

La fabrique des parfums

ROGER & GALLET
une marque iconique

DOSSIER
DE
PRESSE



MUSÉE
DE
VIRE
NORMANDIE



NEZ

L'OSMOTHÈQUE
COOPERATION INTERNATIONALE
DES PARFUMS

ROBERTET



Vire
Normandie

La fabrique des parfums

Roger&Gallet, une marque iconique

L' Édito

À l'origine de cette exposition conçue par le musée de Vire Normandie, il y a eu une envie et un défi. L'envie de rappeler qu'une des marques de la parfumerie les plus connues des Français a été créée par deux Virois. Et un défi, "exposer" des parfums.

Le résultat est une exposition où vous découvrirez qu'en 1862, Armand Roger et Charles Gallet réalisent un excellent investissement...

Art et industrie, santé et beauté, nature et chimie, le parfum étant à la croisée de nombreux domaines, il révèle bien des bouleversements culturels, sociaux et économiques.

Cette grande exposition, qui prend place sur une surface de 200m² au dernier étage de notre musée fraîchement rénové, nous propose d'enrichir notre culture olfactive à travers une initiation à l'histoire des parfums. De nombreux prêts (167 objets) et des partenariats privilégiés avec l'Osmothèque, Conservatoire International des Parfums et le Groupe Robertet, leader des matières naturelles pour la parfumerie et maison de composition, singularisent cette exposition à plus d'un titre.

Marie-Claire Lemarchand
Adjointe en charge de l'action culturelle,
du spectacle vivant, de la lecture publique,
des enseignements artistiques,
et de l'éducation à l'image

Conférence de presse - Mardi 21 mars 2023
Musée de Vire Normandie - 14h

Contact presse :

musee@virenormandie.fr
02.31.66.66.50

Sommaire

Partenaires et prêteurs de l'exposition - p.4

Parcours de l'exposition - p.5

Conception de l'exposition - p.20

Autour de l'exposition - p.21

Musée de Vire Normandie - p.24

Informations pratiques - p.25



Partenaires et prêteurs

La Commune de Vire Normandie remercie vivement ses partenaires



Fondée en 1990, l'Osmothèque est le premier conservatoire de parfums de l'histoire. Elle préserve et protège ce patrimoine de la perte et de l'oubli, tout en le transmettant. Cette fabuleuse collection comprend aujourd'hui 4 000 parfums, dont 800 disparus.



Fondé à Grasse en 1850, le Groupe Robertet est à la fois le leader mondial des matières premières naturelles pour la parfumerie et une maison de composition de parfums. Elle demeure pourtant une entreprise familiale.



Nez est un mouvement culturel olfactif. Depuis sa création en 2016, Nez est devenu une référence dans le champ de l'olfaction et du parfum, en France comme à l'étranger. Porté par un collectif d'experts du domaine, Nez, c'est également une revue semestrielle publiée en français, anglais et italien, une maison d'édition, deux magazines en ligne et "La distillation" une plate-forme de podcasts.

Et ses nombreux prêteurs, qui, en nous accordant leur confiance, ont permis la création de cette exposition

Éric Pellerin, Jardin Remarquable de Vauville (Manche) • Laboratoire Native, propriétaire de la marque Roger&Gallet, Paris • Caroline Rocherolle • Musée Beauvoisine - Muséum d'histoire naturelle de Rouen • Musée de Normandie, Château de Caen • Musée le Secq des Tournelles, Métropole de Rouen • Château de Chamerolles, Département du Loiret • Musée d'art et d'histoire de Saint-Lô • Musée de Louviers • Château de Pontécoulant, Département du Calvados • Musée de Bernay • Musée des Beaux-arts et de la dentelle d'Alençon, Communauté urbaine d'Alençon • Musée d'art et d'histoire Baron Gérard, Bayeux • Musée d'art et d'histoire de Lisieux, Pôle muséal de la CALN • Musée des Commerces et des marques, Tourouvre • Musée national de l'Éducation, Rouen • Musée International du Parfum, Grasse • Entreprise Degrenne pour le don de vitrines.

L'odorat, quel manque d'éducation !

Nous manquons de culture olfactive pour saisir l'importance jouée par certaines fragrances dans l'histoire des parfums, et pour en parler. Mais puisque l'histoire des Beaux-Arts s'apprend, celle des parfums est à notre portée.

Cette exposition offre une initiation à l'hygiène et à la parfumerie à travers l'évolution d'une marque iconique française : la Maison Roger&Gallet créée par deux Virois en 1862...

Les matières premières, première palette des parfumeurs

Brûlé pour communiquer avec les dieux, appliqué sur le corps, bu pour se soigner... le parfum a induit des pratiques qui rendent compte de la richesse de cet objet hautement culturel. Il reflète les connaissances et les préoccupations de chaque époque, dans les domaines de la cuisine, de la santé, des croyances et de l'ornement.

Le répertoire des parfums s'est enrichi aux grès des relations commerciales, des explorations et des conquêtes. Les lieux de production des essences ne coïncident plus toujours avec leur environnement naturel. Au fil des siècles, la parfumerie a dessiné une nouvelle géographie des plantes à parfum. Le géranium rosat, plante sauvage d'Afrique du Sud, s'épanouit par exemple aujourd'hui en Algérie et à la Réunion !

Les ingrédients provenant de différentes parties de plantes (fleurs, racines, écorces...) ou de sécrétions animales, associés entre eux, sont à la base de compositions complexes : les parfums. En fonction du procédé d'extraction employé, l'ingrédient devient : essence, absolue, concrète...



© Marion Alexandre, 2023

Grâce à deux partenariats exceptionnels, le visiteur découvre des ingrédients naturels, des molécules de synthèse et des fragrances qui ont marqué l'histoire du parfum. Au total, 21 senteurs à découvrir !

