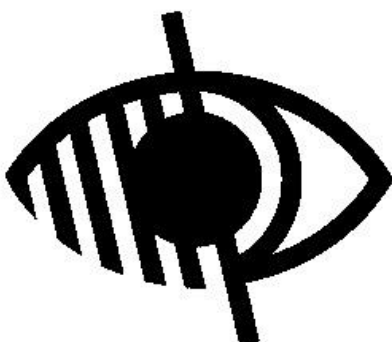




**LIVRET D'AIDE À LA VISITE
DE L'EXPOSITON
TEMPORAIRE DU**

MUS

EN GROS CARACTÈRES



EXPOSITION TEMPORAIRE

16/10/24 > 15/06/25

#11

JOURNAL D'EXPOSITION

MUS

MUSÉE
D'HISTOIRE
URBAINE ET
SOCIALE
DE SURESNES



SURESNES VILLE DE PARFUMEURS

1 place Michel Colucci
dit Coluche



suresnes

ÉDITO

Suresnes, terre viticole, terre de patrimoine mais aussi terre d'innovation pour avoir accueilli sur son territoire les pionniers de l'industrie automobile, aéronautique ou encore des radio-télécommunications. Tout aussi précieuse, la parfumerie moderne y a fait ses premiers pas contribuant ainsi au succès que nous lui connaissons aujourd'hui encore.

Le MUS avec cette nouvelle exposition temporaire, Suresnes, ville de parfumeurs, vous invite à replonger dans cette histoire souvent méconnue et pourtant passionnante, de ces aventuriers du nez qui ont su démocratiser au fil des années cet accessoire de mode devenu une véritable industrie du luxe.

Tout commence au XVIIIe siècle avec l'arrivée sur notre territoire d'un premier parfumeur : Jean-Louis Fargeon. La révolution industrielle du XIXe siècle est venue accélérer ce mouvement d'installation à Suresnes d'usines de fabrication

de parfum. Avec la Belle Époque, nous franchissons une nouvelle étape lorsqu'en 1905 François Coty s'impose dans le paysage local en bâtissant sa « Cité des parfums ». La fin de la Première Guerre mondiale et le début des Années folles viennent donner un dernier coup de pouce à l'accélération de cette industrie en plein boom : René Duval crée les parfums Volnay en 1920, Maurice Blanchet fonde la Société Coryse-Salomé en 1924 puis développe les parfums d'un certain Worth (couturier français d'origine britannique très en vogue à partir du Second Empire et ayant élu domicile à Suresnes). Et comme clin d'œil à l'émancipation des femmes qui s'amorce en parallèle, nous avons fait le choix de mettre en évidence la seule femme parfumeuse de la ville : Blanche Stevens-Arvoy qui est à l'origine des parfums Corday.

Dans le parcours, vous aurez également l'occasion de découvrir toutes les étapes de fabrication de cet objet de la vie courante, élevé au rang d'art à part entière. De même, vous

verrez comment la diffusion à grande échelle des parfums a également permis l'émergence de toute une filière allant de la création des flacons à leur fabrication, sans oublier la promotion et le marketing autour de ce produit plus tout à fait de luxe.

Enfin, grâce au précieux soutien de l'Osmothèque de Versailles, vous pourrez non seulement humer ces parfums disparus dont les senteurs ont su être préservées grâce au travail des parfumeurs confirmés ; mais aussi éduquer votre nez avec le large éventail d'échantillons servant de base aux différentes combinaisons afin de créer un parfum. Nous espérons ainsi exercer un de nos cinq sens le moins éduqué : l'odorat. Pourtant, ce dernier nous permet de faire resurgir certains souvenirs et émotions.

Nous tenons à remercier l'ensemble des équipes du MUS qui ont su une nouvelle fois mettre en scène une exposition ouverte et accessible à tous, avec l'aide de l'agence Utopik Design. Nous souhaitons également remercier

chaleureusement les généreux prêteurs qui nous ont permis de rassembler près de cent flacons de parfum et vous permettre ainsi une expérience immersive dans le monde de la parfumerie.

Belle découverte à toutes et tous !

Guillaume Boudy
Maire de Suresnes
Vice-président du
Conseil Départemental
des Hauts-de-Seine

AVANT-PROPOS

L'odorat a longtemps été mal considéré, associé à l'instinct animal et éloigné de la connaissance. Aristophane allait jusqu'à prétendre que le nez ne servait qu'à se moucher ! Pourtant, l'histoire du parfum est incontestablement liée à celle de l'humanité et des civilisations. Dans l'Antiquité, le parfum est utilisé dans les rituels et donc destiné aux dieux. Il est également associé à l'hygiène et à la lutte contre les maladies. Enfin, il devient rapidement synonyme de plaisir et de séduction.

Le parfum est le reflet d'une société. Si les senteurs animales et puissantes rencontrent un grand succès au Moyen-Âge et à la Renaissance, les parfums plus floraux et légers les remplacent progressivement à partir du XVIIIe siècle.

Le parfum est aussi un marqueur social. Longtemps, il reste l'apanage d'une société cultivée et raffinée, ainsi qu'un signe d'aisance pécuniaire. Au début du XXe siècle, les

parfumeurs s'adressent aux classes moyennes. Cette démocratisation se poursuit après la Seconde Guerre mondiale, mais en 1949, l'utilisation régulière du parfum ne concerne que 35% de la population française et encore principalement les catégories sociales les plus aisées.

Le parfum est également la traduction d'une personnalité et d'une sensibilité. Décliné en produits de soin et de maquillage, il permet à une femme d'associer son image à un sillage..

La parfumerie moderne fait son apparition dans le contexte général d'industrialisation de la fin du XIXe siècle. Les fragrances s'enrichissent d'essences naturelles venant d'horizons lointains et de produits de synthèse issus de la chimie, les flacons se différencient par leurs formes ; la publicité se professionnalise et les salons de vente se distinguent par leur élégance.

HISTOIRE DE LA PARFUMERIE À SURESNES

LES PIONNIERS AU XVIII^e SIÈCLE :

Jean-Louis Fargeon

Le lien entre Suresnes et le monde de la parfumerie remonte au XVIII^e siècle. La présence attestée de champs de rose (probablement des *R.damascenae* ou roses de Damas, selon l'auteur anonyme du Dictionnaire encyclopédique des sciences médicales, 1874) à Puteaux et sur le Mont-Valérien a certainement favorisé, à l'instar de Grasse et sa région, l'implantation de parfumeurs dans la ville.

Originaire de Montpellier et issu d'une famille d'apothicaires parfumeurs, Jean-Louis Fargeon devient « maître gantier parfumeur » en 1774. Par la suite, il s'impose comme « Parfumeur du Roy et de la Cour ». Pour Marie-Antoinette, il fabrique des gants parfumés, imagine des eaux spiritueuses de rose, de violette ou encore de jasmin, obtenues par distillation ; il fournit une

poudre et une pommade « à la Reine », qui lui sont réservées.

En 1786, Jean-Louis Fargeon installe ses ateliers à Suresnes, proche du château de Saint-Cloud, dont Marie-Antoinette était propriétaire. Les coteaux étaient couverts de vignes mais également de champs de « roses de Puteaux », fleurs très utilisées par le parfumeur dans ses compositions. Il recrute une main d'œuvre féminine, issue des familles de cultivateurs et de vignerons.

De 1826 à 1870, Augustin & Jean-Baptiste Gellé poursuivent l'activité sous leur propre marque « Gellé Frères parfumeurs ».

François Coty

Au début du XXe siècle, Suresnes devient une référence dans le domaine de la parfumerie. La ville attire de grands créateurs de parfums qui marquent l'histoire de cette industrie. François Coty est le premier d'entre eux.

