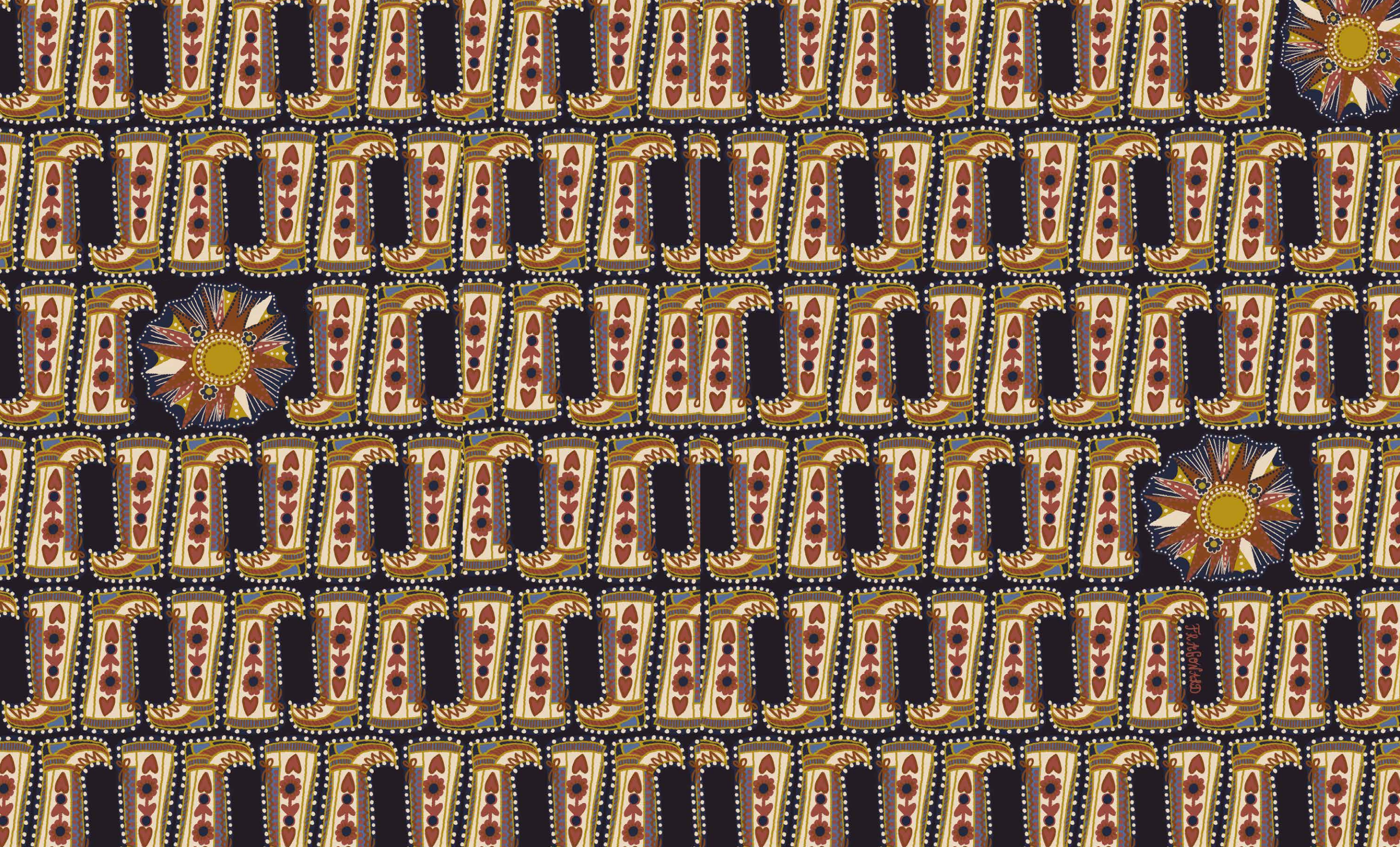
Fragonard
MAGAZINE
№
17



SOMMAIRE

SE METTRE AU PARFUM

P. 05 __ Un Noël finlandais : la collection parfumée
P. 12 __ Actualités
P. 18 __ Denise Savalle, une vie à cent à l'heure
P. 20 __ David Moreno, directeur du développement

S'INSPIRER

P. 23 __ Prix Fragonard de littérature étrangère, 4e édition
P. 27 __ À la frontière du monde
P. 34 __ *Less is finlandais*
P. 39 __ Lumière du Nord
P. 46 __ En sami, Laponie se dit « Sapmi »
P. 48 __ La culture samie, un militantisme revendiqué
P. 50 __ Contes de Laponie

ADMIRER

P. 69 __ Arles, carrefour de la mode et du costume, a son musée !
P. 80 __ Rêve de cachemire
P. 82 __ Monsieur Noguier, enfin retrouvé !
P. 85 __ Esprits de la forêt
P. 99 __ Géographie des odeurs, nouveau territoire d'exploration ?
P. 102 __ De l'osier à l'olivier, naissance d'une création méditerranéenne

FRAGONARD MAGAZINE
AUTOMNE/HIVER 2025
N° 17

COMITÉ DE RÉDACTION DIRIGÉ PAR
Agnès Costa

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION & RÉDACTRICE EN CHEF
Charlotte Urbain

COORDINATION
Joséphine Pichard

DIRECTION ARTISTIQUE
Claudie Dubost

RÉDACTION
Joséphine Pichard
Géraldine Tatard
Charlotte Urbain

CONTRIBUTION
Clément Trouche

PHOTOGRAPHIES
Andrane de Barry
Olivier Capp
François Deladerrière
Stéphane Michel
Anthony Watson

ILLUSTRATIONS
Édith Clarissou
Aurélia Fronty
Alice Guiraud

RELECTURE
Christophe Parant

PHOTOGRAVURE
Megapom, Nice

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 60 000 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.

ÉDITO

Une envie de neige, de nuit polaire et de magie nordique aura guidé notre inspiration pour ce 17e numéro du magazine *Fragonard* automne-hiver 2025. Notre séjour à 300 km du cercle polaire, à la découverte de paysages sublimes, de couleurs exquises, d'aurores boréales fascinantes, dans un paysage rendu lunaire par d'abondantes chutes de neige, fut ponctué de moments inoubliables, que nous tenons à vous faire partager. Pour cela, nous avons convié une artiste finlandaise habitée par les contes et légendes de son pays, Eija Vehviläinen. Elle a développé à votre intention, cher lecteur, une gamme de Noël parfumée à l'*Eau du Bonheur*, senteur mythique de la maison Fragonard.

Avant d'entrer dans la magie de Noël, nous voudrions passer en revue les grandes étapes de notre actualité, qui a vu éclore le musée de la Mode et du Costume à Arles, aménagé par nos prodigieux architectes Karl Fournier et Olivier Marty de Studio KO, sous la houlette de David Moreno, notre directeur du développement, qui n'a pas ménagé sa peine pendant les cinq années de ce chantier compliqué. Vous découvrirez aussi, en avant-première, nos coups de coeur de l'exposition inaugurale « Collection-Collections ». Puis, comme toujours, les actualités Fragonard, les portraits de nos collaborateurs et autres amis associés à notre maison, et le joli sourire de nos équipes qui, une fois de plus, se sont prêtées avec élégance et simplicité aux photos de nos lignes mode et maison.

Bonne lecture !
Anne, Agnès et Françoise Costa

SE METTRE AU PARFUM

UN NOËL FINLANDAIS

Situé à l'extrême nord-est de l'Europe, la Finlande serait, d'après le Wellbeing Research Centre de l'université d'Oxford/ONU, le pays le plus heureux du monde ! Pour sa collection Noël 2025, Fragonard s'est lancé à la recherche de ce bonheur, en invitant l'une de ses plus joyeuses ambassadrices : Eija Vehviläinen. De son trait coloré et épuré, la jeune illustratrice finlandaise a imaginé des patineurs virevoltant sur la glace, des animaux qui se faufilent entre les sapins et des bougies qui réchauffent nos soirées glacées. Place aux espaces infinis du Grand Nord.

Texte — JOSÉPHINE PICHARD & CHARLOTTE URBAIN Photographie — OLIVIER CAPP

LA COLLECTION NOËL 2025

Diffuseur *Cette Nuit-là*

Fermez les yeux et imaginez une forêt d'épicéas, la neige qui craque doucement sous vos pas, dans le ciel, une constellation d'étoiles. Le diffuseur *Cette Nuit-là* emplit la maison d'une atmosphère boisée et mystérieuse.

200 ML, 37 €

Coffret parfum *Eau du Bonheur*

Dans un écrin décoré d'un paysage nordique, se cache la création parfumée l'*Eau du Bonheur*, transformée en eau de parfum dans une version inédite et intense. Accompagnée de son lait pour le corps assorti, cette fragrance est fraîche et solaire, née pour illuminer l'hiver. Bergamote, mandarine et limette se mêlent à la délicatesse du jasmin, du magnolia et du néroli, avant de s'épanouir dans la rondeur boisée du santal et de la vanille.

EAU DE PARFUM 100 ML ET LAIT CORPS PARFUMÉ 100 ML, 55 €

Bougie *Le Feu sous la Glace*

Cannelle vive, orange succulente : un parfum qui crépite comme un feu sur la neige, chaleureux et épicé. Le contraste parfait entre givre et gourmandise.

200 G, 34 €

Bougie *Cette Nuit-là*

La magie boréale en version bougie : *Cette Nuit-là* fait danser la senteur des conifères à la lumière d'un feu de cheminée.

200 G, 34 €

Bougie *Rêve d'Hiver*

Nouveauté de la saison, cette bougie enveloppe la maison d'un parfum de baies rouges et de myrrhe ; l'heureux mariage de jolis petits fruits sous un épais manteau de neige.

200 G, 34 €

Coffret savon *Bonjour Bonheur*

Ce savon parfumé à l'*Eau du Bonheur,* accompagné de son porte-savon assorti, est gravé d'un lapin couleur de neige. Un coffret qui célèbre les petits plaisirs et les grands sourires.

SAVON PARFUMÉ 150 G
ET PORTE-SAVON
14,5 × 10 CM, 24 €

Boîte suspension
Élixir du Bonheur

Une huile d'argan, indispensable élixir de beauté pour le corps et les cheveux, parfumée à l'*Eau du Bonheur*, dans son joli coffret écureuil. À cacher dans les branches du sapin…

HUILE D'ARGAN
100 ML, 35 €

Boîte suspension
Eau du Bonheur

Dans sa petite cabane finlandaise à suspendre, le parfum solide *Eau du Bonheur* à la texture fondante et à l'odeur délicate est un petit cadeau porteur de chance et d'esprit.

PARFUM SOLIDE 10 G,
20 €

Boîte suspension
À toute heure Bonheur

Suspendue à l'arbre de Noël, cette jolie boîte sapin contient une crème mains parfumée à l'*Eau du Bonheur* et une lime à ongles ornée d'un petit miroir.
Un délicat trésor à offrir… ou à garder pour soi.

CRÈME MAINS PARFUMÉE
50 ML ET LIME À ONGLES,
20 €

EIJA VEHVILÄINEN

ILLUSTRATRICE COLORÉE DES FRIMAS FINLANDAIS

Originaire de Suonenkjoki, petite ville du centre de la Finlande, Eija Vehviläinen a grandi au milieu des forêts et des fraises (aux mois de juin et juillet, les champs environnants se couvrent de ce petit fruit rouge et un festival lui est même consacré). Enfant, Eija dessinait déjà, sans ambitionner de devenir artiste, par simple passion. Sa ville natale devenant trop étroite pour son talent, elle part pour Helsinki, une capitale à échelle humaine « qui ne fait pas trop peur », confie-t-elle. Elle étudie le graphisme à l'Art School Maa, école d'art pluridisciplinaire unique en Finlande. Rapidement, elle se tourne vers l'illustration et développe d'année en année un style, une esthétique propre, imprégnée cependant de son pays, de sa culture, de sa nature, de tout ce qui en fait l'originalité.
À Helsinki, Eija vit et travaille dans un quartier autrefois essentiellement ouvrier et très populaire, devenu aujourd'hui le « Portobello » finlandais. Marchés, bars, salles de concert, boutiques vintage, le quartier vibre d'une atmosphère particulière qu'elle affectionne. Lui plaît l'hétérogénéité qui y règne. Lorsque j'évoque avec elle ses « mentors », elle me parle de son enfance bercée par les Moumines, personnages inventés par Tove Jansson, les bonbons Pihlaja en forme de tête de renard et au goût de baies de sorbier, les peintures de Reidar Särestöniemi (1925-1981), figure majeure de l'art finlandais du XX^e^ siècle, originaire de Laponie. De ses études, Eija a retenu les lignes du design finlandais, des lignes franches sans fioritures. Avec les années, elle s'est peu à peu débarrassée du superflu, pour raconter l'essentiel. « Souvent, les personnes sont étonnées d'apprendre que je dessine à la main, que mes œuvres sont réalisées à la gouache le plus souvent, même si j'aime aussi travailler avec la tablette graphique. » Ses personnages sont démesurés avec de toutes petites têtes. Et il ne faut pas y chercher une explication rationnelle, elle les « sent » ainsi. La réalité ne l'intéresse pas, ni la logique d'ailleurs. Ce qu'elle souhaite à travers ses dessins colorés, c'est partager son monde imaginaire, qu'il apporte de la joie. Pour la collection Fragonard, elle s'est évidemment inspirée de sa propre expérience du Noël finlandais : de longues soirées éclairées à la bougie, une nature blanche immaculée, des lumières boréales oscillant entre le vert et le bleu et des petits animaux arctiques. « Cela peut sonner un peu cliché, dit-elle, mais c'est une réalité que tout Finlandais expérimente. » Eija aime le contraste entre l'hiver et le printemps, la nuit polaire interminable (parfois d'ailleurs un peu trop longue) et l'explosion colorée du printemps avec ses journées sans fin. Son trait graphique glorifie le renard polaire, une espèce en danger à cause du changement climatique, les baies rouges qui transpercent la neige épaisse, les aurores boréales qui magnifient de larges ciels étoilés. Après avoir collaboré avec plusieurs grandes marques finlandaises (Marimekko, Hakola, Valio), Eija prête pour la première fois son trait nordique à une parfumerie française, réjouie de voir évoluer sur toute la gamme ses petits protégés.

Nouveau

Nîmes, une nouvelle adresse *Rome-antique !*

Entre Avignon et Marseille, cette ville célèbre pour son patrimoine historique et sa douceur de vivre accueille une nouvelle adresse Fragonard. Surnommée la « Rome française », Nîmes inaugure le 1er juillet 2025 sa toute première boutique Fragonard. Située en face de la Maison carrée et à quelques pas des arènes, ce nouvel établissement s'inscrit parfaitement dans l'esprit de la ville. D'une superficie de 140 m², c'est la 25e boutique de la maison Fragonard, pensée et agencée par l'architecte Antoine Ricardou, co-fondateur des Ateliers Saint-Lazare. Elle se démarque par son élégance grâce au mariage harmonieux entre matières nobles, pièces contemporaines et trésors chinés. Une nouvelle adresse pour découvrir les univers multiples de la maison Fragonard : la parfumerie, l'art de vivre et la mode.

20 rue du Général Perrier,
30000 Nîmes
04 66 05 74 74

Relooking

Fragonard Maison se refait une beauté

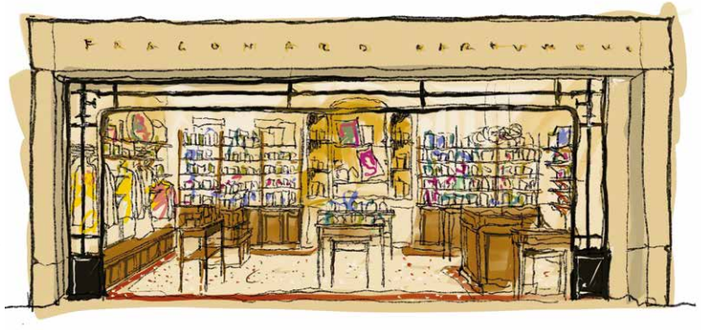
Après la rénovation de nos boutiques Haussmann et Saint-Germain-des-Prés, c'est au tour de notre boutique « maison » à Grasse de se refaire une beauté ! Un écrin réinventé, où le charme authentique de la Provence se marie à une architecture contemporaine : plafonds aux peintures anciennes préservées et lignes épurées… Chaque détail a été pensé pour sublimer l'art de vivre Fragonard. Une métamorphose à (re)découvrir dès maintenant !

