

Fragonard

MAGAZINE

2023

12

SOMMAIRE

| SE METTRE AU PARFUM

- P. 06 | Fragonard célèbre le narcisse
- P. 16 | Actualités
- P. 24 | L'estagnon, la signature dorée d'un flacon symbole

| RENCONTRER

- P. 26 | Jean Huèges, 25 ans de maison et autant de passion
- P. 28 | Marion Berton, l'art de passer de l'ombre à la lumière !

| S'ÉVADER

- P. 30 | La Sicile, une île d'histoire
- P. 41 | Denis Imbroisi, le plus français des chefs italiens
- P. 42 | Itinéraire cinématographique italien
- P. 44 | Lectures italiennes d'Agnès Costa
- P. 45 | Le Palazzo Castelluccio, une histoire d'amour à la française
- P. 50 | Alessandro Florio, l'art sicilien en majesté

| S'INSPIRER

- P. 52 | *A tavola !*
- P. 66 | *Dolce Riviera*

| SENTIR

- P. 83 | Bonnes ou mauvaises odeurs, une affaire de culture ?
- P. 86 | Le pot-pourri, ou l'histoire d'une mode fulgurante
- P. 90 | L'éllixir de beauté
- P. 91 | Petit parfumeur
- P. 92 | Célébrons les hommes
- P. 94 | Un jardin des senteurs signé Fragonard
- P. 96 | État de Grasse
- P. 99 | La médiathèque Charles Nègre

| RAYONNER

- P. 102 | *Nissa la bella*
- P. 118 | Adresses coups de cœur à Nice
- P. 119 | Luana Belmondo et ses recettes bonne humeur

| ADMIRER

- P. 121 | « Je déclare vivre de mon art », dans l'atelier des sœurs Lemoine et Chaudet
- P. 124 | SIAMO AGATA
- P. 128 | Païsan.o, Paysan.ne.s
- P. 132 | Complètement piqué, l'art de Gennaro Sarao
- P. 134 | Boîtes bergamotes aux XVIII^e et XIX^e siècles
- P. 136 | La robe de Mme de Monistrol

| DÉCOUVRIR

- P. 138 | Moustiers-Sainte-Marie, l'authenticité en héritage
- P. 140 | Sous l'étoile de Moustiers

COMITÉ
DE RÉDACTION
DIRIGÉ PAR
Agnès Costa

DIRECTRICE
PUBLICATION
RÉDACTRICE
EN CHEF
Charlotte Urbain
assistée de
Hélène Muccioli
et Joséphine Pichard

DIRECTEURS
ARTISTIQUES
Louise Cronenberger
Maxime Pintadu

RÉDACTEURS
Jean Huèges
Hélène Muccioli
Joséphine Pichard
Charlotte Urbain

CONTRIBUTEURS
Carole Blumenfeld
Margaux Iacovo
Eva Lorenzini
Alexandre Mahue
Lionel Paillès
Clément Trouche
Maïté Turonnet

PHOTOGRAPHES
Andrane de Barry
Olivier Capp
Benjamin Chelly
Victoire Le Tarnec

ILLUSTRATEURS
Alice Guiraud
Audrey Maillard
Andréa Ménard

RELECTEUR
Christophe Parant

Les indications d'adresses autres que Fragonard qui figurent dans les pages rédactionnelles de ce numéro sont données à titre d'informations sans aucun but publicitaire. Les prix mentionnés peuvent être soumis à modifications. La reproduction, même partielle, des articles, photos et illustrations parus dans ce numéro est interdite. Imprimé en France par l'imprimerie Trulli à Vence. Tirage 130 000 exemplaires. Contact rédaction : Joséphine Pichard 01 47 42 93 40. Magazine gratuit, offert aux clients Fragonard. Ne peut être vendu. Ne pas jeter sur la voie publique.

É D I T O



ÉLOGE DE LA SIMPLICITÉ

En ce début d'année 2023, rien ne fait plus rêver qu'une vie marquée par la simplicité et l'authenticité. C'est à cela que nous consacrons notre énergie. À rendre l'existence plus belle et plus épanouissante.

Nous avons voulu célébrer la chaleur du soleil, la douceur de la Méditerranée et la lumière du Sud en dédiant cette nouvelle saison à une destination à la fois proche et tellement dépayssante : le sud de l'Italie et la Sicile en particulier. Terre de contraste, cette autre île de beauté ne se dévoile pas en une seule fois, plusieurs voyages s'imposent à qui veut en découvrir tous les visages, la Sicile antique, la Sicile byzantine, la Sicile baroque... Celle des villes aux artisanats multiples comme celle des îles Éoliennes, avec leurs rivages sauvages et leur mer somptueuse.

Nous sommes allées chercher l'inspiration dans ses vergers aux agrumes généreux : de là sont nés l'envoûtante eau de toilette *Bel Oranger*, une fleur d'orange aussi fleurie que boisée dont la fragrance puissante saura séduire hommes et femmes, et le diffuseur *Rêve de Sicile* aux délicieux accords de mandarine et de citron.

Nous avons arpenté les rues, les marchés, les ruines antiques, les villages perchés, les basiliques éclatantes de mosaïques pour en rapporter des œuvres originales pleines de couleurs proprement italiennes. Nous avons rencontré des artistes, dont celui choisi pour illustrer notre future gamme de Noël. Dans son atelier à Taormine, Alessandro Florio peint des animaux fantastiques et des plantes exotiques inspirés des mosaïques de la cathédrale de Palerme.

Nous sommes aussi allées à la rencontre de photographes siciliens, auxquels nous avons demandé d'évoquer en images « leur » sainte Agathe, patronne de Catane dont la résistance et l'esprit de conviction forcent le respect et l'admiration. C'est ainsi qu'est né le projet photographique *#SonoAgata*, qui sera présenté l'été prochain dans notre musée Jean-Honoré Fragonard à Grasse.

Outre cette figure historique et canonique revisitée, le musée accueillera également une rétrospective inédite des œuvres de cinq femmes artistes, les sœurs Lemoine et leur cousine. « Aussi brillantes que secrètes », elles ont érigé leur pratique de l'art en sororité, solidarité et indépendance, au tournant des XVIII^e et XIX^e siècles. Des scènes de genre et des portraits d'une beauté et d'une douceur vraiment touchantes.

Enfin, la simplicité est à l'honneur au Musée provençal du costume et du bijou avec l'exposition « Païsan.o » qui met en regard des tenues paysannes confectionnées au XIX^e siècle en matières premières naturelles avec des peintures de l'école provençale de la même époque.

Comme chaque année, les sympathiques et joyeux membres de la maison Fragonard ont prêté leur allure et leur sourire pour les photos de nos collections mode et maison, au bord de la mer mais aussi dans l'arrière-pays provençal.

À vous de tourner les pages de ce *Magazine n° 12*, pensé, écrit et réalisé par nos équipes, qui portent haut les couleurs de la *famiglia* Fragonard avec toujours autant de joie de vivre et un grand plaisir à partager notre belle histoire !

Anne, Agnès et Françoise Costa



2023 FRAGONARD CÉLÈBRE LE

NARCISSE

Hypnotisant par sa beauté et enivrant par sa fragrance, le narcississe symbolise le renouveau et la renaissance. Annonceur du printemps, il brise le règne du gel hivernal. Doté de pétales couleur blanc cristal, il orne les prairies humides d'une fine neige fleurie.

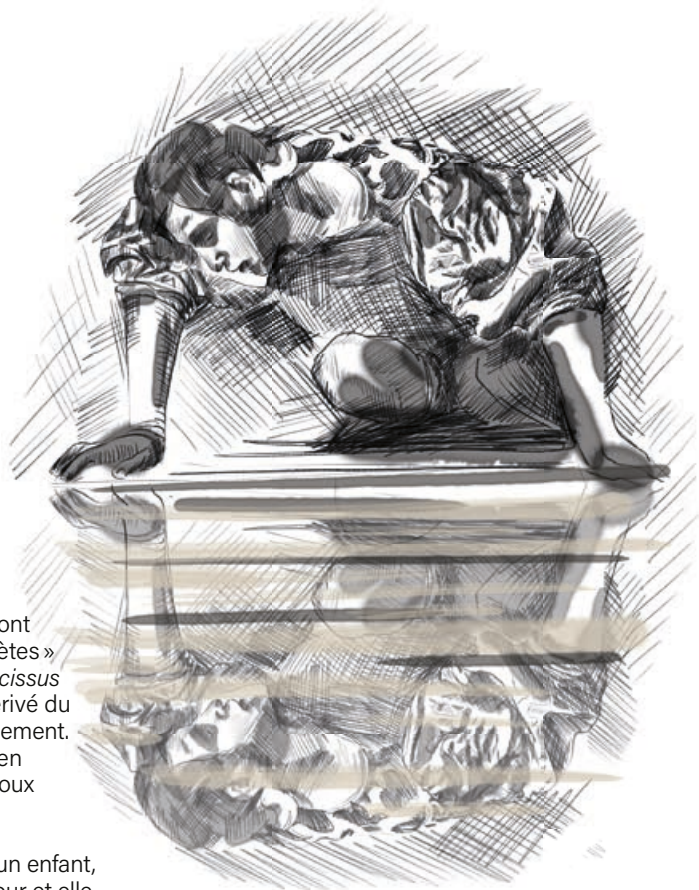
TEXTE MARGAUX IACOVO
ILLUSTRATIONS AUDREY MAILLARD
PHOTOGRAPHIE BENJAMIN CHELLY

NAISSANCE GRÉCO-ROMAINE DU NARCISSE MYTHOLOGIQUE

Il existe une grande variété de narcisses dont les plus célèbres sont le « narciss des poètes » (*Narcissus poeticus*) et la « jonquille » (*Narcissus jonquilla*). Le nom latin *narcissus* est un dérivé du grec *narkê* qui signifie sommeil, engourdissement. Le narciss des poètes est le plus utilisé en parfumerie, notamment pour son parfum doux et capiteux, proche du jasmin.

« Très jolie, la nymphe avait mis au monde un enfant, qui déjà à ce moment pouvait inspirer l'amour et elle l'appela Narcisse. » Ovide, poète latin, fait ainsi le récit dans son poème de la destinée de Narcisse, jeune homme de la mythologie grecque, doté d'une beauté magnétique. Ses parents, le dieu-fleuve Céphise et la nymphe Liriopé, dès la naissance de leur fils, apprirent de Tirésias qu'il vivrait à la condition de « ne pas se connaître ». Mais lorsque la nymphe Écho tombe éperdument amoureuse de Narcisse, ce dernier la repousse et provoque la colère des dieux. Némésis, déesse grecque de la vengeance, pousse le jeune homme à aller se désaltérer dans une source d'eau limpide. Lorsqu'il vit son reflet, il tomba instinctivement amoureux de lui-même. Après de nombreux jours à se contempler, paralysé par sa propre beauté, il finira par dépérir. La fleur blanche qui poussa sur le lieu de sa mort fut baptisée narciss.

Conservant cette attirance aquatique, le narciss des poètes du plateau de l'Aubrac pousse dans des prairies humides à proximité de points d'eau. Il est de coutume de dire que la position du narciss, qui est une fleur qui se courbe vers le bas, suggère la même position que Narcisse regardant son reflet dans l'eau.





L'OR BLANC DE L'AUBRAC

L'Aubrac est un haut plateau volcanique (40 sur 20 km) et granitique, situé dans le centre-sud du Massif central et qui s'étend sur les départements de l'Aveyron, la Lozère et le Cantal. Classé Parc naturel régional depuis février 2018, l'Aubrac possède un patrimoine préservé et une biodiversité époustouflante. Ce sont près de 2 000 espèces qui poussent à une altitude allant de 1000 à 1400 mètres et se partagent le plateau : narcisses, jonquilles, genêts, gentianes...

Le narcissus pousse à l'état sauvage à partir de 1000 mètres d'altitude, de préférence sur un sol fertile, bien drainé et légèrement acide ou neutre.

Les conditions climatiques doivent impérativement être réunies pour que ce petit miracle naturel se produise. Le sol ne doit pas être saturé d'eau mais il faut néanmoins de la pluie en grande quantité d'avril à fin mai. Le froid et les gelées tardives ou bien de trop grosses chaleurs peuvent avoir des conséquences dévastatrices. La floraison du narcissus a lieu de mars à juin, mais il est impossible de prédire avec précision le début et la fin de la récolte ; c'est la nature qui en décide.



LA CUEILLETTE DES NARCISSES

Dans les années 1950, la récolte se faisait à la main, par la suite le travail a été facilité à l'aide d'outils. Le premier d'entre eux était un long « peigne » d'environ 30 cm de large, le cueilleur effectuait un geste de ratissage pour cueillir la tête des fleurs et pouvait récolter 30 kg de narcisses par jour. Cette technique a été abandonnée au profit d'outils plus performants comme le chariot à roues, ou encore la moissonneuse-batteuse, qui permet une récolte plus rapide et moins fatigante.

LA PESÉE DE L'OR BLANC

La pesée est rustique et pour rien au monde cela ne changera, elle est faite à l'aide d'une balance romaine qui « n'a jamais lâché et ne se trompe jamais ». Une fois l'affaire conclue, les fleurs sont directement acheminées à la distillerie de l'usine.



L'EXTRACTION DU NARCISSE

Le narcisses doit être transformé au maximum dans les 24 heures qui suivent sa récolte pour que la fleur garde sa fraîcheur et ses propriétés odorantes.

- Les sacs remplis de fleurs sont vidés à même le sol et, au moyen de fourches en bois, les fleurs sont aérées.
- L'extraction liquide est chauffée à 60 °C afin d'évaporer les solvants et d'obtenir l'absolue sous forme de concrète.
- Les fleurs sont placées dans un extracteur contenant du solvant volatil.
- Il faut 1 000 kg de fleurs pour obtenir 2 kg de concrète.

NARCISSE

DE FRAGONARD

« Au lieu d'un corps,
elles trouvent une fleur
au cœur couleur de safran,
entourée de pétales blancs. »

(Ovide, *Les Métamorphoses*, livre III)



↓ Eau de toilette
Narcisse,
50 ml, 20 €

NARCISSE, UNE CRÉATION SIGNÉE KARINE DUBREUIL

Parfumeur grassois, Karine Dubreuil s'est plongée dans ses souvenirs : des promenades matinales au grand air dans le jardin de sa grand-mère, tapissé de narcisses. Ces évocations passées lui ont fourni l'inspiration et l'interprétation de son narcissisme parfait. C'est ainsi qu'est né *Narcisse* de Fragonard, un parfum léger comme l'air, gorgé d'une beauté idyllique et extrêmement romantique.

À l'état sauvage et avant extraction, la fleur de narcissus exhale une odeur étonnante mêlant l'herbe, la terre et la puissance de la fleur blanche. Un parfum floral et sensuel que Karine Dubreuil a agrémenté de notes fraîches et printanières. En effet, le narcissus éclot au printemps au milieu des herbes vertes qui, après de longues semaines sous la neige, se réveillent enfin. Le soleil réchauffe la nature de ses rayons, notre parfumeur a saupoudré à son tour la fragrance *Narcisse* de notes de fond douces et chaleureuses de miel et de bois.

NOTES DE TÊTE :
mandarine et bergamote
d'Italie, petit grain
du Paraguay

NOTES DE CŒUR :
narcisse, jasmin d'Égypte,
rose de Turquie

NOTES DE FOND :
miel, bois et musc

LA COLLECTION



↑ Coffret 3 savons,
un joli coffret de trois savons
sculptés et parfumés au narcissus.
3 x 75 g, 16 €

→ Savon galet *Narcisse*,
un savon fabriqué selon
notre savoir-faire ancestral
et délicieusement parfumé
au narcissus.
140 g, 6 €

↘ Porte-savon *Narcisse*
pour accueillir le savon galet,
un élégant porte-savon en verre
décoré à la fleur de l'année.
10 x 14,5 cm, 8 €

→ Diffuseur *Narcisse*,
avec des notes florales
de narcissus et jasmin,
agrémentées d'une touche
solaire de mandarine d'Italie
et de noix de coco, il diffuse
une fragrance envoûtante.
200 ml, 34 €



SE METTRE AU PARFUM

Les actualités de la maison Fragonard fourmillent de nouveautés que notre rédaction partage avec vous. Découvrez en avant-première les moments clés des prochaines semaines et sur lesquels nous travaillons avec cœur et passion. Rencontres, collaborations et nouveaux produits se présentent à vous dans les pages qui suivent.



—> BEL ORANGER

Créé par Daniela Andrier, *Bel Oranger* rejoint la gamme des Fleurs du parfumeur et offre une nouvelle variation autour de la fleur d'oranger. Inspirée par la Sicile et ses agrumes merveilleux, cette nouvelle fragrance ne signe aucun genre. Daniela, à qui nous devons déjà la célèbre *Fleur d'Oranger* Fragonard, a transformé l'opulence de cette fleur en l'imaginant plus verte et boisée. Le piquant de la bergamote d'Italie et celui du petit grain citronnier rebatent les cartes, donnant à l'oranger une puissance adoucie par le cèdre et le patchouli. Virtuose de cette extraordinaire matière première de parfumerie, notre parfumeur excelle dans l'exercice magique de sa profession pour donner naissance à une nouvelle partition, qui prouve que la fleur d'oranger est loin d'avoir épuisé toutes ses richesses !

Eau de toilette *Bel Oranger*, 100 ml, 38 €

—> RÊVE DE SICILE

Diffuser un vent d'agrumes frais et intense est une prouesse en parfumerie. Leurs notes sont terriblement volatiles et légères. Mylène Alran, créatrice parfumeuse du nouveau diffuseur *Rêve de Sicile*, a su retranscrire avec talent l'impression d'une orange juteuse tout juste cueillie. Pour cela, elle a rassemblé différents agrumes : mandarine verte d'Italie et citron d'Italie, auxquels se mêlent feuilles de mandarinier, cardamome, basilic et romarin. Ce parfum est un zeste d'Italie qui se diffuse avec délice !

Diffuseur *Rêve de Sicile*, 250 ml + 10 bâtonnets, 40 €



BUONA NOTTE!

Best-seller depuis des années, nos taies d'oreiller sont des cadeaux parfaits pour toutes les occasions. Pour la nouvelle édition printemps-été 2023, la Sicile est à la fête et en tête de lit grâce au talent de notre illustratrice Aurélia Fronty.

Taies d'oreiller, coton imprimé, existent en 65 x 65 cm et 50 x 70 cm, 45 €



NOS TEE-SHIRTS DE L'ÉTÉ!

Cette ligne de tee-shirts unisexes, imaginée par Léna Torino, chef de produit chez Fragonard, vient compléter la collection *Dolce Riviera* par une mini-édition moderne et décalée. Indispensables de l'été et faciles à porter, les pièces sont brodées au recto de courtes phrases ensoleillées et imprimées au verso de dessins qui respirent les vacances (plage, soleil, parasol, coquillage, citron...).

4 modèles différents du Small au XLarge, 45 € l'unité



—> 4 BOUGIES, 4 COULEURS, 4 SENTEURS

Figue, Petit grain, Verveine et Amande... Chaque pot de ces quatre nouvelles bougies fabriquées à la main contient dans sa coque vernissée une senteur typiquement méditerranéenne. Son pochon de coton imprimé est tellement joyeux qu'il trouvera un deuxième usage dans vos cuisines ou salles de bain.

Bougie 200 g - 40 €

BOUGIE LA FIGUE
Une fragrance où le figuier se raconte à travers son bois, ses feuilles et sa sève pour un accord délicieusement suave.

BOUGIE LE PETIT GRAIN
Issue des rameaux et feuilles de l'oranger amer, l'huile essentielle de petit grain évoque le citron, l'orange et la mousse d'arbre.

BOUGIE LA VERVEINE
Toute la fraîcheur de la verveine déclinée à travers des notes citronnées, pétillantes et rafraîchissantes.

BOUGIE L'AMANDE
La douceur de l'amande diffuse de délicates notes gourmandes.



—> CARTE BLANCHE POUR TROIS BLOUSES UNIQUES

Pour célébrer l'été, nos trois graphistes, Audrey Maillard, Andréa Ménard et Alice Guiraud, se sont vu confier la création de la blouse de leur rêve sur le thème de la Sicile, avant de se prendre au jeu avec enthousiasme et imagination.

Andréa avait à l'esprit des plages et des parasols, Alice a composé son paysage italien idéal, tandis qu'Audrey a entremêlé des coraux et des fleurs dans un vase. Réalisées en Inde dans une viscose de haute qualité, ces blouses, à la forme généreuse, iront à toutes les morphologies et leur série limitée sera digne d'un grand millésime 2023 !

← De gauche à droite, Andréa, Alice et Audrey portent leur blouse respective, *Frida parasols*, *Paysage* et *Bouquet*, 100 % viscose, 80 €

→ FRAGONARD & AIX-EN-PROVENCE, UNE NOUVELLE HISTOIRE D'AMOUR!



Entre Marseille et Avignon, une ville manquait à l'appel... Célèbre pour ses mille fontaines, Aix-en-Provence inaugure début 2023 une boutique Fragonard. Située en plein cœur de la cité au coin de la place Richelme et son marché, cette nouvelle adresse est une boutique spacieuse et lumineuse au mobilier de bois et matériaux nobles agencée avec talent par les Ateliers Saint-Lazare. Toutes les gammes de parfums, cosmétiques, art de vivre et mode y seront présentées.

BOUTIQUE FRAGONARD
13 rue du Maréchal Foch
13100 Aix-en-Provence
T. +33 (0)4 42 20 41 41



AUPRÈS DE L'OLIVIER DE GAËL SERRE

Artiste sétois, Gaël Dimitri Serre signe de ses pinceaux colorés la nouvelle cuvée de l'*Huile d'olive du Bois Dormant* 2023.

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE ANNA BLOMME

La fougue de Picasso, les couleurs de Van Gogh, la lumière de Matisse... les œuvres de Gaël Serre ne sont pas sans évoquer les toiles de ces illustres peintres pour qui la Provence fut une terre d'inspiration. Né au sein d'une famille d'artistes, Gaël a appris à manier l'encre de Chine avec son grand-père au pied des oliviers lors de leurs balades en pleine nature. Avec sa mère, tisserande et coloriste, il a découvert les couleurs et leur magie changeante. Ensemble, ils partaient pour la plage afin d'y peindre un ciel teinté de rose et une mer aux mille reflets.