Le Groupe Robertet a mis à notre disposition des essences issues de leur catalogue (vétiver, mousse de chêne, résine de ciste-labdanum...).

L'Osmothèque, Conservatoire International des Parfums, a repéré des parfums historiques : "l'Eau de la Reine de Hongrie", "Ambre Antique" (1905) et "Chypre" (1917) de François Coty ou "Vera Violetta" (1892) de la Maison Roger&Gallet... Une occasion unique de développer sa culture olfactive !

Parcours de l'exposition

Le parfum, une offrande aux dieux

« Raconter l'histoire du parfum, c'est dérouler toute l'histoire de l'humanité », écrit une de ses expertes, Élisabeth de Feydeau.

Toutes les religions utilisent le parfum, il accompagne les prières et les rites. Les premiers humains ne pouvaient manquer d'observer que la combustion des herbes odoriférantes entraînait la montée vers le ciel d'une fumée riche de senteurs. Le mot « parfum » provient du latin "per fumum" signifiant "à travers la fumée". Les Hébreux appelaient l'encens "l'escalier du ciel". Les expressions "encenser une personne", "être en odeur de sainteté", rappellent que distinguer une personne, la hausser à un niveau quasi-divin passe par le parfum qui l'entraîne vers un niveau supérieur.



Encensoir
Argent
© Musée de Vire Normandie

L'Église catholique a porté peu d'attention à la propreté du corps et a refusé l'usage profane des parfums par crainte de la luxure. Mais, elle a fait perdurer cet usage d'encens, selon une tradition venue de Grèce et d'Orient.

Le parfum thérapeutique

Les plantes et les parfums jouent un rôle essentiel contre les épidémies qui marquent le Moyen Âge. Au 13^e siècle comme durant l'Antiquité, le bain est un moment de cure et de bien-être. Un siècle plus tard, il est au contraire perçu comme une pratique licencieuse et dangereuse : l'eau chaude, provoquant la dilatation des pores de la peau, elle permettrait à l'air pestilentiel d'entrer dans le corps.

Les plantes à parfum deviennent donc indispensables pour nettoyer, soigner sa peau et préserver sa santé. Aromates, résines et fleurs ne sont plus seulement utilisés en pâte ou en huile mais aussi sous forme alcoolique, après macération et/ou distillation.

Ces préparations pharmaceutiques ont souvent lieu dans les couvents. Le premier parfum à base d'alcool connu est "l'Eau de la Reine de Hongrie" qui apparaît vers 1370, mais dont les ouvrages font référence vers 1660. À base de romarin, elle est appliquée en friction ou bue, pour combattre toutes sortes de maux. Âgée de 72 ans, une reine aurait retrouvé sa beauté et sa jeunesse grâce à cet élixir préparé par un moine et envoûté un jeune roi de Pologne qui lui aurait passé la bague au doigt. Cette eau de jouvence fait partie des nombreux ancêtres de "l'Eau de Cologne".

Parcours de l'exposition

Durant une longue période, l'hygiène publique est calamiteuse. Les fragrances puissantes sont utilisées pour se protéger des maladies mais aussi pour camoufler les odeurs nauséabondes. Les élégants portent sur eux des sachets parfumés, des pommes de senteur et de minuscules flacons afin d'éloigner le mal.



Boîte à parfums
Fin 18e siècle
Acier et laiton découpé, repris au ciseau, doré et assemblé par agrafes et rivets
© Réunion des Musées Métropolitains de Rouen Normandie, musée le Secq des Tournelles



Brûle-parfum / pot-pourri
Vers 1740
Faïence, décor de grand feu
© Musée de Louviers



Boîte à vinaigrette
Vers 1804-1809
Or et perles
© Musée d'art et d'histoire de Saint-Lô

La toilette parfumée

Les usages du parfum participent aux principes de l'hygiène en vigueur dans les milieux aisés de l'Ancien Régime. On ne se lave pas, on se décrasse et on change de linge de corps. Gants et perruques sont abondamment parfumés. Le parfum fait partie de la parure.

L'importance du parfum grandit en Occident à partir de la Renaissance. Dans de petits objets raffinés, les aristocrates portent des odeurs avec eux pour se prémunir des maladies qui infectent l'air et des mauvaises odeurs qui saturent les espaces dénués de tout-à-l'égout.

Le parfum est également apprécié pour lui-même. L'utilisation des parfums pour contrer l'odeur des cuirs tannés fait naître officiellement en 1614, la profession de gantiers-parfumeurs, très nombreux à Montpellier et à Grasse.



Habit de parfumeur
Estampe imprimée à Paris en 1697
© Source gallica.bnf.fr / BnF

Parcours de l'exposition



La Folie pare la décrépitude des ajustemens de la jeunesse
Estampe gravée par Louis Surugue d'après un tableau de Ch. Coypel
1745
© Source gallica.bnf.fr / BnF

La cour de France raffole de senteurs. Les vêtements et les accessoires sont parfumés, jusqu'à outrance. Fontaines à eaux, pots-pourris et brûle-parfums embaument et désinfectent les intérieurs.

Au milieu du 18e siècle, les senteurs animales (musc, ambre, tubéreuse) sont progressivement rejetées au profit de compositions florales et d'eaux d'agrumes. La reine Marie-Antoinette raffole des essences de rose, de violette, de jasmin et de lavande. Les perruques sont inondées de poudres de riz parfumées à la racine d'iris et à l'œillet.

Boîte à poudre
Production attribuée à la manufacture de la famille Caussy de Rouen
Vers 1740-1745
Faience, décor de grand feu
© Musée de Louviers



L'eau de Cologne, produit phare

Lors de la guerre de Sept Ans (1756-1763), les soldats de Louis XV rapportent de Cologne une panacée! Ce mélange d'agrumes et d'herbes du Sud qui possède une haute teneur en alcool, est appelée "aqua mirabilis" par son créateur l'épicier-droguiste Giovanni Paolo Feminis, originaire de Santa Maria Maggiore, village des Alpes italiennes.

