

# Au nom de la rose

Toujours contrôlé par sa famille fondatrice, le spécialiste des parfums et arômes naturels Robertet est devenu un acteur mondial. Une conquête des nouveaux marchés d'Asie et du Moyen-Orient qui s'est faite au prix d'une métamorphose managériale.

Pas question de mollir, car, passé 13 heures, la rose de mai réputée pour sa puissance olfactive n'a plus la qualité exigée par Robertet, le spécialiste mondial des parfums et arômes naturels. Résultat, comme la moitié de l'équipe de ramasseurs ne s'est pas présentée, Philippe Garnerone et son épouse paient de leur personne ce matin-là pour cueillir la floraison du jour, et livrer en temps et heure les quantités commandées.

En dix minutes, la récolte est acheminée par camionnette sur le site historique de cette vénérable maison grasseoise, toujours aux mains de la famille Maubert depuis sa fondation en 1850, quand il fallait parfumer les cuirs tannés localement (1). Une rapidité impérative pour conserver la senteur et la fraîcheur de la fleur, avant qu'elle n'entame le minutieux processus d'extraction de ses essences. «Après la pesée pour facturation, les millions de pétales subissent un premier traitement à l'aide de solvants dans des grosses

cuves métalliques d'un mètre cube», explique Steve Pellegrin, directeur de production des matières premières. À l'issue d'une série d'étapes complémentaires, on obtient un produit semi-solide dénommé «concrète» dans le jargon des parfumeurs. «Pour 1 kg de concrète, il faut 350 kg de roses, soit environ 48 heures de travail», précise le quadragénaire, qui a débuté comme simple opérateur chez le premier employeur privé local.

Diluée dans l'alcool, cette cire va ensuite être glacée pour récupérer les huiles essentielles. Après concentration par distillation sous pression pour éliminer l'alcool, on obtient les essences absolues demandées par les grands noms de la parfumerie, L'Oréal, Dior (groupe LVMH, propriétaire des Echos)... et des marques émergentes qui apprécient la réactivité de Robertet. De quoi générer un chiffre d'affaires de près de 850 millions d'euros réalisé à 80% hors de France.

Car si Grasse reste au cœur du dispositif industriel, c'est à l'international que l'entreprise s'est épanouie de longue date, en s'approvisionnant, dès les années 1900, en Turquie, puis en Bulgarie. Mais ce n'est que bien plus tard qu'elle investit dans des unités de première transformation (Turquie en 1950 et Bulgarie en 2013), qui traitent aujourd'hui quelque 1700 tonnes de pétales de rose dite damascène – sachant que ce sont des ingrédients aux prix et aux utilisations distincts de la centifolia de Grasse. À la différence de la concurrence, ces sites tournent toute l'année, quitte à compléter la rose avec d'autres types de productions dans un souci de pérennisation.

L'année 2026 a marqué un nouvel élargissement du sourcing avec le démarrage de la plateforme de Taïf, en Arabie saoudite. Si les tensions géopolitiques qui ébranlent la région depuis le mois de mars ont bousculé le calendrier de démarrage d'un projet entamé

il y a près de trois ans, la campagne a tout de même commencé. «Nous traitons actuellement entre 150 et 300 kg par jour», précise Steve Pellegrin qui s'apprête à aller inspecter les installations encore en rodage. *Des volumes toutefois bien en deçà du potentiel de l'unité toute neuve. On a réussi à distiller. Maintenant, il faut qu'on gagne la confiance des producteurs et qu'on développe les parcelles.*»

Cultivée en altitude à plus de 1500 mètres, à une heure et demie de route de La Mecque, la rose de Taïf est exploitée de

longue date de façon artisanale sous forme d'une huile essentielle utilisée sur place par les pèlerins pour s'enduire ou achetée comme souvenir. «Mais, une grosse partie de la rose n'est pas cueillie. Nos procédés de distillation devraient nous permettre de proposer un autre type d'offre», indique Steve Pellegrin.

