

PAPER

BEAUTYPROF

05-06/2024

REVISTA

BEAUTYPROF.com

141
MAY-JUN
2024

PERFUMERÍA / COSMÉTICA / DISTRIBUCIÓN / FORMACIÓN / LANZAMIENTOS

X @beautyprof_



INICIATIVAS BP

GALA DE ENTREGA DE
LOS PREMIOS PERFUMERÍA
DEL AÑO 2024

REPORTAJE

VII CONCURSO INTERNACIONAL
DE PERFUMERÍA "MOUILLETTE
D'ARGENT"

REPORTAJE

EL CONSUMIDOR
IMPULSA EL AUGE DE LA
DERMOCOSMÉTICA

ESPECIAL

FRAGANCIAS DE VERANO



LOS GALARDONADOS

En la imagen, los premiados de los XXII Premios Perfumería del Año (de izq. a dcha.): Anna Soler, directora comercial de Perfumería Júlia; Gabriele Zaretti, director general de Perfumería Júlia; Ricard Sanz, director general de Perfumería Comas; Bernardo Casp Sanz, director general y consejero delegado de Druni; María Teresa Aguirregomezcorra, encargada general de Perfumería Urbietta; Dhiraj Chhabria, presidente de Fund Grube; Marina Alberghini, propietaria de Profumi Cherry; Juan José Carballo, director general de Grupo Maremor; Sergi Martín, CEO de Grupo Bomari Cosmetics; Raquel Comas, propietaria de Perfumería Comas; Vicente Escuin, director comercial de Druni; y Monica Cigognini, directora general de Sephora España.

Más de 130 profesionales, entre representantes de la industria selectiva y la distribución de perfumería en España, se dieron cita en el Hotel ME Madrid Reina Victoria en la noche del 14 de mayo para rendir un homenaje a los galardonados de los Premios Perfumería del Año 2024, organizados por las revistas BeautyProf y Selectivo, y patrocinados por Alchemy Care Cosmetics, Beter, Rafesa, Sampling Innovations y The Fragrance Force, así como por Allevan y Botanicæ –estos dos últimos como patrocinadores del Premio a la Mejor Perfumería de Autor–, además de contar

con el apoyo de un destacado número de marcas selectivas. La gala de los ya reconocidos como "Premios a la Distribución" dio comienzo de la mano de Charo Moreno, de BeautyProf, que ejerció como maestra de ceremonias y quiso destacar la diferenciación y diversidad entre los modelos de negocio premiados en la 22ª edición de estos galardones, además de señalar que "esta entrega de premios es un reconocimiento al esfuerzo de la distribución por adecuarse día a día a las demandas de los consumidores y a quienes contribuyen a dar más valor añadido bajo una permanente vocación de servicio del profesional".

A continuación se procedió a la entrega de premios. El primero en subir al escenario a recoger su galardón fue Gabriele Zaretti, director general de Perfumería Júlia, que recibió el premio a la "Mejor Imagen", de la mano de Francisco Sunkel, Country Manager Iberia Perfumes Cartier. El director general de Perfumería Júlia destacó en su discurso que "una imagen vale más que mil palabras, es capaz de resumir en un solo impacto conceptos complicados, además de generar emociones" y señaló que "hoy estamos reposicionando la marca Júlia en torno a un concepto de belleza holística y ganar este galardón es un halago para los esfuerzos de toda >



Gabele Zaretti, director general de Perfumería Júlía, recibió el premio a la "Mejor Imagen", de la mano de Francisco Sunkel, director general de Cartier.



Juan Corominas, director general de Copa Cosmetics, fue el encargado de entregar el premio a la "Mejor Expansión" a Sergi Martín, CEO de Grupo Bomari Cosmetics (Facial Perfumeries).



El premio a la "Mejor Perfumería Turística" fue otorgado por María Benito, directora general de la División de Fragancias de L'Oréal Luxe, a Dhiraj Chhabria, presidente de Fund Grube.



Juan José Carballo, director general de Maremor, recogió de manos de Esteban Peinado, director general de Farlabo, el premio a la "Mejor Apertura o Reforma" que este año ha sido para Primor.



Vicente Escuin, director comercial de Druni, recogió el galardón al "Mejor E-Commerce", de manos de Rafael Flores, director general de Perfumes Loewe.



