

Puig and Tmall s'associent pour initier les consommateurs chinois au monde du parfum

- **Puig s'associe à Tmall pour lancer Scent Visualizer sur la plateforme de commerce électronique chinoise.**
 - **L'innovation permettra aux acheteurs en ligne chinois de découvrir de nouveaux parfums, alors même que le marché chinois des parfums est appelé à se développer.**
-

Barcelone, 14 février 2023

Tandis qu'en Chine, seulement 5 % de la population porte un parfum (rapport BCG 2022), Tmall a identifié cette catégorie comme une opportunité de croissance stratégique, en particulier les parfums de niche. La plateforme permet à chacun de parcourir, comparer et choisir des parfums dans une bibliothèque constamment mise à jour qui comprend actuellement quelque 21 500 parfums (WikiParfum).

De 2015 à 2020, le marché chinois des fragrances a maintenu un taux de croissance annuel de près de 15 %. Au cours des cinq prochaines années, la croissance du marché devrait dépasser 22 %, soit trois fois le taux du marché mondial des parfums (Kantar & Eternal Fragrance Report 2021).

L'éducation des consommateurs est la clé du succès, c'est pourquoi Tmall et Puig s'associent pour présenter et faire découvrir aux acheteurs chinois le monde vaste et fascinant du parfum.

Tmall a lancé le Scent Visualizer, une technologie numérique innovante développée par Puig, qui permet, même aux néophytes, de découvrir, reconnaître et visualiser les senteurs des fragrances. Le Scent Visualizer affiche les principaux composants olfactifs d'un parfum, ce qui permet à l'utilisateur d'en visualiser l'odeur. Il est alimenté par une bibliothèque visuelle de plus de 1 400 ingrédients uniques et une base de données de 21 500 parfums (WikiParfum).

25 marques internationales de renom ont participé à un pilote Scent Visualizer sur Tmall sur une période de sept semaines, avec des résultats prometteurs : en ajoutant une seule image pour chaque parfum, le volume brut de marchandises (GMV) en ligne des marques a augmenté de 5 % en moyenne. Le taux de conversion et la valeur moyenne des transactions (ATV) ont été améliorés, les consommateurs prenant des décisions d'achat plus rapidement lorsqu'ils pouvaient « lire » le parfum et étant prêts à payer plus pour découvrir les précieux ingrédients lorsqu'ils étaient affichés de manière claire et cohérente.

Le Scent Visualizer est issu d'une collaboration avec Fragrances of the World, la source d'informations la plus complète en matière de parfums et dont les informations sont fournies par les marques elles-mêmes.

Dans un avenir proche, Tmall prévoit de lancer le Fragrance Finder, un outil alimenté par le Scent Visualizer qui génère des recommandations personnalisées pour des marques et des parfums spécifiques, en

fonction des préférences des utilisateurs en termes d'ingrédients, de parfumeurs ou même d'humeur.

« Nous sommes heureux de partager notre expertise et notre écosystème digital pour initier davantage de consommateurs aux plaisirs du parfum. Nous avons spécialement adapté les descriptions et les visualisations des parfums au consommateur chinois, en travaillant main dans la main avec Tmall, qui dispose d'une équipe d'experts en parfums, centrée sur le consommateur, très impressionnante. Nous nous attendons à ce que cette première phase soit le début d'une collaboration à long terme qui élèvera la catégorie des parfums pour les amateurs de parfums chinois », déclare Camila Tomas, Global Innovation & New Technologies VP Puig.

Bao Ling, Fragrance Category Director chez Tmall, commente : « Alors que le marché chinois des parfums continue de croître, les consommateurs chinois sont extrêmement intéressés à découvrir de nouveaux parfums, ainsi qu'à acheter leurs parfums préférés. Nous sommes enthousiasmés par les résultats de ce premier pilote de Scent Visualizer, en partenariat avec Puig, et nous sommes impatients d'assister à une nouvelle croissance dans cette catégorie. »

About Tmall

Launched in 2008, Tmall caters to consumers' ever-growing demand for high-quality products and premium shopping experience. It serves as a platform for consumers in China and overseas to buy both homegrown and international branded products as well as products not available in traditional retail outlets.

A large number of international and Chinese brands and retailers have established storefronts on Tmall. In the 12 months ended March 31, 2022, Tmall was the largest third-party online and mobile commerce platform for brands and retailers in the world in terms of GMV, according to Analysys.

Tmall is a business of Alibaba Group.

À propos de Puig

Puig crée des marques de beauté et de mode uniques et hautement désirables, qui renforcent la confiance en soi et permettent d'exprimer sa personnalité, dans le cadre d'une entreprise familiale qui aspire à laisser un monde meilleur à la génération suivante.

Depuis 1914, notre esprit d'entreprise, notre créativité et notre passion pour l'innovation nous positionnent comme un acteur incontournable dans le domaine de la beauté et de la mode. Présentes dans la mode et dans les trois catégories de prestige (parfums, maquillage et dermo-cosmétique), les marques de Puig génèrent de l'engagement, à travers un storytelling qui suscite des émotions.

Chez Puig, nous défendons les valeurs et les principes établis par trois générations de leadership familial. Nous continuons actuellement à nous appuyer sur cet héritage en nous engageant fermement en faveur de notre Agenda ESG (environnemental, social et de gouvernance), aligné sur les Objectifs de développement durable des Nations Unies.

Notre portefeuille de marques s'articule autour de trois divisions : la division Beauty and Fashion comprend les marques Carolina Herrera, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Nina Ricci, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda et Loto del Sur ainsi que des licences telles que Christian Louboutin et Comme des Garçons Parfums et des parfums Lifestyle comme Antonio Banderas, Adolfo Dominguez et Benetton ; Charlotte Tilbury comporte sa marque en propre de maquillage de luxe ; la division Derma comprend les marques Uriage, Apivita et la joint-venture avec Isdin.

En 2021, Puig a enregistré un chiffre d'affaires de 2,585 milliards d'euros. Puig vend ses produits dans plus de 150 pays et possède des bureaux dans 29 d'entre eux.

<https://www.puig.com/fr>

https://www.instagram.com/puig_official

<https://www.linkedin.com/company/puig>

Pour en savoir plus :

Loïc Seailles

France PR Manager – Puig

Tél. + 33 1 71 70 47 07

M. + 33 6 26 45 06 18

loic.seailles@puig.fr

Miriam Forte

International Corporate Affairs – Alibaba

m.forte@alibaba-inc.com