2 rue Amiral de Grasse,
06130 Grasse
04 93 40 12 04

Nouveau

Escale ensoleillée à Nice

Depuis juillet 2025, Fragonard accueille les voyageurs dans ses nouvelles boutiques de l'aéroport Nice Côte d'Azur, aux terminaux 1 et 2. Ce nouvel écrin invite à une immersion dans l'univers joyeux et coloré de la Maison : parfumerie, collections textiles et objets pour la maison s'y côtoient dans une atmosphère chaleureuse. L'occasion idéale de se faire un plaisir à glisser dans sa valise ou de trouver un souvenir raffiné à offrir. Une adresse à ne pas manquer pour tous les amoureux de l'art de vivre à la française.



Aéroport Nice Côte d'Azur,
Terminaux 1 et 2,
06200 Nice

Collaboration

Coralie van Caloen × Fragonard, le luxe du savoir-faire belge

Un père flamand et une mère wallonne, Coralie van Caloen grandit à Bruxelles où elle se passionne pour les bijoux dès l'âge de cinq ans. D'aucuns diront que son prénom – ressemblant à « corail » – l'aurait influencée inconsciemment. S'ennuyant le soir en pension, elle fabrique ses premiers bijoux à partir de rocaille, bois et céramique et les vend à son entourage. Elle découvre la relation clientèle, et constitue sans le savoir son futur carnet d'adresses. Sa passion lui donne envie de traverser les continents pour s'inscrire à l'Institut international de gemmologie à Mumbaï (elle y est à l'époque la seule étudiante européenne). Frère miroir d'Anvers, Bombay est l'autre grand centre mondial du commerce des pierres. Elle passera dix ans de sa vie entre l'Inde et la Belgique. En 2009, Coralie s'installe définitivement à Anvers, parfait ses connaissances en gemmologie et fonde sa marque à laquelle elle donne son nom. Son atelier s'installe sur la Vestingstraat, le célèbre quartier des diamantaires depuis le XVe siècle. Au début, elle répond essentiellement à des commandes sur mesure, et est encore l'une des rares à pratiquer la joaillerie forgée qui consiste à fondre l'or, le marteler, le tordre et le souder (contrairement au moulage). Du choix de la pierre à la confection du bijou final, en passant par le dessin et les allers-retours, quatre mois environ sont nécessaires à la réalisation d'une pièce. Seize ans plus tard, la fascination pour son métier est toujours aussi vive. Une fascination qu'elle a transmise à trois femmes formées par ses soins. Unique atelier anversois féminin, fait suffisamment rare pour qu'il soit ici mentionné, car la profession est encore surtout masculine. Pour la première fois et pour la maison Fragonard, Coralie a dessiné quatre paires de boucles d'oreilles inspirées des bijoux provençaux anciens de la collection. Des branches de corail travaillées de manière brute qui évoquent la Méditerranée, une croix provençale dite de Maintenon évoquée subtilement

ou encore des petites boules martelées qui rappellent les boucles arlésiennes. Une édition imaginée pour l'ouverture du musée de la Mode et du Costume à Arles, qui deviendra certainement un intemporel.

Bijoux en vente au musée de la Mode et du Costume à Arles
Ci-dessus : boucles d'oreilles *Esteleja* en laiton doré, 75 €
En haut à gauche : boucles d'oreilles *Couraliero* en laiton doré, 120 €

Coup de cœur

Apis Cera, des bougies à la mode d'antan

Un jour, Charles, webdesigner parisien, achète pour faire un cadeau des bougies à la cire naturelle. Un geste qui, sans qu'il s'en doute alors, décidera pour lui d'une nouvelle vie. Devenu maître cirier, il fonde en 2012 *Apis Cera*, qui signifie « cire d'abeille » en latin. Treize ans plus tard, il installe son atelier à Agay dans le Var, sur la mer, au pied du massif de l'Esterel. Lorsque s'ouvre la porte de cette ancienne maison de maître, une délicieuse odeur de miel s'en échappe. Ici, chaque bougie est réalisée à la main : la mèche est tressée avec du fil de coton et la cire d'abeille 100 % naturelle est façonnée manuellement.

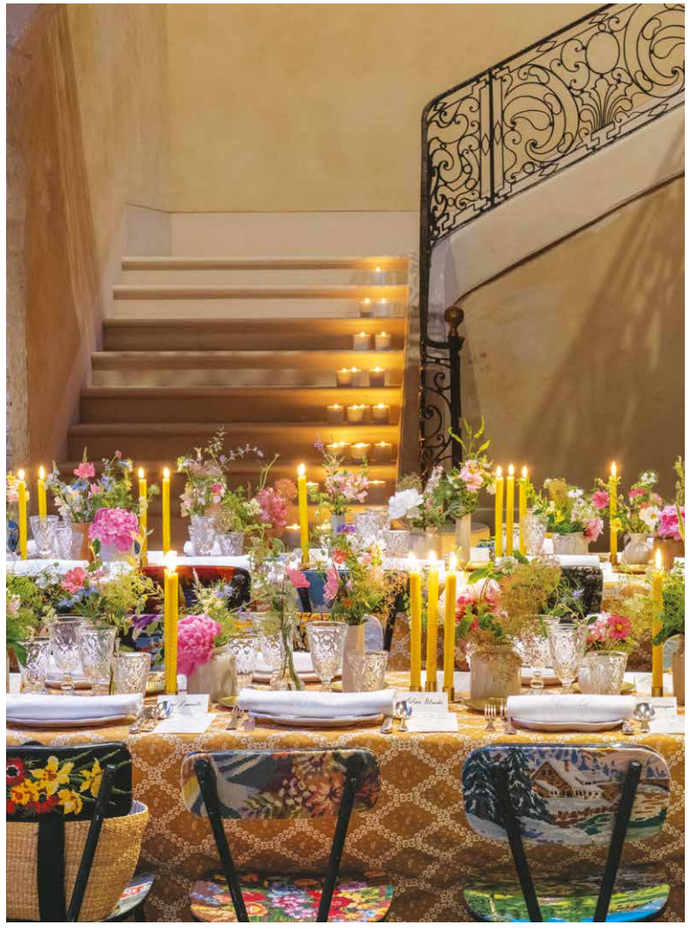


Table dressée pour un dîner au musée de la Mode et du Costume à Arles, mai 2025

Pour la fabrication, Charles sillonne les routes de Provence, en quête de la précieuse matière recueillie auprès des apiculteurs locaux. Chaque année, c'est pas moins d'une tonne de cette pâte couleur de soleil qu'il utilise pour réaliser ses bougies, mais aussi ses savons. Car la cire d'abeille possède d'innombrables propriétés bénéfiques pour la peau, et les abeilles permettent de maintenir un écosystème sain et prolifique. Cette matière durable et bienfaisante est un merveilleux don de la nature… sans parler de l'incroyable odeur qu'elle diffuse, véritable madeleine de Proust douce et gourmande. Pour toutes ces raisons, Fragonard aime éclairer ses dîners avec ces bougies !

Bougies en vente sur
www.apiscera.com
@apiscera

Solidaire

Fragonard s'engage pour la santé de demain

Fragonard est fier de soutenir la recherche médicale en devenant mécène pour trois ans d'une étude clinique innovante portée par le Dr Nicolas Valerio, chef de service de chirurgie vasculaire à l'hôpital Saint-Joseph de Marseille. L'objectif : tester une technologie de jumeau numérique, capable de simuler une intervention chirurgicale sur ordinateur avant qu'elle ne soit réalisée sur le patient. Une avancée majeure pour améliorer la précision des gestes et mieux prévenir les AVC.

Gourmand

Un panettone venu du Grand Nord en édition exclusive pour La Grande Épicerie de Paris

Des cadeaux gourmands et utiles, en versions XXL à partager ou individuelle, pour célébrer en douceur les fêtes de fin d'année. Les boîtes en métal décoré renferment de délicieux panettones, la brioche traditionnelle de Noël des Italiens du Nord. La Grande Épicerie de Paris a invité Fragonard à décorer les boîtes de ses dessins lapons. La rencontre d'un univers enneigé joliment évoqué avec une gourmandise chaleureuse, qui invite au partage de joyeux moments et fera plus d'un heureux au pied du sapin !

Disponible en exclusivité à La Grande Épicerie de Paris, à partir du 1er septembre
38 rue de Sèvres, Paris 7e

Petit panettone, 100 g, 8,50 € ;
Grand panettone, 1 kg, 24,90 €

Mythique

Collaboration Fragonard × Villa Noailles

Nos iconiques taies d'oreiller se parent d'un dessin inédit signé de l'artiste Jacques Merle, créé en exclusivité pour la Villa Noailles (Hyères). Il rend hommage au mythique couple Charles et Marie-Laure de Noailles, avec la poésie qui caractérise son univers : le trait est doux, les visages comme issus d'un rêve. Collaborant pour la première fois avec la maison Fragonard, Jacques Merle a insufflé à cette édition une touche poétique et contemporaine où affleure une grande sensibilité. Une création délicate qui transformera vos nuits en voyage imaginaire.

Taies d'oreiller *Noailles*, coton imprimé, 65 × 65 cm, 50 € la paire

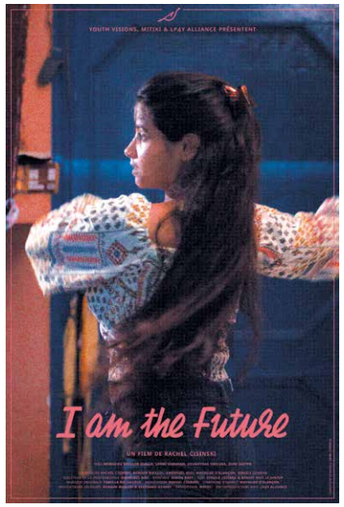
Solidaire

Artisans du Levant, un coffret porteur d'humanité

Il y a des années que l'ONG Elisecare agit dans les montagnes d'Arménie, au cœur de villages fragilisés par les conflits. Elle a récemment développé un nouveau projet, afin de valoriser les trésors de la tradition culinaire arménienne. Des gestes transmis de génération en génération, des recettes rares et précieuses ont donné naissance au premier coffret *Artisans du Levant*. Une création solidaire engagée dans le commerce équitable qui réunit cinq merveilles venues du Levant : safran arménien, thé au safran, miel de haute montagne, confiture d'abricots et abricots au chocolat. Chaque produit incarne la résilience d'un peuple, la richesse d'un terroir, la beauté d'un métier retrouvé. Partenaire fidèle d'Elisecare depuis 2018, Fragonard a prêté son talent à cette aventure en imaginant l'univers graphique d'*Artisans du Levant* et en dessinant un logo empreint de sens et de délicatesse. L'achat de ce coffret participe à la relance d'un artisanat menacé et soutient des familles déplacées, tout en finançant des programmes éducatifs et humanitaires. Ce bel écrin aux saveurs orientales est un acte d'engagement, un hommage au lien entre mémoire et avenir, pour que les traditions continuent de vivre, là où tout semblait perdu.

Coffret *Artisans du Levant*, 129 €
En vente à partir du 1er décembre 2025
sur www.elisecare.org

Solidaire



LP4Y, donner voix à l'avenir

Au côté de Life Project 4 Youth, Fragonard poursuit son engagement en faveur d'un monde plus solidaire. Depuis 2009, LP4Y agit en faveur de l'inclusion professionnelle et sociale des jeunes en situation d'extrême pauvreté dans 14 pays, dont l'Inde, terre d'inspiration chère à notre maison. Pour la première fois, l'association donne la parole à ces jeunes à travers un documentaire poignant : *I Am the Future*. Porté par LP4Y Alliance, le producteur Mitiki et le distributeur Wayna Pitch, ce docu-fiction met en lumière quatre jeunes venus d'Inde, d'Indonésie, du Liban et de Guinée. Leurs parcours, faits de résilience et d'espoir, convergent jusqu'à New York où ils témoignent devant l'Assemblée générale des Nations unies de leurs réalités et disent leurs espoirs et leurs rêves. À travers la danse, l'écriture, le dessin ou la photo, ils questionnent chacun à sa façon leur place dans un monde en mutation. Fragonard est fier de soutenir cette initiative qui, au-delà des mots, rend visibles ceux qu'on entend si peu. Notre équipe, qui a eu la chance de visionner le film en avant-première, vous le recommande les yeux fermés ! Porteur d'espoir et de vie, il ne laisse personne indifférent. *I Am the Future* sort en salles le 10 septembre 2025.

Pour plus d'informations :
www.youth-visions.com
@lp4yglobal

DENISE SAVALLE

CHEFFE DE PRODUIT ART DE VIVRE

Promue cheffe de produit art de vivre il y a trois ans, Denise Savalle est également responsable de bureau. Sa mission : veiller à ce que chaque chose soit à sa place pour le bonheur de tous. Son talent : faire entrer les ronds dans les carrés sans jamais sourciller. Cela fait plus de quinze ans qu'elle œuvre pour le développement des collections « maison ». Entre baskets et talons hauts, expositions de photographies et cours de pilates, Denise ne perd ni son souffle ni sa joie de vivre. Portrait d'une hyperactive passionnée.

Entretien
— GÉRALDINE TATARD
Autoportrait
— DENISE SAVALLE

QUEL EST VOTRE PREMIER SOUVENIR CHEZ FRAGONARD ?

Mon premier souvenir, qui remonte à mon embauche en mai 2008, c'est la visite du bureau que j'occupe toujours aujourd'hui, au sixième étage du 9 rue Scribe à Paris. Il était soigneusement décoré et la vue sur les toits de l'Opéra Garnier m'avait enthousiasmée. Pénétrer l'univers Fragonard, c'est un merveilleux voyage… D'ailleurs, il paraît que nos clients ressentent la même chose lorsqu'ils visitent nos boutiques. Très vite, je suis allée à Grasse pour découvrir le siège social et visiter les nombreux points de vente du Sud. J'étais impressionnée par la présence de Fragonard !

J'AI OUÏ DIRE QUE VOUS ÉTIEZ UN PEU LA « MAMAN » DU BUREAU PARISIEN, VOUS CONFIRMEZ ?

Oui, maman à la maison et au bureau ! Un rôle tout naturel pour moi. En tant que responsable du bureau, je suis amenée à superviser et à anticiper beaucoup de choses.

EN TANT QUE CHEFFE DE PRODUIT ART DE VIVRE, QUELLES SONT VOS MISSIONS ?

Cela consiste en beaucoup de choses ! Tout commence par le brief de la direction sur le thème de la collection à venir. Ensuite, les équipes de création esquissent un projet, un dessin, et nous réfléchissons aux fournisseurs qui pourraient les réaliser. Nous profitons des salons pour les rencontrer. Cette prise de contact est essentielle afin de superviser la réalisation des produits et surtout de vérifier que nos normes RSE* sont bien respectées dans les ateliers et les usines. Nous procédons à l'échantillonnage, la validation de commande et la vérification des pièces de production. Et nous recommençons pour la collection suivante ! J'ai la chance d'être épaulée par ma collègue Marine Fixari et on ne s'ennuie jamais !

L'OBJET QUI VOUS REPRÉSENTE LE MIEUX, CE SERAIT QUOI ?

