



## ASSOCIATION HISTORIQUE du PAYS de GRASSE

Bibliothèque Municipale  
Avenue Antoine MAURE  
06130 GRASSE



### UN CREATEUR DE PARFUM : JEAN-CLAUDE ELLENA.

Je suis né (nez) à Grasse, le 7 avril 1947, dans une famille où ma mère ne travaillait pas et où mon père était débutant parfumeur, donc dans un milieu où la parfumerie comptait. A l'âge de 7 ans, toute la famille part s'installer à Amsterdam. Mon père a été recruté comme parfumeur chez IFF. A l'époque, les sociétés internationales de parfumerie ont d'énormes besoins et viennent recruter à Grasse de jeunes parfumeurs ; ceux-ci, à qui l'on offre des salaires quatre fois supérieurs à ceux qu'ils touchent, n'hésitent pas à partir à l'étranger. Nous allons rester en Hollande 4 ans, pendant lesquels je fréquente une école française. Puis mon père est muté, dans la même société, à Paris, où la famille s'installe pour 5 ans ; mon père est alors recruté par une société suisse et part pour Genève ; ma mère refuse cette fois de le suivre et s'installe avec ses deux enfants à Nice ; mon père vient nous rejoindre en fin de semaine. C'est là aussi que je continue ma scolarité, sans aucun goût ni succès : le système scolaire ne me convient pas.

Du coup, à 16 ans, mon père me fait entrer, en février 1963, à l'usine Chiris, à Grasse, comme ouvrier, avec un salaire amputé de 20% parce que je n'ai pas 18 ans ! Moi qui souhaitais des activités manuelles, j'étais servi : il fallait rouler des fûts, nettoyer des alambics, astiquer des appareils, balayer des salles, en transpirant beaucoup. Eh bien, j'aimais ça et j'ai aimé ce milieu très masculin, fait de franche camaraderie et où, malgré mon jeune âge, j'étais pris au sérieux et respecté. Je peux dire que j'y ai trouvé ma place.

Il faut dire aussi que j'ai eu l'opportunité de faire un stage dans le service d'analyses de Mme de Dortan, docteur en chimie, qui m'a appris tout ce qu'on peut apprendre sur le tas des rudiments de la parfumerie ; pendant 3 ans, j'ai pu voir les différents stades de fabrication et exercer mon acuité olfactive, au point d'être capable de reconnaître dans quel type d'appareil, cuivre, étain ou inox, telle essence avait été fabriquée. Toujours ce besoin de vision très concrète, ce besoin de toucher, de discerner...

C'est aussi l'époque où je rencontre ma future femme, Susannah, venue d'un milieu plus intellectuel et artiste, pour lequel j'ai éprouvé une grande et forte attirance. Je dis souvent que je suis le produit de mon travail et de ma femme. Nous nous marions à 19 ans, avec l'accord de nos familles.

Mon père qui travaille dans les établissements Givaudan, en Suisse, m'apprend que la société ouvrait une école de parfumerie : je m'y présente et suis pris comme élève –parfumeur, entraînant ma femme et notre premier enfant.

Les cours sont prévus pour durer trois années ; comme d'habitude les aspects théoriques me rebutent et je demande rapidement à avoir un travail concret à faire ; on me renvoie à mes études, j'insiste et l'on me donne à faire une copie d'un produit africain : je le réalise en quinze jours, le travail est validé ; on me donne alors un second travail et au bout de neuf mois, je suis pris comme « assistant-parfumeur ». Neuf mois d'école au lieu de trois ans !

En 1973, avec ma femme et les deux enfants, Céline et Hervé, nous partons à New-York pour un an, sans que je sache parler l'anglais ; je l'apprendrai sur le tas, comme d'habitude ! Pour Susannah, pas de problème : c'est sa langue maternelle.

En 1974, retour à Genève : ces expériences à l'extérieur, rapides, sont voulues par la société ; de mon côté, j'accepte de travailler aux USA ou en France, pas ailleurs.

En 1975, nous voici à Paris et là débute une évolution capitale dans ma carrière : j'entre dans le monde de la « parfumerie fine », par opposition à la « parfumerie de masse », celle qui concerne les gros volumes : savons, détergents, shampoings, déodorants... La parfumerie fine c'est la parfumerie alcoolique, les eaux de toilette, avec une autre orientation, une approche esthétique et une approche technique différente. Les deux années, 1975 et 1976, sont riches de créations, avec des eaux de toilette qui remportent un grand succès sur le marché : « Eau de Campagne », « Eau Nouvelle », « First » pour Van Cleef et Arpels, surtout, qui me lance à 28 ans.

