

Fragonard

MAGAZINE



Nº
19



SE METTRE AU PARFUM

- P.05 – Parfums enchanteurs et enchantés
- P.14 – 100 ans! Un vent de nouveauté souffle pour Fragonard
- P.20 – Le nouveau visage de la gamme VRAI
- P.21 – Des objets qui voyagent
- P.22 – Krista Schouten, de l’idée au flacon
- P.24 – Camille Fleury, réglementation et naturalité, un combat quotidien
- P.26 – Une tradition en or

CÉLÉBRER

- P.28 – Fêter son centenaire
- P.40 – À la rencontre d’Elif Shafak, lauréate de la cinquième édition du Prix littéraire Fragonard
- P.42 – Le Théâtre du Parfum, lever de rideau sur ce lieu chargé d’histoire

S’INSPIRER

- P.50 – L’herbier enchanté
- P.68 – Digoine, la perle enchantée du Charolais
- P.70 – Thomas Ferrand, quand les mauvaises herbes de nos territoires se révèlent exotiques
- P.72 – Jean-François Barbéris, au sommet de la pièce montée des 100 ans de Fragonard
- P.74 – De fil en aiguille, Zarif et Fragonard tissent à Kaboul de précieuses créations

ADMIRER

- P.82 – De Grasse à Paris, un voyage spatio-temporel au cœur du XVIII^e siècle
- P.92 – Le voyage du cachemire
- P.96 – Belle de jour en toile de barège
- P.98 – De la fleur au flacon, le bigaradier inspire parfumeurs et verriers
- P.100 – Une œuvre symboliste rejoint les collections des musées Fragonard
- P.102 – Nuit magique

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 : Mathilde Degorce-Dumas : 01 47 42 93 40. Magazine gratuit, offert aux clients Fragonard. Ne peut être vendu. Ne pas jeter sur la voie publique.

NO 19

FRAGONARD MAGAZINE
AUTOMNE/HIVER 2026

COMITÉ
DE RÉDACTION
DIRIGÉ PAR
Agnès Costa

DIRECTRICE DE
LA PUBLICATION
& RÉDACTRICE
EN CHEF
Charlotte Urbain

COORDINATION
Mathilde Degorce-Dumas

DIRECTION
ARTISTIQUE
Claudie Dubost

RÉDACTION
Anastasia Dugaeva
Charlotte Urbain
Géraldine Tatard

CONTRIBUTION
Philippe Costamagna
Jean Huêges
Marie Lepeudry
Eva Lorenzini
Floriane Spaccapelo-Bardet
Clément Trouche

PHOTOGRAPHIES
Andrane de Barry
Olivier Capp
François Deladerrière
Grégoire Gardette
Eva Lorenzini
Denise Savalle
Fanny Terno

ILLUSTRATIONS
Clémence Charmoille
Édith Clarissou
Victoria Dorche

RELECTURE
Megapom Nice
Marc Nagels

PHOTOGRAVURE
Megapom Nice



E

Célébrer les 100 ans de la vie d’une maison familiale, c’est un challenge pour lequel nous avons réuni les forces vives d’une entreprise dont les équipes font chaque jour grandir notre image et notre réputation par leur implication et leur enthousiasme.

Chacun, à son niveau, a fait rayonner cette culture du parfum et l’originalité qui nous caractérisent tout au long de l’année, et si les deux tiers de cette année anniversaire ont été ponctués de temps très forts, il reste encore du temps et de l’énergie pour fêter dignement une année d’exception.

Nous sommes fières de partager avec vous l’annonce d’une grande exposition à l’hôtel de la Monnaie de Paris où, du 13 novembre 2026 au 10 janvier 2027, les plus belles collections Fragonard seront exposées pendant deux mois exceptionnels.

Mise en valeur par la talentueuse scénographie de l’agence Nathalie Crinière et des Ateliers Saint-Lazare, cette manifestation regroupera les trésors de nos collections de tableaux du XVIII^e siècle, avec une belle présence d’œuvres de Jean-Honoré Fragonard et de Marguerite Gérard, nos plus beaux flacons des musées de Grasse et de Paris, et nos exceptionnels costumes du XVIII^e siècle des collections de nos musées de Grasse et d’Arles.

D

L’occasion de célébrer encore et encore ce siècle magique et raffiné, celui de Jean-Honoré Fragonard, dont l’ombre tutélaire a abrité notre maison de parfum, ainsi que le goût des collections patiemment assemblées par nos parents avant nous.

Et surtout un moment de joie et de partage, comme nous les aimons chez Fragonard, nous qui avons la chance d’être dans une maison atypique où la place de la culture et du charme à la française a autant d’importance que celle qui régit la production de produits de qualité, faits avec amour, simplicité et authenticité!

To

ANNE, AGNÈS ET FRANÇOISE COSTA

SE METTRE AU PAR FUM

PARFUMS ENCHANTEURS ET ENCHANTÉS

Texte — JEAN HUÈGES
Photographie — OLIVIER CAPP



L'ORACLE DES PLANTES, IMAGINÉ ET ILLUSTRÉ PAR LA JEUNE ARTISTE FRANÇAISE VICTORIA DORCHE, DÉPLOIE SES IMAGES COLORÉES, FIGURATIVES ET RICHES DE SIGNIFICATIONS POUR UNE ÉVOCATION POÉTIQUE DE LA MAGIE DE NOËL. CHAQUE PLANTE RACONTE UNE HISTOIRE, CHAQUE MATIÈRE PREMIÈRE SOIGNEUSEMENT SÉLECTIONNÉE EST SYMBOLIQUEMENT QUALIFIÉE : L'HÉLIOTROPE-GINGEMBRE SYMBOLISE LE JOYEUX FEU, LA GRENADE-PIVOINE L'OFFRANDE, LE PALO SANTO FAIT BRILLER LA NUIT SACRÉE... BIENVENUE DANS CET HERBIER ENCHANTÉ ET PARFUMÉ, À LA RENCONTRE DES SENTEURS POUR PARTAGER L'ESPRIT DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE.





**Coffret parfum
L'Offrande**
Grenade Pivoine
Ce coffret-livre
renferme l'eau de
parfum Grenade-
Pivoine et son miroir
de poche. Symbole de
l'offrande dans l'oracle
des plantes Fragonard,
la Grenade-Pivoine
célèbre l'art d'offrir.
Cette eau de parfum
s'ouvre sur des notes
fruitées de grenade
et de poire. Son cœur
floral dévoile un accord
de pivoine et d'absolue
de rose, tandis que
son fond boisé associe
le cèdre et le chêne.
EAU DE PARFUM 50 ML
ET MIROIR - 45 €



**Diffuseur
Cette Nuit-Là**

Épicéa
Le diffuseur *Cette Nuit-Là*,
illustré d'un paysage enchanté
où deux personnages cueillent
les étoiles au cœur d'une forêt,
diffuse dans la maison
le parfum frais et résineux
de l'épicéa.
200 ML - 38 €

**Bougie
Le Guide**
Épicéa

Laissez-vous guider à travers
une forêt d'épicéas, sous un ciel
étoilé. Avec sa senteur boisée,
la bougie *Le Guide* vous entraîne
au cœur de la forêt.
200 G - 35€

**Bougie
La Nuit Sacrée**

Palo Santo
Nouvelle dans nos collections,
la bougie *La Nuit Sacrée* révèle
les notes fumées de l'encens
et celles boisées du patchouli,
du pin et du Palo Santo. Bois
sacré aux accents chaleureux,
le Palo Santo enveloppe
la maison de bonnes énergies.
200 G - 35€

**Bougie
Soleil d'Hiver**
Agrume

La bougie *Soleil d'Hiver*
dévoile une fragrance
inedite autour des notes
d'orange et de mandarine,
enveloppées dans un nuage
de fleur d'oranger :
un rayon de chaleur
au cœur de l'hiver.
200 G - 35€



**Coffret savon
L'Étoile**

Santal Cardamome
Gravé d'un oiseau et accompagné
de son porte-savon assorti,
ce savon aux notes de santal
et de cardamome célèbre l'étoile,
symbole de lumière dans l'Oracle
Fragonard.
SAVON PARFUMÉ 150 G
ET PORTE-SAVON
11 x 17 cm - 25€

Coffret

Le Cœur Paisible

Rose Lavande

La rose et la lavande incarnent la douceur. Ce coffret, composé d'une crème pour les mains et d'une lime à ongles, apaise les cœurs grâce à son parfum floral sublimé de lavande provençale.

CRÈME MAINS 50 ML
ET LIME À ONGLES - 18€



L'ORACLE FRAGONARD

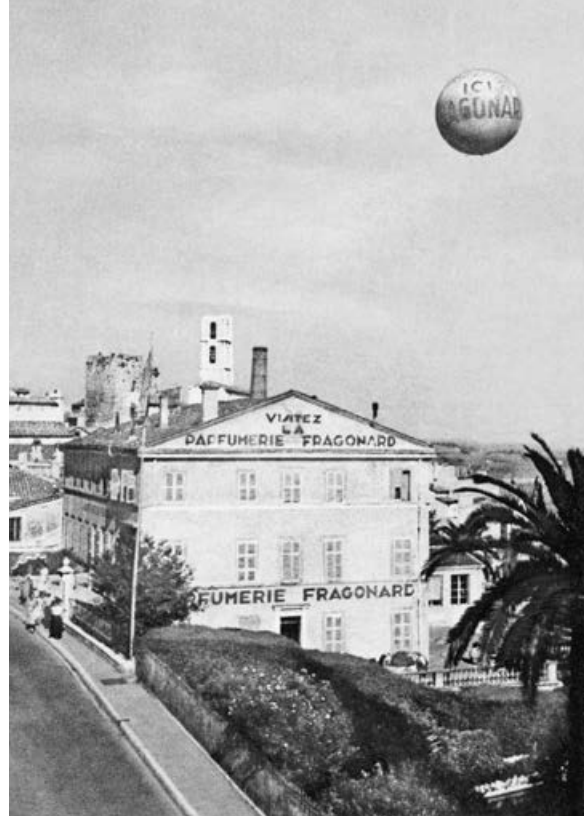


RICHE DE SYMBOLES, D'IMAGES ET DE SENS, L'ORACLE DES PLANTES DEVIENT CELUI DES PLANTES PARFUMÉES. UN JEU DE 27 CARTES ILLUSTRÉES PAR VICTORIA DORCHE POUR TROUVER RÉPONSE À VOS QUESTIONS ET GUIDER VOTRE CHEMIN PARFUMÉ. DÉCOUVREZ LES PLANTES EMBLÉMATIQUES DU PARFUMEUR ET LEUR SIGNIFICATION EXPLIQUÉE PAR L'HERBORISTE DIANE AKRICHE.

JEU DE CARTES, 28€

100 ANS! UN VENT DE NOUVEAUTÉ SOUFFLE POUR FRAGONARD

Texte — GÉRALDINE TATARD
Photographie — OLIVIER CAPP,
GRÉGOIRE GARDETTE, EVA LORENZINI
ET DENISE SAVALLE



La maison Fragonard poursuit la métamorphose de ses boutiques grâce au travail des Ateliers Saint-Lazare, studio d'architectes parisien fondé en 2000 par Antoine Ricardou, pour qui la pratique de l'architecture est narrative et ancrée, attachée à l'histoire de chaque lieu, soucieuse du moindre détail. L'année 2026 marque encore une belle année de collaboration pour les deux maisons, avec la rénovation de plusieurs écrans plus lumineux les uns que les autres. Retour sur chaque projet.

Usine historique Fragonard à Grasse et son ballon, vers 1950 (ci-dessus) et 2026 (ci-contre)

Relooking

La boutique Fragonard Parfums, à l'entrée de la vieille ville de Grasse

Héritage et modernité se rencontrent avec harmonie dans ce bâtiment historique où l'aménagement est inspiré des anciennes échoppes d'apothicaires. Plus spacieux, cet espace baigné de lumière offre une belle vue sur les paysages grasseois. Conçue avec des matériaux nobles tels que le noyer pour le mobilier et la lave émaillée, la boutique accueille les visiteurs dans une atmosphère chaleureuse et provençale. Dans la continuité des ouvertures d'Arles, d'Aix-en-Provence et de Paris, un univers olfactif où chaque fragrance raconte cent ans de savoir-faire et invite à un voyage sensoriel au cœur de Grasse. Parallèlement, Fragonard a rénové les façades de l'immeuble et peint les lettres à la main, comme c'était d'usage autrefois, clin d'œil aux archives photographiques des années 1950.



Ci-dessus : boutique Fragonard
2, rue Jean Ossola, 06130 Grasse

Ci-contre : vue de la rue droite
(aujourd'hui rue Jean Ossola) à Grasse, vers 1900



Relooking

La boutique de Montmartre à Paris

Après Haussmann et Saint-Germain-des-Prés, la boutique Fragonard Montmartre s'est à son tour métamorphosée ! Au cœur de l'un des quartiers les plus emblématiques de Paris, au pied du Sacré-Cœur, ce nouvel écrin est orné de meubles en noyer aux lignes contemporaines. Certains détails décoratifs sont directement inspirés de l'architecture de la basilique. Parfums iconiques, collections pour la maison et créations inspirées de l'art de vivre provençal... une adresse pour les Parisiens qui rêvent de jouer les touristes, et pour les touristes qui se sentent l'âme parisienne.

Fragonard boutique Montmartre
1 bis, rue Tardieu, 75018 Paris



Nouveau

Un atelier prêt à naviguer !

Dessiné et conçu spécialement pour Myriam et Caroline, qui imaginent et réalisent les vitrines et scénographies des boutiques Fragonard, cet atelier se devait d'être parfaitement fonctionnel. Contraint par la superficie particulièrement étroite du lieu (12 m²), l'atelier a été imaginé selon les règles du design naval et de l'aménagement des bateaux : chaque espace est optimisé, réfléchi, et aucune perte de place n'est autorisée. Outil de travail à part entière, l'atelier présente de nombreuses niches et rangements qui ont tous une fonction, ainsi qu'un bureau compact installé en mezzanine. Voilà un joli petit vaisseau voguant sur les eaux « fragoniques », permettant de déployer créativité et fabrication, entièrement dédié aux gestes de scénographie.



Collaboration

Ysé x Fragonard, marques amies

L'année dernière, Ysé et Fragonard collaboraient pour une collection solaire. On se souvient encore des jolis motifs des maillots de bain. Cet hiver, c'est la lune qui est au rendez-vous avec cette collection boudoir inspirée des rituels réconfortants de fin de journée. Robes de chambre, trousse de toilette, masques pour les yeux, sets de pyjamas, mailles du soir...

Voilà de quoi contrer le froid et la grisaille hivernale. Les imprimés sont dessinés par Fragonard en collaboration avec Ysé, et certains éléments sont inspirés d'archives provençales des collections de textiles de Fragonard. Pour célébrer l'amitié de ces deux marques, l'eau de maison *Chambre d'Amis* a reçu un traitement de faveur avec un nouveau pochon imprimé de rayures florales. Le parfum, quant à lui, reste identique: des notes d'acacia, de glycine, de fleur d'oranger, de jasmin et de lys, soutenues par le cèdre et l'ambre.

Robe de chambre ALLUMETTE AMOUREUSE en coton imprimé, disponible en court et en long, 75 € / 85 €
Trousse de toilette ALLUMETTE AMOUREUSE en coton imprimé, 40 €
Boîte de rangement ALLUMETTE AMOUREUSE en carton et coton imprimé, 32 x 25 x 10 cm, 45 €
Eau de maison CHAMBRE D'AMIS et son pochon en coton imprimé, 200 ml, 35 €

En boutique dès novembre 2026
En vente chez Ysé et Fragonard



Humanitaire

Elisecare, l'espoir inconditionnel

Depuis maintenant de nombreuses années, Elisecare apporte une aide médicale et psychologique d'urgence aux populations civiles rescapées en zones de conflit. Les soins gratuits sont dispensés à toute personne, quelle que soit son orientation religieuse ou politique. Elisecare s'efforce de préserver la vie et la dignité de chacun. Partenaire fidèle depuis 2018, Fragonard a imaginé ce foulard en soie imprimée afin de soutenir les actions de l'association. Chaque foulard acheté permet d'aider les familles déplacées, tout en finançant des programmes éducatifs et humanitaires. «Le cœur sur la main, le royaume de l'espoir», quoi de plus noble que de porter ce message à son cou ?



Foulard en soie imprimée, 100 €
100% du prix de vente (hors TVA)
est reversé à l'ONG Elisecare
En vente chez Fragonard
dès octobre 2026

Prix Fragonard Mode,
Patrimoine(s) & Modernité

Biker Gülistan,
une création
de Burç Akyol

Lauréat du Prix Fragonard Mode, Patrimoine(s) & Modernité 2024 - Maison Mode Méditerranée, Burç Akyol a réalisé *Biker Gülistan* à la suite d'une résidence artistique à Grasse et Arles. Il a découvert une collection d'indiennes, un monde de fleurs mordancées sur du coton, ainsi que des motifs plus tardifs

de roses (début XIX^e siècle) qui font écho aux roses rouges des sarouels que portait sa «deuxième maman», une amie kurde de sa mère turque. À travers ce vêtement, Burç Akyol a voulu tisser des liens entre «ses» mondes : des souvenirs d'enfance aux réminiscences de combats historiques, où dignité et souveraineté sont symbolisées par cette fleur puissante : la rose.

Biker Gülistan de Burç Akyol, 2026, Paris

Blouson en feutre de laine imprimé d'un motif de roses en 3D, avec la généreuse collaboration des ateliers Les Teintures de France.