S'évader dans la campagne est devenu sa double nature. Il aime la liberté, celle de prendre le temps et de s'arrêter là où les paysages le retiennent, capter les lumières de l'instant présent, se nourrir de ce qui l'entoure. Né à Caen, il a grandi en Provence à La Cadière-d'Azur, un village perché au cœur du terroir des vins de Bandol. Depuis plusieurs années, il habite à Sète, la patrie de Georges Brassens, où il vit heureux auprès de ses pinceaux et de sa mer Méditerranée. Un pied dans le mobilier design, l'autre dans l'exercice de son art, Gaël Serre aime faire ce qu'il lui plaît et choisir les projets avec son cœur. Il connaît depuis longtemps la maison Fragonard, dont il apprécie le côté foisonnant, les couleurs et bien sûr les parfums. En deux échanges et trois coups de pinceau, Agnès Costa et Gaël Serre avaient trouvé langue commune. Comme s'ils travaillaient ensemble depuis toujours, la fluidité artistique glissait à la perfection. Évidemment, tous les éléments étaient là pour toucher l'âme de Gaël : un domaine familial, une huile d'olive précieuse, un savoir-faire provençal.



Fidèle à sa façon de dessiner, Gaël Serre a utilisé plusieurs techniques pour le dessin destiné à la maison Fragonard. L'olivier est esquissé à l'encre de Chine diluée à l'aide d'un pinceau japonais, le feuillage est dessiné au stylo japonais, tandis que les aplats de couleurs du centre du dessin sont réalisés à l'aquarelle. À cela, il a ajouté un peu de café et quelques touches de Posca bleu... L'artiste aime retranscrire dans ses œuvres l'émotion d'un moment, l'encre de Chine lui permet d'apporter un soupçon de force qui contraste avec la douceur de l'aquarelle. Ses dessins sont spontanés, simples et imparfaits, mais tellement poétiques. La nouvelle cuvée 2023 est une œuvre d'art qui sublimera nos papilles et nos tables.

Huile d'olive du Bois Dormant, 500 ml, 25 €

→ FRAGONARD SOLIDAIRE



↑ ETNODIM, L'UKRAINE À PORTÉE DE MAIN

Jeune marque ukrainienne, Etnodim résiste à sa façon. Elle imagine, dessine, fabrique et brode ses « vyshyvanki », les chemises traditionnelles. Reprenant motifs et coloris d'antan, Etnodim fait appel, pour la création, à des designers ukrainiens, bien persuadée à juste titre que la tradition peut avoir sa place dans notre vestiaire : « Nous regardons dans les yeux de la nouvelle génération pour y voir défiler l'histoire de l'Ukraine. » Engagée et solidaire, la maison Fragonard apporte son soutien à Etnodim avec une collection capsule d'une dizaine de blouses différentes brodées et fabriquées en Ukraine. Un projet qui permettra à l'entreprise de Kiev de se faire connaître auprès des Français tout en participant à l'économie d'un artisanat local qui tente de survivre malgré la guerre.

↓ DES BOUCLES D'OREILLES *MADE IN LA FABRIQUE NOMADE X FRAGONARD*

Née à Caracas au Venezuela, Anna Karina Raga, obligée de fuir son pays natal pour des raisons politiques en 2017, décide de rejoindre sa fille à Paris. Artisan bijoutière depuis plus de quinze ans, elle intègre l'association La Fabrique nomade, qui favorise l'insertion professionnelle des artisans migrants réfugiés en France. L'association aide chaque année plusieurs dizaines de réfugiés tout en leur permettant de conserver les savoir-faire acquis dans leur pays d'origine. Pour ce partenariat avec Fragonard, Anna Karina a réalisé dans son atelier parisien trois modèles en édition limitée de boucles d'oreilles, dessinés par notre illustratrice Andréa Ménard.

Petit modèle, laiton plaqué or 3 microns, 90 €
Grand modèle, laiton plaqué or 3 microns, 120 €



→ LE CHARITY BAG FRAGONARD SOUFFLE SES 10 ANS !

Pour la dixième année de son existence, notre Charity bag solidaire revient plus coloré que jamais, en partenariat cette année avec Umang. L'ONG indienne aide les enfants souffrant de handicaps multiples. Séduits par leurs magnifiques dessins si colorés et joyeux, nous avons choisi non pas une mais quatre de leurs illustrations ! Ensemble, nous agissons pour l'éducation des enfants en Inde en reversant 100 % du montant de votre achat (hors TVA) à des orphelinats et à des associations caritatives indiennes.

Charity bag – 25 € l'unité (4 modèles différents)



→ LES COULISSES DU CALENDRIER ELISECARE X UNESCO PAR NIKOS ALIAGAS



Depuis 2019, Fragonard apporte son soutien à l'association Elisecare en reversant 100% du montant des ventes du coffret « Le cœur sur la main ». Cette année, l'Unesco a proposé à Elisecare de réaliser un calendrier où les personnalités engagées auprès de l'association seraient mises en lumière. Cette création en partenariat avec Guila Clara Kessous, « artiste de l'Unesco pour la paix » en 2012 est mise en image par le parrain de l'association Nikos Aliagas, animateur star de TF1 mais également photographe passionné. C'est dans nos locaux parisiens que les personnalités se sont succédé devant l'objectif de Nikos : Anne Roumanoff, Fauve Hautot, Anggun, Alain Toledano, Cyril Benzaquen, Stéphane Petrossian, Élodie Garamond, Nicolas Lefebvre, Régis Le Sommier, Annick Cojean, Anthony Mkrchian et Agnès Costa.

Calendrier 30€, en vente sur helloasso.com
Coffret « Le Cœur sur la main » disponible à la vente dans toutes nos boutiques et sur notre site internet, 25 €



L'ESTAGNON, LA SIGNATURE DORÉE D'UN FLACON SYMBOLE

TEXTE JOSÉPHINE PICHARD
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP

Flacon emblématique des parfums Fragonard, l'estagnon a acquis au fil des décennies ses lettres de noblesse. Matière phare du XX^e siècle, l'aluminium offre aux parfumeurs un contenant idéal pour conserver les essences à l'abri de la lumière. Ainsi est né l'estagnon dont le nom puise son origine dans le mot provençal *estagnoun* qui signifie « étain ». Pendant la Seconde Guerre mondiale, les multiples pénuries de matières premières ont contraint la Maison à trouver des solutions pour remplacer les flacons en verre. Émilie Fuchs, fille du fondateur, eut l'idée d'utiliser l'estagnon en réduisant sa dimension et en l'embellissant d'une magnifique couleur dorée pour en faire un objet à la fois féminin et précieux, qui séduira le grand public.

Devenant la marque de fabrique Fragonard, l'estagnon doré offre de multiples avantages en regard du flacon en verre : c'est un matériau moins lourd et incassable. Son empreinte carbone est également moindre, car il est recyclable à 100 % et à l'infini, sans aucune perte de ses propriétés. De plus, l'aluminium préserve les vertus du parfum, allongeant la durée de vie des fragrances d'au moins six ans.

Fabriqué à Grasse, de manière artisanale et traditionnelle, le flacon en aluminium est placé sur la table d'alimentation puis entraîné jusqu'au poste de remplissage. Tous les parfums Fragonard sont réalisés à partir d'un alcool végétal de blé 100 % d'origine naturelle, fourni par l'entreprise grasseoise Isnard Groupe.

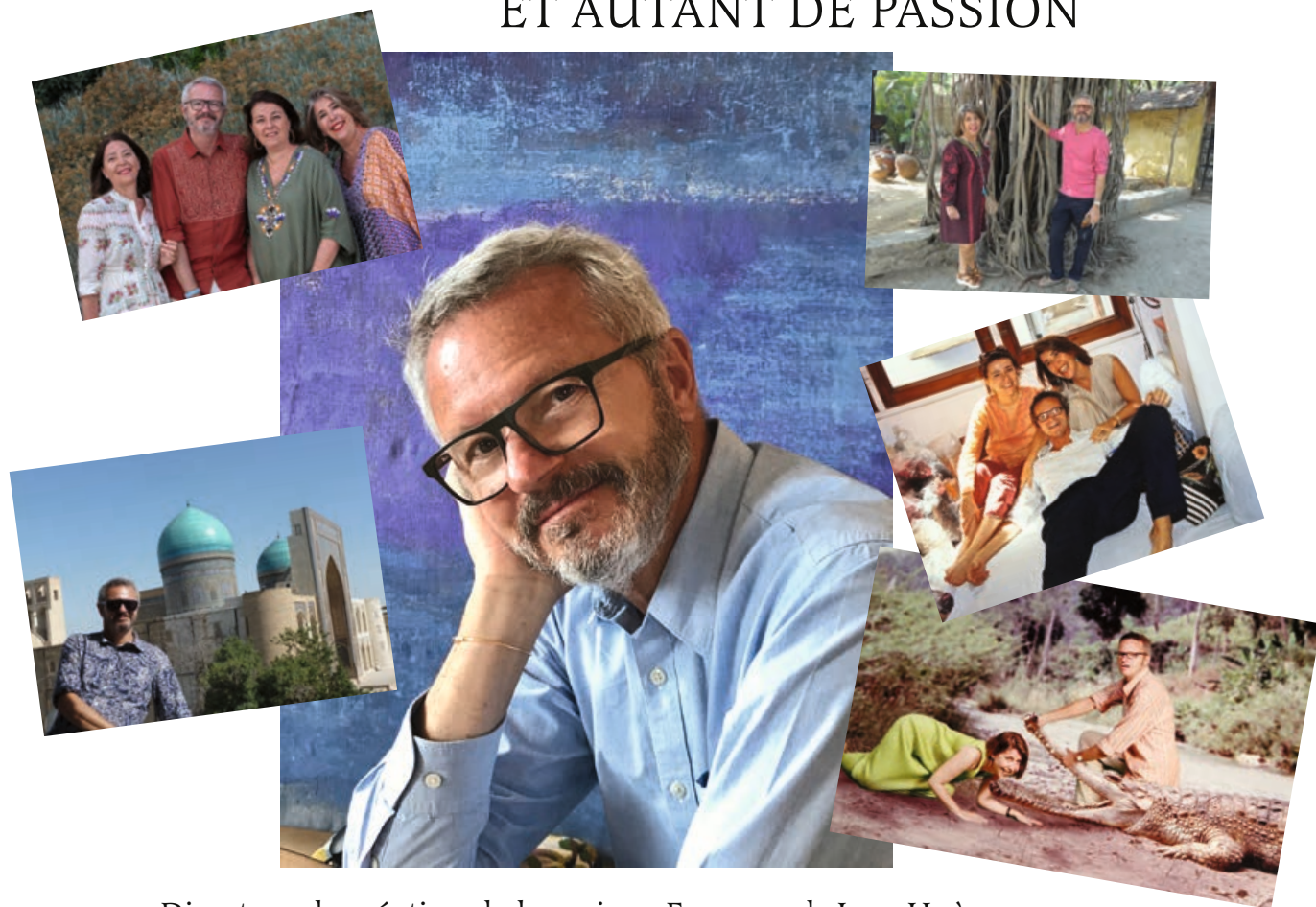
Une fois la pompe vissée et l'étiquette apposée par la machine, les opératrices en bout de chaîne se chargent du contrôle qualité. Fragonard a été l'un des premiers parfumeurs à proposer également une recharge de 600 ml en aluminium pour certaines de ses eaux de toilette. Économique et responsable, elle permet de remplir son flacon à moindre coût. Un petit geste pour la planète qui permet d'éviter toute consommation inutile en profitant pleinement de sa fragrance préférée.

En 2023, l'estagnon Fragonard se pare d'un nouvel habit plus écologique. Sans additifs cancérigènes, mutagènes ou encore toxiques pour la reproduction (CMR), la métallisation est à présent effectuée à base d'eau. Le doré mat fait place à un doré brillant de mille feux, pour donner au flacon toute la lumière qu'il mérite.

JEAN HUÈGES,

25 ANS DE MAISON ET AUTANT DE PASSION

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP



Directeur de création de la maison Fragonard, Jean Huèges est entré au tout début de l'aventure «art de vivre» Fragonard en 1998, à la suite de l'ouverture du Musée provençal du costume et du bijou. Depuis lors, Agnès Costa et lui forment un tandem créatif et joyeux, où la bonne humeur et l'exigence croisent parfois l'explosion, mais celle-ci est toujours de courte durée ! Retour sur 25 ans de passion partagée, 25 ans de création colorée et 25 ans de voyages éblouissants.

LE DÉBUT D'UNE LONGUE HISTOIRE

Après des études de droit à Montpellier, Jean Huèges quitte son Sud natal pour la capitale. Il sait que sa formation juridique n'est pas une finalité. De nature créative, Jean aime tous les arts, et en particulier le cinéma – incollable sur les années 1960 – et l'artisanat d'art – celui qui conjugue le beau avec l'utile. À Paris, il se tourne vers l'univers créatif de l'art de vivre parisien, notamment en concevant une ligne de souvenirs revisités intitulée «Destination Paris». En 1997, Anne, Agnès et Françoise Costa inaugurent le Musée provençal du costume et du bijou. Un projet pour lequel elles avaient longuement œuvré afin de convaincre leur mère Hélène – collectionneuse de costumes provençaux – de fonder un écrin où ses pièces rares et précieuses seraient partagées avec le public. Ce nouvel établissement, situé dans le vieux Grasse à deux pas de l'usine historique Fragonard, leur donne l'envie d'ouvrir une boutique qui offrirait une ligne de produits inspirés des tissus et savoir-faire provençaux. Les premiers pas de Jean Huèges dans la grande famille Fragonard se font à ce moment précis.

De premiers produits en première collection puis première boutique, Jean imagine et développe, aux côtés d'Agnès et de Françoise, une nouvelle identité pour la maison grasse. Invité au départ à créer des produits dérivés pour la boutique du musée, en quelques mois, Jean intègre à plein temps l'entreprise, s'installant dans les petits bureaux parisiens du musée du Parfum, 9 rue Scribe. Il partage alors son bureau avec Colette Tronel, l'assistante d'Agnès. Colette fut sa porte d'entrée dans ce nouveau monde. Il se rappelle avec émotion : «Elle m'a donné les clés pour comprendre comment fonctionnaient l'entreprise et la famille Costa.» Jean-François Costa, patriarche de l'entreprise, l'impressionnait beaucoup. Il garde en mémoire son premier déjeuner dans la propriété du Bois Dormant : nappe blanche, couverts en argent, sonnette sur la table... «C'était comme dans un film des années 1950, chaque fois que j'y retourne depuis, je repense à cet instant hors du temps. Hélène Costa était toujours d'une élégance impeccable, attentive et généreuse avec ses invités, elle se souciait de la tenue de ses trois filles et de celle de sa maison avec un goût très sûr.»

LE TOUR DU MONDE

Comme beaucoup d'entre nous, Jean avait fait son pèlerinage à Grasse quelques années plus tôt pour visiter l'usine. Un voyage au cours duquel il retombe sous le charme du parfum, alors qu'il n'en portait plus depuis longtemps. Il découvre *Santal* de Fragonard et l'adopte immédiatement. Prémonition... Lors de son premier voyage en Inde pour Fragonard, il dessine un petit pochon en organdi brodé d'un soleil, emblème de la marque à l'époque. Si le soleil a disparu depuis du logo, le pochon en organdi qui enveloppe les flacons lui est resté et, à son tour, est devenu emblématique.



Jean séjourne régulièrement en Inde en quête de savoir-faire perdus en France, dont la fabrication de pièces textiles comme les boutis. Grâce à sa curiosité artistique et son œil aiguisé, il sait reconnaître les talents potentiels et a le don d'imaginer le devenir d'un objet en en modifiant des détails, qui font toute la différence. Un jour, Françoise lui rapporte d'un séjour au Vietnam un pochon brodé pour ranger ses chaussures, et Jean de voir immédiatement dans ce cadeau souvenir un futur produit Fragonard. Le pochon brodé deviendra lui aussi un best-seller. Inde, Vietnam, Thaïlande, Mexique, Bhoutan... Les voyages se sont succédé avec toujours une même envie d'aller à la source, de travailler main dans la main avec les artisans locaux, de créer avec goût dans le

respect du travail bien fait. «De tous mes voyages, celui qui restera gravé à jamais est l'Ouzbékistan. Une destination hors du commun, qui conserve une saveur particulière, cette impression de fouler une terre vierge : Boukhara et ses *suzanis*, la vallée de Ferghana et ses potiers.» C'était en 2012, le début d'une autre histoire...

AMITIÉ, FAMILLE ET GÉNÉROSITÉ

Heureux de renouer avec ses racines méridionales, Jean a développé ses créations au côté d'Agnès. Une amitié marquée par «la complicité dans le goût de la fantaisie» ! «C'était extrêmement joyeux, on rigolait beaucoup», se souvient-il avec tendresse. Grasse devient donc sa deuxième maison, les sœurs Costa, sa deuxième famille. Anne, Agnès et Françoise partagent avec Jean tous les moments forts de leur vie personnelle, mariage, enfants... Chez Fragonard, les frontières n'existent pas. Il est connu que, quand on aime, on ne compte pas.

MARION BERTON

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP

L'ART DE PASSER DE L'OMBRE À LA LUMIÈRE !



Après quatorze années passées au service du développement produit et achat comme chef de produit puis responsable du bureau parisien, Marion Berton a changé de rayon sans changer de maison.

Les confinements à répétition lui ont donné l'occasion de faire un point sur sa carrière chez Fragonard. Depuis mars 2022, elle dirige les trois musées du Parfum Fragonard à Paris. Un nouveau challenge qui l'enthousiasme et qu'elle nous raconte.

C'est à l'âge de 20 ans que Marion découvre l'usine de parfum Fragonard. Elle passe six mois à Grasse, en stage. Une expérience – elle ne le sait pas encore – qui se révélera déterminante pour sa vie professionnelle. Elle est alors guide vendeuse à l'usine, assiste Lucile Léonard, travaille avec Delphine Tomps (directrice du service de vente à distance) et dans d'autres services. Fascinée par l'histoire de cette maison familiale, elle en aime l'atmosphère, s'y sent très entourée. Stéphane, Lucile, Delphine, Lionel, Fabienne... des collègues qu'elle côtoie toujours avec autant de bonheur vingt ans après. C'est avec émotion qu'elle repense à ses débuts dans la maison.

Partie pour les États-Unis étudier la finance et la gestion de risque, Marion prolonge son séjour de trois ans. Elle se sent bien, son travail lui plaît... mais tombe amoureuse d'un Français pour qui l'avenir professionnel se dessine de l'autre côté de l'Océan. Ils retraversent ensemble l'Atlantique, regagnent l'Hexagone. Le monde du travail français, avec ses travers misogynes, s'oppose au management américain basé sur le mérite, auquel elle est habituée. Elle ne s'y retrouve pas... En 2008, elle tombe sur une annonce pour un poste d'assistante administrative et achat chez Fragonard à Paris. Elle n'hésite pas une seconde, bien que les compétences requises ne correspondent pas vraiment à sa formation initiale. Huit années ont passé depuis son passage à Grasse, mais visiblement elle avait fait très bonne impression : Marion est recrutée immédiatement. À l'époque, le bureau parisien se composait de trois personnes : Jean Huèges, Colette Tronel et Christine Ly.

Quelques années plus tôt, Fragonard avait entamé une diversification

de son offre, créant des lignes de produits pour la maison et des collections textiles. Marion découvre le développement produit : de sa création avec un graphiste à sa réalisation et sa production, elle se passionne pour sa toute nouvelle vie professionnelle. Pendant quatorze ans, Marion voyage : « J'adorais ces moments de rencontre avec nos fournisseurs en Inde, au Vietnam, en Thaïlande, en Chine... », se rappelle-t-elle. Fragonard ouvre de nombreuses boutiques à Paris et dans le sud de la France, et parallèlement les gammes de produits s'étoffent. Agnès Costa et Jean Huèges en locomotive créative, Marion suit et organise avec rigueur et précision les wagons du train Fragonard. « Agnès et Jean m'ont beaucoup appris, ils m'ont formée sur toutes les techniques d'impression, de broderie, de reproduction, quelles matières pouvaient être imprimées et comment. Leur œil artistique était toujours juste et leur vision, stratégique. Quand je suis arrivée, Jean passait ses commandes par fax... Un autre temps. »

Après le Covid et ses confinements répétés (un temps suspendu propice à la réflexion), Marion a envie de mouvement. Le poste de direction des musées est vacant. « J'avais le désir de changer d'horizon et aussi l'envie de découvrir le cœur de métier de Fragonard : la parfumerie. C'était un moment très spécial, les musées étaient fermés depuis deux ans. Il fallait tout reconstruire : reformer les équipes, accueillir les visiteurs, relancer toute la machine ! » Les musées du Parfum Fragonard accueillant des touristes du monde entier, les guides sont nécessairement de différentes nationalités. Diriger une équipe internationale requiert patience, écoute et ouverture d'esprit. Marion s'acquitte avec

professionnalisme de ses nouvelles tâches, car elle adore cette vie rythmée par les tonalités de langues et cultures multiples, marocaines, polonaises, portugaises, russes, chinoises, brésiliennes... Pour se former à son nouveau poste, elle est d'abord retournée aux racines méridionales de la Maison, séjournant plusieurs jours à Grasse et à Èze, afin d'apprendre aux côtés de ses nouveaux pairs Joanna Cardelli, Gérard-Noël Delansay et Lionel Farnarier, directeurs des usines du Sud. Déterminée, toujours souriante et bienveillante, Marion Berton fédère aujourd'hui une équipe multiethnique joyeuse et efficace. Son attachement à la famille Fragonard est émouvant : « Depuis quinze ans que je travaille dans la maison, j'ai l'impression de faire une carrière "à l'ancienne", à l'époque où l'on gravissait les échelons de toute une vie professionnelle dans une seule et même entreprise. » Elle mesure sa chance (méritée), se félicite de la confiance qu'Agnès et Françoise Costa n'ont pas hésité à lui accorder dans ce nouveau challenge. Sa vie est « bien remplie », se réjouit-elle. Avec un mari, trois enfants, un chien et un nouveau métier, la réouverture en avril 2023 du deuxième musée du Parfum, situé 3-5 square Louis Juvet, il n'y a plus pour Marion quelque vide que ce soit à combler !

La maison Fragonard possède l'une des plus belles collections de flacons de parfum anciens, présentée dans trois établissements à Paris. Inauguré en 1983 par Jean-François Costa, le père des dirigeantes actuelles, le premier musée du Parfum Fragonard, situé 9 rue Scribe, retrace l'histoire de la parfumerie de ses origines à nos jours. Agrandi et rénové entièrement en 2019, le musée s'est enrichi de trois nouvelles pièces et de nombreuses acquisitions. Ouvert du lundi au samedi de 9 h à 18 h, et le dimanche de 9 h à 17 h, les visites en sont gratuites, guidées ou libres avec un parcours audio en français et anglais.

