



BEAUTY SUCCESS

Bien-être & belle humeur!

Dossier de presse

22 septembre 2010

Le Forum des Marques : un événement unique dans la profession.....	p.2
La Convention Nationale Beauty Success à Cannes : le programme.....	p.2
Un réseau de proximité.....	p.3
2 millions de clientes fidèles à Beauty Success !.....	p.3
Opération séduction pour l'Association Laurette Fugain.....	p.4
Un positionnement : Bien-être & belle humeur.....	p.5
Beauty Success en PACA.....	p.5

Le Forum des Marques : évènement unique dans la profession



Journée très prisée durant la Convention et instaurée voici 4 ans, c'est « le » rendez-vous avec les plus grandes marques de parfums et de cosmétique qui a pour décor le majestueux Palais des Festivals. Thierry Mugler, Dior, Saint Laurent, Clarins, ... Le Forum des Marques a réuni à nouveau cette année plus de 80 marques dont certaines présentent leurs toutes dernières nouveautés.

Beauty Success est le seul réseau en parfumerie sélective à réussir la performance de réunir en une seule journée les marques les plus prestigieuses du secteur durant le Forum des marques.

De plus, les directions générales des plus grandes marques : Dior, L'Oréal Luxe, Estée Lauder, Clarins, Puig, Procter & Gamble, Interparfums et Beauté Prestige International se sont exprimées dans le cadre d'une table ronde, face à l'ensemble des partenaires franchisés.



La Convention Nationale Beauty Success à Cannes

Chaque année, la convention est un moment fort dans la vie du réseau, toujours très apprécié par les partenaires franchisés. Ils sont en effet près de 75% à y participer cette année, ce qui confirme, selon Philippe GEORGES, PDG et cofondateur du réseau, le fort attachement à leur Enseigne. « Bien-être & belle humeur » est le fil conducteur de cette Convention à l'image de la base line de la nouvelle identité visuelle dévoilée en mai dernier, créée par le groupe Saguez & Partners.

La Convention 2010 : un programme studieux

Si la convivialité est toujours le maître mot des Conventions Beauty Success, le programme sera cette année particulièrement riche avec des thèmes tels que : après la nouvelle identité visuelle présentation de l'évolution des façades de magasins préfigurant le nouveau concept global prévu pour 2010, les nouveaux produits à la marque Beauty Success, l'institut de beauté de demain, ...

Des invités prestigieux

Olivier DAUVERS reconnu parmi les meilleurs spécialistes du monde de la distribution a présenté sa vision du magasin et du consommateur de demain tandis que Véra STRÜBLI, qui a à son actif la création de l'un des plus grands parfums connus au monde : Angel, a apporté son point de vue sur l'évolution de la beauté globale.

Une rencontre au cœur de la Maison Molinard

Pour les participants qui le souhaiteront, la Convention se terminera par une visite de « La Maison Molinard ». Fondée en 1849 à Grasse, berceau de la parfumerie mondiale, cette prestigieuse Maison est demeurée jusqu'à nos jours une entreprise entièrement familiale ; des valeurs partagées par Beauty Success.

Un réseau de proximité

Réseau de parfumeurs originaire du Sud-Ouest de la France, présidé par Philippe GEORGES, Beauty Success est aujourd'hui l'enseigne leader de la parfumerie sélective en franchise, réalisant les meilleures performances de son marché.

Au-delà, depuis ses origines, Beauty Success prône des valeurs humaines fortes : l'envie d'entreprendre et de créer, l'esprit d'équipe et de respect, la force des actions partagées et menées dans une dynamique d'ensemble et, bien sûr, la passion du métier. Par ailleurs, ce qui caractérise Beauty Success est sa proximité avec la clientèle, le professionnalisme des conseillères de vente (90% sont des esthéticiennes confirmées) et la qualité des services proposés.

L'enseigne compte aujourd'hui 260 parfumeries dont 7 implantations hors métropole à la Réunion, à Tahiti et au Maroc. Son objectif est de 400 parfumeries à l'horizon 2015.

Beauty Success continue sur sa lancée



Beauty Success a connu une progression de son chiffre d'affaires sous enseigne de 7,2%, sur un marché à +3% au 31 août 2010. D'excellents résultats qui confirment la pertinence du leader de la parfumerie sélective en franchise.

Rappelons qu'en 2009 l'enseigne réalisait la plus belle performance de son secteur. Sur un marché en repli de - 1,4 %, la croissance de Beauty Success s'établissait à + 7,17%, avec un chiffre d'affaires consolidé de 203 Md € !

Source: cabinet d'études marketing NPD Group. À périmètre non comparable.

