

L'ORÉAL

L'ORÉAL ET PROENZA SCHOULER SIGNENT UN CONTRAT DE LICENCE OUVRANT UNE NOUVELLE VOIE À LA PARFUMERIE DE LUXE

Clichy, le 3 juin 2015 - L'Oréal a annoncé aujourd'hui la signature d'un contrat de licence avec Proenza Schouler pour la création et le développement de parfums de luxe.

Proenza Schouler, marque de prêt-à-porter féminin basée à New York, a été fondée en 2002 par les designers Jack McCollough et Lazaro Hernandez. Considérée comme l'une des marques de mode américaines les plus en vue, Proenza Schouler et son style urbain et contemporain, est une marque résolument moderne, dans ses créations comme dans sa philosophie. Inspirés par l'art moderne et la culture des nouvelles générations, Jack McCollough et Lazaro Hernandez repoussent sans cesse les limites de la couture traditionnelle en jouant à associer artisanat et nouvelles technologies.

« Jack McCollough et Lazaro Hernandez font clairement partie du cercle restreint des créateurs américains les plus prometteurs de cette génération. Leur créativité apportera à L'Oréal Luxe le complément idéal pour son portefeuille de marques de parfums emblématiques. Nous sommes ravis d'accueillir ces designers si talentueux dans la famille L'Oréal », déclare Nicolas Hieronimus, Président Directeur Général des Divisions Sélectives.

Grâce au talent d'innovation de ses designers et aux nombreuses récompenses remportées lors de prestigieux concours de mode, Proenza Schouler s'est rapidement exportée dans le monde entier. La marque lance sa première ligne de sacs à main en 2008, et signe ensuite un contrat de licence pour autoriser la production et la distribution de sa collection de chaussures en 2012. Elle compte aujourd'hui dix boutiques principales et plus de 100 points de vente dans les magasins les plus prestigieux de plus de vingt pays.

« Proenza Schouler est l'une des marques les plus inspirantes de l'industrie de la mode. Elle redéfinit ce que signifie être une femme moderne aujourd'hui. Elle est la voix de toute une génération. L'engagement de la marque en matière d'innovation, de beauté et d'artisanat et l'attention qu'elle porte aux détails reflètent les valeurs fondamentales de Designer Brands Fragrances de L'Oréal Luxe », explique Nathalie Durán, Directrice Générale International Designer Brands Fragrances chez L'Oréal. Le portefeuille de Designer Brands Fragrances de L'Oréal Luxe compte déjà les maisons Cacharel, Diesel, Maison Margiela et Viktor&Rolf.

« Nous sommes très impatients de nous lancer dans cette nouvelle aventure aux côtés de L'Oréal. Nous rêvions depuis toujours de créer un parfum. Nous n'aurions jamais pu imaginer que nous aurions un jour cette chance, qui plus est en collaborant avec le leader mondial dans ce domaine. Nous nous réjouissons à l'idée de transposer notre esthétique visuelle pour l'adapter au monde si émouvant des senteurs, » ajoutent Jack McCollough et Lazaro Hernandez.

A propos de L'Oréal

Depuis plus de 105 ans, L'Oréal est dédié au métier de la beauté. Avec un portefeuille international de 32 marques diverses et complémentaires, le Groupe a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires consolidé de 22,5 milliards d'euros et compte 78 600 collaborateurs dans le monde. Leader mondial de la beauté, L'Oréal est présent dans tous les circuits de distribution : le marché de la grande consommation, les grands magasins, les pharmacies et drugstores, les salons de coiffure, le travel retail et les boutiques de marque.

L'Oréal s'appuie sur l'excellence de sa Recherche et Innovation et ses 3 700 chercheurs pour répondre à toutes les aspirations de beauté dans le monde et l'ambition du Groupe de séduire un milliard de nouveaux consommateurs dans les années à venir. A travers son programme « Sharing beauty with all » L'Oréal a pris des engagements ambitieux en matière de développement durable tout au long de sa chaîne de valeur, à horizon 2020. www.loreal.com

A propos de L'Oréal Luxe

L'Oréal Luxe propose à une clientèle féminine et masculine du monde entier un éventail de 17 marques internationales prestigieuses, au patrimoine unique et inscrites dans la modernité, composé de marques du monde de la mode (Giorgio Armani, Yves Saint Laurent, Diesel, Cacharel, Viktor&Rolf, Ralph Lauren...), de marques historiques (Lancôme, Biotherm, Helena Rubinstein...) et de marques alternatives symboles d'un nouveau luxe. Le luxe historique, synonyme de patrimoine et d'artisanat, se mêle désormais au nouveau luxe, plus digital, plus alternatif, dans lequel s'inscrivent les marques Urban Decay, Clarisonic, Shu Uemura et Kiehl's.

Les marques de L'Oréal Luxe s'attachent à faire progresser les différents métiers de la beauté de luxe – soin de la peau, maquillage, parfum – et à offrir en distribution sélective des produits de grande qualité et un service visant l'excellence dans le respect de la diversité de sa clientèle.

L'Oréal Luxe a réalisé un chiffre d'affaires de 6,2 milliards d'euros en 2014, enregistrant une progression de 7,1% portée par des percées remarquables en maquillage et en parfums féminins, en particulier les succès de « la vie est belle » de Lancôme, Si de Giorgio Armani et Black Opium d'Yves Saint Laurent.

Contact Media

Clémence Fugain | clemence.fugain@loreal.com | tél. : 01 47 56 83 06