Marta Coloma, directora general de Angelini Beauty, fue la encargada de entregar el premio a la "Mejor Experiencia Cliente" a Monica Cigognini, directora general de Sephora España.



Ricard Sanz y Raquel Comas, director general y propietaria de Perfumería Comas, recogieron el premio a la Mejor Perfumería del Año en la categoría "Independiente" de manos de Sandra Vogeler, directora general de Guerlain.



Iñaki Trincado, Managing Director Iberia en Coty Inc. y presidente del jurado de los Premios Perfumería del Año, hizo entrega del galardón a la Mejor Perfumería del Año en la categoría "Cadena" a Bernardo Casp Sanz, director general y consejero delegado de Druni.



María Teresa Aguirregomezcorta, encargada general de Perfumería Urbietta, recogió de la mano de Salvador Montesinos, Managing Partner de Botanicæ, el reconocimiento como Mejor Perfumería de Autor 2024.



Abel Díaz, director general de Studio Smith y miembro del Jurado de Autor, fue el encargado de entregar el Premio Especial "Mejor Perfumería de Autor Internacional" 2024 a Marina Alberghini, propietaria de Profumi Cherry.



Iñaki Trincado, Managing Director Iberia en Coty Inc. y presidente del jurado de los Premios Perfumería del Año, entregó el Premio Especial Dirigente del Año de la Distribución de Perfumería y Cosmética 2024, que recayó en la persona de Anna Soler, directora comercial de Perfumería Júlía.



la estructura de Júlia y un reconocimiento a uno de los elementos fundamentales de nuestra estrategia: la imagen. A pesar de los límites, intentamos luchar cada día por intentar despuntar a través de nuestra imagen y, sobre todo, en nuestras tiendas, dando fuerza a las categorías con nuevas formas y nuevos detalles". Gabriele Zaretti concluyó apuntando que "en Júlia creemos que sin esfuerzo no hay belleza, así como que sin imagen no hay galardón". Este año el premio a la "Mejor Expansión", con el que se premia la mejor estrategia de expansión tanto en el mercado local como en el mercado turístico, ha recaído en Facial Perfumeries. Juan Corominas, director general de Copa Cosmetics, fue el encargado de entregar este galardón a Sergi Martín, CEO de Grupo Bomari Cosmetics, quien durante su intervención explicó que "recibir este premio es un orgullo y es muy especial para toda la familia; ahora llevamos la organización de la compañía la segunda generación (yo junto con mi hermano y mi prima)", agradeciendo el apoyo y sabiduría de su familia como "una fuente de inspiración para nosotros y todo el equipo"; no obstante, Sergi Martín aseguró que "nosotros no somos nada sin los más de 200 trabajadores que forman parte de Grupo Bomari. Este premio es un reconocimiento al esfuerzo que hacemos desde Grupo Bomari y desde Facial Perfumeries en particular. Valida nuestro compromiso constante con la excelencia y el desarrollo del mundo de retail. Desde nuestros inicios hemos optado por una estrategia de expansión sostenible, manteniendo nuestros valores de calidad y proximidad en cada paso que damos". El encuentro prosiguió con la entrega del premio a la "Mejor Perfumería Turística", que galardona a la mejor perfumería turística de Islas Baleares e Islas Canarias y que, en esta ocasión, fue

otorgado por María Benito, directora general de la División de Fragancias de L'Oréal Luxe, a Dhiraj Chhabria, presidente de Fund Grube. En su discurso, Dhiraj Chhabria se mostró emocionado por este reconocimiento al trabajo de Fund Grube como Mejor Perfumería Turística, destacando que "a las casi 1.000 personas que componen nuestra organización les llena de orgullo este reconocimiento por parte de las grandes marcas del sector de la belleza". Asimismo, Dhiraj Chhabria habló sobre la importancia del turismo, señalando que "el sector turístico está impulsando la economía española -con 85 millones de turistas en 2023-; sin embargo, el consumo en las zonas turísticas compite todavía con los altos precios de avión y hotel, por lo que seguimos vendiendo a base de incentivar la venta impulsiva a los turistas europeos". El presidente de Fund Grube también apuntó que "tenemos delante, aunque nosotros seguimos luchando y confiando en nuestros proyectos de manera optimista porque nos puede el afán

de superación. Fund Grube continúa creciendo de manera sostenible, con calidad y diferenciando su modelo de negocio, y confiamos en que nuestros partners, las grandes marcas del mundo de la belleza, nos sigan acompañando con determinación a seguir haciendo felices a nuestros clientes".