Parcours de l'exposition



Publicité pour "l'Eau de Cologne Jean-Marie Farina"
Lithographie
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Approuvée par la faculté de médecine de Cologne où il s'est établi, la formule est connue sous le nom "d'Eau de Cologne". Après la mort de Feminis en 1736, ses nombreux descendants parmi la famille Farina se livrent une concurrence féroce pour vendre cette eau présentée comme un « remède souverain ».

Son arrière petit-neveu Jean-Marie Farina, né en 1785 dans le village natal du clan, ayant appris le commerce à Düsseldorf, s'installe à Paris en 1806 pour faire fortune. Sa famille ne l'autorise pas à utiliser son nom pour fabriquer le produit à la mode. Mais n'en faisant qu'à sa tête, il s'impose à Paris, comme le vrai détenteur de la formule secrète et devint, dès 1808, le fournisseur officiel de l'Impératrice Joséphine.

Comment la formule est-elle passée entre les mains de deux Virois ?

À cette période, Armand Roger voit le jour à Vire. Son père est un négociant en drap aisé. Armand devient chapelier à Paris, puis au Chili d'où il revient fortune faite. Négociant-exportateur, il connaît les parfumeurs parisiens qui, déjà depuis plusieurs décennies, développent leurs exportations.

Son beau-frère, Charles Gallet, est également né à Vire. Son père, marchand épicier, l'a aidé à ouvrir une petite banque. Mais le réseau bancaire se densifiant très vite, il cherche une autre activité lucrative.

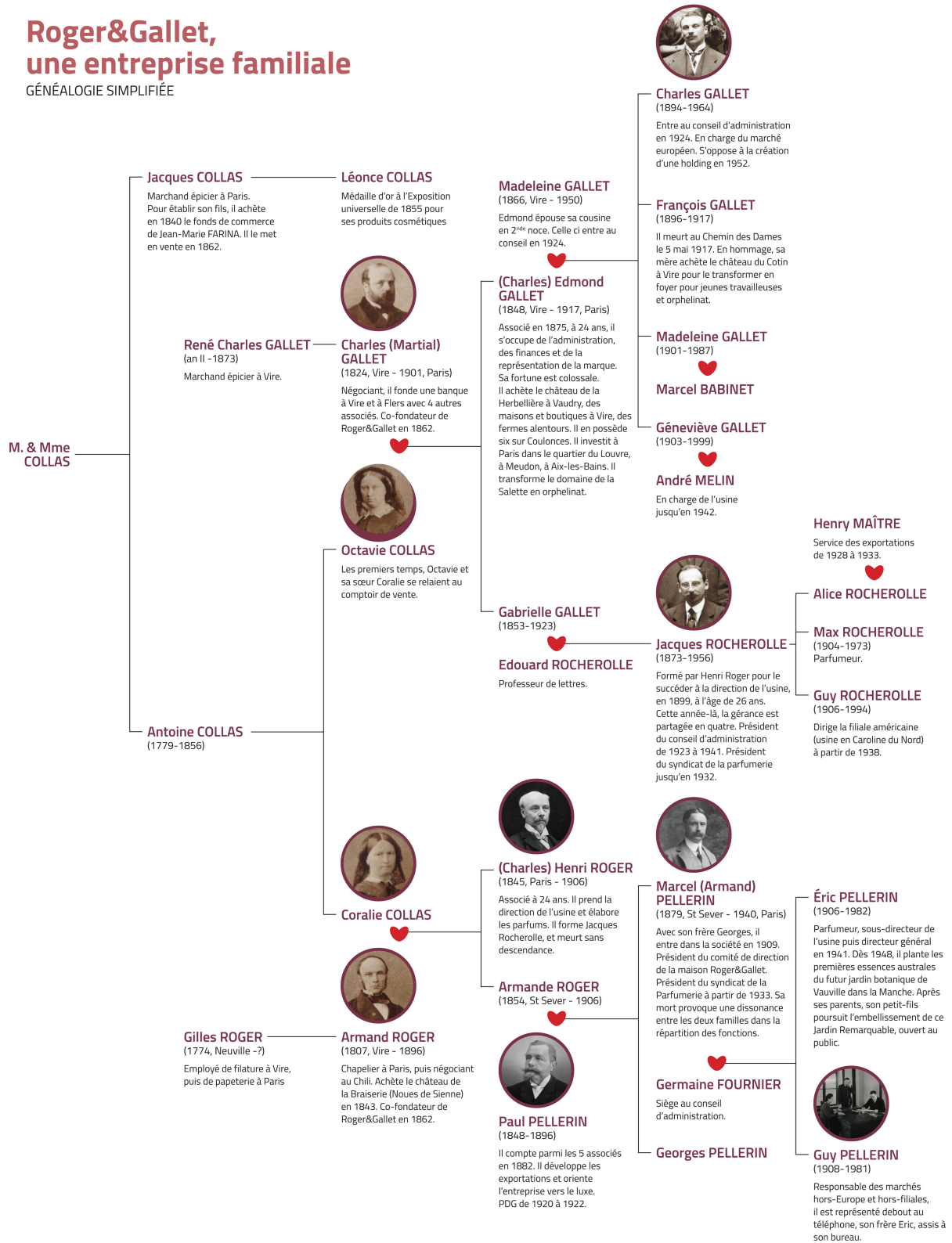
Les deux hommes d'affaires achètent ensemble la maison de parfum que le cousin de leur femme, Jacques Collas, avait acheté en 1840 à Jean-Marie Farina, son voisin de la rue Saint-Honoré. Nous sommes en 1862. Armand confirme à Charles que l'affaire sera rentable : « L'Eau de Cologne se vend 12 francs le litre au détail et revient à 2frs90 le litre ». La marge est de 76 % !

