

PARFUMERIE

06. GRASSE.

Le groupe *Arthes* lance la marque *Jeanne en Provence*

Le groupe **Arthes** continue de se développer sans arrêt. Le spécialiste de la parfumerie en GMS, notamment référencé chez Auchan, Leclerc, Système U, vient en effet de lancer depuis la rentrée une nouvelle marque, baptisée "Jeanne en Provence". Un nom inspiré de Jeanne 1^{ère} de Naples, comtesse de Provence au XIV^e siècle. Cette nouvelle marque réunit aussi bien des produits de parfumerie fine, de cosmétique de luxe ou des parfums d'ambiance. On trouve ainsi des eaux de parfum pour femmes, disponibles en trois formats (20 ml, 60 ml et 120 ml), des eaux de toilette pour hommes, des gammes de produits de bain-douche, des produits de soin pour le corps ou encore des bougies parfumées. Le groupe Arthes, installé depuis 1995 sur la zone de Grasse, espère ainsi se rapprocher encore un peu plus de son objectif de devenir l'un des leaders mondiaux de la parfumerie grand public, tout en offrant des produits de qualité et fabriqués en France.

Photo X.DK



LA CHINE, BIEN SUR. Pour y parvenir, la société, qui a soufflé sa trentième bougie en 2008, mise énormément sur l'innovation, avec la sortie d'une dizaine de nouveautés par an, commercialisées dans plus de 700 points de vente, en France et dans une centaine de pays étrangers. La dimension internationale est de ce fait prépondérante. Le groupe a ainsi lancé, en 2010, sa marque phare Jeanne Arthes sur le marché chinois, par l'intermédiaire d'un des plus gros distributeurs de produits de grande consommation. Elle est aussi référencée dans les magasins Auchan de Chine. Des développements qui conduisent à des adaptations structurelles. Après s'être divisé en deux en 2004, avec d'un côté Jeanne Arthes pour la GMS et Arthes Licensing de l'autre pour les réseaux sélectifs, le groupe a ainsi créé, en mai dernier, une division Private Label.

Denis Anniel