ou d'huiles parfumées. Le service offert ne se borne pas aux prestations purement hygiéniques et inclut des lits à baldaquin dont les courtines préservent l'intimité des baigneurs.

Or, à partir de 1348, le Collège de la Faculté de Médecine de Paris commence à déconseiller les bains et surtout les bains chauds : ils ouvrent les pores de la peau à l'air pestilent qui s'infiltré dans le corps et corrompt les organes.

Mais, en dépit de ces mises en garde, les usagers rechignent à se priver de cet élément d'agrément et de confort et les avertissements réitérés des médecins ne seront pris en compte que bien plus tard, à l'époque de la Renaissance.



## La parfumerie à la Renaissance : entre hygiène, remède et séduction

### Progrès de la distillation et diversification des matières odorantes

À l'époque de la Renaissance, les techniques de distillation progressent. De nombreux savants comme le Napolitain Della Porta, Léonard de Vinci ou le Français Ambroise Paré s'y intéressent.

Les alambics de cuivre sont peu à peu supplantés au XVI<sup>ème</sup> siècle par les alambics de verre. Ce matériau permet une grande souplesse de formes et a, en plus, l'avantage d'être neutre. Et surtout, le système du serpentín se généralise et permet d'améliorer le refroidissement et la condensation des vapeurs.

On améliore également la teneur de l'eau de vie en la "rectifiant", c'est-à-dire, en procédant à plusieurs distillations successives pour obtenir des "quintessences" de plus en plus subtiles.

Ces progrès techniques coïncident avec un accroissement considérable des matières premières utilisées en parfumerie.

Après les expéditions de Christophe Colomb, Vasco de Gama et Magellan qui ouvrent de nouveaux circuits et rapportent des produits aromatiques inédits comme la vanille et le copal du Mexique, la fève tonka de Guyane et du Brésil, le baume de tolu, le baume du Pérou, le benjoin de Sumatra, le commerce maritime se développe. Il est désormais possible de se fournir plus facilement et plus abondamment en produits exotiques.

L'Eau d'ange, l'Eau de Cordoue, l'Eau fine et odoriférante qui contiennent du benjoin participent de ce renouveau des productions parfumées. C'est également à cette époque qu'apparaît un accessoire appelé à un grand avenir : le gant parfumé.

### Le gant parfumé

Mis à la mode par Catherine de Médicis, lorsqu'elle vient épouser le Dauphin de France en 1533, il connaîtra du XVI<sup>ème</sup> au XVIII<sup>ème</sup> siècle une vogue extraordinaire.

Les gantiers de la région de Montpellier et de la région de Grasse vont devenir des experts dans cette fabrication qui requiert une série d'opérations complexes : d'abord "purge" des peaux de chevreaux dans des bains parfumés pour leur ôter toute mauvaise odeur, puis "mise en couleur" avec des pigments et, enfin, "mise en fleurs" pendant huit jours au moins des gants taillés et cousus, dans des caisses où ils alternent avec des couches de jonquilles, de roses, de violettes ou de muguet.

Au XVI<sup>ème</sup> siècle, la parfumerie est encore une activité que se disputent apothicaires, épiciers, merciers et gantiers. Mais la spécialisation de ces derniers leur permettra de l'emporter au siècle suivant.

Accessoire de mode important, le gant parfumé est considéré en même temps comme un nouvel instrument de protection contre les épidémies. Et ce renfort est le bienvenu car c'est à cette époque que la campagne médicale contre les étuves va commencer à porter ses fruits. Elle est relayée par les

prédicateurs tant protestants que catholiques qui dénoncent la dépravation morale régnant dans ces lieux. Le célèbre Ambroise Paré réclame des mesures autoritaires de fermeture et François I<sup>er</sup> ordonnera la destruction de nombreux établissements.

La fin du XVI<sup>ème</sup> siècle voit donc le dépérissement d'une pratique d'hygiène pourtant essentielle. Et le rôle des parfums va s'en trouver renforcé puisqu'ils sont appelés, pour les gens aisés du moins, à se substituer à l'eau dans la toilette.