Né Joseph-Marie François Spoturno, il voit le jour à Ajaccio en 1874. Âgé de 24 ans, il arrive à Paris et travaille dans une pharmacie située avenue de la Motte-Picquet. Il y découvre son intérêt pour la composition des parfums. En 1904, il se forme au métier de nez, à Grasse, auprès de Chiris. Inspiré par sa mère Marie-Adolphine Coti, il transforme son nom en changeant la dernière lettre de celui-ci. Un an après, il achète des terrains à Suresnes, en bordure de Seine, pour y développer sa « Cité des Parfums ». A partir de 1915, il agrandit son usine et ouvre des ateliers de fabrication de produits de beauté et de savons, imaginant ainsi des gammes complètes.

Au tournant de la Première Guerre mondiale, il fait partie des premières fortunes de France, et devient propriétaire de journaux de droite (Le Figaro, Le Gaulois) et d'extrême droite (L'Ami du Peuple, un journal xénophobe et antisémite). Admirateur du fascisme, il subventionne des mouvements anti-communistes nationalistes comme l'Action Française, avant de s'en éloigner et de fonder son propre mouvement, Solidarité Française, qui se radicalise après sa mort.

Il élargit son activité à l'étranger : aux États-Unis, en Angleterre, en Russie, en Suisse puis en Amérique du sud et en Asie. Il meurt en 1934, sa fortune réduite par son divorce, ses investissements dans la presse et la crise de 1929. Néanmoins, la société est rachetée par des groupes internationaux, le dernier en date étant Coty Inc.. La « Cité des Parfums » de Suresnes ferme définitivement au début des années 1970.

La Rose Jacqueminot

François Coty fait preuve d'imagination en mêlant aux essences de fleurs des essences animales et des produits de synthèse. La Rose Jacqueminot, dont le nom a été choisi en hommage au pharmacien Jacqueminot qui avait formé François Coty dans la pharmacie de l'avenue de la Motte-Picquet, est composée d'un absolu de rose de mai et de composants de synthèse : le rhodinol (mélange d'essences de rose et de géranium) et l'ionone (synthèse d'un composant de violette). Il est le premier grand succès de François Coty. La légende raconte qu'une vendeuse aurait maladroitement brisé un flacon dans les Grands Magasins du Louvre, attirant ainsi les consommatrices.

L'Origan

Ce parfum est révolutionnaire : il propose une rupture forte avec la tradition du bouquet floral. La fragrance est composée par l'iralia (note boisée et fleurie) et la dianthine (bouquet d'œillet épicé). Pour la première fois, François

Coty décline autour du parfum une ligne parfumée : poudres et crèmes. Il connaît alors un grand succès pendant plus de vingt ans et inspire les autres parfumeurs : l'Heure Bleue de Guerlain (1912), Poison de Dior (1985), Loulou de Cacharel (1987).

L'Effleurt

Ce parfum composé de notes florales, marque un tournant. En effet, la collaboration entre François Coty et René Lalique se met en place. Dans un premier temps, René Lalique ne réalise que l'étiquette, en verre moulé et pressé, qu'il appose sur un flacon Baccarat. Par la suite, il conçoit le flacon dans son ensemble et met en scène une jeune femme qui semble jaillir d'une fleur. Ce motif s'inscrit dans le courant de l'Art nouveau. René Lalique fabriquera une vingtaine de modèles de flacons pour le parfumeur.

Chypre

En 1917, François Coty marque à nouveau l'histoire de la parfumerie. S'inspirant des odeurs de son enfance en Corse, il rapproche la mousse

de chêne et le jasmin. Il crée ainsi un accord inédit à l'origine d'une nouvelle famille de parfums, les chypres. Le flacon aux lignes courbes est créé par René Lalique. François Coty reprend ce parfum sous d'autres formes : brillantine, lotion, poudre de riz, poudres pour sachets...

À Suma

François Coty s'éteint en 1934 mais sa société continue à produire de nouveaux parfums, notamment sous la direction de Vincent Roubert. À Suma est un parfum oriental et épicé qui évoque le voyage et notamment le Japon. Le flacon fait partie de ceux dessinés par Pierre Camin.

Volnay (René Duval)

Entré comme représentant itinérant chez François Coty en 1910, René Duval devient directeur général de la société huit ans plus tard. Il quitte son employeur pour fonder sa propre société en 1919. Il crée les Parfums de Volnay, nom choisi en référence au célèbre vin de Bourgogne. Il s'installe à Suresnes, au 92 rue du Mont-Valérien, en 1920. Tandis que Coty se développe sur le marché de masse, Volnay choisit une orientation plus exclusive, en travaillant notamment des flacons de collections avec Baccarat et Lalique. À Paris, un magasin de détail est ouvert en 1921 au n°244 de la rue de Rivoli. Les grands magasins parisiens tels que le Printemps, les Galeries Lafayette, ou le Bon Marché proposent les créations disponibles sur catalogue.

Rapidement, la marque s'internationalise : les parfums sont largement diffusés en Europe, aux États-Unis et en Australie. Ses bureaux de New-York, au n°565 de la Ve Avenue, facilitent

l'importation de ses créations. Commercialisés dans les grands magasins américains comme celui de John Wanamaker à New-York et Philadelphie, les Parfums de Volnay séduisent les Américaines avides de produits de luxe parisiens.

En 1929, suite au décès de leur fondateur, les Parfums Fontanis et les Parfums Madhva sont rachetés par les Parfums de Volnay. En 1936, René Duval disparaît, laissant son entreprise à son beau-fils Jean Madeline.

Gri-gri

La forme du flacon réalisée par René Lalique est insolite. La panse, en forme de cœur, est surmontée d'un bouchon évoquant un dé à coudre. Le décor moulé pressé présente un motif de coraux.

Perlinette

Le Parfum Perlinette est présenté dans un flacon

créé par le verrier André Jollivet. Le flacon en forme de perle est en verre soufflé à rehauts de laque irisée nacrée obtenu avec de l'écaille d'ablette. Parfum poudré et premier flacon «bijou», ce parfum suave rencontre un véritable succès à New-York.

Lérys (Léon Marie Adrien Bellon)

Les Parfums Lérys sont créés en 1921 sous la raison sociale Bellon & Cie, par Léon Marie Adrien Bellon, chimiste-parfumeur associé à Jan Bernardus Van Vlijmen et Geraard Wilhelm Maria Nieuwland, tous deux directeurs et actionnaires de la fabrique néerlandaise d'eau de Cologne Jacob Cornelis Boldoot. Le siège social de Bellon & Cie est situé au 28 rue Ledru-Rollin à Paris et les ateliers des Parfums Lérys sont établis au 7-9 rue Edouard Nieuport à Suresnes.

Les dessins des flacons et des coffrets sont réalisés par Frits Van Alphen dont les graphismes et les couleurs sont largement empruntés aux batiks javanais. Les flaconnages des Parfums Lérys ont été réalisés par la Verrerie Dannenhoffer à Clichy, excepté celui créé pour le parfum Lucidité créé en 1924 par Georges Chevalier, directeur du studio de création de la Cristallerie de Baccarat.

Les parfums sont principalement commercialisés en France, en Belgique, aux Pays-Bas et en Grande Bretagne. La crise de 1929 provoque de nombreuses faillites d'entreprises dans le secteur du luxe et l'affaire périclité donc rapidement.

Lucidité

Ce flacon a été dessiné par Georges Chevalier et réalisé par la Cristallerie de Baccarat, rehaussé de feuilles d'or. Sa forme de tabatière orientale stylisée Art déco épouse le graphisme de son coffret créé par Frits Van Alphen. Le coffret est gainé de cellophane imprimé de motifs orientalistes colorés donnant un effet de relief. Le nom de ce parfum s'inscrit dans le style exotique en vogue à cette époque, les parfums Houbigant ayant dès 1919 créé leur parfum Subtilité présenté dans un flacon Baccarat en forme de Bouddha.

Coryse-Salomé (Maurice Blanchet)

Maurice Blanchet, ingénieur-chimiste, rachète en 1919 la parfumerie de Paris, qui vend du parfum sur mesure et fonde la société Coryse. En 1924, il s'installe au 21 rue Pierre Dupont à Suresnes où il construit des ateliers et des laboratoires. En 1928, il rachète la parfumerie Salomé vendant de la poudre de riz en gros. Il fusionne les deux marques qui deviennent Coryse-Salomé.