Leurs épouses se relayeront au comptoir de la boutique, et dès qu'Henri (le fils d'Armand) sera prêt, il remplacera le directeur de la fabrique. La première fabrique est installée aux Batignolles, mais rapidement les deux associés achètent un terrain à Levallois. La nouvelle usine est agrandie plusieurs fois. À la veille de la Première Guerre mondiale, elle emploie environ 1 100 personnes.

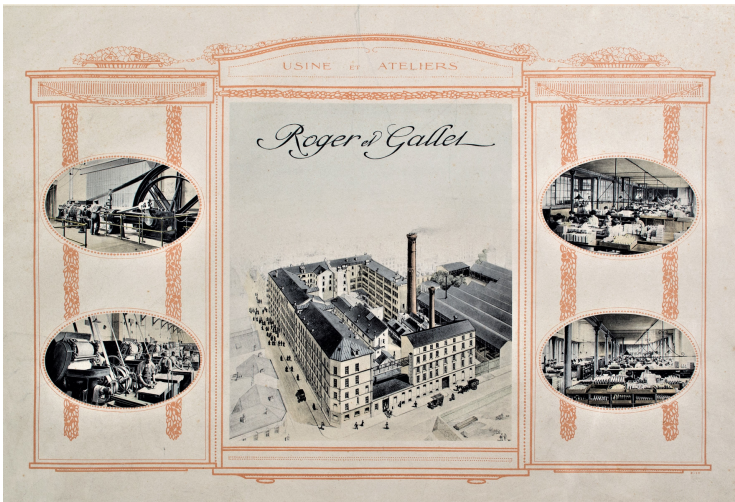
Parcours de l'exposition

Roger&Gallet, une entreprise familiale

GÉNÉALOGIE SIMPLIFIÉE



Parcours de l'exposition



Vues de l'usine Roger&Gallet sur la commune de Levallois
Début du 20e siècle
Lithographie
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Charles Gallet achète un immeuble au 38 rue d'Hauteville à Paris en 1867. Il sera le siège de l'entreprise jusqu'en 1932. Les deux associés louent également une boutique luxueuse dans le nouveau boulevard des Capucines et une autre rue Saint-Honoré.

Parmi les 300 parfumeurs parisiens en 1889, quelques-uns se taillent la part du lion. Parfois partis de rien, ils se sont bâtis des fortunes considérables. Pierre François Pascal Guerlain est issu d'une famille de potiers d'étain normands. En quelques années, la Maison de parfum Roger&Gallet, elle aussi, se hisse parmi les plus puissantes. Son premier grand prix lui est attribué en 1889. Elle est présente dans toutes les expositions importantes, de Melbourne à Calcutta.



Flacons et "Eaux de Cologne, Jean-Marie Farina"
© Collection Éric Pellerin - Jardin de Vauville

Étuis en carton coloré et doré, pour rouges à lèvres
© Roger&Gallet - Laboratoire Native



La Maison Roger&Gallet dépose plusieurs brevets comme le bouchon stilligoutte, qui permet un écoulement économique, inspiré du vinaigrier de table, ou l'étui en aluminium à glissière pour contenir des cosmétiques. Parmi les innovations, la maison propose aussi des fards sous forme de crayons, qui étaient jusque-là vendus en pot. En 1872, sont disponibles le crayon noir pour les sourcils, le bleu pour rehausser les veines, et le rouge pour les lèvres.

Parcours de l'exposition



Poudre de savon parfumée à la violette
Carton imprimé
© Collection Éric Pellerin - Jardin de Vauville



Boîte pour trois savons Ausonia
1905 (date de lancement de la ligne de six produits)
© Roger&Gallet - Laboratoire Native



Crème d'amande amère pour la barbe
Boîte en faïence
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Le savon parfumé, instrument clé de l'hygiène, devient le premier geste de parfumage, accessible aux plus modestes. Il est vendu en pains rectangulaires, ovales ou carrés. Roger&Gallet donne une forme ronde au savon en 1879. Le savon à la violette inaugure une grande collection qui devient un pilier de la marque.

FAMILLE DES PARFUMS HESPÉRIDÉES

Cette famille rassemble les parfums dans lesquels les agrumes sont essentiels. "L'Eau de Cologne" de Jean-Marie Farina en est l'archétype.

Au départ, l'eau de Cologne est une macération dans de l'eau-de-vie de plantes médicinales et d'écorce d'agrumes, plantes du pourtour méditerranéen. Cette macération est ensuite distillée. La demande est si forte que très vite chaque parfumeur propose sa version. La référence la plus ancienne de la maison Guerlain est "l'Eau de Cologne" impériale (1853). Avec "l'Eau de Cologne Jean-Marie Farina" de Roger&Gallet (1806), elles comptent parmi les plus anciens parfums disponibles sur le marché.

La parfumerie de mouchoir

Le 19e siècle est marqué par la vague hygiéniste. La propreté devient le garant de la santé et de la bienséance. Elle est un bienfait autant physique que moral. À partir de 1830, le savon de toilette remplace le savon de Marseille. Accessible à la plupart des Français, les savons parfumés remportent un énorme succès. En 1862, leur production représente la moitié de la fabrication totale du secteur.

Autre produit à succès, apprécié de tous et de toutes : l'eau de Cologne. Les élites achètent "l'Eau de Cologne" de Roger&Gallet ou "l'Eau de Cologne Impériale" de Guerlain (1853) dans les boutiques des beaux quartiers. Les plus modestes achètent dans les bazars et les grands magasins, car chaque parfumeur confectionne sa propre recette au grand dam de la Maison Roger&Gallet.

Parcours de l'exposition



Portrait de femme ornée de dentelles
Huile sur toile de René Cadeau (1782-1858)
1848
© Musée des Beaux-arts et de la Dentelle
d'Alençon - Cliché : David Commenchal.

