

ASSOCIATION POUR LE RAYONNEMENT DU MUSEE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE

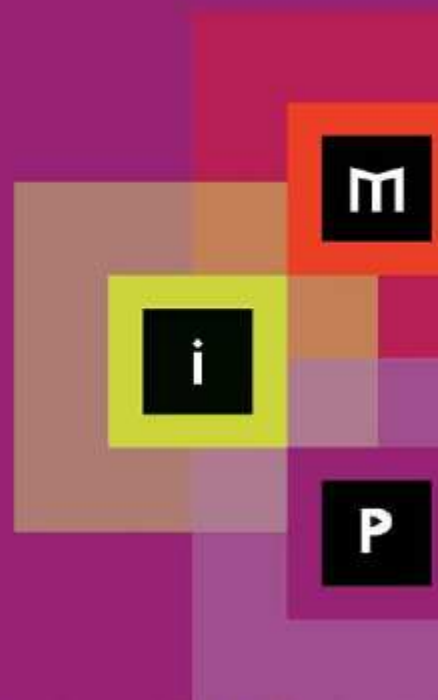


LES SENS DU MUSEE

Bulletin d'information du M.I.P. n°23 – 31 juillet 2008

**Le Musée
International
de la Parfumerie**
dévoile ses secrets.

Ouverture | 18 Octobre 2008



NOUVELLE ADRESSE

Musée International de la Parfumerie
2 bd du Jeu de Ballon - 06130 Grasse - France
Tél. 33 (0)4.97.05.58.00 – Fax. 33 (0)4.97.05.58.01
Nouveau mail : armip@museesdegrasse.com
Site internet : www.museesdegrasse.com

L'ÉVÈNEMENT



Après 4 ans de travaux, l'inauguration du Musée International de la Parfumerie a été retardée à de multiples reprises mais **l'ouverture officielle est enfin annoncée pour le samedi 18 octobre 2008.**

Le programme de l'inauguration se déroulera en deux temps :

- AVANT PREMIERE : VENDREDI 17 OCTOBRE 2008 – JOURNEE RESERVEE AUX PROFESSIONNELS

- 10h00 : arrivée des journalistes pour une visite du MIP et un déjeuner presse
- 16h30 : visite en avant-première du MIP réservée aux professionnels de la parfumerie et du tourisme
- 18h00 : cocktail organisé au MIP

- INAUGURATION : SAMEDI 18 OCTOBRE 2008

Les membres de l'ARMIP sont invités lors de l'inauguration.

- 11h00 : coupure du ruban par Monsieur Jean-Pierre LELEUX, dans la cour Pontevès
Dévoilement de la plaque inaugurale et découverte du MIP (visites par groupes)
- 12h00 : discours officiels d'inauguration sur la place du Clavecin
- 13h00 : cocktail organisé au Palais des Congrès
- 16h00 : ouverture du MIP à la population grasseoise et début des festivités dans la ville toute la soirée...

A l'occasion de ces journées d'inauguration, des places de stationnement seront réservées sur le Cours Honoré Cresp, face au Musée.

Dimanche 19 octobre, le MIP sera également ouvert entre 11h00 et 18h00, gratuitement, au public. Et pour célébrer l'inauguration du MIP, l'entrée sera gratuite au public durant le mois de novembre.

COTE COMMUNICATION

Le MIP voit la communication en grand !

- **NOUVELLE ENSEIGNE**

L'enseigne **musée INTERNATIONAL DE LA parfumerie.MIP** (dessinée par l'agence Thérèse Troïka) vient d'être installée sur les façades du bâtiment, côté Cours Honoré Cresp et boulevard du Jeu de Ballon.

- **NOUVELLE CAMPAGNE**

Avec une **nouvelle charte graphique**, créée par l'agence Grapho, (nouveau logotype, déclinaison papeterie...), une **campagne publicitaire** prévue en octobre prochain dans la presse (Nice Matin, Le Monde, TGV Magazine...), sur les panneaux d'affichage (de Cannes à Menton en passant par Grasse mais également dans les aéroports de Paris, Rome et Barcelone) et une **campagne de relations presse** (édition de communiqués et dossiers de presse en français et en anglais), le MIP installe sa notoriété.

