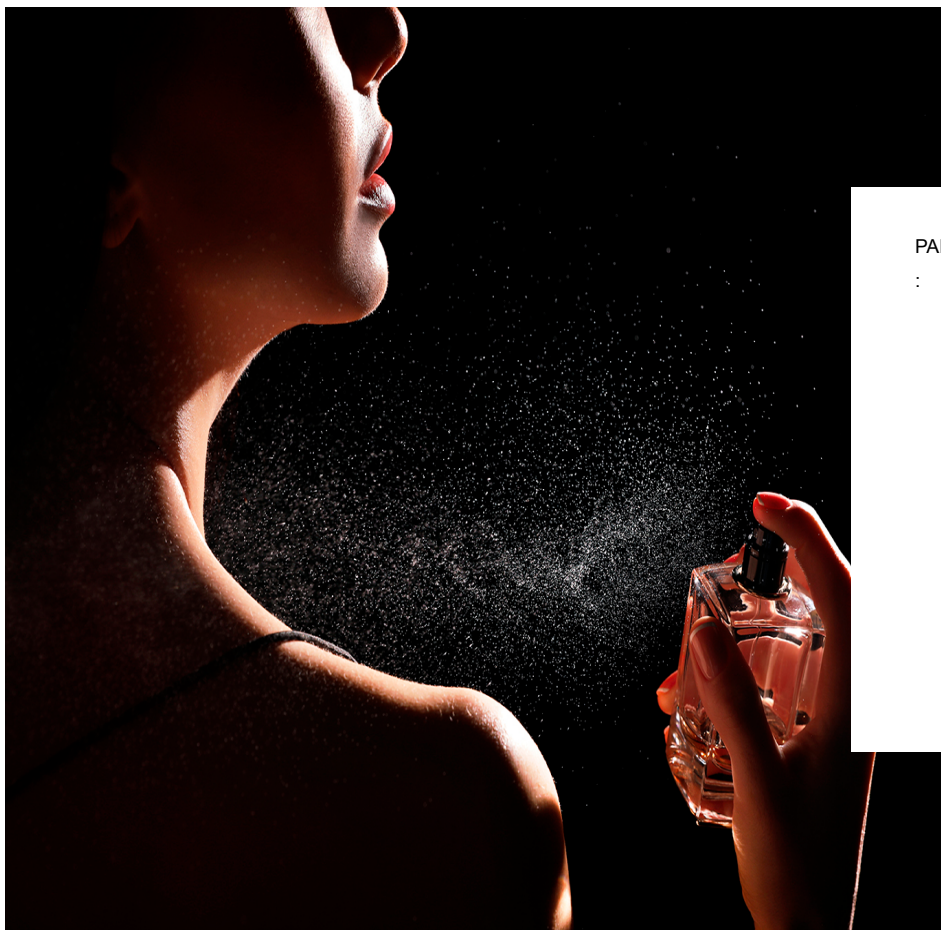


# Les tendances parfum 2024

TENDANCES | MARS 2024 | SOPHIE MACHETEAU



PARTAGEZ SUR



:

Le secteur du parfum se porte bien, attestant d'une belle dynamique et d'une premiumisation du marché.

Acheter un produit hautement désirable, avec une totale traçabilité, soutenu par une belle expérience et de belles valeurs, fait partie des nouvelles attentes des consommateurs.

## UN MARCHÉ FRANÇAIS QUI SE PORTE BIEN

La France progresse de +29,4 % entre 2021 et 2022, preuve que ce marché est très dynamique. Le parfum représente par ailleurs le premier marché à l'export pour la France avec 1/3 des exportations françaises (19,2 milliards au total en 2022). La France dispose ainsi d'une place de leader mondial avec 6,4 milliards € d'exportation de parfums et eaux de toilettes en 2022 contre 2,4 milliards € pour l'Espagne son premier challenger (Douanes Françaises et UN Comtrade Database, 2023, analyse Cosmetic Valley).

## PREMIUMISATION DU MARCHÉ

Parmi les tendances fortes du marché, ressort l'envie singulière d'acheter des parfums de niche, des parfums artisanaux, des jus hautement concentrés et d'une plus grande complexité aromatique.

Pour preuve : en Europe, les références EdP (eau de parfum) ont progressé de 16 % au cours des cinq derniers mois, tandis que les extraits de parfum, qui ne représentent que 5 % du marché, ont gagné 69 % en valeur (Circana). Rien de surprenant à ce que les parfums dont le prix est supérieur à 150 € aient augmenté de 60 % l'année dernière sur les cinq principaux marchés.