Les eaux de toilette (contenant moins de 10% de matière diluée dans de l'alcool) sont appliquées généreusement ou diluées dans l'eau des ablutions quotidiennes. Peu onéreuses, elles ont des notes légères et fraîches. L'eau de Cologne et l'eau de lavande sont les deux constantes olfactives car discrètes et hygiéniques.

Les extraits de parfum, plus concentrés, sont utilisés principalement sur le mouchoir que l'on porte toujours sur soi, ou sur l'éventail. Guidées par les valeurs de la bourgeoisie, les dames "comme il faut" favorisent la fleur unique : muguet, lilas, jasmin, violette, rose... Même présentées en "bouquets", tous les parfumeurs proposent des fragrances qui consistent encore à imiter le plus justement les odeurs de la nature.

FAMILLE DES PARFUMS FLORAUX

Voici la famille de parfums la plus imposante. En soliflore ou en bouquets de senteurs, les fleurs sont particulièrement en vogue au 18e et 19e siècle.

Depuis le 18e siècle, Grasse est la ville des fleurs, mais c'est surtout à partir du milieu du 19e siècle que de vastes domaines sont consacrés au jasmin, à la tubéreuse, au géranium, à la rose, à la lavande... La colonisation ouvre la voix aux fleurs exotiques comme l'ylang-ylang. Le goût pour certaines fleurs est aussi lié à la production de molécules synthétiques. Dans les années 1870, l'ylang-ylang est à la mode. Dans les années 1880, l'héliotrope est très en vue. Dans les années 1890, le muguet et le lilas sont particulièrement en vogue. Les toutes dernières années du siècle, l'œillet attire l'attention. Mais la violette semble toutes les surpasser.



Plus d'épidémies "Thymol-Toilette" seul extrait parfumé antiseptique...
Affiche publicitaire de l'illustrateur Jean de Paleologu, dit Pal (1855-1942)
1894
Lithographie originale conservée à la bibliothèque nationale de France
© Source gallica.bnf.fr / BnF



Flacon à senteur
Attribué à la manufacture de porcelaine de François Gosse à Bayeux
Second Empire (1852-1870)
Décor émaillé rehaussé de faux caractères chinois à l'or
Collection du MAHB, Bayeux
© Gilles Vilquin



Maison de poupée
Acajou, tissu, marbre
Vers 1860
© Réseau-Canopé - Le Musée national de l'Éducation

Parcours de l'exposition

Naissance d'une industrie

La parfumerie est transformée par l'industrialisation, comme tous les secteurs de l'économie au cours du 19e siècle. La production est mécanisée et la puissance nécessaire au fonctionnement des machines s'accroît. L'énergie motrice de l'usine Roger&Gallet passe de 70 CV (chevaux-vapeur) en 1895 à 500 CV en 1905. Mais l'innovation la plus spectaculaire provient de la chimie. La mise au point de corps odorants de synthèse accroît la palette du parfumeur tout en réduisant considérablement les coûts de production. Pour autant, la chimie ne fait pas disparaître les ingrédients naturels.

Les producteurs de plantes à parfum de Grasse déploient leur agriculture sur les territoires coloniaux et enrichissent encore la palette du parfumeur : badiane et benjoin au Vietnam ; patchouli et citronnelle en Indonésie ; ylang-ylang, vanille, vétiver, lemongrass et cannelle de Madagascar ; bois de rose en Guyane... Et la mise au point de l'extraction par solvants volatiles permet d'atteindre des qualités olfactives exceptionnelles tout en améliorant les rendements.



La Diaphane, poudre de riz, Sarah Bernhardt
Dessinée par Jules Chéret (1836-1932)
Imprimée en 1890
© Source gallica.bnf.fr / BnF



Affiche pour un parfum de la Maison Delettrez pour le marché anglophone
Amaryllis du Japon, the latest parisian perfume
Imprimée en 1891
© Source gallica.bnf.fr / BnF

Parcours de l'exposition

La révolution des molécules de synthèse

La parfumerie moderne naît à la fin du 19^e siècle, lorsqu'elle s'émancipe de la seule utilisation des ingrédients naturels. Non seulement les molécules de synthèse offrent de nouvelles perspectives de création mais en réduisant les coûts de production, elles rendent la parfumerie plus accessible.

Le premier pas est franchi lorsque les chimistes identifient les molécules odorantes présentes dans la nature et réussissent à les reproduire en laboratoire puis en usine. Le père de la chimie moderne, l'Anglais William H. Perkin bouleverse le secteur du textile en mettant au point le premier colorant de synthèse, la mauvéine. En 1868, il réalise la première synthèse de la molécule odorante de la fève tonka, baptisée coumarine. C'est le véritable baptême de la chimie de synthèse en parfumerie fine.

Le second pas est franchi lorsque les chimistes, principalement français, anglais, allemands et suisses, créent de toutes nouvelles molécules élargissant encore la palette des parfumeurs. À la fin des années 1930, les principaux produits de synthèse utilisés de nos jours, sont déjà disponibles.

À la fois chimiste et artiste, le parfumeur mémorise entre 2 et 4 000 odeurs, ainsi que les parfums déjà créés, qui sont autant de repères historiques et de sources d'inspiration. Plusieurs parfums ont fait forte impression à Ernest Beaux, créateur du "N°5" de Chanel en 1921 : "Fougère Royale" d'Houbigant, "Vera Violetta" de Roger & Gallet... ainsi que les parfums de la famille Guerlain et de François Coty. Ces parfumeurs, à la fois inventeurs et hommes d'affaires ont créé des œuvres originales et marquantes, à l'origine de nouvelles familles de parfums.

FAMILLE DES PARFUMS "FOUGÈRE"

Les parfums appartenant à cette famille sont construits autour de la lavande, du géranium, de la mousse de chêne, du vétiver et de la coumarine. Le parcours vous propose de distinguer l'odeur des fèves tonka et de la coumarine, sa version synthétique, qui demeure un ingrédient clé de la parfumerie.