Acto seguido, Juan José Carballo, director general de Maremor, subió al escenario para recoger, de manos de Esteban Peinado, director general de Farlabo, el premio a la "Mejor Apertura o Reforma" que este año ha sido para Primor por la apertura de su tienda en C/Alcalá, 155 en Madrid. Tras recibir el galardón, Juan José Carballo destacó la apuesta por la innovación en las tiendas de Primor, con "un modelo de tienda único en Europa", además de apuntar que "en el futuro seguiremos innovando, incorporando novedades y muchos seguidores en nuestras tiendas y otras muchas que vendrán".

A continuación, Vicente Escuin, director comercial de Druni, subió al escenario para recoger, de manos de Rafael Flores, director general de Perfumes Loewe, el galardón al "Mejor E-Commerce", categoría en la que se premia el mejor servicio prestado a través del canal online. Durante su discurso, Vicente Escuin señaló que "en los últimos 5 años hemos experimentado emocionantes evoluciones en el mercado del e-commerce. Gracias al trabajo de nuestro equipo y a la colaboración continua con nuestros proveedores, en Druni hemos logrado superar los desafíos y alcanzar nuevos niveles de éxito", destacando que "además del e-com-



Foto de familia del jurado de los Premios Perfumería del Año 2024.



Raquel Comas, Manel Pastrana, Ricard Sanz y Thais Zorrilla, todos del equipo de Perfumería Comas.



Monica Cigognini, directora general de Sephora España, y Cecilia Sánchez, Marketing Manager de Sephora Iberia.



Paz García y Vanessa Pérez, cofundadoras de Vincci Parfums.



Ana Durán Pulido y Elena García Garrido, de Goji Mediterránea.



Helena Martínez y Pablo Villabona, de Alchemy Care Cosmetics, uno de los patrocinadores de la gala.



El perfumista Ramón Monegal (centro), de Ramón Monegal Perfumes, junto a Xavier Gómez y Óscar Monegal, de Ramón Monegal Perfumes.



Marta Tamayo, copropietaria de Le Secret du Marais, con Abel Díaz, CEO de Studio Smith.



Heejung Jo y Patricia Acosta, de KOTRA.



Anna Escribano, CEO de Rafesa, y Daniel Sánchez, director comercial de Rafesa.



Helena Martínez, de Alchemy Care Cosmetics, y Melanie Clark, de Alleven, ambas marcas patrocinadoras de la gala.



Vicente Escuin, Bernardo Casp, José Casp e Ignacio Ferrer, todos de Druni.



Sandra Lucas, perfumista en Iberchem, y Andrea Noguera, Communication Technician en Iberchem.



En la imagen, los miembros del jurado del premio a la Mejor Perfumería de Autor 2024.

merce, para Druni también son importantes las redes sociales y las tiendas físicas; todas ellas forman parte de un mismo ecosistema donde se refuerzan las unas a las otras y en conjunto nos ayudan a conectar con nuestros clientes". "Mirando hacia el futuro, estamos emocionados con las oportunidades que nos esperan. Seguiremos trabajando para mantenernos a la vanguardia y la innovación, y para ofrecer experiencias excepcionales a nuestros clientes, tanto en *online* como en *offline*", concluyó Vicente Escuin.

En su vigésimo segunda edición, el jurado de los Premios Perfumería del Año 2024 ha querido volver a premiar la mejor experiencia de venta al cliente a nivel



Dhiraj Chhabria (centro), presidente de Fund Grube, junto a Alisha Chhabria y Beatriz Matas, responsable de Compras de Perfumería de Fund Grube.



Sonia Fernández, Marketing Manager de The Fragrance Force, con Jorge de Oliveira, fundador y CEO de The Fragrance Force.



Irene Gisbert, fundadora de Ainea Perfums, e Iván Borrego, director general del Beauty Cluster.



Frank Pérez, de SIG España; Beatriz Montero, de BeautyProf; y Luis Azagra, de SIG España.



Joaquim López, Head of Customer Service, Marketing, Communication & PR EL Iberia en Dachser, y Maridó Hernansanz, Communications, Promotions & PR en Dachser.



Beatriz Suárez, directora editorial de BeautyProf, y Álvaro Artiach, director general de Sisley España.



