

# Absolute Pays de Grasse, l'IG sacrée entre fleur et industrie

Une Indication Géographique (IG) capable de fédérer tout un écosystème certes historique, certes vivace, mais néanmoins secoué par la concurrence étrangère ? L'objectif d'une démarche symbolique partagée entre sept entreprises industrielles du territoire et un florilège de producteurs locaux fiers de leur terroir et de leurs racines. Un bouquet de compétences assemblées par Les Fleurs d'Exception du Pays de Grasse, une dynamique association drivée par Armelle Janody, bien que l'IG concerne un produit transformé, en l'occurrence les essences végétales dites "absolues", obtenues par extraction à l'éthanol, caractéristique de la plante originelle.

Qu'une association de producteurs locaux se positionne sur la certification d'un produit industriel n'a rien de surprenant : promouvoir les absolues grassoises, c'est entériner le principe d'une culture locale, sur une vingtaine d'essences rigoureusement sélectionnées pour leur pertinence historique. Du basilic au cyprès, de l'estragon au laurier, de l'iris au géranium, du somptueux lys de la Madone à la frêle immortelle, à charge des industriels, tout aussi

locaux, d'en proposer la substantifique absolue à destination de la parfumerie, de la cosmétique, du secteur pharmaceutique ou de l'agro-alimentaire.

Challenge réussi pour nos Fleurs d'Exception, qui sont parvenues à rassembler autour d'un projet de labellisation à belle valeur promotionnelle ajoutée les sept principaux acteurs de l'absolute locale, géants industriels ou pérennes PME, tous détenteurs d'un savoir-faire à (re)mettre en valeur, tous potentiels partenaires d'une agriculture locale renforcée.

## Culture et agriculture

*"Ce qui est produit ici bénéficie d'une vraie typicité. La centifolia ou le jasmin cultivés aux alentours de Grasse occupent une place particulière sur l'orgue du parfumeur."*

Pour Armelle Janody, elle-même agricultrice du côté de Callian, question de terroir, de météo, et de savoir-faire en aval. *"Une alliance entre pratiques agricoles et industrielles pour mettre en valeur ce que la nature nous offre."*

Reste une problématique économique : comment aller à l'international sur un marché de niche où la fleur locale, au final, est 50 fois plus chère que ses homologues qui poussent ailleurs ? *"En s'installant*



Mane, Robertet, Jean Gazignaire, Sotrafloor/Chanel, Firmenich, IFF, Payan-Bertrand : sept industriels fondateurs pour une IG qui fait la part belle à la production agricole locale. © G.Carlo Barbiero

justement sur une niche, qualitative, en misant sur des productions exceptionnelles, mises en lumière par des savoir-faire exceptionnels." Et le fait que Grasse ait été récemment sacrée au patrimoine immatériel de l'UNESCO ne fait qu'ajouter un étage à la fusée, déjà bien alimentée par la présence effective *in situ* de grands noms de la parfumerie, Dior ou Chanel en tête, qui surfent sur la vague de l'authenticité et de la traçabi-

lité avec un appétit grandissant à mesure que les nouveaux modes de consommation s'imposent.

## Prendre son destin en main

Forte de l'ouvert appui des collectivités et de cette appétence pour une consommation plus (mieux) raisonnée, forte aussi d'un Aromatic FabLab en développement garant de la conservation d'un patrimoine naturel reconnu, la filière fleurs en appelle à la réunification

avec le volet industriel pour marquer des points. Et concrétise son dessein à travers cette IG synonyme de production d'exception assumée. Qui pourrait, pourquoi pas, déboucher sur une démarche plus large, où l'indication géographique dépasserait l'absolute pour aller jusqu'au produit fini, le parfum *made in Grasse*...

DOSSIER RÉALISÉ PAR ISABELLE AUZIAS  
ET PIERRE-OLIVIER BURDIN

## Une IG, pour qui, pour quoi, pour quand ?

### Explications d'Antoine Ginestet, responsable des Indications Géographiques à l'INPI.

● AOC, AOP ou IGP sont entrées dans le lexique de la consommation courante. L'IG, elle, est une certification plus récente, par essence à forte teneur industrielle et/ou artisanale puisque dévolue aux produits transformés, née de travaux législatifs enclenchés en 2007, concrétisés par un décret d'application en 2015. Un texte adoubi et initié par les entreprises, et non les politiques, destiné à la promotion de productions emblématiques. Verdict, à la veille de son 5<sup>e</sup> anniversaire ? *"Un démarrage en douceur, mais déjà 9 beaux dossiers au compteur, de la porcelaine de Limoges aux couteaux Laguiole, en passant par le linge basque et Absolute Pays de Grasse"* énumère Antoine Ginestet, responsable des IG pour

