

# FIRMENICH, UN TRÉSOR SUISSE AU PARFUM CONFIDENTIEL



Le discret géant helvète fournit depuis 125 ans des arômes pour des savons, crèmes et yaourts utilisés chaque jour par 4 milliards de personnes. Il crée aussi des fragrances, dont la légendaire Acqua di Gio de Giorgio Armani. Répondre aux demandes parfois ésotériques des clients lui demande de la créativité et une recherche de pointe. Visite à la Villa Botanica, la vitrine du groupe à Grasse.

Par Anna Rousseau  
Photographe: Baptiste de Ville d'Avray

Fabrice Pellegrin, parfumeur principal et directeur de l'innovation des produits naturels chez Firmenich, à la Villa Botanica de Grasse, en février 2021.

**L**es violettes poussent mieux à l'ombre. » Fabrice Pellegrin n'est pas connu du grand public, et pourtant tout le monde connaît certaines de ses créations. Scandale, de Jean Paul Gaultier, ou Wanted, d'Azzaro, sont l'œuvre de ce parfumeur discret tant par goût que par nature. « Le milieu des parfumeurs est très secret. C'est un monde de savoir-faire, pas de faire-savoir : on ne transmet les techniques que de père en fils », assure le quinquagénaire, debout sur la pelouse de la Villa Botanica, à Grasse. L'endroit est ravissant, il sera bientôt spectaculaire. Le jardin donne sur la baie de Cannes. En ce début février, les mimosas sont en fleurs : les collines environnantes rayonnent d'un jaune flamboyant qui tranche avec la lumière blanche d'une journée nuageuse. « Les visiteurs viendront à pied depuis la route, par un chemin qui serpentera jusqu'à la Villa, explique Fabrice Pellegrin. A chaque tournant sa surprise : des jacinthes et des iris, tout en bas, à l'ombre des arbres, puis l'olivieraie bordée de cyprès – ça n'est pas pour rien si on nous compare à la Toscane – et, sous les oliviers, des violettes ; puis des roses, évidemment, et ensuite une serre avec des plantes exotiques, vétiver, cardamome, ylang-ylang, vanille et patchouli ; enfin, dans le jardin bordant la maison, de la lavande, du jasmin évidemment, c'est la fleur-reine à Grasse, puis des bigaradiers, des citronniers et, en contrebas, des tubéreuses... »

La Villa Botanica, ce sera la vitrine de Firmenich, l'employeur de Fabrice Pellegrin. Un géant qui est parvenu à rester dans l'ombre depuis 125 ans, alors que tous ses produits prennent la lumière. On estime que 4 milliards de consommateurs utilisent chaque jour un produit dans lequel Firmenich a laissé sa trace. Un yaourt, un shampoing, un adoucissant, un parfum, une crème pour le corps ou une crème dessert, un soda ou une bougie... Un peu comme le fabricant de puces Intel, Firmenich fait partie

des principaux composants de notre vie quotidienne. Son activité : les arômes et les parfums. Ses clients sont les plus grandes marques du monde et ses fournisseurs sont eux aussi planétaires : jasmin indien, rose turque, bulgare ou française, menthe américaine, vanille malgache, cardamome guatémaltèque... Les ingrédients affluent dans les 22 usines du groupe et repartent sous forme de fioles, dont quelques gouttes transformeront le produit final. « En fait, notre métier se résume ainsi : nous sommes le "j'aime" ou "j'aime pas" de tout ce que vous allez sentir ou manger aujourd'hui », affirme Brigitte Pellen, une des principales aromaticiennes de l'entreprise, dont les bureaux se trouvent eux aussi à Grasse.