260 parfumeries au service du bien-être et de la belle humeur

En 2010, le réseau continue de s'étoffer avec la création de 17 parfumeries dont 14 en franchise, au cours des 8 premiers mois, portant à 260 le nombre total de magasins. Ainsi, Beauty Success s'est implanté à St-André-de-Cubzac, Vaux-sur-mer, Coutras, Douarnenez, Fouesnant, Hazebrouck, St-Jean-du-Falga, Draveil, Caussade, Pléneuf-Val-André et au Maroc à Marrakech.

Dans ce contexte, l'objectif d'une vingtaine d'ouvertures pour l'ensemble de l'année devrait être atteint, Beauty Success poursuivant ainsi son maillage national.

2 millions de clientes fidèles à Beauty Success !

En juillet dernier, la 2 millionième cliente porteuse de la carte de fidélité, une cliente de la parfumerie Beauty Success de Rennes Alma, s'est vu offrir un an de beauté de chèques cadeaux, soit 600 € !

Chez Beauty Success, le client bénéficie d'un programme et d'offres très personnalisés, l'enseigne l'ayant placé au cœur de toutes ses attentions.

Opération séduction pour l'Association Laurette Fugain

Depuis maintenant 3 ans, chaque année au mois de décembre, tout le réseau de parfumeries sélectives Beauty Success, met en vente un gimmick, au prix de 2 €, dont les bénéfices sont intégralement reversés à l'Association Laurette Fugain. Cette mobilisation a déjà permis d'offrir 100 000 € à l'Association.

Chantal THOMASS a signé les « Poupettes » 2010

Chantal Thomass connaît bien le combat mené par son amie Stéphanie Fugain, présidente de l'Association. Et c'est ainsi que, tout naturellement et généreusement, elle a accepté de désigner la mascotte de l'opération 2010 où, une fois encore, tout le réseau Beauty Success la proposera à la vente au prix de 2 €.



Laissant libre court à son imaginaire et traduisant toute la sensibilité que requière le « Don de Soi », Chantal THOMASS a décliné ses couleurs fétiches, le noir et le rose parme, sur des effigies féminines en jupes à la mine facétieuse !

Pour Philippe GEORGES, PDG de Beauty Success, « *c'est pour nous tous, au sein de Beauty Success, une immense joie et une grande fierté que Madame Chantal THOMASS, que je considère comme la plus grande Dame de la lingerie de luxe française, ait ainsi mis tout son talent au service de la générosité !* ».

L'Association en quelques mots

L'association Laurette Fugain lutte contre la leucémie et milite en faveur du don d'organes, de sang, de plaquettes et de moelle osseuse. Elle se bat pour informer et sensibiliser au don de soi, parce que chacun peut agir et apporter de l'espoir aux personnes qui se battent chaque jour contre la maladie.

Grâce à l'ensemble des dons récoltés ce sont, depuis 2004, des dizaines de projets de recherche qui ont pu être menés. Beauty Success est fier d'y apporter sa contribution avec toute sa clientèle.

Un positionnement : Bien être & belle humeur !



La marque-enseigne Beauty Success se décline en 3 niveaux de bénéfice :

- La beauté extérieure : exprimée à travers le cœur de métier pour rendre belle.
- La beauté intérieure : exprimée à travers l'Institut, le bien-être.
- La beauté mentale : exprimée à travers la bonne humeur des clients de Beauty Success.

Tel un gimmick, la nouvelle signature de l'enseigne exprime la personnalité de la marque Beauty Success. Évoquant à la fois la beauté extérieure, intérieure et mentale, elle signifie tout le bénéfice de l'univers Beauty Success : être bien dans son corps, être bien dans sa tête et rendre belles toutes les femmes !

Un logo « Fleur Papillon »

Le papillon est, depuis 2000, le fil conducteur de la communication de Beauty Success. Symbole d'unicité et de métamorphose, il devient l'élément phare de la démarche de beauté globale, où chaque femme est prise en compte de manière unique, s'adaptant sans cesse à son besoin, son envie et son humeur !

À la façon d'un kaléidoscope, le logotype se décline à l'envi dans des couleurs chaudes et sensuelles qui expriment toute la philosophie de l'enseigne : l'accessibilité à la beauté et au bien-être pour le plus grand nombre.

Beauty Success en PACA

A l'heure actuelle, il existe 12 parfumeries Beauty Success en Provence Alpes Côte d'Azur

- dans les Alpes de Haute Provence : à Digne-les-Bains et Barcelonnette,
- dans les Alpes Maritimes : 2 parfumeries à Grasse et une à Biot,
- dans les Bouches-du-Rhône : 2 parfumeries à Marseille (Negresko et centre Grand V), une à Carry-le-Rouet et à Istres,
- dans le Vaucluse : à Pertuis,
- dans le Var : à La-Valette-du-Var et au Lavandou.

Beauty Success est très attentive aux opportunités d'implantation dans la région. Elle compte y ouvrir une dizaine de points de vente d'ici la fin 2012.