## L'essor de la parfumerie française aux XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècles

Le rapprochement de deux gravures permet d'embrasser d'un coup d'œil la place de la parfumerie aux XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècles.

La première qui se trouve au musée Carnavalet représente un habit de parfumeur et illustre l'extraordinaire variété des produits aromatiques proposés. Le vêtement est totalement recouvert par un échantillonnage complet d'essences, de poudres, de pommades, d'eaux de senteur et de pastilles odorantes qui y sont accrochés. La coiffure du personnage est figurée par un brûle-parfum fumant posé sur sa perruque.

La seconde qui fut répandue dans toute l'Europe avec d'innombrables variantes, reproduit le costume créé par le médecin de Louis XIII, Charles Delorme, à l'intention des médecins de peste. Enveloppé dans un long vêtement, soigneusement ganté, le médecin a le visage entièrement recouvert par un masque aux yeux de cristal dont la pièce maîtresse est, à l'emplacement du nez, une sorte de long bec d'oiseau rempli d'aromates. La peste, en effet, reste un fléau redouté. Celle de Marseille, en 1720, fera périr plus de la moitié des habitants.

On retrouve donc a priori la traditionnelle ambivalence parfumerie d'agrément et parfumerie thérapeutique.

Ce qui va changer, cependant, c'est l'apparition d'une profession autonome et structurée de parfumeurs qui sera la base de l'affirmation de la suprématie de la parfumerie française en Europe.

### Colbert et les parfumeurs

Dès 1614, les gantiers obtiennent des lettres patentes leur permettant de se qualifier "tant maîtres gantiers que parfumeurs". Et en 1656, Colbert octroie à la communauté des gantiers de Paris de nouveaux statuts qui deviennent un modèle et prévoient dans les moindres détails les conditions d'accès à la profession et le contrôle de son fonctionnement. Confortés dans leurs prétentions, les gantiers-parfumeurs vont donner à leur commerce une ampleur remarquable.

Pour contrecarrer la puissance commerciale des Anglais et des Hollandais, Colbert crée en outre, en 1664, la Compagnie française des Indes Orientales qui perdurera jusqu'à la Révolution. Elle doit permettre aux parfumeurs français de se fournir directement en épices, aromates, musc, ambre, civette, venant de pays lointains, sans avoir à les acheter aux Anglais et Hollandais. Mais ces avantages ne peuvent être obtenus qu'au prix d'un long et aventureux voyage qui contourne l'Afrique par le Cap de Bonne-Espérance et rejoint ensuite l'Océan Indien et la mer de Chine.

### L'axe Paris-Montpellier-Grasse

Trois villes ont une fonction essentielle dans le développement de la parfumerie française aux XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècles. Paris, centre des élégances et capitale financière, a une importance primordiale dans la création et la diffusion des produits parfumés. On y compte 250 parfumeurs-gantiers en 1725, alors qu'à la même époque, il n'en existe à Grasse qu'une cinquantaine. Mais les

professionnels parisiens font principalement venir leurs ingrédients du pays grassois ou montpelliérain.

Dès le XVII<sup>ème</sup> siècle, les plantations d'orangers, mimosa, muguet, bergamote, lavande, cassier, violette, géranium, iris, narcisse, jonquille, jacinthe, genêt, sauge sclarée, qui bénéficient d'un microclimat très propice, favorisent l'essor de la parfumerie méridionale. La tubéreuse est acclimatée à partir d'échantillons venus de Perse, de même que le jasmin d'Asie. Avec la rose et l'œillet, ces deux dernières cultures vont jouer un rôle important dans la fortune de Grasse. Un portrait de Jean Gallimard, maître gantier-parfumeur, le représente montrant du doigt un bouquet de ces quatre fleurs-mères de la parfumerie.

De grandes dynasties de parfumeurs prennent naissance en Provence comme les Matte la Faveur et les Fargeon qui viennent de Montpellier où s'enracine une tradition scientifique et technique vigoureuse. Les Chiris, Cresp, Fragonard, Cavalier illustreront la parfumerie grassoise. Certains amassent des fortunes importantes et les plus en vue fréquentent la Cour.