l'Institut National de la Propriété Industrielle, en charge de l'homologation des certifications. Depuis dix mois, il participe activement au ficelage du cahier des charges grassois, aux côtés des industriels. *"La particularité de ce dossier, c'est d'être porté par une association, qui plus est de fournisseurs de matières premières, qui a su mobiliser et structurer les transformateurs pour mettre en valeur leurs savoir-faire. Un très bel exemple d'intelligence collective, dans l'intérêt d'un territoire commun..."* Toute la difficulté réside dans cet accord entre industriels d'ordinaire en concurrence, *"qui doivent aller au-delà de leurs réflexes pour faire primer l'intérêt local."* Banco pour Grasse, qui affiche une autre particularité notable : ces industriels-là ne sont pas des petits joueurs, les groupes Mane, Robertet ou IFF caracolent dans les palmarès mondiaux, avec

des chiffres d'affaires portés par d'autres approvisionnements que la filière locale. *"Ce qui n'empêche pas, dans le cas d'un Mane ou d'un Robertet, l'attachement réel au territoire, qui les rapproche des autres parties prenantes, le groupe Mul ou Payan-Bertrand, de belles et historiques familiales à l'ancrage affirmé."* Ensemble, ils auront décidé de la "géométrie" du cahier des charges de l'IG, défini sa zone aussi, avec là-encore une originalité : le Pays de Grasse, pris sur son flanc agricole, s'étend jusqu'aux coteaux niçois, à l'Ouest du Var, avec même une petite enclave du côté de Carnoules, où se nichent deux producteurs de plantes à parfum liés au pôle grassois. Pour l'heure, l'IG Absolute Pays de Grasse entame son enquête publique dans la sérénité, dernière marche avant une certification attendue avant la fin de l'année.



*"Une fois le label obtenu, il devient un bien collectif." Tout l'esprit IG, synthétisé par Antoine Ginestet.*

## Robertet veut protéger les racines de Grasse

**La firme fondée en 1850 s'investit pour sanctuariser le savoir-faire grassois.**

● Robertet, Mane, Firmenich, les géants grassois se mobilisent pour défendre un savoir-faire séculaire. Cet élan collectif de sept entreprises autour du dossier d'obtention de l'indication géographique (IG) Absolue Pays de Grasse a germé en 2018. "Au départ, une initiative des producteurs de plantes à parfum, souligne Julien Maubert, directeur de la division Matières Premières de la société. En tant que transformateurs potentiellement labellisés, nous avons tenu à les accompagner dans cette démarche."

Robertet, du haut de son statut de leader mondial des produits naturels (1.800 salariés dans le monde dont 900 à Grasse, 554 M€ de CA), reste avant tout une

entreprise familiale (depuis cinq générations) attachée à ses racines. Aussi l'implication dans cette démarche a-t-elle sonné comme une évidence. "Rose de Grasse, jasmin, tubéreuse, toutes ces plantes sont des produits historiques de la société. Des produits stratégiques aussi" rappelle Julien Maubert. D'où l'intérêt de protéger les savoir-faire grassois liés aux plantes à parfum. "Une suite logique au fait que Grasse soit rentrée au patrimoine immatériel de l'UNESCO" ajoute le dirigeant. Labelliser, crédibiliser, protéger, tout cela sans arrière pensée commerciale : "ce n'est en aucun cas la motivation de la démarche. Ce n'est pas cette indication géographique qui va nous permettre de vendre plus ou de vendre plus cher." Tout au plus constituera-t-elle un rempart dans un contexte



Julien Maubert, directeur de la division Matières Premières, de Robertet, impliqué dans la quête de l'IG grassoise. © almaphotos.com

de concurrence internationale exacerbée. "Certaines sociétés sans scrupules ont tendance à essayer d'imiter la rose de Grasse, regrette

Julien Maubert. Avec ce label, on viendra certifier l'authenticité des produits." Authenticité garantie jusqu'au processus technique de

transformation, finement détaillé dans le dossier de candidature. "Des procédés ancestraux pour extraire les parties volatiles des ingrédients. Des process connus de tous (distillation, filtration, glaçage, extraction aux solvants...) mais qu'il convient de respecter. Après, chaque société a ses secrets de fabrication qui rendent les produits uniques." Dans ce dossier collectif, mené par l'association de producteurs Les Fleurs d'Exception du Pays de Grasse, Robertet a tenu bien-sûr à défendre des spécificités propres, liées à sa production (arômes alimentaires, parfumerie, ingrédients). "Simple pour s'assurer que ce qui était défini dans ce cahier des charges soit bien représentatif de ce que nous faisons réellement".

P-O-B.

## Le groupe Mul, impliqué de A à Z



Pour Cécile Mul, à la tête du groupe éponyme, l'IG est une évidence.