Il travaille à partir de matières premières naturelles sélectionnées dans le monde entier et y adjoint de nouvelles molécules de synthèse provenant de chez Justin Dupont et de chez Roure Bertrand.

Rose d'Ispahan

Le parfum Rose d'Ispahan de Coryse se présente dans un flacon en verre incolore et dépoli à patine rose en forme d'amphore, avec un motif de roses grimpantes et dans la partie supérieure une frise de boutons de rose. Sur le

col, attaché par un fil doré, se trouve la rondelle en verre transparent qui s'insérerait dans le goulot pour verser le parfum.

Marcel-Hughes Guerlain

Marcel-Hughes Guerlain crée sa parfumerie en 1923. Le siège social est établi au 34 rue Pagès à Suresnes, tandis que le magasin de détail est créé au 86 rue du Faubourg Saint Honoré à Paris. Il exerce également son activité à Londres et à New-York. Il produit des parfums et des cosmétiques. La plupart de ses flacons sont fabriqués par Baccarat et Depinoix.

La maison Guerlain du 68 avenue des Champs-Élysées à Paris entame des poursuites judiciaires du fait de l'homonymie du nom pouvant provoquer la confusion auprès de la clientèle et générer une concurrence déloyale. En 1930, ces démêlés judiciaires ont pour conséquence le changement de raison sociale qui devient : les parfums Hughes Guerlain. Quant à la maison Guerlain des Champs-Élysées, elle fait une campagne publicitaire dans la presse avec pour slogan : « Guerlain, le parfumeur qui n'a pas de prénom ». Pourtant, l'edit Marcel

Guerlain serait bien un parent éloigné de l'illustre famille Guerlain.

La marque Hughes Guerlain après la Seconde Guerre mondiale change de nom. Lui succède alors la marque Hélène Gys (HG) dont l'existence sera brève.

Masque rouge

Le coffret du parfum Masque rouge est parallélépipédique, en carton gainé de papier polychrome illustré de femmes portant un loup rouge sur fond bleu. Le flacon est d'allure moderniste, en verre incolore pressé moulé de section rectangulaire, à panse carrée, avec un bouchon rectangle doré à la feuille. L'étiquette en métal émaillée est placée en face antérieure du flacon. De section circulaire, la boîte à poudre reprend le motif décoratif du coffret du flacon de la même fragrance.

8 x 9

Le flacon très graphique de ce parfum, figurant une Caravelle, évoque l'évasion et renvoie à la

découverte de l'Amérique par Christophe Colomb, continent au marché très lucratif pour les parfumeurs en ces Années folles. 80% de la production se vendaient à l'export, en particulier aux États-Unis. Le nom de ce parfum reflète la mode des numéros, initiée par le célèbre N°5 de Chanel. Pour éviter tout procès, Marcel-Hughes Guerlain choisit de nommer son parfum au moyen d'une combinaison de chiffres. Si le 8 symbolise le pouvoir, la justice, et l'expansion, le 9 évoque en revanche l'excellence et l'accomplissement. Cette combinaison n'est-elle pas gage de succès pour ce parfumeur suresnois ?

Le Roy le veult

Le nom de ce parfum serait une citation d'une formule attribuée aux rois anglo-normands au moment où une loi était promulguée au Parlement. Le flacon est en verre incolore pressé moulé, de section circulaire, en forme de couronne, surmonté par un bouchon décoré d'une fleur de lys dorée.

Worth (Maurice Blanchet)

Au milieu du XIXe siècle, Charles-Frederick Worth, couturier attiré de l'impératrice Eugénie, fait construire sa demeure : un imposant château à Suresnes. La maison de Haute Couture va poursuivre son essor à la Belle Époque sous l'impulsion de ses fils Gaston et Jean-Philippe. Ces derniers rencontrent le parfumeur Maurice Blanchet et le verrier René Lalique. Ils veulent créer un parfum Worth comme Paul Poiret, premier couturier-parfumeur. Les petits-fils Worth, Jean-Charles et Jacques réaliseront ce projet. En 1931, Maurice Blanchet est nommé PDG des Parfums Worth. En 1934, les descendants du couturier signent une licence stipulant l'exploitation exclusive par Maurice Blanchet durant 50 ans de leur marque de parfums. Cette dernière demeure toutefois la propriété exclusive de Worth moyennant royalties. René Lalique s'investit dans le flaconnage et crée avec son fils Marc les flacons emblématiques de Worth.

Maurice Blanchet disparaît brutalement en 1953. En 1981, la société Blanchet rachète la concession Worth et, en 1988, Worth et Coryse-Salomé sont rachetées par le groupe Lamotte.

Dans la nuit

Maurice Blanchet crée Dans la nuit pour Jean-Charles et Jacques Worth. Le jasmin, l'ylang-ylang, l'héliotrope, se mêlent aux épices, à la vanille et à la poudre d'iris, évoquant les nuits chaudes du mois d'août dans la baie de Capri qui avaient enchanté Jean-Philippe. René Lalique dessine un flacon sphérique bleu nuit, décoré d'étoiles et surmonté d'un bouchon disque à décor de lune et d'étoiles.

Sans adieu

Sans adieu est créé pour Jacques Worth par Maurice Blanchet. Composé d'un bouquet floral, de bergamote et de notes boisées, il est représentatif des Années folles par son langage avant-gardiste. Le flacon vert de forme allongée conçu par René Lalique évoque les colonnes de la porte d'honneur de l'Exposition internationale

des Arts décoratifs et industriels modernes de Paris en 1925

Je reviens

L'incontournable parfum Je reviens, imaginé en 1932 par Maurice Blanchet pour Jacques Worth, est composé de narcisse mêlé au jasmin, à la tubéreuse, à l'ylang-ylang et au musc. Il sera offert par les soldats américains à leurs amoureuses durant la Seconde Guerre mondiale. En 1947, Je reviens est un succès mondial, au nom aussi célèbre que le N°5 de Chanel ou Soir de Paris de Bourjois. La première version du flacon signé René Lalique s'inscrit dans le style Art déco. La seconde version est un haut flacon cannelé qui évoque un gratte-ciel et qui célèbre la construction récente du Chrysler Building et surtout celle de l'Empire State Building.

Richard Hudnut

Fils d'Alexander Hudnut, pharmacien établi à Manhattan, Richard Hudnut, diplômé de l'université de Princeton, décide de faire un voyage en France. Il en revient avec l'idée de se lancer dans le commerce de produits cosmétiques de luxe dans le style français. La marque Richard Hudnut est déposée dès 1880 aux États-Unis et en France. L'Usine est installée au 13-15 rue Pagès à Suresnes. La grille en fer forgé chiffrée RH de l'usine suresnoise est longtemps restée le témoin de ce prestigieux passé industriel.

Richard Hudnut revend en partie son affaire à Henry & Gustavus Adolphus Pfeiffer en 1916 et prend sa retraite en 1922. En 1927, la maison Richard Hudnut ouvre son magasin au 20 rue de la Paix à Paris. La crise de 1929 impacte fortement les industriels de la parfumerie et en particulier les sociétés franco-américaines. Richard Hudnut parvient à survivre en dépit des

difficultés. Durant la guerre, la maison tourne au ralenti du fait des rationnements. Vers 1954, la marque Richard Hudnut est acquise par le groupe américain Pfizer.

En 1973, L'Oréal fait l'acquisition de la marque Gemey, du nom d'un des parfums de Richard Hudnut créé en 1924 pour lancer une gamme de produits de maquillage grand-public. Depuis 1996, la marque est devenue Gemey Maybelline.