### **La "Cour parfumée"**

Louis XIV a hérité de sa mère la passion des senteurs. Le Cardinal Mazarin disait, en effet, d'Anne d'Autriche qu'on pourrait la mener en enfer avec du beau linge et des parfums. Surnommé par le parfumeur Simon Barbe "le plus doux fleurant", le roi, dans sa jeunesse, se plaisait à regarder son parfumeur Martial préparer ses compositions odorantes. Sous Louis XV, la cour de Versailles sera même surnommée en Europe la "Cour parfumée".

À Versailles, le parfum imprègne les corps, les linges, les vêtements, les accessoires, les perruques, le tabac, la nourriture, le café, le chocolat, et même l'ameublement.

Les produits odorants nettoient autant qu'ils parfument. Les courtisans se frottent la peau avec des savonnets de Bologne, au citron ou à l'orange, s'aspergent les mains et le visage de vinaigres parfumés ou d'eaux Impériale, de Mille fleurs, de Nérolé, de Cythère... Ils entretiennent leur chevelure avec des huiles et des pâtes au santal, à la rose, à la lavande, ou au jasmin, la poudrent de rose commune ou musquée, de jonquille, de jacinthe...Des sachets d'arômes se dissimulent dans les revers et dans les plis des vêtements, les chapeaux se doublent de pétales de roses, tous les accessoires, gants, mouchoirs, éventails et perruques sont abondamment parfumés.

Les "toilettes", des pièces de tissus servant à ranger ou à disposer sur une table les multiples produits et instruments indispensables à la femme ou à l'homme élégants, font elles-mêmes l'objet d'un parfumage très soigné et sont symboliques de cette obsession aromatique.

La Révolution marquera une pause dans le développement de la parfumerie française et des grandes Maisons nées dans les années 1770 : Houbigant, Lubin, Piver. Mais, après cette période tumultueuse, elle repartira de plus belle et elle va même, au XIX<sup>ème</sup> siècle, faire un véritable bond en avant avec l'arrivée des produits de synthèse.

## La révolution de la synthèse et l'avènement de la parfumerie industrielle

Lorsqu'en 1837 Balzac publie César Birotteau il anticipe de manière saisissante l'évolution de la parfumerie. Pour jeter les bases de sa réussite, son héros, s'est, en effet adressé à un chimiste réputé. S'appuyant sur une publicité à caution scientifique, il pratique également une politique de réduction des marges au profit d'une vente de masse. L'alliance qui se profile entre chimie et parfumerie va effectivement s'imposer dans la seconde moitié du siècle.

### La rencontre de la parfumerie et de la chimie

Le parfum se libère de ses origines naturelles en associant des composants chimiques aux matières odorantes traditionnelles et en développant des fragrances inédites.

Le principe odorant de la fève Tonka, la coumarine, a été obtenu par voie synthétique, en 1868, par le chimiste William Henry Perkin. Ce produit évoquant l'odeur douce du foin coupé, encore très utilisé aujourd'hui, entrera, pour la première fois, en 1882, dans la fameuse Fougère Royale créée par Paul Parquet pour Houbigant. En 1874, Tiemann et Reimer, fabriquent industriellement le principe olfactif de la gousse de vanille, la vanilline. Une quinzaine d'années plus tard, Aimé Guerlain s'en servira pour créer le toujours célèbre Jicky.

Dans les années 1888-91, Baur réalise un musc artificiel, beaucoup moins onéreux que la sécrétion du chevrotin porte-musc. D'autres découvertes suivront.

Disposer à moindre coût, mais surtout à tout moment et dans les quantités souhaitées, des produits odorants que la nature ne pouvait leur fournir qu'à des époques bien déterminées et en quantité limitée, tels sont les premiers avantages que les industriels pouvaient tirer de la synthèse. S'y ajoute l'élargissement de la palette des parfumeurs grâce à la découverte de nouvelles molécules synthétiques.

Cette arrivée de la chimie entraîne également une certaine démocratisation. Parfumeurs et savonniers peuvent désormais abaisser les prix de leurs articles et élargir leur clientèle. L'usage des eaux de Cologne, des vinaigres aromatiques, des eaux de toilette, des extraits pour mouchoir, se généralise et les classes modestes accèdent au savon parfumé. En 1864, la parfumerie Piver vend cinq cents douzaines de savons par jour !

