

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 45 (1965)  
**Heft:** 2: Contribution suisse à l'élégance française

**Artikel:** La parfumerie française  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-886613>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 20.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

LA

# PARFUMERIE

## FRANÇAISE



Habit de parfumeur, allégorie, estampe de Larmessin (1640-1725). (Photo Viollet.)

A l'apogée d'une civilisation, métaux précieux et parfums subtils se manifestent toujours, sorte de baromètre. En France, dès le xii<sup>e</sup> siècle, Philippe Auguste reconnut aux parfumeurs de son temps le droit de se constituer en corporation. A la Renaissance, nombreux furent les parfums qui pénétrèrent en Italie, venant d'Orient via Venise.

Et qui n'a entendu parler de René Le Florentin, parfumeur que Catherine de Médicis avait installé dans ses murs, au Pont-au-Change ?

### Une Révolution peu coquette

Tout comme les orfèvres, les parfumeurs doivent suivre de gré ou de force le cours de l'Histoire. Ainsi la Révolution française a-t-elle freiné la parfumerie, mais, bien vite, sous le Directoire et l'Impératrice Joséphine, cet art opère un retour en force. Il semble s'agir, en fait, d'une vocation typiquement française et, par extension, méditerranéenne. Aussi, ce que l'on a coutume d'appeler le « prodigieux développement industriel du xix<sup>e</sup> siècle », a-t-il fait progresser cet art à pas de géant.

## De l'Abyssinie au... Thibet :

Il faut tout d'abord se demander quelles sont les matières premières, les procédés et l'outillage qui permettent à un parfum français, dès 1873 à Vienne, de voir consacrer sa classe? Les plantes, d'abord.

Leurs fleurs, en effet (rose, violette, tubéreuse, lavande, jonquille, jasmin, oranger, etc.) puis leurs racines (Iris de Florence, vetiver de Java), leurs feuilles (géranium, patchouli), leurs fruits (bergamote, orange, citron, mandarine), leurs mousses et leurs bois prennent une part prépondérante dans l'élaboration des essences. L'Orient et les tropiques collaborent à cette industrie en fournissant notamment la canelle, la muscade, la fève de Tonga et autres clous de girofle..., mais il ne faut pas oublier ni négliger la participation animale, base même des fixatifs de parfums.

En premier lieu la civette, extraite des glandes génitales d'un chat d'Abyssinie, de même que le musc, sécrétion d'une poche d'un petit animal thibétain, le chevrotin portemusc, ou encore l'ambre gris, sorte de calcul porté par le cachalot. Peut-être trouve-t-on déjà là une certaine explication aux prix des parfums...

## La présence de la chimie

Restent les produits de synthèse mis entre les mains des parfumeurs par les chimistes; le plus connu est l'ionome, reproduction de parfum de la violette. On considère aussi la coumarine, excellent « fond » de parfum aux senteurs de foin coupé; enfin, c'est la découverte des « aldéhydes », essences aromatiques inconnues jusqu'alors, sur le plan olfactif s'entend. Leur entrée dans les composants des parfums fut une véritable révolution, démultipliant à l'infini les possibilités de compositions.

L'ère que nous traversons continue à chercher ses motifs dans les matières que nous évoquons à l'instant.

Il est temps de parler des procédés eux-mêmes. Dans ce que nous appellerons la préhistoire de la parfumerie, des macérations savamment dosées donnaient, petit à petit, les parfums désirés. Plus près de nous, la découverte des solvants volatils permit l'extraction des huiles essentielles.

De même des procédés plus modernes de culture florale furent mis

milieu des éléments précités, coordonne et compose : le parfumeur.

## Comme le "computer"

On peut le comparer à un ordinateur électronique; les trois types de composants du parfum sont ses cartes perforées.

Essences naturelles, arômes synthétiques vont se soumettre aux multiples opérations; combinaisons boi-



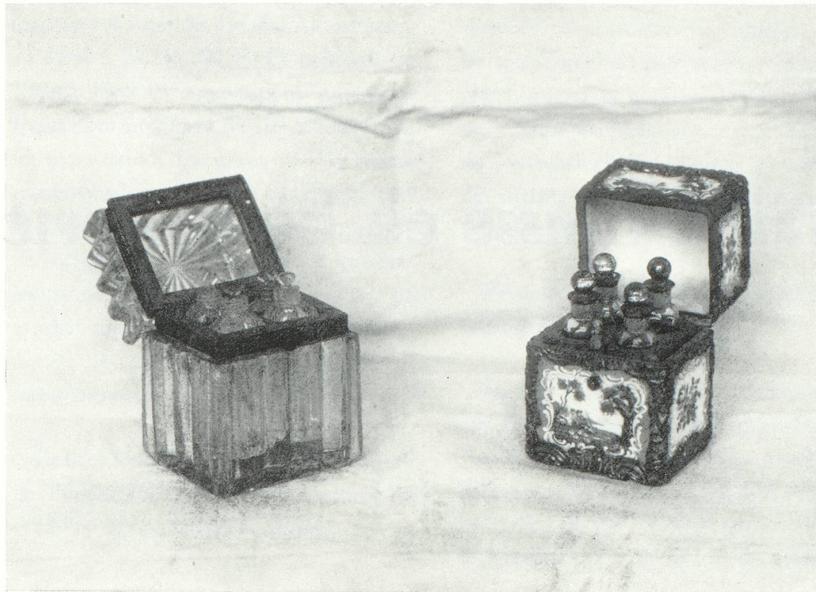
Épluchage des fleurs d'orangers à Vallauris (Alpes-Maritimes). (Photo Viollet.)