FAMILLE DES PARFUMS "AMBRÉS"

Un accord olfactif est un ensemble harmonieux de plusieurs matières odorantes, formant une nouvelle impression olfactive. L'accord "ambré" est construit autour de notes baumées (benjoin, baume du Pérou, baume de Tolu), de la résine du ciste-labdanum et de la vanille. Cet accord voluptueux, poudré et animal, tire son nom "d'Ambre Antique" créé par François Coty en 1905. Ce créateur et homme d'affaires a bouleversé l'histoire du parfum. Nous vous proposons de le découvrir ici !

FAMILLE DES PARFUMS "CHYPRÉS"

Créé en 1917 par François Coty, "Chypre" est l'archétype de cette famille de parfums. Quelles que soient ses déclinaisons, un authentique chypre comporte les ingrédients suivants : bergamote, rose, jasmin, patchouli, mousse de chêne et ciste-labdanum. Cet accord inimitable a directement inspiré "Mitsouko" de Guerlain.

Parcours de l'exposition

L'Age d'or de la parfumerie (1900-1939) : l'exemple de Roger&Gallet

Flacon, étiquette, coffret... le soin et l'originalité apportés à la présentation du parfum exercent un attrait puissant, bien compris des parfumeurs. Les prix des ingrédients naturels et synthétiques chutent, pourtant les prix de vente sont quasi constants. Les parfumeurs ont fait le choix d'assimiler leurs productions à des créations artistiques.

Pour habiller leurs fragrances dépourvues de matérialité et d'images, ils font appel à des artistes et des artisans. François Coty et la famille Roger&Gallet sont les premiers à faire appel au talent du joailler-verrier, René Lalique dès 1908. Désormais, le flacon incarne un parfum singulier et son univers.

Maison de parfum généraliste, Roger&Gallet joue sur plusieurs registres à la fois, du parfum de luxe au produit de large diffusion. Les clientes les plus fortunées découvrent les créations haut de gamme dans la boutique de la marque. Des produits plus accessibles sont disponibles dans les grands magasins comme la Samaritaine. Ses exportations (Argentine, Brésil, États-Unis...) se développent tellement, qu'elles représentent les deux tiers des ventes après 1900. La notoriété de la marque est considérable. Edmond Gallet est nommé président du jury de l'Exposition Internationale de Londres de 1908, puis de celle de Bruxelles de 1910.

Le parfum bénéficie d'un double mouvement : il se démocratise, en même temps qu'il devient un produit de luxe.



Poudre de riz et velouté Roger&Gallet
Boîtes en carton
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Affiche publicitaire pour la maison Roger&Gallet
Elisabeth Sonrel (1874-1953)
Vers 1900
© Musée International de la Parfumerie, Grasse-France

Parmi toutes les fleurs, la violette est particulièrement prisée durant la Belle Époque. La fleur est le symbole de la modestie (de bon aloi pour les femmes "comme il faut") et sa couleur est en vogue. Mais en parfumerie, elle est quasi muette. Il est difficile et coûteux de capter son parfum, comme le muguet, l'œillet, la pivoine, la glycine...

Après dix ans de recherche, le savant allemand Ferdinand Tiemann dépose en 1893 le brevet de l'ionone ("violette" en grec), reproduction en laboratoire d'une molécule naturellement présente dans la violette. La Société Georges de Laire achète le brevet.



Parcours de l'exposition

Grand succès ! La maison Roger&Gallet négocie avec la Société Georges de Laire l'exclusivité de l'ionone pendant quelques années, ce qui contribue au succès commercial de "Vera Violetta", premier parfum combinant essence de violette et molécule de synthèse. Paru en 1892, il est commercialisé jusqu'en 1945.

Le public peut découvrir dans cette partie de l'exposition l'odeur de l'ionone et le parfum historique "Vera Violetta" de la Maison Roger&Gallet repesé par l'Osmothèque !



"Cigalia"

Flacons et coffret en bois, signés René Lalique
© Roger&Gallet - Laboratoire Native et
Collection Éric Pellerin - Jardin de Vauville

René Lalique dépose le modèle pour la collection "Cigalia" en octobre 1910. La fragrance, présentée comme le « parfum de Provence » est commercialisée à l'occasion des fêtes de Noël de cette même année. Les flacons sont partiellement dépolis et patinés gris pour faire ressortir le dessin de quatre cigales perchées sur les angles. La cigale évoque la Provence et Grasse, dont l'économie est consacrée à la production d'essences pour la parfumerie. La Maison Roger&Gallet ne mise plus toute son attention sur l'étiquette. En faisant appel au génie verrier de René Lalique, c'est le flacon lui-même qui devient objet de désir.



"Le Jade"

Flacons et coffrets, signés René Lalique
Créateur : Marcel Pellerin,
1923 (date de lancement)
© Roger&Gallet - Laboratoire Native et
Collection Éric Pellerin - Jardin de Vauville

Les coffrets et flacons de "Le Jade" sont les dernières créations de René Lalique pour Roger&Gallet. L'inspiration japonisante et les couleurs (teinte mordorée contrastant sur le noir) sont caractéristiques de la période des Années folles.

Depuis le 19e siècle, l'univers du Japon est à la mode dans les arts. Il véhicule l'image de l'élégance et du voyage lointain. Les parfumeurs sortent de la voie classique de la description pour entrer dans l'imaginaire. Le parfum chypré promet de transporter la cliente dans un univers élégant, agréable et étranger à son quotidien.

L'Exposition des arts décoratifs et industriels modernes de Paris en 1925 célèbre la qualité artistique des créations de la Maison de parfum. La gamme "Le Jade" est commercialisée au-delà de 1970 par survivance d'une petite demande sur le marché extérieur.