Jordi Calduch, CEO y co-fundador de Sampling Innovations Europe -uno de los patrocinadores de la gala-, junto a Rosa Porras.



Miriam Rodríguez y Silvia Alzueta, de Punto Curly Colors.



Salvador Montesinos, fundador de Botánica -uno de los patrocinadores de la gala-, y Alejandro Montesinos, director comercial de Comas Distribución.



Teresa Escolano y Belén Ruiz, de Perfumes Dior; Sandra Vogeler, directora general de Guerlain; Monica Cigognini, directora general de Sephora España; y Cecilia Sánchez, Marketing Manager de Sephora Iberia.



Anna Soler, directora comercial de Perfumeria Júlia, con Francisco Sunkel, Country Manager Iberia Perfumes Cartier.



Néstor Pérez García y Gonzalo Izquierdo Arévalo, del equipo de Perfumes y Diseño.



Agustín García, Marta Coloma, Bernardo Rodríguez y Esther Abel, todos del equipo de Angelini Beauty.



Laura Ramos Soler e Isabel Alonso, de Circana.



“Estos premios son únicos en el mundo, lo que los hace incluso más especiales”

Iñaki Trincado

Managing Director Iberia en Coty Inc. y presidente del jurado de los Premios Perfumeria del Año

global, teniendo en cuenta todos los canales y estrategias para alcanzar este fin (servicio al cliente en el canal digital, servicio al cliente en el punto de venta físico, experiencia omnicanal e iniciativas de formación) con la categoría de

“Mejor Experiencia Cliente”, reconociendo en esta ocasión a Sephora. Marta Coloma, directora general de Angelini Beauty, fue la encargada de entregar este galardón a Monica Cigognini, directora general de Sephora España. Emocionada, Monica Cigognini explicó que “es un orgullo recibir este premio, porque en Sephora trabajamos cada día para hacer que el cliente se sienta bien en nuestras tiendas y en nuestra ‘omnicanalidad’. Bajo el lema ‘We Belong to Something Beautiful’, desde Sephora intentamos que cada persona pueda expresarse tal cual es a través de la belleza, transmitiendo así un mensaje inclusivo y contribuyendo a que todo el mundo pueda sentirse feliz a través de los



Beatriz Montero, del departamento comercial de BeautyProf, y Reyes Sánchez Prida, de Merck Group.



Carla Armengou y Juan Fajardo, de Beter, uno de los patrocinadores de la gala.



Esteban Peinado, director general de Farlabo, junto a Jessica Cortés y Carlos Raso, también de Farlabo



Charo Moreno, de BeautyProf, e Iñaki Trincado, Managing Director Iberia en Coty Inc. y presidente del jurado de los Premios Perfumería del Año.



Sandra Vogeler, directora general de Guerlain, junto a Óscar Martínez, director comercial en Guerlain.



Elena Llorente e Itziar Esteve, de Shiseido.

productos de belleza. Y para ello trabajamos mucho con nuestros expertos Beauty Advisor e intentamos escuchar a nuestros clientes, porque cada estrategia que llevamos a cabo en Sephora siempre lo hacemos pensando en el cliente".

El evento llegó entonces al galardón por excelencia de los Premios Perfumería del Año. En su vigésimo segunda edición, el premio a la Mejor Perfumería del Año en la categoría "Independiente" ha sido para Perfumería Comas. Raquel

Comas y Ricard Sanz, propietaria y director general –respectivamente– de Perfumería Comas, recogieron este premio de manos de Sandra Vogeler, directora general de Guerlain. Ricard Sanz quiso aprovechar su discurso para "felicitar a Perfumería Comas y a todo su equipo humano por sus 80 años de trabajo", además de destacar que "estamos embarcados en nuevos proyectos y seguiremos trabajando para que la enseñanza llegue cada vez más lejos. Hay Comas para muchos años".

Y el premio a la Mejor Perfumería del Año en la categoría "Cadena" ha sido para Druni. En este caso, Iñaki Trincado, Managing Director Iberia en Coty Inc. y presidente del jurado de los Premios Perfumería del Año, hizo entrega del galardón a Bernardo Casp Sanz, director general y consejero delegado de Druni, quien señaló que "tenemos la suerte de estar en un sector muy dinámico y esto es mérito de todos, tanto de marcas como de las enseñanzas. Nosotros estamos haciendo tiendas cada vez más atracti-



Jorge Cubillo, director comercial general de la División Lujo de L'Oréal España; Vicente Escuin, director comercial de Druni; y María Benito, directora general de la División de Fragancias de L'Oréal Luxe.



