

# JEANNE ARTHES

## PARIS

### France – Cosmétique Magazine

- Magazine d'information sur les produits, les tendances de consommation, les stratégies des marques, des distributeurs et des fournisseurs de packs et d'ingrédients, avec des chiffres clés, des interviews de personnalités, des avis d'experts...
- Diffusion : 4 991

### Mars 2016

- ⇒ Visibilité du Groupe Arthes avec l'interview de Thibaud PERRIN, Directeur Général du Groupe et l'arrivée de Fabien TRENTESAUX, nouveau Directeur Commercial



# Thibaud Perrin, Groupe Arthes

Depuis son arrivée à la direction générale du groupe Arthes en 2008, le fils du fondateur de l'entreprise grasse de parfum a développé l'outil de production afin d'engager une diversification de l'activité. La société est présente dans 120 pays.

**C**'est avec la détermination de sa jeunesse que Thibaud Perrin, 34 ans, fils du fondateur du groupe Arthes, créé en 1978 à Grasse, poursuit la modernisation de l'entreprise. Celle-ci est essentiellement spécialisée dans la parfumerie alcoolique en dépit de quelques extensions de gamme (lait pour le corps, baume après-rasage, déodorants...). Jeanne Arthes, la marque historique qui a grandi en mass-market, notamment à l'export, se porte toujours bien et représente 75% du volume d'affaires. Elle a permis à la société de s'implanter dans plus de 120 pays. Sa force, selon son directeur général: «*Tout est intégré, de la conception des produits au matériel publicitaire en passant par le design, les flacons...*».

**Diversification en marche.** En 2012, Arthes a pris un nouveau virage avec le lancement de la gamme de soins et de senteurs pour la maison, Jeanne en Provence, plus haut de gamme car «*inspirée du sélectif*». Une unité de fabrication de cosmétiques a été créée, en même temps que l'entreprise se lançait sur le créneau des marques de distributeurs. Un million d'euros ont été investis. Il s'agit maintenant de faire tourner les lignes à plein. Jeanne Arthes dispose en effet du plus grand site de parfumerie alcoolique de la région et son manager reconnaît que son outil est, à ce jour, surdimensionné. «*Nous produisons 11 millions de pièces par an, ajoute Thibaud Perrin, mais notre capacité est de 20 millions, dont 3 millions dans les produits cosmétiques.*» La société a encore un fort potentiel: «*Jeanne Arthes est présente dans 4 500 hypers*



et supermarchés, Jeanne en Provence n'est que dans 350 points de vente en GMS. Côté marques propres, nous avons trente clients actifs sur un marché estimé à une centaine». En France, et alors que le rayon est globalement à la peine, Jeanne Arthes revendique, entre fin 2014 et fin 2015, le passage de la quatrième à la troisième place en volume en GMS, sur le total marché des parfums comme en féminins (Nielsen, CAM à P12). La marque y est référencée dans toutes les grandes enseignes, à l'exception de Monoprix.

Le chiffre d'affaires de 20 millions d'euros, en légère hausse, devrait donc progresser. La fin de l'année permet de sauver la mise sur un rayon où les GMS souffrent. Thibaud Perrin veut voir plus loin: «*Avec 12 000 m<sup>2</sup> de bâtiments sur 3 hectares de terrain, nous pouvons encore nous étendre.*»

Ce «*tournant stratégique*» s'appuie également sur l'arrivée de forces vives à des postes clés. Ainsi, après avoir recruté une dermo-cosméticienne, Arthes a accueilli, en octobre 2014, Davy Bouery, ex-directeur de production de L'Occitane, pour piloter l'usine. Un directeur commercial, Fabien Trentesaux, venu des laboratoires Sarbec, a rejoint fin 2015 l'entreprise. Parallèlement s'ouvrait un espace détente avec salle de gym et terrasse avec vue sur la mer. «*Pour que les salariés soient heureux de travailler ici*», confie le directeur général. C'est aussi un moyen de mettre en valeur le pays de Grasse et son savoir-faire.

## Parcours

Thibaud Perrin est entré dans l'entreprise familiale en janvier 2002 «*deux jours après le passage à l'euro*», aime-t-il préciser. Autodidacte, il a d'abord accumulé les miles aériens puisque son premier poste a été celui de responsable export (Afrique, Moyen-Orient, Europe de l'Est), zone qui représente 75% du CA. Il est ensuite passé par le service marketing et développement de produits, où il a dû mettre à l'épreuve son sens créatif tout en apprenant le rude exercice de la réponse aux appels d'offres qui régissent ce marché. De quoi se préparer à prendre, en 2008, la direction opérationnelle.

# JEANNE ARTHES

---

PARIS

## MOUVEMENTS



DE

**Fabien Trentesaux** Il a été nommé directeur commercial du **groupe Arthes**, chargé du pôle GMS en France et à l'international. Il a travaillé pendant quinze ans au sein des Laboratoires Sarbec, notamment comme directeur achats et responsable commercial des MDD.