Parcours de l'exposition

Retour aux sources

Après la Seconde Guerre mondiale, la Maison Roger&Gallet est confrontée à la concurrence des parfums de couturiers. Christian Dior fonde simultanément sa maison de couture et de parfumerie en 1947. En 1954, les trois parfums les plus vendus en France sont "Ma griffe" de Carven, "Arpège" de Jeanne Lanvin et "N°5" de Gabrielle Chanel. Les couturiers habillent de leur image le parfum, pour une alliance féconde. Roger&Gallet est boudée par les magasins de parfum cherchant à se spécialiser dans la revente des marques en vogue. Or, elle ne l'est plus.

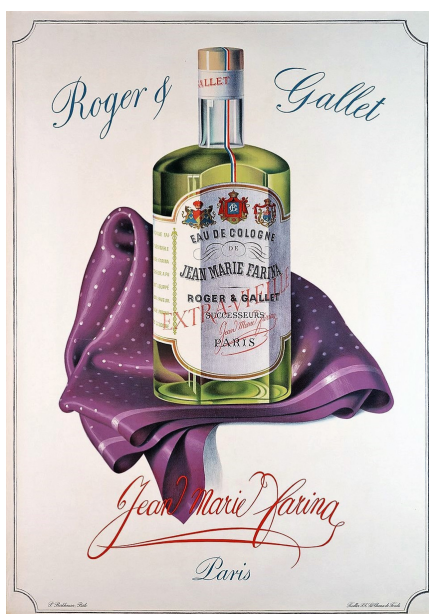
La reprise est liée à plusieurs éléments. La marque récupère sa boutique du Faubourg Saint-Honoré en 1948, occupée par l'armée. Sa renaissance est confiée à trois femmes, Mmes Burnand-Lemoine, Brusseaux et Sousselier, dont la créativité fait la réputation de la boutique et de ses vitrines animées, jusqu'à Tokyo. Elles influencent également le choix d'un nouveau flacon « à pointes de diamant ».

En 1955, 58% du chiffre d'affaires de la société provient de ses ventes d'eaux de Cologne classiques, 18 % viennent des savons, 24% tout le reste (parfums et cosmétiques). C'est sur les deux premiers types de produit que le renouveau prend appui.

Entre les versions chics ("Eau d'Hermès" en 1951, "Eau fraîche" et "Eau Sauvage" de Dior en 1955 et 1966, "Ô" de Lancôme en 1969, "Eau de Rochas" en 1970) et les versions bon marché ("Mont-Saint-Michel" en 1920, "Bien-Être" en 1962), l'"Eau de Cologne" de Roger&Gallet conserve un prestige accessible. Elle est largement diffusée en France mais aussi à l'étranger. Les Vénézuéliens en sont alors les plus gros consommateurs.



Poudre de riz et velouté Roger&Gallet
Flacons pointes de diamants
Boîte en carton
© Roger&Gallet - Laboratoire Native



La marque sort du giron familial en 1979, lorsque Sanofi en prend le contrôle financier. En 1993, elle fait partie du groupe Yves-Saint-Laurent. En 2008, elle appartient au groupe L'Oréal. Elle fait partie depuis 2020 des quatre marques du Laboratoire Native avec Lierac, Phytosolba et Jowaé. Elle conserve aujourd'hui une place particulière dans l'histoire de la parfumerie française.

Affiche pour l'Eau de Cologne Jean-Marie Farina
Reproduction
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Parcours de l'exposition

L'Eau de Cologne

"L'Eau de Cologne Jean-Marie Farina" est un incontournable. Elle existe principalement en trois qualités : "Marque Noire", "Marque Rouge" et "Extra-Vieille". Sans fioriture, la marque noire est la référence la plus ancienne, sans doute la plus proche du fondateur de la marque. Au printemps 1956, à l'occasion des 150 ans de la marque, Roger&Gallet relance "l'Eau de Cologne" dans un flacon à pointes de diamants, fabriqué dans une des verreries de la vallée de la Bresle en Normandie. C'est une réussite. Beaucoup copié, ce design est abandonné au cours des années 1970 mais la marque profite longtemps d'un a priori bien ancré. Les bienfaits d'une friction d'eau de Cologne aussi bien pour les hommes que les femmes.

Aujourd'hui encore "l'Eau de Cologne Jean-Marie Farina" est commercialisée dans un nouveau flacon, inspiré d'un minuscule flacon retrouvé dans les archives de la marque...



Eau de Cologne Jean-Marie Farina et savon
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

L'histoire continue...

Les eaux parfumées et bienfaisantes "Lavande Royale" créée en 1889, "Thé vert" en 2000, "Gingembre" en 2003 et "Shiso" en 2012, ainsi que les savons "Bois de Santal" (1879), "Lavande Royale" (1889), "Œillet mignardise" et "Rose thé" (1900) appartiennent à la nouvelle collection "Héritage Roger&Gallet". Le Laboratoire Native, propriétaire de la marque, réinterprète des produits de son catalogue historique tout en illustrant les enjeux de la parfumerie contemporaine : quête de naturalité et développement du bien-être.



Eau parfumée bienfaisante et savon Lavande Royale
réédités en 2023
© Roger&Gallet - Laboratoire Native

Conception de l'exposition

Commissariat de l'exposition, scénographie, logistique

Marie-Jeanne Villeroy

Médiation, programmation, communication

Sophie Lamotte, Estelle Baudry

Conservation et transport

Claude Groud-Cordray

Accueil et surveillance

Miry Bouleux

Scénographie Vire Normandie

Menuiserie : William Turland et Jérôme Lefèvre

Peinture : Jérémie Delahaye, Nicolas Ganné

Transport et Accrochage : Jérémie Delahaye, Nicolas Ganné

Signalétique

Viréoverso



Autour de l'exposition

Temps forts

Rencontre - La parfumerie aujourd'hui

17 mai | 14h | 8€ | Musée

Savez-vous qui fabrique votre parfum favori ? Rares sont les marques qui ont leur propre parfumeur. La plupart passe commande auprès de sociétés de composition de parfum qui sont aussi historiquement des fournisseurs de matières premières. Fondé à Grasse en 1850, le groupe Robertet est aujourd'hui leader mondial dans le domaine des matières premières naturelles et emploie quarante parfumeurs. Il produit notamment l'Eau de Cologne Jean-Marie Farina pour le Laboratoire Native, détentrice de la marque Roger&Gallet.