LE NOUVEAU VISAGE DE LA GAMME VRAI



Créée en 2000, au tournant du millénaire, la gamme VRAI symbolise depuis toujours la pureté, la simplicité et l'élégance d'une ligne de cosmétiques riche en promesses d'efficacité. Packaging aux lignes épurées, gamme non genrée et accessible à tous, elle a traversé le premier quart du XXI^e siècle en fidélisant toutes les générations grâce à des formules simples, performantes et enrichies d'ingrédients naturels. Aujourd'hui relookée d'un coup de baguette magique par le studio Saint-Lazare, elle conserve son identité

sobre et authentique à travers un packaging immaculé qui met en majesté le logo au nœud doré. Une image à la fois épurée et percutante, fidèle à l'esprit originel de cette collection unique et indispensable. VRAI associe la technicité des formules cosmétiques modernes à des ingrédients d'origine naturelle de haute qualité, sublimés par de délicates notes de fraîcheur : bergamote, basilic, verveine et jasmin. Toute la puissance des actifs naturels pour révéler la beauté véritable de votre peau.

SE METTRE AU PARFUM

DES OBJETS QUI VOYAGENT

Texte — FLORIANE SPACCAPELO-BARDET
Photographie — OLIVIER CAPP

Cette année encore, les collections de nos musées voyagent en France et même à l'étranger ! Quatre de nos flacons de Bernard Perrot, datant de la fin du XVII^e siècle,

s'exposent au musée Carnavalet — Histoire de Paris ainsi qu'au château de Grignan, afin de célébrer le 400^e anniversaire de Madame de Sévigné. Demeure familiale de la descendance de la marquise, le parcours de visite du château de Grignan a été agrandi pour l'occasion : de nouvelles salles ont été inaugurées, évoquant les différents aspects de la vie aristocratique du Grand Siècle, dont une consacrée à la toilette où nos objets prennent place. À l'occasion de l'exposition « Ingres et la mode » au musée Ingres-Bourdelle de Montauban, plusieurs de nos bijoux s'illustrent dans un parcours consacré à la place du vêtement dans l'œuvre de Jean-Auguste-Dominique Ingres, mettant en lumière son goût pour les étoffes, les drapés et la parure. Enfin, trois pomanders ont rejoint la Galleria d'Italia de Milan pour l'exposition « Bellezza e Bruttezza », qui explore les notions de beauté et de laideur à la Renaissance et l'évolution des canons esthétiques à travers des œuvres des XV^e et XVI^e siècles.



— 01

— 01
Pomander sphérique, Allemagne, XVI^e siècle, argent. Paris, musée du Parfum Fragonard

— 02
Atelier de Bernard Perrot (Altare, 1640 — Orléans, 1709) Flacon à décor de coquillage d'une face et de soleil de l'autre, France (Orléans), fin du XVII^e siècle, verre teinté brun, soufflé dans un moule en deux parties, plomb. Grasse, musée du Parfum Fragonard

Exposition « Ingres et la Mode », du 3 juillet au 8 novembre 2026, Musée Ingres-Bourdelle, 19, rue de l'Hôtel-de-Ville, 82000 Montauban museeingresbourdelle.com

Exposition « Bellezza e Bruttezza », du 10 juillet au 18 octobre 2026, Galleria d'Italia, Piazza della Scala, 6 20121 Milan gallerieditalia.com

Château de Grignan, 23, rue Montant-au-Château, 26230 Grignan chateaugrignan.fr



— 02

KRISTA SCHOUTEN

DE L'IDÉE AU FLACON

Fragonard est une formidable histoire de famille. Nombreux sont ceux qui ont vu leurs parents traverser les couloirs de l'usine historique de Grasse et qui les traversent à leur tour aujourd'hui. Véritable ADN de la Maison, l'ambiance chaleureuse et bienveillante contribue à une évolution agréable et naturelle au sein de l'entreprise. Krista fait partie de ces « enfants Fragonard » ; elle nous raconte ses souvenirs et son poste de chargée du développement produit en parfumerie.

Entretien — GÉRALDINE TATARD
Photographie — DENISE SAVALLE



QUEL EST VOTRE PREMIER SOUVENIR CHEZ FRAGONARD ?

J'avais seize ans, ma mère travaillait en tant qu'assistante de Madame Fabre. J'étais guide-vendeuse pour l'été. Je me souviens encore de l'odeur des savons lorsque je suis entrée dans l'usine. Celui au mimosa était mon préféré ! Son odeur, sa couleur, sa forme... Et puis en 2009, j'ai repris un emploi dans l'usine historique de Grasse. Je travaillais avec une collègue dans l'assistanat de la direction. Monsieur Costa était encore à la tête de l'entreprise et je me souviens que je rougissais lorsque je lui demandais sa signature. C'était quelqu'un de très impressionnant.

EN TANT QUE CHARGÉE DE DÉVELOPPEMENT PRODUIT EN PARFUMERIE, QUELLES SONT VOS MISSIONS ?

De manière générale, mon métier consiste à coordonner et à assurer le suivi de toutes les étapes d'un projet de parfumerie, ce qui signifie être en lien avec chaque prestataire, qu'il soit engagé pour le contenu ou le contenant du produit, soit du parfumeur au fabricant de packaging. C'est un métier très complet et j'ai beaucoup de plaisir à être présente de l'idée originale à sa mise en place jusqu'à la couleur du packaging. Chez Fragonard nous consacrons beaucoup d'énergie et d'attention aux packagings, certains les considèrent presque comme des produits en soi puisqu'ils les conservent pour leur beauté.

QUELLES SONT LES QUALITÉS NÉCESSAIRES POUR CE MÉTIER ?

Il y a un côté très technique, qui est la lecture de plans

et la maîtrise de toute la chaîne graphique jusqu'au développement des packagings. Mais il y a aussi une véritable veille qui consiste à se déplacer dans des salons pour découvrir de nouveaux produits, de nouvelles idées. Je dirais qu'il faut être une grande communicante, avoir une rigueur exemplaire, être mobile, curieuse, exigeante et proactive. Ça fait beaucoup (elle rit) ! J'espère faire de mon mieux.

QUEL A ÉTÉ VOTRE PLUS BEAU PROJET CHEZ FRAGONARD ?

Le lancement de la gamme *Le Jardin de Fragonard* ! C'était un de mes premiers projets aussi conséquents dans le développement produit et je travaillais avec Audrey Maillard, l'une de nos illustratrices. J'ai un souvenir affectueux de cette époque et de cette gamme gigantesque. Il y a eu beaucoup de stress mais tellement de satisfaction. C'était un beau travail d'équipe.

AVEZ-VOUS OBSERVÉ UNE ÉVOLUTION DE VOTRE ODORAT AU FIL DES ANNÉES CHEZ FRAGONARD ? COMMENT ÉTAIT-CE À VOTRE ARRIVÉE ? VOTRE MÉTIER FAÇONNE-T-IL CE SENS TOUT PARTICULIÈREMENT ?

Dans mes emplois précédents, notamment dans les usines de Grasse, j'avais déjà un nez assez éduqué et sensible à l'ensemble des matières premières. Quand je suis arrivée chez Fragonard, j'ai été en contact avec des compositions déjà bien abouties, et par chance j'ai tout de suite adhéré au style olfactif. Je n'aime pas les matières chimiques, artificielles, donc j'ai toujours été en phase avec les préférences de mes dirigeantes qui favorisent très souvent une odeur naturelle,

fidèle aux fleurs du pays grassois. Malgré tout, un odorat ça s'éduque, et il continue d'évoluer même si j'ai la chance d'avoir toujours eu cette sensibilité pour les odeurs.

AVEZ-VOUS UNE FLEUR OU UN PARFUM PRÉFÉRÉ ?

J'apprécie particulièrement la tubéreuse. Je trouve que c'est une fleur extrêmement jolie. Très grande, très solide, très rigide, et j'aime son odeur. J'ai participé à sa cueillette cette année. Et *spoiler alert* : ce sera la Fleur de l'Année 2027 chez Fragonard ! Sinon, je porte régulièrement l'eau de toilette *Frivole*, elle est féminine sans être entêtante. Ou encore *Belle de Paris*, poudrée et très chic. J'aime changer selon mes envies, le moment de la journée, de la saison. J'ai trois ou quatre flacons différents, j'alterne facilement.

SI VOUS DEVIEZ DÉFINIR FRAGONARD EN TROIS MOTS ?

Tradition, bonne humeur, créativité.

AVEZ-VOUS UNE PASSION QUELCONQUE EN DEHORS DE VOTRE TRAVAIL ?

J'aime beaucoup les danses latines, ça me permet de me déconnecter, de me détendre. C'est une activité qui permet de rassembler toutes les typologies de personnes, qui s'acceptent telles qu'elles sont, quel que soit leur âge ou leur physique. Ça permet aussi de rompre certaines barrières sociales et de rencontrer des gens que je n'aurais peut-être pas rencontrés par ailleurs, ce que je trouve toujours enrichissant. À part ça, j'aime être en extérieur, faire des randonnées, du vélo, nager dans des lacs...



CAMILLE FLEURY

RÉGLEMENTATION ET NATURALITÉ,
UN COMBAT QUOTIDIEN

Entre responsabilités légales et processus administratifs, Camille Fleury agit afin que Fragonard rayonne sur notre globe dans les règles. C'est en partie grâce à lui que les consommateurs Fragonard peuvent utiliser les produits de parfumerie en toute sérénité. Zoom sur les coulisses de son métier complexe.

Entretien — GÉRALDINE TATARD
Photographie — DENISE SAVALLE

POUVEZ-VOUS RÉSUMER EN QUELQUES MOTS VOTRE TRAVAIL EN TANT QUE RESPONSABLE DES AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES CHEZ FRAGONARD ?

Mon rôle est de garantir la sécurité et la conformité réglementaire des produits Fragonard dans chaque pays

où ils sont commercialisés. C'est un métier à la croisée de la science et du droit, que ce soit au niveau national, européen ou à l'international. Chaque projet nécessite de coordonner de nombreux documents, certifications et autorisations afin d'assurer une mise sur le marché conforme. J'effectue également une veille permanente,

car les réglementations évoluent sans cesse. Heureusement, la réglementation européenne, particulièrement exigeante, constitue une base solide qui permet d'être en conformité avec la plupart des marchés, même si chaque pays conserve ses propres spécificités, parfois au sein d'un même pays comme c'est le cas aux États-Unis.

QUELLES FORMATIONS AVEZ-VOUS SUIVIES POUR ARRIVER À CE POSTE ? QUEL EST VOTRE PARCOURS ?

Ingénieur en Sécurité et Environnement de formation, j'ai travaillé pendant douze ans dans la chimie fine à Sophia Antipolis, sur des polymères destinés aux peintures, avant de devenir consultant spécialisé en réglementation cosmétique. J'ai rejoint Fragonard il y a cinq ans.

QUELLE EST LA PLACE RÉSERVÉE AUX MATIÈRES PREMIÈRES NATURELLES CHEZ FRAGONARD ?

Les ingrédients naturels sont au cœur de l'identité de Fragonard, mais « naturel » ne signifie pas automatiquement « sans risque ». Les huiles essentielles, par exemple, sont des mélanges complexes de molécules et varient selon l'origine ou le mode d'extraction. Elles peuvent contenir des substances allergènes qui nécessitent un contrôle rigoureux. Les ingrédients de synthèse, parfois mal perçus, sont pourtant au cœur de la parfumerie moderne. Beaucoup reproduisent des molécules présentes dans la nature et offrent des perspectives et une sécurité précieuse pour les parfumeurs.

COMMENT PRÉSERVER UN PARFUM LORSQUE LA RÉGLEMENTATION IMPOSE DE MODIFIER UNE FORMULE ?

Les connaissances scientifiques évoluent et certaines substances peuvent être restreintes ou interdites. Chaque reformulation représente un véritable défi : l'objectif est de conserver l'identité olfactive de la fragrance tout en respectant les nouvelles exigences.

Ce travail repose sur une étroite collaboration entre les parfumeurs, les équipes de développement et les affaires réglementaires.

LA RÉGLEMENTATION CONDUIT-ELLE À UNE UNIFORMISATION DES PARFUMS ?

La palette des matières premières se réduit progressivement, ce qui pourrait laisser penser à une uniformisation. Mais les contraintes stimulent aussi la créativité. Elles poussent les parfumeurs à explorer de nouvelles associations et à imaginer des fragrances inédites.

QU'EST-CE QUE L'IFRA ? QUEL EST SON RÔLE ?

L'International Fragrance Association a été créée dans les années 1970 par les producteurs de parfums ; elle définit des recommandations sur l'utilisation des ingrédients parfumants afin de garantir la sécurité des consommateurs. Chaque acteur de l'industrie est libre d'y adhérer, la plupart en sont membres, Fragonard y compris, via le Syndicat national des fabricants de produits aromatiques (Prodarom). C'est une contrainte supplémentaire qui contribue à développer des produits toujours plus sûrs.

DIFFICILE DE PARLER DE SANTÉ SANS PARLER D'ÉCOLOGIE. QUELS SONT LES GRANDS ENJEUX D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN FACE AU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE ?

Nous devons relever deux défis majeurs : l'atténuation de notre empreinte et l'adaptation aux changements qui sont déjà à l'œuvre.

Fragonard a déjà engagé plusieurs actions, notamment l'installation de panneaux photovoltaïques sur ses sites grasseois, l'analyse de son bilan carbone, une gestion raisonnée de l'eau avec récupération des eaux de pluie, ainsi que le choix d'espèces végétales adaptées au climat local. Pour une maison comme Fragonard, dont l'histoire est intimement liée aux plantes à parfum, la préservation de la biodiversité constitue également un enjeu essentiel. Les évolutions climatiques pourraient, à terme, affecter certaines cultures emblématiques de notre région et amener à faire évoluer les pratiques de production et d'approvisionnement.

FRAGONARD EN TROIS MOTS ?

Authenticité. Fidèle à la parfumerie traditionnelle qui valorise les méthodes artisanales de culture des plantes à parfum. **Transmission.** Il y a une véritable continuité des savoir-faire à travers les ateliers de parfum, la visite des usines et des champs de fleurs. **Grasse.** J'ai grandi ici, j'ai une grande affection pour les Parfumeries Fragonard et je sais à quel point elles sont la locomotive du centre-ville.

ET EN DEHORS DU TRAVAIL ?

Je suis engagé dans plusieurs actions en faveur de l'environnement et je pratique de nombreux sports de plein air, comme le kitesurf, le speed-riding ou encore l'ultimate frisbee, une discipline mixte, sans contact et auto-arbitrée. Le sport est pour moi une véritable source d'équilibre, surtout lorsqu'il se pratique en extérieur.



En 1989, en gage de ses cinquante années de travail, Jean-François Costa recevait de la part de tous ses salariés un magnifique estagnon en or. Pour cette année spéciale qui marque le centenaire de la Maison, les employés ont souhaité réitérer ce geste, afin d'offrir à leur tour un cadeau emblématique, symbole de cette tradition renouvelée : le flacon *L'Oranger* en vermeil. L'ouvrage a été brillamment réalisé par Giuseppe Lardo, orfèvre-joaillier, ciseleur et dinandier, récemment labellisé « Artisan d'Art » pour son engagement dans la pratique et la préservation des métiers rares, comme la dinanderie – un savoir-faire dont il est aujourd'hui le seul représentant à Paris. Le flacon à taille réelle présente le logo du centenaire en relief, de jolies ciselures latérales figurant des fleurs d'oranger et les prénoms des trois sœurs gravés au dos. Plus de cent cinquante heures de travail à la main ont été nécessaires.



UNE TRADITION EN OR

GIUSEPPE LARDO

ORFÈVRE, JOAILLIER,
CISELEUR ET DINANDIER



Après avoir travaillé pendant quinze ans pour les plus prestigieuses maisons de haute joaillerie françaises, et voyagé jusqu'en Iran, au Maroc et au Vietnam pour se former, Giuseppe a choisi de créer sa propre entreprise : l'Atelier des Trois Grâces. Quoi de plus symbolique pour réaliser ce bijou destiné à trois sœurs originaires de la ville de Grasse ? Bien que la plupart des gens du métier utilisent de l'impression 3D ou de l'IA, les convictions de Giuseppe l'amènent à réaliser chacune de ses pièces à la main sans avoir recours à ces artifices. Il croit en la pérennisation des savoir-faire traditionnels pour lutter contre

l'amenuisement des compétences et la perte de savoirs intergénérationnels. Giuseppe forme d'ailleurs des personnes passionnées de joaillerie via des workshops organisés par le collectif Sprague à Paris. Il confesse que son métier est difficile et nécessite un véritable engagement et une bonne gestion du risque. Les matières coûtent cher et l'erreur reste humaine. Sa chance est d'avoir plusieurs compétences – dont celle de fabriquer ses propres outils – qui lui permettent de pouvoir répondre à diverses commandes afin de subvenir et de vivre de son art. Longue vie à l'Atelier des Trois Grâces !

C
L
B
É
É
R
É
E
R

FÊTER SON CENTENAIRE

UN ÉVÉNEMENT UNIQUE ET RARE DANS LA VIE !