9 rue Scribe 75009 Paris 9^e



Palerme



Piazza Armenia



Etna

Taormine

Catane

Agirigente



Caltagirone

Syracuse

Ortigia



LA SICILE, UNE ÎLE D'HISTOIRE(S)

Visiter la Sicile, c'est faire un voyage dans le temps : de ses temples grecs à ses mosaïques byzantines, de son architecture normande à ses palais baroques. De nombreux peuples du bassin méditerranéen et au-delà (Grecs, Arabes, Espagnols, Normands et Italiens) y ont laissé leur empreinte, colonisant pendant plusieurs siècles cette terre riche et fertile. Située en plein cœur de la Méditerranée, la Sicile en est la plus grande île et un lieu de passage obligé pour les navires voguant d'un bout à l'autre de la mer.

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP
ILLUSTRATIONS ALICE GUIRAUD & AUDREY MAILLARD

La Sicile est un livre d'histoire grandeur nature, où l'on se perd avec délice. Les délices gourmands où se mêlent saveurs d'Orient et d'Occident. Dominée par les Grecs, les Carthaginois et les Romains, elle regorge de sites archéologiques. Théâtres antiques, fresques romaines et vestiges d'anciennes cités quadrillent le paysage de part et d'autre. Les édifices grandioses, richement ornés, aux façades sculptées, côtoient les marchés traditionnels de poisson et les trattorias populaires. Poséidon n'est jamais loin, le bleu de la mer cerce l'île, le bleu du ciel est intense et le soleil se refléchit dans les orangers, quand ce n'est pas l'Etna ou Stromboli qui explose dans un feu d'artifice rougeoyant. L'île semble contenir toutes les formes possibles d'architecture, de paysages et de couleurs, avec cette fragilité fébrile menacée par l'Etna qui ne dort jamais, mais au pied duquel la culture des arbres fruitiers est si aisée.

Riche de son passé multiple, la Sicile est un coffre aux merveilles. Avec ses marqueteries de marbre, ses mosaïques colorées sur fond d'or, ses jardins luxuriants, Palerme, la capitale, est une source d'émerveillement constant. Byzance a déposé parmi ses plus beaux trésors dans la cathédrale Santa Maria Nuova de Monreale, lions et léopards dorés se dressent fièrement au milieu d'une végétation de palmiers et d'orangers, accompagnés de paons multicolores. La villa romaine du Casale à Piazza Armerina, au centre de la Sicile, a été sauvegardée grâce à un glissement de terrain qui a recouvert, les protégeant par là même, pendant des siècles les fabuleuses mosaïques polychromes, où se donne à voir la vie quotidienne du monde romain, notamment des athlètes en bikini... d'une modernité presque insolente. Syracuse, désignée comme la plus belle ville grecque par Cicéron, s'avance dans la mer telle une presqu'île, une île dans l'île, la célèbre Ortigia,

fleuron de l'art baroque. Non loin, dans le site antique de Néapolis, littéralement en grec «ville nouvelle», outre la visite des théâtre et amphithéâtre, le touriste peut faire ses vocalises dans les immenses carrières de pierre d'une vingtaine de mètres de hauteur. Ces «latomies», dont la plus connue était nommée par le Caravage «Oreille de Denys», servaient de prison. L'acoustique parfaite de ces grottes artificielles permettait, dit-on, d'écouter les conversations des ennemis prisonniers.

Dans la mythologie antique, la Sicile était peuplée d'êtres fabuleux et effrayants tels que les Cyclopes et les Géants. Serait-ce l'origine d'une réputation imméritée qui restera ancrée dans l'imaginaire pendant des siècles? Lorsque Guy de Maupassant entreprend en 1885 son voyage en Sicile, il s'étonne de n'y trouver ni brigands ni truands. Au contraire, il fait un sort à toutes les idées reçues et s'émerveille de l'accueil chaleureux et généreux qui lui est réservé. Encore aujourd'hui, la Sicile est par trop facilement associée à la mafia. Depuis le séjour de l'écrivain français, les Siciliens ont su conserver une réjouissante hospitalité. Charmants, souriants et toujours bienveillants, ils possèdent ont un art de vivre auquel il est difficile de ne pas succomber. Vivre à la sicilienne, c'est prendre le temps de déguster une succulente assiette de pâtes au pesto de pistache accompagnée d'un verre de vin local, le Nero d'Avola, et bavarder avec son voisin de café. Il se trouve toujours un Sicilien francophone heureux de pouvoir s'exercer dans la langue de Molière en partageant son amour du pays.

Parce qu'il est impossible de rendre compte en si peu de pages des richesses innombrables de l'île, nous avons sélectionné quelques coups de cœur pour susciter votre curiosité et partager avec vous les inspirations de la nouvelle collection estivale 2023.

→ Le Duomo
(Cathédrale)
de Palerme.

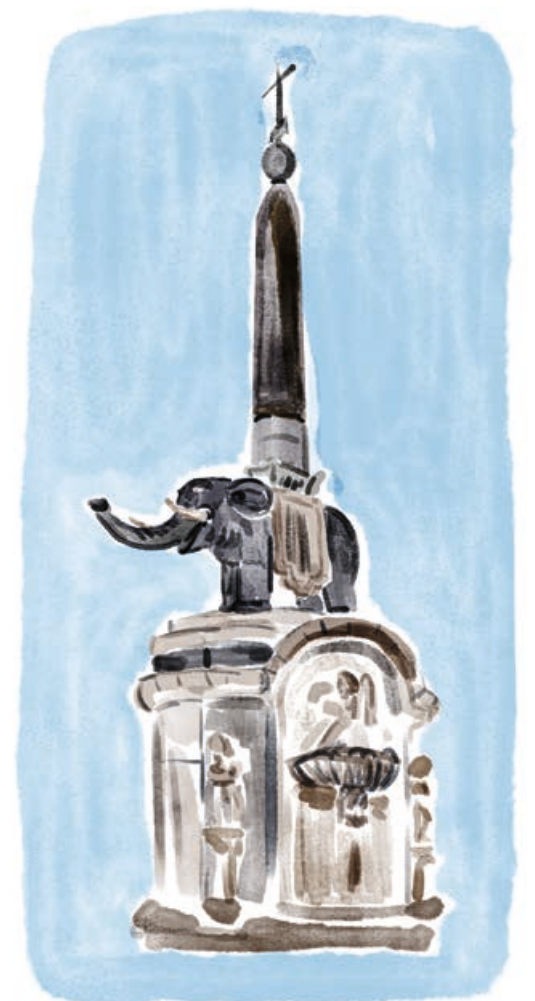




← (page de gauche)
La fontaine dell'Amenano, en marbre blanc de Carrare, entre la place du *Duomo* et le marché aux poissons de Catane.
← Détail du plafond du Palais Biscari, Catane.
↓ *U Liotru*, l'éléphant et son obélisque, Catane.

CATANE, secrète et fascinante

Au pied de l'Etna au nord et de la Méditerranée à l'est, Catane est la deuxième ville de Sicile. Moins connue que sa concurrente Palerme, plus pauvre et moins touristique également, son nom, *Katane*, se traduit par «lieu âpre, territoire tranchant et raboteux, sol rêche», ce qu'atteste Plutarque le philosophe et biographe grec. Les rues pavées de roche volcanique noire donnent à la ville une atmosphère très particulière. En arrière-plan, le volcan grandiose et effrayant qui fume sans discontinuité rappelle à ses habitants que le danger pourrait bien être imminent. Entre l'Etna et Catane, les terres agricoles sont riches et prospères. Catane c'est aussi l'une des villes les plus chaudes d'Europe, et lorsque le *sirocco* souffle son air chaud venu d'Afrique, la température atteint facilement les 45 °C... Un granité citron à l'ombre d'une terrasse sur la Piazza del Duomo offre alors une délicieuse rédemption ! Catane est une ville qui s'apprécie à l'expérience. Sur l'arc de triomphe de Piazza Palestro, on peut lire une inscription en latin : *Melior de cinere surgo* («Je renaiss meilleure de mes cendres»). La ville semble en effet renaître chaque matin, pour qui sait s'aventurer et observer. Entre son pittoresque marché aux poissons et le Palazzo Biscari à l'exubérance baroque, c'est le jour et la nuit. Certaines ruelles aux échoppes désuètes ont le charme des années 1950, et le soir une jeunesse bruyante et joyeuse se retrouve Via Santa Filomena, pour écouter la Radio Fiera.





← Vue sur la ville de Caltagirone.



↑ Pierre Auguste Renoir,
Vase de fleurs, 1881, huile
sur toile, 65,4 × 54,3 cm.

↓ *Scalinata di Santa Maria del Monte*,
le célèbre escalier de Caltagirone.



CALTAGIRONE, de l'influence arabe à la représentation impressionniste

Dit avec l'accent chantant sicilien, Caltagirone fait déjà rêver... Un nom qui sonne espagnol, mais dont l'origine est arabe : *Qalaat al-Ghiran*, et signifie « la colline des jarres ». Car c'est sous l'occupation des Maures que la ville devint florissante : elle doit aujourd'hui encore sa renommée internationale à la production de céramique. L'argile locale est de bonne qualité et les forêts environnantes alimentaient les fours à bois. Située à 600 mètres d'altitude, entre les monts Iblei et Erei, Caltagirone domine la plaine de Catane. À la suite des Arabes et des Byzantins, les Normands arrivés en 1090 contribuèrent au développement du commerce de la céramique. Entre la ville haute et la ville basse, un escalier monumental de 142 marches, le Santa Maria del Monte, est décoré de carreaux de céramiques toutes différentes à chaque contremarche (←). Ces carreaux, posés en 1954, suivent un ordre très précis où se succèdent motifs traditionnels géométriques, motifs floraux et saynètes de la vie quotidienne d'antan. Les influences des occupants successifs de l'île se trouvent ainsi mêlées et unies par l'art de la céramique en une volée de marches. Les « cannatari » montrent également par là qu'ils n'ont rien perdu de leur savoir-faire, transmis de génération en génération, au fil des siècles. Les céramiques de Caltagirone sont reconnaissables à leurs couleurs vives : jaune, bleu, vert, volutes et décors stylisés de fleurs. L'histoire ne dit pas si les deux vases qui se retrouvent dans certains de ses tableaux ont été acquis par Renoir à l'occasion de son voyage en Sicile. Une *boccia*, vase pansu, orné d'un visage de femme, et un *albarello*, de forme allongée et ressemblant à un fuseau. Né à Limoges, le peintre connaissait bien la céramique, puisqu'il avait commencé sa carrière très tôt, à l'âge de 13 ans, comme apprenti dans l'atelier de porcelaine Lévy frères & Compagnie. Hasard ou affaire d'art, la céramique sicilienne était peut-être en vogue dans les salons parisiens des impressionnistes...



LA TESTA DI MAURO, de la légende à l'art décoratif

Levez le nez ! Se promener en Sicile est périlleux, les rues étroites n'ont pas été conçues pour nos moyens de transport modernes, les voitures se glissent entre les vespas si ce n'est l'inverse, et le piéton est prévenu : le sol est rarement plan. Une fois accoutumé, il faut lever le nez, car des trésors se cachent sous les balcons ouvragés soutenus par d'étranges figures sculptées, dont aucune ne ressemble à l'autre. Têtes de Maures, chevaux, visages radieux ou monstres grimaçants composent un monde fantastique d'inspiration baroque. Ces sculptures, pour beaucoup anthropomorphes, auraient donné naissance à la fameuse *testa di Moro*, la « tête de Maure ».

Une invention du xx^e siècle selon Gianluca Miller, professeur d'histoire de l'art à l'université de Catane, qui est source de légendes. L'histoire que les Siciliens aiment raconter est la suivante. À Palerme, dans le quartier arabe, un jeune et séduisant Maure aperçoit une jeune et belle Sicilienne à son balcon, s'occupant de ses plantes. Il tombe instantanément et éperdument amoureux. Elle s'éprend à son tour, et les tourtereaux vivent leur amour. Mais elle apprend que son amoureux a déjà femme et enfants dans une autre contrée où il doit repartir. Folle de rage, elle coupe la tête de son amant avant de la transformer tout simplement... en pot de fleurs : ainsi elle l'aura toujours près d'elle. Elle y plante un basilic, symbole royal, aromate odorant. Les voisins, bientôt jaloux, en veulent une semblable et ils s'empressent de faire fabriquer une jolie tête de Maure en céramique. Inventée ou non, la légende est irrésistiblement romantique et a donné naissance à de magnifiques objets décoratifs, souvenirs atypiques à glisser dans ses valises.



↑ Détail d'un balcon à Noto.

→ Testa di Mauro chez Tino Giammona, artiste de Taormine.





TRINACRIA, UN EMBLÈME ÉTONNAMMENT ANTIQUE

Avec ses trois jambes tourbillonnantes sur un fond mi-parti rouge et jaune, la Trinacrie, symbole de l'île, flotte sur les drapeaux de la Sicile. Le visage, au centre, est celui de Méduse, l'une des trois Gorgones de la mythologie grecque. Elle est la petite-fille de la Terre (Gaïa) et d'Océan (Pontos). Sa tête entourée de serpents a été garnie d'épis de blé (car les Romains considéraient la Sicile comme leur grenier fertile). En grec ancien, Trinakria signifie « les trois pointes », les trois jambes représentant les trois extrémités de l'île : Trapani à l'ouest, Messine au nord-est et Syracuse au sud-est. Cet étrange emblème, aussi pétrifiant que rayonnant, remonte à l'Antiquité. Il apparaît pour la première fois sur les monnaies de Syracuse au III^e siècle avant J.-C. Trinakie était d'ailleurs l'ancien nom de la Sicile. Aujourd'hui, la Méduse sicilienne aux trois jambes, déclinée à l'envi, poursuit son chemin dans les boutiques de souvenirs et sur les étiquettes d'huile d'olive.



DENNY IMBROISI, le plus français des chefs italiens

À 35 ans, Denny Imbroisi a déjà connu mille expériences. Il a vécu autant en France qu'en Calabre, sa région natale, et a appris son métier auprès de grands cuisiniers qu'il continue d'admirer, Mauro Colagreco, William Ledeuil et Alain Ducasse. Sa notoriété repose aussi sur sa participation à la saison 3 de *Top Chef* diffusé sur M6 en 2012. Tout au long de ce parcours initiatique, Denny n'a perdu de vue ni ses racines ni ses convictions. Au fil du temps, son identité s'est tout simplement affirmée et s'exprime aujourd'hui

pleinement au sein de ses trois restaurants à Paris : Ida, dans le 15^e, Epoca dans le 7^e et Malro dans le 3^e arrondissement. Ce chef, très spontané, véhicule joie de vivre et bonne humeur dans une parfaite maîtrise de la cuisine italienne moderne. Aussi souriant qu'enthousiaste, il est vraiment le plus italien des chefs parisiens. Spécialement pour notre magazine, il dévoile un plat tiré de son carnet de recettes italiennes : *fusilli alla norma*. Aussi délicieux que faciles à réaliser.

FUSILLI ALLA NORMA

PRÉPARATION	INGRÉDIENTS
30 minutes	pour 4 personnes 320 g de fusilli 1 aubergine gros sel 1 gousse d'ail 240g de sauce tomate 100 g de ricotta salée 25 g de beurre huile d'olive extra vierge sel poivre
CUISISON	
20 minutes	
REPOS	
20 minutes	

- Coupez l'aubergine en deux. Détaillez la première moitié en cubes et mettez-les à dégorger avec du gros sel pendant 20 minutes. Pelez la seconde moitié d'aubergine à l'aide d'un économe et réservez quelques bandes de peau entières. Détaillez le reste en julienne.
- Dans une casserole, faites chauffer un filet d'huile d'olive avec la gousse d'ail écrasée de manière à ce qu'elle infuse bien. Enlevez l'ail, ajoutez la sauce tomate et faites réduire légèrement. Salez et réservez.
- Dans une autre casserole, faites frire les cubes d'aubergine avec un peu d'huile – en ayant pris soin de retirer le gros sel – pendant 2/3 minutes, jusqu'à ce qu'ils soient bien dorés. Récupérez les cubes frits et réservez-les au chaud. Mettez à frire les bandes de peau d'aubergine dans la même huile pendant 10 minutes.
- Faites cuire les fusilli dans une casserole d'eau bouillante salée jusqu'à ce qu'ils soient *al dente*. Égouttez-les, mélangez-les à la sauce et liez-les avec le beurre et un peu de leur eau de cuisson. Dressez dans des assiettes. Ajoutez les cubes d'aubergine, la ricotta salée, la julienne de peau d'aubergine et la peau d'aubergine frite. Salez et poivrez.



Lectures italiennes d'Agnès Costa



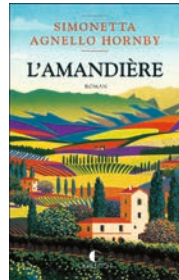
Le Livre de San Michele
d'Axel Munthe
Albin Michel, 1988,
346 p.

Un grand classique de la littérature italienne même s'il a été écrit par un Suédois. Axel Munthe nous offre le récit de sa vie aux multiples facettes, médecin de têtes couronnées, défenseur de la cause animale, amateur d'art et collectionneur, grand amoureux de l'île de Capri dont il lança la vogue. C'est surtout par la maison enchantée qu'il y fit construire qu'il demeure aujourd'hui connu. Une villa en surplomb sur la mer qui fait encore rêver tous ceux qui la visitent. Un peu décousu, mais plein de charme, ce livre ravira les amoureux de la beauté, mêlant agréablement rêve et réalité et donnant plus qu'une envie de découvrir par soi-même un lieu réellement magique.



L'Amie prodigieuse
d'Elena Ferrante
Gallimard, 2014

L'Amie prodigieuse, Le Nouveau ?om, Celle qui fuit et celle qui reste, L'Enfant perdue. Que ceux qui aiment l'Italie et les grandes sagas se lancent dans ce quatuor maintes fois acclamé, publié dans le monde entier et dont le succès est amplement mérité. Elena Ferrante nous conte l'histoire de deux amies, Lila et Elena, nées dans le même quartier de Naples, dans les années noires de l'Italie du Sud, le Naples pauvre de la fin des années 50 jusqu'à nos jours... Tenu en haleine à chaque page au gré des péripéties que traversent ces jeunes filles qui n'arrivent jamais à réaliser leurs rêves, le lecteur lira en filigrane un portrait au vitriol de soixante ans de vie italienne.



L'Amandière
de Simonetta Agnello Hornby
Liana Lévi, 2003, 304 p.

Simonetta Agnello Hornby descend d'une grande famille sicilienne, et c'est probablement à toute une mémoire infuse que ses livres doivent d'être tellement imprégnés d'histoire et de vérité. L'action de *L'Amandière*, son premier roman paru en 2003 et auréolé de nombreux prix littéraires, a pour cadre une Sicile sombre et tragique, celle des années 60 où la condition des femmes étouffe encore sous le poids des traditions patriarcales. Pourquoi la mort de la servante du palais Alfalipe déclenche-t-elle tant de remous dans les villages avoisinants ? Pourquoi la mafia se sent-elle concernée ? D'où vient sa grande fortune alors qu'elle n'était qu'une servante ? Autant de mystères que l'intrigue s'emploie à résoudre et qui font de *L'Amandière* une grande fresque familiale aux accents de roman policier, un de ces livres qu'on ne peut oublier.



L'Étrangère
de Claudia Durastanti
Buchet-Chastel, 2021,
288 p.

« Une illumination, une bouée de sauvetage jetée dans les eaux sombres de la mémoire et de l'imagination », a écrit le poète Ocean Vuong à propos de *L'Étrangère*. Ce roman autobiographique, à la fois étrange et captivant, raconte la vie cabossée de l'auteur élevée par des parents sourds et dysfonctionnels, pris entre deux mondes que tout oppose, une Italie rurale et oubliée et le Brooklyn des années 1980. Des deux côtés de l'Atlantique, la même douloureuse sensation s'impose à elle : celle d'être une étrangère, et c'est par la parole qu'elle arrivera à donner une voix à sa famille. Un livre qui ne laisse personne indifférent.

LE PALAZZO CASTELLUCCIO, UNE HISTOIRE D'AMOUR À LA FRANÇAISE

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE MATTIA AQUILA

Homme d'histoire, de culture et d'aventure, Jean-Louis Remilleux vit sa vie comme dans un film. Le grand public le connaît sans le savoir. Depuis plus de trente ans, il est le concepteur et producteur de la célèbre émission télévisée *Secrets d'Histoire*, présentée par Stéphane Bern. La poésie des rencontres et les hasards de l'existence lui dictent ses envies, qui deviennent des lubies. Son livre consacré au palais Castelluccio, dont il est le propriétaire, commence ainsi : « J'ai peut-être voulu cette aventure pour ces mots : un palais en Sicile. Des mots gorgés de soleil écrits comme un défi aux obstacles et à la morosité du temps. » Restaurer, rénover et chiner des objets d'art, tel est son « refuge devant la laideur du monde ». Rencontre avec le chevalier sauveur de Noto !





Depuis longtemps, Jean-Louis Remilleux rêvait de visiter la Sicile. Un rêve nourri et fantasmé par un livre sur les palais siciliens et *Le Guépard* de Visconti. En 2011, le voyage est entrepris. Au détour d'une conversation à Syracuse, un baron sicilien lui conseille d'aller à Noto. C'est un choc. Jean-Louis Remilleux tombe amoureux de cette ville, de son harmonie architecturale baroque « complètement folle », du jaune ocre rosé de sa pierre contrastant avec le bleu profond du ciel. Alors qu'il se promène via Cavour, deux énormes portes s'ouvrent, d'où jaillit une vieille voiture. Il en profite pour se faufiler, tandis que les occupants illégaux – chats et pigeons – quittent les lieux, les uns en bondissant, les autres d'un mouvement d'aile. Ce qu'il aperçoit de la construction suffit à lui faire comprendre qu'il a trouvé son palais : la cour voûtée, ornée de deux superbes palmiers, et son escalier double sont d'un charme irrésistible pour quiconque a l'âme un peu romantique. Il cherche, interroge, se met en quête du

propriétaire : l'affaire sera compliquée. Enfin, une fois dans la place, il engage la restauration du bâtiment, qui a bien besoin d'être consolidé : inhabité depuis des décennies, le palais tombe en ruine. Avec l'aide d'un architecte sicilien et des meilleurs artisans, tout est remis en état, et sauvé tout ce qui pouvait l'être. Les sols de faïence, incroyablement colorés et préservés, valent à eux seuls le détour. Certains carreaux plus élimés que d'autres indiquent les chemins jadis empruntés par le personnel de maison. Patiemment, méticuleusement, Jean-Louis Remilleux va remeubler la demeure dans un esprit d'époque. Parti de Bourgogne, il traverse en voiture toute la Péninsule, chinant ici et là, s'arrêtant chez les antiquaires, où il trouve des trésors. Nommé depuis citoyen d'honneur par le maire de Noto, Jean-Louis Remilleux se réjouit d'ouvrir son palais aux Siciliens et aux visiteurs de passage. Ce projet insensé devenu réalité apporte la preuve que rien n'est impossible à qui sait entreprendre avec passion.