Three flowers

Three Flowers est la première gamme de Richard Hudnut qui intègre les soins de la peau et le maquillage. Créé en 1915, Three flowers est un des parfums les moins coûteux de la marque. Malgré son nom, il se compose de quatre essences : roses, orchidées, lys et violettes. La fragrance est également déclinée en sachet parfumé, eau de toilette, talc, sel de bain, poudre et rouge à lèvres. Dans un décor végétal stylisé, six figures féminines drapées dansent sous un croissant de lune portant en son centre l'inscription :

« RICHARD HUDNUT NEW-YORK ».

Le Début

Le nom de ce parfum évoque le tournant que prend la société en 1916. Les investisseurs qui reprennent l'affaire modifient l'image de la pharmacie droguerie new-yorkaise créée par Richard Hudnut en 1880, en la transformant en parfumerie française de luxe. L'ouverture de la boutique Richard Hudnut au 20 rue de la Paix à Paris témoigne de ce « début » dans le concert des parfumeurs parisiens.

Gemey

La gamme Gemey est créée en 1924. Un parfum et une eau de toilette sont lancés. Le flacon est réalisé par la cristallerie Baccarat en cristal incolore. De forme losange, il repose sur un piédouche carré et est coiffé d'un bouchon cubique. Suivent ensuite : une poudre pour le visage (Gemey dusting powder), un rouge à lèvres, du talc parfumé et de la brillantine.

Corday (Blanche d'Arvoy)

La société de parfums Corday est fondée en 1924. Charles Lionel Markus, négociant américain de New-York, et le couple franco-britannique Bert et Blanche Stevens-Arvoy en sont les principaux actionnaires. L'usine et les ateliers sont implantés au 22 rue Ledru-Rollin à Suresnes. Le siège des Parfums Corday domicilié au 127 rue de Longchamp à Paris est complété par un magasin au 15 rue de la Paix à Paris.

L'âme créatrice de Corday est Blanche Stevens-Arvoy, femme garçonne qui revendique le féminisme de la première vague, pendant ces Années folles. La référence à Charlotte Corday, personnalité marquante de la Révolution française connue pour avoir assassiné Jean-Paul Marat n'est donc pas anodine. La créatrice a déjà fondé la société Jovoy Paris en 1923. Sa première création date de 1924, il s'agit du parfum floral Toujours moi. Ses parfums sont

magnifiés par des flacons pour la plupart créés par la cristallerie de Baccarat et par René Lalique. L'Exposition Internationale des Arts décoratifs à Paris en 1925 fait découvrir au public les Parfums Corday exposés dans le pavillon Parfumerie Classe XXIII.

Après la Seconde Guerre mondiale, les Parfums Corday sont repris par des investisseurs américains et continuent leur développement sur le marché nord-américain. La marque Corday disparaît du marché européen dans les années 1970.

Femme du jour

Ce flacon en cristal opaque noir rehaussé de laque or a été dessiné par Georges Chevalier, directeur artistique de la Cristallerie de Baccarat. On reconnaît le style épuré et résolument moderne de ce créateur. Le nom de ce parfum fait allusion aux garçonnnes, ces femmes affranchies par la Première Guerre mondiale qui, ne portant plus de corset, à la chevelure coupée

court, fument les cigarettes au tabac de Virginie, conduisent des automobiles ou pilotent des avions. Femme du Jour peut aussi faire allusion à Blanche Stevens-Arvoy, actionnaire des parfums Corday dont la forte personnalité légendaire représente parfaitement cette génération de femmes libres.

Tzigane ou Zigane

À la fin des années 1940, le parfum Tzigane devient Zigane. Cette nouvelle appellation se veut plus facile à prononcer pour les non francophones, afin de développer les ventes au sein du marché américain après la Seconde Guerre mondiale. Zigane est un parfum chypré, héritier de la famille créée par François Coty, qui repose sur des notes de bergamote, de mousse de chêne, de ciste-labdanum et de patchouli, adoucies par le jasmin. Le flacon est en forme de violon. La volute du bouchon rappelle la tête de l'instrument de musique.

Rue de la Paix

Corday s'illustre par un flaconnage original avec Rue de la Paix. Le parfum est présenté dans les trois lanternes d'un réverbère en métal sur socle en faïence émaillée faisant office de cendrier. La société développe des actions de marketing innovantes comme la distribution de cartes parfumées et d'échantillons.

LA FABRICATION DU PARFUM

Les matières premières : naturelles et synthétiques

Matières premières naturelles

La première catégorie de matières premières appartient à la sphère du monde végétal.

Historiquement, les plantes utilisées dans les parfums provenaient principalement du bassin méditerranéen, raison pour laquelle la région de Grasse s'est démarquée. Désormais cette palette s'est considérablement élargie et les plantes utilisées en parfumerie peuvent provenir du monde entier.

La seconde catégorie de matières première nous renvoie au règne animal. Ces matières premières ont été utilisées comme fixateurs pour intensifier le parfum. Leur utilisation remonte au temps d'Alexandre le Grand, vers 330 avant J.-C. Depuis plusieurs années, ces matières premières animales sont remplacées par des

matières premières de synthèse pour protéger certaines espèces.

Matières premières végétales

Elles comprennent des fruits de la famille des hespéridés (bergamote, citron, orange...), des feuilles (patchouli), des écorces (bouleau), des baies (poivre), des rhizomes ou racines bulbeuses (iris de Toscane), des gousses (vanille), des fèves (tonka), du bois (santal, cèdre) ou encore des pétales ou des fleurs entières (jasmin, rose, muguet, violette, tubéreuse, narcisse...).

Matières premières animales

On peut y classer : l'ambre gris (calcul intestinal du cachalot), le musc (sécrétion odorante d'une glande d'environ cinq centimètres qui se trouve sous le ventre du chevrotin porte-musc mâle, un petit cervidé de l'Est de l'Asie) ou la civette (mammifère qui marque son territoire d'une sécrétion glandulaire odoriférante contenue dans une poche extérieure qu'il lui arrive de perdre).

Matières premières synthétiques

Avec l'essor de la chimie organique dans la seconde partie du XIXe siècle, le parfum se libère de ses origines naturelles en associant des odeurs artificielles aux matières odorantes traditionnelles et en développant des fragrances inédites.

En 1868, le chimiste Perkin obtient par voie synthétique, le principe odorant de la fève tonka : la coumarine. Ce produit chimique évoquant l'odeur du foin coupé est présent, pour la première fois, dans la fameuse Fougère Royale d'Houbigant, créée par Paul Parquet. C'est ensuite Reimer qui produit industriellement la vanilline, puis Baur qui réalise un musc artificiel. En 1893, Tiemann met au point le parfum artificiel de la violette : l'ionone.

Les produits de synthèse, d'abord mal acceptés dans la parfumerie de luxe, car accusés d'être vulgaires et de défigurer les fragrances

naturelles, s'imposent avec Jicky, créé en 1889, par Aimé Guerlain.

Les ionones

La Société Groléa & Sordes est fondée au 11 rue Jules Ferry à Suresnes en 1908, par René Sordes, propriétaire des locaux et Jean Groléa, chimiste et associé jusqu'en 1942. Elle est spécialisée dans les matières premières de synthèse et plus particulièrement dans les ionones exhalant une odeur de violette.

La Société fournit la plupart des parfumeurs, à commencer par François Coty qui fait entrer les ionones dans une formule, dès 1905, pour composer L'Origan.

Jacques Sordes, rejoint l'affaire en octobre 1938 en tant que directeur technique. Robert Sordes, à sa libération de l'armée en 1945, occupe le poste de directeur commercial. À la mort de René Sordes en 1963, l'entreprise est transformée en Société Anonyme.

Les procédés d'extraction

L'enfleurage

La matière première devient ingrédient de parfumerie sous forme d'essence, d'absolue ou de concrète, en fonction du traitement et du processus d'extraction.