Un appareil photo car c'est le bouton pause de ma vie. Le temps passe malheureusement trop vite… Pour moi, c'est plus que merveilleux de pouvoir figer un moment qui ne se produira plus jamais ou du moins différemment.

QUELLE EST LA JOURNÉE TYPE D'UNE RESPONSABLE DE BUREAU ?

Je cours après Agnès Costa, notre PDG, l'agenda du bureau à la main. C'est physique (*rires*), car elle a énormément de rendez-vous, que ce soit avec des personnes à l'extérieur ou des collaborateurs. C'est primordial de pouvoir nous entretenir régulièrement avec elle sur divers sujets, elle donne le *la*, elle est notre locomotive. Elle est aussi souvent en déplacement, à l'étranger ou dans le sud de la France. Nous nous coordonnons au mieux avec le bureau de Grasse pour que tout se déroule sans problème. Avec l'aide de ma collègue Caroline Geron, tout roule comme sur des roulettes ! Je m'occupe personnellement de faire valider également les créations des nouvelles collections auprès de Françoise Fabre, qui dirige avec sa sœur l'entreprise depuis Grasse. Organisation, c'est le mot du jour et c'est valable tous les jours !

*Responsabilité Sociétale des Entreprises

SI VOUS DEVIEZ DÉFINIR FRAGONARD EN TROIS MOTS ?

Partage. Fragonard est une belle maison française avec quasiment un siècle de savoir-faire. Rendez-vous l'année prochaine pour notre centenaire (*rires*) ! La clientèle est au centre de nos préoccupations, nous cherchons toujours à créer du lien avec eux et à leur faire plaisir avant tout.
Créativité. C'est exactement comme disait Albert Einstein : « La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse ! » Nos brainstormings sont très stimulants ! C'est un vrai plaisir de créer des produits avec cette équipe.
Passion. Parce que chaque produit est pensé par une équipe consciencieuse et exigeante. Il y a toujours une histoire à raconter, et nous cherchons toujours à ajouter ce « petit plus » qui rendra le produit unique et surtout authentique.

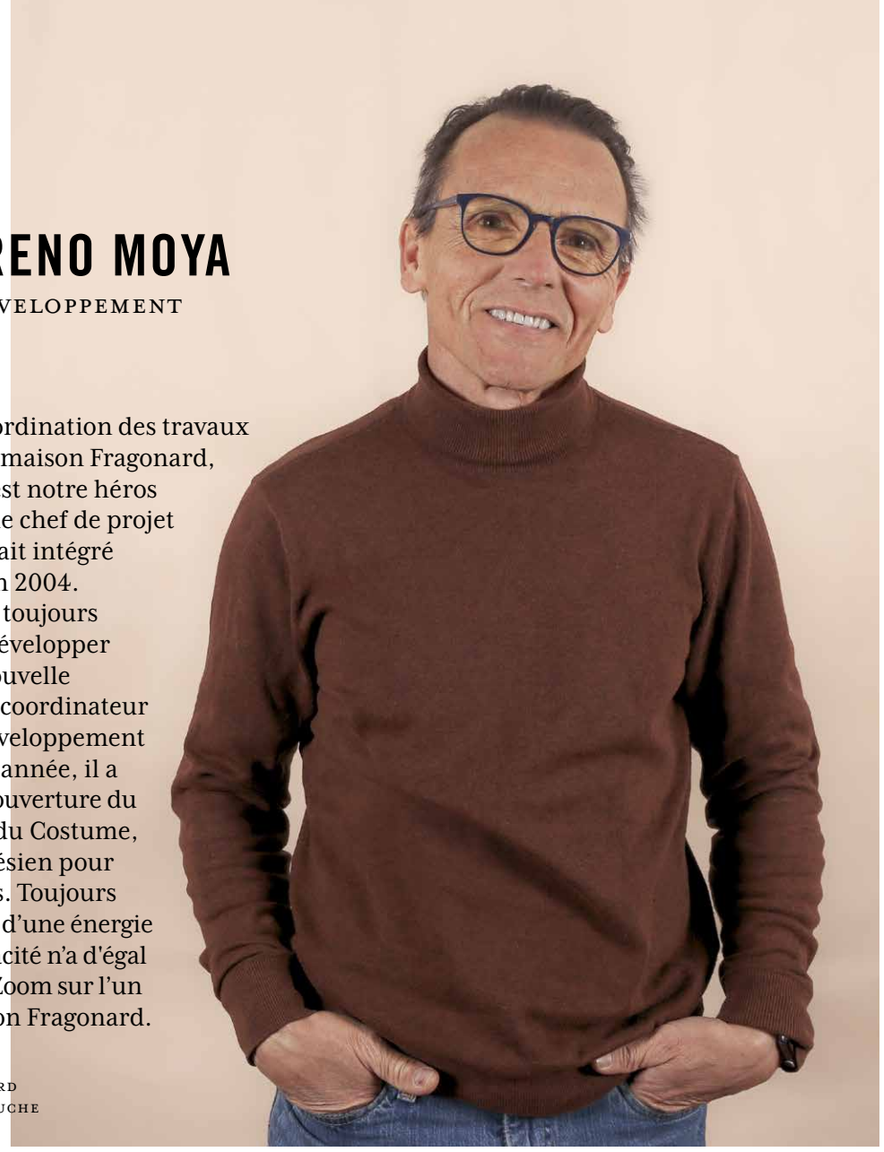
AVEZ-VOUS UNE PASSION ?

La photographie. Cette passion m'a saisie l'année dernière et désormais mon appareil photo ne me quitte plus. Dès que j'en ai l'opportunité, soit pendant mes pauses, soit avant de rentrer à la maison, je n'hésite pas à prendre quelques photos. Je pratique beaucoup la « Street Photography » car pour moi, c'est comme un témoignage de notre époque. Il se passe toujours quelque chose dans les rues de Paris et il y a tant de beauté dans l'ordinaire et le quotidien. J'aime aussi les portraits, ça me permet de faire de belles rencontres avec les modèles et ils repartent toujours avec le sourire. Il n'y a pas grand-chose qui me fasse plus plaisir que ça.

Pour retrouver ses photographies, rendez-vous sur son compte Instagram : @glimpse.thru.blinks

DAVID MORENO MOYA

DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT



Responsable de la coordination des travaux et des chantiers de la maison Fragonard, David Moreno Moya est notre héros 2025. C'est en tant que chef de projet informatique qu'il avait intégré la Maison grassoise en 2004. Aujourd'hui, il dirige toujours ce service mais a su développer parallèlement une nouvelle compétence : celle de coordinateur des travaux liés au développement de l'entreprise. Cette année, il a notamment permis l'ouverture du musée de la Mode et du Costume, un nouveau bijou arlésien pour les collections textiles. Toujours souriant, percutant et d'une énergie intarissable, son efficacité n'a d'égal que son dynamisme. Zoom sur l'un des piliers de la maison Fragonard.

Entretien — GÉRALDINE TATARD
Photographie — PATRICK TROUCHE

VOTRE NOM A DES SONORITÉS DU SUD… CONNAISSEZ-VOUS SA SIGNIFICATION ?

Mes grands-parents paternels étaient originaires d'Andalousie. Moreno signifie « brun de peau » et Moya voudrait dire « mie de pain ». Mon grand-père était résistant et a fui l'Espagne sous le régime dictatorial de Francisco Franco après la guerre, mais mes racines sont là-bas.

QUEL EST VOTRE PREMIER SOUVENIR CHEZ FRAGONARD ?

Septembre 2004, après six mois de stage chez Fragonard (j'étais en pleine reconversion professionnelle), je suis convoqué à un entretien d'embauche avec Agnès Webster, pas tout à fait classique : nous étions assis sur un banc boulevard Saint-Germain, juste en face de la boutique Fragonard. Elle devait valider le stage que je venais d'effectuer en gestion de projet informatique. Ici, pas de bureau lugubre ni de face-à-face formel. Ce moment confirmait l'image que j'avais de la maison Fragonard : une entreprise familiale et sympathique. Agnès se souciait vraiment de qui j'étais et de ce qui m'animait profondément dans la vie.

SI VOUS DEVIEZ DÉFINIR FRAGONARD EN TROIS MOTS ?

Familial. C'est l'essence même de Fragonard, merveilleusement incarnée par la quatrième génération : Anne, Agnès et Françoise.
Foisonnant. Les projets sont nombreux, c'est cette pluralité et cette diversité que j'aime particulièrement dans mon travail.
Bienveillant. C'est véritablement ce qui définit la direction de Fragonard.

VOUS SEMBLEZ ÊTRE SUR TOUS LES FRONTS. COMBIEN DE PROJETS AVIEZ-VOUS EN CHARGE CETTE ANNÉE ?

Cette année était particulièrement dense. Heureusement, je ne travaille pas seul mais bien accompagné par une équipe compétente. Ainsi nous avons pu réaliser de nombreux projets de rénovation et de construction, certains terminés comme la boutique Maison à Grasse, la boutique parisienne de Saint-Germain-des-Prés, le musée de la Mode et du Costume à Arles, et la nouvelle boutique de Nîmes, d'autres encore en cours… que je tairai pour le moment.

VOTRE PROJET LE PLUS FOU ?

Les projets muséographiques sont évidemment les plus complexes. À chaque nouveau musée ouvert par la maison Fragonard, nous franchissons une étape, grimpons un échelon, dans l'innovation, l'ambition, la maîtrise des ouvrages et des métiers d'art. Lorsque je repense à tout le chemin parcouru entre « mon » premier musée Fragonard (inauguré à Grasse en 2011) et le musée de la Mode et du Costume à Arles, je me dis que nous pouvons être fiers. Cet établissement offre une dimension culturelle d'un niveau exceptionnel, mettant à l'honneur la culture provençale, ADN de Fragonard, dans une véritable modernité contemporaine.

RACONTEZ-NOUS LES COULISSES DU MUSÉE DE LA MODE ET DU COSTUME À ARLES.

Je mesure la chance d'avoir travaillé avec une équipe incroyable, très nombreuse, ce qui n'est pas toujours évident, mais le résultat final est à la hauteur de notre investissement. C'est sublime. Les architectes de Studio KO ont été exceptionnels et c'est un honneur d'avoir pu travailler avec eux. Clément Trouche, le directeur du musée, a également été un formidable facilitateur. Il a l'art de savoir dialoguer et créer de l'harmonie. Cette fabuleuse équipe a permis la continuité dans l'effort et a su entretenir l'élan des premiers mois tout au long des cinq années de travaux.

LA JOURNÉE TYPE D'UN RESPONSABLE DE TRAVAUX, QUELLE EST-ELLE ? AVEZ-VOUS UNE ROUTINE ?

Surtout pas ! Chaque journée est animée différemment et c'est très réjouissant pour moi. Je ne suis pas l'homme le plus tranquille, mais je me sens utile, et efficace je crois… La mission impossible, c'est d'être présent sur chaque projet. Il faut être sur le terrain et je ne peux pas me dédoubler.

D'APRÈS VOUS, QUELLES SONT LES VALEURS ESSENTIELLES POUR UN BON TRAVAIL D'ÉQUIPE ?

L'honnêteté et la fidélité. Sans cela, on ne construit rien. Dans mon service, nous avons une devise : « Tout seul tu ne fais rien, en groupe tu fais tout. »

« Tout seul, tu ne fais rien,
en groupe tu fais tout. »

S'
IN
SPI
RER

4e ÉDITION DU PRIX FRAGONARD
DE LITTÉRATURE ÉTRANGÈRE

LE DOUX PARFUM DE L'ÉCRITURE

Texte — CHARLOTTE URBAIN Photographie — OLIVIER CAPP

La maison Fragonard a décerné en avril dernier au musée du Parfum à Paris son quatrième prix de littérature étrangère. Cette nouvelle édition 2025 a couronné Amira Ghenim pour son roman *Le Désastre de la maison des notables*, traduit de l'arabe (Tunisie) par Souad Labbize. Touchés par le discours de la lauréate, nous ne résistons pas à le partager avec nos lecteurs. En effet, Amira compare avec une admirable poésie son travail d'écrivain à celui de parfumeur : elle compose de la littérature selon une pyramide des sens où la narration évolue, telles des notes parfumées.

LE ROMAN
Le Désastre de la maison des notables

En Tunisie, en 1935, deux familles bourgeoises aux idéologies opposées – les conservateurs Naifer et les progressistes Rassaa – voient leurs vies bouleversées par un scandale. Zbeida Rassaa, jeune épouse de Mohsen Naifer, est accusée d'une liaison avec Tahar Haddad, un intellectuel militant pour les droits des femmes. À travers plusieurs récits imbriqués et sur plusieurs décennies, le roman explore les conséquences dramatiques de cette nuit fatidique.

Le lecteur suit les personnages, des membres des deux familles aux domestiques, qui révèlent peu à peu les secrets et retournements de cette histoire complexe. *Le Désastre de la maison des notables* retrace plus de cinquante ans d'histoire tunisienne, de la lutte pour l'indépendance à la révolution de 2011, tout en abordant les combats pour les droits des femmes. Un roman choral brillant, marqué par une construction astucieuse et des personnages inoubliables.

LE DÉSASTRE DE LA MAISON DES NOTABLES
Éditions Philippe Rey
496 p., 25 €

L'AUTRICE
Amira Ghenim

Née en 1978 à Sousse en Tunisie, Amira Ghenim est agrégée d'arabe, titulaire d'un doctorat en linguistique et enseigne à l'université de Sousse. Elle est l'autrice d'essais universitaires et de trois romans, dont *Le Dossier jaune* (2019) et *Terre ardente* (2024). *Le Désastre de la maison des notables* (finaliste de l'Arab Booker Prize, prix Comar d'Or en Tunisie en 2021, prix de la littérature arabe de l'Institut du monde arabe à Paris en 2024) est son deuxième roman, mais le premier à être traduit en français.

« Recevoir un prix littéraire est toujours un honneur, une expérience unique à la saveur douce et particulière. Mais recevoir le prix Fragonard, c'est en plus de la saveur, vous l'aurez deviné, une odeur, une senteur qui reste en mémoire, délicate, fraîche et aérienne.
On dit souvent qu'un parfum est une histoire. Il a un début, une évolution, une note finale. Il est donc presque évident qu'une maison de parfum qui compose de si belles histoires olfactives soit aussi celle qui célèbre l'art de la narration. Et c'est peut-être là, au croisement de la narration et du parfum, que se joue la magie de la littérature. Comme un parfum, un récit se compose de couches successives, de notes qui s'adressent à l'autre et se révèlent avec le temps, laissant une empreinte dans la mémoire. Et comme un grand parfum, un bon roman ne se contente pas d'une empreinte fugace ou d'une séduction instantanée et éphémère. Il habite, il obsède, il revient.
Mon expérience avec l'écriture est en quelque sorte semblable à celle d'un compositeur de parfum. Comme vous chez Fragonard, j'assemble des odeurs pour tirer des harmonies, fixer une émotion et créer un monde, certes éphémère, mais percutant.
Dans Le Désastre de la maison des notables, *j'ai essayé de doser, d'ajuster, d'affiner les proportions pour raconter l'histoire d'un homme, d'une femme, mais aussi l'histoire d'un peuple et d'un pays. La fleur d'oranger, le jasmin, le géranium, la menthe fraîche, la rose, le romarin se sont mêlés à l'odeur de l'encens, du harqous, des gâteaux tunisiens tout juste sortis du four. Tant d'arômes qui ancrent* Le Désastre de la maison des notables *et toute mon écriture dans une terre, un corps, une intimité particulière. Mais si le roman vous a touchés, c'est que ces odeurs si personnelles ont pu dialoguer avec d'autres effluves ; ceux de l'altérité, de la rencontre, de la découverte et du désir. En cela elles sont comme les émotions que j'ai toujours cherché à écrire ; profondément personnelles et intimes mais prêtes et désireuses de résonner en tout lecteur où qu'il soit.*
Merci, Fragonard, de célébrer la littérature étrangère comme vous magnifiez les fragrances d'ailleurs avec exigence, raffinement et surtout avec passion. »

« Comme un parfum, un récit se compose de couches successives, de notes qui s'adressent à l'autre et se révèlent avec le temps. »

_AMIRA GHENIM, PARIS, LE 3 AVRIL 2025.

