



LES FIFI AWARDS 2018 ET L'ASSOCIATION FRANÇAISE
POUR THE FRAGRANCE FOUNDATION REMERCIENT LEURS PARTENAIRES



#FIFIAWARDS    



THE FRAGRANCE FOUNDATION
FRANCE



LA DÉCONSOMMATION : UNE OPPORTUNITÉ DE REBOND ?

Et si la réalité du marché français forçait notre réflexion de manière nécessaire, propice et profitable ? Pour grandir, changer de modèle, offrir du beau et donner du sens.

C'est en ces termes que nous vous avons invités à venir nous rejoindre ce matin pour partager l'analyse et la mise en perspective des données du marché français avec Mathilde Lion, NPD Beauty Europe Industry Expert, et Evelyne Redier, fondatrice de l'agence HigherTogether.



Depuis six ans maintenant, la Fragrance Foundation France a initié une réflexion sur les nouveaux enjeux apportés par la mondialisation du marché, la transformation digitale et la relation des consommateurs au parfum.

Grâce au questionnaire administré chaque année aux votants du prix du public des FIFI Awards, nous avons en notre possession une base de données conséquente et riche d'enseignements. Mais le quanti n'est pas tout, qui plus est sur ce secteur du parfum qui relève de la sensibilité de chacun. Aussi avons-nous demandé cette année à Evelyne Redier, qui nous accompagne depuis deux ans dans cette démarche analytique, de réaliser une douzaine d'interviews individuels pour enrichir notre compréhension des consommateurs et de leurs envies. Et de croiser, avec l'aide de Mathilde Lion, une partie de ces informations qualitatives avec les chiffres du marché. Voici le fruit de ces échanges, que nous enrichirons cette année avec une experte des mots du parfum, Delphine de Swardt. Fine connaisseuse de ce monde de la création en parfumerie, et du langage qui permet d'exprimer notre perception des odeurs, Delphine de Swardt se propose de « réenchanter » notre discours parfum et nous offre ses talents de conteuse, pour mieux explorer l'avenir du langage parfumé.

Que ce Rendez-Vous de la Fragrance vous permette à tous de repenser produits et métiers, d'entrevoir de nouvelles pistes de développements, et de réajuster le discours parfum, c'est notre objectif. Et dès la rentrée, nous aurons un autre rendez-vous, avec les résultats de notre Exploration Parfum 2018 qui vous seront proposés par la commission étude, et nos conseils en la matière, Mazars-Zettafox et HigherTogether.

Philippe Ughetto, président de The Fragrance Foundation France
& Sabine Chabbert, directrice déléguée

NOS TROIS INTERVENANTES



Mathilde Lion Industry Expert, Europe Beauty, The NPD Group

Mathilde Lion est analyste du secteur beauté et directrice Europe pour The NPD Group. Son expertise repose sur plus de 15 ans d'expérience dans les études de marché et dix ans dans le monde de la beauté. Elle est **responsable de l'analyse stratégique et des études pan-européennes** pour les leaders de l'industrie.

Contact : Mathilde Lion / +33 (0)1 41 97 25 51 / mathilde.lion@npd.com / www.npd.com

Elle gère également les **relations avec nos partenaires de la distribution et des médias en Europe**.

Mathilde Lion a rejoint The NPD Group en 2005 avec le lancement de notre panel BeautyTrends® en France. Avant de rejoindre The NPD Group, elle a travaillé chez Dun & Bradstreet puis Kantar Worldpanel.



Fondé en 1966, The NPD Group est le leader mondial en solutions d'étude de marché sur la vente au détail et la consommation dans de nombreux secteurs. En alliant des données de qualité et une expertise des marchés inégalée, NPD permet à ses clients de suivre au plus près leur secteur d'activité, de connaître les consommateurs, et d'assurer ainsi une croissance profitable. BeautyTrends® est le panel distribution qui suit et analyse les performances du marché de la Beauté Prestige. Le service couvre les parfums, le maquillage et les produits de soin, et relève les ventes de Beauté Prestige des grands magasins, des chaînes nationales et des parfumeries indépendantes.

The NPD group est membre de la Fragrance Foundation France et son partenaire pour le rendez-vous annuel de présentation et de mise en perspective des chiffres du marché de l'année écoulée, mais aussi pour l'organisation des FIFI Awards, notamment du Prix Public sélectif.



Evelyne Redier Fondatrice de l'agence HigherTogether

Evelyne a fondé HigherTogether en 2011, en capitalisant sur une carrière diversifiée dans la publicité, le marketing et la gestion de marques internationales, principalement dans le domaine du **Luxe et des Cosmétiques**.