Photographie — DENISE SAVALLE
ET OLIVIER CAPP

CÉLÉBRER

QUELLE CHANCE EXTRAORDINAIRE DE VIVRE CET ANNIVERSAIRE EXCEPTIONNEL ET DE LE CÉLÉBRER TOUT AU LONG DE L'ANNÉE 2026 DE MULTIPLES FAÇONS ! APRÈS LA CRÉATION D'UN TIMBRE-CŒUR ÉDITÉ PAR LA POSTE EN FÉVRIER 2026 QUI PARFUME DEPUIS LES COURRIERS À NOTRE FLEUR D'ORANGER, APRÈS LE LANCEMENT EN LIBRAIRIE DE PLUSIEURS OUVRAGES CÉLÉBRANT NOTRE MAISON, SON HISTOIRE, SON PATRIMOINE MUSÉAL ET SA CRÉATIVITÉ FOISSONNANTE, UNE FOIS LES BEAUX JOURS ANNONCÉS SUR LA RIVIERA, NOUS AVONS EU ENVIE DE MOMENTS FESTIFS ET JOYEUX POUR PARTAGER CE JUBILÉ AVEC TOUS CEUX QUI NOUS ENTOURENT DEPUIS TANT D'ANNÉES. RETOUR SUR CES CÉLÉBRATIONS QUI ONT PONCTUÉ L'ARRIVÉE DE L'ÉTÉ !



LE PALAIS BULLES, UNE FÊTE INCROYABLE

Texte — AGNÈS WEBSTER

Comment fêter dignement, mais avec un grain de folie, ce centenaire si rare sans investir un lieu d'exception ?

Le mythique Palais Bulles de Théoule-sur-Mer, construit dans les années 1970 par l'architecte hongrois Antti Lovag, était l'écrin magique d'une fête exceptionnelle qui a embrasé une nuit d'été, le temps d'un banquet à l'ambigu, de notre ami, artiste culinaire, Fabien Vallos, accompagné de son équipe.



Accueillis avec un cocktail parfumé aux fleurs de Grasse créé spécialement par la mixologue Juliette Cothenet, les invités ont pu ensuite se faire tirer les cartes par Héloïse Gousset et Sophie Jarreault aidées d'un jeu de tarot spécial Fragonard (voir page 13).

François Chapman, magicien, a déambulé de table en table se jouant de chacun d'un tour de passe-passe. La soirée s'est terminée sur la bande-son endiablée du DJ Karl Planck, qui avait préparé une playlist retraçant cent ans d'histoire de la musique.



LE MAS DU PARFUMEUR, UN DÎNER ENCHANTÉ

Texte — AGNÈS WEBSTER

La pré-ouverture de notre Mas du Parfumeur s'est tenue un soir de juin, à la veille de l'été, à la suite de l'inauguration des quatre expositions estivales de nos musées à Grasse, célébrant nos 100 ans. Un dîner champêtre orchestré par Jacques Chibois, chef étoilé de la Bastide Saint-Antoine à Grasse, ami de la Maison et de la famille depuis toujours, et clos par une somptueuse pièce montée et un délicieux Paris-Brest à la fleur d'oranger offert par le chef Jean-François Barberis de l'hôtel Majestic à Cannes : des souvenirs d'une nuit de rêve, ponctuée de la performance musicale des « Chanteurs d'Oiseaux ».



Des magnums de champagne peints à la main par le studio de création



Une soirée d'une poésie et d'une sensibilité inoubliables sur la terrasse d'un mas provençal dont la réfection sera terminée à la fin de l'année, le temps pour les pieds de rose, de lavande, de jasmin, de tubéreuse et autres bigaradiers de pousser au soleil de Grasse !



L'ÉLOGE DE LA FANTAISIE, UN LANCEMENT CRÉATIF

Texte — MARIE LEPEUDRY

Depuis plus de trente ans, la fantaisie caractérise l'univers créatif de Fragonard. Pour célébrer cet anniversaire, la Maison s'est associée à *Blumenhaus* (revue réputée pour son originalité et sa qualité graphique) le temps d'une édition spéciale.



Anne, Agnès et Françoise Costa dévoilent leurs inspirations, leurs collections personnelles et leur vision de la création. Sous la forme d'une carte blanche, elles invitent artistes et collaborateurs de la marque à s'exprimer librement autour de leurs univers, de leurs passions et de leurs voyages, offrant un regard intime sur les coulisses de Fragonard. À l'occasion de son lancement, la Maison a imaginé un événement placé sous le signe de la création dans l'atelier Grand Soleil d'Arnold D'Alger.

Transformé en un théâtre de fleurs, l'atelier a offert aux invités l'occasion de contribuer, à leur manière, à cette célébration du centenaire. Une parenthèse joyeuse et créative, fidèle à l'art de vivre de Fragonard, où la fantaisie devient un langage commun.

Journalistes, artistes et créateurs de contenu ont été invités à personnaliser leur propre assiette en céramique lors d'un atelier conçu comme un moment de partage et d'expression créative.



LE THÉÂTRE DU PARFUM, UN NOUVEL ÉCRIN POUR UN DÎNER CARITATIF

Texte — AGNÈS WEBSTER

Un dîner d'exception pour des femmes exceptionnelles. Depuis plus de dix ans, Fragonard soutient différentes associations dirigées par des femmes rares, devenues, au fil du temps, des amies précieuses. Un dîner joyeux et original s'est tenu dans notre Théâtre du Parfum, fraîchement rouvert, le 22 mai dernier, réunissant une vingtaine de femmes d'exception autour de Son Altesse Royale Maria Teresa, Grande-Duchesse de Luxembourg, et Chékéba Hachemi,

représentant l'association Stand Speak Rise Up! (*luttant contre le viol utilisé comme arme de guerre*), d'Élise Boghossian, fondatrice d'Elisecare (*qui apporte des soins médicaux et psychologiques d'urgence aux populations des camps de réfugiés dans les zones de guerre*), de Laure Delaporte, directrice de Life Project 4 Youth (*qui forme des jeunes issus des bidonvilles de l'Asie au Moyen Orient et les aide à accéder au monde du travail*), et de Tina Kieffer, fondatrice de Toutes à l'école (*ONG scolarisant depuis*



vingt-cinq ans des générations de jeunes Cambodgiennes qui n'auraient pas accès à l'école du fait de leur précarité). L'idée de cette rencontre était de faire connaître davantage ces associations en leur permettant d'échanger avec des rédactrices en chef de grands magazines français, afin de donner un écho plus large à leurs actions et à leurs engagements. C'était joyeux, coloré, délicieux et surtout généreux, à l'image de l'engagement de Fragonard auprès de ces associations. À cette occasion, la Maison leur a remis une aide financière exceptionnelle, venant renforcer le soutien fidèle qu'elle leur apporte chaque année.



— 01
Chékéba Hachemi,
STAND SPEAK RISE UP!

— 02
Son Altesse Royale Maria Teresa,
Grande-Duchesse de Luxembourg,
STAND SPEAK RISE UP!

— 03
Élise Boghossian,
ELISECARE

— 04
Tina Kieffer,
TOUTES À L'ÉCOLE

— 05
Laure Delaporte,
LIFE PROJECT 4 YOUTH

100 ANS DE PARFUM, UNE EXPOSITION IMMERSIVE ET INÉDITE

Texte — JEAN HUÈGES

Imaginée comme un musée éphémère par Antoine Ricardou, des Ateliers Saint-Lazare, cette exposition propose une immersion sensorielle dans un décor jaune solaire, aux accents provençaux.

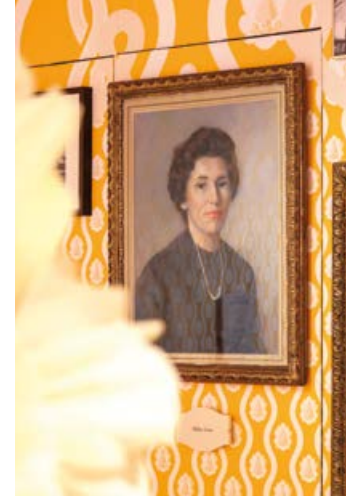
Pour fêter les cent ans de la Parfumerie Fragonard, le parcours propose une mise en avant de dix flacons emblématiques de Fragonard, symboliques de dix années de senteurs, chacune représentative d'une époque.

Sur les murs, des photos historiques et les portraits des fondateurs de l'entreprise, rejoints par les tableaux des trois sœurs dirigeantes, commandés à la grande artiste anglaise, Phoebe Dickinson, au style et au talent reconnus internationalement. Les visiteurs peuvent également sentir les fleurs qui font la renommée de Grasse : la rose centifolia, le jasmin, la tubéreuse et le mimosa.

Étincelantes de mille feux, les œuvres de l'artiste Shourouk Rhaïem donnent un éclat particulier à cette exposition. Dix décennies célébrant le parfum, l'art de vivre provençal et l'esprit créatif de la maison Fragonard !



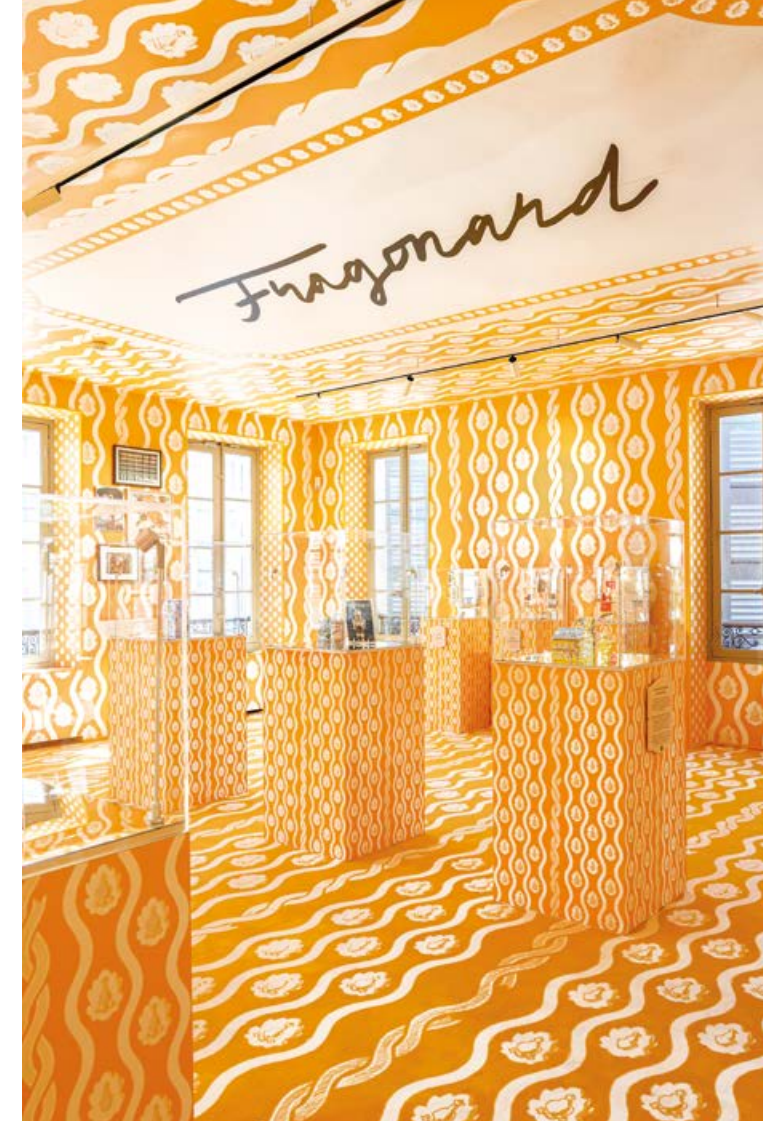
Portraits des trois dirigeantes
par Phoebe Dickinson



Portrait d'Hélène Costa



L'Usine Historique
et le flacon emblématique *Gamin*,
par Shourouk Rhaïem



« Les œuvres de
Shourouk Rhaïem
donnent
un éclat particulier
à ce centenaire. »



À LA RENCONTRE D’ELIF SHAFAK

LAURÉATE DE LA CINQUIÈME ÉDITION
DU PRIX LITTÉRAIRE FRAGONARD

Née à Strasbourg, adolescente à Madrid et résidente à Londres, Elif Shafak est fille de parents turcs, élevée par une mère diplomate ; une vie profondément cosmopolite qui marque son écriture, où chaque livre est un voyage autant historique que géographique. Elle écrit en turc et en anglais, langue dans laquelle elle dit se sentir « plus libre ». Ses positions de femme engagée et féministe, ses réflexions et recherches universitaires (sa thèse en sciences politiques analyse *La modernité turque à travers les discours des masculinités*) l'obligent à quitter son pays, la Turquie, où elle est menacée. *La Bâtarde d'Istanbul* (paru en 2006), qui aborde la question du génocide arménien, est loin d'être appréciée par les autorités qui lui font un procès. Ses romans (au nombre de treize) partagent des destinées familiales où s'entrelace la grande Histoire de notre humanité avec ses richesses, ses tristesses et sa fragilité. « Chaque fois que j'écris un roman, j'essaie de suivre mon intuition et de respecter le flux de l'histoire. » Pour ce dernier ouvrage, multiprimé, c'est une petite goutte « qui m'a menée des rives de la Tamise aux tablettes d'argile de Gilgamesh – la première œuvre littéraire écrite de l'histoire –, et plongée de manière organique chez les Yézidis car c'est l'une des plus anciennes minorités de cette région. Écrire un roman, c'est toujours un voyage. » Le talent d'Elif Shafak est de nous embarquer dans son épopée, son écriture coule avec délice et nous abreuve de mille et une légendes, à tel point que nous nous rêvons goutte d'eau à notre tour. Ce roman est magnifiquement traduit par Dominique Goy-Blanquet, professeure émérite de littérature britannique à l'université de Picardie et grande habituée de l'œuvre d'Elif, qui signe ici son « cinquième Shafak » chez Flammarion, après avoir consacré sa carrière au théâtre élisabéthain, Shakespeare et Chéreau.

Le 26 mars 2026, au musée du Parfum Fragonard à Paris, Elif Shafak a reçu le Prix Fragonard pour son dernier roman « Les fleuves du ciel » édité chez Flammarion. Récit d'une épopée littéraire où une simple goutte d'eau — denrée essentielle de l'humanité — devient objet poétique et historique.

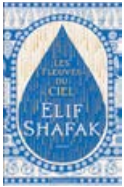
Texte — ANASTASIA DUGAEVA
ET CHARLOTTE URBAIN

Photographie — FERHAT ELIK
ET DENISE SAVALLE



Le Prix littéraire Fragonard

Fondé en 2022, le Prix Fragonard de littérature étrangère couronne chaque année un livre : une voix féminine venue d'ailleurs et la traduction qui nous la rend audible. Pour sa cinquième édition, dix romans écrits par des femmes et parus en France entre le 1^{er} août 2025 et le 28 février 2026 composaient la première sélection. Quatre titres formaient la deuxième, traversés par une même inquiétude, celle de ce qui se perd en chemin. Le jury était composé de Jakuta Alikavazovic, écrivaine et traductrice, Élise Boghossian, fondatrice de l'ONG EliseCare, Danielle Cillien-Sabatier, directrice du patrimoine, Clara Dupont-Monod, écrivaine, editrice et journaliste, Alina Gurdiel, directrice littéraire, Olivia de Lamberterie, écrivaine et journaliste, Maria Larrea, écrivaine, réalisatrice et scénariste, Mathieu Palain, écrivain et journaliste, Charlotte Urbain, directrice culture de Fragonard, Agnès Webster, Présidente Directrice Générale de Fragonard.



Les Fleuves du ciel, d'Elif Shafak (trad. Dominique Goy-Blanquet, Flammarion), tient ensemble trois existences que rien, en apparence, ne rapproche. Dans l'Angleterre victorienne, un enfant naît au bord d'une Tamise noire, dans les taudis de Chelsea. Sa mémoire visuelle, prodigieuse et dormante, le mènera au British Museum, où il déchiffrera l'Épopée de Gilgamesh sur des tablettes d'argile. Près du Tigre, à Hasankeyf, une fillette yézidie grandit sur une terre promise aux eaux (un barrage doit être construit et ensevelir leur village). Avec sa grand-mère, la petite-fille doit partir en Irak, là où Daech assassine... En 2018, au lendemain d'un divorce, une hydrologue s'installe sur une péniche londonienne et se perd dans les méandres de fleuves imaginaires. Ce qui relie ces vies tient dans une goutte d'eau, la même depuis l'origine. La suivre, c'est traverser l'histoire, mais aussi ce qui nous occupe aujourd'hui : ce qu'on sauve des œuvres, ce qu'on doit aux femmes, ce qu'on laisse à la terre.



L'Américaine Virginia Evans, dans **La Correspondante** (trad. Leïla Colombier, La Table ronde), ranime une forme ancienne : l'échange épistolaire. Trois fois par semaine, Sybil Van Antwerp, juriste retraitée du Maryland, s'installe à son bureau et écrit à son frère, à une vieille amie, au fils d'un ancien collègue, à Joan Didion, à George Lucas, à un correspondant qu'elle ne nomme pas. La vue lui manque peu à peu, et avec elle sa manière d'être au monde. Le présent y est troublé par la mémoire du passé, le poids des choses allégé par la légèreté du ton.



Éclaircie, de la Galloise Carys Davies (trad. David Fauquemberg, Éditions de La Table ronde), s'ouvre en 1843, l'année où quatre cent soixante-quatorze pasteurs font sécession de l'Église d'Écosse. L'un d'eux, que le scrupule a ruiné, accepte d'aller expulser le dernier habitant d'une île perdue entre l'Écosse et la Norvège. Une falaise, une chute, et c'est sa victime qui le relève, le soigne et le nourrit, sans qu'un mot passe de l'un à l'autre. Ivar ne parle que le norne, langue éteinte où la brume et la tourbe ont chacune un lexique pléthorique. Un récit sans complaisance, mais avec une poésie sous-jacente qui grandit au fil des pages.



Isabella Hammad, dans **Hamlet le long du mur** (trad. Josée Kamoun, Gallimard), envoie Sonia, actrice de trente-huit ans échappée de Londres et d'une liaison, jouer Gertrude dans un Hamlet arabe monté en Cisjordanie. Tout y est d'une précision de miniature, la vie intime de l'héroïne, les liens qui se nouent au sein de la troupe palestinienne, l'épaisseur historique et littéraire. Hammad montre à quel point le grand art dépend des batailles ordinaires. Checkpoints, baillleurs de fonds, convocations, tout fait obstacle aux répétitions, et les acteurs avec elles. Et pourtant, un renversement se presse...

