

## Beauty Success Group devient Groupe Novi

Après s'être réorganisé en quatre pôles, Retail, Services, Logistique, Marque-Digital-Innovation, en 2021, Beauty Success Group (C.A. consolidé 2022 : 250 M€ HT) change de nom pour devenir Groupe Novi. Un ensemble d'activités dédiées à la vente de produits et de prestations de services beauté en France et à l'international.



Philippe Georges, président  
de Groupe Novi.

« Novi est voué à  
grandir par crois-  
sances et externe. »

© Pascal Rousse

**I**l était légitime que l'enseigne de parfumeries Beauty Success, notre fer de lance, donne son nom au groupe en 2016. Mais au fil du temps, elle était tellement prédominante qu'elle pouvait être un peu écrasante pour les autres enseignes », explique Philippe Georges, président désormais de Groupe

Novi (No pour nouveau et vi pour vie). Ces six dernières années, il n'a eu de cesse de se développer dans la distribution. Il rachète d'abord la chaîne Esthetic Center puis en 2019, Beauty One Paris à la tête de cinq enseignes et 140 centres dont 40 à l'international (Relooking Minceur Beauté, Physiomins, HTA Care,

JFG Clinic, le fabricant de matériel High Tech Aesthetic). Un an après, il acquiert un fournisseur de consommables et de machines pour les instituts, ADL Esthétique basé à Toulouse. Il réorganise ses activités en quatre business unit : Retail (parfumeries-instituts Beauty Success et Nicole) dirigé par Stéphanie Chalard, Services (Esthetic Center, Physiomins, JFG Clinic, JFG Depil, Citron Vert) avec à sa tête Dominique Munier, Marque-Digital-Innovation (marques propres, digitalisation du groupe et accompagnement de la croissance externe) piloté par Dominique Fargeas, Logistique (gestion de la plateforme de Saint-Astier et services généraux) dirigé par Christophe Georges. Quatre autres verront le jour d'ici à 2025. L'une sera consacrée à la Formation, la deuxième à la Distribution BtoB. Les deux suivantes restent pour l'instant confidentielles.

### Une école interne

Le pôle Formation sera en charge d'un nouvel établissement inspiré du campus des métiers de la beauté et du bien-être. International Beauty & Cosmetic Business School, créé par Régine Ferrère à Chartres. Groupe Novi ayant déjà une participation financière dans l'IBCBS. Il sera implanté dans le quartier de La Bastide à Bordeaux et proposera dès l'automne >>>

### Une accélération de la croissance externe ces trois dernières années





2023 des formations diplômantes (CAP, BP, Bac Pro, BTS puis Masters). « *Cinquante à cent sites, parfumeries, instituts Beauty Success situés en Nouvelle Aquitaine pourront recevoir les étudiants en alternance, précise Philippe Georges. Nous recréerons aussi notre école interne que nous appelions Beauty Success. Ce seront des formations en alternance avec des diplômes qualifiants sur l'accueil, les protocoles de soins... destinées principalement aux esthéticiennes, à partir de janvier 2023.* » C'est également à Bordeaux que sera déménagé prochainement le siège social de Canon (Gironde). Quant au pôle Distribution BtoB opérationnel en 2023, il intégrera dans un premier temps les activités d'ADL Esthétique. Mais aussi d'autres entreprises. « *Novi est un écosystème d'entreprises spécialisées dans*

## LA GALAXIE DE GROUPE NOVI

**250 M€** HT chiffre d'affaires consolidé 2022 de Groupe Novi.

**300** partenaires franchisés.

**8 enseignes** (avec plus de **650 points de vente en France et à l'international** dont 310 parfumeries-instituts Beauty Success dont 163 franchisés, 14 Beauty Success L'Institut, 1 parfumerie traditionnelle Nicole, 180 Esthetic Center, 13 Esthetic Center Expert Minceur, 40 points de vente partenaires Relooking Minceur, 34 JFG Clinic et 9 JFG Depil.

**1 plateforme** logistique d'un hectare à Saint-Astier (Dordogne) servant les magasins intégrés et franchisés.

la vente de produits de beauté et de prestations de services esthétiques voué à grandir par croissances organique et externe », affirme Philippe Georges.

### Rachats des marques Les Senteurs Gourmandes et Pur Eden

Parmi les derniers rachats : figure la chaîne d'instituts Citron Vert particulièrement implantée dans la région Rhône-Alpes et dans le Sud-Est de la France. D'autres affaires pourraient rejoindre ce pôle Services. Depuis cet été, la business unit Marque-Digital-Innovation est en charge des parfums et des cosmétiques naturels Les Senteurs Gourmandes et les soins bio et vegan Pur Eden achetés à la société Parfums par Nature de l'entrepreneur Régis Lelong. « *Nous élargirons leur distribution actuelle en parfumerie et institut* », annonce Philippe Georges dont le groupe incubé aussi des start-up. « *Nous pouvons les accompagner financièrement ou logistiquement comme c'est le cas avec la marque TIL* (ndlr : Award Instagram lors de la 6<sup>e</sup> édition des Indies & Beauty Tech Forum de Cosmétique-mag) ». Groupe Novi s'apprête aussi à intégrer dans ce même pôle le site marchand Parfumerie Privée réservée à la vente de produits de beauté aux comités d'entreprise. « *Nous restons dans la distribution*, rappelle Philippe Georges. *Mais Novi c'est l'ouverture et peut donc se permettre des choses que Beauty Success Group ne se permettait pas. Il n'est donc pas exclu qu'un jour peut-être nous ayons une branche industrielle.* »