Construit en 1782 par le marquis di Lorenzo del Castelluccio, le palais appartenait à une grande famille de Noto. La bâtisse, composée d'une centaine de pièces, comprend plusieurs parties : les appartements d'apparat aux volumes importants et aux murs décorés de peintures, l'habitation proprement dite, les communs, les cuisines, les espaces pour les domestiques, une chapelle... La façade, d'une sobre apparence, cache de somptueux intérieurs, caractéristiques de l'architecture aristocratique en Sicile au début du XIX^e siècle.

LIRE
Un palais en Sicile, de Jean-Louis Remilleux, photographies de Mattia Aquila, éditions Albin Michel, 248 pages, trilingue français-italien-anglais, 39 €.

VISITER
Palazzo Castelluccio
10 Via Camillo Benso Conte di Cavour, Noto
T. : + 39 09 31 83 88 81
www.palazzocastelluccio.it

ALESSANDRO FLORIO, L'ART SICILIEN EN MAJESTÉ

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE JAY GULLOTA



Né à Taormine en 1979, Alessandro Florio est attaché à son rocher sicilien, petit coin très Riviera avec vue sur la mer infinie... Pourtant sa peinture évoque la Sicile tout entière : ses mosaïques byzantines, son bestiaire fantastique, les ors de la chapelle palatine de Palerme, la végétation luxuriante qui croît autour de l'Etna. S'il est resté fidèle à sa ville natale, ses voyages aux quatre coins de l'île mais aussi bien plus loin ont nourri son art, qu'il partage avec nous pour la prochaine collection de Noël.

Alessandro m'accueille dans sa galerie d'art au cœur d'une Taormine fourmillante un dimanche après-midi. Espace très lumineux, avec une hauteur sous plafond gigantesque, la galerie est baignée de lumière indirecte. Aux murs ses tableaux de très grand format, plus hauts et plus larges les uns que les autres, ont une présence qui en impose, et leurs couleurs enveloppent immédiatement. Les animaux sauvages, même les plus féroces – léopards, mi-lions mi-créatures aquatiques – ont quelque chose de profondément bienveillant. Nous nous installons dans le canapé central. En fond sonore les voix du Chœur de l'Église orthodoxe russe... Esthète hétéroclite, encore tatoueur il y a un an, Alessandro est une peinture vivante.

Dans une atmosphère coupée du monde, dénuée de repères spatio-temporels, nous partons ensemble à la découverte des moments qui ont forgé son âme d'artiste. Alessandro a toujours dessiné. Le tatouage, qu'il a exercé pendant plus de quinze ans, demande une maîtrise parfaite : « C'est un art délicat, car on n'a pas le droit à l'erreur », confie-t-il. Son apprentissage s'est fait par une observation patiente et scrupuleuse des gestes et procédés exécutés par ses pairs. Une méthode autodidacte qui sert à présent sa peinture. Une visite du musée du Louvre à Paris en 2015 agit comme une révélation. L'émotion qui le traverse dans la Grande Galerie dédiée à la peinture italienne s'apparente à un choc. Il est subjugué par les grands formats, par la puissance qui émane d'eux. D'ailleurs Alessandro Florio ne peint que des tableaux démesurés. D'un voyage en Inde, précisément au Rajasthan, il rapporte certains traits qui vont se retrouver dans son art : une manière de représenter les félins, des couleurs et des textures particulières, une vision de la peinture...

Entre Paris et l'Inde, il y a Venise, Florence... et la Sicile ! Alessandro a grandi sur une île d'une incroyable richesse artistique, qu'elle soit antique, byzantine ou baroque, et même rock pour ce qui le concerne. Nous évoquons Venise, cité féérique et unique au monde, terre de rencontres et d'influences et qui a si peu changé avec les siècles que telle *trattoria* au coin de la rue existait déjà du temps de Caravage. « J'aime l'idée de m'y attabler et me dire qu'avant moi ce maître du clair-obscur y a peut-être aussi dîné. » Retour en Sicile, le Duomo de Monreale est l'un de ses endroits préférés. Cette cathédrale du XII^e siècle abrite parmi les plus belles mosaïques byzantines, un art dont il se sent très proche. Il aime aussi la roche noire de la lave de l'Etna qui pave les rues de Catane, le contraste que fait cette couleur profonde avec l'architecture baroque. Il évoque ses recherches pour rendre à l'acrylique l'éclat incomparable de l'or de la chapelle palatine, monument insigne de Palerme.

À la grandeur et à la majesté des monuments historiques de l'île, Alessandro ajoute sa végétation caractéristique, palmiers, orangers, lauriers roses... et sa faune. S'il n'y a ni lion, ni léopard, ni guépard en Sicile ailleurs que dans la culture, il existe en revanche un animal typique, en chair et en os : le Ciriaco de l'Etna.



Ce chien aux poils courts, à l'allure racée, quasi princière, aux longues oreilles, n'est pas sans rappeler curieusement le dieu égyptien Anubis et il se retrouve sur les fresques et mosaïques antiques de Sicile, notamment à la villa romaine du Casale à Piazza Armerina. Ce chien, Alessandro l'a adopté à son tour, pour le reproduire quelques siècles plus tard et l'agrémenter d'éléments décoratifs proprement siciliens. Ses animaux arborent des selles et tapis chamarrés, des pompons multicolores, issus d'un folklore encore bien présent.

Cette « patte » unique, fruit d'une alchimie des siècles où les cultures se mélangent, Alessandro Florio l'a faite sienne ; il se sent avec elle en parfaite osmose. Il se dit chanceux d'être né à Taormine, heureux chaque jour de créer ce qui lui ressemble. La peinture lui offre des possibilités que le tatouage lui refusait. Même s'il y mettait le meilleur de lui, « le tatouage est un monde un peu secret, introspectif dont le champ a ses limites, qui sont celles du corps ». Sa peinture grand format rencontre le succès auprès des collectionneurs privés et des hôtels, et sa collaboration avec la maison Fragonard, une première pour lui avec une marque de parfum, lui ouvre de nouveaux horizons qui le ravissent. Parallèlement, il prépare une exposition de ses œuvres pour une galerie de Manhattan en 2023.

A TAVOLA !*

Il flotte sur les tables de l'été
un souffle de joie de vivre venu d'Italie...

Au confins des terres méridionales,
le pays de Dante déploie ses couleurs.
Chargés de soleil et d'ombre, les carrelages
de céramique s'impriment sur les nappes
et les sets de table, des paysages de carte
postale et des têtes siciliennes décorent
les assiettes, le spritz pétillant et fait tourner
les têtes... C'est l'heure de savourer
le délicieux farniente !

TEXTE JEAN HUÈGES
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP



* À table



← Vase *Palermo*,
métal imprimé, 18 x 10 cm, 30 €



↑ Assiettes *Palermo*, porcelaine,
Ø 20,5 cm, 45 € le lot de 4

Serviettes de table *Nàis*, coton imprimé,
40 x 40 cm, 25 € le lot de 4

Nappe *Naples*, coton imprimé, existe en
160 x 160 cm et 160 x 280 cm, 80 € / 100 €



↑ Torillons *Palerme*, coton imprimé,
50 x 60 cm, 26 € le lot de 2

→ Plateau *Pastèque*, bois laqué,
40 x 30 x 4,5 cm, 60 €





← Nappe *Positano*, coton imprimé, existe en 160 x 160 cm et 160 x 280 cm, 80€ / 100 €

Assiettes *Botanico*, porcelaine, Ø 27 cm, 60 € le lot de 4



↑ Assiettes *Giardini*, porcelaine,
Ø 20,5 cm, 45 € le lot de 4

→ Coussin *Lipari*, coton imprimé,
45 x 45 cm, 40 €

Coussin *Salina*, coton imprimé,
45 x 45 cm, 40 €

Coussin *Panaréa*, coton imprimé,
30 x 50 cm, 40 €



↓ Couverts *Poisson*, existent en bleu et orange, acier inoxydable et aluminium émaillé, 45 € le lot de 2

Chemin de table *Amalfi*, coton imprimé, 50 x 170 cm, 40 €



↑ Assiettes *Tutti Frutti*, porcelaine, Ø 20,5 cm, 45 € le lot de 4

Torchons *Granita*, coton imprimé, 50 x 60 cm, 26 € le lot de 2



↑ Coussins *Trattoria*, coton imprimé, existant en 45 x 45 cm et 30 x 50 cm, 40 €

→ Plateau *Trattoria*, métal imprimé, 31 x 31 cm, 55 €

Torchons *Trattoria*, coton imprimé, 50 x 60 cm, 26 € le lot de 2



DOLCE RIVIERA

La *Dolce Riviera* est une collection rétro aux couleurs de la Sicile, rythmée par des paysages à couper le souffle et le bleu turquoise de la Méditerranée. Fermez les yeux et imaginez-vous au milieu des oliviers et des orangers, évadez-vous sur une plage où le sable réchauffe votre peau, installez-vous à une terrasse et savourez le parfum du granité au citron... Pour cette escapade italienne, Fragonard a imaginé des motifs fruités et aquatiques, très colorés, portés avec gaité et complicité par la grande famille Fragonard, toutes mannequins d'un jour pour l'occasion : Céline, Lucie, Jennah, Salomé, ainsi que Ramona, Donata et Lola (nos trois Italiennes Fragonard !).

TEXTE HÉLÈNE MUCCIOLI
PHOTOGRAPHIE ANDRANE DE BARRY
MAQUILLAGE AURORE LEBACLE





✓ Salomé porte la tunique
et le pantalon *Giny Aqua* en
coton imprimé, 70 € et 60 €



↘ Ramona porte la robe *Karolina
Corail* en coton imprimé, 96 €



↑ Donata porte la robe *Rosa Carreaux* en coton tissé, 55 €

↗ Lola porte le pantalon *Rosa Carreaux* en coton tissé et imprimé à la main, 65 €



→ Lola porte la robe *Lola Damier* en coton imprimé à la main, 135 €



↙ Lola porte la blouse *Gina Fleurs* en coton imprimé, 70 €
 ↓ Donata porte la robe *Rosa Carreaux* en coton tissé, 55 €
 → Ramona porte la robe *Raja* en coton imprimé, 90 €



↑ Céline porte la robe *Rosa Carreaux* en coton tissé, 55 €
 ↘ Salomé porte la robe *Victoria Coquillages* en coton imprimé, 85 €



↘ Salomé porte le top *Sam Arancia* avec la jupe *Lou Arancia* en coton imprimé, 55 € chacun



↑ Lucie porte la robe *Lucia* en coton imprimé à la main, 105 €



↑ Ramona porte la robe de chambre
Rose en coton imprimé à la main, 85 €



Lucie porte la robe Palav
Mosaïque en coton imprimé, 105 €

↘ Céline porte la robe *Andréa Vagues*
en soie et coton imprimé, 120 €



↑ Donata porte la robe *Nilima*
Glycines en coton imprimé, 100 €

↓ Vase *Sicile* en céramique, 45 cm, 280 €



↙ Jennah porte le chemisier
Louisa Losanges en crêpe de
coton imprimé à la main, 70 €



SENTIR

Le parfum est une somme d'odeurs que notre nez décrypte avec plus ou moins d'aisance. Dans cette rubrique, notre rédaction vous livre des secrets de fabrication pour pénétrer les arcanes de notre savoir-faire, mais également des retours sur l'histoire ou encore des découvertes inattendues sur notre territoire parfumé de Grasse.

BONNES ET MAUVAISES ODEURS, UNE AFFAIRE DE CULTURE ?

En 1595, Michel de Montaigne, suffoqué par le manque d'hygiène de son siècle et les overdoses de parfums paravents, écrivit un célèbre paradoxe :
« La plus parfaite senteur, c'est ne rien sentir [...].
Car c'est puer que sentir bon ! »
Réactualisant ce cri du cœur, nous nous sommes à notre tour posé la question : qu'est-ce qu'une douce ou une mauvaise odeur ?

TEXTE MAÏTÉ TURONNET
ILLUSTRATION ALICE GUIRAUD

Par essence, le parfum est censé sentir bon. C'est même, en nos temps mécréants, son seul usage. On entend pourtant assez souvent des gens mal diplomates dire à d'autres un peu sidérés par l'attaque : « Mais *kess* tu portes ? Ça pue grave ! » Avouons-le tout net : il arrive en effet que des sent-bon s'avèrent des sent-pas-bon. De deux choses l'une : soit ils sont mal construits (leurs auteurs n'étant pas différents du reste de l'espèce – médecins, chauffeurs de taxi, journalistes, plombiers, politiques – on y compte dix génies, plusieurs doués, une quantité d'approximatifs et une poignée de nuls), soit ce sont leurs composants qui ne conviennent pas aux renifleurs. Et ceux-là sont légion. Pourtant, selon les scientifiques ès-spécialité, rien d'olfactif n'est ainsi qualitativement définissable (sauf sans doute la vanille vers laquelle les nouveau-nés se tournent spontanément ou ce qui trahit le danger de l'avarié dont on se garde instinctivement). L'arôme n'étant somme toute qu'une forme chimique que le cerveau interprète, celui que nous décrétons agréable ou déplaisant n'est donc que tropisme personnel et conditionnement social. Certains se vendraient pour une larme de tubéreuse tandis que d'autres la trouvent accablante. Histoire d'acquisition : si on vous explique petit que c'est mal de jouer avec son caca, vous saurez

que s'intéresser au caca est une mauvaise idée. Ou à l'entrecôte grillée si vos parents sont vegan ; ou bien, si vous êtes bombayen, l'encens étant une offrande à Shiva, que vous tenez là un truc proprement divin. Il en est ainsi tout au long de la vie, notre bibliothèque inconsciente s'enrichissant à chaque nouvelle rencontre. L'ensemble finissant malgré tout par faire consensus.

HISTOIRE ET MODERNITÉ

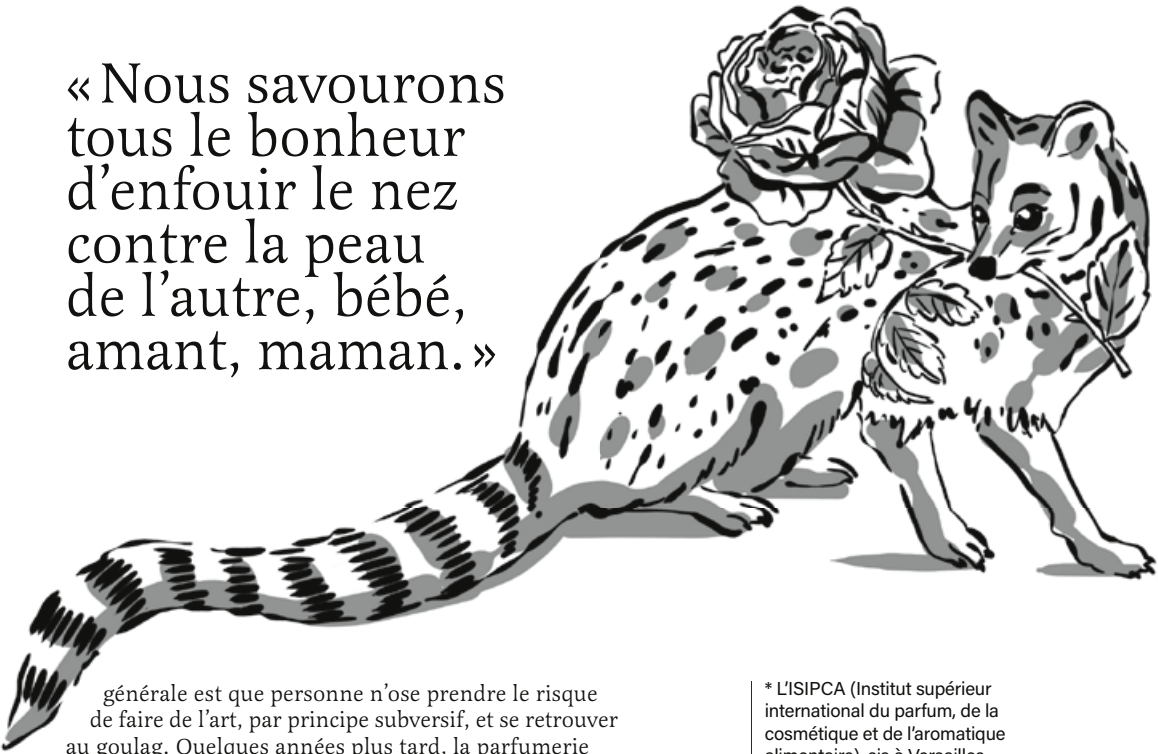
Ce qui nous ramène aux affaires culturelles : personne ne s'enthousiasme pour la même chose, au même moment, au même instant, même pas la rose. Lorsqu'on y accède en concentration absolue, on plisse souvent le nez sous ses accents d'artichaut cru, rêches et bien terreux ; une huile essentielle doit être fortement diluée pour devenir intelligible. Vous êtes Allemande et adorez l'éthyl-maltol qui pour moi, disons Espagnole, reflue la confiture de fraise trop cuite, et vous détestez mon vénéré citron andalou parce qu'il vous rappelle le liquide vaisselle. Ça ne se discute pas, c'est comme ça. Sauf que la culture évoluant sans cesse, ce qui serait aujourd'hui considéré épouvantable était, il n'y a pas si longtemps (en gros, avant que la salle de bains à tous les étages ne nous apprenne à nous récurer sous les bras, derrière les

oreilles, entre les jambes sans oublier les orteils), mœurs de luxe. Dans l'Europe du ^{xvii}e siècle, alors qu'hommes et femmes de qualité montaient à cru des effluves d'étalon et de fleurs somptueuses, on s'offrait de la pâte hémorroïdale de chat sauvage comme aujourd'hui un épice boisé. La preuve dans *Les Joyeuses Commères de Windsor* de Shakespeare (1601) : « Il se frotte de civette, ne sentez-vous pas ce que cela signifie ? C'est que le jeune homme est amoureux. » Exprimer par une odeur fécale un violent désir et en même temps la promesse d'un fort pouvoir sexuel (« Viens, Poupoule, *chuis* une bête ! »), quoi de plus efficace sans s'encombrer de précautions oratoires ? Impensable chez Charles III à la cour duquel l'on ne supporte même pas l'ail. Tout étudiant de première année à l'ISIPCA* sait toutefois qu'il n'y a aucun élément à privilégier ni à bannir (même pas, surtout pas ! la civette à dose subliminale). Supposons l'aldéhyde C12 MNA aux relents de métal (rouille, sulfure, vapeur, oxydation). Pas une note agréable. Plutôt une absence car la chose est infime. Mais quelle révolution ! Grâce à elle les matières naturelles s'arrachent à la glèbe, à l'épais, au mortel, pour s'envoler vers le zénith et le zéphyr. On ne répétera jamais assez ce que la beauté éprouvée doit à la trivialité chimique. Ensemble elles font merveille, séparément elles se ternissent. Prenez l'hédione, autre extraordinaire molécule inventée *circa* 1962, qui n'émet quasi rien mais qui, intégrée dans n'importe quelle formule, a le pouvoir de lui apporter un éclat sans pareil. Le problème est ailleurs. Il réside dans la crainte et le rejet de l'inconnu (comportement typiquement humain vérifiable en bien d'autres domaines) et donc dans l'uniformité. Nées dans l'asepsie des laboratoires, ces miraculeuses matières de synthèse portent en elles, inscrites au cœur même de leur structure, comme on dirait leur ADN, leurs origines virtuelles, entre éther, alcool et pétrole, filles d'éprouvette et mères d'abstraction. Indestructibles, surdouées et à tout jamais inertes. Plus grave : de force, par facilité ou paresse des compositeurs, de nous fréquenter, ces particules commencent à s'inscrire dans nos neurones, à prendre la place jadis occupée par d'autres (dans les années 1980, un concentré usuel contenait 30 % de naturel, aujourd'hui 5 % sont un sommet). Et peut-être demain à les en chasser définitivement. Comme, dit-on, le poisson en forme de rectangle pané qui dans l'imaginaire des enfants pas bien nourris aurait pris celle du cabillaud.

