



GMS

Jeanne Arthès au parfum

La parfumerie a raté son rendez-vous annuel des fêtes de fin d'année dans les grandes surfaces. Selon le baromètre Nielsen/cosmétiquemag, la catégorie accusait des ventes valeur à - 4,3% sur les douze mois arrêtés au 25 décembre 2016 soit un (petit) chiffre d'affaires de 166 M€ (-9,3 % sur la seule période). Sur ce marché sinistré, Jeanne Arthès garde le sourire grâce aux coffrets. La PME grasseoise revendique ainsi une progression de 1,2% en volume et de 3,3% en valeur sur ce segment (à P13 selon Nielsen). Mieux, elle progresse de 18 % sur les seuls coffrets féminins avec plus de 250000 pièces vendues et de devenir le second acteur du marché. Sur les coffrets masculins, elle croît de 4% en volume. « *Nous avons refondu complètement notre offre de fin d'année en travaillant à la fois sur les fragrances, les packagings et les assortiments de produits,* explique Margaux Petit, responsable marketing et communication de Jeanne Arthès. *Même si la concurrence des enseignes à petits prix est forte, il y a encore énormément de choses à faire sur ce rayon. Il faut donner l'envie aux consommateurs d'y revenir et d'y passer du temps avec des testeurs, de la PLV et pourquoi pas un système d'échantillonnage.* »

MARIANNE BAILLY