LA TRADUCTRICE
Souad Labbize

Souad Labbize, née à Alger en 1965 et résidant à Toulouse, est une poétesse, romancière, anthologiste et traductrice littéraire. Algéro-tuniso-française, elle est installée en France depuis une vingtaine d'années, après avoir vécu à Alger, à Tunis et en Allemagne.
Autrice de plusieurs œuvres, elle signe son premier roman *J'aurais voulu être un escargot* (2011, réédité en 2019) et reçoit en 2020 le prix Méditerranée de la poésie pour son recueil *Je franchis les barbelés* (Bruno Doucey).
Elle a traduit de nombreux ouvrages en arabe.

LE JURY

Composé de passionnés de littérature, de professionnels du monde littéraire, mais également de personnalités amies de la maison, le jury de la quatrième édition est composé de douze personnes : Jakuta Alikavazovic, écrivaine et traductrice, Élise Boghossian, fondatrice de l'ONG Elisecare, Clara Dupont-Monod, écrivaine, éditrice et journaliste, Liya Kebede, mannequin et actrice, Olivia de Lamberterie, écrivaine et journaliste, Maria Larrea, écrivaine, réalisatrice et scénariste, Mathieu Palain, écrivain et journaliste, Danielle Cillien-Sabatier, libraire, Alina Gurdiel, directrice littéraire, Agnès Costa, PDG de la maison Fragonard, et Charlotte Urbain, directrice culture et communication Fragonard.

À LA FRONTIÈRE DU MONDE

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — STÉPHANE MICHEL

Atterrissage à l'aéroport d'Ivalo, situé à 300 km au nord du cercle polaire. Le bout du monde s'offre à nous, le sol est recouvert de neige à perte de vue. Tout est blanc : les routes, les arbres, le tarmac. Le ciel nuageux semble vouloir se confondre avec la terre. Ici, les températures atteignent aisément les – 20 °C en hiver. En effet, la Laponie est la région la plus septentrionale d'Europe. Excepté les rennes, peu d'animaux, et peu d'hommes, résident sur ces terres hostiles. On y trouve quelques mammifères, tels que l'ours brun ou le glouton, d'ailleurs rares, tandis que les lièvres et renards arctiques laissent de jolies traces de pattes dans la neige immaculée.

RENARDS DE FEU, LES AURORES BORÉALES

À perte de vue, la toundra arctique : ce terme emprunté au russe provient initialement de la langue samie (ou saamie ou encore sâme). Terre hostile et glaciale, la Laponie est aussi immense que dépeuplée, à peine deux habitants au km² dans sa partie finlandaise. Quelques conifères épars se parent de blanc l'hiver venu et se font candélabres. Tels des marionnettes arrondies par la neige amassée sur leurs branches, ils structurent un paysage étrange, peuplé de personnages aux formes diverses. Auraient-ils inspiré Tove Jansson et ses Moumines ? La journée est courte, mais longue la nuit étoilée, qui se pare aux heures boréales de traversées lumineuses extraterrestres. Ces lumières qui dansent et strient le ciel de vert, bleu et rose sont une véritable apothéose nocturne, pour ceux prêts à braver patiemment le froid, emmitouflés dans leur parka. Une légende samie raconte que ces aurores ne seraient autre que la queue du renard polaire foulant la neige. Ces « renards de feu » symbolisaient des esprits puissants qu'il ne fallait pas risquer de courroucer, sous peine de brûler au contact des lumières incandescentes. En réalité, ces phénomènes naturels sont causés par l'interaction entre le vent solaire et le champ magnétique terrestre. Le vent solaire est constitué de micro-particules qui pénètrent l'atmosphère, particulièrement au niveau des pôles, et leur rencontre avec les gaz, tels que l'oxygène et l'azote, crée une lumière colorée. Le spectacle n'en est pas moins magique.

Réparti sur quatre pays (Norvège, Finlande, Suède et Russie), le territoire lapon est celui des Samis, peuple autochtone qui tente aujourd'hui de préserver sa culture et ses langues. Aujourd'hui ils seraient environ 80 000 sur l'ensemble de leur territoire. Éleveurs de rennes, les Samis ne sont plus que 6 % à vivre réellement de cette activité, qui fut pendant des siècles leur principale source de revenus. Chaque partie du renne était utilisée : la peau pour tenir chaud, fabriquer les toits des tentes, les os pour la fabrication d'outils, les boyaux comme fil à coudre… Semi-sauvage, le renne se nourrit exclusivement de lichen, qu'il va dénicher sous la neige en grattant. Comme, selon la température et les intempéries, la neige peut être épaisse ou dure, son labeur semble bien dérisoire.

« Entre mythologie, histoire et paysages lunaires, la Laponie offre un dépaysement à la hauteur de sa latitude terrestre. »

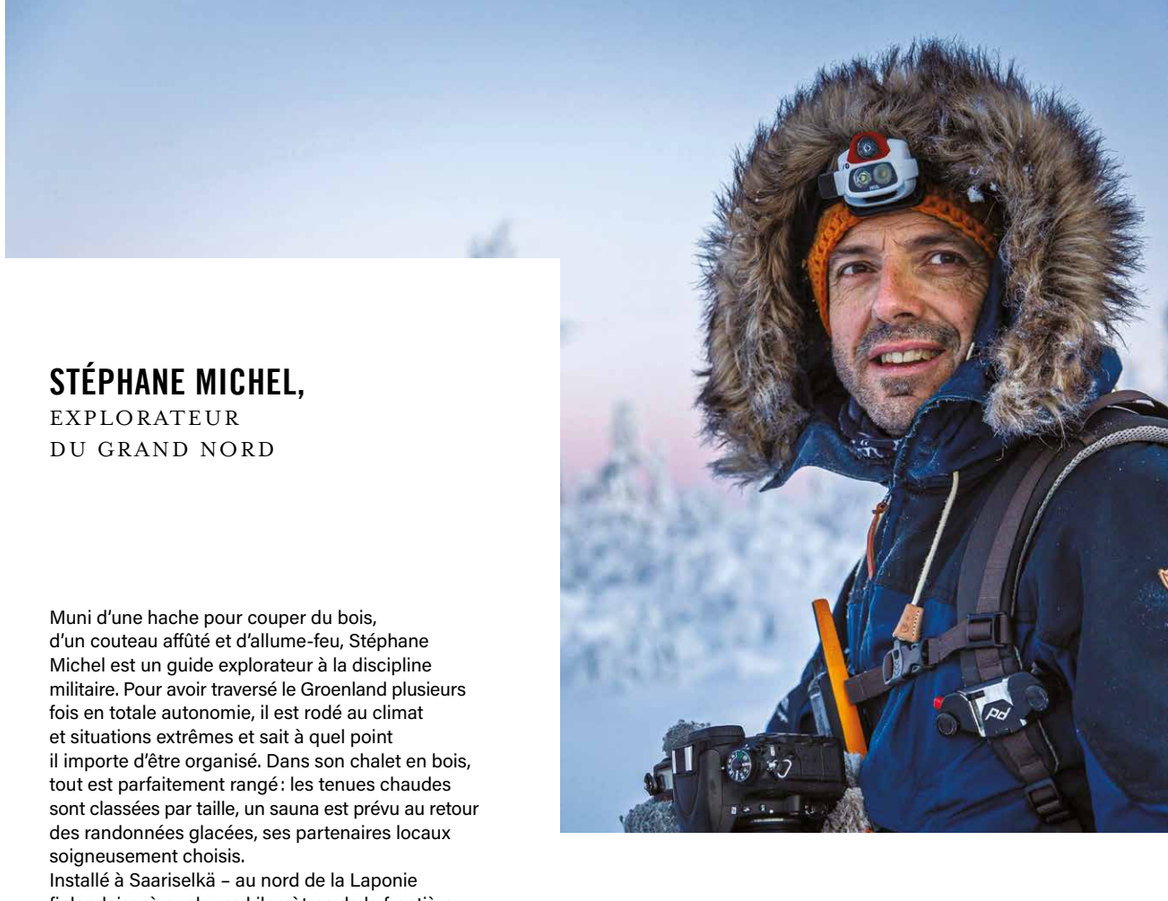
À L'ORIGINE DU MYTHE, LE BOUC DE NOËL

La Laponie est aussi connue pour être la terre du père Noël; ses habitants ont d'ailleurs choisi un village pour incarner son adresse postale, afin que les enfants du monde entier puissent envoyer leur liste de cadeaux. Rovaniemi est devenu ainsi le Santa Claus Village, haut lieu touristique des adultes nostalgiques en mal de féerie et des enfants bercés d'illusions. À cette mascarade mercantile, nous lui préférons ses origines folkloriques, celles du « Père Noël » finlandais appelé Joulupukki – qui signifie littéralement le « bouc de Noël ». Syncrétisme de mythes païens et traditions chrétiennes, le Joulupukki prenait la forme d'un esprit effrayant vêtu de peaux et de cornes, et symbolisait la lumière, la fin de l'année sombre. Pendant le solstice d'hiver, il se rendait dans chaque maison en pulka (traîneau de neige traditionnel). Père Fouettard nordique, il vivait sur la montagne Korvatunturi, proche de la frontière russe. Une montagne en forme d'oreille géante qui lui permettait d'épier les enfants du monde entier.
La mythologie nordique fourmille de personnages magiques, constitutifs de leurs croyances polythéistes d'avant la christianisation. Malignes et mystérieuses, de nombreuses créatures imaginaires, qu'elles soient *tonttu* (lutins), sages enchanteurs ou esprits de la forêt, peuplent la Finlande. Joulupukki en est un exemple, les Moumines en sont un autre, dans une version contemporaine, tendre et humoristique. Créés par l'une des figures les plus célèbres de Finlande, qui en a fait les héros de ses histoires, Tove Jansson, autrice et illustratrice, est la « maman » de ces petits trolls blancs, entre l'hippopotame et le renne. Publiée à partir de 1945, la série de livres illustrés a été adaptée en bande dessinée, dessins animés, et est devenue rapidement très populaire au-delà des frontières finlandaises. La personnalité de Tove Jansson a inspiré de nombreuses femmes artistes. Caricaturiste (elle a dessiné Hitler en bébé pleurant dans ses couches), autrice, mais également peintre, elle est passée de l'impressionnisme

au modernisme abstrait à la fin de sa vie. C'était aussi une femme libre qui partagea la majeure partie de sa vie et de son œuvre artistique avec Tuulikki Pietilä, graphiste finno-américaine.

Entre mythologie, histoire et paysages lunaires, la Laponie offre un dépaysement à la hauteur de sa latitude terrestre. Son exploration est une source d'enchantement, qu'il convient de préserver afin que ses populations puissent continuer à y vivre en harmonie avec la nature, si rude et pourtant si fragile. Nous serions bien inspirés d'écouter le chaman sami et tirer de ses chants de nouveaux enseignements pour imaginer un lendemain respectueux de l'environnement.

« Nous serions bien inspirés d'écouter le chaman sami […] pour imaginer un lendemain respectueux de l'environnement. »



STÉPHANE MICHEL,
EXPLORATEUR
DU GRAND NORD

Muni d'une hache pour couper du bois, d'un couteau affûté et d'allume-feu, Stéphane Michel est un guide explorateur à la discipline militaire. Pour avoir traversé le Groenland plusieurs fois en totale autonomie, il est rodé au climat et situations extrêmes et sait à quel point il importe d'être organisé. Dans son chalet en bois, tout est parfaitement rangé : les tenues chaudes sont classées par taille, un sauna est prévu au retour des randonnées glacées, ses partenaires locaux soigneusement choisis.
Installé à Saariselkä – au nord de la Laponie finlandaise, à quelques kilomètres de la frontière russe (c'est aussi la station de ski la plus septentrionale d'Europe) – depuis quatorze ans, il accueille dans ses deux chalets une centaine de personnes par an, d'octobre à mars.
Breton de naissance, après avoir été moniteur de voile, puis éducateur pour jeunes en difficulté, il devient directeur d'une école de ski dans les Pyrénées-Orientales. Depuis plus de trente ans, il guide dans les contrées du Grand Nord les touristes en quête de grands espaces.
De décembre à mars en Laponie, de mai à juin en Norvège, puis en juillet-août en Islande, il aime ces territoires infinis où la beauté côtoie le danger pour ceux qui ne savent pas l'appréhender. Son rapport à la nature est celui des premiers hommes : observer, respecter, anticiper. Il a appris à être autonome, il sait s'émerveiller des beautés que lui offre son cadre de travail et reconnaître les traces de pas des animaux laissés dans la neige. Avec lui, le voyageur traverse les forêts arctiques, chaussé de skis Altaï. On s'arrête pour un pique-nique improvisé au milieu de la toundra, on écoute Stéphane partager ses anecdotes et connaissances du lieu. Une randonnée en raquettes en pleine nuit l'enthousiasme toujours, une passion communicative qu'il aime immortaliser avec son appareil photo. D'ailleurs, il fait défiler avec joie les milliers de clichés pris lors de ses excursions : « Après vingt années passées ici, je ne me lasse toujours pas des candélabres enneigés et rougeoyants au soleil couchant, ou des aurores boréales. » Loin des clichés et des voyages classiques, il préfère les chemins de traverse et les territoires moins connus du grand public, où l'immersion est totale.

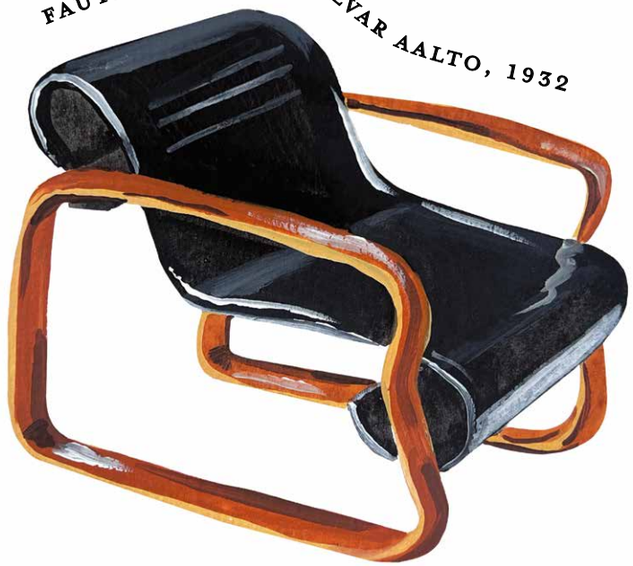
En savoir plus :
nordexploration.com
info@nordexploration.com
07 86 43 75 15

LESS IS FINLANDAIS

Texte — JOSÉPHINE PICHARD Illustrations — ALICE GUIRAUD

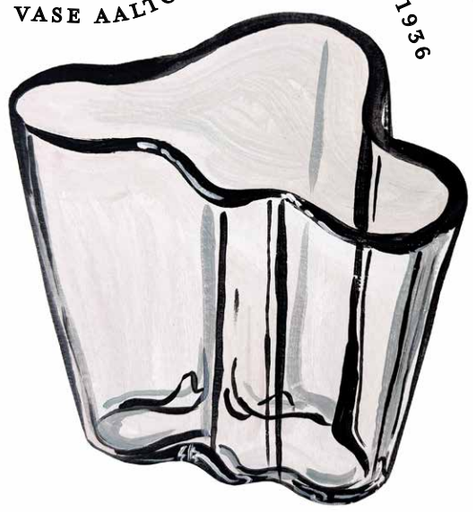
Des hivers longs, sombres, semblant presque infinis, où la lumière se fait rare : c'est dans ce cadre et pour ce cadre que les Finlandais ont appris à créer des objets alliant simplicité, robustesse et chaleur. Ici, pas de place pour le superflu, chaque pièce est pensée pour durer – *less is more*. Réalisé avec des matériaux naturels, le mobilier finlandais s'inspire directement des paysages qui l'entourent. Ses formes organiques et ses lignes épurées racontent la forêt, les lacs, les saisons. Son design réchauffe et invite à la douceur intérieure, parce que, dans ces longues nuits d'hiver, le foyer devient un refuge essentiel. Dans une société où l'égalité et la tolérance sont des vertus cardinales, le design se veut simple, accessible, pensé pour améliorer la vie de tous, pas seulement d'une élite. Les grands maîtres finlandais ont tracé la voie avec des créations qui allient élégance et fonctionnalité, tradition et innovation. Lumière sur quelques objets devenus iconiques…

FAUTEUIL PAIMIO, ALVAR AALTO, 1932



Né d'une commande pour une clinique, le fauteuil Paimio est une ode à l'ergonomie et à la simplicité. Réalisé en contreplaqué courbé, il allie confort et robustesse, reflet de la volonté d'Alvar Aalto de créer un design au service de l'humain. On raconte que ce fauteuil devait aider les patients à mieux respirer. Un exemple parfait du soin porté à chaque détail fonctionnel dans le design finlandais.

