

# Pourquoi et comment la maison Mugler fait-elle son entrée dans le Métavers ?

*Pour célébrer le 30ème anniversaire du parfum Angel, la Maison Mugler a fait son entrée dans le Métavers en lançant une collection virtuelle inédite imaginée par l'artiste 3D digital Marc Tudisco. Les 300 pièces ont trouvé preneur en moins d'une minute. Détails d'une opération réussie avec Marine Eychenne, Global Chief Digital Marketing Officer - Mugler Fragrances.*

Temps de lecture : minute

---

8 mars 2023

## Maddyness : Pourriez-vous rappeler le concept initial ?

Marine Eychenne : À l'occasion du 30ème anniversaire d'Angel, parfum le plus emblématique de la Maison Mugler, nous avons choisi d'entrer dans le Métavers, en lançant une collection capsule de 300 Arty Digital Collectibles en collaboration avec Marc Tudisco - artiste 3D digital en plein essor avec plus de 300K followers, connu pour son style cyberpunk. Il a dévoilé 30 créatures fascinantes, une pour chaque année d'existence d'Angel, chacune avec dix variations du design principal, soit 300 pièces de collection de crypto-art uniques. Pour découvrir les Anges, Mugler a développé une plateforme dans laquelle une intelligence artificielle guide l'acheteur dans la découverte de la collection via un questionnaire de personnalité immersif.

Les collectionneurs sont ensuite redirigés vers [OpenSea](#), le principal

revendeur de crypto-art, où ils ont pu acheter à partir du 7 février un ou plusieurs Anges au prix de 0,2 en cryptomonnaie Ether. Le projet fait entrer la dernière campagne du parfum Angel "We are all Angel" dans le web 3.0. Toutefois, les collectionneurs ont depuis le 20 février la possibilité de récupérer leur digital collectible en version physique sur support métallique pour l'exposer "in real life".

## Pourquoi s'engager dans le Métavers ?

M.E : La devise fétiche de la Maison Mugler a toujours été que le monde réel ne suffit pas. Le monde de Mugler est celui de l'imaginaire. Il nous a semblé naturel d'explorer les nouvelles dimensions créatives qu'offre le métavers. Rien de tel qu'un terrain de jeu virtuel sans limites, pour rêver, s'évader et se transformer.

## Comment avez-vous mis en place la collection ?

M.E : Nous avons tout de suite envisagé le projet sous l'angle d'une collaboration avec un artiste influent. Nous souhaitons aussi parler aux crypto-fans pour leur faire découvrir notre univers et construire ainsi une nouvelle communauté.

## Pouvez-vous détailler le déroulement du projet ?

M.E : A l'origine, un brief et un échange sur l'univers de la marque puis beaucoup d'échanges avec l'artiste, très vite inspiré par notre ADN, d'abord pour définir des silhouettes et un modèle de base. Ces corps ont ensuite été teintés, stylisés et accessoirisés. Nos équipes d'Anges sont alors nées et les itérations se sont faites très rapidement autour des chefs de file. Le projet a nécessité cinq nouveaux partenaires pour le Groupe

L'Oréal : OpenSea pour la place de marché, Pinata pour l'hébergement, Mediamonks pour l'expérience utilisateur et la création de nos supports visuels et vidéos, Solid NFT pour l'impression physique et Omniscia pour les différents audits de cyber sécurité.

## La collection a été vendue en 1 minute, comment expliquez-vous ce succès ?

M.E : Nous étions convaincus du choix de Marc Tudisco pour ce projet et le succès de l'opération nous l'a prouvé. Nous pensons que son talent nous a permis de réaliser de véritables œuvres d'art numériques ce qui a attisé l'intérêt des collectionneurs. Cette expérience nous a prouvé que nous avons séduit la communauté web3 par cette première initiative. Nous souhaitons développer cette nouvelle communauté de crypto-fans en testant de nouveaux concepts pour continuer à la surprendre. Ce n'est que le début de notre aventure et nous restons très humbles face à ce nouveau monde ouvert.



À lire aussi

L'Oréal : "Nous testons le Web3 pour comprendre où il peut y avoir de la valeur"

---

Article écrit par Nadege Hubert