### Les premières grandes fabriques de synthétiques

Le chimiste Georges de Laire a été l'un des principaux créateurs de l'industrie des parfums synthétiques en France et il fonde, en 1878, la première fabrique consacrée à l'Héliotropine évoquant la fleur d'héliotrope, au terpinéol imitant la senteur du muguet, à l'aldéhyde phénylacétique rappelant celle de la jacinthe. Installée près de Bâle la maison Charles Hartmann vend, dès 1896, d'autres senteurs chimiques comme le diméthylhydrocinnamyl à l'odeur de lilas. Mais c'est le Grassois Louis Roure, principal fournisseur de produits naturels pour la parfumerie, qui le premier fait entrer la chimie dans son entreprise.

Louis Roure est convaincu de l'intérêt de la chimie organique et crée, en 1902, à Argenteuil, une usine de molécules odorantes de synthèse. Pour éviter que les parfumeurs ne soient au courant de l'intervention de la chimie dans sa production, il donne à cette usine le nom de son ami Justin Dupont ! La société Dupont va avoir des fabrications réputées comme les ionones, les méthylionones, à l'odeur de violette.

Lorsque sa clientèle comprit que la chimie organique permettait des notes originales et plus diversifiées, les deux maisons fusionnèrent, en 1926.

La Maison Roure Dupont recrute, en 1930, Germaine Cellier, une parfumeuse qui a fait des études de chimie. Une partie du travail de cette bordelaise qui deviendra célèbre consiste à s'occuper des ingrédients synthétiques et elle saura les utiliser à bon escient dans ses parfums pour Robert Piguet, Pierre Balmain et Nina Ricci. Véritable artiste, cette femme belle, élégante et très libre, révolutionne la parfumerie avec des formules concises et audacieuses.

En 1895, à Zurich, s'ouvre aussi le premier laboratoire de Léon et Xavier Givaudan qui engagent dix ans plus tard Marius Reboul, un jeune chimiste, doté d'une excellente mémoire olfactive et d'une vive imagination. Vêtu d'une blouse blanche et coiffé d'un béret basque, il veille à la fabrication des produits de synthèse et à l'orientation des recherches mais surtout, il crée des "bases" originales, facilitant l'élaboration des parfums, en mélangeant matières premières synthétiques et naturelles. Son rôle dans l'entreprise sera fondamental.

### **Une activité scientifique et artistique**

L'arrivée de la chimie dans la parfumerie a des répercussions directes sur la conception même du métier de parfumeur.

Celui-ci, désormais lié à la chimie, prend un caractère plus scientifique, donc plus intellectuel, plus abstrait, mais aussi plus artistique.

Dès la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, la vision d'un parfumeur artiste s'impose. Il est souvent comparé au compositeur de musique. Harmonie olfactive et musicale se répondent. Comme la musique, le parfum se déroule dans le temps et comme le musicien, le parfumeur cherche des "accords" et compose à partir de "notes" de tête, de cœur et de fond qui constituent la partition de sa création. Il est significatif que l'instrument de travail du parfumeur soit qualifié d'"orgue" à parfum. Le chimiste anglais Septimus Piesse imagine de secrètes correspondances entre les notes musicales et les notes parfumées. Musique et parfum conjuguent leurs nuances infinies et, par leur évanescence même, se prêtent à l'expression et à la transmission des émotions les plus subtiles.

C'est dans ce contexte qu'au XX<sup>ème</sup> siècle, de grandes Maisons vont porter, en mariant avec bonheur le naturel et la synthèse, l'art de la parfumerie française à son apogée. C'est le cas des Guerlain, Coty, Caron, Chanel, Lanvin, Patou, Dior ...

Mais, parallèlement à l'alliance de la chimie et de la parfumerie, s'en dessine une autre, celle de la Haute Couture et du parfum.

## La haute couture et le parfum

Les Maîtres Gantiers-Parfumeurs de l'Ancien Régime peuvent être considérés comme les ancêtres de la conjonction entre la mode et la parfumerie.