Son atout réside dans sa **double expertise**, acquise **en institut d'études** (TNS Sofres, Sorgem, Motivation International) et **chez l'annonceur** : Yves Saint-Laurent, Cosmopolitan Cosmetics (Gucci, Rochas et Wella), Parfums Christian Dior, ainsi que

Contact : Evelyne Redier / +33 (0)1 58 57 93 06 / +33(0)6 85 91 21 83
redierevelyne@gmail.com / www.highertogether.fr

dans le domaine de la publicité (Agence BLLB). Cette expérience lui permet d'associer le savoir-faire de la direction d'études à l'art de la transposition des résultats en plans d'actions opérationnels. Evelyne Redier a ainsi acquis une compréhension fine des enjeux liés aux **stratégies de marque**.

La dimension internationale de son parcours professionnel a optimisé sa connaissance des problématiques liées à l'interculturalité et à la conquête de nouveaux marchés.



HigherTogether est une agence conseil en stratégie de marque spécialisée dans l'accompagnement des directions marketing et communication. Elle privilégie une approche *responsive*, mot anglais signifiant tout à la fois : sensible, réactif et approprié. Son métier, révéler et valoriser votre capital de marque.



Delphine de Swardt Conteuse de parfums

Après un doctorat en communication sur l'art et le langage olfactifs, réalisé auprès des parfumeurs de la société de composition IFF, Delphine de Swardt a aiguisé son expertise dans l'industrie du parfum où elle s'est fait une spécialité de raconter, en mots et en images, les odeurs. Son goût pour les histoires s'est aussi développé sous l'influence de grands conteurs, tels que Henri Gougaud, qui l'ont formée au conte populaire et traditionnel. Ces expériences ont toutes contribué à lui montrer combien contes et parfums sont constitués de la

même étoffe, un tissu de rêve et de mémoire. Aujourd'hui, son temps se répartit entre l'enseignement et la recherche à l'université, l'écriture au service du parfum et ses activités liées au conte. Au cœur de ces intérêts multiples, se dégage bien un horizon commun : partager ou raconter des émotions, dire et décrire des sensations, et, si possible, choisir les mots les plus justes. Delphine de Swardt a notamment développé plusieurs spectacles contés olfactifs dont *Les Légendes du Parfum* et *Les Contes des plantes à parfum*. Elle est également contributrice à la revue NEZ.

Contact : Delphine de Swardt / +33(0)6 60 41 28 52 / delphine.de.swardt@orange.fr

« Quel avenir pour la langue parfumée ? »

Les linguistes ont rêvé d'une langue commune universelle, un Babel partagé. Google a créé Google Translate. Bientôt l'outil se perfectionnera tant que les petites erreurs, barbarismes et contresens du début ne seront plus que des souvenirs attendrissants. Pour le parfum, il n'existe pas encore de traducteur automatique dans lequel on rentrerait la formule et d'où sortirait une description idéale, selon la cible. Mais avant que cet outil ne soit produit, il faut impérativement veiller à ce que la langue ne s'appauvrisse pas. Dans le cas contraire, inutile de développer un algorithme savant. Quelques mots à peine suffiraient à remplir le lexique principal. À commencer par deux mots premiers, qu'on pourrait qualifier de mots schtroumpfs : "frais" et "sensuel" (tellement peu spécifiques des matières qu'ils qualifient qu'ils en deviennent interchangeable). À la bourse des mots du parfum, "gourmand" et "fruité" ont eux aussi la cote aujourd'hui.

Je ne jette pas la pierre, bien au contraire. Il semblerait en effet que la description de parfum, en tant que genre littéraire – oui, pourquoi pas –, ait des horizons d'attente très précis, des moments incontournables. Sans aller contre, recensons les usages du temps présent et voyons ensemble ce que parler du parfum veut dire. »

Deconsumption, an opportunity to bounce back?

