

Grasse :

une stratégie territoriale gagnante

La 11^e édition des Rencontres Economiques Territoriales s'est déroulée à Grasse le 7 janvier. L'occasion pour le maire de la ville d'exposer sa stratégie territoriale qui commence à porter ses fruits comme en témoigne le retour dans la Cité des Parfums de bon nombre de grands noms du secteur. Autre pari en voie d'être gagné, celui de faire de Grasse une ville étudiante.

Texte et photos par Emmanuel Maumon



Jérôme Viaud entouré des présidents de la CCI et le l'UPE06, organisateurs des Rencontres Economiques Territoriales



Directeur du site IFF à Grasse, Marc Philippe a loué l'environnement local très porteur qui favorise la croissance de l'écosystème

Organisées par l'UPE06 en partenariat avec la CCI Nice Côte d'Azur, les Rencontres Economiques Territoriales permettent aux acteurs économiques de dialoguer avec les élus d'un territoire autour de certaines thématiques. Ainsi, à l'image de ces deux tables rondes, celles de Grasse étaient axées sur la naturalité et la nouvelle attractivité du Pays de Grasse. Une nouvelle attractivité qui fait aujourd'hui du Pays de Grasse l'un des territoires les plus dynamiques du département en termes de croissance et de création d'emplois.

Les grands noms du parfum de retour à la maison

Des résultats qui ne sont pas le fruit du hasard mais découlent d'une véritable

"Pour favoriser la venue à Grasse d'enseignes prestigieuses, la Ville a dû réformer son Plan Local d'Urbanisme en retirant notamment 70 hectares à bâtir"

stratégie visant à inverser une tendance qui voyait il y a quelques années de nombreuses entreprises quitter le territoire. Jérôme Viaud a exposé les grands axes de cette politique destinée notamment à favoriser le retour des grandes maisons de parfum au plus près des terres historiques de production de plantes à parfums. Une politique couronnée de succès comme en témoigne la réalisation par LVMH des Fontaines Parfumées qui incarne le savoir-faire parfum de Louis Vuitton, mais aussi des projets portés par Dior, Chanel ou L'Oréal.

Pour favoriser la venue à Grasse d'enseignes prestigieuses, la Ville a dû réformer son Plan Local d'Urbanisme en retirant notamment 70 hectares à bâtir. Une politique loin d'être électoraliste, mais indispensable pour réintroduire la culture de la rose centifolia ou du jasmin dans des quartiers qui étaient destinés à accueillir des résidences pavillonnaires. Outre ces grands noms du secteur, c'est toute une industrie qui a tiré profit de cette nouvelle orientation favorable à la culture de la plante à parfum, à l'image de la société américaine International Flavors & Fragrances, numéro 2 mondial du marché des arômes et des fragrances, dont le directeur du site grassois, Marc Philippe, a vanté les mérites de la stratégie municipale, tout en rappelant l'importance pour son groupe d'être au plus près des lieux de production de matières premières.

Grasse: a winning strategy for the region

The 11th edition of the Regional Economic Meetings took place in Grasse on 7 January. The opportunity for the mayor of the city to present his regional strategy which is starting to bear fruit as evidenced by the return to the City of Perfumes of many of the big names in the sector. Another target on its way to being achieved is that of making Grasse a student city.

Organised by the UPE06 in partnership with the CCI Nice Côte d'Azur, the Rencontres Economiques Territoriales allow economic players to have a dialogue with elected officials from a region based on certain themes. The Grasse meetings focused on the naturalness and the new attractiveness of the Pays de Grasse. A new attractiveness which makes the Pays de Grasse one of the most dynamic areas in the department in terms of growth and job creation.

The big names in perfume are back home

These results are not a result of pure chance but stem from a real strategy aimed at reversing a trend that saw many companies leaving the region a few years ago. Jérôme Viaud outlined the main focuses of this policy, which particularly aims to encourage the return of the major perfume houses as close as possible to the historic land of perfume plant production. A successful policy as evidenced by LVMH's creation of the Fontaines Parfumées which embodies the perfume expertise of Louis Vuitton, but also by projects carried out by Dior, Chanel or L'Oréal. To encourage prestigious brands to come to Grasse, the city had to reform its Local Urban Plan most notably by removing 70 hectares for construction. A policy which is far from being an electoral campaign

Enseignement supérieur : le rêve est devenu une réalité

Le renforcement de l'attractivité de la ville de Grasse passe aussi par une action visant à ramener du commerce de proximité en centre-ville. C'est l'objectif du projet de la ZAC Martelly qui, grâce à du stationnement gratuit et à un complexe cinématographique, doit redonner aux habitants des différents hameaux grassois le goût de revenir dans le centre historique. Un projet essentiel pour le maire, mais qui a fait l'objet de multiples attaques et recours. Aujourd'hui, le permis de déconstruire est purgé du recours des tiers et un chantier de 17 mois est prêt à démarrer, sans doute après les élections municipales. Après cette étape, Bouygues prendra le relais pour réaliser ce projet dont le permis de construire a été délivré.