MARYLINE LE THEUF

tion, en plus de son magasin Aélia Duty Free, à Lux-Airport au Luxembourg. Des casiers numériques permettent en effet aux passagers de retirer, au départ ou à l'arrivée, leur commande passée en amont de leur voyage, lors de leur réservation de vol par exemple, sur l'appli ou sur le site marchand du partenaire digital, Inflyter. « *Il s'agit de la première installation de cette innovation dans le domaine du travel retail en Europe* », indique-t-on chez Lagardère Travel Retail. Ce dernier a également installé un distributeur automatique d'une quarantaine de parfums, vins, spiritueux, tabac, confiseries, au terminal B de l'aéroport de Luxembourg pour des achats duty free 24/24h.

### RETAIL

## Énergie : le CdCF tire le signal d'alarme

Les Fédérations du commerce du Conseil du Commerce de France (CdCF) alerte sur le risque de fermeture de magasins et de licenciements en raison des coûts énergétiques. Les commerçants ont récemment vu leur facture multipliée par quatre. Et pour les prix à venir « *des coefficients fois 5, voire fois 15 sont déjà proposés par les fournisseurs d'énergie*, indique-t-elle. *Les entreprises du commerce sont aujourd'hui exclues de l'aide mise en place par l'État qui ne vise que les entreprises grandes consommatrices de gaz et d'électricité. Le seuil de 3 % du ratio "coût de l'énergie sur le chiffre d'affaires" en 2021 pour les entreprises du commerce est un seuil jamais atteint.* » Elle demande donc au gouvernement de prévoir un ratio d'accès à l'aide « *coût énergie sur chiffre d'affaires* » de 1 %.

### NOMINATIONS

**Sander van der Laan** deviendra

CEO du groupe allemand de parfumeries **Douglas**, à partir du 1<sup>er</sup> novembre. Il succède à Tina Müller qui a démissionné mais rejoindra le conseil de surveillance de Douglas. Elle a piloté, entre autres, la transformation digitale du groupe (C.A. 2020/2021 : 3,1 Md€). Sander van der Laan est, pour sa part, un spécialiste de la distribution. Il était jusqu'alors CEO d'Action, l'enseigne de solderie qui est passée sous sa présidence de 2 Md€ de C.A. en 2015 à 5 Md. **Delphine Chorenslup** rejoint le pure player Showroomprivé comme directrice générale du site marchand **Beauté Privée**. Elle fut VP Digital chez Guerlain (LVMH) et dernièrement Chief Digital & Client Experience Officer du groupement de pharmacie Boticinal.

ALERTE MAIL DU 20/10/22

### RÉSULTATS

## Croissance à deux chiffres pour L'Oréal

ALERTE MAIL DU 20/10/22

Le chiffre d'affaires du numéro un mondial de la beauté s'établit à 27,94 Md€, pour les neuf premiers mois de 2022, en hausse de 12 % à données comparables, par rapport à la même période de 2021. Toutes les divisions sont en croissance. L'Oréal Luxe est toujours en tête à 10,48 Md€ (+12,2 %) suivi des Produits Grand Public à 10,34 Md€ (+8,7 %). La Cosmétique Active à 3,85 Md€ continue d'enregistrer une progression de 22,6 %. À noter également la hausse de 10,9 % de l'activité des Produits Professionnels (3,25 Md€).

## Hermès à +24 %

La maison Hermès a réalisé un chiffre d'affaires de 3,13Md€, en progression de 24,3 % à taux de change constant au troisième trimestre 2022. Tous les métiers sont en croissance. Les ventes de Parfum et Beauté augmentent de 7,4 %. À fin septembre 2022, l'activité est de 8,61 Md€ (+23,6 %). La branche Parfum et Beauté est en hausse de 17,5 %.

### DUTY FREE

## Lagardère Travel Retail digitalise le shopping

Le groupe français (C.A. 2021 : 2,3 Md€) compte deux nouveaux modes de distribu-

DANS CE NUMÉRO(\*) PAGE 1 Beauty Success Group, Groupe Novi PAGE 2 Beauté Privée, Boticinal, CdCF, Douglas, Guerlain (LVMH), Hermès, Lagardère Travel Retail, L'Oréal, Showroomprivé, PAGE 3 Nielsen PAGE 4 Bioderma (NAOS), Gillette (P & G), Juliette Has a Gun, Rochas (Interparfums) PAGE 5 Dior, (LVMH), INCC, Lafayette Conseil, Pharmabest, UNEC, Vilebrequin (G-III Apparel Group).