## MOINS DE SUCRE, PLUS DE VEGAN

Firmenich est si discrète que même son PDG, lorsqu'il a été approché par des chasseurs de têtes il y a sept ans pour en prendre la direction, en ignorait l'existence. « Ici, les héros, ce sont les marques pour lesquelles nous travaillons, pas nous. Notre propre marketing n'est pas la priorité, nous nous concentrons sur nos équipes, l'opérationnel et nos finances », explique Gilbert Ghostine, un Libanais de 60 ans qui a fait le tour du monde dans les vins et spiritueux avant d'intégrer la firme suisse. Fondée en 1895 à Genève, l'entreprise est parmi les pionnières des parfums de synthèse. « La recherche et la science font partie de notre ADN, à tel point que l'un de nos dirigeants a été prix Nobel de chimie en 1939 ! », s'enorgueillit Gilbert Ghostine. Lavoslav Ružička a en effet été récompensé pour ses travaux sur les polyméthylènes et les

Des flacons de test des effluves qui ont fait la renommée de Firmenich.

Ci-dessous, la Villa Botanica offre aux visiteurs un domaine de 40 000 m<sup>2</sup>.



## TROIS GÉANTS SI DISCRETS

Avec **3,6 milliards d'euros** de chiffre d'affaires et **10 000 salariés** dans le monde en 2020, Firmenich est aujourd'hui l'un des trois géants des parfums et arômes au niveau mondial. Le leader est son compatriote Givaudan, qui affiche **5,8 milliards d'euros** de chiffre d'affaires en 2020, et une spécialisation très nette dans l'agroalimentaire grâce à des rachats successifs ces dernières années. Mais les deux Suisses

ne vont pas tarder à être dépassés par l'Américain IFF (International Flavors and Fragrances), **4,2 milliards d'euros** de chiffre d'affaires en 2020, dont la fusion avec la branche Nutrition et Bioscience de DuPont a été finalisée le 1<sup>er</sup> février dernier et le transforme désormais en mastodonte, avec **9 milliards d'euros** de ventes et **23 000 salariés** dans le monde.



terpènes, même si, à l'époque, il ne faisait plus partie de l'entreprise depuis longtemps. Firmenich travaille toujours, aujourd'hui, avec des dizaines d'écoles, universités et laboratoires partout dans le monde, et continue à investir dans la recherche. En 2008, bien avant la tendance actuelle, elle s'est engagée dans les molécules « renouvelables » – toutes celles qu'elle crée doivent l'être depuis cette date. Des recherches sont faites aussi pour mettre au point de nouvelles techniques d'extraction, comme celle au CO<sub>2</sub>, sur des ingrédients naturels, qu'il sera désormais possible d'utiliser sur les fruits et les légumes. « Une révolution en parfumerie », selon Fabrice Pellegrin qui y recourra dès le printemps prochain.

C'est surtout sur la réduction de sucre que l'entreprise se concentre. « En 2020, nous avons supprimé 1 trillon de calories de 330 000 tonnes de produits: en l'état actuel de nos recherches, on peut remplacer dans des boissons entre 10 et 100 % du sucre avec des solutions 100 % naturelles », explique Emmanuel Butstraen, président de la division Taste and Beyond (agroalimentaire) de Firmenich. Ce Français, basé à Princeton, est rentré à Paris depuis le premier confinement, « c'est plus simple d'être en Europe quand on travaille avec le monde entier, en ce moment », explique-t-il en mangeant une poire conférence, « bio et locale, elle vient des environs de Paris ». D'autres batailles silencieuses sont en cours: « Les protéines végétales, ça fait partie des marchés émergents importants, explique l'ingénieur en agriculture. Aujourd'hui, le marché mondial de la viande, c'est 1300 milliards de dollars, alors que les produits d'analogues de viande et équivalent, c'est 7 milliards. Mais on voit bien que les millennials s'y intéressent massivement, et on sait que consommer moins de viande en devenant flexitarien permet une production agricole moins demandeuse d'eau et de limiter les émissions de CO<sub>2</sub>, alors on accompagne nos clients qui cherchent comment travailler le goût des alternatifs végétaux aux viandes et aux poissons. » L'automne dernier, Firmenich a mis au point un bouillon de bœuf... sans bœuf. Étonnant.