## La parole de l'expert

Pour comprendre cet engouement pour les extraits de parfum, nous avons interrogé David Benedek, fondateur de la Maison de Parfums BDK Parfums.

# Les extraits se multiplient sur le marché. Quelles sont, selon vous, les raisons d'un tel engouement ?

Dans l'histoire de la parfumerie, l'extrait a toujours été la concentration la plus voluptueuse, la plus précieuse, faisant appel aux plus belles matières premières dans des concentrations importantes. Pour des raisons de coûts, les maisons et les marques de parfums se sont alors, depuis des décennies, mises à proposer des versions moins concentrées que sont les eaux de toilette et les eaux de parfums. Aujourd'hui, on assiste effectivement à cette envie du consommateur de retrouver toute cette richesse et cette complexité des belles matières.

## L'exemple concret

Depuis sa création, BDK Parfums a toujours été à l'écoute de ses clients. Après le lancement de «Gris Charnel» en 2019, nombre d'entre eux ont fait part d'une envie d'une version plus intense de ce jus qui était devenu en quelques mois, et est toujours aujourd'hui, l'un des best-sellers de la marque. Cette clientèle est en effet à la recherche de parfum avec toujours plus de tenue, de projection et au sillage toujours plus affirmé.

## Le layering parfumé continue à s'affirmer en 2024

Le layering parfumé consiste à superposer et combiner plusieurs fragrances afin de s'inventer un sillage unique et personnel, modifiable à l'envie, selon qu'il fait frais ou chaud, que l'on se sente d'humeur séductrice ou sereinement introspective. Le layering présente un double avantage non négligeable : permettre à la fois au consommateur de porter un parfum de peau personnalisé, mais aussi permettre aux revendeurs de faire de belles ventes additionnelles. N'hésitez pas à en proposer en instituts.

---

### Les consommateurs recherchent des parfums avec toujours plus de tenue et un sillage toujours plus affirmé

---

À titre d'exemple, Olibanum renoue avec l'art du layering. Ses créations, ayant été formulées avec la même structure olfactive et contenant toutes de l'essence d'oliban, se superposent harmonieusement.



## Le succès confirmé des collections privées

Les collections privées illustrent à merveille cette tendance du parfum de niche premium. Elles sont au monde des fragrances ce que la haute couture est à la mode : l'expression d'un graal olfactif marquant à merveille quintessence et rareté, tout en conjuguant ingrédients rares, créativité exacerbée et sillages d'exception. Loin des parfums standardisés, ces collections reflètent l'envie des consommateurs de porter un parfum confidentiel, réservé à quelques privilégiés.

Si les collections privées connaissent un succès de plus en plus grandissant, c'est en partie grâce à une stratégie marketing bien ficelée. Les parfums ne sont disponibles que dans un nombre de points de vente réduit, et surtout en quantité limitée. Créer un sentiment d'exclusivité chez le client, tel est bien tout l'enjeu de ces collections.

## LES NOTES ATTENDUES EN 2024

Laure Shalgian, Fine Fragrance Marketing Manager Chez Eurofragrance, nous révèle les notes phares de l'année à venir :

- **La vanille** reste toujours un incontournable, mais elle sera réinventée. Dans l'air, une petite subtilité de vanille avec un côté sombre (avec du cuir, de l'oud, de l'encens ou même des nuances animales). Gagnant en popularité, la vanille est un ingrédient phare de la parfumerie qui, aujourd'hui, ne se limite pas aux fragrances pour jeunes filles, mais révèle ses facettes les plus sombres et sensuelles.
- On observe une orientation notable pour **les notes vertes** contemporaines : anis (voire une note semblable à l'absinthe), herbe, poire verte croquante et figue verte.
- De nouvelles **notes de tête fruitées** avec pas mal de fruits tropicaux : mangue, cerise, maracuja, litchi, fruit de la passion, pastèque, fruit du dragon, ou encore noix de coco.
- **Les parfums gourmands** sont toujours en demande, avec moins de sucré mais davantage de facettes telles que le café, des notes noisettées comme la pistache. De nouvelles facettes telles que le riz, le pop-corn et les céréales sont également explorées par les parfumeurs créatifs. Avec une inspiration «desserts» et/ou «céréales», on retrouvera des notes sucrées et régressives, réconfortantes, joyeuses et rassurantes, parfois «madeleine de Proust». Des notes avec un côté addictif et un retour en enfance.
- Sans oublier **la myrrhe** (baumes et résines) actuellement très en vogue.
- **Les notes épicées et boisées** resteront à la mode. Plus précisément, le safran et le bois de santal.
- **Les notes alcoolisées** sont devenues très populaires au Moyen-Orient ces dernières années, comme le whisky, le rhum, le cognac, qui sont censés ajouter de la chaleur, de la profondeur et de la complexité aux parfums.
- N'oublions pas **les floraux** avec des notes florales blanches et des notes solaires qui seront également très présentes en 2024.