Intervenante : Marine Freydier travaille pour le groupe Robertet. Responsable grands-comptes (dont Laboratoire Native, L'Oréal et Coty), elle nous aidera à comprendre comment fonctionne l'industrie du parfum aujourd'hui.

Conférence olfactive - Les trésors de l'Osmothèque, Conservatoire International des Parfums

18 octobre | 18h30 | 8€ | Halle Michel Drucker

Sentir des parfums disparus qui ont marqué notre histoire est une expérience unique que seule l'Osmothèque peut nous permettre aujourd'hui. Située à Versailles sur le campus des parfumeurs (ISIPCA), cette association est le premier et unique conservatoire des parfums. Elle en préserve 4 000 dont 800 disparus et fait connaître notre patrimoine olfactif depuis 1990, notamment à travers des conférences.

Intervenante : Anne-Cécile Pouant est directrice déléguée de l'Osmothèque, partenaire de l'exposition.

Visites

Les visites guidées de l'exposition

15h | à partir de 8 ans | 6,50€ | 1 h

Une découverte de l'exposition ponctuée d'anecdotes et de touches olfactives !

23 avril | 7 mai | 21 mai | 11 juin | 25 juin | 9 juillet | 23 juillet | 13 août | 27 août

24 septembre | 8 octobre | 29 octobre | 5 novembre

Les visites animées pour les petits nez - Augustine a du flair

11h | 3-7 ans | 4,50€ adulte - 2€ enfant | 45 min

Explorons l'histoire du parfum, entre odeurs et hygiène, avec Augustine la petite souris...

19 avril | 26 avril | 3 mai | 21 mai | 25 juin | 23 juillet | 27 août | 24 septembre | 25 octobre | 1er novembre



Autour de l'exposition

Ateliers

Les ateliers d'éveil olfactif

14h30 | à partir de 8 ans | 8€ | 1h30

Après une visite flash de l'exposition, nos médiatrices vous emmènent en atelier pour une exploration olfactive et ludique : réveillez votre odorat, travaillez votre mémoire et laissez-vous porter.

20 avril | 27 avril | 4 mai | 26 octobre | 2 novembre

Les ateliers peinture

14h30 | à partir de 8 ans | 8€ | 2h

Flacons de parfum... Donnez forme à votre imagination

21 avril | 27 octobre

Fragrance et évanescence, dessine-moi un parfum

28 avril | 3 novembre

Intervenante : Marion Alexandre, artiste-peintre

**Réservation indispensable
pour les temps forts, visites et ateliers**

Autour de l'exposition



Marion Alexandre est une artiste-peintre qui intervient au musée depuis la réouverture en proposant des ateliers de création plastique en résonance avec nos collections et nos événements. Elle nous propose encore quatre dates cette année.

Pour cette exposition, elle signe l'affiche et de belles planches d'herbier à découvrir dans le parcours.

Carole Calvez est designer olfactif. Elle consacre son activité à la création olfactive, la muséographie, l'événementiel et la médiation culturelle. Au musée, elle accompagne et forme l'équipe afin de proposer des ateliers d'éveil olfactifs adapté à tous.

À tester cette saison !



Évadez-vous dans le jardin botanique de Vauville (Manche).

Parfumeur et directeur général de la Maison Roger&Gallet, Éric Pellerin plante les premières essences australes du jardin en 1948. Après ses parents, son petit-fils poursuit l'embellissement de ce Jardin Remarquable.

Votre ticket d'entrée au musée vous offre un tarif préférentiel sur place (du 1er avril au 28 octobre, tous les jours à partir de 14h)



Le musée de Vire Normandie



© Musée Vire Normandie

Le parcours nous entraîne dans l'histoire de la ville, de ses origines médiévales à sa Reconstruction après les bombardements du 6 juin 1944. Un accent particulier est mis sur le développement du territoire au cours du 19e siècle à travers les Beaux-Arts, la botanique, les manufactures, la gastronomie...



© Cécile Ballon



© Cécile Ballon

Une rénovation exemplaire

Niché dans un hôtel-Dieu du 18e siècle, le musée de Vire Normandie a bénéficié de quatre années de rénovation. Le parcours de visite a été repensé pour mettre en valeur ses riches collections, grâce à une élégante scénographie et des dispositifs tactiles, numériques et ludiques qui facilitent l'accès de tous aux ressources.



© Cécile Ballon



© Cécile Ballon

Le Musée de Vire est désormais un lieu de découverte incontournable pour mieux comprendre la Normandie.

Informations pratiques

Adresse :

Musée de Vire Normandie
Square Chanoine Jean Hérault
14 500 VIRE NORMANDIE

Contact :

02 31 66 66 50
accueilmusee@virenormandie.fr

Ouverture :

du 5 avril au 5 novembre 2023
du mardi au dimanche
de 10h à 12h30 et de 14h à 18h
(Billetterie et boutique ouvertes jusqu'à 30 minutes
avant la fermeture du musée)

Tarifs des visites libres :

Plein tarif : 4,50€
Gratuité : moins de 26 ans, demandeurs d'emploi... et le
premier dimanche du mois !

L'exposition est accessible aux personnes handicapées
moteur et à mobilité réduite.

Suivez-nous sur :



Et sur le site de la ville Vire Normandie



MUSÉE
DE
VIRE
NORMANDIE

