

DAVID BENEDEK BDK PARFUMS

David Benedek a lancé en 2016 **BDK Parfums** pour conter des histoires en rendant hommage aux beaux ingrédients, ce qui a permis à la jeune marque de se déployer rapidement à l'international.

Le succès tient parfois à un coup de chance.

En juin 2016 lorsque David Benedek lance sa marque **BDK Parfums** après avoir mûri son projet pendant trois ans, il croise le chemin de David Frossard, fondateur de la boutique Liquides et de la société de distribution Différentes Latitudes. « C'est la rencontre de ma vie », résume David Benedek. Il se remémore : « *J'ai appelé la boutique, le responsable était malade ce jour-là et par chance, c'est David qui a décroché et qui m'a invité à venir. Je me suis présenté à la boutique avec mes cinq premiers jus, ça lui a plu. J'ai rencontré ses équipes deux jours plus tard et nous avons signé un contrat d'agent commercial pour l'international.* » Aujourd'hui référencée dans vingt-six pays en grands magasins et parfumeries indépendantes, la marque compte comme pays-clés le Royaume-Uni, l'Allemagne et le Moyen-Orient.

Dans un marché de niche de plus en plus prolifique, David Benedek a su tirer son épingle du jeu. Car le parfum, il baigne dedans depuis son enfance. Sa famille, d'origine roumaine et marocaine, arrive en France dans les années 1950. « *À l'époque, il y avait un parfum qui cartonnait, Je Reviens de Worth. Mon grand-père a proposé aux principales marques françaises d'être distribuées auprès des militaires américains encore présents sur les côtes françaises après la Seconde Guerre mondiale et friands de ces parfums. L'activité marchait très bien donc il a ouvert une parfumerie dans le 1^{er} à Paris, qui s'appelle Benlux et qui existe toujours* », raconte-t-il. Le parfum a ainsi toujours éveillé sa curiosité et, après des études d'économie et une école de commerce, il intègre l'Institut Français de la Mode dans un cursus parfum et cosmétiques, et travaille chez



Tous les concentrés de parfums utilisés sont fabriqués dans la région de Grasse.

Interparfums et au Printemps notamment. « *Je passais mes pauses déjeuner à la Scent Room et j'ai réalisé que c'était le moment ou jamais de créer ma marque car il y avait un vrai intérêt du marché pour la niche* », estime-t-il.

Image et ingrédients

Pour se différencier, il imagine un univers facile à comprendre, « *je voyais beaucoup de marques qui émergeaient, il y en avait déjà de nombreuses en 2016. Je ne voulais pas d'une marque trop conceptuelle, j'ai eu l'idée de créer une encyclopédie de beaux parfums avec un univers lié au mot et au récit* ». Les noms des parfums **BDK** font ainsi écho tantôt à une image, tantôt à un ingrédient, comme le malicieux Pas ce Soir, Tubéreuse Impériale et Bouquet de Hongrie, qui figurent parmi les best-sellers. « *L'ADN de la marque est basée sur des inspirations auxquelles les gens peuvent s'identifier, mais aussi sur la qualité des jus, qui sont made in France* », résume David Benedek. L'univers qui viendra prochainement étoffer l'offre : le Sud de la France avec une collection Azur qui explore les agrumes et les notes salées, deux facettes inédites chez **BDK Parfums**.

Jessica Huynh

DK