L'enfleurage est une méthode ancienne d'extraction à froid des produits floraux mise au point à Grasse. Il est appliqué aux fleurs qui produisent encore du parfum après leur cueillette ; jasmin, rose, jonquille. Il convient d'enduire les châssis vitrés d'un produit appelé « axonge » (mélange de graisse de porc et de bœuf préalablement épuré pour ne pas diffuser de mauvaise odeur et se conserver sans rancir). Les fleurs sont placées sur ce produit qui absorbe et retient les principes odorants. Les châssis sont superposés et forment une série de chambres closes. Les fleurs sont renouvelées tous les deux à trois jours. Au bout d'une trentaine de jours, l'axonge est saturée de

parfum. On récolte la graisse parfumée ou pommade. Cette dernière est lavée à l'alcool éthylique (éthanol). Par épuisement complet de l'alcool, on obtient des absolues de pommade.

La distillation

Il s'agit du procédé le plus simple pour extraire les principes odorants de la plupart des produits naturels. Cette méthode repose sur le principe de l'alambic. Il s'agit de plonger les produits odorants dans de l'eau et de faire chauffer le récipient pour obtenir une huile essentielle.

Après la condensation, les éléments se séparent par densité : l'eau étant plus lourde, elle s'accumule dans le bas du récipient. L'essence reste à la surface.

L'extraction aux solvants volatils

Ce procédé est utilisé pour les matières premières délicates. Les fleurs sont disposées sur des plateaux perforés et empilés. Le solvant est alors introduit. Lorsqu'il est chargé en

principes odorants, on le place dans un décanteur pour éliminer l'humidité. On l'envoie ensuite dans un concentrateur. Lorsqu'il s'évapore, il laisse un mélange pâteux appelé « concrète ». Une fois cette concrète obtenue, on se débarrasse de la partie cireuse. Pour cela, la concrète est lavée à l'alcool éthylique dans des batteuses, puis filtrée et glacée aux environs de -15°C. Placée dans un évaporateur, l'alcool est éliminé et on obtient la quintessence du produit : « l'absolue ».

L'expression

Cette méthode est appliquée aux agrumes. Elle consiste à presser à froid les fruits dans des pressoirs ou centrifugeuses pour en recueillir l'essence. On sépare la partie aqueuse de cette essence par décantation et filtration pour récolter les huiles essentielles.

L'infusion

Ce procédé concerne certains produits d'origine animale (musc, ambre, civette, castoréum), et quelques plantes, racines ou mousses. Il s'agit de mettre en contact les matières premières solides ou pâteuses dans de l'alcool et pendant au minimum 6 mois, pour dissoudre à froid les principes essentiels odorants.

Le stockage

Certaines matières premières sont liquides, d'autres se présentent sous forme de pâte plus ou moins cireuse, de poudres ou de cristaux d'épaisseurs variables. À l'usine, elles sont transvasées dans un contenant de stockage, répertoriées et rangées selon les conditions nécessaires à une conservation optimale, garantissant dans le temps leur intégrité olfactive et chimique. Selon les matières premières, la durée maximum de stockage peut aller jusqu'à trois ans.

Les liquides sont conservés dans des cuves en inox qui les protègent de la lumière et leur permet de maintenir une température constante généralement autour de 13°C. Une fois remplie, chaque cuve est inertée : on remplace l'oxygène contenu à l'intérieur par de l'azote pour empêcher l'oxydation de son contenu.

Les pâtes sont conservées en chambre froide et les poudres et les cristaux à température ambiante.

La composition du parfum

La formule

Le parfumeur, également appelé le « nez », élabore une formule confidentielle. Elle comprend le nom des ingrédients et leur dosage.

Le nez travaille à partir d'un orgue à parfums appelé également palette du parfumeur, qui peut comprendre plusieurs centaines d'ingrédients classés dans des flacons.

La pesée

Il s'agit de peser tous les ingrédients qui composent une formule dans les proportions indiquées. La balance de précision est indispensable pour mesurer au millième de gramme près chaque matière première. Cette manipulation autrefois longue et minutieuse a longtemps reposé sur le travail d'opérateurs. Aujourd'hui, la plupart des pesées sont orchestrées par un système informatique.

En parallèle, des opérateurs pèsent manuellement et mélangent tous les ingrédients de la formule qui ne sont pas accessibles par le système informatisé. Il s'agit des matières premières plus rarement utilisées, de celles qui nécessitent une préparation spécifique (pâtes chauffées avant incorporation) et des plus chères, comme l'absolue d'iris qui est stockée dans un coffre-fort. Ce second mélange est ajouté au premier et l'ensemble est homogénéisé. Le concentré est prêt.

La macération

La macération est l'un des derniers stades de l'élaboration du parfum. Le concentré repose dans de l'alcool à 96°C durant plusieurs semaines ou mois. Vient ensuite la phase du glaçage : le concentré est soumis à une température comprise entre 0°C et moins 10°C. Enfin, le concentré est filtré pour que le parfum soit purifié de ses résidus insolubles.

Un parfum est toujours défini par sa concentration, c'est-à-dire la quantité de concentré à diluer dans la solution éthylique totale qui varie de 5% pour certaines eaux de Cologne à 30% pour les extraits les plus riches.

La maturation

Le parfum parvient à maturation à la fin du temps de macération. Le concentré est stocké dans une cuve où il va maturé pour une durée allant de quelques jours à trois semaines. Il s'agit de laisser se faire les interactions chimiques entre les différentes matières premières, jusqu'à ce que le concentré parvienne à un équilibre olfactif. Cette opération se déroule généralement à 13°C.

FOCUS

Les grandes familles de parfums

HESPÉRIDÉE

Les « hespéridées » se rapportent aux huiles essentielles obtenues par expression du zeste des fruits tels que la bergamote, le citron, l'orange, ou encore la mandarine. Cette famille olfactive est née à la fin du XVIIe siècle en Italie avec l'Aqua mirabilis, première Eau de Cologne, utilisée par les hommes et les femmes.

FLORALE

Cette famille importante regroupe tous les parfums dont le thème principal est une fleur (soliflore) ou un bouquet floral : jasmin, rose, muguet, violette, tubéreuse, narcisse. Le parfum Rose Jacqueminot de François Coty en est une parfaite illustration.

FOUGÈRE

Cette dénomination de fantaisie, qui ne prétend pas se rapporter à l'odeur des fougères, comprend un accord généralement réalisé avec

des notes lavandées, boisées, mousse de chêne, coumarine, bergamote ou géranium. Elle est apparue en 1884 avec Fougère royale d'Houbigant.

CHYPRE

Ce nom provient du parfum que François Coty a nommé ainsi à sa sortie en 1917. Le succès de ce Chypre en a fait le chef de file de cette grande famille qui regroupe des parfums basés principalement sur des accords de mousse de chêne, cistelabdanum, patchouli, et bergamote.

BOISÉE

Ce sont des notes chaudes ou opulentes comme le santal et le patchouli, parfois sèches comme le cèdre et le vétiver. Le départ est constitué le plus souvent de notes lavandées et hespéridées.

AMBRÉE

Sous la dénomination « ambrés » quelquefois appelés aussi « orientaux », ont été groupés des parfums ayant des notes douces, poudrées, vanillées, cistelabdanum, animales, très

marquées. Le chef de file de cette famille est Ambre antique créé par François Coty en 1905.

CUIR

Cette formulation destinée à un univers masculin repose sur des notes sèches essayant de reproduire l'odeur caractéristique du cuir : bouleau, tabac, castoreum et des notes de tête aux inflexions florales. Dans les années 1920 les cuirs apparaissent à la suite de Tabac blond de Caron (1919).

Les verriers et les dessinateurs

Baccarat

Les parfumeurs de Suresnes se rapprochent d'abord de la cristallerie Baccarat située en Lorraine et qui produit des flacons de parfum depuis la seconde moitié du XIXe siècle.

Dans un premier temps, les flacons sont carrés ou rectangulaires. Plusieurs parfums pouvaient ainsi être vendus dans un même modèle de flacon, seule l'étiquette était modifiée.

Dans les années 1910, l'art du flaconnage connaît une grande transformation. Les parfumeurs confient à Baccarat des dessins ou des prototypes en plâtre ou en bois afin que la cristallerie édite des modèles uniques pour habiller leurs parfums.