VASE AALTO, ALVAR AALTO, 1936



Inspiré par les plis d'une robe en cuir esquimaude, ce vase ondulant est une icône du design organique. Fabriqué en verre soufflé à la main dans des moules en métal (anciennement en bois), il a d'abord été baptisé « vase Savoy » en hommage à l'hôtel d'Helsinki pour lequel il fut créé. Ironie du sort, Aalto n'a jamais touché un centime de ses ventes, ayant cédé ses droits à son fabricant. Un geste emblématiquement discret qui en dit long sur l'esprit finlandais.

Ces ciseaux Fiskars sont probablement dans toutes les maisons finlandaises. Réputés pour leur robustesse et leur ergonomie, mais surtout pour leur manche orange emblématique, ils ont depuis 2004 leur place au MoMa de NYC. De sa commercialisation en 1967 à aujourd'hui, plus d'un milliard d'exemplaires ont été vendus, un record qui illustre parfaitement la devise finlandaise : un objet doit être beau, utile et durable.

CISEAUX O SERIES, OLOF BÄCKSTRÖM, 1967

COLLECTION PEDESTAL, EERO SAARINEN, 1955

Saarinen en avait assez de l'enchevêtrement de pieds sous les tables. Sa collection Pedestal, ou Tulip, révolutionne le mobilier en éliminant les pieds multiples pour ne garder qu'un pied central, aérien et sculptural. Ce pari audacieux a demandé cinq ans de prototypes, preuve que même la simplicité exige patience et persévérance.

BALL CHAIR, EERO AARNIO, 1963

Née d'une envie de simplification extrême, la Ball Chair est une sphère en fibre de verre avec un intérieur en mousse de tissu qui, enveloppant son utilisateur dans un cocon intimiste, l'isole de toute nuisance extérieure. Présentée à Cologne en 1966, elle a immédiatement fait sensation par son audace futuriste. Elle est parfaitement représentative de l'esthétique pop art.

Légère, empilable et incroyablement confortable, la chaise Domus fut pensée pour les étudiants d'Helsinki, avec une simplicité qui cache une grande ingéniosité. Ses accoudoirs courts, qui permettent de la glisser sous la table, sont sa signature. Cette chaise a été l'un des premiers meubles finlandais à s'exporter massivement, elle incarne à ce titre la démocratisation du design.

CHAISE DOMUS, ILMARI TAPIOVAARA, 1946

PICHET KILTA/TEEMA, KAJ FRANCK, 1952

Avec sa silhouette épurée, le pichet Kilta défie la vaisselle bourgeoise en prônant sobriété et praticité. Kaj Franck voulait des objets beaux mais accessibles, qui accompagnent le quotidien sans ostentation. Son design simple a fait du Kilta un indispensable des tables finlandaises, un véritable classique qui transcende les générations.

LUMIÈRE DU NORD

Photographie — ANDRANE DE BARRY
Coiffure et maquillage — CÉLINE CHEVAL

L’oiseau, messager des dieux

Symbole
de sagesse,
l’oiseau est dans
la mythologie
nordique
l’intermédiaire
entre le monde
des hommes et
celui des dieux,
entre le terrestre
et le céleste.
Majestueux
et graphique,
il protège celui
qui le porte.

Édith porte le carré
OISEAU ENCHANTÉ en soie
imprimée, 100 × 100 cm, 100 € ;
et la barrette ELINA brodée de
perles, 20 € la paire

Le galon sami

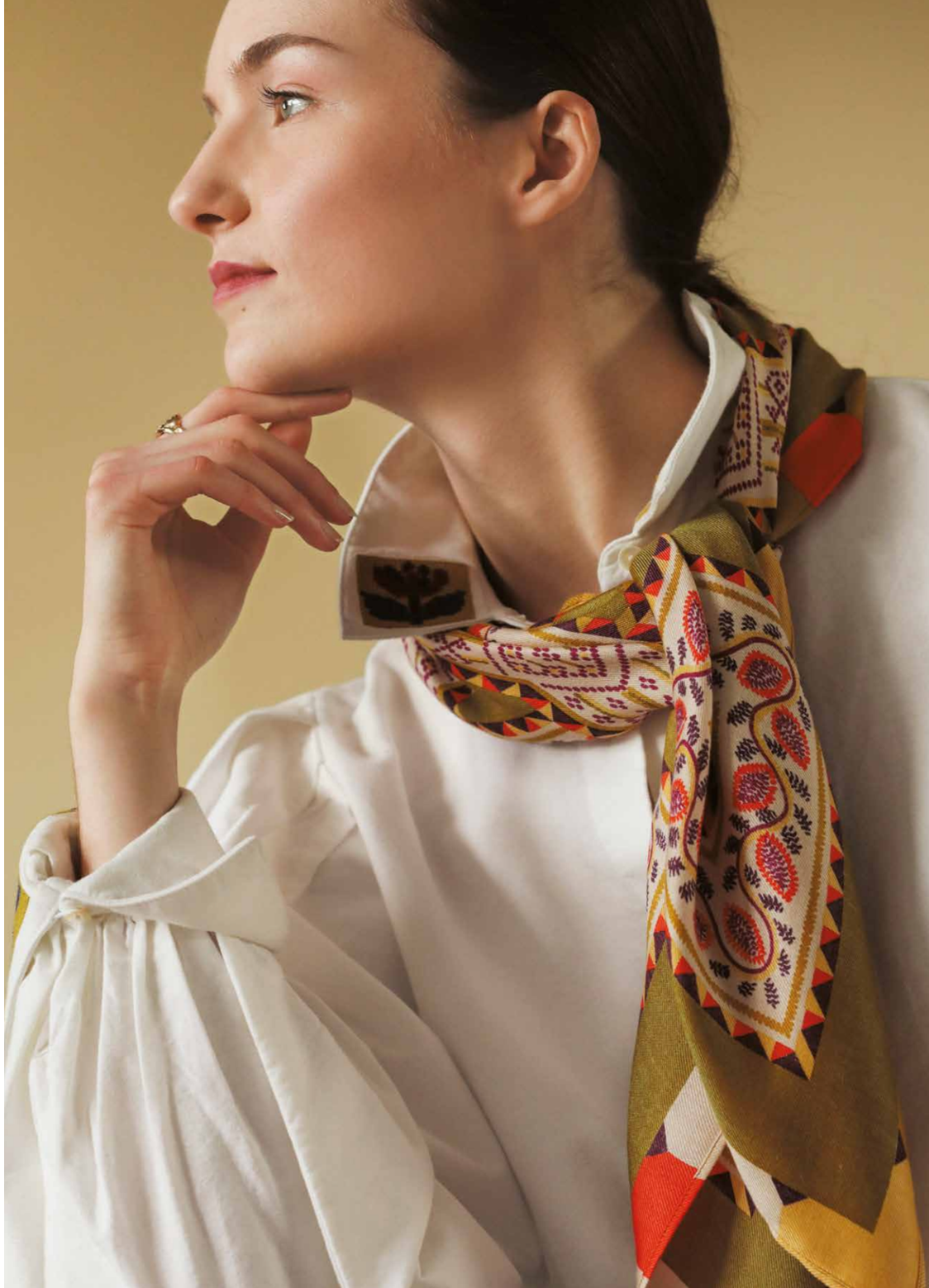
Inspiré des galons traditionnels du peuple sami, le motif rend hommage à cette culture nomade, lorsque ces bandes autrefois tissées permettaient de nouer ses chaussures, son bonnet ou ceinturer sa taille pour se protéger des froids polaires.

Édith porte le carré GALON BALTIQUE en soie et tencel imprimés, 80 × 80 cm, 70 € ; et la blouse NORA KANTHA en coton et soie brodés, 180 €

La broderie de Carélie

En Carélie, la broderie se vit dans les détails : un point de croix finement réalisé de couleurs vives sur les manches d'une chemise blanche, ou au pourtour d'un tablier. Clin d'œil à cet artisanat délicat, ces petits carrés brodés de fleurs ornent col et manchettes « à la carélienne ».

Blouse MARGAUX
en coton, détails point de croix,
120 €
PAGE DE DROITE : Édith porte
le carré GALON BALTIQUE
en soie et tencel imprimés,
80 × 80 cm, 70 €



EN SAMI, LAPONIE SE DIT « SAPMI »

ENSEIGNEMENTS DU DERNIER PEUPLE AUTOCHTONE D'EUROPE

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Illustrations — AURÉLIA FRONTY

Lapons, c'est-à-dire « porteurs de haillons » : tel est le terme éminemment dépréciatif par lequel les Suédois désignaient les Samis. Ne nous trompons pas quant au vocable, pour nous évocateur de quelque mignonnerie enfantine – il est celui d'une infamie destructrice. Avec leur arrogance et leur prétention, nos peuples colonisateurs ont ravagé les populations indigènes, les obligeant à « entrer » par la force dans un moule prétendument supérieur. Aujourd'hui, si ce passé est dénoncé, la lutte pour la survie des Samis est loin d'être acquise. À peine 40 % d'entre eux parlent encore l'une de leurs langues vernaculaires, menacées de disparition et, avec elles, de tout un pan de cette culture immémoriale.

Or cette culture est non seulement passionnante mais pourrait être source d'inspiration pour les générations futures. Ces « petits peuples » autochtones, au mode de vie considéré comme arriéré, ont vu leurs droits bafoués (ce qu'ils continuent d'être régulièrement), leur langue interdite, leurs femmes stérilisées, leurs chamans persécutés et leur terre pillée par des compagnies minières et forestières. Car la région arctique renferme d'importantes réserves d'uranium, d'or, de diamant, de zinc, de platine et de nickel, ainsi que du gaz et du pétrole qui suscitent la convoitise. Tout comme en Australie, s'affrontent ici en un combat sans merci la logique économique et la préservation de l'espace vital d'une population. Les peuples nomades aux croyances animistes respectaient l'environnement. Ils le respectaient parce qu'ils le comprenaient. Bien avant nous, ils avaient le souci de la biodiversité. Ils chérissaient et respectaient la flore et la faune qui les nourrissaient. Cette compréhension fine de la nature qui les entoure et dont ils savent

faire partie (auréolée de divinités respectées) se retrouve chez tous les peuples autochtones, des forêts amazoniennes aux montagnes célestes kirghizes. Tous ont été les victimes d'envahisseurs sans scrupules, et contraints d'abandonner ce qui leur était cher. La déclaration fondatrice du Conseil sami proclame : « Nous, Samis, sommes un peuple à part entière, uni par notre propre culture, notre langue et notre histoire, vivant dans des territoires que nous étions seuls à habiter et exploiter, depuis des temps immémoriaux et aussi loin que remonte l'Histoire. » Les nouvelles générations de Samis, qui comptent des artistes, des acteurs politiques et des chercheurs, revendiquent fièrement et légitimement leur appartenance. Bien que plus entendues et valorisées qu'hier, elles continuent néanmoins de penser, à raison, qu'elles ne sont pas vraiment écoutées. Trop peu nombreux pour peser dans la balance, les Samis conservent avec panache leur costume folklorique coloré, le *gákti*, leurs traditions culinaires à base de viande de renne, de poisson fumé et de très nombreuses baies endémiques, telles que les airelles (*lingon*), les plaquebières (*hjortron*) et l'argousier (*havtorn*).

ELSA LAULA RENBERG (1877-1931),
Première activiste samie

Pionnière dans la défense des Samis, Elsa Laula Renberg était une militante et intellectuelle samie originaire de Suède et de Norvège. Née dans une famille d'éleveurs de rennes, elle a compris très jeune les injustices que subissait son peuple. Boursière de la Couronne royale, elle fréquente lors de ses études à Stockholm les mouvements féministes. En 1904, elle dirige l'Association nationale des Samis et publie la même année un pamphlet intitulé *Inför lif eller död ?* (« Affrontons-nous la vie ou la mort ? Des vérités sur la situation lapone »), dans lequel elle défend la cause des Samis. Considérée comme l'une des premières femmes leaders d'un mouvement indigène en Europe, elle est devenue une figure marquante et inspirante pour le peuple sami en raison de son courage et de son engagement en faveur des droits des peuples autochtones. En hommage à la première grande réunion du peuple sami, qui se tint le 6 février 1917, cette date célèbre depuis 1992, en Norvège, Suède et Finlande, la Journée nationale des Samis.

LA CULTURE SAMIE, UN MILITANTISME REVENDIQUÉ

Seul peuple indigène reconnu comme tel dans l'Union européenne, leur statut est inscrit dans la Constitution finlandaise. « Le défi majeur des Samis est l'ignorance des autres », écrit Pririta Näkkäläjärvi, Samie spécialiste de la culture, des médias et de l'économie (élue « Sami de l'année » en 2017). Désireux de nous associer à la promotion de son peuple, nous avons réuni ici une petite sélection d'artistes engagées, dont l'œuvre résolument moderne résonne au-delà des frontières de la Laponie.

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Illustration — AURÉLIA FRONTY

« Le défi majeur des Samis est l'ignorance des autres. »

— PRIRITA NÄKKÄLÄJÄRVI

MAXIDA MÄRAK
Chanteuse samie

Née en 1988, Maxida Märak est une chanteuse samie. Du joik (chant traditionnel) au hip-hop, Maxida mélange les influences musicales. Musicienne, mais aussi actrice et activiste, elle a fait de la défense des droits du peuple sami son combat. Elle a notamment pris part au mouvement contre la construction d'une mine à Kallak. Pour Amnesty International, elle a réalisé un clip vidéo dénonçant le traitement du peuple sami par le gouvernement suédois, qui ne respecte pas les droits fondamentaux de la population indigène.

MARJA HELANDER
Vidéaste-photographe

Vidéaste et photographe finlandaise d'origine samie, Marja Helander explore sa double identité samie et finlandaise. Ses photographies et créations audiovisuelles mettent en scène les paysages nordiques où se confrontent ses deux cultures et qui dénoncent aussi l'invasion de la nature par la race humaine. Dans *Birds in the Earth*, deux jeunes danseuses de ballet en tutu avancent avec grâce sur un chemin enneigé immaculé comme leur tenue, tandis qu'en arrière-fond une station-service et le bruit d'un moteur « polluent » l'image. Son œuvre artistique est un acte militant mais, au-delà, elle participe à l'écriture d'une nouvelle page de la culture samie.

SOFIA JANNOK
Musicienne militante

Autre jeune musicienne engagée en faveur de la culture samie : Sofia Jannok. Née en 1982, cette chanteuse, militante et défenseure des droits autochtones, est originaire de Suède. Sofia chante en sami du Nord, mêlant joik traditionnel, pop et électro. Elle milite activement pour la protection des terres samies et contre l'extractivisme (mines, forages…).