Esteban Peinado, director general de Farlabo; Anna Soler, directora comercial de Perfumería Júlia; Inmaculada Claverol, directora comercial de Copa Cosmetics; y Juan Corominas, director general de Copa Cosmetics.

vas con espacios donde el consumidor se encuentra cada vez más agusto. Esta sinergia que estamos provocando es lo que está provocando que el sector esté funcionando muy bien en los últimos años. Os animo a continuar realizando esta labor conjunta, porque crea riqueza, empleo y bienestar".

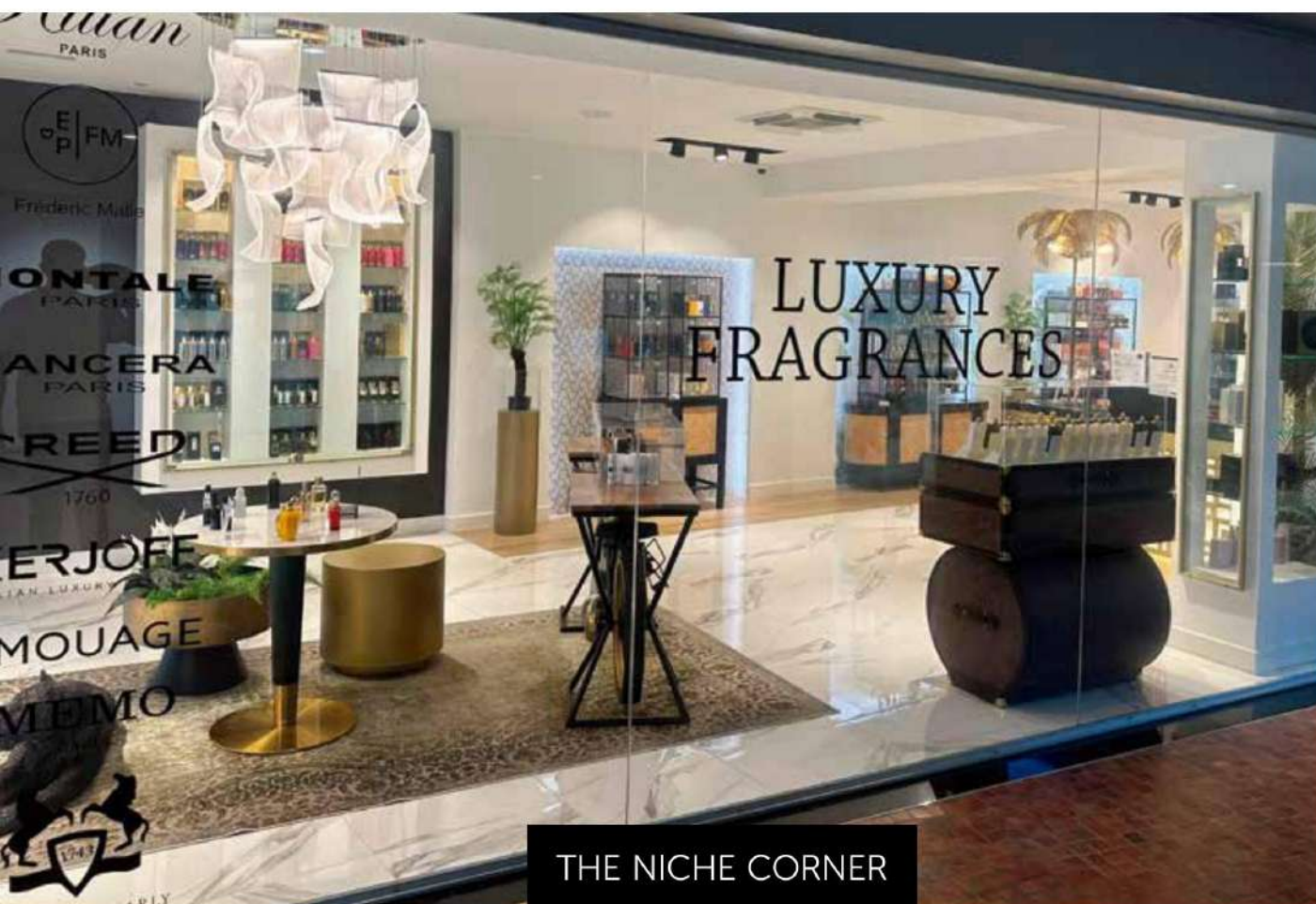
La gala continuó con la entrega del premio a la Mejor Perfumería de Autor, un galardón que este año ya cumple su décima edición. María Teresa Aguirregomez-corta, encargada general de Perfu-