● Dans la vallée de la Siagne, l'heure est à la récolte de roses. La particularité du groupe Mul, c'est de couvrir l'intégralité de la chaîne, en mode local, de la production agricole sanctuarisée sur une vingtaine d'hectares pour Chanel, à la transformation via Gazignaire ou Sotrafloor, les deux maisons Mul parmi les sept fondateurs industriels du projet IG. "Pour les parties prenantes, c'était en fait assez évident, nous maîtrisons tous l'extraction et la distillation, nous avons l'habitude de travailler avec des producteurs agricoles du bassin grassois. Se regrouper autour de ce projet d'IG ne remet pas en cause nos savoir-faire personnels, mais va valoriser et sécuriser la pro-

duction issue de plantes à parfum, aromatiques et médicinales du territoire. On est vraiment sur les métiers de transformateurs." Pour Cécile Mul, à la tête du groupe familial aux multiples pétales, avoir fait porter le dossier par les industriels permet d'englober dans la chaîne de la certification tous les producteurs potentiels, plutôt de bon augure pour l'avenir d'une filière locale qu'elle défend par nature. "Si nous l'avions porté en notre nom, nous n'aurions pas eu cette vision globale et partagée sur la filière, le côté collectif est très intéressant, il dépasse les intérêts privés, il touche à la tradition et à l'histoire du Pays de Grasse." D'où une entente plus que cordiale tout au long des deux

années de maturation, rythmées par des réunions mensuelles. En apportant la dimension agricole dans les débats, Cécile Mul fait un peu figure d'hybride parmi les purs industriels. "Nous avons proposé de lister une très large palette d'essences végétales, bien au delà des emblématiques rose et jasmin, représentatives de la richesse qui caractérisait le pays de Grasse autrefois. De façon à ce que cette certification ouvre sur d'autres initiatives agricoles locales, à ce qu'elle motive de nouveaux programmes de plantation, sur des cultures variées qui pourront relancer plus d'activités sur le territoire." Là-encore, le groupe Mul a montré l'exemple, toujours en partenariat étroit avec la maison Chanel, avec

le grand retour de la tubéreuse sur ses terres de Pégomas et de La Roquette. "En inscrivant Sotrafloor (l'usine de transformation du groupe dédiée à Chanel, drivée par les deux maisons, NDLR) au nombre des fondateurs, la volonté était de positionner la marque sur le projet à nos côtés. Pour elle-aussi, cette prise en compte du terroir est une évidence, c'est tout l'objectif du soutien qu'elle nous apporte depuis plus de 30 ans." Avec sa double participation 100% légitime, le groupe affirme, une fois encore, son attachement viscéral au territoire et aux valeurs éthiques. Et l'action collective ouvre une porte supplémentaire vers un avenir meilleur.

## "Redevenir une référence incontournable au niveau mondial"



Pour Philippe Massé, l'histoire de l'industrie grassoise est un formidable atout pour l'IG.

● "Notre intérêt, au niveau des industriels, et je l'ai souligné dès le départ, c'était la nécessité d'avoir autour de la table tous les transformateurs du Pays de Grasse." Et tous ont effectivement répondu à l'appel, à la grande satisfaction de Philippe Massé, président du Syndicat national des Industriels de la Parfumerie (PRODAROM). Pour lui, la large adhésion des producteurs de fleurs, en parallèle, prouve le bien fondé d'une démarche à fondre dans le paysage local historique. "C'est de notre patrimoine vivant immatériel, de nos savoir-faire autour des parfums, déjà salués par l'UNESCO, dont il s'agit. D'une reconnaissance de l'expertise de nos industriels autour

des procédés, distillation et extraction, de traitement des produits naturels." Et de rappeler qu'en matière d'extraction, un process grassois avait été déposé dès 1879, via notamment les sociétés Chiris d'abord, puis Roure, "qui a permis, à l'époque, de remplacer l'extraction par l'enflorage, né à Grasse, qui a perduré jusque dans les années 70." Ce qu'on a appelé des "absolues-châssis", très prisées des pays asiatiques pour leur qualité irréprochable, inventées par un certain M. Theas... De ces premiers brevets d'extraction est née l'industrie moderne de la parfumerie. Avec déjà quelques noms qui aujourd'hui, restent parties prenantes sur l'IG, Robertet,

Payan-Bertrand ou Mane. "Cette IG crée un lien d'intérêt commun entre les industriels et les producteurs, ce qui va dans le bon sens." Une sorte de retour vers le futur après la vague d'importations de matières premières, moins onéreuses, dans les années 60. "Aujourd'hui, les grandes marques sont de plus en plus intéressées par notre expertise, par la qualité extraordinaire de nos productions florales locales, rose, jasmin, tubéreuse..." Pour Philippe Massé, cette reconnaissance par indication géographique interposée va "au-delà de l'absolue, elle rejaillira sur l'ensemble de la filière grassoise." Qu'il faudra de fait étoffer sur son flanc agricole : "nous n'avons

plus que 80 hectares plantés, alors que nous étions à plus de 1.200 dans les années 40. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, Grasse était la plaque tournante des matières naturelles pour la parfumerie." Et le "produit d'exception" est désormais porteur. Pour preuve, le grand retour des marques les plus emblématiques par le biais d'investissements locaux. Après Chanel dans la vallée de la Siagne, et le rachat d'une belle propriété par Firmenich pour y planter rose, jasmin et R&D, c'est au tour de L'Oréal de faire l'acquisition d'un bel espace pour y organiser, notamment, ses séminaires autour des matières premières naturelles locales.