BRITTA MARAKATT-LABBA
Artiste textile

Née dans une famille d'éleveurs de rennes, Britta Marakatt-Labba appartient à une fratrie de neuf enfants. Artiste textile et militante, elle a étudié à l'Art Industrial School à Göteborg en Suède, puis à l'Université samie des sciences appliquées à Kautokeino en Norvège. Ses pièces textiles et ses broderies narratives racontent l'histoire et les luttes de son peuple. Son œuvre la plus célèbre, *Historjá,* consiste en une large bande de plus de vingt mètres de long traitant de la mythologie samie.

ANNELI JORDAHL
Autrice finlandaise

Le cinquième roman d'Anneli Jordahl, autrice finlandaise de langue suédoise, nous emmène au cœur de la forêt finlandaise du nord. Sept sœurs, guerrières, sauvages, joyeuses et grossières, mues par une même rage de vie communicative, une même envie d'indépendance débridée. Un conte envoûtant sur fond de froid polaire, au cœur d'une nature nordique inhospitalière.

Les Filles du chasseur d'ours d'Anneli Jordahl, traduit du suédois par Anna Gibson, 448 p., éditions Observatoire, 2024.

MAJ-DORIS RIMPI
Artiste peintre et actrice

Le documentaire retrace la vie d'une femme samie de 74 ans, personnage de légende : Maj-Doris Rimpi. Après vingt années passées à voyager dans le monde et à expérimenter diverses pratiques dans divers domaines, Maj-Doris, artiste peintre et actrice, vit seule dans une ferme au-delà du cercle polaire où elle élève des rennes. Un portrait cinématographique où la personnalité de Maj-Doris, femme incroyablement libre, transcende et ses racines et sa culture.

Maj-Doris, documentaire de Jon Blahed, Suède, 2018, 73 min.

En Laponie, le confort des maisons ignore les frimas de l'hiver ! Les dessins traditionnels enchantent la vaisselle sur des tables gourmandes et colorées, le crépitement d'un feu de bois invite à s'enrouler dans un plaid moelleux pour admirer les aurores boréales…

CONTES DE LAPONIE

Texte — JEAN HUÈGES
Photographie — OLIVIER CAPP

PAGES PRÉCÉDENTES : assiettes CONTES LAPONS, porcelaine, Ø 20,5 cm, 55 € le lot de 4
CI-CONTRE : assiettes BRODERIE, porcelaine, Ø 27 cm, 75 € le lot de 4
PAGE DE DROITE : vases FLEURI écru et SAMIS bleu, métal imprimé, 11,5 × 8,5 cm, 18 € l'un

Nappe ANÉMONE, coton imprimé, existe en 160 × 160 cm et 160 × 280 cm, 80 € / 100 € ; serviettes ANÉMONE, coton imprimé, 40 × 40 cm, 28 € le lot de 4

PAGE DE GAUCHE : torchons CONTES LAPONS, coton imprimé, 50 × 60 cm, 28 € le lot de 2
CI-CONTRE : assiettes SOLEIL D'HIVER, verre décoré, Ø 17 cm, 38 € le lot de 4

CI-CONTRE : serviettes CHALET, coton brodé, 40 × 40 cm, 65 € le lot de 4
PAGE DE DROITE : suspensions en métal imprimé, 12 cm, 8 € l'une

PAGE DE GAUCHE : coussin FEUILLES, coton brodé, 45 × 45 cm, 90 €
CI-CONTRE : taies d'oreiller OISEAUX D'HIVER, coton imprimé, existent en 65 × 65 cm et 50 × 70 cm, 50 € la paire ; dessus de lit VINTAGE en coton brodé kantha, 120 × 180 cm, 330 €

CI-CONTRE : vide-poche OISEAU D'HIVER, céramique, fabriqué à la main, 11 × 14 cm, 25 €
PAGE DE DROITE : set de table SAMIS, polyester imprimé, 45 × 33 cm, 12 €

PAGE DE GAUCHE : assiettes OISEAUX D'HIVER, verre décoré, Ø 17 cm, 38 € le lot de 4 ; nappe MÉSANGES, coton imprimé, existe en 160 × 160 cm et 160 × 280 cm, 80 € / 100 €
CI-CONTRE : tapis TAÏGA OURS, coton imprimé, 50 × 90 cm, 30 €

CI-CONTRE : taies d'oreiller SOLEIL DE MINUIT, coton imprimé, existent en 65 × 65 cm et 50 × 70 cm, 50 € la paire
PAGE DE DROITE : tasses RENARD et ÉCUREUIL, porcelaine, 8,5 × 13 cm, 25 € la paire

ADMIRER

ARLES, CARREFOUR DE LA MODE ET DU COSTUME, A SON MUSÉE !

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — FRANÇOIS DELADERRIÈRE

AU CŒUR DE LA VILLE ANTIQUE, LA MODE A TROUVÉ SON ÉCRIN. LA MAISON FRAGONARD A INAUGURÉ EN JUILLET DERNIER, APRÈS CINQ ANNÉES DE TRAVAUX, SON DERNIER MUSÉE OÙ SE RETROUVENT LES COLLECTIONS D'HÉLÈNE COSTA ET MAGALI PASCAL DANS UNE PREMIÈRE EXPOSITION INTITULÉE « COLLECTIONS-COLLECTION ». RETOUR SUR CE NOUVEAU LIEU EXCEPTIONNEL OÙ L'ARCHITECTURE, LES PIÈCES RARES ET LES PARFUMS ONT CONVERGÉ POUR UNE INAUGURATION MAGIQUE !

« J'ai une passion pour les bijoux provençaux. Comme toute Provençale, nous ne nous sentons pas totalement habillées, si nous ne portons pas de bijoux ! »

— FRANÇOISE COSTA

1/ LE DRAPÉ, accroché dans l'escalier de l'hôtel Bouchaud de Bussy datant de 1720. Imaginé par Studio KO, il évoque les voiles des bateaux du port d'Arles comme porte d'entrée du commerce fluvio-maritime.

2/ LA PARURE, en acier facetté dans son coffret, vers 1800-1810.

3/ LA COUR ET SA CALADE. Installation d'Arnaud Casaus, dans la cour intérieure du musée, de vases d'Anduze du début du XIX[e] siècle.

1/ LE CABINET DE CURIOSITÉS,
ensemble d'éléments
datant des XVIII[e] et XIX[e] siècles.

2/ LES RUBANS DE COIFFE, fond satin
et motifs de velours à la tige polychrome,
Krefeld ou Saint-Étienne, vers 1855-1860.

3/ LA GRANDE GALERIE, ensemble de costumes
arlésiens et robes de mode, de 1855 à 1865.

« Les rubans sont l'or
de l'Arlésienne. Leur étude est
une véritable quête pour moi.
Ils sont tous les témoins
de la prouesse technique
de l'industrie textile
du XIX[e] siècle »

— CLÉMENT TROUCHE, DIRECTEUR DU MUSÉE

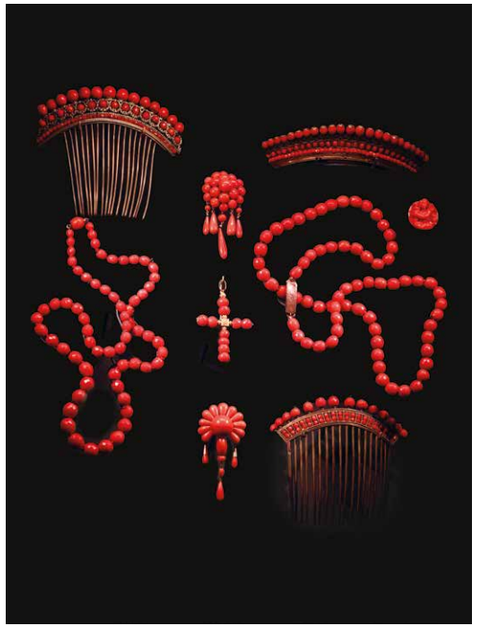
« Récemment entrée dans
la collection, cette robe à la française
d'un jaune éclatant symbolise
le raffinement d'un siècle que nous
affectionnons particulièrement dans
notre famille. Son arrivée à Arles,
dans notre musée encore en chantier,
fut un moment magique. »

— AGNÈS COSTA

1/ ROBE À LA FRANÇAISE, en soie avec
son décor de plis et de coques forcées, 1789.

2/ BIJOUX EN CORAIL, ensemble
de bijoux en corail taillé ou facetté,
or ou métal doré, XIXe siècle.

3/ CORSELET D'ENFANT, en toile de coton
imprimée et piquée, Marseille,
vers 1760-1780.



« Les vêtements populaires sont
les plus rares à parvenir jusqu'à
nous car ils ont généralement été
réemployés, transformés. Des reprises
savantes valent bien plus que des
broderies précieuses à mes yeux. »

— ODILE PASCAL

À l'occasion de l'ouverture du musée de la Mode et du Costume Fragonard à Arles, Karl Fournier et Olivier Marty de Studio KO – qui signent l'architecture du musée – se livrent sur le rôle de l'olfaction dans leur métier. Si nous pressentions que l'architecture est aussi un art sensoriel, nous n'imaginions pas que cet aspect pût revêtir une telle importance dans leur processus créatif. « Une architecture, c'est comme un livre, déclare Renzo Piano. Sans poésie, elle ne fonctionne pas. » Pour Karl et Olivier, une architecture sans parfum ne peut exister. L'âme d'un lieu se construit autour des cinq sens, telles des notes parfumées.

LES SENS AU SERVICE DE L'ÂME ARCHITECTURALE

ENTRETIEN AVEC KARL FOURNIER ET OLIVIER MARTY DE STUDIO KO

VOUS DITES SOUVENT QUE VOUS « SENTEZ » LES CHOSES. L'ODORAT, POUR VOUS, C'EST UNE MANIÈRE DE LIRE LE MONDE ?

Oui, c'est très instinctif chez moi. Je sens presque tout ce que je touche : un livre neuf, une matière, un objet. C'est une habitude que j'ai depuis toujours et qui peut surprendre, mais c'est ma manière d'entrer en contact avec les choses. Mon rapport au monde passe d'abord par l'olfaction. Olivier, lui, a un œil très précis sur les couleurs ; moi, je suis plus dans les odeurs. C'est une forme de lecture très immédiate, mais aussi très structurante.

LE MAROC EST UNE TERRE QUI VOUS EST CHÈRE, ET JE CROIS SAVOIR QUE LE PAYS A EU UNE CERTAINE INFLUENCE SUR VOTRE TRAVAIL ?

L'un de nos premiers chocs au Maroc, ce fut le contact avec les couleurs et les épices. D'ailleurs, les deux fonctionnent ensemble, la variété des couleurs des épices dans les souks est incroyable.

Saint Laurent disait avoir découvert la couleur au Maroc, ce fut aussi un peu le cas pour nous. Nous qui avons longtemps été dans la monochromie, le pays nous a poussés à oser les couleurs. Aujourd'hui, nous sommes plus à l'aise avec elles, Olivier plus encore que moi. Il a un vrai œil, alors que je me laisse davantage guider par mon odorat.

À CHACUN DE VOS CLIENTS VOUS PROPOSEZ TOUJOURS UNE ODEUR SPÉCIFIQUE QUI SOIT LA SIGNATURE OLFACTIVE DU LIEU. POURQUOI CETTE ENVIE DE LIER L'OLFACTIF À VOTRE ŒUVRE ARCHITECTURALE ?

Depuis des années, nous collaborons avec notre amie parfumeure Azzi Glasser. Elle connaît très bien notre univers, notre esthétique, et nous lui confions systématiquement la création d'une fragrance pour nos projets. Pour nous, c'est un geste aussi important que le choix d'un matériau ou d'une lumière. Parfois, son interprétation est parfaitement libre et personnelle, mais il nous arrive aussi de lui donner un brief très précis. Pour notre Studio par exemple, nous lui avons demandé de capturer l'odeur de la terre sèche qui reçoit les premières gouttes de pluie. Cette odeur si particulière, très fugace, quand l'eau touche la terre aride. Elle a réussi à en faire un parfum très juste, comme une vapeur qui remonte du sol, que nous avons intitulé *Rain on Earth*. Je l'aimais tellement que je m'en servais pour parfumer nos enveloppes.

Plus récemment, je lui ai demandé de recréer l'odeur du linge étendu dans une scène du film *Une journée particulière* d'Ettore Scola, que j'adore. C'est l'odeur du propre, mais pas celle qu'on associe à l'hygiène moderne, plutôt celle du linge lavé à la main dans l'Italie des années 1950. Azzi a trouvé quelque chose de magnifique, une senteur que j'ai même eu envie de garder pour moi, pour en vaporiser sur mon oreiller avant de dormir. Ce genre de parfum raconte une époque, une atmosphère, une émotion.

EST-CE QUE CERTAINS MATÉRIAUX PEUVENT ÊTRE SÉLECTIONNÉS POUR LEUR ODEUR ?

Oui, bien sûr. La chaux, par exemple, a une vraie odeur. Le bois aussi, évidemment. À Arles, dans le musée de la Mode et du Costume, on a utilisé un parquet en châtaignier de récupération. Il avait déjà vécu et il portait cette odeur du temps passé. Un parquet neuf n'aurait jamais procuré cette sensation olfactive. Il y a quelque chose de très fort là-dedans : une odeur, c'est une mémoire invisible. Ce parquet fait maintenant pleinement partie de l'âme du lieu. Il pourrait même en devenir sa signature olfactive.

UN LIEU PEUT-IL IMPOSER SON ODEUR SANS QU'ELLE SOIT PRÉMÉDITÉE ?

Lorsqu'on a fait le restaurant Sahbi Sahbi au Maroc, j'avais vraiment envie que le lieu ait une odeur, une signature olfactive instantanément identifiable dès qu'on en franchit la porte, mais la cohabitation entre fragrance et plats est compliquée. Finalement, un parfum subtil s'est installé involontairement par le biais du plafond en bois de cèdre que nous avions posé. L'odeur n'entre pas en conflit avec les épices, elle est discrète tout en donnant une vraie identité au lieu.

POURRAIT-ON RECONNAÎTRE LES ÉTAPES D'UN CHANTIER AU NEZ ?

Complètement. La démolition, c'est la poussière sèche, l'odeur des éléments en partance et que le vent vient balayer. Ensuite, le gros œuvre sent la terre humide, les catacombes, le ciment frais : l'odeur de l'eau est prépondérante car c'est le point commun entre tous ces éléments. Puis l'humidité laisse place aux menuisiers, avec le bois coupé et raboté qui exhale une puissance olfactive incroyable. Pour finir, le vernis et les peintures, une odeur particulièrement addictive pour moi. En effet, on pourrait deviner le stade d'avancement d'un chantier rien qu'en entrant les yeux fermés.

ASSOCIEZ-VOUS ARLES À UNE ODEUR PARTICULIÈRE ?

Je connais bien cette région, j'y ai passé du temps dans mes jeunes années, car mon enfance s'est déroulée à Avignon. Pour moi, Arles, c'est une odeur salée entre le foin, l'herbe coupée et une forme d'humidité, presque marine. Et puis il y a les arènes, la poussière chaude, le sable chauffé au soleil. C'est difficile à décrire précisément, mais je crois que c'est ce flou-là qui fait la richesse d'une odeur.

FINALEMENT, L'ARCHITECTURE EST UN ART EXTRÊMEMENT SENSORIEL, EN TÉMOIGNE VOTRE APPROCHE CHEZ STUDIO KO ?

Totalement. Nous avons même conçu une bande-son pour notre site internet, avec des bruits propres à l'architecture : les pas dans le gravier, une porte qui grince, la résonance dans une pièce vide, mais pas seulement, il y a aussi des notes de musique, le chant d'un oiseau, le bruissement des feuilles. Autant d'éléments inspirants. Le moindre détail sensoriel peut changer la perception d'un lieu. La lumière, le son, la température et, bien sûr, l'odeur. C'est l'ensemble de ces éléments qui donnent de l'âme à un espace, et auxquels nous sommes avec Olivier extrêmement attentifs.