## LE RETOUR DU PARFUM SOLIDE

Si le parfum solide avait bien tenté une percée il y a 5 ans, l'engouement s'était rapidement essoufflé. Mais le succès des cosmétiques solides a relancé la tendance des parfums solides, qui connaissent aujourd'hui une belle dynamique et permettent de proposer des petits prix, au travers de formules courtes, anhydres qui présentent généralement - du moins pour les formules végétales - de belles caractéristiques environnementales et une galénique des plus nomade.

---

**Les neuroscientifiques ont validé que le parfum  
«Hespéride Ambrée» augmente de plus de 92 % la  
sensation de joie**

---

Cette nouvelle galénique - par ses prix d'appel - présente le grand avantage de capter une clientèle jeune et désireuse de simplicité et de formules clean.

# LE PARFUM HOLISTIQUE SOURIRA EN 2024

Selon Mintel, les consommateurs recherchent des parfums qui ont un impact positif sur leurs émotions et renforcent leur sentiment de bien-être.

La pandémie a entraîné un changement profond dans les besoins des consommateurs qui recherchent de plus en plus des senteurs qui améliorent l'humeur ou renforcent la confiance en soi.



Côté Laboratoires, Cosmo International Fragrances a développé le «Ginger Peru C02» qui transmet stimulation, énergie et joie, des effets mis en évidence par le Dr Olga Alexandre.

Iberchem, filiale du groupe Croda, lance, quant à elle, un nouveau programme d'investigation neuroscientifique «Wavemotion» avec 4 grandes zones de l'humeur mises en avant : Happy, Invigorating, Sensual, Relax.

## Des exemples de lancements de parfums holistiques

- **100Bon** élargit sa collection Aromachologie avec «Breathe in Paris by Susan Oubari». Cette création olfactive est le fruit d'une collaboration unique avec Susan Oubari, Maître Reiki et pionnière du Breathwork en France. Ce duo a su concevoir une synergie parfumée qui promet un rééquilibrage complet : mental, physique et émotionnel. Plus qu'un simple parfum, c'est une aide holistique pour le cheminement intérieur et la recherche du bien-être.

- **Beauty Garden** lance le «Parfum Lâcher Prise», un parfum solide bienveillant pour apaiser l'esprit et réveiller les sens. Dans ce parfum, chaque molécule aromatique est active et apaise l'esprit. L'alchimie entre les molécules aromatiques et les réponses neuronales offre une expérience sensorielle profonde, invitant chacun à s'évader du tumulte quotidien et à embrasser un état de calme bienfaisant :

- **La marque de cosmétiques Essenska**, lancée récemment par le Laboratoire Léa Nature, a développé un algorithme, qui permet de calculer des scores sur sept dimensions fondamentales des émotions positives. La marque lance le baume de parfum solide «Hespéride Ambrée» qui révèle une signature olfactive aux notes ambrées florales alliées à la douceur des agrumes. Les tests scientifiques élaborés par le Laboratoire Essenska et validés par des neuroscientifiques ont montré qu'il augmente plus de **92 %** la sensation de joie et de plus de **96 %** le sentiment de bonheur chez les testeurs.

- La dernière avancée de **Firmenich** (entreprise suisse de création de fragrances) dans le domaine des émotions est de travailler – par l'intermédiaire de l'IA et de leur programme EmotiCode - sur le tout premier parfum offrant l'avantage prouvé d'une meilleure concentration, applicable à l'échelle mondiale et validé par des tests et des sciences cognitives. À suivre...

