



PARFUMERIE | Actualités / News

▶ Arthes révèle sa stratégie à moyen terme

Sous l'impulsion de son comité de direction, le groupe Arthes prend un nouvel élan et annonce ses ambitions pour l'horizon 2022. L'entreprise a créé un studio de design intégré et recruté une directrice artistique pour dynamiser l'image du groupe et un designer 3D chargé de concevoir des packagings éco-responsables afin de minimiser l'impact environnemental du groupe et d'éviter l'« *over packaging* ».

Jeanne en Provence passe en mode *green* avec une gamme 100 % bio certifiée Cosmos, extension visage et cheveux, innovante et accessible. Basée sur une démarche *clean*, elle va stariser l'ingrédient et introduire la cosmétique solide en deux shampoings, le tout dans des contenants *eco-friendly*. La nouvelle ligne de parfums féminins, Carnets de Jeanne, va réveiller la mémoire olfactive des consommatrices. Pêche de vigne, musc blanc, fleur de pommier ou fleur de coton caresseront les souvenirs d'enfance. Naturalité et authenticité caractérise Dame Jeanne, une nouvelle fragrance ultra-sensuelle. Étui en carton FSC effet Craft, capot mono-matériau facile à recycler, flacon à vis rechargeable, absence de cellophane, colorants et filtres UV, en font un *must* éco-responsable.

Parce que les générations Y et Z instaillent les tendances qui remodelent le secteur de la parfumerie, Jeanne Arthes a élaboré un duo de parfums « *gender fluid* » à s'échanger ou à superposer au gré des envies.

Par ailleurs, de nouveaux piliers masculins et féminins verront le jour avec des concepts forts et des packagings en rupture avec les codes du marché.

En septembre 2021, une collection de trois fragrances – gourmande, urbaine ou azurienne – va prôner le « *French Art de Vivre* » et mettre à l'honneur le « *Made in France* ».

Enfin, une extension de bain *fun* et hypersensorielle de la gamme Skil verra le jour avec le Skil Lab : chantilly pour le corps, mousse de douche pailletée, gelée de douche ou encore sels crépitants pour un moment de pur plaisir et de reconnexion.

ARTHES ANNOUNCES ITS MEDIUM-TERM STRATEGY

Under the impetus of its Management Committee, the Arthes Group is gaining new momentum and presenting its ambitions for 2022. The company created an integrated design studio and recruited an Art Director to boost the group's image, and a 3D designer to design eco-responsible packaging to minimise the group's environmental impact and avoid "over packaging".

Jeanne en Provence is going green with a 100% organic Cosmos-certified range of innovative and affordable face and hair care extensions. Focused on a clean approach, the group will

champion the ingredient and introduce solid cosmetics in two shampoos, all in eco-friendly containers. The new line of women's fragrances, Carnets de Jeanne, will revive the olfactory memory of consumers. Vine peach, white musk, apple blossom or cotton flower will awaken our childhood memories. Naturalness and authenticity characterise Dame Jeanne, a new ultra-sensual fragrance. A craft effect FSC cardboard box, easy to recycle a single-material cap, a refillable screw cap bottle, the absence of cellophane, dyes and UV filters, make it an eco-responsible must.

Because Y and Z Generations are instigating the trends that are reshaping the perfumery sector, Jeanne Arthes has created a duo of "gender fluid" perfumes to be exchanged or layered according to your desires.

New men's and women's pillars will be also created with strong concepts and packagings that stand out from market codes.

In September 2021, a collection of three fragrances - "gourmand, urban or Côte d'Azur" - will promote the "French Art de Vivre" and put the "Made in France" in the spotlight.

Finally, a fun and hyper-sensory bath extension to the Skil range will be created with the Skil Lab: a whipped body cream, a glittery shower foam, a shower gel and crackling salts for a moment of sheer pleasure and reconnection.