L'usine centrale de Firmenich se trouve à Genève. Trois étages de bureaux (« Le lac », « La campagne » et « La montagne », auxquels on



A Genève, où se trouve l'usine centrale de Firmenich, la salle des matières premières.

accède par des escaliers où s'inscrit le nombre de calories perdues en montant à pied – une trentaine par volée de marches) et de labos, mais aussi des salons de coiffures, des machines à laver le linge, des salles de bains et des cuisines, pour tester les produits en conditions réelles. François-Raphaël Balestra est parfumeur, spécialisé dans les produits grand public. « Dans mon bureau, je pars du cahier des charges donné par la marque, performance souhaitée, biodégradabilité, renouvelabilité et prix, et je crée une formule à partir de nos 1500 produits disponibles », explique-t-il. Souvent, les exigences sont précises et doivent être correctement interprétées: « On nous demande quelque chose de relaxant, par exemple. Mais, suivant le marché

visé, nous n'utiliserons pas les mêmes produits: en Europe, c'est plutôt la lavande que les consommateurs associent à la détente, alors qu'en Asie, ce sont des fleurs. » Dans la salle des robots, les mélanges sont faits automatiquement, puis envoyés à la salle d'application. En ce moment, François-Raphaël Balestra travaille sur une lessive à destination du marché sud-asiatique, avec une note « fruitée mangue ».

### 100 À 200 ESSAIS POUR UNE LAVANDE

Une collaboratrice a testé le produit en lavant différents types de tissus, coton ou synthétique, à diverses températures, puis a fait quelques lessives avec des produits concurrents. Le parfumeur sent maintenant le résultat, à l'aveugle. Résultat négatif, « on doit retravailler le cœur floral ». Pour un seul produit, il peut y avoir 100 ou 200 essais. Un peu plus loin, dans une cuisine, un laborantin prépare des bonbons, ça sent le caramel. Il est tout seul. Les bureaux sont vides: 70 % des salariés sont en télétravail. La mise au point des arômes peut prendre jusqu'à 18 mois, les parfums, eux, mettent parfois des années à voir le jour. « Scandale nous a demandé six ans de travail... Tout dépend de ce que cherche la marque! Parfois, c'est énigmatique... » Fabrice Pellegrin sourit en se remémorant les demandes les plus baroques qui lui ont été faites. Comme celle de Giorgio Armani, qui lui avait fait parvenir un bout de tissu utilisé dans un défilé pour créer un parfum de niche censé accompagner une collection: « J'étais perplexe: pour moi, Armani, je l'associais aux couleurs sombres, au mystère, à l'encens. Et là, le tissu était blanc, brillant, avec un gros pois rouge au milieu! » Le parfum sera élaboré avec des fleurs blanches, musquées, des notes de fruits rouges et « une virgule de poivre rose ».

Dans la branche Grande Consommation, suivre les clients n'est pas simple non plus: « On nous demande une odeur remonte-moral, par exemple. Ou alors une odeur de propre bleu nuit, qui sera différente d'une odeur de propre bleu clair, sourit Ilaria Resta, une Italienne, présidente de la branche parfumerie. On nous demande du propre-rassurant, surtout en ce moment, ou alors une odeur rose à paillettes, ou de draps frais, ou de barbe à papa, ou d'herbe fraîchement coupée... » A chaque fois, il faut interpréter, tâtonner. L'intelligence artificielle est alors un puissant allié. « Par exemple, si je n'ai jamais travaillé la goyave, je dois me documenter, parfois sur des temps très longs, pour savoir comment elle peut être utilisée, explique Brigitte Pellen, aromaticienne spécialisée dans les arômes sucrés, chocolat, caramel ou praliné. Grâce à l'intelligence artificielle, je peux aller beaucoup plus vite, surtout en entrant certaines données régulateurs, kasher, par exemple, ou sans alcool, et me concentrer sur la touche finale, la signature. » L'aromaticienne travaille aussi sur la simplification des étiquettes, faisant remarquer, au passage, que les arômes naturels sont, de loin, plus nombreux que les arômes de synthèse.