## LES PARFUMS RECHARGEABLES GAGNENT DES PARTS DE MARCHÉ

Parfaite illustration de l'avancée de l'écoresponsabilité en parfumerie, le parfum rechargeable gagne progressivement les linéaires et le cœur des consommateurs qui se sentent prêts à tenter l'expérience. Selon NPD Group, les parfums rechargeables représentent actuellement **6 %** des ventes en Europe, et les recharges **1 %**. Certes, cela reste faible mais l'année 2024 devrait confirmer la nette progression de cette tendance, qui apparaît comme beaucoup plus efficace que le recyclage ou l'allègement et qui permet de diviser l'empreinte environnementale par le nombre de réutilisation d'un flacon. À titre d'exemple, «Myslf», eau de parfum d'Yves Saint Laurent, permet d'économiser **43 %** de verre, **75 %** de métal, **21 %** de plastique et **16 %** de papier.



---

**La recharge de parfum est en 2024 la voie royale pour  
concilier développement durable et luxe**

---

### Les freins

Il reste toutefois certains freins à lever, notamment en termes de distribution. Les recharges doublent les volumes en linéaires et si les fontaines représentent le modèle le plus vertueux, il n'est pas simple de faire cohabiter plusieurs dizaines de fontaines dans un même point de vente. En outre, pour être la plus avantageuse possible, la recharge doit avoir un volume important de 150 ou 200 ml, correspondant à plusieurs re-remplissages, un véritable engagement pour le consommateur, habitué à changer régulièrement de parfums pour multiplier les expériences olfactives.

Au-delà de ces freins, nul doute que la recharge sera en 2024 et les années qui suivront la voie royale pour concilier développement durable et luxe.

# LES KITS DÉCOUVERTES SE MULTIPLIENT

L'essai, par le biais de l'échantillonnage, par de petits formats et de kits, étant indispensable pour faire le ou les bons choix, les marques multiplient les expériences de découvertes. De plus en plus de marques en proposent désormais à la vente sous la forme de kits découvertes payants, pouvant parfois être offerts à partir d'un certain montant d'achat. Et plus les kits proposent un nombre important d'échantillons, plus cela devient une expérience immersive intense à vivre seul ou à plusieurs. L'occasion d'échanger autour des goûts et des couleurs, de partager un moment sensoriel et de connaître autrement ceux que l'on aime. Les marques peuvent aussi insérer un bon d'achat dans le coffret pour convertir plus facilement à la vente le consommateur et ainsi le fidéliser.

## DES SOLVANT DE PLUS EN PLUS «BAS CARBONE»

Comme vous le savez, les industries de la fermentation et de la distillation sont fortement émettrices de dioxyde de carbone. La parfumerie cosmétique participe à **0,5 %** des émissions mondiales de CO2 selon l'étude Makeup the Future de Quantis réalisée en 2020.

Rechercher des solutions moins gourmandes en CO2 est, par conséquent, une priorité de la parfumerie alcoolique. Parmi les très belles innovations de 2024, l'arrivée sur le marché d'un alcool neutre de légumineuses, régénératif et bas carbone. Cet alcool très innovant a été mis au point par la société industrielle et technologique INTACT – fondée en 2022 – située à Baule dans le Loiret.

Les maisons Dior, Givenchy et Kenzo de LVMH travaillent également sur un projet visant à aider les exploitations bettravières de l'est de la France à passer à des méthodes durables pour produire l'équivalent de **45 %** de leurs besoins en alcool.

## L'ACCÉLÉRATION DE LA CLEANTECH EN PARFUMERIE EN 2024

2024 sera plus que jamais l'année de la Parfumerie Positive et Consciente. Tout l'enjeu pour les parfumeurs est de créer et de produire en tenant compte des enjeux d'aujourd'hui et de demain sans altérer toutefois la sensorialité des jus et l'émotion qu'ils transmettent. Réduire l'empreinte carbone et environnementale des parfums et, à terme, avoir un impact positif sur les personnes, la nature et le climat.

### Le développement de formules compactes

La technologie EcoBoost développée par la Société CPL Aromas permet d'utiliser 10 fois moins de parfum pour un même résultat et se révèle un choix pertinent pour les marques car le cahier des charges relatif à la création ne cesse de s'alourdir. Cette technologie a d'abord convaincu les marques de grande consommation, car elle allège les coûts de transport et de stockage d'une part, et permet en outre de commander une plus faible quantité de concentré. Mais elle séduit désormais une clientèle de niche, en quête de créativité et de produits haut de gamme. L'EcoBoost est aujourd'hui très attractif pour les marques, sensibles à leur image, à la recherche de nouvelles solutions écologiques innovantes.