@Hervé Hôte

À FLEUR DE NEZ Fragonard

Entretien complet à écouter sur notre podcast *À fleur de nez*, épisode 26 : « Confessions olfactives avec Studio KO », disponible sur toutes les plateformes d'écoute et sur www.fragonard.com

EN PISTE !

UN BANQUET AUX SAVEURS GRÉCO-ROMAINES

Grandiose, historique, féerique, majestueux… Les adjectifs ne manquent pas pour décrire la soirée d'inauguration qui s'est tenue le 3 juillet 2025 dans les arènes d'Arles. Ce lieu emblématique de la ville, qui accueille habituellement férias et corridas, s'est mué le temps d'une parenthèse enchantée en jardin des délices. Au centre de la piste, sur les gradins faisant rempart, trois cents invités ont pris place. Les tables aux longueurs interminables étaient dressées de nappes fleuries, inspirées des tissus provençaux de la collection Fragonard, de bouquets de fleurs des champs, et d'assiettes créées spécialement pour l'occasion, aux motifs provençaux elles aussi. Jubilation, extase, jamais les arènes romaines n'avaient connu pareille fête inaugurale ! Ce banquet est le 58e dans l'œuvre de Fabien Vallos. L'artiste l'a baptisé « Tauleja LVIII », *tauleja* portant en langue provençale la double signification de table à manger et de travail. Philosophe épicurien, Fabien Vallos aime régaler les papilles de ses convives d'une cuisine faite des meilleurs produits de la région, autant que leurs pupilles par la beauté des banquets eux-mêmes. Il ambitionne le partage des idées, « l'hétérogénéité des voix, des corps et des êtres ». Pas de service à l'assiette dans son idée. Un livret accompagne le repas, il y est indiqué : « Ainsi conçu, le banquet devient un objet essentiel pour penser notre contemporain : dans un monde fragmenté, saturé de dispositifs de séparation et de contrôle, il ouvre un imaginaire du commun, de la co-présence, de la possibilité de la co-existence et de la parole partagée. » Apollodore aurait certainement adoré.

RÊVE DE CACHEMIRE

UNE ACQUISITION D'EXCEPTION

Texte — CLÉMENT TROUCHE
Photographie — FANNY TERNO

Cette robe d'intérieur, qui peut être aussi qualifiée de peignoir, date de la fin des années 1860. Son usage domestique est réservé à l'intimité du foyer. Exceptionnelle tant par sa coupe que par son décor, elle est taillée dans un sergé de laine teinte et imprimée à la forme du vêtement.

La frénésie pour les châles en cachemire s'empare de l'Europe au début du XIXe siècle et se démocratise, sous la forme de succédanés, au milieu du siècle. Les châles et étoffes originaux de la région du Cachemire en Inde sont en effet extrêmement coûteux, et les toiles tissées à Lyon, Nîmes ou Paris, quoique d'un prix moins élevé, demeurent des produits de luxe. Ces toiles, qui reprennent certains motifs indiens caractéristiques, sont fabriquées sur de nouveaux métiers à tisser.

Pour les articles moins chers, les motifs cachemire se contentent d'être imprimés. Ils proviennent notamment de Mulhouse, berceau alsacien de l'indiennage, ou de Paisley en Écosse, et circulent largement sur le marché européen. Le genre cachemire prend de l'ampleur, et la maîtrise de l'impression sur laine donne naissance à des formes qui s'allongent et s'enchevêtrent en de riches sinuosités.

Ces vêtements imprimés étaient parfois commercialisés en kit, en morceaux prêts à être assemblés. Ils étaient alors pliés, placés dans une boîte, accompagnés d'une lithographie en couleurs du vêtement porté en volume et de son patron. La méthode d'impression avant découpage et assemblage permettait de créer des motifs complexes directement sur le tissu en s'adaptant à des zones spécifiques du vêtement (par exemple, les manches, le corps, le col). Ces boîtes étaient vendues dans les grands magasins parisiens.

La gravure des riches motifs cachemire, toujours plus complexes, était confiée à des ateliers dédiés à cette technique, sauf dans les grandes manufactures comme Thierry-Mieg & Cie, où, l'impression des châles représentant la moitié de la production, le travail était confié à des graveurs expérimentés au sein même de l'entreprise.

Cette robe d'intérieur, ou peignoir, est parfaitement représentative de la production des manufactures alsaciennes et anglaises de la fin des années 1860. On ne compte pas moins de huit couleurs dans le tissu dont elle est faite (violet, blanc, noir, vert, rouge, rose, orange et bleu). Les teintes vibrantes obtenues grâce aux colorants de synthèse, la profusion et la sophistication du décor donnent une idée du luxe dont aime à s'entourer une classe bourgeoise alors à son apogée. Parée de motifs indiens, la société occidentale affirmait alors son goût pour un Orient fantasmé.

« Exceptionnelle elle est taillée dans un sergé de laine teinte et imprimée à la forme du vêtement. »

MONSIEUR NOGUIER, ENFIN RETROUVÉ !

Texte — CLÉMENT TROUCHE

Entré dans nos collections en avril 2025, *Monsieur Noguier*, œuvre du peintre Antoine Raspal, orne désormais les murs de notre musée à Arles.

Antoine Raspal (Arles, 1738-1811) est un artiste emblématique du XVIII^e^ siècle.

Formé aux rudiments de la peinture dans le cercle familial, il poursuit son apprentissage à Paris, à l'École royale de peinture et de sculpture. De retour dans sa ville natale, il répond jusqu'à la Révolution française à de nombreuses commandes publiques et privées.

Il réalise également une série de tableaux uniques en leur genre : des portraits de mode, témoins fidèles des créations de l'atelier de couture de ses sœurs. Antoine Raspal a immortalisé, dans un tableau aujourd'hui iconique, l'intimité du quotidien de cet atelier et de ses ouvrières, dans les moindres détails (collection du Museon Arlaten à Arles).

Au cours de sa carrière, il peint les portraits de nombreux notables arlésiens, comme monsieur Pierre Anne Honorat Bouchaud de Bussy (propriétaire de l'hôtel Bouchaud de Bussy, actuel musée de la Mode et du Costume Fragonard), maître Bédarrides, avocat, le jeune docteur Pomme, madame de Privat et ses filles, ou encore monsieur Noguier. D'autres modèles sont tombés dans l'anonymat avec le temps, tels *L'Homme à l'habit rouge et au gilet d'argent* et son pendant *La Dame à la coiffure ornée de lilas* et plus récemment *Le Jeune Homme à l'habit noir et au gilet d'or et d'argent*.

Les musées Fragonard, qui possèdent la plus importante collection de tableaux de Raspal après le musée Réattu, avaient organisé en 2017 et 2018 une grande exposition monographique qui lui était dédiée, « Antoine Raspal pinxit ». Ce portrait, très rarement aperçu mais connu des spécialistes de l'histoire d'Arles et des amateurs de l'artiste, réapparaît après plusieurs décennies. Le seul descriptif connu à ce jour avait été réalisé par l'historienne de la mode et du costume Magali Pascal – une notice au crayon à papier désormais presque illisible dans un carnet conservé dans les archives de notre musée arlésien. Elle est ainsi composée :

« Monsieur Noguier assis à son bureau rédigeant une lettre à la plume. Robe de chambre en indienne fleurie sur fond noir, gilet brodé et chemise à jabot de dentelle. Perruque poudrée et joues rouges. Antoine Raspal signé et daté 1778. »

La redécouverte du tableau, sa restauration et sa nouvelle étude nous ont permis de compléter cette notice et de la corriger par endroits, en soustrayant notamment au personnage sa particule et en précisant la nature des textiles représentés.

Le portrait de ce marchand du quartier de Trinquetaille, probablement Charles Antoine, né le 17 janvier 1721, montre la quintessence de l'art d'Antoine Raspal et fait écho par son format, sa composition et la représentation du même fauteuil, au portrait de *Madame de Privat et ses filles*, conservé au Museon Arlaten, ainsi qu'à son *Autoportrait, entouré de sa famille,* conservé au musée Réattu d'Arles.

Le modèle porte une robe de chambre en soie brochée et ornée de fleurs réalistes sur un fond noir et doublée de rose pâle. Elle est ouverte sur un gilet de soie façonnée de fines rayures, brodée de guirlandes de fleurs en soie colorées, elles-mêmes rehaussées de fils d'argent et d'or jusqu'aux boutons. Sa culotte en soie corail est resserrée aux mollets par un galon d'argent brodé de fleurs polychromes. Sa main droite tient une plume qui s'apprête à écrire une lettre. Sous cette même main, un tas de missives sur lesquelles il est possible de lire : « Première A Lyon le 24 … 17 … A d'un jour de vue … A notre ordre Trois cent mille livres … Valeur en … A Messieurs, Messieurs Noguier Frères, A Arles … A Raspal pxit, 1778 ».

Au mur, deux œuvres du graveur arlésien Jean-Joseph Balechou (1715-1764), parfaitement reconnaissables, complètent le décor : à gauche, « Sainte Geneviève / Patrone de Paris / Dédié au Roy », d'après l'œuvre de Carle van Loo ; à droite, « Les Baigneuses / Dédié à Monsieur Poulhariez Négociant / à Marseille », d'après l'œuvre de Joseph Vernet (1714-1789). Balechou et Vernet étaient tous deux élèves d'un autre illustre Arlésien : le peintre Philippe Sauvan (1697-1792).

ANTOINE RASPAL, *PORTRAIT DE MONSIEUR NOGUIER À SON BUREAU*, huile sur toile, signée et datée Arles, 1778, 100,5 × 81,5 cm

ESPRITS DE LA FÔRET

Texte — JEAN HUÈGES
Photographie — ANDRANE DE BARRY
Coiffure et maquillage — CÉLINE CHEVAL

Le
vert de la
nature, le bleu de l'eau, le
jaune du soleil et le rouge de la chaleur
et de l'amour constituent la symbolique
du drapeau sami, dernier peuple
autochtone d'Europe. Ces couleurs
sont le point de départ de la nouvelle
collection mode et accessoires pour
un hiver d'inspiration lapone. Pour
protéger d'une caresse les amoureux
du Grand Nord, galons et tissages,
chiens de traîneau et paysages
givrés s'impriment sur de
douces écharpes et des
foulards soyeux…

PAGE PRÉCÉDENTE : carrés ESPRIT NOMADE en soie imprimée,
80 × 80 cm, 80 € l'un ; mitaines SAANA en laine mélangée, 45 € la paire.
CI-CONTRE : carré OISEAU ENCHANTÉ en soie imprimée, 100 × 100 cm, 100 €

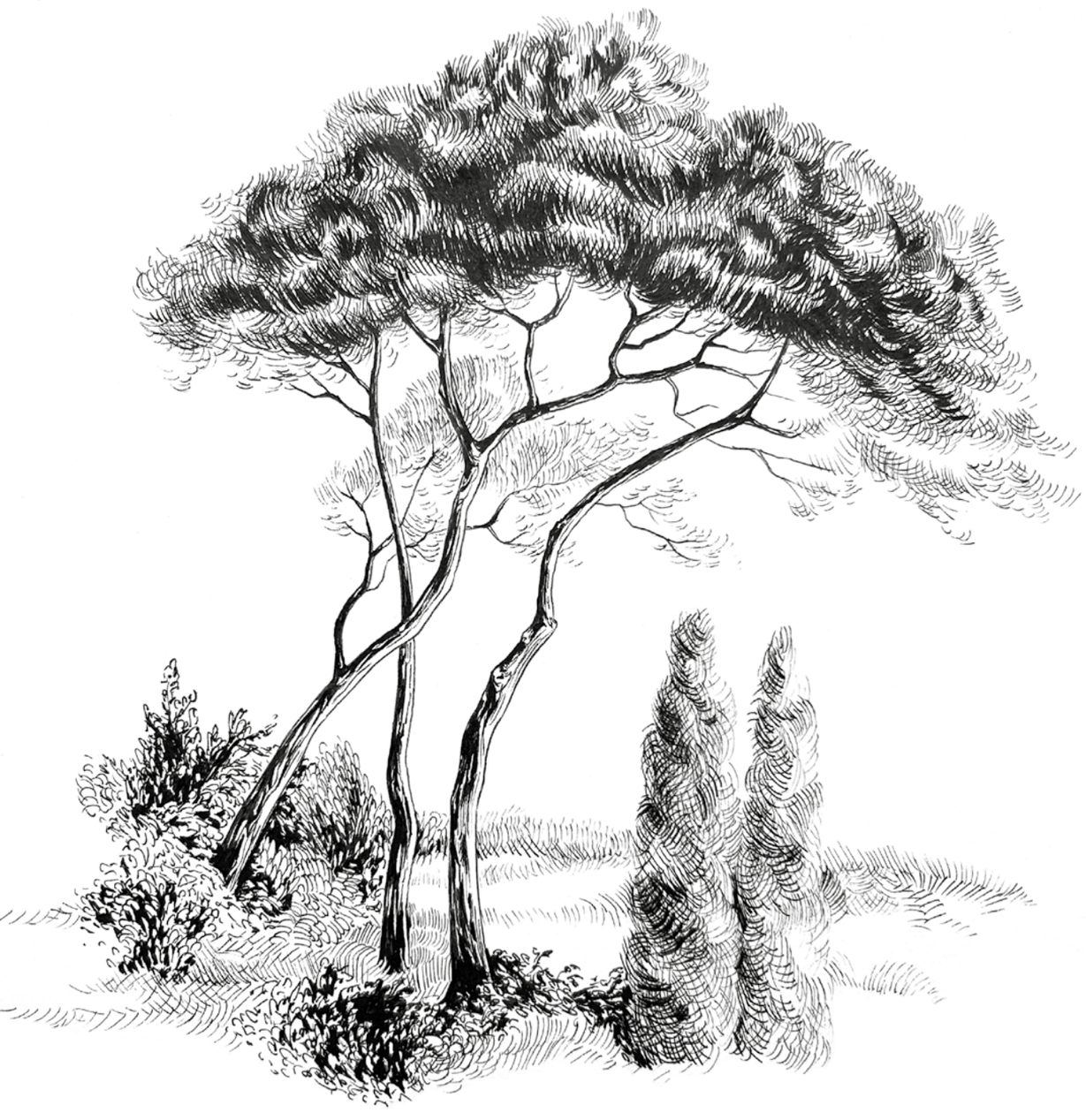
PAGE DE GAUCHE : Édith et Géraldine portent le carré BOTTES BORÉALES en soie et modal imprimés, 65 × 65 cm, 45 €, le tee-shirt et le pantalon ORNEMENT en coton et modal imprimés, 45 et 50 €; et les mitaines FLEURS D'HIVER en jacquard de cachemire et laine mélangée, 40 € la paire
CI-CONTRE : George porte l'écharpe FLEURS D'HIVER en jacquard de cachemire et laine mélangée, 205 × 35 cm, 90 €

PAGE DE GAUCHE : Marion porte le châle BAIES NORDIQUES en laine imprimée, 100 × 200 cm, 115 €
CI-CONTRE : mitaines FLEURS D'HIVER en jacquard de cachemire et laine mélangée, 40 € la paire ;
tee-shirt et pantalon ORNEMENT en coton et modal imprimés, 45 et 50 €

CI-CONTRE : Oriana porte l'écharpe FLEURS D'HIVER en jacquard de cachemire et laine mélangée, 205 × 35 cm, 90 €
PAGE DE DROITE : Léna porte la veste ELSI ESPRIT NOMADE en coton brodé, 155 €, George porte le châle JOYEUX SAPIN en laine imprimée, 100 × 200 cm, 115 €

PAGE DE GAUCHE : George porte le châle CHIENS DE TRAÎNEAUX en laine imprimée, 85 × 180 cm, 70 €
CI-CONTRE : Géraldine porte le carré ESPRIT NOMADE en soie imprimée, 80 × 80 cm, 80 € ; le chemisier NOUR FLEURS GLACÉES en coton brodé, 125 € ; la jupe AUBIN KANTHA en coton et soie brodés, 140 € ; et la housse de rangement matelassée GALON BALTIQUE en coton imprimé, 95 €

CI-CONTRE : Géraldine porte le châle JOYEUX SAPIN en laine imprimée, 100 × 200 cm, 115 €
PAGE DE DROITE : Oriana porte le chemiser SALILA et le pantalon GABRIEL ESPRIT NOMADE en viscose imprimée, 70 € la pièce



GÉOGRAPHIE DES ODEURS, NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPLORATION ?