Avant même son achèvement, le cœur de ville aura commencé à changer de visage avec la concrétisation d'un projet qui semblait pourtant irréaliste au départ : la transformation



Pour Xavier Fernandez, le modèle grassois est devenu un exemple vertueux pour le développement d'Université Côte d'Azur

de Grasse en ville étudiante. Pour Jérôme Viaud, c'est un rêve qui est en train de devenir une réalité avec l'arrivée de l'École supérieure du Parfum de Paris, bientôt suivie par celle de l'École des "Nez" de Versailles, mais aussi la création avec l'EDHEC et l'Université Côte d'Azur (UCA) du "Master of Science in Management of the Flavour and Fragrances Industry", ou encore du Master FOQUAL dont le responsable, **Xavier Fernandez**, est venu dire que le modèle grassois avait même été pris comme exemple vertueux dans le projet UCA. Grasse comptera bientôt près de 800 étudiants que la Ville a souhaité héberger dans son centre historique afin de lui insuffler une nouvelle dynamique. Un ancrage qui sera encore renforcé avec la transformation prochaine de l'ancien Palais de Justice en centre universitaire. De quoi développer de nouvelles formations, toujours en phase avec le tissu industriel du Pays de Grasse. ●

strategy but is essential to reintroduce the culture of rose centifolia or jasmine in areas which had been intended to accommodate suburban residences. In addition to these big names in the sector, a whole industry has benefited from this new direction which is favourable to the cultivation of perfume plants, such as the American company *International Flavors & Fragrances*, number 2 worldwide in the aromas and fragrances sector, the director of its Grasse site, **Marc Philippe**, praised the merits of the municipal strategy, while recalling the importance for his group of being as close as possible to the production of raw materials.

Higher education: the dream has come true

Strengthening the city of Grasse's appeal also requires action aimed at bringing local shops back to the city centre. This is the objective of the ZAC Martelly project which, thanks to free parking and a cinema complex, should give the inhabitants of the various Grasse hamlets a desire to return to the historic centre. An essential project for the mayor, but which has been the subject of numerous complaints and appeals. Today, the 17-month project is ready to start, probably after the municipal elections and Bouygues will carry out this project for which the building permit has been issued.

Even before its completion, the heart of the city will have started to change with the realisation of a project that seemed unrealistic at the start: the transformation of Grasse into a student city. For Jérôme Viaud, it is a dream that is becoming a reality with the arrival of the Ecole supérieure du Parfum in Paris, soon to be followed by that of the Ecole des "Nez" of Versailles, but also the creation with EDHEC and the University of Côte d'Azur (UCA) of the "Masters of Science in Management of the Flavour and Fragrances Industry", and of the FOQUAL Masters whose manager, **Xavier Fernandez**, who came along to say that the Grasse model had even been taken as a virtuous example in the UCA project. Grasse will soon have nearly 800 students that the city wants to host in its historic centre in order to breathe new life into it. An anchorage that will be further strengthened with the upcoming transformation of the former Palais de Justice into a university centre. So that new training can be developed, keeping in line with the industrial fabric of the Pays de Grasse. ●

A large promotional poster for the 'ExpoRose' event. The background is a close-up of a woman's face with her eyes closed and a serene expression. She has her hand near her chin, with a red-painted fingernail visible. A large, stylized white rose is in the foreground. The text '50e Anniversaire' is on the left, '8 AU 10 MAI 2020 GRASSE' is on the right, and 'EXPO Rose' is written in large, elegant white script across the bottom. A film strip graphic is overlaid on the bottom of the image.

En mettant à l'honneur créateurs et producteurs de roses, Grasse devient jardin et reine des fleurs : 6 000 roses en bouquets, 15 000 rosiers mis en vente et 25 000 fleurs coupées viennent rehausser nos fontaines et nos façades.

Pour 2020, ExpoRose célèbre 50 ans d'histoire en revisitant les grands classiques du cinéma et du parfum. Dans les rues, sur les places, en déambulation ou en spectacle, comédiens, danseurs, musiciens et costumiers nous font revivre des scènes mythiques du 7^e art en y intégrant comme héroïne principale, la rose, star incontestée de ce jubilé exceptionnel.