« **Le MIP** » : 3 lettres faciles à mémoriser et à prononcer dans plusieurs langues.
C'est l'abréviation qui tend à identifier le musée auprès des Grassois et qui devrait se généraliser sur le plan national et international.

Le site **www.museesdegrasse.com** va changer de visage également pour s'adapter à cette actualité et présenter toutes les activités du MIP.

- **NOUVELLE RECRUE**

Enfin, Brigitte LAMIELLE a été spécialement recrutée pour accompagner cette stratégie puisqu'elle a pris en charge la communication du MIP, depuis le 16 juin 2008.

N'hésitez pas à lui faire part de vos remarques, à lui faire partager des informations... Vous pouvez la joindre au 04.97.05.58.12 ou lui adresser un mail : communication@museesdegrasse.com



Un nouveau logo



Déclinaison papeterie

A NOTER : l'adresse du MIP sera donc modifiée sur tous les supports de communication puisque l'accueil du public se fera par le 2 boulevard du Jeu de Ballon, le **8 place du Cours devenant la sortie du musée.**

LA COMMUNICATION S’AFFICHE

La campagne d’affichage se décline selon 3 thématiques et selon les 3 couleurs qui composent le logo :

- **Sur fond vert anis** : Le Musée International de la Parfumerie s’ouvre au monde - Un parfum de culture
- **Sur fond prune** : Le Musée International de la Parfumerie dévoile ses secrets – Un parfum de mystère
- **Sur fond rouge** : Le Musée International de la Parfumerie éveille les sens – Un parfum de sensualité.



Exemple d’annonce presse
Parutions en octobre : Nice
Matin, Le Monde, TGV Magazine,
Aéroport Magazine, Cote...



Exemple d’affichage international
Aéroport de Barcelone



Exemple d’affichage publicitaire national

Réseaux abribus et vitrines (Nice à Antibes)
et aéroports de Paris et Nice.



Une histoire mondiale du Parfum – Somogy éditions d’art
- octobre 2007.

Cet ouvrage collectif réalisé sous la direction de Marie-Christine Grasse, est la référence du MIP.

LE MUSEE ET L'ART CONTEMPORAIN

Dans le cadre de son extension, le MIP a fait appel à des artistes régionaux, nationaux ou internationaux pour aménager certains espaces intérieurs ou extérieurs : le premier, **Peter Downsbrough, un Américain vivant à Bruxelles, a déjà installé son œuvre sur la terrasse du MIP.**

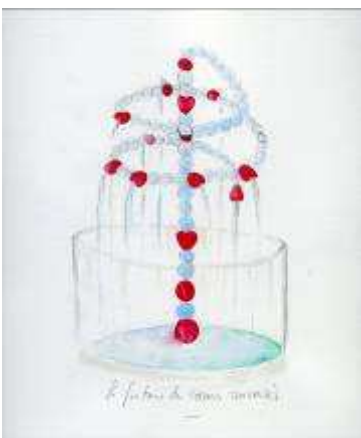
Progressivement, il sera rejoint par Jean-Michel Othoniel, Dominique Thévenin, Gérard Collin-Thiébaud, Brigitte Nahon et Berdaguer & Pejus.



Œuvre de Peter Downsbrough :
« POSEIET, DE, LA »

Peter Downsbrough a effectué un travail sur la mise en valeur du paysage et sur la notion de point de vue. Le but est ici de faire voir différemment le paysage et donner un autre axe de lecture.

Son intervention, minimale et subtile, permet de cadrer ce paysage et donc de focaliser le regard du public sur celui-ci. Le terme « POSE » incite le public à prendre une pose devant ce paysage et donc en faire partie. Le « ET » dont le T est coupé en deux permet de faire le lien entre les deux parties du cadrage.



Projet de Jean-Michel Othoniel :
« FONTAINE DES CŒURS
RENVERSEES »

En s'ouvrant sur la ville, le jardin des XVIIIe et XIXe siècles est une vitrine pour le musée. Situé au bas de l'hôtel Pontevès, il va accueillir, à l'emplacement de la fontaine centrale, l'œuvre de **Jean-Michel Othoniel** joliment nommée « Fontaine des cœurs renversés ».

Jean-Michel Othoniel a effectué un travail sur le verre en lien avec l'eau de la fontaine, rappelant symboliquement jus et flacon, nature et culture.