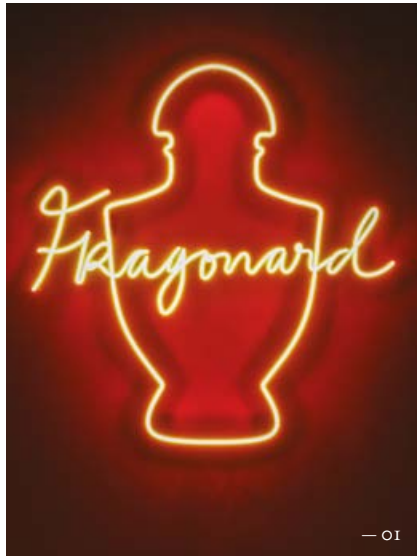
LE THÉÂTRE DU PARFUM

LEVER DE RIDEAU
SUR CE LIEU
CHARGÉ D'HISTOIRE

Texte — GÉRALDINE TATARD
Photographie — OLIVIER CAPP
ET DENISE SAVALLE

La maison Fragonard rouvre son troisième musée à Paris : le Théâtre du Parfum situé au 39, boulevard des Capucines. À deux pas de l'Opéra Garnier, ce lieu offre un parcours muséal dédié à l'histoire de la parfumerie et propose une expérience complémentaire à celle des deux autres musées Fragonard déjà existants dans ce même quartier, grâce à l'atmosphère singulière de cet ancien théâtre. Précédemment appelé théâtre des Capucines, cet établissement est resté actif jusqu'en 1973 et a accueilli en ses murs de nombreuses vedettes telles qu'Arletty ou Gaby Morlay.





— 01

L'histoire du bâtiment débute en 1889, lorsque les frères Émile et Vincent Isola, figures majeures du spectacle parisien, louent cet immeuble situé boulevard des Capucines. En 1895, l'architecte Édouard-Jean Niermans transforme les lieux en théâtre. D'abord salle de conférences accueillant les grandes personnalités intellectuelles de la fin du XIX^e siècle – Francisque Sarcey, Jules Lemaître, Paul Bourget ou Camille Flammarion – le lieu devient rapidement un espace de spectacles et d'innovations artistiques. Les frères Isola y présentent leurs célèbres numéros de prestidigitation qui attirent le Tout-Paris. Visionnaires, ils expérimentent dès 1895 le cinématographe des frères Lumière et développent leur propre projecteur, *l'Isolatographe*, permettant la projection de films colorisés. Devenu officiellement théâtre des Capucines en 1898, le lieu connaît un succès durable au début du XX^e siècle. De nombreuses figures de la scène

française y font leurs débuts. Revues, opérettes et spectacles musicaux rythment ensuite la vie du théâtre jusqu'à sa fermeture en 1973. En 1993, Anne, Agnès et Françoise Costa transforment le théâtre en musée du Parfum Fragonard, donnant une seconde vie culturelle à ce lieu historique. Cette année 2026 marque la restauration complète du musée par les Ateliers Saint-Lazare, dans une scénographie fidèle à l'esprit théâtral originel tout en affirmant une vision contemporaine. Cet espace immersif invite le visiteur à la découverte du parfum dans un univers théâtral, presque secret, entre patrimoine et création. Moquette rouge, lumières tamisées, moulures au plafond et estrade centrale rappellent l'ambiance qui devait y régner au siècle dernier. De l'Égypte antique au XXI^e siècle, près de 150 objets issus de la Collection Fragonard retracent l'histoire des cosmétiques et des usages du parfum au cœur des civilisations occidentales

— 02



— 01
Détail du Théâtre du Parfum

— 02
FLACONS
« À LA REINE DES ABEILLES »
Maison Violet, Paris, milieu du XIX^e siècle, cristal incolore de Baccarat pressé et moulé, titré à l'or. Collection Fragonard Parfumeur



— 03

et orientales. Paris, capitale internationale du luxe, et Grasse, capitale mondiale de la parfumerie, sont depuis le XVII^e siècle deux villes dont les activités s'entrelacent. Depuis cent ans, la maison Fragonard joue un rôle important dans la pièce internationale qui met en scène les acteurs principaux du patrimoine français et le Théâtre du Parfum met en lumière cet engagement. La Petite Galerie, premier espace du parcours, introduit les usages des cosmétiques et du parfum depuis leur apparition dans l'Antiquité. Des civilisations orientales aux cours européennes, le visiteur découvre l'univers des apothicaires, l'émergence du métier de gantier-parfumeur et l'essor des fragrances sous le règne de Louis XIV. La visite se poursuit dans la

Grande Galerie. Cette ancienne salle du théâtre abrite désormais un nouveau spectacle : celui de Paris comme scène majeure du luxe. De l'art aristocratique de la toilette aux objets précieux portatifs – nécessaires, flacons, boîtes et accessoires parfumés –, les œuvres racontent la naissance du luxe à la française. Le XIX^e siècle marque la démocratisation de la parfumerie parallèlement à l'essor de la bourgeoisie : les flacons sont produits en série, les maisons de parfum créent des signatures olfactives identifiées, tandis que la couture parisienne affirme le parfum comme ultime geste d'élégance. À l'étage, un atelier de parfumeur prend place dans une salle aux allures de laboratoire olfactif. Régulièrement, des animations parfumées sont proposées aux

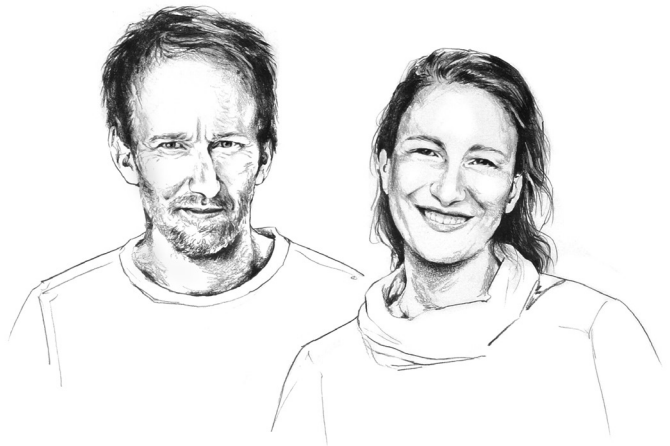


— 04

visiteurs curieux de créer leur propre eau de toilette ou de s'initier à l'art d'être parfumeur. Une expérience ludique et instructive qui permet aux petits et aux grands d'en apprendre toujours davantage sur le monde passionnant de la parfumerie française.

— 03
POMANDER
Allemagne ou Hollande, vers 1680, vermeil. Collection Fragonard Parfumeur
BOÎTE À SENTEUR EN FORME DE CŒUR
Hollande, XVIII^e siècle, argent doré. Collection Fragonard Parfumeur

— 04
Le laboratoire du parfumeur au Théâtre du Parfum.
Réservation d'ateliers de création olfactive : fragonard.com



ANTOINE & MARINE RICARDOU, ARCHITECTES DU THÉÂTRE DU PARFUM FRAGONARD

PORTRAITS CROISÉS

Entretien
— CHARLOTTE URBAIN

Illustration
— ÉDITH CLARISSOU

Depuis plusieurs années, Antoine Ricardou collabore avec la maison Fragonard sur de nombreux projets très variés, qu’il soit question de construction, d’aménagement, de design ou encore de scénographie. Pour la première fois, Anne, Agnès et Françoise Costa ont décidé de lui confier la réhabilitation d’un musée. Fondateur de l’agence A.S.L. et architecte de formation, Antoine a toujours aimé travailler les détails et les grands projets. Du papier à lettres aux enseignes, l’objet et l’architecture se rencontrent pour une cohabitation harmonieuse et moderne. À ses côtés, Marine Ricardou, sa nièce, l’accompagne dans tous ses projets d’architecture. À deux et en stéréo, ils me racontent leurs liens, familiaux certes, mais également leurs affinités.

Depuis toute petite, Marine Ricardou suit l’univers professionnel de son oncle qui la fascine. Dès le lycée, elle réalise tous ses stages dans l’agence, avec le rêve qu’un jour, elle en fera son quotidien. Sur ses conseils stratégiques, Antoine l’enjoint à s’inscrire à l’école d’architecture de Paris Val de Seine, où le fonctionnement se rapproche des écoles d’art, par atelier, avec les anciens qui cooptent les nouveaux. Une philosophie qu’Antoine a adoptée dans son agence. Au début un peu désabusée, Marine s’imaginait plus dans le graphisme et le design, elle s’est accrochée et a compris l’enjeu de maîtriser l’architecture dans sa globalité. Depuis ses premiers stages et son premier projet de restaurant (Wild and the Moon), elle a bien grandi. Aujourd’hui, elle dirige la branche architecture de l’agence, où elle a construit l’équipe avec son oncle.

Quand Antoine voit grand et imagine sans limite, Marine aime dessiner les détails. D’ailleurs, « c’est comment de travailler en famille ? » Muet, Antoine esquisse un sourire malicieux, tout en laissant Marine répondre. Son regard bienveillant et profond

« Dans la lignée des architectes tels que Prouvé, Aalto, Perriand, deux éléments essentiels guident le dessin d’Antoine : la narration et la fonctionnalité. »

en dit long, Marine me traduit. Elle me raconte son enfance, la maison de vacances dans les Pyrénées, son grand-père et toutes les influences qu’ils partagent. « Nous avons les mêmes références culturelles, alors dans l’agence souvent, je suis son traducteur pour le reste des équipes. C’est facile, je sais instinctivement à quoi il pense. » Antoine rajoute : « On est hyperconnectés, notre imaginaire collectif est similaire. » Il y a aussi cette envie d’exigence et une implication à 100 %, parce que travailler en famille, c’est ne pas décevoir. Pour autant, aucun traitement de faveur, Antoine tient sa rigueur et son esprit d’entrepreneur de son père. Ingénieur ESTP (travaux publics et bâtiment), il fut l’un des artisans de la rénovation de la cathédrale de Strasbourg construite dans un grès rouge si caractéristique. Toute sa vie a été en mouvement : « Pour se faire une place, il faut la mériter. » Dans la lignée des architectes tels que Prouvé, Aalto, Perriand, deux éléments essentiels guident le dessin d’Antoine : la narration et la fonctionnalité.

« Quand il dit “c’est trop design”, je sais que cela signifie “c’est trop compliqué” », ajoute Marine. D’ailleurs, l’une des pièces signatures de l’agence reste la table et ses tréteaux. Une ligne simple et élégante, indémodable et adaptable partout.

Au moment où Fragonard leur propose de travailler sur le projet du théâtre du parfum, l’agence réalise pour le théâtre des Champs-Élysées à Paris toute l’identité graphique. Les heures passées dans les locaux du théâtre les inspirent. Nourris par l’étude des archives et de l’histoire du théâtre des Capucines ainsi que de nombreuses références de l’époque et de l’univers théâtral, Antoine et Marine ont ensuite retranscrit en dessins et modélisations 3D tous les codes du spectacle : la loge à l’entrée, la scène illuminée, la moquette rouge, les luminaires... Bien sûr, un chantier c’est une succession de problèmes à régler, avec des moments de doute, voire de panique. Marine me confie : « Toute cette moquette rouge partout, à un moment je me suis demandée si on avait vraiment eu raison. » En revanche, aucun doute sur les meubles laqués – choix ambitieux – pour lesquels ils ont bataillé durement. « Cette idée de laque était intéressante, car elle créait une surface où la lumière venait se refléter. Elle apporte aussi une certaine préciosité avec les estagnons dorés en miroir. » De nombreux autres détails ponctuent et ajoutent un charme unique au lieu, jusque dans les « petits coins », très inspirés des trains de l’Orient Express. Et leur plus grande fierté : les néons sur la scène qui forment un soleil !

NÉCESSAIRE DE POCHE,
Angleterre, vers 1770,
galuchat, or, agate,
rubis, jaspe, ivoire



Ce nécessaire de poche est un chef-d'œuvre de miniaturisation, caractéristique du goût anglais du XVIII^e siècle. Cet écrin raffiné renferme des instruments dédiés à l'hygiène et à la vie sociale : flacons à sels, pince à épiler, gratte-langue en métal précieux et tablette d'ivoire pour l'inscription de souvenirs. Véritable bijou de cour, cet objet de prix permettait à l'aristocratie de répondre aux exigences de l'étiquette en toute circonstance.

La présence du gratte-langue illustre l'importance croissante accordée à l'hygiène buccale, ici sublimée par les matériaux les plus nobles.



BRÛLE-ENCENS,
Perse, dynastie Qadjar (1789-1925),
XIX^e siècle, laiton doré

FLACON LORGNETTE,
France, vers 1830,
cristal, métal doré

Témoin de la sophistication des objets de curiosité portatifs, ce flacon hybride allie l'odorat à la vue en intégrant une lorgnette de théâtre au cœur d'un réservoir en cristal taillé.



FLACON,
Allemagne, vers 1750-1775,
cuivre émaillé, métal doré

Au XVIII^e siècle, le flacon devient un bijou messager. Orné de portraits, de symboles ou de devises romantiques, ce précieux gage d'affection transforme le parfum en un véritable langage de la galanterie.



4

OBJETS EMBLÉMATIQUES DE LA COLLECTION

La partie haute de ce brûle-encens, finement ajourée de motifs végétaux, est conçue pour laisser s'échapper les fumées odorantes, tandis que la panse s'orne de médaillons circulaires figurant des musiciens et des dignitaires. Destiné à la diffusion de fragrances, il accueille des charbons ardents sur lesquels sont déposées des résines naturelles, telles que l'encens ou la myrrhe, ou bien des copeaux de bois précieux comme le santal et l'oud. En s'élevant à travers les décors incisés du couvercle, la fumée purifie l'atmosphère des demeures qadjares tout en parfumant les vêtements des convives. Ce rituel constitue un geste d'hospitalité et de raffinement hautement codifié au sein de la cour perse.

S' IN SPI RE R

S'INSPIRER

C'EST SOUS LA VERRIÈRE D'UNE SERRE PROTECTRICE QUE LA MODE ET LA RICHESSE INFINIE DE LA NATURE S'UNISSENT EN PARFAITE HARMONIE. INSPIRÉS DE L'HERBIER, LES MOTIFS SEMBLANT AVOIR CAPTURÉ L'ÂME DES FLEURS ET DES FEUILLES SÉCHÉES ET FAIT DE CHAQUE CRÉATION UN VÉRITABLE POÈME VÉGÉTAL. LES COULEURS, INSPIRÉES DE LA TERRE, DE LA MOUSSE, COMPOSENT UNE HARMONIE DOUCE ET NATURELLE. ENTRE ÉLÉGANCE ET POÉSIE, LA COLLECTION AUTOMNE-HIVER CÉLÈBRE LA BEAUTÉ DE LA NATURE AUX PORTES D'UN HIVER APPRIVOISÉ.

l'herbier enchanté

Texte — JEAN HUÈGES
Photographie — ANDRANE DE BARRY
Coiffure et maquillage — CHARLOTTE HONINCKX



PAGE PRÉCÉDENTE : Anastasia porte la blouse NOUR RAYURES ENCHANTÉES en coton tissé et brodé, 115 €; la lavallière PORTE BONHEUR en soie imprimée, 27 × 164 cm, 62 €
CI-CONTRE : Jim porte le châle CACTUS MAGIQUE en laine imprimée, 80 × 180 cm, 100 €
PAGE DE GAUCHE : Marine porte le veston ÉMILE en coton matelassé et imprimé, 155 €; la blouse BÉRÉNICE en soie tissée main, 145 €



CI-CONTRE : Jim porte le bonnet ENVOI en jacquard de cachemire, laine, viscose et polyamide, 45€
PAGE DE DROITE : Marine porte la blouse HÉLOÏSE ARELLO en coton imprimé, 75€





CI-CONTRE : Marie porte le manteau FEUILLAGE PROTECTEUR matelassé en coton tissé et imprimé, 280 € ;
Anastasia porte la blouse SHANTI FEUILLAGE PROTECTEUR en coton tissé et imprimé, 105€
PAGE DE DROITE : Antoine porte le châle CACTUS MAGIQUE en laine imprimée, 80 x 180 cm, 100 €





PAGE DE GAUCHE : Anastasia porte la blouse BÉRÉNICE JARDIN DES SONGES en soie tissée main et imprimée, 165 € ;
la veste CORALIE JARDIN DES SONGES en toile de coton imprimée, 165 €
CI-CONTRE : Anastasia porte l'écharpe BAIES MAGIQUES en jacquard de cachemire, laine, viscose et polyamide imprimés, 34 × 240 cm, 100 €





CI-CONTRE : Marie porte la blouse MADELEINE FLOURIDO en coton imprimé, 85 € ; la trousse de toilette FLOURIDO en coton matelassé et imprimé, 28 €
PAGE DE DROITE : Marine porte la blouse BÉRÉNICE en soie tissée main, 145 € ; le carré TULIPE MIRACULEUSE en soie imprimée, 100 x 100 cm, 100 €





PAGE DE GAUCHE : Antoine porte le carré RATON CACHOTIER en soie imprimée, 100 x 100 cm, 100€ - CI-CONTRE : Anastasia porte la blouse LUCIE en gaze de coton, 60€ ; le pantalon LUXE en laine, 150€ ; l'écharpe BAIES MAGIQUES en jacquard de cachemire, laine, viscose et polyamide, 34 x 240 cm, 100€





CI-CONTRE : Marie porte la veste SUZANI en velours de soie et viscose brodé, 250 €
 PAGE DE DROITE : Anastasia porte le carré RATON CACHOTIER en soie imprimée, 100 x 100 cm, 100 € ; la blouse OPHÉLIE en coton et viscose, 90 € ;
 le pantalon BASILE en lycra et polyester, 65 € ; Antoine porte la chemise JEAN RAVARELLO en coton imprimé, 75 €





PAGE DE GAUCHE : Anastasia porte le carré TULIPE MIRACULEUSE en soie imprimée, 100 × 100 cm, 100 €
 CI-CONTRE : Marine porte la blouse NOUR RAYURES ENCHANTEES en coton tissé et brodé, 115 € ; Jim porte le châle GRIGRIS FLEURIS en laine imprimée, 100 × 200 cm, 105 €



DIGOINE

LA PERLE ENCHANTÉE DU CHAROLAIS

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — ANDRANE DE BARRY

Au petit matin automnal, le château de Digoine se dévoile sous les brumes qui enveloppent d'un halo de douceur ce lieu magique. Un château, des dépendances, un étang, un parc de plusieurs dizaines d'hectares, des jardins cultivés et une serre de plantes exotiques forment un ensemble majestueux, un lieu où l'on poserait volontiers ses valises pour quelques jours aux côtés de Jean-Louis Remilleux, son heureux propriétaire.