Mais la nouvelle alliance qui s'établit au XX<sup>ème</sup> siècle s'inscrit dans une logique différente. Alors qu'avec les maîtres-gantiers la production de parfums était étroitement liée à la confection même de leurs produits, le parfum devient, avec les couturiers modernes, un complément de leurs collections.

L'incorporation des senteurs aux articles de mode n'est plus matérielle mais intellectuelle. Le parfum apparaît comme un élément de l'identité de la Maison de couture, de la marque dont il exprime et symbolise l'esprit, le style.

La première tentative pour renouer avec le parfum est à mettre au compte du célèbre couturier Paul Poiret. Au début du XX<sup>ème</sup> siècle, cet innovateur hardi qui a libéré la femme du traditionnel corset, a l'idée de lui proposer des parfums en complément de ses collections. Au cours de la première guerre mondiale, il lance même des produits inspirés par les circonstances : Parfum de ma Marraine, Mademoiselle Victoire ou encore Sang de France, présenté dans un cœur de verre rouge. Mais ses Parfums de Rosine, sans doute formulés de façon un peu approximative, ne sont pas très bien accueillis et la tentative va tourner court.

C'est à Gabrielle Chanel que revient le mérite d'avoir réellement ouvert cette voie avec le succès que l'on sait, puisqu'actuellement 98% des parfumeurs sont des couturiers.

### Chanel

Née à Saumur, le 19 août 1883, elle avait perdu sa mère à l'âge de douze ans et avait passé plusieurs années en orphelinat. Sa sensibilité restera marquée par ce lieu clos : les robes noires des pensionnaires, les longs couloirs aux murs beiges contrastant avec les lourdes parures scintillantes des ornements d'église lui inspireront la robe noire, les ensembles beiges et les faux bijoux.

En 1910, un riche homme d'affaires anglais qui lui prête de l'argent lui permet d'ouvrir un magasin de chapeaux à Paris, puis une boutique de mode à Deauville, où elle fera un triomphe avec une matière alliant modernité et confort : le jersey.

Sa rencontre avec le parfumeur Ernest Beaux, né en 1881 à Moscou de père français, se fait par l'intermédiaire du cousin germain du tsar Nicolas II. Elle va déboucher sur une des créations les plus marquantes du siècle : le N° 5. Il est lancé en 1921 lors de l'ouverture de la maison de couture du 31 rue Cambon.

Ernest Beaux est un fervent partisan de la synthèse qui ouvre l'éventail des parfumeurs limité à un nombre assez restreint de produits : "Jusqu'à la création industrielle de la Vanilline, de l'Héliotropine, de la Coumarine, du Musc Baur ... les formules étaient très simples et paraîtraient à un parfumeur d'aujourd'hui naïves et surtout peu variées. L'on y voyait revenir : Rose, Géranium, Bois de Rose, Patchouli, Girofle, Bergamote, Citron, Nérol, Petitgrain, Lavande, les infusions classiques, les résines de Galbanum, Styrax, Tolu, Pérou, Benjoin, Myrrhe, Opoponax, Encens".

Pour Chanel, il a l'audace d'employer pour la première fois en quantité importante des aldéhydes aliphatiques à l'odeur intense qui confèrent au N°5 un caractère absolument inédit. Connus pourtant depuis longtemps, mais sous-employés c'est dans ce parfum qu'ils trouvent pour la première fois leur pleine utilisation.

Coco confiera un jour à l'écrivain Paul Morand s'être lancée dans la couture non pas pour créer ce qui lui plaisait mais bien pour démoder ce qui lui déplaisait". Elle décidera d'alléger son premier parfum du poids du passé de la même façon qu'elle avait débarrassé les femmes des vieilles contraintes vestimentaires.

La sobriété du flacon, la netteté graphique de l'étiquette, le choix d'un simple nombre pour désigner cette senteur indéfinissable répondent au style dépouillé de sa couture.

### **Lanvin**

Grande rivale de Chanel, Jeanne Lanvin est, elle aussi, novatrice dans la technique de la coupe et le choix des accessoires.