- 1 The facts
- 2 Change in purchase behaviour
- 3 Opportunities



Fragrances grow through valorization

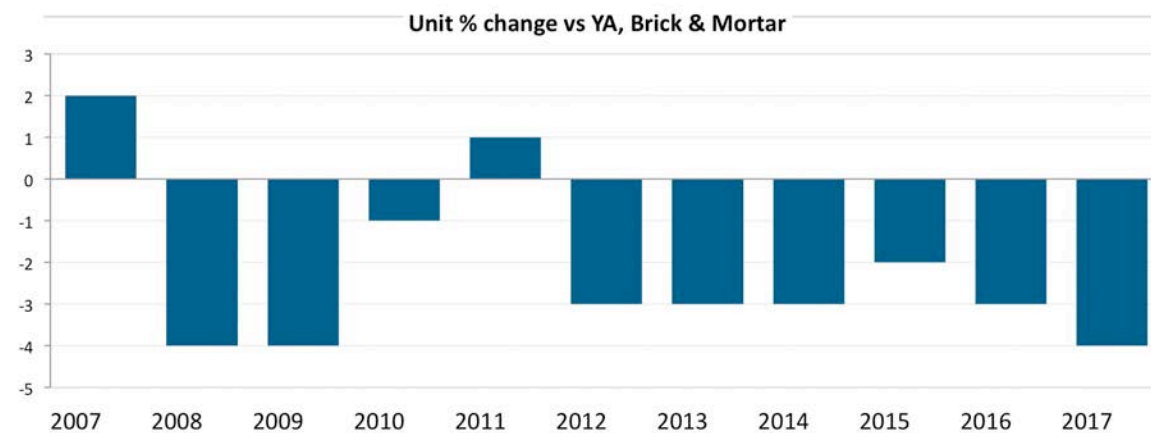
In **10 years** (2017 vs 2007), what has been the evolution of **Prestige Fragrance Market** in **Chains & Department Stores**?

-16%
Unit % change

+10%
Value % change

France Prestige Fragrances deconsumption

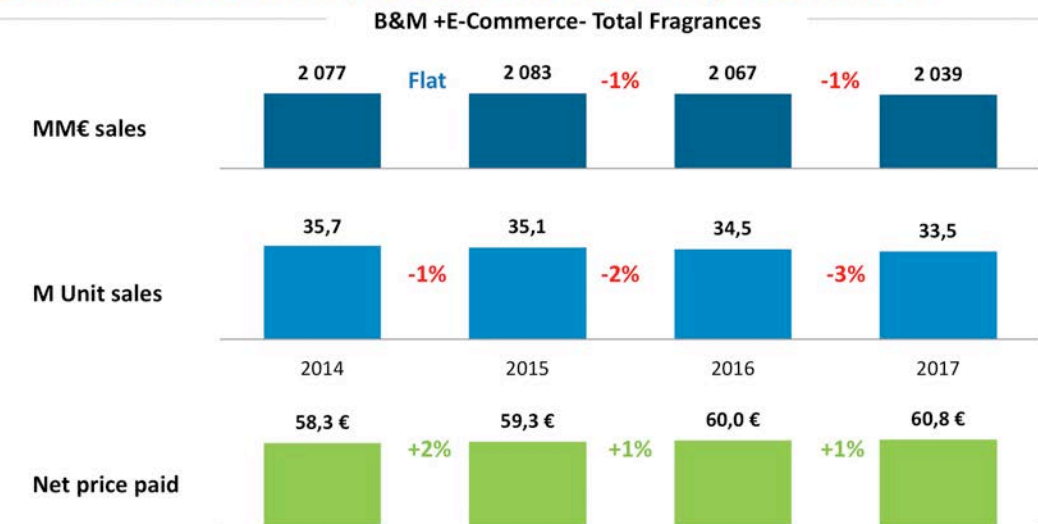
Long term deconsumption trend in France: Only 1 positive year since 2008 crisis.



Source, The NPD Group, Beauty Trends® France, % changes calculated on universe reference of each year.

Decline in value at shorter term

Acceleration of the deconsumption and slow-down in price increase.



Source, The NPD Group, Beauty Trends® France

55% of Fragrances revenue done under temporary price discount

Source: The NPD Group, Inc. / B&M Price Promotion, Year 2017- France

The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential 5

Looking for differentiation
 More **concentrated scents** and **outstanding perfumes** bring **hope** to the Fragrance industry.

Source: The NPD Group / BeautyTrends France

The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential 7

Online vs offline: opposite trends
 Online development does not compensate Brick & Mortar difficulties

Total France Fragrances MM€ Gains / losses vs LY

Year	B&M	Online	Total
2015	-8	14	Flat
2016	-32	16	-2%
2017	-50	22	-3%

Source: The NPD Group / BeautyTrends France

The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential 6

High-End fragrances success (Juices >150€)
 Niche brands & Exclusive collections shine but are not big enough to offset overall decline.