C'est à l'international aussi que le groupe est allé chercher en 2022 le premier dirigeant

à

9 heures, le soleil est déjà chaud en cette mi-mai. La récolte des roses commence à peine à Grasse sur la parcelle d'un peu plus d'un hectare exploitée par la famille Garnerone depuis cinq générations.

D'une pression du pouce sur le cœur de la fleur, accompagnée d'une simple rotation de l'index et du majeur au niveau de la tige juste sous les pétales, Josiane, chapeau sur la tête, détache délicatement chaque bouton fuchsia fraîchement éclos de la centifolia, cette rose aux 100 pétales. Buisson après buisson, allée après allée, la saisonnière confirmée remplit le sac de 4 kg qu'elle porte à la ceinture avant de le vider dans un sac en lin plus grand au milieu du champ.

**850 millions**

**Le chiffre d'affaires, en euros, réalisé par Robertet en 2025.**



Dans le sac de lin de **Josiane**, saisonnière confirmée, les boutons de rose centifolia fraîchement ouverts.



**La centifolia,**  
une variété  
opulente  
et veloutée  
à la fragrance  
miellée.

étranger à la famille depuis 175 ans. Au Japon précisément, où Jérôme Bruhat, l'heureux élu, a passé sept ans à la tête de la filiale locale de L'Oréal. Pour changer d'échelle dans un monde beaucoup plus réglementé, la quatrième génération de Maubert, représentée par le PDG Philippe et ses frères Christophe, patron de la parfumerie, et Olivier, chargé de l'innovation et de la santé beauté, a préféré faire appel à l'expérience d'un cadre rompu aux process d'une multinationale et riche d'une expérience en Asie, où l'entreprise souhaite pousser les feux. Prudente, la famille s'est donnée du temps pour jauger la compatibilité de l'ex-Loréalien avec la stratégie et l'esprit de la maison : un an d'échanges, d'abord par Zoom compte tenu du confinement très strict imposé par Tokyo au moment du Covid, puis de visu.

**Cette** nomination « iconoclaste » est l'aboutissement d'une réflexion précipitée par un événement inattendu, l'incursion surprise de deux concurrents suisses aux dents longues au capital de cette entreprise cotée depuis 1985. Successivement, entre 2017 et 2018, Firmenich, l'un des géants du secteur, puis Givaudan,

numéro 2 mondial, qui n'entend pas laisser filer cette pépite des ingrédients naturels au moment où ils redeviennent à la mode, s'invitent au tour de table.

Bien décidée à ne pas abandonner le contrôle de l'affaire, comme d'autres petits concurrents locaux depuis une vingtaine d'années, la famille Maubert oppose une ferme résistance aux assaillants. Finalement, le danger sera écarté à l'été 2022, lorsque Firmenich finit par renoncer. Dans la foulée, les Maubert s'assurent du contrôle du capital avec l'appui de deux fonds amis spécialisés dans les sociétés françaises de niche. Le Fonds stratégique de participations et Peugeot Invest ont récupéré chacun 7%. La famille Maubert contrôle aujourd'hui 60% des droits de vote via une holding présidée par Catherine, la sœur aînée.

Mais pour rester indépendant, Philippe, devenu président du conseil d'administration, le rappelle, dans son bureau lambrissé de bois clair qu'il a conservé pour sa vue imprenable sur la cité médiévale, « nous devons trouver des relais de croissance, de nouveaux clients, de nouveaux marchés, de nouveaux produits ». Ce à quoi Jérôme Bruhat s'emploie activement depuis son

installation à Grasse, l'une des conditions de son recrutement.