« NOTRE MÉTIER SE RÉSUME AINSI : NOUS SOMMES LE "J'AIME" OU "J'AIME PAS" DE TOUT CE QUE VOUS ALLEZ SENTIR OU MANGER. »  
Brigitte Pellen



BAPTISTE DE VILLE D'AVRAY/HANS LUCAS POUR LES ECHOS WEEK-END

molécule qui s'en rapproche le plus, la calone, utilisée en 1996 par l'une des stars de Firmenich, le maître parfumeur Alberto Morillas, pour Acqua di Gio, l'un des parfums les plus vendus au monde encore aujourd'hui.

### EXIGENCE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE

Si Firmenich est discrète, la famille qui la possède depuis quatre générations l'est encore plus. Patrick Firmenich est aujourd'hui à la tête du conseil d'administration, où il a succédé à son oncle, Pierre-Yves. Avant d'entrer dans l'entreprise, il a été banquier d'affaires à New York puis a fait un MBA à l'Insead. « Ce n'est pas parce qu'on est membre de la famille qu'on a une place dans l'entreprise, assure-t-il depuis une résidence sur le continent américain, en attendant de pouvoir rentrer en Suisse. Il faut faire ses preuves. Nous sommes huit aujourd'hui à y travailler, sur une centaine de membres en tout. Ce serait bien que certains jeunes s'y investissent... » La famille élit le président du

conseil d'administration et discute, en amont, d'orientations stratégiques: « Nous avons un forum familial, nous débattons, mais il n'en sort qu'un message, et un seul. Il n'y a rien de plus dangereux qu'une famille qui a plusieurs voix. » Les valeurs de l'entreprise sont impulsées par la famille, particulièrement ambitieuse sur le plan environnemental autant que social: elle fait partie des rares entreprises à être notée triple A par le CDP (Carbon Disclosure Project) et a annoncé, ce mois-ci, vouloir parvenir à la neutralité carbone dès 2025. Elle est aussi certifiée pour son respect de l'égalité homme-femme, la diversité ethnique et son travail d'inclusion. « Les convictions très fortes de la famille sont payantes pour l'entreprise, assure Gilbert Ghostine, le PDG. Nous avons reçu 100 000 CV en 2019, en partie grâce à cela. » Nul doute que, bientôt, un CV de la cinquième génération des Firmenich s'y glissera. ●

Plus d'infos sur [lesechos.fr/weekend](https://lesechos.fr/weekend)

Brigitte Pellen, à la Villa Botanica en février 2021. Elle est aromaticienne spécialisée dans les arômes sucrés.

Ci-dessous, à Grasse, les champs de mimosa en fleur.



### GRASSE, PATRIMOINE CULTUREL DE L'HUMANITÉ

Grasse reprend peu à peu sa place de capitale mondiale du parfum. Un peu tombée en désuétude, la ville des Alpes-Maritimes bénéficie de

l'attrait des consommateurs pour l'authentique, le naturel: les productions de ses champs de roses centifolia et de jasmin sont de nouveau réservées, d'une année sur l'autre, par les grandes maisons de parfum, Chanel, Dior, Guerlain et Louis Vuitton en tête.

Lancôme les a rejointes en octobre dernier. La ville a été inscrite en 2018 au patrimoine culturel et immatériel de l'humanité par l'Unesco, et le maire a sanctuarisé 70 hectares de terres dédiées aux plantes à parfum dans le nouveau plan local d'urbanisme de la ville

(qui viendront s'ajouter aux 100 hectares existants). Pôle de compétitivité Parfums Arômes Senteurs Saveurs depuis 2005, la ville accueille depuis 2018 l'Ecole supérieure du parfum, 6 000 m<sup>2</sup> flambant neufs avec un laboratoire d'olfaction et de chimie.