



« Stenka Razin navigant dans la mer Caspienne » de Vasily Surikov, 1906. © MUSÉE RUSSE, SAINT-PÉTERSBOURG.



Alors que les Vikings ont contourné l'Europe avec leurs drakkar, les Varègues ont effectué le trajet entre la Scandinavie et Istanbul quasi en ligne droite, en navigant sur les fleuves. « Les hôtes d'au-delà des mers » de Nicolas Roerich, 1899.

© GALERIE TRET'YAKOV, MOSCOU.

Pourquoi la mer d'Azov joue-t-elle un rôle si stratégique dans ce « système des cinq mers » ? Parce que c'est elle qui, via le canal du Don à la Volga, connecte la mer Noire à la Caspienne. Avant 2015, cette connexion avait une portée économique, mais non militaire. Depuis, les Russes ont déployé dans la Caspienne des corvettes munies du nouveau missile Kalibr, d'une portée de 1.500 km au moins, ce qui leur a permis de frapper des installations de Daesh... en Syrie ! Ainsi, cette mer, qui était jusque-là complètement enclavée dans la masse continentale et ne jouait aucun rôle en stratégie navale, est devenue un espace de lancement de missiles pouvant frapper jusqu'au golfe Persique. Les mêmes missiles tirés depuis la mer Noire couvrent toute la Méditerranée orientale. Autrement dit, les navires russes n'ont plus besoin de sortir de leurs repaires pour faire sentir leur puissance très loin au large.

Il n'y a pas que des intérêts straté-

giques, il y a aussi des intérêts économiques sur ces côtes. Quels sont-ils ?

Essentiellement les exportations de céréales et de produits sidérurgiques. La mer d'Azov et la mer Noire ont été au cœur des routes du blé dès l'Antiquité, d'où l'intérêt que leur ont successivement porté les Grecs, les Romains, les Byzantins, les Génois, les Vénitiens, les Ottomans, les Russes et les Ukrainiens. Aujourd'hui, la Russie est le premier exportateur de blé, l'Ukraine, le quatrième, et les deux pays réunis représentent le tiers des exportations mondiales... Quant à la production sidérurgique, elle est beaucoup plus récente, puisqu'elle ne remonte qu'à l'industrialisation du bassin du Donbass à la fin du XIX^e siècle. Mais c'est évidemment un atout supplémentaire pour la région.

Quand on parle de Marioupol, on n' imagine pas que c'est un port stratégique.

Et pourtant...

Il est certain que Marioupol pesait dans le commerce extérieur de l'Ukraine, sans quoi Poutine n'aurait pas pris la peine de mettre ce port en état de semi-blocus avec la construction, en 2015-2018, de son fameux pont de Crimée. Cet ouvrage n'est pas assez haut pour laisser passer les navires marchands de plus de 33 mètres qui desservaient Marioupol. Résultat : le trafic a chuté de 27 % depuis la mise en place du pont.

Marioupol (20 %) et Odessa (80 %) sont les ports qui voient passer l'essentiel des exporta-

tions d'Ukraine. Le pays peut-il perdre ces accès ?

On voit mal comment l'Ukraine pourrait accepter la perte d'Odessa. Le risque semble d'ailleurs s'éloigner, puisque les Russes n'attaquent plus dans cette direction ; ils n'en ont sans doute plus les moyens et préfèrent se concentrer sur Marioupol. C'est un objectif moins intéressant au plan économique, mais plus pertinent au plan stratégique, car sa chute permettrait d'assurer la continuité territoriale entre le Donbass et la Crimée (cet entretien a été publié le 11 avril - NDLR). De plus, elle referait de la mer d'Azov le lac russe qu'elle a longtemps été. Mais il n'est nullement évident que lors de négociations de paix, les Ukrainiens acceptent de laisser Marioupol aux Russes. Tout dépendra des évolutions militaires sur le terrain, des pertes comparées des deux protagonistes, de leur degré de lassitude, et aussi de leur sens du compromis - une qualité indispensable si l'on veut conjurer le risque nucléaire, toujours en embuscade à l'horizon de ce conflit.

Ces odeurs de légumes qui titillent les narines des parfumeurs

Avec l'arrivée sur le marché de nouvelles matières premières venues de l'agroalimentaire, les nez cultivent des notes gourmandes inattendues, aussi vertes et goûteuses que les légumes d'un potager.