Passionné d'histoire et de culture, Jean-Louis nous a généreusement ouvert les portes de son château et en particulier de sa magnifique serre, dont le charme nous a inspiré les décors de notre reportage photo pour la collection mode (voir pages précédentes). Depuis plus de trente ans, il est le concepteur et producteur de la célèbre émission télévisée *Secrets d'Histoire*, présentée par Stéphane Bern. Un métier qui lui permet de découvrir des patrimoines historiques et de parfaire ses connaissances. Il me raconte l'histoire de son domaine, de ses origines lointaines au X^e siècle à la récente pandémie. Jean-Louis me guide dans les coulisses de son château : il aime dire que « celui-ci le possède et non l'inverse ». Bâtie au X^e siècle par la famille de Digoine, qui lui donnera son nom, la maison forte dotée d'une tour est construite sur une motte, une édification qui sera agrémentée au cours des siècles et des mariages. En 1709, l'architecture médiévale est rasée et remplacée par une tout autre construction, une nouvelle ère commence pour Digoine. En 1750, l'architecte Edme Verniquet, bourguignon, à la tête de plusieurs chantiers de châteaux dans la région, lui donne son visage définitif, avec ses façades nord et sud de style baroque et d'influence Louis XIV, que nous pouvons continuer d'admirer aujourd'hui.

Au XIX^e siècle, la famille de Chabrillan enrichit le lieu de salles et dépendances notables : une serre de plantes exotiques dotée d'un chauffage au sol d'une rare modernité pour l'époque, une bibliothèque en loupe d'orme et un petit théâtre privé. Construit en 1842, ce petit théâtre à l'italienne, véritable petit bijou miniature que Jean-Louis Remilleux a restauré en conservant intacts décors et mobilier, peut s'enorgueillir d'avoir accueilli en son temps des personnalités comme Jacques Offenbach et Sarah Bernhardt. Lorsque Jean-Louis Remilleux acquiert le lieu en 2012, le château nécessite des travaux d'urgence : la toiture fuit. Une fois passés les premiers soins vitaux, le propriétaire s'attèle à rendre le lieu confortable (chauffage central) et moderne (salles de bains dans toutes les chambres). Quand le monde entier s'arrête à cause du Covid, Jean-Louis décide de se confiner dans son château et le découvre d'un nouvel œil : toujours plus amoureux et passionné. Il redouble d'investissements pour sauvegarder, restaurer et entretenir les 35 hectares de parc (aujourd'hui classé « Jardin remarquable »), ainsi que les différentes pièces et dépendances qui constituent son vaste domaine. Une fierté qu'il aime partager avec les visiteurs lors d'ouvertures au public aux saisons élémentes.

VISITE DU CHÂTEAU
Château de Digoine
71430 Palinges
Ouvert au public
du 1^{er} avril au 1^{er} novembre,
tous les jours sauf le lundi.

RENSEIGNEMENTS
contact@chateaudedigoine.fr

EN SAVOIR PLUS
Un château en Bourgogne,
Jean-Louis Remilleux,
éditions Albin Michel

QUAND LES MAUVAISES HERBES DE NOS TERRITOIRES SE RÉVÈLENT EXOTIQUES.

RENCONTRE AVEC THOMAS FERRAND, ETHNOBOTANISTE

Ethnobotaniste, cueilleur, conteur, Thomas Ferrand explore les paysages avec son nez et ses papilles. Il rentre des Marquises, où il a découvert le santal insulaire, les couronnes d'ylang-ylang et le monoï. Mais ce sont surtout nos plantes dites « mauvaises herbes » qu'il réhabilite, de la benoîte urbaine à la matricaire odorante au parfum d'ananas. Son ambition : montrer que la flore sauvage de nos forêts n'a rien à envier aux épices du bout du monde.

Entretien — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — CLÉMENT MARTIN
Illustration — CLÉMENTINE CHARMOILLE

COMMENT VOUS DÉFINIRIEZ-VOUS ?

Ma « carrière » était tournée autour des arts de la scène et de l'édition, en tant qu'artiste et metteur en scène. Aujourd'hui, ce sont les plantes qui m'intéressent ; je suis devenu ethnobotaniste, une discipline qui consiste à étudier les usages des plantes à travers l'histoire, les peuples et la géographie. Cela recouvre quantité de pratiques différentes. Celles qui me sollicitent le plus demeurent les arts culinaires, la cuisine, la gastronomie. Mais tout ce qui concerne les plantes m'intéresse : les usages médicaux, ornementaux, la parfumerie, l'anthropologie.

VOUS RENTREZ DE DEUX MOIS AUX MARQUISES. QU'EST-CE QU'ON SENT LORS DE CES PROMENADES DANS CE TYPE D'ENVIRONNEMENT ?

C'est l'autre bout du monde, même si le monde n'a pas de bout. Ce sont d'abord d'autres températures : vingt-six degrés la nuit, trente le jour, peu d'amplitude thermique et beaucoup d'humidité. Et puis d'innombrables odeurs, puisque l'on se trouve sous des latitudes tropicales où la biodiversité est plus importante. La végétation y est foisonnante. Les traditions, elles aussi, sont très odorantes : les *umuhei*, le monoï... Les parfums sont exubérants.

POUR QUELLE RAISON AVIEZ-VOUS CHOISI CETTE DESTINATION LOINTAINE ?

Pour voir d'autres plantes, d'autres usages, d'autres traditions. Mon travail d'ethnobotaniste est lié essentiellement aux plantes sauvages comestibles. Ce qui me passionne en France, c'est d'établir des comparaisons dans l'utilisation des plantes des latitudes tempérées avec celles des régions tropicales. Mais aussi d'adapter nos usages ou d'importer des savoirs. Substituer par exemple dans la cuisine des épices lointaines à des plantes locales. Les plantes alimentaires et celles de la parfumerie sont souvent liées aux différentes



colonisations faites par les Européens. C'est passionnant à détricoter.

DES PLANTES ENDÉMIQUES DU TERRITOIRE FRANÇAIS ?

On ne parle guère d'endémisme, tant le territoire est vaste. Il y a peu de plantes endémiques ici contrairement aux Marquises ou aux Moluques en Indonésie. Ce sont au contraire des plantes extrêmement communes, mais dont les usages sont méconnus ou oubliés. Contrairement aux idées reçues, nous possédons en France des plantes aux parfums très épicés. Notre flore compte par exemple une plante très répandue, que l'on appelle « benoîte urbaine ». Elle forme d'abord une rosette de feuilles, présente toute l'année. Au printemps, elle monte en tige et donne une fleur à cinq pétales jaunes : c'est une rosacée. On la reconnaît à son infrutescence, hérissée de petits poils rouges. La fleur n'a aucun parfum. Tout est dans les racines qui possèdent une odeur de clou de girofle et qui contiennent la même molécule : l'eugénol. L'aire d'origine du giroflier est pourtant à des milliers de kilomètres !

C'EST UNE MAUVAISE HERBE ?

Oui. Mais comme le disait Ralph Waldo Emerson : « Il n'y a pas de mauvaises herbes : il n'y a que des herbes dont on n'a pas encore découvert la vertu. » J'emmène souvent des gens en balade pour leur faire découvrir ce qui pousse au pied de chez eux et qu'ils fauchent à la débroussaillouse. Cela offre aussi une grille de lecture du paysage. C'est une manière de participer au respect de l'environnement : on ne regarde plus de la même façon

la « mauvaise herbe » que l'on vient d'écraser lorsque l'on sait qu'elle exhale un parfum d'ananas, comme c'est le cas de la matricaire odorante. Si vous écrasez son capitule, vous sentirez un parfum d'ananas extrêmement puissant. Les Anglais l'appellent d'ailleurs *pineapple weed*. De nombreuses plantes sauvages de nos territoires exhalent des parfums tropicaux, c'est aussi étonnant que vrai. La délicieuse reine-des-prés contient par exemple de la vanilline.

VOUS DÉCRIVEZ DES PLANTES SAUVAGES DE FRANCE EN CONVOQUANT DES FRUITS TRÈS EXOTIQUES. DEPUIS COMBIEN DE TEMPS EXISTENT-ELLES ?

Pour la plupart, bien avant la dernière glaciation. Et bien des usages ont été oubliés, mais il subsiste des notes sur quantité de choses. Des ethnobotanistes comme François Couplan se posent sans cesse la question : « Pourquoi passe-t-on encore à côté de ces plantes ? ». J'adorerais emmener des parfumeurs les découvrir, car je suis convaincu que nous pourrions créer des parfums exceptionnels avec certaines de nos « mauvaises herbes ».

QUAND VOUS EMMENEZ DES GENS SE PROMENER, QUELLES PLANTES REPÉREZ-VOUS À L'ODORAT ?

Les odeurs sont de vraies rencontres. Pour identifier une plante, la vue paraît souvent la seule voie, pourtant l'odeur est un critère essentiel. Parfois, il arrive qu'il soit difficile de démêler ce qui relève de l'intuition ou d'une véritable fragrance. Je crois plutôt que je sens la plante avant de l'avoir intellectualisée.



Certaines sont d'ailleurs faciles comme le sureau, bien souvent on le sent avant de l'avoir vu.

UNE RECOMMANDATION POUR NOTRE PROCHAINE BALADE EN FORÊT ?

Aucune plante de la métropole n'est toxique au point qu'il soit problématique de les toucher. Donc quand vous vous promenez en forêt, il ne faut pas hésiter à toucher, sentir. Quand j'emmène des cuisiniers dans les bois, j'aime leur présenter la berce. En la voyant, ils me disent tous qu'ils la connaissaient sans la connaître. Ses feuilles sont un excellent légume et ses fruits immatures possèdent des aromatiques de pamplemousse très puissantes, avec des notes de fenouil et de noix de coco. C'est une plante absolument incroyable.



L'entretien complet est à retrouver en podcast : « À Fleur de nez » – Épisode 29. À écouter gratuitement sur toutes les plateformes d'écoute.

JEAN-FRANÇOIS BARBERIS

AU SOMMET DE
LA PIÈCE MONTÉE
DES 100 ANS
DE FRAGONARD

Entretien — CHARLOTTE URBAIN
Illustration — CLÉMENCE CHARMOILLE



L'entretien complet est à retrouver en podcast : « À Fleur de nez » – Épisode 34. À écouter gratuitement sur toutes les plateformes d'écoute.

Chef du Majestic, hôtel 5 étoiles à Cannes, Jean-François Barberis est Grassois avant tout et depuis toujours (il vit dans la maison de ses aïeux, vieille de trois cents ans). Son attachement à sa ville, sa passion pour la fleur d'oranger et sa bonne humeur communicative dressent les grandes lignes de sa personnalité. Il était donc voué à croiser le chemin de Fragonard au sommet d'une pièce montée qui célèbre son centenaire.

VOUS ÊTES GRASSOIS. DANS QUELLE ODEUR ÊTES-VOUS NÉ ?

Dans celle du linge propre. C'est l'odeur d'enfance qui me revient sans cesse, car chez nous, le linge sèche dehors. L'évidence était telle que je n'y songeais même pas. En grandissant, j'ai découvert qu'en ville, on lui préférerait le sèche-linge. Étendu en pleine nature, le linge conserve une odeur toute autre, un peu plus sèche et bien plus belle.

EXISTE-T-IL UNE ODEUR EN PARTICULIER QUI SIGNE GRASSE ?

Grasse ne peut se résumer à une seule odeur, mais à une multitude. Elle est mon repère, ma terre d'enfance. J'y respire l'odeur des aiguilles de pin au soleil, celle du thym sauvage ou du romarin que la grande chaleur a légèrement séchés, celle enfin du vent léger des soirs d'été, qui rafraîchit et qui embaume. Je ne saurais même pas les nommer toutes, tellement elles sont nombreuses.

AVEZ-VOUS UNE MADELEINE DE PROUST ?

J'en ai beaucoup. En préparant cet entretien, la fleur d'oranger s'est imposée comme une évidence. Une petite recette toute simple a un pouvoir incroyable sur moi : je mets un peu de sucre et d'eau de fleur d'oranger dans un petit-suisse le soir avant d'aller me coucher. Une cuillerée et je retrouve instantanément le goût de mon enfance.

POUR LE CENTENAIRE DE LA MAISON FRAGONARD, VOUS NOUS AVEZ FAIT L'HONNEUR DE PRÉPARER ET DE NOUS OFFRIR UN GÂTEAU TRÈS SPÉCIAL. POUVEZ-VOUS NOUS RACONTER ?

J'ai fait une association d'idées entre le peintre Fragonard dont le prénom Jean-Honoré m'a inspiré le Saint-Honoré, qui est également le saint patron des pâtisseries. Ensuite, j'y ai ajouté ma touche fleur d'oranger (que j'adore et qui est emblématique de la maison Fragonard) pour créer un saint-honoré décliné façon fougassette, la célèbre viennoiserie grasse.

La fougassette de Grasse a ceci de singulier que certains s'en disputent la paternité et la confondent volontiers avec la pompe à l'huile ou avec la fougasse. La véritable, elle, est parfumée à la fleur d'oranger et porte sept trous, pour les yeux, le nez, la bouche et les oreilles. Telle est la symbolique traditionnelle grasse, d'origine chrétienne ; il s'agirait, je crois, du visage du Christ. C'est aussi un emblème, et je l'adore. Dans toutes les petites fêtes de nos villages de l'arrière-pays grassois se tient immanquablement notre fabricant de fougassettes. Il m'importait donc d'unir, pour le gâteau du centenaire, la fleur d'oranger et la fougassette, la plus emblématique de toutes.

SAINT-HONORÉ



Pour 10 personnes

Feuilletage
1 pâte feuilletée
Sirop de sucre

Chantilly vanille
600 g de crème liquide
80 g de sucre
100 g de mascarpone
½ gousse de vanille

Pâte à choux
150 g de lait
150 g d'eau
150 g de beurre
4 g de sucre
3,2 g de sel
90 g de farine T45
90 g de farine T55
6 œufs

Craquelin
60 g de beurre
60 g de cassonade
60 g de farine

Caramel fleur de sel
150 g de sucre
120 g de glucose
180 g de crème
240 g de beurre
3 pincées de fleur de sel

Crème légère vanille
500 g de lait
2 g de pâte de vanille
100 g de sucre
5 jaunes d'œufs
40 g de Maïzena
250 g de crème montée
40 ml d'eau de fleur d'oranger de Vallauris



- 01 - Feuilletage.** Cuire le disque de pâte feuilletée d'environ 28-30 cm pendant 20 minutes à 170°C. Badigeonner de sirop et flasher au four à 200 °C pour caraméliser pendant 5 minutes environ.
- 02 - Chantilly vanille.** Chauffer 200 g de crème avec le sucre et la vanille à infuser. Ajouter le mascarpone. Filmer au contact et réserver au froid 4 heures environ. Monter au fouet avant utilisation.
- 03 - Pâte à choux.** Porter à ébullition le lait, l'eau, le beurre, le sucre et le sel. Hors du feu, ajouter les farines tamisées. Dessécher la pâte. Mettre au batteur avec la feuille. Incorporer progressivement les œufs. Dresser les petits choux (1,5 cm de diamètre).
- 04 - Craquelin.** Mélanger au batteur, étaler finement entre deux feuilles, détailler des disques et déposer sur les choux avant cuisson. Cuire à 150 °C pendant 12 minutes environ.
- 05 - Caramel fleur de sel.** Réaliser un caramel avec le sucre et le glucose. Décuire avec la crème chaude. Réduire jusqu'à obtenir une masse suffisamment épaisse. Ajouter le beurre et la fleur de sel. Mixer et réserver.
- 06 - Crème légère vanille.** Faire bouillir le lait avec la vanille. Mélanger les jaunes, le sucre et la Maïzena. Verser la moitié du lait chaud dessus. Mélanger puis remettre le tout en cuisson. Refroidir et ajouter l'eau de fleur d'oranger. Incorporer délicatement la crème montée.
- 07 - Montage.** Sur votre disque de pâte feuilletée caramélisé, étaler à l'aide d'une spatule votre crème légère à la vanille. Pocher une spirale de caramel sur la crème légère et ajouter quelques choux fourrés de caramel fleur de sel. Pocher la chantilly à l'aide d'une poche et d'une douille « pétale n°104 Wilton » en forme de fleur afin de recouvrir l'ensemble de la tarte. Disposer de nouveau quelques petits choux préalablement caramélisés pour apporter relief et gourmandise.