Parallèlement à ce travail, entre 1968 et 1973, j'ai fait la rencontre de deux jeunes parfumeurs, Jean-Claude Gigodot et Lucien Ferrero ; nous sommes devenus très proches et avons ensemble des idées très nouvelles sur la parfumerie qu'on a mises en forme ; en particulier, on voulait changer les méthodes et la façon de penser le parfum. Les parfumeurs de l'époque avaient des collections de plus d'un millier de produits et en utilisaient des centaines pour un seul parfum. Mon idée et celle de mes deux amis était de réduire les collections à 400 matières premières, celles que nous considérions comme essentielles.

Ce qui fut dit fut fait et, à partir de là nous avons développé trois grands principes :

- Il faut faire des formules beaucoup plus simples, avec 50 à 60 matières premières
- Le parfumeur doit être aussi un commercial, alors que les deux fonctions étaient alors séparées ; il doit être en contact avec la clientèle et être porteur de ses idées.
- Le travail doit être un travail d'équipe et le secret disparaître.

C'était proprement révolutionnaire et, lorsque nous sommes allés tous les trois présenter nos idées à la Direction Générale, on nous a reçus, dans un premier temps avec un grand sourire, comme on pouvait en avoir pour des soixante-huitards. Nous nous sommes dits que nos explications avaient été mal comprises : nous avons étayé notre projet avec un volet économique et, quand nous l'avons représenté, il a été très mal perçu et obtenu ce jugement définitif : « Les idées viennent d'en haut, pas d'en bas ; rentrez dans vos bureaux ».

On s'est alors mis à la recherche de parfumeries qui accepteraient nos idées. Ce ne fut pas facile, tellement nos idées allaient à l'encontre des méthodes traditionnelles. Une société a fini par nous accueillir : Lautier, à Grasse, qui dépendait alors de Rhône-Poulenc et était dans le rouge. D'où la difficulté à nous engager tous les trois, ce qui était la condition sine qua non ; l'accord est obtenu lorsque nous avons accepté de baisser notre salaire de 20%. Nos manières de faire ont rencontré beaucoup de résistance et le théoricien que j'étais a eu du mal, par exemple, à faire accepter que nous n'ayons pas de bureau mais une table de verre, symbole de transparence, posée sur des tréteaux.

J'avais pensé que venant après les succès parisiens, la parfumerie sélective me suivrait ; ce ne fut pas le cas ; nous sommes alors allés offrir nos services à la parfumerie de masse et ça a marché : Lautier est devenu une des premières sociétés sur ce marché. Mais Rhône-Poulenc a vendu la société à l'américain Florasynth qui très vite n'apprécie pas notre équipe, un « Etat dans l'Etat » et, en 1986, il me demande de dégager : j'étais le premier visé, l'idéologue du groupe ; les deux autres partiront deux ans après. C'est la fin d'une expérience riche et attachante : nous en avons ressenti une grande amertume.

Je suis alors parti chez Givaudan à Paris, avec le titre de chef-parfumeur. Quelques années plus tard, Givaudan a fusionné avec Roure et je n'y ai pas trouvé ma place : je manquais cruellement de travail, ce qui m'a conduit à commencer à écrire sur la parfumerie. Un peu plus d'un an après, j'ai obtenu la place de chef parfumeur dans la société allemande « Hamann et Reimer » et me voilà de nouveau à New-York pour 3 ans : dans le monde de la parfumerie, c'est ainsi : la stabilité n'existe pas, c'est une succession de rachats, de fusions... J'ai eu heureusement la chance, chaque fois, d'être demandé et non pas d'avoir à envoyer un C.V.

Rentré à Paris pour la même société qui, entre temps, a racheté Florasynth, je suis proposé en 1992 pour le poste de Directeur de la parfumerie à Grasse ; j'accepte à la condition qu'on me laisse organiser une école de parfumerie ouverte à la clientèle ; ce sera « l'atelier olfactif », le premier au monde, avec des cours qui ne dépassent pas 48 heures et qui améliorent nos relations avec la clientèle.

Toutefois Harmann et Reimer, devenu Symrise, a vu trop grand : il dispose de sept centres de production de parfum. Il faut dégraisser pour ne conserver que les deux centres en Allemagne : la belle usine grasseoise du boulevard Marcel Pagnol est frappée de fermeture.