mería Urbietta, recogió de la mano de Salvador Montesinos, Managing Partner de Botanicae, el reconocimiento como Mejor Perfumería de Autor 2024. En palabras de María Teresa Aguirregomez-corta, "recibir este premio es un orgullo para Perfumería Urbietta y todo el equipo, y es un reconocimiento a todo el esfuerzo que hay detrás".

Por segundo año consecutivo y como reflejo de la presencia de BeautyProf en los principales eventos y ferias de perfumería de autor a nivel internacional, la

revista -con el apoyo del jurado del premio a la "Mejor Perfumería de Autor"- ha querido reconocer la trayectoria de Profumi Cherry (Roma) con el Premio Especial "Mejor Perfumería de Autor Internacional" 2024. Abel Díaz, director general de Studio Smith y miembro del Jurado de Autor, fue el encargado de entregar este premio a una emocionada Marina Alberghini, propietaria de Profumi Cherry. Para Marina Alberghini, "Profumi Cherry es un pequeño negocio en el que seleccionamos de manera muy cuidada y con amor los mejores perfumes de autor. Es un modelo de negocio basado en la alta calidad del producto, el conocimiento y la pasión".

Acto seguido tuvo lugar la entrega del Premio Especial Dirigente del Año de la Distribución de Perfumería y Cosmética 2024, que recayó en la persona de Anna Soler, directora comercial de Perfumería Júlia, como reconocimiento a una amplia trayectoria en el sector, basada en la experiencia, constancia y esfuerzo por preservar los intereses del mercado selectivo, factores clave en un sector tan competitivo. Tras una gran ovación, una emocionada Anna Soler recogió este premio, agradecida a todo el equipo de Júlia y particularmente a todo su equipo de profesionales, señalando que "en Júlia somos una gran familia y todos luchamos bajo un mismo objetivo". Asimismo, en ese momento tan especial, Anna Soler también quiso agradecer el apoyo a su familia y especialmente a su padre, recientemente fallecido, "que siempre me apoyó en todas mis decisiones como persona y como mujer". Para finalizar la gala de los XXII Premios Perfumería del Año, el presidente del jurado, Iñaki Trincado, quiso recordar a todos los presentes en el evento el valor y relevancia de estos galardones que "son únicos en el mundo, lo que los hace incluso más especiales". Y añadió que "trabajamos en un sector precioso, que permite a la gente experimentar, descubrir, disfrutar..., dentro y fuera de las tiendas; y, sobre todo, un sector que ayuda a la gente a sentirse guapa y bien consigo misma. Además, el mercado de la belleza es un sector dinámico y de suma infinita. Por todo ello, debemos sentirnos privilegiados por trabajar en este sector tan bonito". Asimismo, Iñaki Trincado también recordó que "en España contamos con modelos de negocio de perfumería únicos, que no existen en el resto de Europa, y con dirigentes expertos y profesionales con talento". ●



CALIDAD Y EXCLUSIVIDAD QUE INVITAN A DESCUBRIR AROMAS ÚNICOS

Con el objetivo de introducir la perfumería de autor en Canarias, Sharan Harpalani abrió hace menos de dos años The Niche Corner en el CC Plaza del Duque en Costa Adeje, en Santa Cruz de Tenerife. Un concesionario *niche* en el que este apasionado de la perfumería de autor busca "atraer a aquellos que aprecian la calidad y exclusividad de las fragancias y que desean descubrir aromas únicos y nuevos", apostando además por una relación de cercanía y honestidad en el asesoramiento personalizado a sus clientes.