Texte — CHARLOTTE URBAIN

DE FIL

EN AIGUILLE

Photographie — ORIANE ZÉRAH

ZARIF ET FRAGONARD TISSENT
À KABOUL DE PRÉCIEUSES CRÉATIONS

En 2014, Fragonard vous faisait découvrir les ikats d'Ouzbékistan à travers sa collection dédiée. Ces tissus uniques au monde par leur fabrication complexe de motifs teints avant tissage se retrouvent également dans le pays frontalier de l'Afghanistan. En 2025, le musée Jean-Honoré Fragonard a présenté dans le cadre de ses expositions estivales, « Femmes dévoilées et hommes en fleurs, un autre visage de l'Afghanistan » où étaient réunies deux femmes photographes, Fatimah Hossaini et Oriane Zérah. C'est grâce à cette dernière que la maison Fragonard rencontre Zolaykha Sherzad, styliste afghane et fondatrice de la maison de couture Zarif Design. Pour la collection de Noël 2026, nous avons imaginé ensemble des accessoires faits de velours de soie, pierres semi-précieuses et broderies artisanales.

Fondé en 2005, Zarif Design qui signifie en langue dari « précieux » reste l'un des rares lieux à Kaboul où les femmes travaillent avec le sourire. Un environnement protégé où règne une atmosphère bien éloignée de nos préjugés. Et c'est grâce à la persévérance de sa fondatrice qui, malgré les difficultés, malgré le régime, malgré la concurrence déloyale de certains pays, conserve une ligne directrice sans concession. Elle sélectionne avec soin les tissus auprès d'artisans avec qui elle est en lien depuis de nombreuses années et qui perpétuent une tradition du tissage artisanal

afghan de qualité. Fidèle, elle connaît également leurs difficultés et elle sait que ses achats sont l'unique salaire du tisserand. Sans ses commandes, c'est tout un savoir-faire qui disparaît. Les broderies de ses vêtements sont réalisées entièrement à la main, par les femmes de son atelier à Kaboul. Nommé « khamak dozi », ce point de broderie séculaire est originaire de la région de Kandahar (sud du pays). Transmise dès leur plus jeune âge, la broderie est souvent une activité qui permet aux femmes de s'éduquer (ces réunions sont l'occasion de lectures et d'échanges) et une source de revenus complémentaire.



CI-DESSUS : jeunes femmes formées au sein de Zarif Design depuis trois ans. À défaut de plume, l'aiguille dessine l'avenir.

Architecte de formation, Zolaykha a fui son pays à l'âge de dix ans, elle n'y retournera qu'en 2000. « Après avoir fondé l'ONG School of Hope pendant cinq ans, j'ai pris conscience des nombreux obstacles auxquels les jeunes femmes étaient confrontées pour accéder à l'enseignement supérieur et à des opportunités de développement professionnel.

C'est alors que j'ai décidé de lancer Zarif » précise Zolaykha. Impressionnée par la qualité des artisans de son pays, elle fait le vœu de préserver et promouvoir cet extraordinaire patrimoine qui est aussi source d'inspiration pour ses créations. Syncrétisme de l'Orient et de l'Occident, ses collections s'inspirent de la culture afghane, que ce soient



« [...] j'ai pris conscience des nombreux obstacles auxquels les jeunes femmes étaient confrontées pour accéder à l'enseignement supérieur [...] C'est alors que j'ai décidé de lancer *Zarif*. »

CI-DESSUS : Zolaykha Sherzad dans son atelier à Kaboul



les *chapans* (longs manteaux aux lignes épurées portés par les hommes), les motifs traditionnels ou encore les coloris. Ce projet est aussi un retour aux sources pour cette femme exilée de force. Pour sa reconversion, Zolaykha obtient un diplôme en stylisme à l'Institut de technologie de la mode à New-York. Depuis, la marque afghane est exposée régulièrement dans de nombreux événements internationaux et musées (Biennale de Venise en 2009, musée Guimet à Paris, Atelier d'Angelina Jolie à New York, au Mucem à Marseille en 2019...).

Dans le cadre de sa collaboration avec Fragonard, Zolaykha a sélectionné auprès de tisserands afghans et ouzbeks différents tissus : ikats, cotonnades rayées, velours de soie... afin de créer des pochettes de soirée uniques et originales. Certaines sont ornées d'une pierre de lapis-lazuli, dont l'Afghanistan possède les plus importants gisements au monde. D'autres sont agrémentées de broderies aux motifs géométriques inspirés des mosaïques persanes. Couleurs, motifs et matières précieuses tissent ainsi une collection capsule de Kaboul à Grasse qui, espérons-le, étoffera une belle et riche association.

UNE FABRICATION UNIQUE ET ÉTHIQUE



POCHETTE VELOURS D'IKAT, 100 €

Depuis plus de vingt ans, Fragonard aime promouvoir les savoir-faire et soutenir les artisans du monde entier.

Des savoir-faire qui ne pourront jamais être remplacés par l'IA, mais sont pourtant menacés chaque jour de disparaître. Les trois cents pochettes commandées auprès de Zarif sont autant d'engagements pour préserver le travail de dizaines de brodeuses, couturières et tisserands qui les ont élaborées patiemment à la main.

À travers l'acquisition d'une de ces merveilles, son heureux propriétaire peut être fier de contribuer à la sauvegarde de l'artisanat, à la survie des artisans et à la promotion de la culture afghane.



AU PAYS DE
FRAGONARD
104 pages – 25 €

Un petit livre, tout mignon, à glisser dans son sac ou dans sa boîte à gants. Précieux guide des meilleures adresses de la Riviera, merveilleusement illustré par l'artiste Alice Guiraud. Un ouvrage à offrir ou à s'offrir pour découvrir ou redécouvrir les petits coins de paradis connus du grand public ou secrètement gardés jusqu'ici.



L'ÉLOGE
DE LA FANTAISIE
Blumenhaus
224 pages – 35 €

Un audacieux mélange entre livre d'art et magazine qui signe une belle collaboration entre Blumenhaus et Fragonard. Ce joyeux ouvrage coloré célèbre la fantaisie qui est propre à la maison Fragonard depuis de nombreuses années. Sous forme d'une carte blanche, les trois dirigeantes de la maison Fragonard ont invité artistes et collaborateurs à s'exprimer librement autour de leurs passions, dévoilant ainsi les coulisses de la Maison. 224 pages pour découvrir l'univers poétique et singulier de cette maison centenaire au succès indiscutable.



MUSÉE
DE LA MODE
ET DU COSTUME
À ARLES
Flammarion
255 pages – 55 €

Cet ouvrage complet et détaillé s'adresse aux grands passionnés de mode et de traditions provençales. Ce livre raconte la genèse d'un projet muséal ayant vocation à rassembler deux collections emblématiques de la Provence, celles d'Hélène Costa et de Magali Pascal, l'une à Grasse, l'autre à Arles. Plus de deux cents pages richement iconographiées mettent en lumière la diversité du patrimoine vestimentaire provençal et du savoir-faire textile au fil des siècles.

FRAGONARD,
LE PARFUMEUR
DU BONHEUR
Flammarion
263 pages – 55 €

Les prestigieuses éditions Flammarion mettent en lumière la maison Fragonard dans un ouvrage exceptionnel et historique. Retour sur cent ans d'histoire du parfum, de créations et de collections d'objets d'art. Au fil des pages, découvrez cette *success story* familiale à la française, incarnée aujourd'hui par la quatrième génération : Anne, Agnès et Françoise Costa. Un ouvrage emblématique qui scelle un centenaire remarquable et qui ouvre les portes d'un avenir radieux.

WISHLIST

OUTRE LES PARFUMS, FRAGONARD ADORE L'ÉDITION
DEPUIS LONGTEMPS ET VOUS PRÉSENTE SES DERNIÈRES PUBLICATIONS,
DE QUOI INSPIRER VOTRE LETTRE AU PÈRE NOËL.

Texte — GÉRALDINE TATARD

A

DMIRER

DE GRASSE À PARIS,

UN VOYAGE SPATIO-TEMPOREL AU CŒUR DU XVIII^e SIÈCLE

Texte — CHARLOTTE URBAIN
Photographie — FRANÇOIS DELADERRIÈRE,
JEAN-JACQUES L'HÉRITIER
ET FANNY TERNO

Pour la première fois de son existence centenaire, la maison Fragonard organise une exposition inédite à Paris où se retrouvent dans un dialogue historique ses plus belles collections patrimoniales. Les tableaux de Jean-Honoré Fragonard, jamais présentés en dehors de leurs frontières grasseises, côtoieront objets d'art de parfumerie et pièces de costumes du XVIII^e siècle. L'exposition « *Fragonard, 100 ans de collections et de savoir-faire* » sera présentée dans les salons d'honneur de la Monnaie de Paris du 13 novembre 2026 au 10 janvier 2027, dans une scénographie joyeuse et colorée, où parfums, flacons, robes de cour et tableaux de maître embaumeront les sens !

Vue Salon Dupré, Monnaie de Paris
© Corinne Férault



UNE BANDE DESSINÉE
SIGNÉE FRAGONARD COMME
POINT DE DÉPART

En 2013, Anne, Agnès et Françoise Costa ont l'opportunité d'acquérir une série de dessins inédits du peintre grassois. Retrouvés de manière tout à fait fortuite, une suite de six feuillets raconte les péripéties du peintre où il se dessine et se nomme « Frago » dans une scène de vie quotidienne, qui n'est autre qu'une anecdote familiale d'auto-dérision amusante. Cette bande dessinée offre une « illustration de la *vis comica* de l'artiste qui, en bon Provençal, ne dédaignait pas les joies de l'existence ni les plaisanteries » (Andréa Zanella, dans *Les Dessins oubliés de Fragonard*, p. 4). Témoignage documentaire unique, le premier dessin – tous croqués sur le vif à l'aide de quelques

coups de crayon – représente Fragonard et toute sa famille, assis sur une banquette dans ce qui est probablement une salle de spectacles près du Palais-Royal (Anne Dupuy-Vachet, dans *Les Dessins oubliés de Fragonard*, p. 8). Penché vers l'oreille de sa femme, Fragonard lui fait une confidence tout en se levant. À la gauche de sa femme, leurs deux enfants : Rosalie (1769-1788) et Alexandre-Évariste (1780-1850), surnommé Fanfan – il deviendra à son tour peintre. À la droite de Fragonard, sont assis un probable Monsieur de La Girennerie et Marguerite Gérard (1761-1837), sa belle-sœur et son élève. L'exposition s'ouvre dans le majestueux salon XVIII^e de l'hôtel de la Monnaie de Paris sur cette scène recrée en costumes et animée par la bande dessinée Fragonard. Par cette première

mise en scène, la famille du peintre invite le visiteur à s'immerger dans la vie du peintre grassois monté à Paris. Il n'est d'ailleurs pas le seul Grassois, sa femme, miniaturiste, Marie-Anne Gérard (1745-1823) l'est également. Elle épouse Fragonard en 1769. Ils sont bientôt rejoints en 1775 par Marguerite Gérard, la sœur de Marie-Anne, qui deviendra l'élève et collaboratrice de Fragonard, en attestent les œuvres peintes à quatre mains, dont quatre sont présentées dans l'exposition. Installé à quelques mètres de là, sur l'autre rive de la Seine, Fragonard avait son appartement où il peignait également dans les ateliers du Louvre. N'est-il pas amusant d'imaginer que ces tableaux que nous regardons à présent ont été réalisés à quelques encablures ? Que ces rires et ces plaisanteries joyeuses qui émanent de cette petite bande dessinée, ont été vécus ici et pourraient presque s'entendre encore si l'on tendait l'oreille avec attention ?

COLLECTIONNER,
TOUT UN ART

Si la toute première acquisition d'un Fragonard est réalisée par le grand-père, François Costa, c'est surtout à son fils, Jean-François, que l'on doit le développement des collections d'art. Initié par son oncle Georges Fuchs, qui l'a mené dans tous les grands musées, et notamment les collections américaines où parallèlement la parfumerie faisait commerce, Jean-François s'est très vite passionné pour le XVIII^e siècle français. Argenterie, objets de parfumerie, tableaux de maîtres, mobilier provençal, il s'intéressait à tout ce qui touchait à son métier de parfumeur, à sa terre provençale et à ses goûts d'esthète du XVIII^e. Un siècle où la joie



CI-DESSUS :
scénographie préparatoire
à l'exposition

PAGE DE DROITE : Jean-Honoré Fragonard
(Grasse, 1732 — Paris, 1806)
FRAGONARD ET SA FAMILLE AU SPECTACLE,
vers 1785, pierre noire et encre brune
sur papier, 16,9 x 21 cm.
Grasse, musée Jean-Honoré Fragonard,
Collection Hélène et Jean-François Costa



libertine rencontre la prouesse artisanale et l'imagination olfactive. Lorsque Grasse voit naître en 1732 Jean-Honoré Fragonard, la ville est traversée par un développement frénétique de son industrie. D'ailleurs, François, le père du peintre, est gantier-parfumeur. Sa corporation compte à l'époque de nombreux représentants qui commercent avec Paris,

déjà si bien nommée la capitale du luxe ! Le voyage de Grasse à Paris n'est donc pas nouveau et reste, près de trois cents ans plus tard, toujours d'actualité. Fragonard le peintre est devenu Fragonard le parfumeur et vice-versa, un lien indéfectiblement lié à ce siècle, ces deux villes et la famille Costa. Depuis 2012, date de la mort de leur père, Anne,

Agnès et Françoise Costa ont repris le flambeau des collections, enrichissant avec encore plus de ferveur le patrimoine muséal, puisqu'au-delà des nouvelles acquisitions faites régulièrement, que ce soit des flacons de parfum, des textiles anciens ou des tableaux, elles sont également à l'origine de l'ouverture de trois nouveaux musées à Paris et Arles.



PAGE DE GAUCHE :
HABIT D'HOMME, vers
1785/1790, soie façonnée
à décor d'œil de perdrix
marron sur rainures noires,
brodée de motifs floraux
polychromes en soie,
sequins, pierres bleues,
paillettes et clinquants
étoiles. Grasse et Arles,
Collection
Fragonard Parfumeur



CI-CONTRE :
FLACON À DEVISE
« GAGE DE MON AMITIÉ »,
Angleterre, vers 1760,
cristal, or, Paris,
musée du Parfum Fragonard

En réalité, elles étaient déjà très impliquées bien avant 2012, grâce à leur mère, Hélène Costa, provençale convaincue et passionnée de textile, avec qui elles avaient inauguré en 1997 le Musée provençal du Costume et du Bijou à Grasse, et dont elles s'occupaient plus intimement. Aujourd'hui, la maison Fragonard compte sept musées : trois à Paris autour de l'histoire du parfum, regroupant des objets rares et uniques de l'Antiquité à nos jours, trois musées à Grasse (le Musée provençal du Costume et du Bijou avec une collection de plus de sept-mille costumes et accessoires, le musée Jean-Honoré Fragonard ouvert en 2011 et le Musée du Parfum installé au dernier étage de l'usine historique), et enfin le dernier né, le Musée de la Mode et du Costume à Arles, inauguré en juillet 2025. Chaque musée présente ainsi ses collections

éponymes, et les expositions temporaires qui y sont organisées tournent autour des disciplines artistiques qu'elles encadrent. L'exposition à la Monnaie de Paris est une occasion unique de présenter ensemble les trois collections sur une sélection des plus belles pièces datant de la toute fin du XVII^e siècle jusqu'à la Restauration. Ce ne sont pas moins de 270 œuvres picturales et objets d'art : près de 100 tableaux signés de Jean-Honoré Fragonard, ainsi que d'autres peintres grasseois Marguerite Gérard et Jean-Baptiste Mallet, mais aussi de Nattier, Largillière, de Troy, Ranc, Toqué, Aved, Vallayer-Coster, Vigée-Lebrun, Danloux, Vestier, Redouté..., une centaine d'objets de parfumerie et accessoires divers (cassolettes, flacons, brûle-parfums, vinaigrettes...) et une vingtaine de silhouettes reconstituées et accessoires de mode.

ENTRE VICES ET VERTUS,
MON CŒUR BALANCE

Peintre des scènes galantes et du genre libertin, Fragonard est certainement l'un des artistes les plus célèbres de son siècle. C'est une époque où deux courants se côtoient semant une un flou artistique : si Rousseau incite à la vertu, Laclos et ses « Liaisons dangereuses » promettent libertinage et intrigues amoureuses (Madame de Merteuil serait certainement qualifiée de féministe aujourd'hui). Tableau emblématique de la collection Fragonard, « La jeune fille délivrant un oiseau de sa cage » est un portrait où se retrouvent tous les éléments chers au XVIII^e. Une jeune femme tient entre ses doigts délicats un ruban tout aussi exquis, son regard incliné offre au spectateur une gorge juvénile emplies de désir, l'oiseau

est sur le point de l'embrasser. Tout autour et dans ses cheveux, des roses ajoutent du romantisme à la scène. Andréa Zanella donne deux interprétations possibles, toutes deux articulées autour de l'amour, qu'il s'agisse d'une romance libertine (ce serait le portrait présumé de l'actrice Marie Catherine, maîtresse d'André Vassal) ou au contraire d'une « allégorie de la chasteté difficile à préserver, symbolisée par l'oiseau qui veut prendre son envol et à laquelle la jeune fille doit rester attachée ». Il évoque tout à fait et dans toutes ces contradictions les vers du poète André Chénier (1762-1794) : « Le voyageur, passant en ces fraîches campagnes, / Dit : « Oh ! les beaux oiseaux ! Oh ! les belles compagnes ! » / Il s'arrêta longtemps à contempler leurs jeux ; / Puis, reprenant sa route et les suivant des yeux, / Dit : « Baisez-vous, baisez-vous, colombes innocentes ! » (dans *Les Colombes*).