LE FIGARO

PAULINE CASTELLANI

Il y a la verdure crue du petit pois, la minéralité terreuse de la betterave, le côté fruité-acidulé des feuilles de tomate... Ne nous méprenons pas, il ne s'agit pas ici de la dernière salade en vogue chez les *foodistas*, mais bien des ingrédients qui composent les cinq nouveaux parfums de L'Artisan Parfumeur. « L'idée était de retranscrire de manière quasi impressionniste l'odeur, mais surtout la texture et le goût de chaque légume », insiste Quentin Bisch qui a réalisé Iris de Gris, Cédrat Cérule, Vétiver Ecarlate et Musc Amarante. « Pour le fenouil, par exemple, je voulais que l'on retrouve cette sensation de fraîcheur acidulée, de saturation anisée et de croquant que l'on a en bouche. Mais pour éviter d'être trop radical ou uniquement figuratif, l'enjeu était aussi d'habiller le légume d'une matière plus classique de la parfumerie, à l'image d'Iris de Gris, où un petit pois assez littéral et cru dialogue avec un beurre d'iris enveloppant, ou de Vétiver Ecarlate, dans lequel la fraîcheur verte de la feuille de tomate contraste avec un fond boisé. »

Oignon caramélisé et artichaut aromatique

Si les chefs cuisiniers se sont emparés depuis longtemps des pétales comestibles qu'ils parsèment sur les assiettes de leurs grands restaurants, c'est donc au tour des parfumeurs de logner du côté des cuisines et des jardins potagers. Certes, les plaisirs olfactif et gustatif ont toujours été liés. Depuis le début des années 1990 et le lancement d'Angel de Thierry Mugler, avec son odeur de barbe à papa et de pomme d'amour, ce sont surtout les parfums gourmands, collants comme des bonbons, qui dominent le marché.

« Nos narines ont fini par s'habituer à cette overdose de sucre, et nous voulions bousculer le secteur avec une approche plus saine, plus végétale, de la gourmandise », insiste Thomas James, responsable des marques de niche de Puig. « Certaines marques utilisent déjà, ici ou là, les graines de carotte, les facettes aqueuses du concombre ou celles ensoleillées des feuilles de tomate, mais cet usage reste anecdotique. Nous voulions faire des légumes et de leurs notes vertes la véritable colonne vertébrale de cette collection. »

Citons toutefois le pionnier du genre, végétalisé par Jean-Claude Ellena pour Sisley en 1976 : une Eau de Campagne pensée alors avec audace (c'est l'époque des grands orientaux et des bouquets floraux) comme une promenade bucolique dans un potager où l'on trouve, pêle-mêle, des feuilles de tomate, du basilic, du citron, quelques fleurs et un peu de bois. Plus récemment, Comme des Garçons surprenait avec l'eau de parfum Rouge dont la betterave légèrement sucrée s'entrechoquait avec l'encens, quand Diptyque ajoutait des ac-

cents inattendus d'artichaut à sa dernière Eau Rose.

« Ces odeurs de légumes titillent depuis longtemps nos narines de parfumeurs », insiste Alexandra Carlin, qui a étiré pour Tonka Blanc, de L'Artisan Parfumeur, les facettes souffrées et crémeuses du chou-fleur. « Grâce aux innovations de l'entreprise Symrise, j'ai pu aller plus loin et jouer d'un alcoolat de chou-fleur issu de l'upcycling des sous-produits de l'industrie agroalimentaire. » Baptisée SymTrap, cette technologie permet en effet de récupérer, dès les premières minutes de cuisson, les molécules volatiles les plus chargées en odeur des légumes destinés à la réalisation de soupes.

Véritables extraits de chou-fleur donc, mais aussi d'artichaut, d'asperge, d'oignon et de poireau enrichissent désormais la palette des parfumeurs Symrise. « Tout est prétexte à donner vie à notre imaginaire : l'oignon caramélisé peut créer une nouvelle sensualité ; le poireau me rappelle la feuille de violette - ce qui le rend intéressant pour le travailler au masculin ; la belle note verte de l'artichaut est aromatique, rosée et charnue », continue Alexandra Carlin.

De son côté, le nez Aliénor Massenet voit dans l'asperge « un nouveau vert, un peu terreux, qui se marie bien pour moderniser une fleur ou un bois comme un santal. Je l'utilise par exemple à la place d'un galbanum classique ».

Reste à savoir si les grandes maisons de parfums seront prêtes à revendiquer ces notes pour le moins inhabituelles qui pourraient paraître, à certains, moins romantiques que la rose, moins pétillantes que le cédrat ou moins languoureuses que la tubéreuse.

Nos narines ont fini par s'habituer à cette overdose de sucre, et nous voulions bousculer le secteur avec une approche plus saine, plus végétale de la gourmandise

Thomas James

Responsable des marques de niche de Puig