LE NÉANT ET L'ÊTRE

Le bien et le mal de cet univers invisible passent évidemment aussi par le prisme de la morale. Annick Le Guérin le démontre remarquablement dans *Les Pouvoirs de l'odeur* (éd. Odile Jacob) : les religieux, les philosophes puis les psychanalystes, c'est-à-dire peu ou prou toutes les autorités du savoir et du pur esprit, ont considéré le nez comme suspect en ce qu'il nous rapproche du bestiau primitif. La découverte de composants ressemblant à des phéromones dans la salive, l'urine, le sperme et autres sécrétions, le postulat de Freud établissant une corrélation étroite entre l'odorat et la sexualité, renforçant la conclusion de Shakespeare relatée plus haut : les exhalaisons du corps induisent le désir. *Ipsa facto*, grâce aux intellectuels précités, son refoulement. En Extrême-Orient où l'individu doit se fondre dans le groupe, ne se démarquer en rien, une grande maison japonaise a lancé sur son marché intérieur une ligne de déodorants destinée aux personnes des troisième et quatrième âges, aux vieux pour le dire *cash*, qui, comme le pensent les moins de vingt-cinq ans, sentent trop fort... Facilités sanitaires aidant (on était plus coulant lorsqu'on se lavait au puits), l'opinion partagée veut désormais que les expressions corporelles soient un sommet d'abomination et la sueur une horreur prolétaire. Aucune humeur, aucun suintement, ni chaleurs ni poils. Ce qui est bien dommage, dirait Napoléon – « Ne te lave pas, j'arrive » – à sa Joséphine. C'est ainsi que notre civilisation a petit à petit intégré l'idée que répandre le *sui generis* autour de soi était effectivement trop proche de l'animal pour être digne des humains que nous sommes. Avec pour résultat des parfums lambda universellement lissés. À titre personnel, nous nous souvenons d'une exposition sur l'art soviétique visitée à Moscou vers 1989, période dite de la « glasnost ». Rétrospective passionnante où l'on admirait Malevitch et Kandinsky dans leur radicalité. Venait ensuite le style pompier des temps staliniens : le Petit Père des peuples menant sa nation vers le soleil radieux de l'avenir, tel Moïse les Hébreux vers la Terre promise. Léché, bien fait, mais bref... Enfin l'ère Brejnev où pendant vingt ans plus rien ne se passe. Alignement de fleurs en pots, vaches en pâture, isbas propres et kolkhoziennes en salopette et fichu. Pas un dérapage de pinceau, surtout rien qui puisse déplaire. L'impression

« Nous savourons tous le bonheur d'enfouir le nez contre la peau de l'autre, bébé, amant, maman. »



générale est que personne n'ose prendre le risque de faire de l'art, par principe subversif, et se retrouver au goulag. Quelques années plus tard, la parfumerie *mainstream* en est globalement au même stade et arrive au même résultat : des fragrances qui ne sont pas désagréables mais rarement remarquables et qui ne se distinguent en rien (sauf pour celles qui nous sauvent de l'anosmie du désespoir – il y en a, et pas seulement chez Fragonard). Impasse d'un temps qui propose davantage de produits odoriférants que jamais auparavant, dans lequel nous sommes noyés sous le nombre et le non-sens, mais dont les consommateurs éclairés sont de plus en plus nombreux, avertis et exigeants. Heureusement la nature a horreur du vide. Et, comme chacun sait, la nature est plus forte que nous, fussions-nous calvinistes pur poil. Nous savourons tous le bonheur d'enfouir le nez contre la peau de l'autre, bébé, amant, maman. Nous soignons nos jardins avec ses résédas, son gazon et sa treille. Nous nous regalons de *pasta* au basilic. Nous emplissons nos poumons d'iode océane à la moindre occasion. Et nous continuons, vaille que vaille, à adorer les parfums. Du moins ceux qui sentent bon.

* L'ISIPCA (Institut supérieur international du parfum, de la cosmétique et de l'aromatique alimentaire), sis à Versailles, est la première école publique mondiale d'apprentissage aux métiers de la parfumerie et des arômes.



À LIRE
Maïté Turonnet, *Pot-pourri*, NEZ littérature, 2022, 299 pages.

LE POT- POURRI

OU L'HISTOIRE D'UNE MODE FULGURANTE

INTERVIEW ANNICK LE GUÉRER

PROPOS RECUEILLIS PAR CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE JEAN-JACQUES L'HÉRITIER



Si son appellation (par ces deux vocables assemblés d'un tiret) manque d'une certaine distinction, le pot-pourri fut pourtant à la cour de Versailles un symbole de raffinement extrême pendant plusieurs décennies. Ancêtre du diffuseur, cet objet, oublié et relégué au second rang, en est venu dans le langage courant à désigner un mélange de différents éléments qui ne s'accordent pas forcément... Néanmoins, le pot-pourri est bien au départ voué à diffuser une agréable fragrance. Docteur de l'Université, anthropologue et philosophe, Annick Le Guérer est l'autrice de nombreux ouvrages sur l'histoire des odeurs et du parfum. Intriguée par cet objet odorant, je propose à celle qui est une référence incontournable en la matière, de m'en conter l'histoire. Nous nous retrouvons au Fumoir, à deux pas du musée du Louvre...

FRAGONARD : **Quand est né le pot-pourri ?**

ANNICK LE GUÉRER : La véritable naissance du pot-pourri comprenant son contenant et son contenu date de 1746. Il s'agit d'un vase en porcelaine surmonté d'un couvercle ajouré de petits trous, qu'on appelle les « yeux ». Le pot-pourri existait depuis longtemps, dès le Moyen Âge, sous forme de sachets d'odeur. Ces petits sacs faits de taffetas ou de satin, qui laissaient l'odeur s'exfiltrer, étaient placés dans les armoires ou dans les poches des vêtements.

FRAGONARD : **Quels étaient les composants de ces sachets d'odeur ?**

ANNICK LE GUÉRER : Les recettes de ces pots-pourris artisanaux étaient transmises très secrètement dans le cercle familial exclusif, souvent de mère en fille. Les femmes ramassaient les plantes qui poussaient dans leurs jardins et les bois avoisinants, des aromatiques, appelés « simples », comme le romarin, la sauge, la marjolaine, le basilic, le millepertuis, mais aussi des pétales de fleurs, de roses, de tubéreuses, des jacinthes, des œillets, ou encore de la violette. La saisonnalité des végétaux dictait l'élaboration de la recette. Les pots-pourris étaient chargés de modifier la condition climatique de l'air ambiant, afin de le rafraîchir en été ou au contraire de le réchauffer en hiver.

FRAGONARD : **Avant la mode du pot-pourri au XVIII^e siècle, qui sera l'apanage de la haute société, comment parfumait-on les intérieurs ?**

ANNICK LE GUÉRER : La cour de Versailles et les familles nobles utilisaient des brûle-parfums, cassolettes ou réchauds, dans lesquels se consumaient à petit feu les matières odorantes. Le parfumage se faisait essentiellement sous forme de fumigation. Il existait également des fontaines à parfum, qui garnissaient les tables des salles à manger pendant les dîners. Ces objets de grande taille étaient constitués d'un petit robinet d'où s'écoulait le parfum. L'arrivée du pot-pourri au XVIII^e siècle détrône cassolettes et fontaines à parfum. Toute la cour de Versailles en raffole et cette mode, devenue fulgurante, gagne tous les palais de l'Europe occidentale. Les pots-pourris de l'époque sont des œuvres luxueuses, souvent en porcelaine de Chine ou en faïence, richement décorées et montées sur des socles en bronze doré et ciselé. Le raffinement et la qualité d'exécution de ces objets recherchés étaient aussi importants que leur fonction odorante. Symbole de l'aristocratie, ces ustensiles décoratifs étaient posés ostensiblement dans les intérieurs, sur les consoles, les cheminées, les tables.

← Pot-pourri, France, première moitié du XVIII^e siècle, porcelaine, céladon et bronze.
Collection du musée du Parfum Fragonard.

FRAGONARD : Cette nouvelle mode des pots-pourris est-elle accompagnée d'un renouveau des senteurs ?

ANNICK LE GUÉRER : Au XVIII^e siècle, les grandes expéditions aux quatre coins du monde engagées par les souverains européens ne sont plus uniquement militaires, mais également scientifiques. Botanistes, naturalistes et hommes de science embarquent sur les navires aux côtés des capitaines. Ils découvrent dans les terres exotiques du Nouveau Monde et de l'Asie orientale des plantes et des bois odorants, dont les peuples autochtones font usage. Grâce à ces voyages exotiques, les parfumeurs ont accès à des ingrédients inédits, qui leur permettent d'élaborer de nouvelles recettes de pots-pourris. Leur puissance olfactive est appréciée notamment pour les fragrances à diffuser lors des saisons froides, telles que l'ambre, le bois d'aloès, la noix de muscade et les clous de girofle qui provenaient notamment de l'île de la Réunion. Le bois de santal était importé des comptoirs d'Inde. Ces odeurs exotiques avaient également une fonction thérapeutique, notamment contre les infections hivernales. Versailles, qui dicte la mode à l'Europe entière, exporte avec succès son engouement pour les pots-pourris aux senteurs multiples. La noblesse ne craint pas les excès dans l'usage, n'hésitant pas à disposer plusieurs sources odorantes différentes dans une seule et même pièce. La persécution des huguenots en France et leur exil en terre étrangère favorisent la propagation de cette mode. Les fabricants et parfumeurs protestants, réfugiés dans les pays voisins, Allemagne, Suisse ou Angleterre, emportent avec eux leur savoir-faire. Certains sont très célèbres, tel Charles Gouyn, qui fonde en 1745 la manufacture de Chelsea, en Angleterre. Sa renommée et sa maîtrise de la technique de la porcelaine sont connues dans toute l'Europe, qui lui commande, outre les pots-pourris, des flacons à parfum. D'autres fuient vers l'Allemagne, comme Pierre Fromery, qui crée une manufacture de porcelaine à Berlin.

FRAGONARD : Le pot-pourri disparaît aussi vite qu'il est apparu...

ANNICK LE GUÉRER : En effet, la vogue aura été de courte durée, quelques dizaines

d'années seulement. L'avènement de la Révolution française met un terme quasi définitif à sa fabrication, car son usage est par trop attaché à la noblesse. Il tombe en désuétude, seules les classes populaires conservant l'usage des sachets d'odeur et perpétuant leurs recettes traditionnelles.

FRAGONARD : Dans de nombreuses publications, vous avez étudié la relation entre parfums et remèdes.

Qu'en est-il du pot-pourri ?

ANNICK LE GUÉRER : La croyance selon laquelle des plantes aromatiques et des fleurs ont, par leur odeur, des vertus prophylactiques et protectrices remonte à l'Antiquité. Lorsque la grande peste menace Athènes, Hippocrate conseille aux habitants de la cité de brûler des bois odorants et des parfums pour détruire les miasmes. La médecine ancienne considérait que les mauvaises odeurs pénétraient par les pores de la peau, les orifices du nez et de la bouche et transmettaient ainsi les maladies. Au XVIII^e, cette croyance perdure, aussi les pots-pourris ont-ils une double fonction de prestige et de protection. En 1843, le docteur Raspail conseillait le camphre contre un certain nombre de maladies. Les sachets de lavande avaient bien un but prophylactique : protéger des infections et des maladies. Aujourd'hui encore, et cela a été depuis démontré, on sait que l'huile essentielle de lavande a de nombreuses vertus, dont celle de protéger le linge des attaques des mites ! Parfumeurs et apothicaires partageant alors un savoir-faire commun, la frontière est ténue entre les deux professions jusqu'à la promulgation en 1810 par Napoléon d'un décret visant la publication et la vérification des formules des parfumeurs. La Commission des remèdes secrets doit contrôler les valeurs thérapeutiques des produits vendus par les parfumeurs. Ces derniers se refusent à présenter leurs recettes dans le menu détail, de peur de se voir spoliés de leurs créations et celles-ci imitées. Excepté Jean-Marie Farina, grand fournisseur de la célèbre eau de Cologne, tant appréciée par l'Empereur et par lequel il se sait protégé. Ce décret signe le déclin de l'aromathérapie en parfumerie, les

parfumeurs ne pouvant désormais plus revendiquer les vertus thérapeutiques de leurs parfums sans les soumettre à la Commission des remèdes secrets. C'est aussi la séparation définitive entre apothicaires et parfumeurs. Avec le développement de l'industrie chimique au XIX^e siècle, la parfumerie entrera dans une nouvelle ère.

FRAGONARD : Aujourd'hui, l'aromathérapie jouit d'un regain d'intérêt auprès du grand public, mais aussi de certains scientifiques. Quand renouons-nous avec cette discipline et comment ?

ANNICK LE GUÉRER : Grâce à un parfumeur chimiste, René Maurice Gattefossé, en 1936. Victime d'une explosion dans son laboratoire, il soigne sa main gravement brûlée par des médicaments chimiques qui n'ont aucun effet. Puis, suivant son intuition, il la plonge dans une solution d'huile essentielle de lavande. En quelques jours, son membre cicatrise miraculeusement. Après cet accident, il consacrera sa vie à l'étude des huiles essentielles et de l'aromathérapie. Expérience poursuivie par le médecin Jean Valnet qui, durant la Seconde Guerre mondiale, soignait, dans le maquis du Vercors, ses malades avec des huiles essentielles. Aujourd'hui, certains hôpitaux utilisent les huiles essentielles d'agrumes en diffusion pour apaiser les malades, les relaxer, en particulier dans les services de soins palliatifs. Les parfums et les odeurs sont aussi un outil très efficace pour entretenir et soutenir la mémoire des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer. L'huile essentielle de lavande ou d'eucalyptus est utilisée dans les services de dermatologie pour ses propriétés cicatrisantes.

FRAGONARD : Et vous, personnellement, avez-vous un usage des odeurs comme remède ?

ANNICK LE GUÉRER : À titre personnel, j'utilise les huiles essentielles notamment quand je prends le train. Quelques gouttes de laurier noble diluées dans de l'huile que j'applique sur la poitrine et à l'orifice de mes narines me protègent des infections. Dans ma maison, je vaporise souvent de l'huile essentielle d'agrumes et de romarin. L'odeur est agréable, elle donne une sensation de bien-être, et si l'esprit se sent bien, le corps suit !



VISITER
Parfums d'histoire, du soin au bien-être
(catalogue de l'exposition
sous la direction d'Annick Le Guérer)
Parcours muséographique permanent
Du 6 mars au 10 décembre 2023

MUSÉE DE SAINT-ANTOINE-L'ABBAYE
(MEMBRE DU RÉSEAU DES 11 MUSÉES
DU DÉPARTEMENT DE L'ISÈRE)
Le Noviciat
38160 Saint-Antoine-l'Abbaye
Informations et contact : 04 76 36 40 68
ou musee-saint-antoine@isere.fr
Entrée libre et gratuite



ANNICK LE GUÉRER
Le Parfum et la Voix, une rencontre inattendue, en collaboration avec Bruno Fourn, Odile Jacob, 2022.
Le Parfum. Des origines à nos jours, Odile Jacob, 2005.
Les Pouvoirs de l'odeur, Odile Jacob, 2002.

L'ÉLIXIR DE BEAUTÉ

TEXTE JOSÉPHINE PICHARD
ILLUSTRATIONS AUDREY MAILLARD

La figue de barbarie, ou la « poire cactus », pousse sur le figuier de barbarie dans des régions désertiques au climat presque caniculaire. La pression à froid de ses pépins permet d'obtenir une huile rare : il faut trente kilos de pépins pour produire un litre de cette précieuse huile, soit une tonne de fruits. L'*Huile précieuse* Fragonard, composée uniquement d'huile de pépins de figue de barbarie bio et parfumée d'essences naturelles, est un philtre de jeunesse aux multiples vertus. Grâce à sa très haute teneur en vitamine E, sa richesse en principes actifs naturels et oméga 6 et 9, cette huile est reconnue pour ses pouvoirs exceptionnels à la fois pour notre épiderme et pour nos cheveux. Focus sur son utilisation multiple...



✓ Huile précieuse
97,7 % des ingrédients
sont issus de l'agriculture
biologique, 100 % du total
est d'origine naturelle
15 ml, 44 €

VISAGE RADIEUX L'huile de figue de barbarie est non comédogène : elle s'adapte donc aussi bien aux peaux sèches que grasses. Tous les matins, mélanger une goutte de cette huile à votre crème hydratante pour une peau souple et hydratée.	CONTOUR DES YEUX LUMINEUX Pour un regard frais et éveillé, tapoter une goutte d'huile sur le contour de l'œil, y compris sur la paupière, avant d'aller se coucher. Nourries en profondeur, les ridules s'estomperont au fur et à mesure après quelques semaines.	ONGLES BRILLANTS Une fois par semaine, appliquer l'huile de figue de barbarie sur les ongles et les cuticules. Masser en faisant des mouvements circulaires, puis laisser agir 5 minutes. L'huile renforcera et blanchira naturellement les ongles.	CICATRICES ATTÉNUÉES Favorisant le processus naturel de réparation de la peau, l'huile de figue de barbarie est idéale pour faire disparaître les cicatrices. Masser tous les soirs sur les marques pour assouplir la peau et l'aider à cicatriser.	CHEVEUX SOYEUX En l'utilisant comme huile sèche, l'huile de figue de barbarie prévient la casse et l'apparition des fourches. Appliquer quelques gouttes sur les pointes et longueurs des cheveux après le shampoing, sans rinçage.
---	---	---	---	---

PETIT PARFUMEUR

TEXTE JOSÉPHINE PICHARD
ILLUSTRATIONS ALICE GUIRAUD

Rose de Grasse, vanille de Madagascar, cannelle de Chine, ou encore menthe d'Australie... Les plantes à parfum proviennent du monde entier et cette diversité est nécessaire pour la composition d'une fragrance. Dédié aux enfants, *Petit Parfumeur* est un atelier olfactif qui permet de développer son odorat, apprendre à sentir, découvrir les plus belles matières premières de la parfumerie. À faire en duo avec son enfant, l'atelier est une activité familiale, conviviale et ludique qui fait appel à tous les sens.



PRIX 11 € Pour un duo enfant + adulte	LIEUX L'Usine laboratoire Fragonard La Condamine 06360 Èze-Village La Fabrique des Fleurs Fragonard Les 4 chemins 17 route de Cannes 06130 Grasse	RÉSERVATION ET INFOS usines-parfum.fragonard.com/atelier/
--	---	--

LES AUTRES ATELIERS OLFACTIFS FRAGONARD

Tout au long de l'année, Fragonard vous propose des ateliers olfactifs pour créer votre propre fragrance après une visite de l'usine de parfum.

→ L'ATELIER APPRENTI PARFUMEUR

Découvrir le savoir-faire ancestral du parfumeur et ses secrets pour composer soi-même sa propre eau de Cologne de 100 ml à partir de 9 essences aromatiques, d'agrumes et de fleur d'oranger. Animé par un professionnel de la parfumerie, cet atelier d'une heure et demie offre une expérience complète sur le métier de parfumeur. Vous serez guidé pour déterminer l'envol de votre fragrance, à savoir la note principale qui doit susciter le coup de cœur.

→ LE MINI-ATELIER DE CRÉATION DE PARFUM

Fragonard invite ses visiteurs à découvrir les secrets olfactifs de la Fleur de l'année 2023 pendant un atelier d'une durée de 15 minutes. Parfum léger comme l'air, *Narcisse* de Fragonard diffuse des notes florales de narcisse, jasmin d'Égypte et musc. Le parfumeur s'est plongé dans ses souvenirs d'enfance pour créer son narcisse parfait : l'herbe et la terre en tête, de la fleur blanche en cœur, sur un fond chaud et mielleux.

CÉLÉBRONS LES HOMMES!

TEXTE HÉLÈNE MUCCIOLI
ILLUSTRATIONS ALICE GUIRAUD

Trois anniversaires, trois jubilés, trois eaux de toilette masculines iconiques de la maison Fragonard. 2023 célèbre les 10, 20 et 30 ans de nos hommes (parmi les meilleurs évidemment)! Entre légendes et anecdotes, nous vous livrons ici les secrets de leur naissance. Aujourd'hui, la gamme des eaux de toilette masculines se compose d'une vingtaine de fragrances. Une pluralité de senteurs à découvrir et surtout à décloisonner!



1993 – EAU DE HONGRIE

L'*Eau de Hongrie* conçue par le parfumeur Serge Kalouguine, notre parfumeur maison de l'époque, fut lancée en 1993. Elle est inspirée de la célèbre « Eau de la reine de Hongrie », un alcoolat d'herbes aromatiques créé au ^{xiv}e siècle. Authentique et intemporelle, cette eau est née d'une légende... On rapporte que la reine de Hongrie la reçut des mains d'un ange et qu'elle lui devrait, par un usage intensif et répété tout au long de sa vie, d'avoir conservé sa beauté. Celle-ci était encore telle, grâce à ce véritable élixir de jeunesse, que la reine, qui avait passé l'âge de 73 ans, fut demandée en mariage par le prince de Pologne! Pour profiter pleinement des vertus de cette eau, certaines dames ne se contentaient pas d'en faire un usage externe, mais la buvaient avec avidité! Utilisée par Mme de Sévigné et Marie-Antoinette, elle avait la réputation d'être miraculeuse. Il semblerait même qu'elle avait des effets euphorisants... Aujourd'hui, bien sûr, le parfum se vaporise uniquement! Son élégance séduira les hommes raffinés et subtils.



2003 – BEAU GOSSE

L'eau de toilette *Beau Gosse*, élaborée par le maître parfumeur grassois Jean Guichard, voit le jour en 2003. Son nom est riche d'humour et d'audace, mêlant séduction et plaisir. L'idée d'Agnès Costa était de donner à cette nouvelle eau de toilette pour homme une accroche positive et joyeuse, entre « sex-appeal » assumé et un certain goût pour le jeu. Le pari n'était pas sans risque... Aujourd'hui *Beau Gosse* est l'un de nos best-sellers masculins! On a beau savoir que l'habit ne fait pas le moine, on veut tous croire qu'un simple nom peut se faire baguette magique. Pour tous les hommes qui ne craignent pas les compliments, et encore moins l'autodérision! Une senteur fraîche et pimentée qui s'adresse particulièrement à l'homme moderne, actif et sensuel.



2013 – EAU DU SÉDUCTEUR

En 2013, naît l'*Eau du Séducteur*. Inspirée d'un tableau de la collection de Jean-François Costa, cette eau de toilette arborait au départ la reproduction du portrait de François de Bourbon, comte d'Enghien, célèbre charmeur. L'homme représenté est élégamment vêtu à la mode Renaissance et coiffé d'un imposant chapeau à plumes. Ce tableau peint uniquement dans une gamme de noirs et blancs, est signé Jean-Honoré Fragonard. Il est visible au musée Jean-Honoré Fragonard à Grasse. La fragrance est une création d'Olivier Pescheux, à qui l'on doit notamment notre eau de toilette *Patchouli*. Il maîtrise à la perfection l'alliance des notes épicées et boisées. Passionné par ces accords auxquels il ajoute la fraîcheur et le piquant des agrumes, il a imaginé un parfum aussi élégant qu'envoûtant. Pour tous les hommes séduisants et qui aiment séduire!



UN JARDIN DES SENTEURS SIGNÉ FRAGONARD

TEXTE MARGAUX IACOVO
PHOTOGRAPHIE OLIVIER CAPP

Entre terre et mer, Grasse a toujours vécu au rythme de la cueillette des fleurs à parfum. Au Moyen Âge la corporation des gantiers utilisait déjà les cultures locales pour parfumer leurs cuirs. L'essor de la parfumerie a consacré la culture des plantes à parfum en savoir-faire grassois ancestral. La rose de mai, le jasmin, la tubéreuse, la violette ou encore la fleur d'oranger ont longtemps été cultivés par des producteurs locaux – jusqu'au déclin de la filière, dans les années 1950, accéléré par l'importation des matières premières de l'étranger et la création des molécules de synthèse. Depuis 2016, tout un écosystème grassois s'est mobilisé pour relancer la production des fleurs à parfum. Fragonard est particulièrement fier de soutenir ces beaux projets et d'annoncer la mise en culture des fleurs emblématiques qui ont contribué à écrire l'histoire de la parfumerie grassoise !