Oiseaux, chérubins, fleurs, mots galants sont autant de leitmotivs propres à ce siècle des Lumières où double langage, codes et symboliques se retrouvent aussi bien dans les objets d'art, que les textiles et les œuvres picturales. Ils dialoguent ici et se répondent pour mieux comprendre cet « art de vivre à la française » que tout le monde nous envie. Les élites aristocratiques des cours européennes et au-delà, ont pour langue le français ; elles usent de leurs richesses pour s'entourer d'objets des plus raffinés, des plus ouvragés, des plus ostentatoires. Orfèvrerie, porcelaine, verrerie... les flacons de parfum débordent de talent car ils sont des promesses d'amour (caché ou prometteur), des cadeaux pour flatter et conquérir.

Marqueurs du statut social, ils s'exhibent comme les parures et bijoux, complétant la tenue, au même titre que les perruques, les poudres et les fards parfumés. Les bijoux deviennent flacons et inversement. La noblesse d'alors est particulièrement consumériste, appréciant les plaisirs futiles et les réjouissances luxueuses – en dépit parfois du bon sens –, ce qui n'est pas sans nous rappeler les travers de notre époque. À l'aube de la Révolution, elle dépense sans compter, s'endettent pour le paraître et la mode du moment, mais cela en quête d'une prolifération d'objets où tout est raffinement, prouesses techniques et richesses artistiques. L'art et l'artisanat bénéficient des largesses aristocratiques et nous ont légué des œuvres majeures indiscutables, sources intarissables d'inspirations. Ainsi, ce sont toute cette richesse créative et cette beauté amoureuse qui sont exposées à la Monnaie, rendant grâce au talent des artisans de l'époque, au goût du beau et à leur attachement à l'amour et à la liberté d'aimer... passionnément !

FRAGONARD,
100 ANS DE COLLECTIONS
ET DE SAVOIR-FAIRE

UNE EXPOSITION
DU 13 NOVEMBRE 2026
AU 10 JANVIER 2027

MINI-ATELIER DE CRÉATION
OLFACTIVE, UNE INITIATION
AUX SAVOIR-FAIRE
DE LA PARFUMERIE

INFOS ET RÉSERVATION :
MONNAIE DE PARIS
11, QUAI DE CONTI, 75006 PARIS
MONNAIEDEPARIS.FR



PAGE DE GAUCHE : FLACON,
Angleterre ou France,
fin du XVIII^e siècle, jaspe sanguin
et médaillon en micro-mosaïque,
or, Paris, musées du Parfum,
Collection Fragonard Parfumeur

CI-DESSUS : Jean-Honoré Fragonard
(Grasse, 1732 - Paris, 1806)
JEUNE FILLE DÉLIVRANT UN OISEAU DE SA CAGE,
1770-1772, huile sur toile, 105 x 89 cm.
Grasse, musée Jean-Honoré Fragonard,
Collection Hélène et Jean-François Costa

TROIS ŒUVRES EMBLÉMATIQUES



Le casaquin est un corsage, à manches plus ou moins ajustées, qui se porte avec une jupe et dont la longueur est variable. Le terme dériverait de la casaque masculine, veste mi-longue d'extérieur qui se porte en général par-dessus l'armure.

CORSAGE DIT CASAQUIN À DOS RAYONNANT, vers 1780–1785, doupion de soie et doublure en toile de lin. Provenance : famille Gaudin de Lanciers - d'Anselme, Gordes (Vaucluse). Grasse & Arles, musées du costume - Collection Fragonard Parfumeur



Tabatières, boîtes, vinaigrettes et flacons sont des objets qu'on aime autant posséder que montrer en bonne société. Précieux et originaux, ils sont souvent doubles dans leur fonction, leurs usages mais également leur présentation. Celui-ci figure un flacon dans sa partie supérieure, l'oiseau servant de bouchon au liquide, tandis que la partie inférieure fait office de boîte ; sa charnière en or le scindant dans son milieu. Réalisé en agate, l'objet est surmonté d'or et de porcelaine émaillée figurant une colombe.

FLACON ET BOÎTE, Angleterre (Londres), 1760–1770, or, émail, agate. Paris, musées du Parfum, Collection Fragonard Parfumeur



Autrefois nommé *La Visite à la nourrice*, ce tableau peint dans une harmonie de tons ocres, beiges et jaunes, présenterait en réalité, selon les récentes découvertes faites par Carole Blumenfeld, un jeune couple qui contemple son enfant endormi dans un berceau inspiré de *Sara Th...* *Nouvelle traduite de l'Anglais*, 1765. Une fenêtre sur la gauche du tableau éclaire d'un doux halo les visages des parents et des deux enfants qui admirent le nouveau-né avec beaucoup de tendresse. Le trait dynamique du pinceau de Fragonard réussit en quelques coups précis à transmettre avec talent les émotions du sujet et l'atmosphère de la scène.

JEAN-HONORÉ FRAGONARD (Grasse, 1732 — Paris, 1806) *JEUNE COUPLE CONTEMPLANT SON ENFANT*, dit à tort *LA VISITE À LA NOURRICE*, vers 1768, huile sur toile, 91,5 × 106,5 cm. Grasse, musée Jean-Honoré Fragonard, Collection Hélène et Jean-François Costa

NATHALIE CRINIÈRE, SCÉNOGRAPHE DE L'EXPOSITION FRAGONARD

Texte — ANASTASIA DUGAEVA

De l'École Boulle aux plus grandes institutions, Nathalie Crinière a accompagné l'essor d'une discipline encore jeune, la scénographie d'exposition. Créatrice d'espaces, elle pense chaque exposition depuis le regard de celui qui la parcourt, et fait de la mise en scène des œuvres un art à part entière.



© Sandrine Expilly

Dans la cour du XI^e arrondissement parisien où elle a installé son studio, Nathalie Crinière conçoit depuis plus de vingt ans des expositions, pérennes ou éphémères. Mettre un contenu en espace et le rendre lisible pour celui qui le découvre : ainsi résume-t-elle un métier qui, derrière la simplicité de la formule, tient de l'orchestration. Architecture, lumière,

graphisme, décor... tout concourt, sous sa direction, à transformer un ensemble d'œuvres en un parcours que l'on traverse.

Née en 1966, auprès d'une mère architecte, elle hérite tôt du goût de l'espace. Sa formation conjugue plusieurs disciplines : l'École Boulle pour l'architecture intérieure, les Arts décoratifs de Paris pour le design industriel, un passage par le Georgia Institute of Technology d'Atlanta, puis une année à Barcelone auprès de Pepe Cortés. Très tôt, la scène la passionne, et c'est auprès de décorateurs de théâtre qu'elle fait ses premières armes, séduite par l'art de bâtir des mondes qui ne durent que le temps d'une représentation.

Pourtant, c'est l'exposition qui l'appelle. La scénographie muséale lui offre un terrain neuf,

où presque tout reste à imaginer. C'est au Centre Pompidou, où s'inventent alors les premières mises en scène d'exposition, qu'elle sollicite un stage. Une scénographie de François Confino lui ouvre les yeux : elle tient là ce qu'elle veut faire. La discipline se cherche encore un nom et où les institutions découvrent qu'elles manquent de spécialistes pour mettre l'espace au service des œuvres. Forte de ces débuts, elle crée l'Agence NC au tournant des années 2000.

Depuis, Nathalie Crinière a réalisé de nombreuses expositions en France et à travers le monde, parmi lesquelles à Paris : *Louvre Couture*, au musée du Louvre ; *Fragile Beauté*, au Jeu de Paume, ou encore *1913-1923, L'Esprit du temps*, au musée du Quai Branly – Jacques Chirac.

Au centre du dispositif, elle dirige de nombreux corps de métier, éclairagistes, graphistes, menuisiers, et compose avec le commissaire, à qui revient le propos quand elle prend en charge l'espace. Sa méthode tient dans d'épais cahiers de plans où chaque œuvre est reportée à sa dimension, déplacée, agencée. Une question la guide, celle du visiteur dont elle épouse le regard pour deviner ce qu'il verra et ressentira à chaque pas. Ses partis pris sont reconnaissables. Elle aime les parcours qui ne s'interrompent pas, les perspectives qui repoussent les murs, les jeux d'ombre et de lumière qui animent la salle. La couleur y tient une place de choix, elle qui fut longtemps bannie des musées aux murs blancs, tant une teinte juste peut rehausser un tableau. À l'éclairage elle voue une passion fidèle, comme au lieu lui-même, qu'elle apprivoise jusque dans ses contraintes.

Le métier, aussi patient soit-il, a ceci de vertigineux qu'il ne laisse presque rien derrière lui. Tout se joue le jour de l'ouverture. Les portes franchies, l'exposition cesse de lui appartenir, elle passe au public, et c'est à lui, désormais, de la faire vivre. Nulle mélancolie pourtant, la scénographe consent volontiers à cet effacement, prix d'un art qui se donne tout entier à l'instant de la découverte. Reste l'essentiel. Chacun de ses projets tend vers un même but, faire surgir une unité là où ne se trouvaient que des œuvres indépendantes, un lien, une ambiance que l'on ressent sans toujours pouvoir la nommer. Le public, lui, s'y montre de plus en plus sensible. Le mot de scénographe ne lui dit pas toujours grand-chose, mais il reconnaît d'instinct une mise en espace réussie. Peut-être est-ce là sa plus belle mission, rendre visible et partageable ce qui, sans elle, serait resté dans l'ombre.

LE VOYAGE DU CACHEMIRE

L'HISTOIRE D'UN MOTIF,
DE L'INDE À LA PROVENCE

Texte — CLÉMENT TROUCHE



CI-DESSUS :
DESSIN AVEC REHAUTS DE
GOUACHES POLYCHROMES
à motifs de cachemire issu
d'un carnet d'échantillons de
dessins préparatoires pour une
manufacture d'impression sur
étouffe, milieu XIX^e siècle, Alsace

CI-CONTRE :
ROBE D'INTÉRIEUR
et sa cape à motifs de cachemire
en laine et soie façonnée doublée
de taffetas de soie, agrémentée
de franges et de passementeries,
vers 1860

Si le XIX^e siècle est marqué par la révolution industrielle et le progrès technique, il est également celui du développement de la bourgeoisie et de la diffusion des modes grâce à l'ouverture des grands magasins et du prêt-à-porter disponible à distance. Parmi la créativité foisonnante de l'industrie textile en quête permanente de nouveautés et d'innovations, la longévité du motif dit « cachemire » reste exceptionnelle durant tout le siècle.

C'est dans le nord de l'Inde, à la frontière du Pakistan, que les chèvres du Cachemire produisent une laine dont la finesse est remarquable entre toutes. Les habitants de cette région maîtrisent depuis des siècles le tissage de cette matière précieuse, associé à un répertoire graphique symbolique pour les élites du monde oriental. Sultans, shahs, maharajas collectionnent très tôt turbans, étoles, ceintures et autres châles du Cachemire dans leur garde-robe.

Ce motif, appelé en persan *boteh*, à la forme reconnaissable, provient d'une interprétation souvent associée à la frondaison d'un cyprès, à une goutte d'eau, une larme de Bouddha ou encore à la langue du prophète Zarathoustra.

L'importation des premiers châles tissés au Cachemire en Occident se fait en Angleterre et en France. Ces derniers deviennent rapidement indispensables à toute élégante qui se respecte. La simplification de la mode et l'adoption des étoffes légères et transparentes comme la mousseline venue des Indes rendent ces grandes étoffes colorées et ornées de motifs exotiques plus que nécessaires aux yeux de leurs propriétaires.

Aussitôt, ces motifs emblématiques tant chéris par la société occidentale seront repris et imités. Ils deviennent les nouveaux marqueurs visibles d'un goût affirmé pour l'Orient et, plus largement, l'ailleurs dans une société en pleine mutation. Cette période connaît une véritable démocratisation de la mode par un système de consommation basé sur la saisonnalité et encouragé par la presse spécialisée. Les manufactures de tissage anglaises ou écossaises transforment ces dessins traditionnels en « paisley », du nom de la ville britannique spécialisée dans la copie du tissage de ces nouveaux châles, ou en « palmettes » pour l'industrie nationale française qui se développe notamment à Paris, Lyon ou Nîmes grâce aux métiers à la tire ou aux métiers Jacquard.

« Le boteh occupe une place unique dans le cœur et les armoires de Provence »

PAGE DE DROITE : ensemble de châles tissés en cachemire, milieu du XIX^e siècle, France

CI-DESSOUS : Christian Lacroix. Haute Couture Printemps-Été 1988, passage 17, « Pastourelle ». Veste en gros grain imprimé provençal ; robe-bustier-parapluie en piqué de coton imprimé « indienne ».



Le coût parfois exorbitant de ces châles précieux indiens ou européens ne décourage pas les femmes du XIX^e siècle de l'envie d'en posséder. Mais toutes n'y ont pas accès, alors les manufactures d'impression sur étoffe dédient une part de leur production à l'imitation des motifs du Cachemire. Des dessins reproduisant l'illusion du tissage sont appliqués sur des toiles de coton ou de laine. Châles d'été et fichus accompagnent les nouvelles tenues. La « toile pour la robe » parsemée de palmettes orientales forme les incontournables du vestiaire féminin et masculin. Les dessinateurs industriels s'emparent de cet univers et le réinventent à l'infini. Ils le mélangent aux répertoires graphiques, géométriques ou floraux occidentaux. Ils l'allongent, le distordent et le transforment sans commune mesure. Le motif cachemire est omniprésent dans l'habillement et la décoration durant plusieurs décennies. Cette exposition est l'occasion, quelques années après « Boteh – Beautés Cachemire », présentée au Musée Provençal du Costume et du Bijou à Grasse, de développer le sujet grâce à de nouvelles

acquisitions spectaculaires et à des pièces uniques et inédites issues des collections des musées Fragonard. La Provence s'approprie les motifs du cachemire et leur multitude de déclinaisons textiles dans l'histoire de sa mode et de ses costumes. En semis, en frise, en « all over », en rayures bayadère, imprimés dans des déclinaisons colorées infinies, en broderie fine, en relief sur du velours façonné, en bordure d'une dentelle de soie ou de lin ou encore boutissés, le « boteh » occupe une place unique dans le cœur et les armoires de la région. Il se porte à l'intérieur, sur des robes de chambre aux décors imprimés à disposition ou taillées directement dans des châles, comme en extérieur en recouvrant les corps des femmes en toutes saisons. Cette seconde exposition-dossier se déploie durant plusieurs mois dans le musée et plonge le public dans un voyage stylistique, depuis les montagnes du nord de l'Inde jusqu'en Provence. Elle sera la démonstration de l'attachement dans les garde-robes occidentales pour ces motifs de cachemire tout au long du XIX^e siècle et de leur évolution en véritable symbole de l'identité et de la culture provençale.

LE VOYAGE DU CACHEMIRE,
L'HISTOIRE D'UN MOTIF
DE L'INDE À LA PROVENCE,
À PARTIR DU 17 OCTOBRE 2026,
MUSÉE DE LA MODE ET DU COSTUME,
16, RUE DE LA CALADE, 13200 ARLES.
MUSEE-MODE-COSTUME.FRAGONARD.COM



© Eva Lorenzini

© Guy Marneau

BELLE DE JOUR EN TOILE DE BARÈGE

LES MUSÉES FRAGONARD
DE GRASSE ET D'ARLES,
DÉDIÉS À L'HISTOIRE
DE LA MODE ET DU
COSTUME, POURSUIVENT
UNE DYNAMIQUE
D'ACQUISITION
RÉGULIÈRE. LA VIE DE
CES ÉTABLISSEMENTS
EST RYTHMÉE PAR
LES EXPOSITIONS
TEMPORAIRES
ET RESTE ATTACHÉE
À L'ENRICHISSEMENT
DE LEURS COLLECTIONS.



Texte — CLÉMENT TROUCHE
Photographie — CORA GINSBURG

Cette robe en gaze sergée de soie et de laine, également appelée barège, est imprimée et façonnée sur un fond noir parsemé de petits motifs de feuilles stylisées en blanc, rouge, bleu et vert. La jupe de cette robe est composée de trois volants imprimés, froncés et superposés. Les motifs spectaculaires, imprimés à disposition, se présentent sous forme de cartouches ovales écarlates renfermant des bouquets floraux polychromes et entourés de feuilles stylisées. Le corsage présente un devant dit en éventail, avec des plis convergeant vers une taille en pointe au milieu devant, soulignée d'un passepoil noir. Trois baleines rigides viennent renforcer cet aspect tendu des plis et soulignent une taille plongeante. Les manches sont emblématiques de la mode des années 1850, de forme pagode. Elles sont garnies de deux bandes de rubans imprimés assortis, à décor de bouquets floraux. L'ensemble des motifs imprimés est rehaussé de fines rayures façonnées en chaîne et trame blanches. La fermeture de cette robe de jour se fait au milieu du dos par des crochets et des œillets jusqu'à la taille. Le barège est une étoffe de laine légère qui tire son nom du village de Barèges, dans les Pyrénées, connu pour ce tissage lâche caractéristique dès le début du XIX^e siècle. D'abord un peu grossière, la toile de Barèges s'affine par la suite et

se répand à Luz, à Nîmes, à Paris et en Angleterre, avant d'être concurrencée par la mousseline de laine. La production textile française et européenne bat alors son plein, et le barège demeure une des premières étoffes lancées comme une nouveauté saisonnière. Devant le succès, à Paris, du barège, il est rapidement copié outre-Manche pour donner naissance au barège anglais, comme l'indique de nombreuses reprises *Le Moniteur de la mode* en 1857. La prouesse technique du tissage, combinée à la complexité de l'impression, est remarquable. Cette robe de jour se porte sur une crinoline, sous-vêtement représentatif de la silhouette féminine du milieu du XIX^e siècle. À cette période, la mode est fortement impulsée et influencée par l'impératrice française Eugénie ou la reine d'Angleterre Victoria, et largement relayée par la presse spécialisée et les grands magasins. L'ampleur, accentuée par l'accumulation des volants de la jupe, se pose en douceur sur cette structure, probablement métallique, légère et brevetée en 1856. Le volume est parfaitement réparti, sans traîne afin de faciliter les déplacements et le confort; la légèreté de l'étoffe confère à cette robe un sentiment de modernité pour celle qui la porte. Elle s'accessoirise et s'accompagne de manchettes en mousseline brodée, également nommées « engageantes », d'un col ou d'une pèlerine, ainsi que d'une ombrelle et d'une capote ou d'un chapeau.