C'est également par les chapeaux qu'elle aborde le milieu de la mode. Après l'ouverture, en 1900, de sa maison de couture qui connaît rapidement le succès, elle engage, en 1920, Madame Zed, une parfumeuse russe chassée par la révolution d'octobre. Plus tard, Paul Vacher et son assistant André Frayssé, un chimiste-parfumeur qui n'a que vingt-cinq ans, deviendront les "nez" de la maison.

Pour les trente ans de sa fille unique Marie-Blanche, Jeanne décide de lui offrir, en 1927, un cadeau exceptionnel. Somp tueux message d'amour maternel à sa destinataire qui est musicienne, Arpège, fait appel à une soixantaine de notes florales, provenant des plus coûteux ingrédients, et à un accord final d'ambre, d'iris et de vanille.

Le flacon est une boule de verre noir coiffée d'un bouchon sphérique émaillé d'or. Il a été imaginé par Armand Ratteau, un dessinateur qui avait décoré l'appartement Jeanne, rue Barbet de Jouy, et le stand Lanvin à l'exposition des Arts décoratifs de 1925. Paul Iribé a gravé à l'or fin un dessin représentant Jeanne Lanvin, en robe de bal, penchée sur son enfant, qui deviendra l'emblème de la Maison.

Les prestigieux exemples de Coco Chanel et Jeanne Lanvin seront suivis par une cohorte de couturiers : Christian Dior, Prada, Armani, Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler, Galliano ...Aujourd'hui, le parfum apparaît comme le complément quasi naturel de toute collection de Haute Couture.

Dès le lancement de sa première collection et du parfum Miss Dior, en 1947, Christian Dior avait formulé le principe selon lequel le parfum d'un couturier doit être en parfaite osmose avec sa mode : "lorsqu'on ouvre un flacon de mon parfum, on doit voir surgir toute ma collection" !



## Un produit industriel et marketing

L'arrivée de la chimie a fait de la parfumerie une grande industrie et a permis une démocratisation des produits. Ceux-ci ne sont plus vendus seulement dans des boutiques spécialisées. Ils sont aujourd'hui accessibles dans ces temples de la consommation que sont les supermarchés.

Mais cette industrialisation a eu aussi des effets pervers. Elle s'inscrit, dans une logique de production de masse et de recherche permanente de l'abaissement du prix de revient qui apparaît en contradiction avec les ambitions artistiques des créateurs. Et cela d'autant plus que, dans les années 1970, entre en scène un nouvel acteur venu des Etats-Unis, le marketing, qui entend déceler les attentes du consommateur et orienter la création du parfumeur.

### Le marketing au pouvoir

"Ce n'est plus le produit qui a désormais le rôle clé mais bien le marketing", déclarait, en 1972, Suzanne Grayson, dans un article intitulé "Le mythe du beau parfum", publié par la revue *American Cosmetics and Perfumery*.

Le parfum, selon Grayson, échappe à son créateur pour tomber entre les mains du marketing, seul capable de l'élever au rang des très grands ou de le laisser dans l'ombre. Un parfum très médiocre peut avoir du succès si le marketing le décide et un "bon" parfum n'en avoir aucun sans son aide...

Le travail du marketing consiste à décrypter les besoins insatisfaits du consommateur pour mieux positionner les produits et donner au parfum une signification bien particulière, en relation avec l'idée que le client se fait de lui-même et de son style de vie.

### Du parfum "style de vie" à la mondialisation

La révolution marketing entraîne une modification fondamentale des règles publicitaires. Le parfum doit désormais raconter un "style de vie" qui, d'emblée, le destine à une clientèle bien définie. Avec ses "slogans vagues et uniformes, la publicité traditionnelle était devenue inadéquate. Le Life style Parfum met sans équivoque en lumière, pour quel type de personne et pour quelle occasion ou quelle ambiance il est conçu."

Le lancement, en 1973, aux U.S.A., de Charlie (Revlon), une fragrance "jeune et sexy", distribuée en grandes surfaces qui s'adresse aux femmes actives engagées dans la vie professionnelle, met en application cette nouvelle stratégie.

Le premier parfum-marketing européen est Opium, "un parfum de dépendance", répondant aux désirs et fantasmes de la bourgeoisie marginale. Il est lancé, en 1977, "à l'américaine" avec un important budget publicitaire, par Yves-Saint-Laurent qui appartenait à cette époque à la maison américaine Charles of The Ritz.