## L'impact des formules de parfum sur l'environnement

Avec FlorIndex, TechnicoFlor fait entrer le parfum dans l'air de l'écoconception. Développé par TechnicoFlor, FlorIndex permet d'évaluer l'impact des formules de parfum sur l'environnement. Lancé en 2022, cet outil d'écoconception offre la possibilité de mesurer l'impact environnemental des parfums à presque toutes les étapes du cycle de leur développement.

---

### 2024 sera plus que jamais l'année de la parfumerie positive et consciente

---

Du sourcing des matières premières à la fin de vie du parfum, en passant par la production et le transport, il s'appuie sur 38 indicateurs pour évaluer 8 critères : le poids des matières premières responsables, le poids du solvant, l'énergie nécessaire à la production, l'impact du transport, mais aussi la biodégradabilité d'une formule ou la mesure de sa toxicité sur l'environnement et la santé. Sous la forme d'un écoscore, il attribue au parfum une note de A à E qui permet d'avoir toutes les données nécessaires à sa compréhension. FlorIndex a récemment obtenu la validation d'Afnor Certification : l'organisme a validé sa pertinence, sa transparence et sa robustesse.

## L'IA AU SERVICE DE LA CRÉATION OLFACTIVE

Plus que jamais en 2024, l'IA sera au service de la parfumerie.

- Les parfumeurs pourront utiliser des modèles d'IA pour **analyser des milliers de formules de parfums** existantes et créer de nouvelles combinaisons olfactives en fonction des préférences du consommateur. Ces modèles peuvent prendre en compte des données sensorielles, des évaluations de parfums, et même des tendances du marché pour formuler des parfums innovants.
- L'IA peut être utilisée pour **analyser les avis et les commentaires** des clients sur les parfums, en extrayant des informations sur les notes olfactives préférées, les avis positifs et négatifs, et les tendances. Les entreprises peuvent utiliser ces informations pour améliorer leurs produits.
- L'IA peut être utilisée pour **créer des parfums personnalisés** en fonction des préférences individuelles des clients. Les données sur les préférences olfactives, les réactions cutanées et d'autres facteurs peuvent être utilisées pour formuler des parfums uniques.

En résumé, l'IA a un rôle croissant dans l'industrie des parfums, que ce soit pour la création, la recommandation, l'analyse, la fabrication ou la personnalisation des parfums. Elle offre des possibilités d'innovation et d'amélioration de l'expérience client dans ce secteur.



## LA DIFFUSION SÈCHE POUR VOTRE INSTITUT DÉSORMAIS EN VERSION BIO-SOURCÉE

Plus que jamais, apposer votre signature olfactive dans votre institut est un levier pour permettre à vos clientes de vivre leur passage comme une véritable expérience. La technologie star de cette année 2024 sera la diffusion sèche.

L'expert incontesté en la matière est la société française Scentys qui propose un accompagnement sur-mesure pour garantir un marketing olfactif s'adaptant à chaque typologie de clients.

---

**L'IA joue un rôle croissant dans l'industrie des parfums,  
que ce soit pour la création ou l'analyse**

---

### Une technologie brevetée inédite

Scentys a développé une technologie brevetée inédite : le parfum en capsule sous forme solide. Ce sont de petites billes de polymère chargées de concentré de parfum pur, retenues dans une capsule qui, intégrée dans un diffuseur permet de libérer des sillages subtils. Cette technologie garantit une diffusion à froid, sans solvant ni alcool, et sans rémanence. Alternative au plastique, la technologie de diffusion brevetée de Scentys est désormais disponible dans des matériaux bio-sourcés, végétaliens et recyclés, fabriqués en France. Cette innovation permet un bilan carbone amélioré (par rapport à la résine actuellement utilisée) et apporte une réponse aux préoccupations environnementales. Pionniers en matière de matériaux biosourcés dans le domaine des systèmes de diffusion de parfums, Scentys s'assure de la compatibilité de ces matériaux avec les parfums, de la qualité de la reproduction du parfum et de l'absence de pollution olfactive.

\*

Créer des parfums conscients avec une palette durable d'ingrédients renouvelables, biodégradables et issus de sources responsables, sans pour autant nuire à la magie des jus, voilà tout l'enjeu des futurs lancements. N'hésitez pas à suivre le mouvement et à proposer des marques de niches qui se démarquent par leur créativité et leur démarche positive.

---