L'aventure commence en novembre 2021. Le jour se lève à peine mais Remy Bernard a déjà les mains plongées dans la terre et ses plans de plantations bien en tête. Et pour cause ! Arrivé par hasard dans la profession, ce jardinier au regard sensible et attachant chuchote à l'oreille des plantes depuis plus de quarante ans. De son amour pour la nature, il a fait sa vocation. Son chemin croise celui de Fragonard alors qu'il n'est encore qu'un jeune chef jardinier dans des propriétés privées sur la Riviera. Cette rencontre marque le début d'une belle collaboration guidée par l'amour commun des fleurs grassoises...

L'idée de lancer une production interne de fleurs à parfum *made in Fragonard* ne date pas d'hier. Les fleurs provençales ont toujours été une grande source d'inspiration pour notre maison, elles sont omniprésentes dans nos collections parfumées, de la fragrance au packaging coloré et fleuri. Depuis les années 1930, nos ateliers de fabrication sont ouverts au grand public et présentent les différents procédés

d'extraction des matières premières utilisées en parfumerie. Conscients de l'importance de faire perdurer et de transmettre ces savoir-faire, nous souhaitons faire connaître les pratiques anciennes d'extraction à nos visiteurs. Comme l'enfleurage à froid, une technique mise au point à Grasse et depuis abandonnée, réservée aux fleurs les plus fragiles, tels le jasmin ou la tubéreuse, qui ne supportent pas la chaleur.

Ce jardin scelle également un vœu de Fragonard, qui était de participer à la relocalisation de la culture des plantes à parfum à Grasse. Remy pratique une agriculture locale et responsable, il prédit les premières fleurs pour cette année. La récolte s'annonce parfumée, près de 2 000 pieds de jasmin et de rose ont été plantés à la main. En ce qui concerne la tubéreuse, ce sont 1 000 bulbes qui ont été mis en terre, et après multiplication de la fleur 8 000 bulbes sont attendus pour cette année. Nous réfléchissons déjà aux nouvelles plantes qui intégreront notre jardin aux mille senteurs...



ÉTAT DE GRASSE

TEXTE LIONEL PAILLÈS
ILLUSTRATION ALICE GUIRAUD

La réputation de la « capitale mondiale du parfum » séduit les consommateurs qui y voient un symbole fort d'une « qualité à la française » rassurante en ces temps de mondialisation galopante. Grâce aux efforts de tout un tissu économique, et de quelques marques à l'ancrage local, la ville de Grasse mène à nouveau son monde par le bout du nez.

« DÉSORMAIS, AUX YEUX DES AMATEURS DE PARFUM DU MONDE ENTIER, IL EXISTE UNE ABSOLUE ROSE OU JASMIN DE GRASSE COMME IL Y A UN SEL DE GUÉRANDE OU UNE PORCELAINE DE LIMOGES. »

UN PARFUM DE RENAISSANCE

La ville de Grasse est devenue le pôle magnétique d'une industrie du parfum mondialisée en quête d'ancrage local et d'authenticité. Depuis le classement historique des savoir-faire liés au parfum par l'Unesco en décembre 2018, la « capitale mondiale du parfum » est en train d'assister à la naissance d'un label de qualité dans la région. Ultime étape de ce mouvement de valorisation d'un terroir d'exception : la labellisation de l'ingrédient. Portée par l'association Fleurs d'exception du pays de Grasse, l'indication géographique (IG) « Absolue pays de Grasse », qui distingue un savoir-faire artisanal d'extraction des essences de fleurs tout en dessinant les contours géographiques de ce qu'on appelle le « pays grassois », situé au carrefour des départements des Alpes-Maritimes, du Var et des Alpes-de-Haute-Provence, a été décernée en 2020 par l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI).

Jasmin, rose centifolia, tubéreuse, lys de la Madone, lavande, mimosa... Ce sont 28 plantes à parfum ayant fait pendant des décennies la renommée de la région qui sont désormais labellisées, ainsi que l'ensemble des savoir-faire qui permettent leur transformation en extrait naturel (huile essentielle ou absolue). Ce que distingue cette nouvelle appellation, c'est une capacité typique, singulière, d'extraire la biomasse (la plante à parfum en d'autres termes) pour en tirer les essences les plus subtiles du monde qui seront mises à disposition du parfumeur-créateur. Désormais, aux yeux des amateurs de parfum du monde entier, il existe une absolue rose ou jasmin de Grasse comme il y a un sel de Guérande ou une porcelaine de Limoges, produits d'excellence reconnus un peu partout pour leurs qualités originales.

La défiance à l'égard de la chimie existe, qui fait parfois l'objet de fausses croyances et même de quelques fantasmes. La crise du Covid n'a finalement fait que l'amplifier et certains consommateurs préfèrent désormais se réfugier dans l'authenticité de la matière première naturelle et de savoir-faire anciens et reconnus. L'appellation d'origine, le produit estampillé « local » rassure, et il faut bien dire que Grasse, même si la ville des Alpes-Maritimes n'est pas la seule à pouvoir s'en prévaloir dans le monde, incarne magnifiquement cette vérité du terroir. Une notion qui n'est ni une fable ni un mythe. Elle a une réalité dans le flacon ; elle se sent et se ressent sur la peau. Ainsi, une rose de mai cultivée à Grasse ne sent pas la même chose qu'une rose de Bulgarie, c'est un fait. C'est vrai aussi d'un patchouli d'Indonésie par rapport à une origine malaisienne ou de l'*Iris pallida* de Toscane par rapport à celui-cultivé par exemple au Maroc. C'est précisément en terre provençale qu'on a redécouvert cette évidence.

Il faut reconnaître que la cité du parfum avait perdu peu à peu de sa superbe, mise à mal par la pression foncière, la montée des molécules de synthèse et la concurrence de pays à bas coûts. Elle ne doit qu'à l'acharnement de certains acteurs, qui ont choisi de rester dans la région et de continuer à en plébisciter les savoir-faire, et à la popularisation de la notion typiquement hexagonale de terroir, de distiller à nouveau une part de rêve et de désir. Longtemps attachée à la seule viticulture, cette notion recouvre désormais la culture des plantes à parfum, évoquant l'alliance des hommes et de la terre dans une alchimie mystérieuse. Il n'y a aucun folklore là-dedans ! Si l'industrie du parfum s'est installée au

«ÊTRE UNE MAISON GRASSOISE,
CE QUI VAUT POUR UNE MARQUE
OU POUR UNE MAISON DE
COMPOSITION, AUTORISE
À FAIRE VALOIR UNE CULTURE,
UN SAVOIR-FAIRE SPÉCIFIQUE.»

xvi^e siècle entre la mer et les Préalpes, c'est pour ce climat de moyenne altitude, ni trop chaud ni trop froid, qui rend les fleurs bien plus odorantes. Les Anciens l'avaient parfaitement compris. « Nous avons ici un écosystème exceptionnel qui réunit les producteurs de fleurs, les meilleurs distillateurs et chimistes, et évidemment les grands parfumeurs. Cette excellence qui a une réalité ailleurs, mais pour d'autres métiers, n'existe qu'à Grasse s'agissant de la parfumerie », analyse Éric Fabre, directeur général du développement commercial de Fragonard. Sur le territoire grassois, la parfumerie ne représente pas moins de 5 000 emplois, 110 entreprises, le tout pour un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros.

Une économie à part entière mais aussi un patrimoine unique qui doivent, l'une et l'autre, être protégés. Être une maison grassoise, ce qui vaut pour une marque ou pour une maison de composition, autorise à faire valoir une culture, un savoir-faire spécifique dans la sublimation de la matière et son assemblage. « Appartenir à cette maison de composition née à Grasse en 1982 et qui y est toujours installée, c'est être proche non seulement des matières premières mais aussi des différents savoir-faire, depuis le greffage de la fleur jusqu'à son extraction », explique Christelle Caillaud, directeur marketing et innovation de la société Expressions Parfumées, entrée dans le giron du géant suisse Givaudan en 2018. Elle ajoute : « L'imaginaire du parfumeur est grandement stimulé par l'environnement où il a la chance de créer. »

UN NOUVEAU LABEL DE QUALITÉ TERRITORIAL

Créée il y a cinq ans, la marque collective et territoriale Grasse Expertise, sorte d'appellation d'origine contrôlée pour la filière parfum, manifeste la fierté des entreprises du secteur d'appartenir à ce terroir sans égal. « Adhérer à ce label, c'est s'engager à implanter son entreprise à Grasse, à faire travailler l'écosystème constitué autour des producteurs et des transformateurs, et à soutenir envers et contre tout les cultivateurs de plantes à parfum de la région », explique Éric Fabre.

Cette éthique du terroir, Fragonard, comme certaines autres maisons, la cultive depuis 1926 en valorisant les fleurs de la région dans ses compositions et en faisant appel aux meilleurs savoir-faire. Encore faut-il savoir transmettre cette connaissance au grand public qui cherche à comprendre ce qui se joue sur ce territoire. C'est ce que fait la société en ouvrant son usine, une ancienne tannerie du xviii^e siècle, au grand public. C'est aussi le rôle des jardins du MIP (Musée international de la parfumerie) à Mouans-Sartoux. Cet éden, niché au pied des collines d'oliviers et de cyprès, propose la plus belle collection d'essences odorantes qui puisse exister. La promenade parfumée permet de comprendre la richesse d'un patrimoine olfactif et la nature de cet écosystème sans équivalent où le cultivateur côtoie le distillateur et le parfumeur-créditeur.

C'est la raison pour laquelle la maison Fragonard a voulu en être le partenaire privilégié et en accompagner pas à pas le développement. Le cœur de Grasse bat toujours aussi fort. La parfumerie d'excellence a encore de beaux jours devant elle.

LA MÉDIATHÈQUE CHARLES NÈGRE, UN Puits DE LUMIÈRE ET DE CULTURE AU CŒUR DE LA VILLE DE GRASSE

TEXTE [CHARLOTTE URBAIN](#)
PHOTOGRAPHIE [FERNANDO GUERRA](#)

En plein cœur de la vieille ville de Grasse est née une œuvre architecturale étonnante. Inaugurée en décembre dernier, cette infrastructure culturelle de 3 700 m² sur sept niveaux abrite 70 000 documents, deux salles d'exposition, un auditorium, une salle de cinéma... avec l'ambition de dynamiser un centre-ville trop longtemps abandonné à son triste sort. Un verre au bistro de la terrasse situé tout en haut de l'édifice nous permet de profiter de l'incroyable vue avant de découvrir les lieux en compagnie d'Ivry Serres, l'un des trois architectes créateurs de la médiathèque Charles Nègre (1820-1880), qui porte le nom de l'artiste grassois, pionnier de la photographie.



Avant de se lancer dans l'aventure, Ivry Serres, Emmanuelle Beaudouin et Laurent Beaudouin ont parcouru la ville pour en comprendre les secrets, les couleurs, son ossature. De ces déambulations, ils ont tiré de nombreux croquis et dessins, et l'idée que le bâtiment devait être perméable, lieu de passage, de traversée, de découverte, à l'image des ruelles grasseises qui se croisent et s'enchevêtrent.

Les architectes ont été confrontés à de nombreuses contraintes techniques : non seulement la zone est sismique, mais le cœur de ville fragile et difficile d'accès. « Il est toujours très délicat de construire dans un centre ancien », explique Ivry Serres. « Les immeubles sont anciens, ils se touchent tous, la ville est autostable. Les archéologues expliquent très bien ce phénomène. Au fil des siècles, les bâtiments prennent de l'épaisseur, les rues deviennent plus étroites, de nouvelles façades viennent consolider les anciennes. Depuis le Moyen Âge, c'est un millefeuille de rajouts, dont l'équilibre est savant. Notre intervention devait être précise et minutieuse pour s'immiscer dans cet équilibre. »



Avec son réseau de colonnettes en béton crème qui l'habillent tout entière, la médiathèque épouse les formes des rues qui l'entourent, dialoguant par là avec l'histoire de la ville ancienne. Certains y voient un livre ouvert. « Le bâtiment a une forme plaisante qui éveille la curiosité, on le perçoit de loin, par petits morceaux. Sa couleur claire se détache de celle des édifices alentour, très colorés à l'italienne. Nous avons adopté la couleur minérale en référence aux grands édifices en pierre qui sont les institutions de la ville, tels que la cathédrale. La médiathèque est avant tout un espace public qui appartient à tous. » Ingéniosité architecturale, les façades en colonnettes ont une triple fonction : amener la lumière dans les espaces intérieurs, protéger du soleil l'été et enfin garantir l'intimité des immeubles aux abords qui sont tous des logements. Les rayons du soleil, qui viennent caresser la surface arrondie des colonnettes, diffusent une lumière indirecte. Une prouesse architecturale récompensée par l'Équerre d'argent fin 2022. Le jury de ce prix prestigieux a salué « une unité dans le détail et dans l'ensemble [...] qui produit une profonde harmonie ». Le pari était risqué et le centre de Grasse un espace compliqué. Le trio d'architectes a réussi à intégrer un édifice culturel d'envergure dans un contexte séculaire, sans pour autant se départir de leur ambition : en faire un lieu d'éducation et de culture central pour la ville. Les escaliers qui font face à la façade principale forment un véritable amphithéâtre du XXI^e siècle qui présage de belles manifestations pour « éclairer », dans tous les sens du terme, la vieille cité de Grasse. Ivry Serres se souvient avec émotion du jour de l'inauguration : « Il y avait plus de 2 000 personnes ! C'était vivant et magique. »





Francesca porte le paréo
écharpe *Baignade* en coton
imprimé, 110 x 180 cm, 40 €

NISSA LA BELLA

Perchée sur les hauteurs de Nice, l'équipe Fragonard profite de la magnifique vue sur la baie des Anges et rêve d'un temps où Nice s'appelait Nissa la Bella ! Le charme de la maison des années 1930 dans laquelle nous nous trouvons opère et nous inspire. Partout où notre regard se pose, nous sommes éblouis par le bleu du ciel et de la mer, les derniers rayons de soleil et l'horizon infini.

TEXTE CHARLOTTE URBAIN
PHOTOGRAPHIE ANDRANE DE BARRY
MAQUILLAGE CÉLINE CHEVAL

Francesca porte la robe *Serena*
en coton imprimé à la main, 95 €



Alice et Léna portent la robe
Sofia Bouquet en popeline de
coton imprimée à la main, 180 €



↘ Alice porte la robe *Catherine Trésor* en coton imprimé, 60 €

↘ Stéphane porte la chemise *Siciliana* en coton imprimé, 65 €

↘ Lucas porte la chemisette *Padma Citrons* en coton imprimé, 45 €



↘ Francesca porte la robe *Gina Suzani* en popeline de coton imprimé à la main, 150 €



Charlotte porte la robe
Amiya en coton brodé, 95 €



Léna porte la jupe *Rena*
en coton tissé, 95 €

↳ Francesca porte le carré *Damier* en coton imprimé, 80 x 80 cm, 30 €, la robe *Rosa Carreaux* en coton tissé et imprimé à la main, 65 €, et la tunique *Alma Marbré* en coton teint à la main, 85 €



✓ Alice et Léna portent la tunique *Alma Marbré* en coton teint à la main, 85 €





➤ Andréa porte la robe *Joséphine*
en jacquard de coton, 130 €



➤ Francesca porte le kaftan *Giny Médicis* en coton imprimé, 70 €





↗ Andréa porte le paréo
Granita en coton imprimé,
110 x 180 cm, 40 €



↘ Charlotte porte la chemisette
Padma Citrons en coton imprimé, 45 €
↘ Darya porte la robe *Mira Citrons*
en coton imprimé, 50 €



ADRESSES COUPS DE CŒUR À NICE

Pauline Gardette, Niçoise d'adoption et responsable de la boutique Fragonard cours Saleya à Nice, nous confie ses adresses, boutiques et lieux à visiter, pour une balade dans la capitale du Sud-Est.

TEXTE [PAULINE GARDETTE](#)

LES INDOCILES

Dans ce coffee shop-librairie, concept unique à Nice, l'atmosphère est propice à la pause et à l'échange. Un lieu idéal pour se cultiver, passer du bon temps et déguster des petits plats simples et sains.

11 bis rue François Guisot

LE PALAIS LASCARIS

Le palais Lascaris est une ancienne demeure aristocratique construite par la famille Lascaris de Vintimille, dans la première moitié du ^{xviii} siècle, et aujourd'hui transformée en musée d'instruments de musique anciens.

15 rue Droite
De 10 h à 18 h tous les jours sauf le mardi

LE BAM (BAR À MANGER)

Des plats cuisinés de toute fraîcheur selon la saison 100 % maison, dans une ambiance délicieusement rétro.

4 rue Martin Seytour

GOOD DESIGN STORE

Goodobject est un espace de vente dédié aux marques scandinaves de mobilier design, de décoration graphique et de luminaires modernes.

12 rue Catherine Ségurane

LA TOUR SAINT-FRANÇOIS

La tour Saint-François fait partie du paysage du Vieux-Nice, visible surtout du côté de la promenade du Paillon. Elle fut construite au ^{xiii} siècle comme clocher de l'église et du couvent des franciscains, avant de devenir une tour-horloge après la Révolution. Depuis 2019, un escalier intérieur hélicoïdal de 288 marches permet de monter jusqu'à son sommet qui culmine à 50 mètres. De là-haut, la vue à 360 degrés sur la ville est magnifique !

2-3 rue Saint-André
De 9 h 30 à 13 h et de 14 h à 17 h
le samedi et le dimanche

LE PARC DE LA COLLINE DU CHÂTEAU

Le parc de la Colline du Château, qui domine le Vieux-Nice, offre l'une des plus belles vues sur la ville et la mer à 92 mètres en contrebas. On profite d'un côté du panorama sur toute la ville et la baie des Anges, et de l'autre sur le port et le mont Boron. La colline du Château abrite une cascade artificielle alimentée par l'eau du canal de la Vesubie. C'est un lieu très calme et reposant. Tous les jours à midi un coup de canon y est tiré : non pas d'un vrai canon, rassurez-vous, mais d'un canon d'air tiré par un artificier. Une tradition qui remonte à 1862.

Château de Nice
De 8 h 30 à 18h d'octobre à mars
et de 8 h 30 à 20 h d'avril à septembre

LUANA BELMONDO ET SES RECETTES BONNE HUMEUR

TEXTE [HÉLÈNE MUCCIOLI](#)
PORTRAIT [CATHERINE DELAUNAY](#)



Si la cuisine de Luana Belmondo est tellement savoureuse, c'est grâce à son premier ingrédient, qui est aussi le plus précieux : la bonne humeur, qu'elle érige en art de vivre. Épouse de Paul Belmondo et mère de trois garçons : Alessandro, cuisinier, Victor, acteur, et Giacomo, étudiant, Luana a passé son enfance en Italie. Depuis 2012, elle nous livre les secrets de ses recettes gorgées d'énergie et d'authenticité à travers plusieurs ouvrages : *À table avec Luana*, *Je viens cuisiner chez vous*, *Mes recettes bonne humeur* et *Italia mia*. Elle anime également sa propre émission de cuisine, *Bienvenue chez Luana*, sur la chaîne du groupe Cuisine TV. Pour notre édition sicilienne, nous vous livrons une des recettes phares de son livre *Italia mia*, édité par le Cherche Midi : celle des *spaghetti alla puttanesca*, avec de nombreux symboles de la cuisine du Sud : sauce tomate, olives, câpres, ail, anchois, huile d'olive.



SPAGHETTIS ALLA PUTTANESCA

PRÉPARATION	400 g de spaghetti n° 7
15 minutes	100 g d'olives taggiasche
	400 g de tomates cerises ou de tomates entières pelées en boîte
CUISSON	1 cuillerée à soupe de câpres à l'huile d'olive
25 minutes	4 filets d'anchois
INGRÉDIENTS	1 gousse d'ail
pour 4 personnes	4 branches de persil
	5 cl d'huile d'olive
	sel, poivre

- Préparez la sauce :
- Coupez les tomates en deux dans le sens de la longueur.
- Épluchez et coupez l'ail en fines lamelles.
- Dans une sauteuse, faites revenir l'ail et les anchois dans l'huile d'olive à feu moyen.
- Une fois que les anchois ont fondu, ajoutez les tomates, laissez-les cuire à feu doux pendant 5 à 7 minutes.
- Ajoutez les câpres et les olives.
- Laissez mijoter pour que tous les parfums se mélangent. Attention à garder une sauce toujours onctueuse !
- Faites bouillir une grande casserole d'eau avec une bonne poignée de gros sel.
- Faites cuire les spaghetti *al dente*, le temps indiqué sur le paquet dans l'eau bouillante.
- Égouttez-les, ajoutez-leur la sauce et, si nécessaire, ajoutez un filet d'huile d'olive.
- Vérifiez l'assaisonnement, parsemez de persil ciselé et dégustez.

AD

Depuis sa création en 1926, la maison Fragonard a associé son nom à celui d'un grand peintre, né à Grasse en 1742, fils d'un gantier-parfumeur. Le parfum et l'art sont restés intimement liés.

Chaque année, l'entreprise familiale poursuit activement sa politique culturelle par l'organisation d'expositions temporaires dans ses musées de Grasse et en enrichissant ses collections de nouvelles acquisitions. Admirez sans modération notre nouvelle programmation culturelle 2023.

MI

RER

« JE DÉCLARE VIVRE DE MON ART », 1789

Exposition du 10 juin
au 8 octobre 2023 au musée
Jean-Honoré Fragonard

DANS L'ATELIER
DES SŒURS
LEMOINE &
CHAUDET

TEXTE CAROLE BLUMENFELD



→ Marie-Victoire Lemoine,
Portrait d'Henri Gabiou,
collection particulière

Énigmatiques, aussi brillantes que secrètes, les sœurs Lemoine et leur cousine, Jeanne Élisabeth Gabiou, marquèrent de leur empreinte l’histoire du portrait français au tournant des xviii^e et xix^e siècles. Le musée Jean-Honoré Fragonard, qui abrite la plus grande collection de tableaux d’une femme artiste du xviii^e siècle, leur contemporaine Marguerite Gérard, invitera l’été prochain le public à découvrir une fratrie hors du commun dont le parcours est aussi riche que leurs créations. Faisant fi des conventions, elles formèrent un panel d’exception dont les réussites artistiques rejaillirent sur le reste de la famille, bien décidée à gravir les échelons sociaux. Si leur trajectoire quelque peu romanesque offre un éclairage original sur leur époque, l’étude de leurs carrières fait aussi voler en éclats nombre de préjugés sur les femmes artistes de la période révolutionnaire.