Avec cette fontaine opulente et baroque, le verre devient ludique, vivant, érotique. Et la fontaine s'inscrit naturellement dans ce jardin frais et raffiné.

RDV - EXPOSITION TEMPORAIRE

PHOTOGRAPHIES D'ANDRÉ MÉRIAN & JACQUES PENON AVEC "IMAGES & REGARDS CROISES", EPILOGUE.

Depuis la fin 2003, les artistes photographes **André Mérian et Jacques Penon** ont suivi, sous deux angles différents, le déménagement des collections et de l'administration du Musée, puis l'évolution des travaux, sur lesquels chacun a sa propre vision.

Pour inviter le "non-public" à considérer le musée, non plus comme un sanctuaire de la culture mais comme un espace d'expression et d'ouverture, l'exposition *Images & Regards croisés (Acte I)* s'est déroulée dans le musée vidé de toutes ses collections : croiser les images et les regards entre deux artistes, mais aussi entre le musée et ses visiteurs d'horizons très différents, entre le musée et le territoire qu'il a investi.

Dans le même esprit, l'Acte II a été projeté, un mois durant à la nuit tombée, sur un écran géant fixé à l'une des façades du musée, puisqu'il n'était plus accessible au public.

En 2008, le Dernier Acte d'Images & Regards Croisés, qui se déroulera au MIP dès son inauguration et jusqu'au 31 décembre, proposera deux visions originales des métamorphoses du musée, de son démembrement pièce par pièce jusqu'à sa reconstruction plastique et intellectuelle.

ANDRE MERIAN

Une approche photographique du réel montrant une certaine tension, un vide...



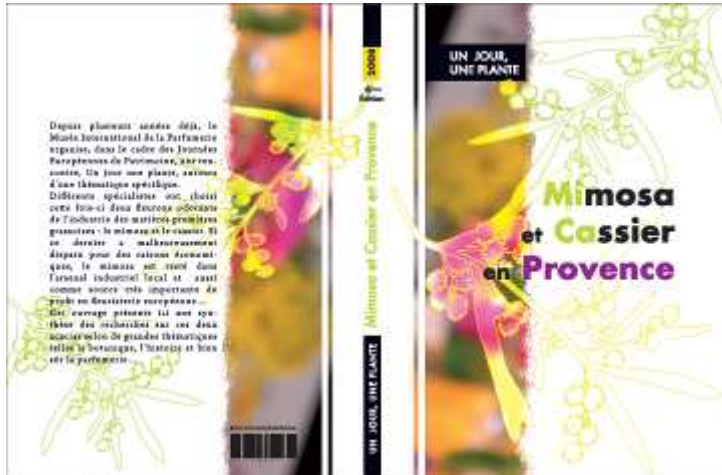
JACQUES PENON

Capturer les lieux ou les objets, sans les toucher, directement à l'endroit où ils se trouvent...



RDV - CONFERENCE

Un jour, une plante : MIMOSA ET CASSIER EN PROVENCE organisée par l'ARMIP et en partenariat avec PRODAROM.



Depuis plusieurs années, le Musée International de la Parfumerie organise, dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, une rencontre intitulée « Un jour, une plante ».

Rendez-vous **samedi 20 septembre 2008 à 10h00 à la Villa-Musée Jean-Honoré Fragonard** autour de deux fleurs odorants de l'industrie des matières premières : le mimosa et le cassier.

ACQUISITIONS



N° 5 - CHANEL
Julien Viard / Verrerie Brosse – 1921

Depuis la plus haute Antiquité le flacon fait partie de l'art de séduire du parfum. Aujourd'hui, même industrialisé pour des productions de masse, il reste un élément fondamental du succès du parfum. L'un des exemples les plus célèbres au monde est celui du N°5 de Chanel lancé en 1921 dont les lignes austères du flacon, dessiné par Julien Viard, soulignent la simplicité du nom et constitue un contraste avec les présentations de cette période. Supervisé par Coco Chanel, le design du flacon évoluera depuis sa création jusqu'en 1970.