Une nouvelle et importante évolution dans ma carrière se produit en 2001 : j'entre en contact avec la maison Hermès. La présidente des parfums Hermès, Véronique Gautier et la décoratrice en chef de la maison, Leila Menchari « madame couleurs », souhaitent ma collaboration pour créer un parfum en relation avec un jardin que Leila Menchari possède en Tunisie près de Hammamet ; début 2002, je me rends dans cette propriété de 4 ha, avec une allée de plus de 300ms, débouchant sur la mer, entourée d'arbres et de massifs de fleurs, un lieu de rêve, fréquenté par de nombreux artistes et écrivains. J'y trouve effectivement l'inspiration et, rentré à Grasse, le parfum est créé en une semaine : c'est « Un jardin en Méditerranée », sorti en 2003 qui, depuis, remporte un beau succès.

Cette même année, je rencontre le Président d'Hermès et, peu après, on me propose un poste de parfumeur, intégré dans la maison. En juin 2003, je deviens « Directeur de création parfums », membre du Comité de direction. Depuis trois ans, je bénéficie d'un contrat d'exclusivité chez Hermès qui, de son côté a vu son chiffre d'affaires grimper de 100%.

Il faut savoir aussi que nous fabriquons deux catégories de parfum :

- ❖ Les parfums grand public, exemple « Un jardin en Méditerranée », « Un jardin sur le Nil », « Terre d'Hermès », qui sortent à raison d'un million de flacons par an, les prix sont fixés par le marché et sont distribués à travers le réseau classique de la parfumerie. Ces mêmes parfums sont distribués dans les 250 boutiques Hermès à travers le monde.
- ❖ Les parfums haut de gamme, destinés à un public très restreint, dans 60 boutiques seulement, à raison de 10.000 flacons, dont les prix sont fixés par Hermès. Pour ceux-là je dispose d'une totale liberté d'expression et je me permets des audaces, tout en étant conscient des risques que je prends.

A ce stade, en effet, quand je crée un parfum, je ne pense pas à une cible ni même à une personne, je pense à l'odeur uniquement, ma démarche est très égoïste et, seul, mon imaginaire est sollicité. J'ai toujours 8 à 10 créations en cours, je passe de l'une à l'autre, parce que j'ai besoin de recul.

Lorsque je fais le bilan de mon travail, je peux affirmer que j'ai mis sur le marché une centaine de produits qui ont connu des fortunes diverses, avec cette caractéristique que jamais on ne peut prévoir quelle elle sera. Le chemin a été long depuis les salles de distillation de l'usine Chiris que je n'ai pas oubliée ; il a été marqué profondément par le rôle de ma femme

et de sa famille qui ont façonné l'homme que je suis. Autodidacte, je n'ai jamais été un bon élève, et, maintenant je donne des cours ; il m'est même arrivé d'en donner à la Sorbonne ! Je suis heureux que ma fille Céline se soit engagée dans la parfumerie, prenant ainsi le relais, que je sois installé à Grasse, berceau de ma famille, et que je sois devenu le Président de l'Association du Musée de la Parfumerie.

Interrogé sur l'analyse qu'il fait de l'évolution de la parfumerie grasse, au vingtième siècle, Jean-Claude Elléna pense que

- Elle a raté le tournant de la chimie vers 1920, elle n'a pas vu ce qui arrivait et n'a pas compris qu'il fallait faire à la fois du naturel et du chimique. Seuls, Charabot y a pensé et quelques beaux essais ont été réalisés par Roure.
- Elle est venue très tard à la composition, se contentant de produire des matières premières ; lorsqu'elle y vient, vers 1970, les marchés sont pris par les sociétés internationales. Aujourd'hui, ces grandes sociétés gardent les clients qui achètent de gros tonnages, ne laissant aux autres que les petites quantités
- La nouveauté actuelle à Grasse est l'apparition de petites entreprises, de petites structures très automatisées, où le parfumeur est aussi le commercial qui fonde son succès sur la rapidité de livraison et sur la qualité. Cette formule peut avoir de l'avenir, car le nom de Grasse conserve encore sa part de mythe.

*Ce témoignage a été enregistré dans le laboratoire de Jean-Claude Elléna, à Cabris, le 11 décembre 2006 et validé le 18 décembre 2006.*