« Elle portait une robe de barège noir, un cercle d'or au poignet, et, comme le premier jour où il avait dîné chez elle, quelque chose de rouge dans les cheveux, une branche de fuchsia entortillée à son chignon. »

—
GUSTAVE FLAUBERT,
L'ÉDUCATION SENTIMENTALE,
1869

ROBE DE JOUR, vers 1854–1857,
gaze de laine et soie dite barège,
imprimée et façonnée en Angleterre,
collections Fragonard.
Provenance : ancienne collection
Anne-Marie Sherwood, acquise
par Cora Ginsburg LLC au
Royaume-Uni en juin 2024,
puis par Fragonard en avril 2026.



— 01

DE LA FLEUR AU FLACON, LE BIGARADIER INSPIRE PARFUMEURS ET VERRIERS

PETITE HISTOIRE PARFUMÉE
AUTOUR DE LA FLEUR D'ORANGER

Texte — FLORIANE SPACCAPELO-BARDET
Photographie — OLIVIER CAPP

Dès la fin du XVII^e siècle, la fleur d'oranger occupe une place privilégiée à la cour de Louis XIV. Ce dernier fait aménager une orangerie où d'importantes collections d'arbres sont installées dans les jardins royaux de Versailles. L'eau parfumée obtenue par distillation des fleurs récoltées

était strictement réservée à la famille royale. Louis XIV en fait également vaporiser dans ses appartements, appréciant particulièrement sa fraîcheur et sa douceur, remplaçant les compositions tant appréciées jusque-là, à base de tubéreuse et de castoréum, utilisées dans les pots-pourris et les brûle-parfums. La création de l'*Eau de Cologne* en 1709 par Jean-Marie Farina marque un tournant majeur dans le développement de la production de fleurs d'oranger. Plus légère que les préparations alors couramment employées, notamment celles à base de musc ou d'huile de santal importées des Indes, cette « eau admirable » connaît une diffusion considérable, d'abord auprès des élites, parmi lesquelles figurent les rois Louis XV, Louis XVI et l'empereur Napoléon I^{er}, qui en sont des consommateurs réguliers, avant de se diffuser plus largement. Son succès contribue amplement à faire de la fleur d'oranger l'une des matières premières essentielles de la parfumerie de l'époque moderne. En parallèle, la fleur d'oranger s'impose progressivement à Grasse et parfume les célèbres gants de cuir. Cette activité favorise l'essor de la culture du bigaradier dans le Pays de Grasse, qui devient l'un des principaux centres français de production et de transformation de cette matière première. Récoltées au printemps, les fleurs sont distillées afin d'obtenir deux produits complémentaires : le néroli, l'huile essentielle destinée aux compositions parfumées, et l'eau de fleur d'oranger, hydrolat issu de la distillation. Si cette dernière est également employée

en pharmacie, en cosmétique et dans l'alimentation, sa production demeure étroitement liée à l'industrie grasse de la parfumerie, qui contribue à sa diffusion tout au long des XIX^e et XX^e siècles. Cet ensemble de flacons illustre l'évolution des modes de production et de commercialisation de l'eau de fleur d'oranger au cours du XX^e siècle. Les bouteilles en verre des maisons Muraour Frères ou Alziary témoignent d'une fabrication destinée à une diffusion plus large d'un produit devenu familier des usages quotidiens. La popularité croissante de cette senteur fait de l'orange un symbole de la parfumerie que certaines maisons n'hésitent pas à réinterpréter en reprenant la forme du fruit pour des créations aux senteurs variées. L'*Orange Variée*, créée en 1925 par la maison parisienne Marcy,

renferme dans chacun des quartiers un flacon de parfum aux senteurs distinctes : Chypre, Ambre, Rose, Hélioïtrophe, Jasmin, Muguet, Mimosa et Violette. Par son ingéniosité, ce coffret reflète l'attention portée à la conception du flacon, conçu pour séduire une clientèle attachée autant à l'élégance du contenant qu'à la qualité du produit qu'il renferme. Un autre coffret en forme d'orange, portant l'inscription « Miami Beach Florida », témoigne de la place de ce fruit dans l'imaginaire touristique américain. Produit par la maison Duvinne dans les années 1950, ce modèle est décliné pour plusieurs destinations, notamment Los Angeles et Tampa. Les États de Floride et de Californie, historiquement d'importantes régions américaines de culture des agrumes, ont largement contribué à faire de l'orange un symbole emblématique de ces territoires. Par la diversité de leurs formes, de leurs usages et de leurs provenances, ces objets illustrent le rayonnement d'un produit dont l'histoire est intimement liée à celle de la parfumerie grasse. La maison Fragonard en prolonge aujourd'hui l'héritage en faisant de la fleur d'oranger l'une de ses fragrances emblématiques. Depuis le lancement de l'eau de toilette *Fleur d'Oranger* en 2004, créée par Daniela Andrier, dont le flacon et l'identité visuelle ont été repensés en 2025, jusqu'à la création de *L'Oranger* à l'occasion du centenaire de la Maison, cette senteur se réinvente sans rompre avec la tradition. Déclinée dans différentes gammes et produits parfumés, cette senteur assure ainsi la transmission d'un patrimoine olfactif intimement lié à l'identité de Grasse.



— 03



— 02

— 01
L'ORANGE VARIÉE,
Les Parfums de Marcy, 1925,
céramique, verre, émail,
Grasse, musée du Parfum,
Collection Fragonard Parfumeur

— 02
ORANGE BLOSSOM,
Duvinne, vers 1950,
céramique, verre, métal,
Grasse, musée du Parfum,
Collection Fragonard Parfumeur

— 03
ENSEMBLE DE FLACONS,
Maisons Muraour et Alziary,
XX^e siècle, verre, papier, métal,
Grasse, musée du Parfum,
Collection Fragonard Parfumeur

UNE ŒUVRE SYMBOLISTE REJOINT LES COLLECTIONS DES MUSÉES FRAGONARD

Texte — PHILIPPE COSTAMAGNA

Le symbolisme, courant littéraire et artistique prépondérant en Europe à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, est indissociable du parfum. De Baudelaire à Huysmans et Péladan, en passant par Rimbaud, Verlaine et Mallarmé, le parfum envahit les sens, provoquant l'étourdissement des héroïnes et des héros. Déjà Salammbô, dans le roman éponyme de Gustave Flaubert, s'enivre de parfums sur la terrasse du palais d'Hamilcar, parce que « l'esprit des Dieux habite dans les bonnes odeurs ». Alors que dans *À Rebours* de Huysmans, paru en 1884, Jean des Esseintes, afin de se délivrer de l'hallucination olfactive de l'odeur de la frangipane, se lance dans la création de parfums qu'il associe à des drogues — comparant l'art de composer un bouquet délicat à l'auteur qui joue avec les mots, au musicien qui choisit ses

instruments et ses notes, et au peintre qui imagine à l'aide de ses pinceaux —, ce qui lui permettait de « vagabonder dans un surprenant et variable paysage ».

Le tableau acquis récemment pour les musées de la Parfumerie Fragonard pourrait illustrer la première de couverture de nombre d'ouvrages littéraires symbolistes. Du brûle-parfums, en verre ou en métal précieux, s'échappe une fragrance qui enveloppe l'ensemble du tableau entraînant avec elle les touches du pinceau et les couleurs se mélangeant sous l'effet magique créé par le pouvoir du parfum. Le titre de *Parfums sacrés*, renvoyant inexorablement aux lignes de Flaubert, montre une prêtresse, impassible, jouant le rôle qui lui fut assigné par l'artiste d'envoûteuse mystique. Peinte de profil, telle une œuvre de la Renaissance italienne

ou allemande, le tableau renvoie à la description que faisait l'écrivain belge Hector Fleischmann qui, en 1903, en passant à Paris rue Bonaparte, fut attiré dans la vitrine d'un marchand de tableaux par une œuvre de Pierre-Amédée Marcel-Béronneau intitulée *Parfums sacrés* représentant une femme fatale de profil, richement parée de bijoux, tendant devant elle un encensoir d'où s'élèvent de suaves vapeurs parfumées et concluant que « cette peinture révèle en son auteur un tempérament supérieur et visionnaire ». Pierre-Amédée Marcel-Béronneau est né à Bordeaux en 1869 et mort à La Seyne-sur-Mer en 1937, fortement marqué par son maître Gustave Moreau, lui-même figure de proue du symbolisme français. À l'instar de son maître, Marcel-Béronneau peint des personnages mythiques et bibliques, dont son célèbre *Orphée* du musée des Beaux-Arts de Marseille, mais surtout de nombreuses figures féminines, telles Léda, Sapho, Judith, Gorgone et bien sûr Salomé. *Parfums sacrés*, en suivant la révolution artistique de Gustave Moreau, s'inscrit dans ce courant artistique « fin de siècle » qui répond à la fois à l'esthétique des symbolistes et à celle des décadents. Ce type de peintures trouve un écho à travers toute l'Europe, notamment en Belgique avec Fernand Khnopff, en Allemagne avec Franz von Stuck, en Angleterre avec Edward Burne-Jones ou en Autriche avec, à une certaine période de sa carrière, Gustav Klimt. En France, c'est peut-être à Odilon Redon, encensé dans *À Rebours* de Huysmans, qu'il faudrait le comparer, tous deux ayant exécuté des illustrations pour *Les Fleurs du mal* de Baudelaire. En 1897, Marcel-Béronneau participa au dernier salon de la Rose-Croix



Pierre-Amédée Marcel-Béronneau
(Bordeaux, 1869 - La Seyne-sur-Mer, 1937)
PARFUMS SACRÉS, vers 1903,
huile sur toile, 38,5 × 46 cm.
Collection Fragonard Parfumeur

organisé par Joseph Péladan – célèbre auteur décadent – peuplé de muses inspirantes, de Vierges immaculées et d'incarnations d'idéaux abstraits. L'admiration revendiquée par les membres de la Rose-Croix pour Richard Wagner se retrouve dans cette femme de profil peinte par Marcel-Béronneau, incarnation symboliste d'une Valkyrie wagnérienne. Ce tableau peut paraître étonnant dans les collections Fragonard marquées par le XVIII^e siècle,

mais il rejoint des flacons de Lalique contemporains et surtout trouve parfaitement sa place dans les collections d'un parfumeur, sachant l'attrait des symbolistes pour les odeurs parfumées. Rappelons-nous comment des Esseintes fut bouleversé par les effluves envoûtants dans le célèbre chapitre x du roman de Huysmans, véritable manifeste symboliste à l'intention de tous les parfumeurs.

SOUS L'ÉCLAT D'UNE NUIT ENCHANTÉE,
SE CRÉENT DES SOUVENIRS PRÉCIEUX.

TELS DES TABLEAUX EN CLAIR-OBSCUR,
LES DÉCORS DES TABLES INVITENT À CÉLÉBRER
LA MAGIE DE L'INSTANT.

LES BOUGEOIRS ÉTINCELANTS DIFFUSENT
LA LUMIÈRE COMME UNE POUSSIÈRE D'ÉTOILES
QUI SE REFLÈTE DANS L'OR DES ASSIETTES.
LES NAPPES COLORÉES CRÉENT
UN PAYSAGE FÉRIQUE OÙ CHAQUE DÉTAIL
SEMBLE SUSPENDU DANS LE TEMPS.

DANS CET UNIVERS ÉLÉGANT ET RAFFINÉ,
LA POÉSIE DE L'HIVER RENCONTRE LA PROMESSE
DE LUMINEUSES FÊTES DE FIN D'ANNÉE...

NUIT MAGIQUE

Texte — JEAN HUÈGES
Photographie — OLIVIER CAPP





PAGE PRÉCÉDENTE : nappe RÊVE FLEURI, coton imprimé, existe en 160 x 160 cm et 160 x 280 cm, 80 € / 100 € ;
 vase JARDIN PROTECTEUR, métal imprimé, 18 x 10 cm, 28 € ; suspension JARDIN PROTECTEUR, métal imprimé, 20 cm, 14 € l'une
 CI-CONTRE : assiettes RÊVE FLEURI, porcelaine, Ø 20,5 cm, 55 € le lot de 4 ; set de table BAIES MAGIQUES, polyester imprimé, 45 x 33 cm, 12 € l'un
 PAGE DE DROITE : vase RÊVE FLEURI, métal imprimé, 18 x 10 cm, 28 €





CI-CONTRE : sets de table HERBIER SACRÉ, polyester imprimé, 45 x 33 cm, 12 € l'un ; couverts RÉVE FLEURI, acier inoxydable et aluminium émaillé, 45 € le lot de 2 ; cuillère RÉVE FLEURI, acier inoxydable et aluminium émaillé, 12 € l'une ; couteau RÉVE FLEURI, acier inoxydable et aluminium émaillé, 12 € l'un ; vide-poches COURONNE, métal, Ø 13 cm, 16 € l'un



CI-CONTRE : assiettes TENDRE NATURE, porcelaine, Ø 20,5 cm, 55 € le lot de 4 ;
PAGE DE DROITE : nappe HERBIER SACRÉ, coton imprimé, existe en 160 × 160 cm et 160 × 280 cm, 80 € / 100 €



CI-CONTRE : torchons JOLIES MAINS, coton imprimé, 50 x 60 cm, 28 € le lot de 2
PAGE DE DROITE : assiettes QUATRE ÉLÉMENTS, porcelaine, Ø 20,5 cm, 55 € le lot de 4 ;
sets de table CACTUS MAGIQUES, coton imprimé, 40 x 40 cm, 18 € l'un ; bougeoir RÊVE FLEURI, métal, 20 € l'un





PAGE DE GAUCHE : nappe FLOURIDO, coton imprimé, existe en 160 x 160 cm et 160 x 280 cm, 80 € / 100 € ; cahier FLOURIDO et ARELLO, papier imprimé, existe en 15 x 10,5 cm et 15,5 x 20,5 cm, 8 € / 12 € ; corbeille FLOURIDO et ARELLO, papier imprimé, existe en 16 x 23 cm et 21,5 x 34 cm, 16 € / 24 € ; boîte pliable FLOURIDO et ARELLO, papier imprimé, 22,5 x 13,5 x 13,5 cm, 15 €, pot à crayons FLOURIDO et ARELLO, papier imprimé, 7,5 x 11,5 cm, 6 €
 CI-CONTRE : taies d'oreiller ASTRES ENCHANTEURS, coton, existe en 65 x 65 cm et 50 x 70 cm, 50 € le lot de 2





CI-CONTRE : assiettes TULIPE MIRACULEUSE en doré ou vert, verre, Ø 17 cm, 38 € le lot de 4
PAGE DE DROITE : bougeoirs RÊVE FLEURI, métal, 20 € l'un ; ronds de serviette RÊVE FLEURI, métal, 20 € le lot de 3 ;
nappe HERBIER SACRÉ, coton imprimé, existe en 160 x 160 cm et 160 x 280 cm, 80 € / 100 €





CI-CONTRE : assiettes GRIGRIS FLEURIS, verre, Ø 17 cm, 38 € le lot de 4 ; serviettes GRIGRIS FLEURIS, coton imprimé, 40 x 40 cm, 28 € le lot de 4
PAGE DE DROITE : panier RATON CACHOTIER, coton, 45 x 25 x 53 cm, 25 € ; tapis RATON CACHOTIER, coton imprimé, 50 x 90 cm, 30 €





CI-CONTRE : torchons ORACLE, coton imprimé, 50 x 60 cm, 28 € le lot de 2
PAGE DE DROITE : assiettes ORACLE, porcelaine, Ø 20,5 cm, 55 € ; suspensions L'ÉTOILE, LA LUMINEUSE, JOYEUX FEU et L'AMOUREUSE, métal imprimé, 8 € l'une



PARIS

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

THÉÂTRE DU PARFUM
39, boulevard des Capucines
75002 Paris
T. +33 (0)1 42 60 37 14

MUSÉE DU PARFUM SCRIBE
9, rue Scribe
75009 Paris
T. +33 (0)1 47 42 04 56

BOUTIQUE CARROUSEL
DU LOUVRE
99, rue de Rivoli
75001 Paris
T. +33 (0)1 42 96 96 96

BOUTIQUE SAINT-HONORÉ
207, rue Saint-Honoré
75001 Paris
T. +33 (0)1 47 03 07 07

BOUTIQUE MARAIS
51, rue des Francs-Bourgeois
75004 Paris
T. +33 (0)1 44 78 01 32

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, GARE & 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 E et F

Aéroport de Lyon-Saint Exupéry

Aéroport Nantes Atlantique

Aéroport de Strasbourg

Aéroport Toulouse-Blagnac

Paris Gare du Nord
Eurostar

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

www.fragonard.com



www.fragonard.com