Le parcours personnel de ces filles de maîtres perruquiers parisiens est en effet digne d’un conte de leur amie Félicité de Genlis. Alors que leurs propres parents, venus de la campagne, s’étaient fait une place dans la bourgeoisie commerçante parisienne, les quatre sœurs Lemoine, Marie-Victoire, Marie-Élisabeth, Marie-Geneviève et Marie-Denise, grandirent au cœur du quartier du Palais-Royal, rue Traversière, actuelle rue Molière. Elles furent vite rejointes par leurs cousins orphelins Jean-Frédéric, Louis Joseph et Jeanne Élisabeth Gabiou qui avaient vécu jusqu’alors rive gauche, rue du Bac.

L’aînée Marie-Victoire Lemoine montra des dispositions pour la peinture et eut au moins deux professeurs célèbres : le peintre d’histoire François Guillaume Ménageot, qui sera un ami pour la vie, et Élisabeth Vigée-Le Brun, avec laquelle les siens eurent des liens au moins jusqu’à la fin des années 1800. Il est extrêmement tentant d’identifier Marie-Victoire parmi les élèves de l’école que Mme Le Brun dirigea peu après son mariage en 1776. L’anecdote est trop savoureuse pour ne pas être rapportée : « Mes élèves [étaient] pour la plupart plus âgées que moi, ce qui nuisait prodigieusement au respect que doit imprimer un chef d’école. J’avais établi l’atelier de ces demoiselles dans un ancien grenier à fourrage, dont le plafond laissait à découvert de fort grosses poutres. Un matin, je monte et je trouve mes élèves, qui venaient d’attacher une corde à l’une de ces poutres, et qui se balançaient à qui mieux

mieux. Je prends mon air sérieux, je gronde, je fais un discours superbe sur la perte du temps ; puis voilà que je veux essayer la balançoire, et que je m’en amuse plus que toutes les autres. Vous jugez qu’avec de pareilles manières il m’était difficile de leur imposer beaucoup, et cet inconvénient, joint à l’ennui de revenir à l’A B C de mon art en corrigeant des études, me fit renoncer bien vite à tenir cette école. » Qu’elles aient joué ou non à la balançoire toutes les deux, Marie-Victoire Lemoine et Élisabeth Vigée-Le Brun, nées à quelques mois d’écart dans le même quartier du Palais-Royal, avaient non seulement des amitiés communes mais elles furent l’une et l’autre soutenues par des femmes puissantes. En 1779, Marie-Victoire, âgée de 25 ans, s’imposa sur la scène artistique parisienne en exposant au Salon de la correspondance le *Portrait de la princesse de Lamballe* (Paris, Banque de France), une des intimes de la reine dont Élisabeth Vigée-Le Brun était devenue un an plus tôt le peintre officiel. Si l’une fit carrière à Versailles puis à l’Académie, Marie-Victoire Lemoine profita de l’engouement de la cour des Orléans qui dépensait sans compter pour soutenir de jeunes artistes prometteurs. Marie-Victoire peignit d’ailleurs le portrait de l’épouse officielle du duc d’Orléans mais aussi le portrait de sa maîtresse officielle, la femme de lettres Félicité de Genlis.

Très vite, sur ce terreau fertile préparé par Marie-Victoire, et sous les encouragements de celle-ci, Marie-Élisabeth, Jeanne Élisabeth, Marie-Geneviève et Marie-Denise se mettent à suivre sa voie. Tout en les aiguillant avec brio, Marie-Victoire se nourrit en retour de leurs expériences et de leurs recherches. En faisant choix d’exposer les portraits tantôt de l’une, tantôt de l’autre, et en multipliant les autoportraits, Marie-Victoire, Marie-Élisabeth, Marie-Denise exprimaient d’une part leur fierté mutuelle, de l’autre le plaisir de former un groupe bien identifiable.

Peu préoccupés du qu’en-dira-t-on, Marie-Élisabeth et son cousin Jean-Frédéric donnèrent naissance à un premier enfant que, sous des noms d’emprunt, ils firent baptiser. À la veille de la Révolution, soutenus par une coterie d’amis aussi talentueux qu’ambitieux, tel le sculpteur Antoine Denis Chaudet qui ne tarda pas à épouser Jeanne Élisabeth, ils se pourvurent en cour de Rome afin d’obtenir, par une dispense de consanguinité, la reconnaissance légale de leur fils. Au même moment, le juriste à la bibliothèque bien fournie, Jean-Frédéric, qui était encore mineur – la majorité était fixée à 25 ans – achetait une

charge de notaire. Dès lors, les cousins embrassèrent les soubresauts de la période révolutionnaire comme autant d’occasions de se réinventer. Tandis que Jean-Frédéric encourageait ses cousines et sa sœur à investir le produit de leurs travaux artistiques dans des terres labourables, il fonda lui-même des entreprises financières et patrimoniales novatrices. Ce touche-à-tout, extrêmement curieux, devenu l’habile conseiller des modèles et des amis peintres de ses parentes, trouva bientôt un véritable alter ego en l’époux de Marie-Geneviève. Jamais, au grand jamais, les cousins n’envisagèrent de vivre autrement qu’ensemble. Les jours de grande fortune ou les lendemains difficiles, ils formaient un tout. Ce foisonnement d’expérimentations, cette capacité d’analyser les bouleversements sociaux et culturels et de s’y adapter, voire d’en tirer profit, une disposition formidable pour nouer des relations durables avec des personnalités hautes en couleur se lisent aussi dans les œuvres. À partir du Directoire, les sœurs Lemoine et leur cousine se jouèrent des frontières du portrait et de la scène de genre, pour en faire les discrets supports de messages politiques engagés. Dans un véritable essaim d’œuvres troublantes, elles livrèrent adroitement leurs propres questionnements et leurs positions quant aux grands débats qui agitaient l’époque. Qu’elles s’expriment sur la fragilité de l’enfance, sur les qualités morales et physiques de la femme d’alors ou simplement sur l’actualité politique, les sœurs Lemoine et Jeanne-Élisabeth maniaient un langage subtil destiné à des initiés. Pour déceler la signification de certains de leurs messages, il était nécessaire de tisser des liens entre les compositions de Marie-Denise et de Jeanne-Élisabeth ou de Marie-Victoire et Jeanne-Élisabeth, et pour d’autres, il fallait être féru de littérature et de théâtre contemporains.

Au-delà des sujets, la grande surprise de l’exposition où seront présentées nombre d’œuvres inédites provenant de leurs fonds d’ateliers résidera dans l’enchevêtrement de leurs travaux. La collaboration artistique entre Marguerite Gérard et Jean-Honoré Fragonard, entre Adélaïde Labille-Guiard et François André Vincent ou encore entre Constance Mayer et Pierre-Paul Prud’hon sont des faits établis et connus. Les échanges entre Marie-Victoire Lemoine et ses parentes sont bien plus mystérieux. En multipliant les clins d’œil au faire de l’une ou de l’autre, tant dans le maniement du pinceau que dans la façon de composer, les cinq cousines créèrent une syntonie qui en dit long sur leur désir de s’exprimer à l’unisson.



Marie-Victoire Lemoine, *Portrait de Mlle de Genlis*, collection particulière

EXPOSITION « JE DÉCLARE VIVRE DE MON ART », 1789 DANS L'ATELIER DES SŒURS LEMOINE & CHAUDET
Commissaire de l'exposition : Carole Blumenfeld
Du 10 juin au 8 octobre 2023
Musée Jean-Honoré Fragonard
14, rue Jean Ossola – 06130 Grasse
Entrée libre

#SIAMOAGATA*

LES TÉTINS DE LA RÉSISTANCE

TEXTE CHARLOTTE URBAIN ET
ROBERTA CARCHIOLO, HISTORIENNE DE L'ART

Exposition du 10 juin
au 8 octobre 2023
Musée Jean-Honoré Fragonard

Souvent représentée dans la peinture classique tenant ses deux seins sur un plateau, sainte Agathe, étonnamment peu connue en France, règne en Sicile par sa présence : elle est le symbole de la résistance féminine. Patronne de la ville de Catane, elle fait rempart aux explosions de l'Etna. Son courage et sa force intérieure résonnent dans chaque cœur catanais. Vénérée avec ferveur depuis sa mort en 251 après J.-C., une fête la célèbre chaque année pendant trois jours, du 3 au 5 février. Sa personnalité et sa représentation sociale sont le point de départ de notre exposition de photographies au musée Jean-Honoré Fragonard à Grasse.

SAINTE AGATHE, UNE FEMME DE COURAGE ET DE RÉSISTANCE

À l'heure du mouvement #metoo, alors que la parole de la femme se libère et ose dire tout haut ce qu'elle tait depuis des siècles, sainte Agathe fait figure de pionnière. Jeune chrétienne de famille noble, elle est remarquée pour sa beauté et sa richesse par Quinziano, le consul de Sicile. Seulement, Agathe n'a aucunement l'intention d'accepter ses avances. Comprenant l'hostilité de la jeune fille, il la confie à la matrone Aphrodisias et à ses neuf filles « très corrompues », pour l'initier à la luxure. Sans succès : Agathe continue de lui résister. Devant son obstination inacceptable et humilié dans son amour-propre, le consul ordonne qu'elle soit torturée jusqu'à l'amputation de ses seins, martyre qu'Agathe supporte avec un courage inébranlable, digne en cela des valeurs viriles qu'on prête au stoïcisme. « Castrée »

de ses attributs féminins, privée à jamais d'une possibilité de maternité, elle est jetée en prison. Pendant la nuit, saint Pierre vient la soigner. Le lendemain, à la vue des blessures cicatrisées, Quinziano ordonne qu'elle soit roulée sur des éclats tranchants et des charbons ardents, et c'est alors, au moment de ce second supplice, que « Catane est secouée par la véhémence d'un tremblement de terre ». La population se soulève et Quinziano s'échappe avant de finir noyé dans la rivière Simeto. Au bout de ses forces, Agathe succombe à ses blessures le 5 février 251.

* « Nous sommes Agathe. »

→ *Sant'Agata di Catania*, TVBOY





L'ACCESSION AU SAINT DES SEINS

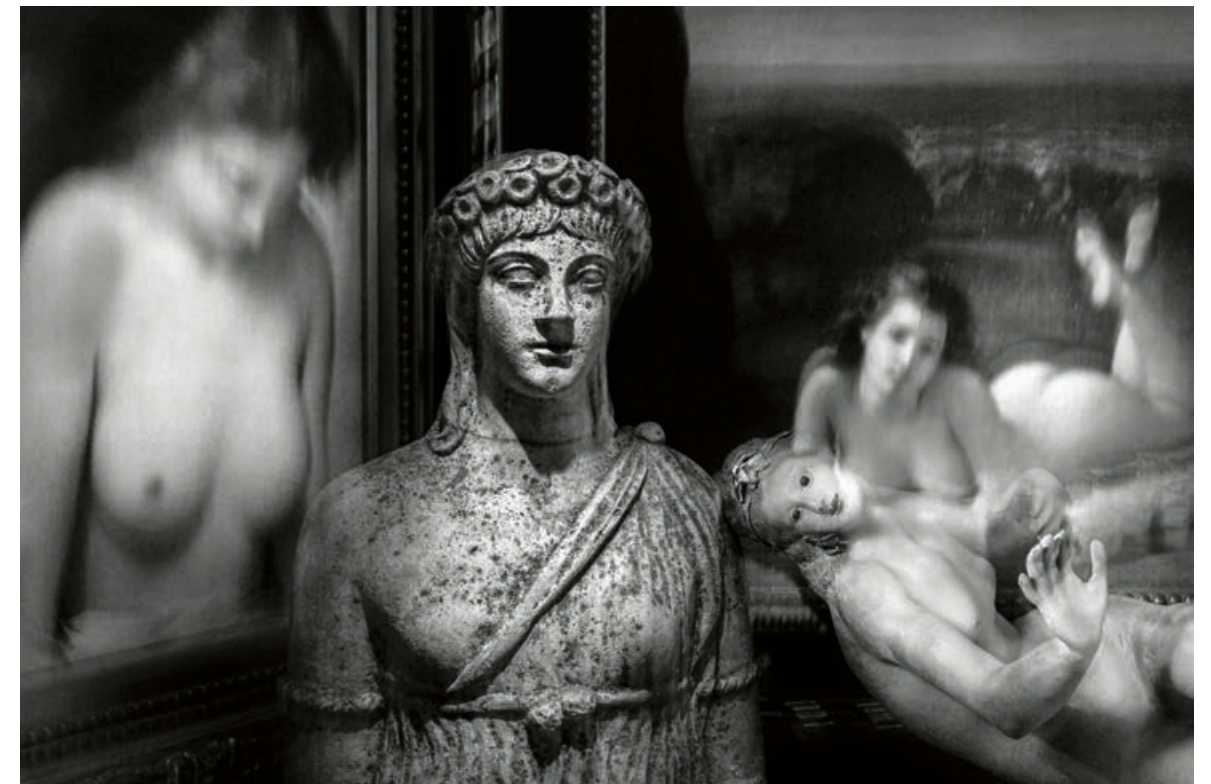
Son aura populaire et sa déclinaison culinaire (une pâtisserie en forme de sein d'un blanc immaculé, surdosée en sucre et rehaussée d'un téton en fruit confit, qui se déguste dans tous les salons de thé traditionnels) font que la figure d'Agathe est partout présente en Sicile, particulièrement dans la ville de Catane, qu'elle protège des forces telluriques. Contrairement aux autres saintes de la chrétienté, Agathe ne porte pas la parole divine. Sa foi est intérieure et personnelle, elle ne prêche pas mais défend le droit de disposer de son corps comme elle l'entend. Devant l'homme de pouvoir, le représentant de la puissance publique, elle ne cède pas, quitte à tout perdre, jusqu'à la vie. À la barbarie du consul, elle répond par le courage et la fermeté de ses principes. Les représentations picturales de sainte Agathe aux XVI^e et XVII^e siècles la mettent souvent en scène avec ses deux tétons sur un plateau, comme une offrande tragique, la preuve irréfutable de la terrible violence faite aux femmes. Féministe ? Indépendante ? Courageuse ? De nos jours encore, sa figure continue d'inspirer les artistes.

Alors que la place de la femme dans la société est questionnée à grands cris de colère, et parfois aussi avec radicalité (c'est en exhibant leurs seins nus que les membres du groupe ukrainien Femen portent leurs revendications), l'exposition #SIAMO AGATA (« nous sommes Agathe » en italien) propose une pluralité d'interprétations et réinterprétations, qui sont autant de sujets de réflexion. En interroquant *a novo* la figure cultuelle et culturelle de leur sainte, les photographes siciliens insistent sur l'image politique de la résistante au destin singulier. Sur le flanc volcanique de nos sociétés contemporaines, Agata se dresse, majestueuse, dans une éternelle actualité.

EXPOSITION #SIAMOAGATA
Commissaire de l'exposition : Charlotte Urbain
Du 10 juin au 8 octobre 2023
Musée Jean-Honoré Fragonard
14 rue Jean Ossola - 06130 Grasse
Entrée libre

← *Agata is you*, Egidio Liggera

✓ *Fertilità*, Gaetano Gambino



PAÏSAN.O PAYSAN.NE.S

TEXTE EVA LORENZINI & CLÉMENT TROUCHE
PHOTOGRAPHIE PATRICK TROUCHE
COSTUMES ODILE PASCAL

« PARCOURANT LES COLLINES
ET LES CHEMINS DE TERRE
À DOS D'ÂNE OU DE MULE,
PIEDS NUS OU EN SABOT,
POUR REJOINDRE LES VILLES
LES PLUS PROCHES (...). »





EXPOSITION PAÏSAN.O
Du 8 avril au 8 octobre 2023
Musée provençal du costume et du bijou
2, rue Jean-Ossola – 06130 Grasse
Entrée libre

Au printemps 2023, le Musée provençal du costume et du bijou engage un projet d'exposition célébrant les récoltes, les moissons, la nature et les paysans de la fin du XVIII^e au début du XX^e siècle. Baignée d'eau et de soleil, la Provence est une terre fertile où fruits, légumes, céréales et fleurs se cultivent en toute saison. L'existence des paysans – étymologiquement, « les gens du pays » – est rythmée depuis l'Antiquité par les activités agricoles et les soins aux animaux. Au fil des siècles, leur mode de vie ne change guère, mais, au lendemain de la Révolution française, diverses innovations techniques font progresser l'agriculture et transforme profondément l'activité paysanne. Toutefois, la vie campagnarde évolue plus lentement : tandis que la République impose aux paysans de parler français au détriment des dialectes et langues locales, les particularismes régionaux se renforcent. L'habit provençal, avec ses codes et fonctions sociales spécifiques, connaît alors son âge d'or.

Sous l'influence d'Émile Loubon, son instigateur, l'école picturale provençale, aussi appelée « école de Marseille », s'attache à dépeindre cette terre paysanne. Loubon se forme auprès des maîtres de l'école de Barbizon qui marquent profondément sa vision du paysage, caractérisée par l'observation en plein air d'une nature sauvage et vraie. De retour à Marseille, il enseigne ces préceptes à l'école des Beaux-Arts et fonde un salon dont la réputation gagne jusque Paris. À sa suite, Marius Engalière, Vincent Courdouan, Paul Guigou, Pierre Grivolos, Philippe Marbeau, Théodore Jourdan, Théophile Mayan et bien d'autres dessinent et peignent tous les visages de la Provence.

Parallèlement, le jeune Frédéric Mistral né à Maillane, entre Arles et Avignon, crée un cercle de poètes et écrivains, le Félibrige, qui se pose en héritier des troubadours du Moyen Âge. Cette école littéraire s'emploie à chanter les louanges d'une Provence idéale. Littérature, peinture et politique y œuvrent de concert, les mouvements régionalistes répondant à l'industrialisation du pays qui va de pair avec la diffusion des modes et nouveautés parisiennes. Dans les années 1850 à 1880, le courant réaliste en peinture prend pour sujet la vie rurale ; que l'on songe à *L'Angélus* ou aux *Glaneuses* de Millet ou à telle autre scène paysanne de Courbet.

Bergères, paysannes, filles des mas et des bastides en jupes rayées, coiffées de larges chapeaux de feutre noir, deviennent les modèles favoris de l'atelier de Loubon. Parcourant les collines et les chemins de terre à dos d'âne ou de mule, pieds nus ou en sabots, pour rejoindre les villes les plus proches afin d'y vendre leurs récoltes, leurs bêtes ou le fruit de leur travail, elles deviennent aussi héroïnes littéraires, à l'instar de la jeune Mireille.

Malheureusement, rares sont les costumes populaires qui soient parvenus jusqu'aux vitrines des musées. Portés le plus souvent jusqu'à l'usure, remployés, transformés, ils semblent en outre ne pas présenter d'intérêt pour ceux qui en héritent ou les détiennent. Pourtant, même très usagés ou rapiécés, et pour cette raison même, ils sont des éléments de langage extraordinaires, portant les traces du temps passé à travailler, les stigmates d'une vie rythmée par la nature. Les collections des musées Fragonard sont riches de ces costumes populaires venus des quatre coins de la Provence. À travers ces tenues parfois peu communes, hommes et femmes affirmaient leur appartenance à un village, une ville ou une région, un métier ou une religion, selon les codifications sociales en vigueur.



Les matières premières qu'offre la nature sont les plus couramment mises en œuvre dans le vestiaire populaire : toiles de lin, de chanvre, de genêt, de laine assez grossièrement tissées, mais aussi colorants et teintures naturels. Le goût pour les tissus imprimés, dits indiennes, persiste dans la Provence rurale quand la ville se pare de son côté de matières nouvelles. Formes et coupes du vêtement campagnard, tout en reflétant les aspirations d'une jeunesse en quête de vie et de mouvement, s'adaptent aux gestes et aux besoins des travailleurs. On est loin des corsets rigides et des queues-de-pie de la bourgeoisie citadine.

Le Musée provençal du costume et du bijou met en scène ces tenues paysannes en regard d'œuvres de l'école provençale du XIX^e siècle et d'un travail photographique *in situ* de tableaux vivants, composés à partir de costumes populaires provenant de collections privées. Une démarche tout en écho qui fait sens dans une région où le vêtement traditionnel constitue un élément vivant du patrimoine au XXI^e siècle.

COMPLÈTEMENT PIQUÉ

L'ART DE GENNARO SARAO

TEXTE EVA LORENZINI & CLÉMENT TROUCHE
PHOTOGRAPHIE GALERIE KUGEL



Fidèles au goût de Jean-François Costa pour l'art et l'artisanat d'exception du XVIII^e siècle en France et sur le pourtour méditerranéen, ses filles Anne, Agnès et Françoise poursuivent d'année en année l'enrichissement des collections patrimoniales de la Maison. C'est ainsi qu'elles ont fait l'acquisition d'un coffret de très belle facture, objet rare offrant toutes les qualités requises pour dialoguer avec les œuvres des différents musées Fragonard.

À Naples, dans la première moitié du XVIII^e siècle, l'écaille, la nacre et l'or – matériaux universellement considérés comme précieux – sont combinés d'une manière unique, selon une technique étonnante appelée « piqué ». Les objets luxueux ainsi réalisés, entre 1720 et 1760, portent de magnifiques décors d'arabesques s'inspirant des dessins du célèbre ornementaliste Jean Berain. Si la marqueterie d'écaille se développe alors en Europe, principalement en France, en Allemagne et dans les Flandres, Naples semble néanmoins dominer par la qualité d'exécution et la richesse des compositions. Charles de Bourbon, monté sur le trône de Naples en 1734, fait de sa cour l'une des plus resplendissantes et cosmopolites d'Europe ; à sa suite, son entourage, ses visiteurs puis de nombreux amateurs passent commande aux artisans du royaume de divers objets en piqué.

Le Musée archéologique de Naples conserve des objets antiques en écaille mis au jour à Pompéi, en dépit de la fragilité du matériau. Leur usage est mentionné dans les écrits de Plinie qui attribue à un certain Carvilius Polion, vers 80 avant J.-C., l'invention du mobilier plaqué d'écaille. Avant même les fouilles d'Herculanum et Pompéi au milieu du XVIII^e siècle, la Renaissance avait remis au goût du jour cette matière luxueuse et les carapaces de tortues marines commençaient de prendre place dans les collections de *naturalia* et les cabinets de curiosités, aux côtés de crocodiles naturalisés et autres dents de narval supposées provenir de licornes.