À partir de cette date, la part du marketing dans le budget de lancement des nouveaux parfums ne cessera d'augmenter.

Par ailleurs, la mondialisation va dans le sens de produits sans risque, acceptables par le plus grand nombre. Les parfums sont testés et retestés pour plaire au plus large public possible, ce qui conduit à un manque d'originalité. De plus, la politique de lancements à haute fréquence de produits éphémères, favorise les copies au détriment de la création.

Pour enrayer cette tendance à la banalisation (des noms comme "Fuel", "Garage", "Dry Clean", "Xs", "M7", "2020" et même des dénominations parfois triviales, sont révélateurs de la "désacralisation" du produit), de petites maisons, appelées maisons de "niche", cherchent à redonner du lustre au parfum, à opérer un retour à la créativité en faisant appel à de beaux ingrédients et en refusant de se plier à la dictature des tests et du marketing.

Dans leur sillage, quelques grandes marques, pour redorer leur image, lancent à côté de leur production de masse des collections plus confidentielles et prestigieuses. Ainsi, Dior a élaboré La collection particulière, à 340 euros le flacon. Guerlain, Cartier et Chanel proposent aussi des collections très luxueuses qui ambitionnent de rendre au parfum toutes ses lettres de noblesse.

## Conclusion

L'effort de revalorisation constaté dans la période récente est d'autant plus nécessaire que, malgré les positions prises par certains juristes et adoptées par plusieurs tribunaux, la Cour de Cassation refuse toujours, à l'heure actuelle, d'admettre qu'une création de la parfumerie puisse être considérée comme une œuvre d'art ou une œuvre de l'esprit et bénéficier ainsi, lorsqu'elle est originale, de la protection du droit d'Auteur.

C'était pourtant l'objectif de la croisade inlassablement menée par Edmond Roudnitska, le génial créateur de l'Eau Sauvage, qui soutenait qu'une forme olfactive relevait de la propriété littéraire et artistique au même titre qu'une forme musicale ou picturale.

Sans s'expliquer aucunement sur ses motivations, la Cour de Cassation se borne à affirmer que le parfum n'est pas une œuvre bénéficiant de la protection, mais l'expression d'un simple savoir-faire.

Cette formulation ne peut satisfaire ceux qui pensent que, pas plus dans le domaine de la parfumerie que dans celui de la musique ou de la peinture, l'existence d'un certain savoir-faire n'est exclusive d'une démarche créatrice originale.

Déjà, à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'écrivain Karl Joris Huysmans soutenait "qu'il n'était pas, en somme, plus anormal qu'un art existât en dégageant d'odorants fluides que d'autres en détachant des ondes sonores ou en frappant de rayons diversement colorés la rétine d'un œil". Et il ajoutait que les créations des grands parfumeurs s'expriment "dans une langue variée aussi insinuante que celle de la littérature ... d'une concision inouïe sous son apparence flottante et vague".

Un point de vue que ne saurait renier le Ministère de la Culture qui a organisé, en 2012, une "Exposition consacrée aux créateurs de parfums et à leur savoir-faire", honoré plusieurs d'entre eux de l'Ordre des Arts et Lettres, et les a invités "à venir exposer leur art où se croisent la tradition et la création, la science et le savoir-faire, afin de mettre en valeur un patrimoine culturel qui fascine d'autant plus qu'il reste souvent secret".

## Bibliographie

LES POUVOIRS DE L'ODEUR (Odile Jacob, 2002, 4<sup>ème</sup> édition)

LE PARFUM DES ORIGINES À NOS JOURS (Odile Jacob, 2005)

HISTOIRE EN PARFUMS (Le Garde Temps, 1999)

SUR LES ROUTES DE L'ENCENS (Le Garde Temps, 2001)

QUAND LE PARFUM PORTAIT REMÈDE (Le Garde Temps, 2009)

L'OSMOTHÈQUE, SI LE PARFUM M'ÉTAIT CONTÉ (Le Garde Temps, 2010)

100 000 ANS DE BEAUTÉ (en collaboration, Gallimard, 2011)