Texto: B. Suárez / Fotos: The Niche Corner

"Mi pasión por la perfumería *niche* tiene sus raíces en el año 2016, cuando comencé a trabajar en la empresa de mi padre (Evergreen Perfumes) tras la separación de él y su antiguo socio, quienes se dedicaban a la perfumería selectiva. Fue entonces cuando me di cuenta de que los *best sellers* de la perfumería selectiva no resonaban conmigo y empecé a sentir una inclinación hacia perfumes más orientales y distintos". Así explica Sharan Harpalani, CEO y responsable de Compras de The Niche Corner & Evergreen Perfumes, de dónde proviene su pasión por la perfumería de autor, destacando que "el verdadero punto de inflexión llegó durante la pandemia, cuando, como muchos, me encontré con mucho tiempo libre. Aproveché esa oportunidad para sumergirme en la lectura diaria sobre la perfumería, su evolución y las tendencias del mercado. Este periodo de intensa investigación y descubrimiento me hizo apreciar profundamente la perfumería *niche*".



“

**NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO SON LOS
AMANTES DE LOS PERFUMES Y LAS
PERSONAS QUE ESTÁN DISPUESTAS
A CAMBIAR Y ENRIQUECER SU
EXPERIENCIA OLFATIVA**

”

Durante todo ese tiempo, Harpalani aprovechó para ponerse en contacto con diferentes marcas *niche* con la intención de introducirlas en sus tiendas de Evergreen Perfumes, señalando que “mi objetivo principal era evitar la competencia, dado que la distribución de estas marcas es corta y selectiva”. No obstante, explica que “el momento decisivo llegó cuando varias marcas importantes rechazaron nuestro proyecto Evergreen, que incluía marcas que hoy son la base de The Niche Corner, como Creed, Amouage, Kilian Paris o Frederic Malle, entre otras. En ese momento vi la oportunidad perfecta para abrir un nuevo proyecto y así nació The Niche Corner, ubicado en el que considero el mejor centro comercial de las Islas Canarias, el CC Plaza del Duque, en Costa Adeje-Santa Cruz de Tenerife”.

La exclusividad como máxima

La principal singularidad de The Niche Corner es, según Harpalani, “lo selectivos que somos con las marcas que traemos. Nos aseguramos de que la distribución sea muy exclusiva para evitar que los precios se canibalicen, cosa que lamentablemente pasa con la perfumería selectiva, y la calidad de los productos tiene que

ser buenísima”. Además, añade que “el trato con nuestros clientes es lo más importante. Los valores que definen a The Niche Corner son la igualdad del cliente, sin importar su poder adquisitivo o si compra o no. En este sentido, estamos respaldados por las estrellas en Google Review, ya que el 70% de las veces estoy yo en el punto de venta, asegurándome de que todo el mundo se vaya contento. Si no estoy yo, siempre hay alguien de muchísima confianza que sé que lo hará igual de bien que yo”.

“Nuestro público objetivo son los amantes de los perfumes y las personas que están dispuestas a cambiar y enriquecer su experiencia olfativa. Buscamos atraer a aquellos que aprecian la calidad y exclusividad de las fragancias y que desean descubrir aromas únicos y nuevos”, apunta Harpalani.

Calidad, confianza y cercanía

Teniendo en cuenta la exclusividad, los clientes que entran a The Niche Corner pueden encontrar principalmente fragancias de lujo, que actualmente representan el 85% de su oferta y un 15% de *body care* (cremas de cuerpo, shower gel, etc.). No obstante, desde The Niche Corner se encuentran actualmente en negociaciones con algunas marcas de cosmética y maquillaje para ampliar su selección, tal y como nos avanza Harpalani. Además, cuentan con “una pequeña pero cuidada selección de fragancias para el hogar”, añade.

A la hora de elegir las marcas para su tienda, “seguimos criterios muy estrictos. Primero, nos enfocamos en marcas con una distribución pequeña y selectiva para asegurar la exclusividad. La calidad de los productos es también un factor crucial. Además, nos dejamos guiar por la demanda de nuestros clientes. Si noto que una marca es muy solicitada, hago todo lo posible por contactar con esa marca para poder ofrecerla en nuestra tienda”, explica Harpalani.