en activité, afin de sélectionner les fleurs aux effluves fortes. Qu'en est-il aujourd'hui? Disons que si le mode de faire n'a pas changé dans ce qu'il a de fondamental, les progrès de la chimie ont permis et permettent chaque jour de nouvelles créations, par un raffinement plus précis et grâce à de meilleurs contrôles.

Tout ceci exposé, il convient de parler maintenant de celui qui, au

sées, facteurs fleuris ou fruités, équations à la rose ou au jasmin vont donner ces millions de solutions dont les élégantes, bientôt, ne manqueront pas de s'imprégner.

Quelquefois, une carte déjà employée donne de nouvelles dimensions au problème, par sa mise en présence dans les opérations : c'est ainsi qu'un nouveau départ peut être donné à un nouveau parfum.



Flaconniers en verre et porcelaine (époque 1830). (Photo Viollet.)

## Crème de visage à la moelle d'ours :

Dans tout ceci notre « cerveau électronique » intervient, dirige, sélectionne, stabilise enfin. Oui, stabilise puisque notre récent parfum doit désormais, où qu'il se trouve et dans n'importe quelles conditions que ce soit, garder ses qualités premières, et ce jusqu'à... la fin des temps.

Du parfumeur, nous n'avons pas cité ses connaissances de dégustateur olfactif, de chimiste et d'homme d'affaires, puisqu'un parfum — idéal — passe par-dessus modes et époques.

Nous n'avons fait qu'évoquer, dans cet article, les prix généralement élevés des parfums; attardons-nous un instant sur ce point en remarquant qu'au siècle dernier déjà, une douzaine de savons au géranium coûtaient quelque quinze francs, qu'un « fard » à la moelle d'ours se vendait cinq francs d'alors; pourquoi?

Outre le prix des importations du musc, de la civette et autres produits déjà nommés, il est particulièrement intéressant de considérer le prix de revient des matières premières. Ainsi

la rose : celle de Bulgarie (*Damascena*) coûte neuf mille cinq cents francs le kilo, et pour obtenir un litre d'eau de rose, plus de six kilos de fleurs sont nécessaires; celle de Grasse (*Centifolia*), beaucoup moins fournie en essence, est de 80 fois moins soluble, aussi en faut-il près de cinq cents kilos, toujours pour obtenir un seul litre d'essence absolument pure.

De même le jasmin, cultivé en pays méditerranéen, dans la région de Grasse (haut lieu de la parfumerie française), coûte dix mille francs..., car il faut mille kilos de fleurs pour extraire ce litre et neuf mille fleurs par kilo.

Il n'est guère utile de poursuivre plus avant; ces simples exemples illustrent le « pourquoi-si-cher » des clients des parfumeurs. Et encore, n'avons-nous mentionné qu'une petite moitié des opérations à effectuer pour qu'enfin, caché derrière notre dos, le parfum en arrive à l'instant d'être offert.

## Un nouveau né!

Un mot seulement de sa présentation : à l'encontre du proverbe, le

flacon importe fort; aussi n'est-il pas étonnant de voir de grands verriers, d'illustres artistes signer bouteilles et étiquettes, amphores et graphismes.

De plus, un parfum, cela se déclare — nouveau-né — à l'état civil! Et il n'est guère aisés, on s'en doute, de trouver des noms qui, originaux et frappants, puissent être facilement prononcés de New York à Rome, de Calcutta à Montréal, de Séoul à Paris, de Copenhague à Bâle!

## 25 000 salariés pour des... frivolités ?

On ne saurait parler de « frivolité » en évoquant les parfums, lorsqu'on sait que la corporation emploie en France quelque vingt cinq mille personnes, sans compter les corps de métier annexes qui en profitent largement.

Et c'est par tout ceci que passent ces minuscules fioles, avant de s'en venir garnir quelques coiffeuses, quelques psychés, avant d'apporter dans les quatre coins du monde cet « esprit » embaumé et volatil qui n'est que de Paris.