En parallèle, les techniques de décorations se diversifient, les surfaces sont dépolies, satinées,

dorées ou émaillées. Les bouchons sont particulièrement expressifs. Plus de mille modèles de flacons de parfum ont été édités pour de nombreux parfumeurs.

Suzanne Lalique

Suzanne Lalique est la fille de René Lalique et d'Alice Ledru. Elle épouse Paul Burty Haviland en 1917.

De 1910 jusqu'à la crise de 1929, elle travaille pour la marque Lalique, à la confection de modèles de flacons et de boîtes à poudre pour le parfumeur François Coty. Elle est notamment à l'origine du motif de houppette qu'elle décline sur plusieurs boîtes à poudre.

LA FABRICATION DU FLACON ET SON COFFRET

René Lalique

François Coty s'adresse à René Lalique qui était déjà célèbre en tant que joaillier. La demande du parfumeur incite l'artiste à s'engager davantage dans la création de flacons en verre.

À partir de 1910, René Lalique confectionne des flacons exclusifs pour les parfums de François Coty. Chaque flacon a son bouchon en cristal qui lui est propre et ajusté. Le bas du bouchon et le fond du flacon portent le même numéro. Le bouchage des flacons est complété par une baudruche entourant le bouchon et terminé par des fils d'or et des rubans.

Désormais, la majeure partie des pièces que René Lalique crée ne sont plus destinées à être des pièces uniques ou éditées en un petit nombre d'exemplaires. Elles sont au contraire produites en séries grâce à des procédés

mécaniques. Industriel avisé, il dépose des brevets pour protéger ses inventions. Le premier dans le domaine des flacons est daté du 16 février 1909. René Lalique, initié à la parfumerie par François Coty, collabore ensuite avec les sociétés Volnay, Worth, Corday, pour réaliser des flacons exceptionnels.

Pierre Camin

À la fin de sa collaboration avec René Lalique en 1930, François Coty s'attache les services de Pierre Camin, dinandier issu de l'Ecole Boulle et transfuge du joaillier Sandoz. Comme il est novice en techniques verrières, François Coty l'envoie suivre un stage dans la verrerie de la Chapelle Saint-Mesmin. Deux ans plus tard, le premier projet de Pierre Camin voit le jour avec A Suma, suivi de Vertige et de nombreux autres, sans oublier les coffrets, les lignes de cosmétiques et les présentoirs. Après la disparition du parfumeur en 1934, il assume seul la direction artistique du studio jusqu'en 1939, date de sa mobilisation.

Muse

Muse est composé de notes fleuries, boisées et fruitées. Le parfum est créé par Vincent Roubert. Le motif de feuilles de chêne stylisées du coffret est dessiné à l'aquarelle par Pierre Camin sur du papier cartonné doré. Ce motif a été ensuite été repris pour d'autres créations, comme le parfum Complice.

Le Vertige

Après le décès de François Coty en 1934, la Coty SA poursuit le développement de nouvelles fragrances. Le Vertige est un parfum semi ambré et fleuri. Il est présenté dans un écrin-boudoir aux motifs évoquant les peintures de Fragonard.

Frits van Alphen

De père néerlandais et de mère indonésienne, Frits Van Alphen grandit à Sumatra jusqu'à ses 9 ans. Il est formé à la Kunstnijverheidsschool à Haarlem par le dessinateur industriel Chris Lebeau.

Il devient illustrateur indépendant auprès de journaux satiriques et de magazines de mode. De 1917 à 1920, il est engagé comme dessinateur publicitaire par le studio Pictura.

Sa rencontre avec les dirigeants de la fabrique d'eau de Cologne J.C. Boldoot à Amsterdam est déterminante. De 1920 à 1932, en tant que directeur artistique de cette société de parfumerie néerlandaise, il est chargé de la publicité et de la création d'emballages et de flacons. Dès 1921, il crée de somptueux flacons et coffrets pour la société française Bellon & Cie à Suresnes en partenariat avec la société J.C.Boldoot. De ce partenariat industriel, naissent les Parfums Lérays dont le décor des flacons et des coffrets est inspiré des batiks javanais et du style Art déco français.

En 1937, Frits Van Alphen crée la première agence de communication publicitaire en Europe. Hormis la parfumerie et les spiritueux, son agence s'adresse à tout secteur industriel.

Julien Viard

Fils d'un sculpteur bronzier chez le fondeur Ferdinand Barbedienne, Julien Viard se spécialise dans la gravure de médailles en bronze. Formé à la sculpture par Mercié à l'Institut Gustave Loiseau-Rousseau, il expose ses œuvres de bronze entre 1900 et 1908 à la Société des Artistes Français à Paris. En 1907, il obtient le Prix de Rome dans la catégorie Sculpture en bronze.

C'est à partir des années 1910 qu'il s'intéresse au verre. Comprenant que la parfumerie devient un marché en pleine expansion, il dessine ses premiers modèles de flaconnages de luxe. En 1920, il ouvre ses ateliers à Montreuil-sous-Bois en association avec son père, Robert Mouquet (souffleur de verre et émailleur) et Georges Louis Viollet le Duc (fils du célèbre architecte). Les spécialités de ses ateliers sont la création et la réalisation sur plan de flaconnages et boîtes, la fabrication des prototypes et des moules. S'y ajoutent la sous-traitance de la réalisation des

modèles par les verreries ou cristalleries et la décoration à froid des pièces de verre : la taille, le polissage, le satinage, l'adjonction de laque, patine, ou émail.

Ses deux principaux clients suresnois sont les Parfums de Volnay et les Parfums Richard Hudnut.

Claude Delaunay

Claude Delaunay étudie à l'école des Beaux-Arts de Nantes puis à l'école des Arts décoratifs à Paris. En 1938, il y est nommé professeur de dessin. Il réalise des décors pour le théâtre du Châtelet à Paris. De novembre 1946 à décembre 1947, il est conseiller artistique des parfums Coty pour lesquels il dessine des projets de flacons de parfum, de coffrets, des affiches, des publicités, des présentoirs et des décors de boutiques.

Georges Chevalier

Ayant débuté comme décorateur des Ballets Russes de Sergueï de Diaghilev, on sait peu de choses quant à sa formation artistique. En 1916, il est engagé par la Cristallerie de Baccarat comme dessinateur designer. En 1920, il prend la direction du studio de création et devient le premier directeur artistique de la Cristallerie. Les formes épurées et modernistes de ses vases, de ses luminaires et bien sûr de ses flacons de parfum, connaissent un véritable triomphe lors de l'Exposition internationale des Arts Décoratifs de Paris en 1925. Le public découvre ses œuvres au sein du Pavillon Christofle-Baccarat. Sous sa direction, Baccarat réalise des flacons grand luxe en cristal incolore ou en biscuit de cristal pour les parfumeurs suresnois : Coty, Volnay, Corday, et Richard Hudnut. Georges Chevalier continuera sa carrière chez Baccarat jusqu'aux années 1970.

Les imprimeurs

Sorys

En 1919, parallèlement à la création de son unité de production de parfums Volnay, René Duval crée la société Sorys, domiciliée au 13-15 rue Pierre Dupont à Suresnes. Celle-ci se consacre à la création de coffrets pour parfums.

L'entreprise se développe et offre la possibilité de fabriquer à façon des coffrets et des boîtages aux parfumeurs confrères : Marcel-Hughes Guerlain, Richard Hudnut. Des sacs du soir sont fabriqués pour Sonia Delaunay dont la mode simultanée, confectionnée par le couturier Jacques Heim, enchante le Tout-Paris.