A día de hoy, en The Niche Corner se pueden encontrar las siguientes marcas: Montale, Mancera, Nasomatto, Orto Parisi, Parfums de Marly, Memo Paris, Xerjoff, Tiziana Terenzi, BDK, Perris Monte Carlo, Creed, Amouage, Frederic Malle, Kilian Paris, Initio, Clive Cristian, Roja Dove, Electimuss London, Floraiku, Marc Antoine Barrois, Botanicae, Perris MC Toni Cabal, Andy Tauer, Nishane, Bond 9 y Serge Lutens, entre otras. “Estamos siempre buscando traer nuevas marcas y productos emocionantes a nuestra tienda. En este momento, estoy en conversaciones con varias marcas con mucha importancia en el mundo *niche*. Considerando que llevamos menos de 2 años con el proyecto, estoy bastante contento con la variedad que ya tenemos”, asegura Harpalani.

En lo que se refiere al servicio y atención al cliente, en The Niche Corner “nuestro enfoque en el servicio y el asesoramiento personalizado se basa en valores de cercanía y dedicación. Creemos en establecer relaciones cercanas con nuestros clientes, entendiendo sus preferencias y necesidades individuales para ofrecer recomendaciones personalizadas. Valoramos la honestidad y la transparencia en cada interacción, asegurando que cada cliente se sienta escuchado y atendido. Nuestro objetivo es crear una experiencia de compra muy satisfactoria, donde cada visita sea memorable y enriquecedora para nuestros clientes”.

“
NOS ASEGURAMOS DE QUE LA
DISTRIBUCIÓN SEA MUY EXCLUSIVA Y LA
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TIENE QUE
SER BUENÍSIMA

”

Por otro lado, el diseño y la estética de The Niche Corner destacan por varios elementos que llaman la atención. Tal y como nos explica Harpalani, “tenemos una pantera como nuestra ‘mascota’, que es un punto focal y atrae mucho interés. Además, las lámparas y muebles proporcionados por marcas como Kilian & Frederic Malle, Serge Lutens y Memo Paris contribuyen significativamente al ambiente de nuestro espacio. Estos elementos no solo mejoran la estética general de la tienda, sino que también reflejan el lujo y la sofisticación que caracterizan a nuestras marcas y productos”.

Perspectivas de crecimiento

En cuanto al desarrollo de la perfumería de autor en España, Harpalani opina que “este segmento está experimentando un crecimiento. Y, aunque dudo que alcance los niveles de consumo de la perfumería selectiva, creo firmemente que vamos por buen camino. Es interesante observar cómo algunas marcas *niche* de precios más asequibles están ganando terreno rápidamente, desafiando a marcas comerciales establecidas”.



Sharan Harpalani, CEO y responsable de Compras de The Niche Corner & Evergreen Perfumes.

“
A LA HORA DE ELEGIR LAS MARCAS PARA
NUESTRA TIENDA, SEGUIMOS CRITERIOS
MUY ESTRUCTOS PARA ASEGURAR LA
EXCLUSIVIDAD Y LA CALIDAD, ADEMÁS
DE DEJARNOS GUIAR POR LA DEMANDA
DE NUESTROS CLIENTES

”

Actualmente, el equipo de The Niche Corner está enfocado en varios proyectos clave. Según explica Harpalani, “estoy buscando una segunda ubicación en Tenerife, con el objetivo de facilitar la compra a mis clientes” y “además, estoy negociando activamente con cinco nuevas marcas. Una de ellas ya está prácticamente confirmada, tres están en espera y una marca inicialmente nos ha rechazado, pero confío en que a largo plazo muestre interés en ser parte de The Niche Corner”.

A modo de balance, “puedo decir que 2023 ha sido el año más gratificante de mi carrera hasta ahora. Hemos alcanzado y superado nuestros objetivos, y hemos logrado firmar acuerdos con marcas que hace tiempo parecían inalcanzables para nuestra estructura. Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi padre, Mahesh Harpalani, por haber apostado por mí desde el primer día en este proyecto. También agradezco a mi madre, a mi hermana pequeña y a mi prima mayor, quienes han estado a mi lado día tras día, apoyándome incondicionalmente desde la creación de esta maravillosa tienda que se propuso introducir la perfumería *niche* en Canarias. Con esfuerzo y dedicación, creo sinceramente que hemos alcanzado nuestro objetivo”. ●

THE NICHE CORNER

LUXURY FRAGRANCES

La perfumería *niche*
NUESTRA PASIÓN



CENTRO COMERCIAL PLAZA DEL DUQUE

C. Londres, local B26

38660 Santa Cruz de Tenerife

Teléfono: 822128563

Email: info@evergreenperfumes.com

 [@thenichecorner_](https://www.instagram.com/thenichecorner_)