Ce quinquagénaire polyglotte a mis l'entreprise en ordre de bataille. Il l'a notamment dotée d'un plan stratégique. « Seed to Success 2030 » présenté aux analystes financiers au printemps 2025. Une première. L'ambition de Robertet aujourd'hui est double. En premier lieu, continuer à creuser, avec son portefeuille de 1700 ingrédients, ce sillon historique du naturel, à nouveau très prisé. « *Contrairement à leurs aînés, les jeunes générations aiment les notes puissantes, rémanentes et addictives* », explique le parfumeur Olivier Perrault. La vanille, le safran, le cuir, la pomme, ou encore la cerise, ont tout particulièrement le vent en poupe.

Parallèlement, l'entreprise entend « se développer au Moyen-Orient, en Asie et en Amérique latine pour atteindre le cap du milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel à l'horizon 2030 », explique Jérôme Bruhat. Et, bonne nouvelle, la créativité n'a jamais été aussi forte dans l'industrie historique de la parfumerie fine avec une volonté de monter en gamme, voire de s'étendre à de nouveaux domaines comme la santé-beauté ou encore

### Retour en grâce de la rose de mai

Grasse retrouve des couleurs avec la vogue du naturel et du classement à l'Unesco, en 2018, de son savoir-faire. Siège social, centre de création, site de

développement d'ingrédients, nouvelles parcelles de plantes à parfum, ou encore une édition sur deux du salon Simpar : la capitale de la rose connaît une

recrudescence d'investissements des fournisseurs d'arômes et parfums Givaudan, DSM-Firmenich et IFF, comme des grandes maisons de la parfumerie Dior\*,

Chanel et Louis Vuitton\*. Robertet, qui n'a jamais quitté le pays grassois, où il possède deux gros sites de production, a également entamé la rénovation des

bâtiments historiques de Charabot sur les hauteurs de la ville en y créant un accélérateur de start-up.

\* Groupe LVMH, propriétaire des « Echos ».

## Robertet en chiffres

### 37,4%

la part de la parfumerie dans le chiffre d'affaires de Robertet, quasiment à parts égales avec les arômes (34,6%), suivi des ingrédients naturels (25,3%) et de la toute jeune division hygiène beauté (2,7%).

### 16%

la part de l'Asie dans le chiffre d'affaires, alors que le continent représente 30% du marché mondial.

### 42

le nombre de parfumeurs Robertet.

## Jérôme Bruhat,

directeur général de Robertet, dans son bureau à Grasse.



l'entretien du linge. Une manne pour Robertet « identifié comme un détecteur de tendances car on travaille avec de jeunes marques qui osent », insiste Julien Maubert qui a tâté de tous les métiers depuis qu'il a rejoint l'entreprise familiale à la fin de ses études de commerce. Plus que jamais, le groupe cherche à accompagner le succès de ces

jeunes marques qui se multiplient, comme elle l'a déjà fait avec l'américaine Sol de Janeiro, la dubaïote Caneza ou encore la chinoise To Summer. « Et cela crée un appel d'air », confirme Arthur Le Tourneur d'Ison, directeur de la croissance, attablé devant une volaille à La Bastide d'Antoine, un des meilleurs restaurants de Grasse.

Bruhat, se refuse à acheter à n'importe quel prix. Champion mondial revendiqué du naturel, Robertet doit gérer en bon père de famille sur un marché où le numéro 1 mondial pèse dix fois plus, depuis la fusion du suisse Firmenich et du néerlandais DSM en 2023.

(1) « Robertet », Élisabeth de Feydeau. Assouline. 259 p., 120 euros.

Pour être plus réactive et se rapprocher de ces nouveaux clients, l'entreprise densifie son réseau de centres de création et d'usines de mélange – dernière étape avant la formulation. Après l'Indonésie, en début d'année, une extension importante est prévue à Mexico dans les prochains mois. L'expansion internationale passe aussi par des rachats de parts de marché avec l'indien Sonarom ou de technologies avec PhaseX, un spécialiste américain de l'extraction au CO<sub>2</sub>.

Paul Edon, de la société de gestion Gay-Lussac, estime toutefois que la société est en retard en Asie et Amérique latine par rapport aux ambitions affichées. Pour autant, Jérôme