À propos des objets napolitains en marqueterie, Alexis Kugel, dans son catalogue *Complètement piqué. Le fol art de l'écaille à la cour de Naples*, indique que « l'écaille finement plaquée sur des meubles ou des objets devient presque transparente et [que] sa couleur

est artificiellement accentuée au revers par un pigment rouge ou des paillons argentés ou dorés qui réfléchissent la lumière ».

La nacre blanche utilisée à Naples est prélevée sur la paroi interne d'une coquille de mollusque pêché dans l'océan Indien. Minérale et organique, elle tire ses reflets irisés de la superposition de fines couches présentant des indices de réfraction différents. Elle est considérée comme matière précieuse dès l'âge du Bronze et son aspect laiteux sera plus tard associé aux vertus maternelles de la Vierge Marie.

L'art du piqué napolitain met en œuvre des matériaux généralement précieux comme l'argent, mais le coffret acquis par Fragonard, exceptionnel à plus d'un titre, a été réalisé en or.

Alexis Kugel explique que les artistes appelés *tartarugari*, dont le plus célèbre fut Giuseppe Sarao – auteur présumé du coffret –, perfectionnent le procédé de la soudure et du moulage de l'écaille, gardé secret, au moyen d'eau bouillante et d'huile d'olive. Aussi l'incrustation de l'or et de la nacre découpée en lamelles de moins de un millimètre d'épaisseur se fait-elle dans l'écaille amollie. Cette technique autorise la création de formes extravagantes sur lesquelles se déploient des décors d'une grande richesse, parfois non dépourvus d'humour.

Le coffret comprend six flacons identiques en cristal taillé, fermés par des bouchons en bronze doré à motifs floraux. Il est doublé à l'intérieur d'une étoffe de soie rouge à galon doré comme les compartiments recevant les flacons. Le couvercle et les quatre faces sont décorés de paysages de ruines, inscrits dans un cadre d'inspiration rocaille, composé de rinceaux, de volutes, d'écailles et de résilles. Le fermoir et la serrure, eux-mêmes d'un dessin contourné, sont finement travaillés.

BIBLIOGRAPHIE :
Alexis Kugel, *Complètement piqué. Le fol art de l'écaille à la cour de Naples*, éditions Monelle Hayot, 2018, cat. 38.

← Coffret à six flacons à décor de paysages attribué à Gennaro Sarao, Naples, vers 1745-1755
Écaille piquée d'or et de nacre, cristal, bronze doré
H. 14,5 ; l. 20,4 ; prof. 17,3 cm
Chaque flacon : H. 12 ; l. 6,2 ; prof. 4,7 cm
Collection du musée du Parfum Fragonard

BOÎTES BERGAMOTES

AUX XVIII^e ET XIX^e SIÈCLES



✓ Bergamotes, XVIII^e siècle, collection
du musée du Parfum Fragonard

Situé au cœur de l'usine historique Fragonard à Grasse, le musée du Parfum présente au public une collection unique et précieuse d'une centaine de boîtes bergamotes. Ces objets de charme, qui font la joie de leurs collectionneurs, constituent un aspect important du patrimoine grassois des XVIII^e et XIX^e siècles, au même titre que les cuirs ou que la parfumerie qui demeure aujourd'hui le seul secteur en activité.

TEXTE EVA LORENZINI & CLÉMENT TROUCHE
PHOTOGRAPHIE BERNARD TOUILLON

Sous la Régence et durant le règne de Louis XV, dont la cour est appelée « la cour parfumée », les élégants ont un goût prononcé pour les petites boîtes décorées. Dans la région de Grasse, où les bergamotiers sont cultivés pour la parfumerie, les artisans s'emploient à utiliser l'écorce très parfumée du fruit pour fabriquer des petites boîtes et des statuettes. Les gantiers- parfumeurs, asphyxiés par les taxes sur le cuir, inventent alors un marché nouveau. L'écorce est détachée du fruit, retournée, trempée puis mise à sécher sur un support qui peut avoir différentes formes. Une fois rigide, elle est recouverte d'un habillage en carton bouilli, mâché ou carton-pâte, enduite d'un mélange de colle, de craie ou de plâtre. Le tout reçoit une gaze puis un enduit au blanc de Meudon et de colle. Une fois sec et poncé, l'objet est prêt à recevoir un décor peint et verni. Par extension, la boîte réalisée avec l'écorce du fruit va porter le nom commun de « bergamote ». La production de Grasse, certainement la plus élégante depuis les années 1720-1730, se diffuse principalement à l'occasion de la célèbre foire de Beaucaire.

De petite taille par nature, les boîtes sont destinées à abriter des poudres parfumées, bonbons, tabac à priser, bijoux, rubans ou menus souvenirs. Rectangulaires, rondes ou ovales, plates ou bombées, elles prennent volontiers la forme d'un cœur, d'une navette, d'un panier, ou de personnages. Elles s'offrent pour Noël, le jour de l'an, comme présent amoureux qu'accompagne parfois un message galant. Les bergamotes sont ornées de délicats paysages peints, de rocailles, de scènes de genre. Elles peuvent se parer d'attributs,

tels que des instruments de musique, d'animaux, de sujets religieux, avec des effigies de saints, ou profanes, avec des portraits de souverains. Même dans la production tardive du XIX^e siècle, leur style demeure celui du siècle précédent. Deux d'entre elles, qui sont des acquisitions récentes, hautes de quelque dix centimètres, représentent des jeunes femmes en costumes. Dans une attitude galante, elles inclinent un visage tantôt timide et tantôt rêveur, en coiffe et portant un chapeau plat, leurs paniers de fleurs aux bras ou posé à leurs pieds.

Certaines boîtes, plus importantes par le volume, viennent de Venise, boîtes à perruques ou coffrets. Elles sont d'une exécution différente. Le décor extérieur est constitué de découpages de figurines en papier collés sur des fonds colorés puis vernis selon la technique de la marqueterie de papier qui relève de l'« arte povera », ou « lacca povera ». L'intérieur quant à lui présente un aspect des plus raffinés. Les écorces des bergamotes sont découpées en arabesques et en volutes, avant d'être collées sur des fonds peints très contrastés. Le coffret acquis par Fragonard en est l'un des spécimens les plus éblouissants par la qualité du décor, tant externe qu'interne. De petites scènes pastorales et populaires s'inscrivent dans des paysages sur les tranches, tandis qu'une scène de jeu de dimension plus importante, composée de neuf personnages, occupe tout le couvercle dans un décor polychrome de fantaisie. Grassoises ou italiennes, ces boîtes portent en elles le goût d'un temps certes révolu, mais avec leur teinte inimitable où semble emprisonné un rayon de soleil, elles reflètent aussi la lumière et le doux parfum de la Méditerranée.



LA ROBE

DE MADAME
DE MONISTROL

TEXTE EVA LORENZINI & CLÉMENT TROUCHE

Robe à la française présumée
de madame de Monistrol
Vers 1760-1765

Acquise en 2021 par la maison Fragonard pour l'un de ses musées, cette robe à la française provient d'une vente aux enchères exceptionnelle : celle de la garde-robe de la famille de Monistrol, dont les deux figures les plus illustres furent membres de la Compagnie des Indes. Originaires de Haute-Loire, les Monistrol établissent en Bretagne leur négoce de produits métallurgiques. André de Monistrol (1689-1744) est employé en 1720 aux magasins de la Compagnie des Indes à Lorient. Sa réussite professionnelle et sociale – il est directeur des Postes, conseiller du roi puis, en 1742, député aux états de Bretagne – assoit solidement la position de sa famille. Son fils Julien Louis (1730-1791) lui succède en 1765 à la direction des Postes, avant de passer contrôleur des ventes de la Compagnie. Chaque année, en octobre, se tiennent alors de grandes ventes dont la ville détient le monopole depuis 1733. Parmi les marchandises les plus prisées, les porcelaines et soieries de Chine, les broderies chinoises, les mousselines et les indiennes des Indes attirent une clientèle en quête d'exotisme venue de toute l'Europe, dont Julien Louis de Monistrol en personne : « En 1761 [il] achète pour lui-même un meuble d'indienne des Indes pour la somme considérable de 950 livres », peut-on lire dans le catalogue qui accompagnait la vente du 30 novembre 2021. « Ce goût le porte aussi vers une veste d'habit en pièce aux broderies dorées étincelantes probablement commandée aux ateliers de Canton. À cette époque il est considéré comme l'homme le mieux habillé de Lorient. La robe à la française en taffetas chiné à la branche, peut-être portée par sa première épouse, disparue en 1769, et un habit bleu brodé de guirlandes de fleurs évoquent aussi les lointains comptoirs d'Asie. Avec la dissolution de la Compagnie des Indes orientales en 1769 et l'ouverture du commerce à l'armement privé, Julien Louis de Monistrol poursuit pour son compte le commerce avec l'Orient. Il possède alors l'une des plus grosses fortunes de Lorient et s'affiche dans de luxueux habits au goût du jour dont l'un d'un rose éclatant aux broderies raffinées. » Cette robe à la française a été taillée dans

un taffetas « chiné à la branche », dans les années 1760. Il s'agit d'un procédé de teinture et de tissage, très en vogue au XVIII^e siècle, qui s'inspire des toiles de Majorque, des draps à la chinoise italiens et des ikats asiatiques. Le fil de chaîne est d'abord teint de toutes les couleurs mises en œuvre à des intervalles très précis, de façon que, lors du tissage, la juxtaposition des fils et de leurs couleurs fasse apparaître progressivement les éléments du dessin selon une mise en carte préalable. Dans un deuxième temps, les groupes de fils, appelés « branches » ou « flottes », sont adroitement ligaturés afin d'empêcher leur coloration à certains endroits, avant d'être plongés dans les bains de teinture successifs. Une fois le fil de chaîne monté sur le métier à tisser, l'on procède au tissage avec un fil de trame d'une seule couleur. Les petits déplacements des fils qui s'enroulent autour des bobines, associés à la teinte aléatoire de la chaîne, créent un effet flammé, aux contours imprécis et comme vacillants, dégradé dans le sens vertical. Cette technique de tissage est utilisée aussi bien en Indonésie qu'en Amérique centrale et du Sud, en Ouzbékistan, en Inde, au Japon et dans d'autres pays sud-asiatiques. L'échelle de cette étoffe, à décor de torsades de fleurs et de rubans à carreaux simulés, est tout à fait remarquable. Le manteau à grands plis plats dans le dos dit « à la Watteau » ainsi que les manches en pagodes volantées sont garnis de falbalas bouillonnés de la même étoffe, festonnés à l'emporte-pièce et poinçonnés, tandis que le corsage est doublé de toile de lin crème à compères lacés (éléments du manteau de robe qui permettent de fermer ce dernier sur le devant au niveau du corset). La robe complète comporte une pièce d'estomac ornée, bordée d'un passepoil de taffetas vert. Le jupon est décoré d'un volant coordonné en partie apparent. Il est permis d'appréhender la personnalité de sa première propriétaire, le contexte familial et social dans lequel celle-ci évoluait nous étant en partie connu, et c'est dans cet esprit que le musée du Costume présentera prochainement la robe au public.



MOUSTIERS-SAINTE-MARIE L'AUTHENTICITÉ EN HÉRITAGE

TEXTE [ALEXANDRE MAHUE](#)
ILLUSTRATION [ALICE GUIRAUD](#)

Protégé par les contreforts des Préalpes, baigné par les eaux turquoise du Verdon dont les gorges grandioses tirent leur révérence dans le lac de Sainte-Croix, le village de Moustiers-Sainte-Marie est sans conteste l'un des plus beaux de Provence. Dans ce site incomparable, accrochée à flanc de falaise, la vieille cité se dévoile après un voyage à travers vallons et plateaux, embaumés de lavandin et ombragés de bosquets où s'entremêlent pins et chênes truffiers. Aujourd'hui comme hier, dans cette campagne sauvage et parfumée, elle ne se découvre qu'au détour d'une petite route qui conserve l'esprit des chemins d'Ancien Régime. Pendant cette période glorieuse, la bourgade connut un âge d'or grâce à une activité artistique que ses habitants portèrent à son plus haut degré d'excellence, la faïence.

Du Grand Siècle à l'Empire, chargées à bord de charrettes garnies de paille, des malles débordant de pièces de toutes sortes exportèrent un art de vivre délicat à travers les sentiers caillouteux

de Provence. En contrepoint des traditionnels plats, assiettes et pots à pharmacie, les appellations des formes contiennent tout un monde : légumiers, terrines, soupîères, bouillons, rafraîchissoirs, bannettes, drageoirs, aiguïères, saupoudreuses, boîtes à épices et pots à crème... La virtuosité de leurs décors séduit alors toutes les couches de la société, depuis les pièces laissées dans la pureté de leur émail immaculé, jusqu'aux motifs flamboyants savamment inspirés de l'ornemaniste Jean Berain où draperies, bustes et colonnes font de chaque création un théâtre subtil. Des étals de la foire de Beaucaire jusqu'aux grandes tables parisiennes, la variété des faïences façonnées à Moustiers éblouit tous ceux qui souhaitent allier fantaisie et raffinement. Ici, d'élégantes initiales consacrent l'union d'un jeune marquis d'Aix et d'une belle Arlésienne, là-bas d'opulentes guirlandes fleuriront le couvert d'une famille de parfumeurs grasseois. À la table des bons vivants, les « grotesques » déclinent des personnages

aussi drôles que facétieux, tandis que les décors au chinois dévoilent une société empreinte de grâce et d'exotisme.

Parmi les quelques rares céramistes à persévérer dans cet art exigeant, le destin d'une famille fait singulièrement écho aux grandes heures d'autrefois. Faïenciers d'exception, les Bondil sont héritiers de ces fabricants de jadis, modelant, tournant, émaillant et décorant encore leurs créations à Moustiers même, où la famille est enracinée comme le sont les vieux oliviers des restanques qui abritent leur atelier. Doyenne de cette lignée, Reine continue de veiller sur la fabrique fondée aux côtés de son époux, Jean-Pierre. Inlassablement, elle perpétue en tous points ce sens du détail qui honorait en d'autres temps les fabricants du village dont les noms résonnent désormais dans les plus grands musées : Clérissy, Olérys, Fouque ou bien Ferrat. Isabelle, sa fille, a su donner à la maison un élan personnel et un souffle de modernité qui séduit tous ceux pour qui les arts de la table sont une fête. Veillant amoureusement sur cette histoire pluriséculaire, mère et fille redonnent vie à des pièces méconnues qui s'invitent dans les intérieurs les plus audacieux. L'expérience précieuse de leurs peintres décorateurs, atteignant pour certains près de quarante années de pratique, fait de chacune des pièces qui sortent de l'atelier un privilège pour celui qui les reçoit.

Sur une placette d'un autre temps, en face de leur boutique au charme discret, Reine et Isabelle nous emmènent dans une demeure secrète qui garde la magie de cette époque bénie. Il s'agit de la maison qu'une famille de magistrats moustiérains, les Clappier, occupa de la fin du XVI^e siècle jusqu'en 2019. Restées intactes, ses enfilades de salons et de chambres à alcôve nous entraînent dans l'intimité d'une société pour qui l'art de recevoir fut un véritable plaisir. En témoigne la salle à manger de la bâtisse, où trône une spectaculaire armoire de présentation (vers 1750), destinée à former l'écrin des faïences de la table familiale. Pendant que le soleil caresse les pampilles des lustres, de délicates gypseries contrastent avec les boiseries de noyer aux panneaux moulurés. Les cheminées de marbre y répondent aux cheminées en plâtre façonné et, parmi les trésors que les siècles ont transmis, un rarissime ensemble de toiles peintes à l'huile représente la société provençale au temps de Louis XV. Au milieu de ramages de fleurs des Indes rappelant les cotons imprimés du temps, personnages, animaux et édifices

illustrent une Provence oubliée. Dépositaire de pans entiers de cette mémoire, le Musée provençal de Château-Gombert à Marseille, second musée d'ethnographie de la région après le Museon Arlaten, a investi les lieux pour leur redonner vie. Une sélection de meubles, de tableaux, de faïences et de textiles anciens restitue chaleureusement le cadre de vie d'une famille au XVIII^e siècle.

À l'aplomb de cette vénérable demeure se cache l'explication du village lui-même : la chapelle Notre-Dame-de-Beauvoir, l'un des lieux de pèlerinage les plus fréquentés de la région et que les Clappier sauvèrent des outrages de la Révolution. Pour atteindre ce sanctuaire millénaire, des calades sans âge servent de tapis au visiteur, qui y parvient à travers un chapelet de cyprès et d'oratoires défiant le temps. La dorure de son autel baroque et les eaux cristallines des cascades voisines reflètent une vieille étoile de fer forgé. Suspendue à une puissante chaîne, elle domine depuis plusieurs siècles ce site inspirant. Souvenir de croisade ou bien ex-voto, l'origine de la mystérieuse étoile de Moustiers-Sainte-Marie demeure une énigme pour tous ceux qui tentèrent d'en percer le mystère. Cela vaut peut-être mieux. En Provence, ne suffit-il pas d'une étoile pour dorer l'horizon ?



Reine et Isabelle Bondil

SOUS L'ÉTOILE DE MOUSTIERS

Haut lieu historique de la faïence, la ville de Moustiers-Sainte-Marie offre à notre équipe Fragonard un cadre authentique pour notre nouvelle collection Provence. Accueillis par la famille Bondil, célèbres faïenciers, dans leur maison au charme d'antan tapissée de papiers peints originaux, Céline, Léna, Sabrina et Jean se sont parés des plus beaux motifs provençaux. Ils les ont sublimes sous l'œil bienveillant de l'étoile de Moustiers accrochée entre les hauts escarpements rocheux qui dominent le village.

TEXTE JOSÉPHINE RICHARD
PHOTOGRAPHIE VICTOIRE LE TARNEC
MAQUILLAGE AURELE LEBACLE

Jean porte la veste *Élie Provence*
en toile de coton imprimée, 110 €





▮ Sabrina porte la blouse *Adelina Nais*
et le pantalon *Gabriel Nais* en rayonne
imprimée, 80 € et 85 €



▮ Céline porte la blouse *Diane Provence*
et le pantalon *Gabriel Provence* en coton
imprimé, 60 € et 65 €



↑ Léna porte la blouse *Margot Antique*
en viscose imprimée, 180 €

→ Jean porte la chemise *Fleurs et Blés*
en coton imprimé, 65 €

PARIS MUSÉE DU PARFUM OPÉRA 3-5, Square de l'Opéra Louis Juvet 75009 Paris T. +33 (0)1 40 06 10 09 MUSÉE DU PARFUM CAPUCINES 39, bd des Capucines 75002 Paris T. +33 (0)1 42 60 37 14 MUSÉE DU PARFUM SCRIBE 9, rue Scribe 75009 Paris T. +33 (0)1 47 42 04 56 BOUTIQUE CARROUSEL DU LOUVRE 99, rue de Rivoli 75001 Paris T. +33 (0)1 42 96 96 96 BOUTIQUE SAINT-HONORÉ 207, rue Saint-Honoré 75001 Paris T. +33 (0)1 47 03 07 07 BOUTIQUE MARAIS 51, rue des Francs-Bourgeois 75004 Paris T. +33 (0)1 44 78 01 32 FRAGONARD RIVE GAUCHE 196, bd Saint-Germain 75007 Paris T. +33 (0)1 42 84 12 12 FRAGONARD HAUSSMANN 5, rue Boudreau 75009 Paris T. +33 (0)1 40 06 10 10 BOUTIQUE BERCY VILLAGE Chai n°13, Cours Saint-Émilien 75012 Paris T. +33 (0)1 43 43 41 41 BOUTIQUE MONTMARTRE 1 bis, rue Tardieu 75018 Paris T. +33 (0)1 42 23 03 03	GRASSE USINE HISTORIQUE 20, bd Fragonard 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 44 65 MUSÉE JEAN-HONORÉ FRAGONARD 14, rue Jean Ossola 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 02 07 MUSÉE PROVENÇAL DU COSTUME ET DU BIJOU 2, rue Jean Ossola 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 91 42 FABRIQUE DES FLEURS Les quatre Chemins 17, route de Cannes 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 77 94 30 BOUTIQUE PARFUMS 2, rue Jean Ossola 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 91 42 BOUTIQUE MAISON 2, rue Amiral de Grasse 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 40 12 04 BOUTIQUE CONFIDENTIEL 3-5, rue Jean Ossola 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 40 62 PETIT FRAGONARD 10, rue Jean Ossola 06130 Grasse T. +33 (0)4 93 36 51 51 AIX-EN-PROVENCE BOUTIQUE 13, rue du Maréchal Foch 13100 Aix-en-Provence T. +33 (0)4 42 20 41 41	ARLES BOUTIQUE 7-9, rue du Palais 13200 Arles T. +33 (0)4 90 96 14 42 MAISON D'HÔTES Impasse Favorin 13200 Arles T. +33 (0)4 74 82 65 27 AVIGNON 20, rue Saint-Agricol 84000 Avignon T. +33 (0)4 90 82 07 07 CANNES BOUTIQUE 103, rue d'Antibes 06400 Cannes T. +33 (0)4 93 38 30 00 BOUTIQUE 11, rue du Docteur Gazagnaire 06400 Cannes T. +33 (0)4 93 99 73 31 ÈZE-VILLAGE USINE-LABORATOIRE 158, avenue de Verdun 06360 Èze-Village T. +33 (0)4 93 41 05 05 BOUTIQUE 2, place de la Colette 06360 Èze-Village T. +33 (0)4 93 98 21 50 MARSEILLE BOUTIQUE Les Voûtes de la Major 20, quai de la Tourette 13002 Marseille T. +33 (0)4 91 45 35 25 NICE BOUTIQUE 11, cours Saleya 06300 Nice T. +33 (0)4 93 80 33 71	SAINT-PAUL-DE-VENCE BOUTIQUE Chemin Sainte-Claire 06570 Saint-Paul-de-Vence T. +33 (0)4 93 58 58 58 SAINT-TROPEZ BOUTIQUE 7, place Croix de Fer 83990 Saint Tropez T. +33 (0)4 94 56 15 15 AÉROPORTS & GRANDS MAGASINS BOUTIQUE FRAGONARD Aéroport Nice Côte d'Azur Terminal 2 CORNERS FRAGONARD Aéroport Roissy-Charles de Gaulle Terminaux A, C, E et F Aéroport Marseille Provence Terminaux 1 et 2 La Samaritaine 9, rue de la Monnaie 75001 Paris
--	---	---	---



www.fragonard.com
usines-parfum.fragonard.com
musée-parfum-paris.fragonard.com