Ce parfum est intimement lié à Grasse et ses environs, à plusieurs titres :

- La fragrance a été créée par Ernest Beaux, dans les laboratoires Rallet de Cannes La Bocca, appartenant aux établissements grasseois Antoine Chiris ;
- Ce bouquet de fleurs abstraites d'une indéfinissable féminité était composé de matières premières grassoises : néroli, jasmin, rose de mai ;

Le Musée International de la Parfumerie a l'opportunité d'acheter le flacon original du N°5 de Chanel, le premier modèle sorti en 1921, à savoir celui de 6,5cm, parfaitement reconnaissable à son profil très étroit et son minuscule bouchon carré plat, portant les deux « C » du célèbre monogramme de Coco Chanel.

Cet objet rarissime sur le marché et en parfait état, que le musée recherche depuis quinze ans, lui a été proposé par un collectionneur privé qui souhaite voir ce flacon exposé au Musée International de la Parfumerie.



JARDANEL – Jean Desprez
Verre, étiquette polychrome – vers 1971/1972

Issu d'une longue lignée de parfumeurs, Jean Desprez (1898-1973) est en effet l'arrière petit-fils de François Millot, fondateur en 1836 de la fameuse Maison Millot, pour laquelle il crée en 1928, *Crêpe de Chine*. En 1939, il fonde sa propre affaire, rue de la Paix, et s'entoure d'excellents collaborateurs artistiques : Paul Mergier, Léon Leyritz et l'imprimeur Draeger. En 1942, paraît *Votre Main*, puis *Etourdissant*, *Grande Dame*, et surtout *Bal à Versailles* d'où est issue la ligne des produits pour hommes. En 1972, sort *Jardanel*, parfum élaboré selon les mêmes principes que *Bal à Versailles* mais qui s'adresse à une clientèle recherchant un parfum à la fois classique et moins sophistiqué.

Ce flacon en verre incolore, à panse gourde à long col, avec un bouchon champignon et une étiquette polychrome sur une face, est en parfait état.

Il enrichit et complète le don considérable de Denis Desprez (fils de Jean Desprez) au Musée International de la Parfumerie en 1996.



PARFUM JABOT – Lucien Lelong
Clips avec coffret – 1939

Dans les années 1930, les bijoux et autres accessoires d'orfèvrerie prennent une place importante. Parmi les accessoires à la mode, certains sont destinés à contenir du parfum. C'est le cas des pendentifs en forme de bourse, en maille dorée, créés par Whiting and Davis, spécialistes des résilles métalliques, qui peuvent contenir un petit flacon de parfum. Citons aussi les broches agrémentées d'un flacon pendentif en verre décoré de pierres précieuses, de dorures et de fleurs émaillées, les fantaisies comme la broche en cuivre *Flirtgun*, en forme de bombe insecticide servant de vaporisateur à parfum, ou la vinaigrette en forme d'ange contenant le parfum *Heaven Sent* d'Helena Rubinstein (lancé comme cadeau de Noël en 1941).

Les parfumeurs français ne sont pas en reste. Pour le lancement du parfum *Flèche*, en 1938, le peintre Georges Delhomme, alors directeur artistique de la Maison Lancôme, dessine un flacon pendentif en verre fumé, en forme de trapèze, avec une flèche dorée en guise de bouchon. Un an plus tard, Lucien Lelong, le créateur parisien « à la pointe de la mode et de l'innovation », emprunte à nouveau, pour son nouveau parfum *Jabot*, le motif en forme de plume qui l'avait rendu célèbre en 1935. Plus qu'une simple bouteille, son flacon est un ingénieux clip doté d'un bouchon à vis dont la forme élégamment flûtée est à la fois classique et espiègle. Ce clip, vendu par deux ou par trois, faisait tout à la fois office de flacon à parfum et de pendentif. Mais cet objet original est aussi, et surtout, le point de rencontre du parfum et de la mode.

Cette prestigieuse présentation, créée en 1939, pour le lancement du parfum *Jabot*, se compose de deux flacons en verre incolore, en forme de plume, à bouchon à vis en laiton, montés en clips et pouvant être portés, avec leur coffret beige et or, d'origine « Clips Parfum Jabot ».

En excellent état, aussi rare qu'exceptionnelle, cette acquisition s'insère dans la collection des flacons Lucien Lelong, et complète également la série des flacons bijoux que le musée possède déjà.