- +34%** In value 17 vs 15
- +36%** In units 17 vs 15
- 205€** Av. Price in 2017
- 2%** Value Weight in 2017

Source: The NPD Group, Beauty Trends® France

The NPD Group, Inc. | Proprietary and confidential



THE FRAGRANCE FOUNDATION
FRANCE

LES MISSIONS DE THE FRAGRANCE FOUNDATION FRANCE

L'Association pour The Fragrance Foundation France a pour vocation de valoriser les talents et savoir-faire de l'univers de la parfumerie. Nos actions s'ancrent autour de trois engagements forts, pour mettre en lumière la créativité et l'innovation de toute une filière d'exception :

Susciter la réflexion pour apprécier et anticiper ensemble les enjeux, avec les Rendez-Vous de la Fragrance organisés par Fragrance Expérience (SARL de la Fragrance Foundation France).

Célébrer le parfum et ses acteurs, avec la remise annuelle des FIFI Awards décernés par les professionnels et le grand public, mais aussi la participation des adhérents à des événements destinés aux professionnels et au grand public autour de l'olfaction et des métiers de la filière parfum.

Former et informer, grâce à un module spécifique développé par The Fragrance Foundation France et son partenaire Cinquième Sens, destiné aux professionnels, marques et distributeurs qui le souhaitent. Et, via l'actualité et l'analyse sur le site internet et les réseaux sociaux de la Fragrance Foundation France (Facebook, LinkedIn, Twitter et Instagram), susciter l'intérêt et attiser la curiosité de tous sur ce monde du parfum.



C'est la SARL **Fragrance Expérience**, filiale de l'Association, qui gère les événements décidés par le conseil d'administration.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président : Philippe Ughetto (Doro)

Secrétaire générale : Isabelle Ferrand (Cinquième Sens)

Marie-Chantal Fournier (co-fondatrice)

Administrateurs

Valérie André (Yves Rocher)

Yvan Bagnis (Drom Fragrances)

Margerie Barbès-Petit (Guerlain)

Bernardo Cauvin (Givaudan)

Marielle Chartier (Arcade Beauty)

Pierre Desaulles (Interparfums)

Astrid Dulau-Vuillet (Verescence)

Nathalie Helloin-Kamel (Takasago)

Eric Henry (Shiseido Group EMEA)

Stéphanie Lalaude-Révillion (Chanel)

Arnaud Leblin (Coty)

Sabrya Meflah (IFF)

Alessandra Melzi (Mane)

Nathalie Pajot (Marionnaud)

Amaury Roquette (Firmenich)



THE FRAGRANCE FOUNDATION
FRANCE

LES ADHÉRENTS DE THE FRAGRANCE FOUNDATION FRANCE

Marques et fabricants

Azurtis • Cartier • Castelbajac Paris-Sodip • Chanel • Christian Dior Parfums • Clarins Fragrance Group • Cofinluxe • Coty • Courrèges Parfums • Diptyque • Éditions de Parfums Frédéric Malle • Estee Lauder • Etat Libre d'Orange • Fragonard • Guerlain • Hermès Parfums • Interparfums • Jovoy Paris • Kenzo Parfums • Le Galion-Aether Parfum • L'Oréal Luxe • Memo Paris • Nicolaï, Parfumeur-Créateur • Olfactive Studio • Puig • Shiseido Group EMEA • The Different Company • Yves Rocher

Sociétés de composition, matières premières et formation

Cinquième Sens • Drom Fragrances • Firmenich • Givaudan • Iberchem • IFF (International Flavours and Fragrances) • Mane • Robertet • Symrise • Takasago

Sociétés prestataires et distribution

102 Graphic • Aptar Beauty + Home • Arcade Beauty • BeThe1 • Cofatech • Doro • ID Scent • Marionnaud • NPD Group • Orlandi • Pochet du Courval • Quadpack • Scentys • Studio Marianne Guély • Sylvie de France Design • Verescence

CONTACT ET RENSEIGNEMENTS

Association Française pour The Fragrance Foundation & Fragrance Expérience

26, rue de l'Étoile – 75017 Paris, France
info@fragrancefoundation.fr – 01 40 68 02 47

Directrice déléguée : Sabine Chabbert

sabine.chabbert@fragrancefoundation.fr – 06 85 31 71 70

Chargée de mission : Manon Béjuge

manon.bejuge@fragrancefoundation.fr – 06 68 03 12 86

www.fragrancefoundation.fr



FRAGRANCE INNOVATION SUMMIT

PARIS 2018

SAVE THE DATE
25/10/2018 | PARIS

design · big data · packaging
raw materials · digital · retail · marketing
trends · sustainability · consumer · ai

**REGISTRATION AND PROGRAM ON
PREMIUMBEAUTYNEWS.COM**