Draeger

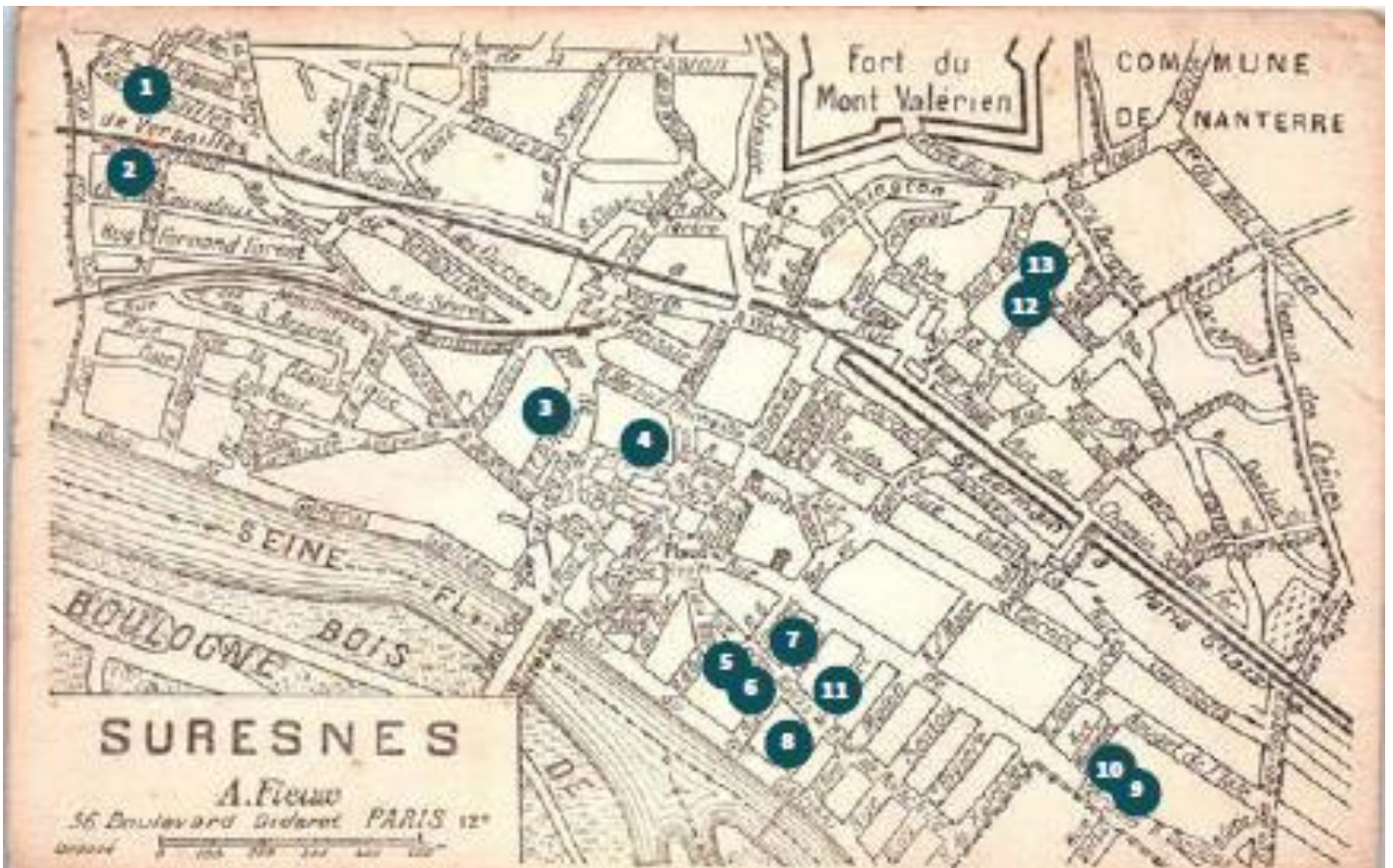
Charles Draeger fonde l'imprimerie qui porte son nom en 1886 à Paris. Nommée « Draeger et Lesieur » puis « Draeger Frères » au tournant du siècle, l'imprimerie déménage en 1908, à Montrouge. Grâce à un procédé unique de

restitution des couleurs, l'imprimerie est rapidement réputée pour la qualité de sa production. Elle se spécialise dans l'édition de catalogues, brochures et publicités. François Coty confie à cette maison, la réalisation des étiquettes sur papier or véritable et le cartonnage des coffrets de parfums et des boîtes à poudre.

L'ORGANISATION DES USINES

Répartition sur le territoire suresnois

Les parfumeurs de Suresnes de 1900 à 1950



1-COTY : 13 boulevard de Versailles

2-L'EGYPTE ANTIQUE : 12 rue Garibaldi

3-CORYSE et HORTYS : 21 rue Pierre Dupont

4-GROLÉA & SORDES : 11 rue Jules Ferry

5-LERYYS : 26 rue Ledru-Rollin

6-MARCEL GUERLAIN : 32 et 34 rue Pagès

7-RICHARD HUDNUT : 23 rue Pagès

8-TORSADE et VALDY : 7 rue Edouard Nieuport

9-GEHEL : 45 route de Verdun

10-FELIX et ARTOIS : 43 rue de Verdun

11-CORDAY : 28 rue Ledru-Rollin

12-MERIEL : 9 rue des Bartoux

13-VOLNAY : 92 rue du Mont-Valérien

Aspects techniques

François Coty

En 1904, François Coty installe son usine à Suresnes sur les bords de Seine. En 1915, il agrandit son usine qui occupe alors une surface de 50 000 m². Il centralise toute la gamme de production : direction, laboratoires, ateliers de fabrication, ateliers de remplissage des flacons, magasin central des produits finis. Sur l'île de Puteaux, il installe des ateliers de taillerie des flacons, d'emboutissage des boîtes métalliques, des tubes de rouges à lèvres, des étuis de talc, de dorure, de fabrication et blutage des poudres, d'imprimerie en taille douce. À Neuilly, il fait aménager une usine de cartonnage qui fabrique les emballages et coffrets. À Pantin et aux Lilas, il met en place une cristallerie et verrerie. François Coty ouvre par ailleurs des succursales en province, des magasins à l'étranger, participe aux Expositions internationales. L'usine devient la propriété du département de la Seine en 1944 puis sera

démolie pendant la Seconde Guerre mondiale.

Worth et Coryse (Maurice Blanchet)

L'ingénieur-chimiste, Maurice Blanchet, rachète en 1919 la parfumerie de Paris vendant du parfum sur mesure et en 1928 la parfumerie Salomé vendant de la poudre de riz en gros. En 1924, il s'installe à Suresnes où il construit des ateliers et des laboratoires. Il développe la marque Coryse-Salomé puis Worth. L'usine de Suresnes occupe 7 000 mètres carrés dont 4 500 mètres carrés couverts. Ces espaces sont divisés et organisés comme suit : un laboratoire de recherche, un département « Parfums et Eaux de Cologne » et un département « Cosmétiques et maquillage ». Il modernise l'usine en installant des cuves de 250 à 1 000 litres d'alcool pur et de mélanges envoyés ensuite dans des circuits de refroidissement et de filtres sous pression. Il complète par la mise en place de chaînes de remplissage de flacons permettant de produire 300 flacons par heure. Il travaille à partir de matières premières naturelles

dûment sélectionnées dans le monde entier et y adjoint de nouvelles molécules de synthèse provenant de chez Justin Dupont et de chez Roure Bertrand.

Richard Hudnut

La première usine date de 1924. Elle est transformée en 1954. La façade est ornée d'une inscription indiquant « Richard Hudnut ». Elle compte 600 employés. Les espaces sont organisés avec des vestiaires pour les hommes et pour les femmes. Le rez-de-chaussée où travaillent 224 personnes dont une majorité de femmes comprend le conditionnement, les espaces de réception et d'expédition. Le premier étage qui accueille 21 personnes dont 16 femmes est consacré à la fabrication et au chargement. Le deuxième étage, où l'on retrouve 147 employés dont 126 femmes, correspond au conditionnement des cosmétiques. Le troisième étage est dédié à la fabrication, au laboratoire et à la cantine de l'usine ; on y trouve 28 personnes qui sont principalement des hommes.