Texte — CHARLOTTE URBAIN Illustrations — ÉDITH CLARISSOU

« Décris-moi les odeurs qui traversent ton territoire et je devinerai ton lieu d'habitation. » À de très rares exceptions près, la géographie olfactive est absente des bancs de la recherche universitaire. Oubli ou omission, quelles en sont les raisons ? Tentative d'explication et de projection : le débat est ouvert !

Et si nos territoires étaient étudiés non selon la géologie, la population ou les aménagements qui les constituent, mais par les odeurs qu'ils dégagent ? Tentons l'expérience. Ce matin, c'est une fragrance de fraise Tagada qui flottait dans l'air. Je prends ma voiture pour rejoindre le centre-ville, le jasmin qui borde les clôtures s'engouffre dans l'habitacle, mêlé à une légère brise humide, très finement iodée. Au cœur de la vieille ville, place à d'autres effluves : poussière, pierre sèche, briques. Enfin, je rejoins mon lieu de travail et ce sont des centaines d'odeurs qui pénètrent dans mes narines : le fameux « mille fleurs », mélange de tous les parfums mis en bouteille dans ces murs depuis des décennies ; l'atelier suivant est marqué du sceau « propreté » : des « bondillons » de savon de Marseille sont malaxés avec de l'essence de lavande. Reconnaissez-vous le lieu ? Grasse, ville odorante par essence, avec ses usines de parfumerie ses champs de fleurs, mais aussi sa chaleur estivale torride – véritable exhausteur d'odeurs – et sa proximité avec la mer et la montagne, possède une géographie olfactive particulièrement identifiable. Ce récit olfactif pourrait-il rendre compte de nos paysages urbains et ruraux ?

La rencontre avec Pierre Raffard, géographe de l'alimentation, dans le cadre de l'enregistrement de notre podcast *À fleur de nez*, a engagé plusieurs pistes de réflexion. Rappelons pour commencer ce qu'est un « espace géographique ». Agrégé et professeur à l'École normale, Jean Maréchal a théorisé ainsi les cinq usages de l'espace : approprier, exploiter, communiquer, habiter, gérer. De même qu'ils définissent visiblement un espace, ces cinq usages génèrent obligatoirement une ou plusieurs identités olfactives. Pourtant, la géographie en tant que science ne porte que très peu d'intérêt à ce sens. Qu'il se trouve à l'autre bout du monde ou à quelques kilomètres de son domicile, le géographe est un voyageur. En haut d'un sommet enneigé, au milieu d'une mégapole sur-polluée, ou perdu dans un désert, il a devant lui un paysage complexe, multisensoriel, qu'il décrit avec ses yeux et ses connaissances théoriques, mais rarement avec son nez. La géographie est, selon la définition proposée par l'Académie française, « la science qui a pour objet la description du globe terrestre, de sa constitution, de son relief, de ses climats, de ses ressources, de ses populations

et de leurs modes d'existence ». Pourquoi omettre l'olfaction ? En 1947, le géographe André Siegfried, qui s'interroge à ce sujet, se heurte à la méthodologie. Il écrit : « La géographie… des odeurs ? Que peut-on en tirer ? […] Dans quelle mesure est-elle faite ? Seulement par notations éparses, non coordonnées et souvent trop subjectives, sans véritable portée géographique. » Un propos que Pierre Raffard réfute d'un revers argumenté : « Ce souci de l'objectivité est illusoire, voire totalement dépassé. Les Anglo-Saxons s'autorisent depuis longtemps le "je" dans l'analyse scientifique. Par ailleurs, l'odeur participe à définir des territoires. Ce concept d'espace vécu qui a donné lieu à des dizaines, voire des centaines de milliers de pages de la part des géographes, ne s'est jamais intéressé à la question olfactive. Dans son ouvrage de référence *La Région, espace vécu*, Armand Frémont ne mentionne à aucun moment l'odeur. » Quelques années avant Siegfried, un éminent géographe, Maximilien Sorre, suggère dans l'un de ses livres qu'il faudrait peut-être commencer à s'intéresser à la géographie olfactive. Il jette une bouteille à la mer, que peu de pêcheurs à sa suite saisissent. Certainement influencé par son domaine de recherche (l'alimentation), Pierre Raffard est convaincu que l'étude des odeurs sur le plan géographique serait une mine d'informations nouvelles, un territoire inexploré à déchiffrer. « La plus grande partie de l'humanité vit dans un environnement puissamment odorant », ajoute-t-il. Les tabous qui lui sont liés seraient-ils un frein à son étude ? Professeur de géographie à l'université de la Colombie-Britannique, Douglas Porteous rappelle dans un article intitulé « Smellscape » que « jusqu'à 90 % de notre perception est visuelle, et le restant majoritairement auditif et tactile ». Il reste donc peu de place à l'olfaction. Peu fiable, subjective, trop animale, sujette aux émotions (et aux émois), l'odeur a mauvaise réputation. Pourtant, qui n'a pas un jour été rattrapé par ses souvenirs olfactifs, lors d'une balade en forêt ou au bord de la mer, le nez dans les embruns, ou encore lors d'un retour au village familial ? Qui n'a pas associé un parfum à un lieu ? Pierre Raffard conserve de ses années de terrain en Turquie un souvenir olfactif très prégnant et caractéristique : l'odeur des poêles à charbon l'hiver, leur fumée épaisse et âcre. Si demain le maquis corse ne sentait plus l'immortelle, serait-il encore maquis ? Si Grasse n'exhalait plus aucune odeur, pourrait-on encore la considérer comme capitale mondiale des parfums ? Et surtout si nos nez étaient plus éduqués, accepterions-nous de manger des fruits et légumes qui ont perdu en moins de cinquante ans une grande partie de leurs qualités nutritives (conséquence de l'agriculture intensive, de l'utilisation massive des engrais et des pesticides) ? Les nuisances olfactives souvent synonyme de pollutions relevées par certains climatologues sont pourtant loin d'être utilisées comme argument. En effet, notre odorat est encore et toujours relégué au second plan, car nous feignons d'ignorer son importance. Il suffit d'observer un enfant cueillir des framboises dans le jardin de ses grands-parents puis de les porter à sa bouche avec envie, pour se convaincre que ce sens est une puissante source d'émotions. À ce moment, l'enfant non seulement crée sans le savoir un souvenir qu'il associera pour toujours à un moment et à un lieu, mais il éduque aussi ses sens. Architecte et docteure en sciences pour l'ingénieur, Suzel Bazel écrit dans un article de la revue *La Géographie* consacrée aux cinq sens : « Les identités odorantes géographiques résultent surtout de l'entremêlement des biotopes humains et non-humains. […] De la même façon, l'alimentation se trouve au cœur de la rencontre d'un territoire (souvent lieu de production) et d'une ville (lieu de consommation). » Reste la problématique méthodologique. Pierre Raffard s'interroge : « Comment quantifie-t-on une odeur ? Doit-on disposer des capteurs ? En réalité, l'odeur n'est pas seulement un ensemble de molécules. C'est aussi une expérience, un rapport intime et collectif à l'espace, à une culture. Au-delà des études et complexités scientifiques, la géographie pourrait se résumer à une seule question : pourquoi ici et pas ailleurs ? ». Une question que nous pourrions tout autant décliner à la géographie olfactive.

LIRE

SUZEL BALEZ,
« Géographie odorante »,
La Géographie,
n° 1582 (juillet-août-septembre 2021)

LUCIENNE A. ROUBIN,
Le Monde des odeurs. Dynamique et fonctions du champ odorant, Paris,
Méridiens Klincksieck,
« Sociologies au quotidien », 1989

DOUGLAS PORTEOUS,
« Smellscape », *Progress in Physical Geography*,
1er septembre 1985,
vol. 9, n° 3, p. 356-378

ROBERT DULAU
(sous la direction de),
Géographie des odeurs,
L'Harmattan, 1998

ÉCOUTER

PODCAST
À FLEUR DE NEZ,
« Confessions olfactives avec Pierre Raffard »

VOIR

SUR ARTE.TV :
« Voyage en cuisine. Le magazine des cuisines du monde. Pierre Raffard »

© Olivier Capp

DE L'OSIER À L'OLIVIER

NAISSANCE D'UNE CRÉATION MÉDITERRANÉENNE

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — ANTHONY WATSON

HUILE D'OLIVE
DU BOIS DORMANT,
500 ml, 22 €

Rencontré lors de la création de la boutique Fragonard à Arles en 2021, Atelier Vime – cofondé par Anthony Watson, Benoît Rauzy et Raphaëlle Hanley – tresse depuis 2016 une nouvelle vision de la vannerie. Tombé sous le charme de l'univers de la marque, Fragonard a sélectionné leurs suspensions pour illuminer certaines de ses boutiques. En 2025, l'atelier de vannerie signe l'étiquette de la dernière cuvée d'huile d'olive du Bois dormant. Récit d'une collaboration créative et d'un artisanat aux origines immémoriales.

Tirant son nom du « vime » (*Salix viminalis* ou « saule des vanniers ») qui désigne l'osier que l'on tresse, l'Atelier Vime a redonné à cet artisanat noblesse et originalité. Grâce à lui, un vent de modernité souffle sur Vallabrègues, berceau de la vannerie provençale. Lorsque Anthony Watson et Benoît Rauzy achètent l'hôtel particulier Drujon, construit au XVIII^e^ siècle, ils ignorent les trésors cachés qu'il recèle et qui les amèneront à une soudaine et étonnante reconversion. Dans le grenier, gisent en effet les archives et d'anciennes éditions de vannerie de la famille Boyer, patrons vanniers, propriétaires de la demeure de 1878 à 2014...

Anthony Watson (ancien styliste pour la presse) et Benoît Rauzy (conseiller international en gestion de l'eau et énergie), les fondateurs d'Atelier Vime, proposent à leur amie Raphaëlle Hanley (styliste pour la maroquinerie de luxe) de se joindre à eux. Leur premier succès est un vase Médicis posé sur un haut piédestal, le tout entièrement tressé en osier, que les architectes d'intérieur du monde entier ne tardent pas à s'arracher. L'objet est élégant, parfaitement exécuté et sa matière inattendue. Le vieux panier de mamie s'en voit dépoussiéré d'un coup de balai !

Un jour, Raphaëlle, Agnès et Françoise se retrouvent à Londres – un peu par hasard – autour d'une passion commune pour les bijoux anciens. Découvrant ses « carnets de tous les jours », grâce auxquels Raphaëlle garde un souvenir graphique, quasi quotidiennement, de ses activités, les sœurs Costa

lui proposent de concevoir l'étiquette de la prochaine cuvée d'huile d'olive Fragonard. L'artiste imagine alors une vue sur la mer Méditerranée, avec des maisons aux toits de tuile romaine et leurs balcons, des branches d'olivier et des palmiers. Clin d'œil aux deux maisons provençales unies pour l'occasion, elle pose symboliquement sur une petite table, au premier plan, le vase Médicis, objet iconique d'Atelier Vime, et un livre, évocation du prix littéraire Fragonard, créé par Agnès Costa.

LA VANNERIE, UN ARTISANAT IMMÉMORIAL ET ÉCOLOGIQUE

Pratiquée depuis au moins 10 000 ans, l'un des artisanats les plus vieux au monde, la vannerie est l'art de tresser des fibres végétales, osier, bambou, rotin.. Idéalement située sur la rive gauche du Rhône, en face du Gardon, Vallabrègues a longtemps été l'épicentre de cette activité en Provence. Au plus fort de celle-ci, au XVIIIe siècle, le village comptait jusqu'à 450 vanniers pour 1 800 habitants.

Patience et doigté sont les qualités requises. Raphaëlle insiste : « Il ne faut jamais presser un vannier. Le tressage prend du temps, son articulation méticuleuse brin après brin ne peut être réalisée à la vavite. » Une lenteur dans l'exécution qui, seule, peut assurer la qualité et la régularité du produit fini. L'exigence et le souci du détail qui animent l'Atelier Vime participent d'ailleurs à son succès. Expérience, connaissance des plantes et des procédés sont les autres compétences indispensables et qui font la rareté de l'artisan. Les trois fondateurs se félicitent de contribuer au renouveau de la profession en France et de susciter des vocations, en particulier auprès de jeunes designers sensibilisés à la dimension environnementale. Aujourd'hui, l'Atelier Vime emploie régulièrement trente-cinq artisans et cultive ses propres champs d'osier en Bretagne.

Légère, résistante, naturelle et décorative, la vannerie a toutes les vertus pour accompagner notre quotidien – du luminaire à la corbeille de table. « Nous aimons aussi l'idée que les pièces en vannerie peuvent se réparer à l'infini », ajoute Raphaëlle. Dramatiquement remplacée par le plastique dans les années 1970, elle a malheureusement failli disparaître alors qu'elle était présente dans nos foyers depuis toujours. Éclairer, transporter, stocker, etc., les objets en vannerie possèdent mille usages, pour le plus grand plaisir d'Atelier Vime.

PARIS

MUSÉE DU PARFUM OPÉRA
3-5, square de l'Opéra-Louis Jouvet
75009 Paris
T. +33 (0)1 40 06 10 09

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

BOUTIQUE RIVE GAUCHE
196, bd Saint-Germain
75007 Paris
T. +33 (0)1 42 84 12 12

BOUTIQUE HAUSSMANN
5, rue Boudreau
75009 Paris
T. +33 (0)1 40 06 10 10

BOUTIQUE BERCY VILLAGE
Chai n° 13
Cour Saint-Émilion
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

BOUTIQUE ARCHIVES
10, rue Jean Ossola
06130 Grasse
T. +33 (0)4 93 36 51 51

AIX-EN-PROVENCE

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

ARLES

MUSÉE DE LA MODE ET DU COSTUME
16, rue de la Calade
13200 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)6 74 82 65 27

AVIGNON

BOUTIQUE
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
7, avenue du Jardin Exotique
06360 Èze-Village
T. +33 (0)4 93 41 83 36

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

NÎMES

BOUTIQUE
20, avenue du Général Perrier
30000 Nîmes
T. +33 (0)4 66 05 74 74

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

MILAN

BOUTIQUE
Via Solferino 2
20122 Milan — Italie
T. +39 (0)2 72 09 52 04

AÉROPORTS & GRANDS MAGASINS

BOUTIQUE FRAGONARD
Aéroport Nice-Côte d'Azur
Terminaux 1 et 2

Aéroport Marseille-Provence
Terminal 1

CORNERS FRAGONARD
Aéroport Roissy-Charles de Gaulle
Terminaux 2 A, C, E et F

Aéroport Paris-Orly
Terminaux 2 et 3

LE BON MARCHÉ
24, rue de Sèvres
75007 Paris

LA SAMARITAINE
9, rue de la Monnaie
75001 Paris

PUBLICIS DRUGSTORE
133, avenue des Champs-Élysées
75008 Paris

---

fragonard.com
usines-parfum.fragonard.com
musee-parfum-paris.fragonard.com
musee-mode-costume.fragonard.com

PEFC/10-31-2254

Fragonard
www.fragonard.com