Enfin, le quatrième étage, réservé aux bureaux, est occupé par 154 personnes dont 121 femmes.

FOCUS

Conditions de travail

François Coty

Chef d'entreprise paternaliste, François Coty imagine une usine moderne et humaine pour son époque. L'usine compte 4 000 employés dont de nombreuses femmes. Il installe des pouponnières dans l'entreprise. Les mères de famille peuvent bénéficier de congés maternité et de bons de sortie pour allaiter. Il crée une caisse de retraite et des carnets de prévoyance pour les employés. En juillet 1933, tenant compte des fortes chaleurs, il décide de ne faire travailler ses ouvriers que jusqu'à 13h.

François Coty se préoccupe aussi du sort des 200 mutilés de la Grande Guerre. En 1917, il crée sur l'île de Puteaux, une usine « Le Jouet de France » avec ses amis Georges Chiris et

François Carnot. Selon lui, il ne s'agit « pas de charité mais d'une juste rémunération du travail ». Les employés mutilés fabriquent des jouets en bois (manèges, toboggans) et des meubles de poupées. Organisés en coopérative, les ouvriers ont un repas complet pour 2,5 francs, ils bénéficient d'une bibliothèque et de bains collectifs.

LA DISTRIBUTION

La publicité

Les débuts de la publicité remontent à la fin du XIXe siècle. Les premières affiches commerciales apparaissent dans les années 1830, sous forme de lithographies en noir et blanc. À cette même époque, les premières affichettes de parfumerie voient le jour.

Il faut attendre le début du XXe siècle, pour les premières annonces presse. Il s'agit d'une simple représentation d'un flacon ou de la citation de différents noms de parfums. Certaines annonces intègrent une figure féminine. Souvent signé par de grands illustrateurs, ce format s'impose des années 1910 aux années 1940. Les parfumeurs comme François Coty font appel à des artistes pour réaliser des publicités. Parmi eux, on retrouve Claude Delaunay, à l'origine de certains flacons et coffrets.

Les revues féminines deviennent des supports privilégiés pour ces publicités. Le Parfum de Gabrielle Dorziat naît d'un accord de licence entre René Duval et l'actrice de théâtre et de cinéma Gabrielle Dorziat. Les publicités de Volnay se retrouvent ainsi dans les programmes des théâtres parisiens où l'actrice est à l'affiche.

Les magasins

François Coty

Le magasin de François Coty est situé dans le sanctuaire du luxe parisien, au 23 place Vendôme. Aménagé suivant les conseils de sa femme et de sa belle-mère, son magasin prend davantage la forme d'un salon que d'une boutique. Les vitrines sont très bien décorées. En entrant, la cliente est invitée à s'asseoir dans un fauteuil en satin. Sur le présentoir en verre moulé réalisé par René Lalique, des dizaines de flacons sont alignés. Contrairement à ses concurrents qui exposent un maximum de produits sur une surface limitée, François Coty fait le choix de présenter dans une même vitrine une seule fragrance accompagnée de toute sa gamme de produits. Le parfum est traité comme un bijou dans un écrin. Les femmes peuvent alors choisir une fragrance correspondant à leur personnalité. Ce magasin-salon est unique en France. Les prix sont définis par François Coty, dans le respect de sa politique de

démocratisation du parfum. Ainsi, les prix restent les mêmes pour tous les représentants et les détaillants chargés de commercialiser ces produits en dehors du magasin de la place Vendôme.

Worth (Maurice Blanchet)

Le magasin du 120 faubourg Saint-Honoré à Paris ouvre en 1936 à l'initiative de Jacques Worth et de son fils Roger. Il comprend à la fois les ateliers et la boutique. Il remplace les salons et ateliers de la maison de couture qui avaient été installés par Charles-Frederick au 5-7 rue de la Paix et qui occupaient tous les étages.

Les commentateurs de l'époque racontent que les clientes étaient si nombreuses qu'elles devaient attendre dans les escaliers, comme les anges sur l'échelle de Jacob. Cette comparaison explique que ce motif ait longtemps été présent sur les coffrets et les publicités des parfums Worth.

Dans les années 1920, Gaston et Jean-Philippe entament des travaux pour moderniser les espaces en y installant notamment un ascenseur et en créant des ouvertures sur la rue pour les boutiques. Finalement, la maison de couture est délocalisée dans les années d'entre-deux guerres pour s'implanter dans l'épicentre de la mode. Les consommatrices pouvaient y acquérir des vêtements, des accessoires et des parfums.

Richard Hudnut

Richard Hudnut ouvre son magasin au 20 rue de la Paix à Paris, entre les enseignes des grands couturiers et celles des joailliers réputés.

L'intérieur de ce magasin est comparé à une « coquille rose ». Lorsque les clientes franchissent le pas de la porte, elles sont immédiatement enveloppées d'une lumière douce et d'un parfum subtil. Les murs sont recouverts de miroirs et de peintures murales réalisées par le laqueur français Jean Dunand. Le motif qui orne les panneaux muraux et le

plafond fait allusion aux oiseaux et aux fleurs.
Ces décors sont complétés par des pilastres en marbre gris-vert, importés de Suède.

Dans les vitrines, sont présentés les parfums, les eaux de toilette, les poudres, les rouges à lèvres. Le parfum Le Début est imaginé au moment de l'inauguration du magasin.

Les consommatrices

Pourquoi et pour qui ?

Le choix d'un parfum permet d'affirmer une personnalité, de forger une identité :

« Chaque femme doit étudier sa propre personnalité et alors choisir le parfum qui lui convient. Il lui incombe de chercher le moyen d'exprimer sa personnalité morale, son émotivité, ses aspirations profondes aussi bien que son apparence extérieure. Les parfums Coty doivent constituer une émanation de l'âme de la femme » (Coty, 1924).

Le journaliste de mode, Lucien François, développe cette idée dans un article intitulé « Quel parfum choisir selon que vous êtes... ». Ainsi, il affirme que le parfum Je reviens de Worth : « s'harmonise heureusement aux brunes et aux blondes à la condition qu'elles soient simples et distinguées » ; tandis que L'Aimant de Coty : « convient aux femmes élégantes » et qu' A Suma de Coty s'accorde avec tous

les types de femmes.

Dans un autre écrit, « Cent parfums pour vous », il poursuit son analyse répartissant ainsi les parfums entre les blondes, les brunes, les rieuses, les sportives, les spirituelles, les voluptueuses, les tendres, les sensuelles et les raffinées.

CONCLUSION

Un berceau de grands entrepreneurs du parfum

De nombreux parfumeurs et entrepreneurs ont débuté leur carrière au sein de ces entreprises suresnoises avant de fonder leurs propres maisons de parfum : Armand Petitjean et Guillaume d'Ornano (anciens directeurs export chez Coty, ont fondé Lancôme en 1935), Serge Heftler Louiche (directeur financier de Coty, a fondé les Parfums Christian Dior en 1947) et Benjamin Levy (associé de Coty, a acquis Charles of the Ritz en 1936, société qui financera ensuite les Parfums Yves Saint Laurent).

Des accords de parfumerie révolutionnaires

C'est aussi à Suresnes, chez François Coty, que sont nés des accords majeurs qui ont révolutionné la parfumerie et continuent d'inspirer les créateurs d'aujourd'hui : l'accord Ambre (construit autour de la vanille et du ciste, incarne la chaleur et la sensualité), l'accord

Origan (marquant fleurs blanches, épices et notes poudrées, offre une fragrance raffinée et élégante), l'accord Chypre (basé sur le patchouli, le ciste et la mousse de chêne, se distingue par sa profondeur et son caractère affirmé).

Suresnes, un savoir-faire industriel en matière de parfumerie

Si Grasse est considérée comme le berceau de la parfumerie occidentale, c'est en grande partie grâce à l'ingéniosité des entreprises et des parfumeurs suresnois que la parfumerie est devenue un fleuron du savoir-faire français, rayonnant à travers le monde.