

Société Française des Antioxydants

Comment Lancer et Développer une Gamme de Produits Cosmétiques?

Programme de Formation 2015-2016



Mercredi 7 Octobre 2015, Paris

Mardi 24 Novembre 2015, Paris

Jeudi 4 Février 2016, Paris



www.sfa-site.com

Nouvelle Formation SFA

Comment Lancer une Gamme de Produits Cosmétiques?

Formation de A à Z pour Réussir son Lancement

Mercredi 7 Octobre 2015, Paris

Mardi 24 Novembre 2015, Paris

Judi 4 Février 2016, Paris

Thématiques & Objectifs

Le Marché des Produits Cosmétiques

Etat des Lieux de la Réglementation Cosmétique 1223/2009 CE

Etapes de Développement d'une Gamme Cosmétique

⇒ *Idée, Choix de Gamme, Stratégie, Façonnier, Fournisseur Ingrédients, Packaging, Obligation REACH, Circuit de Vente*

A qui s'adresse cette formation?

Cette formation s'adresse à toutes les personnes, particulier, académique ou industriel, souhaitant connaître tous les process et étapes afin de lancer une gamme de produits cosmétiques.

Cas Pratiques

Différents cas pratiques seront abordés par le formateur afin de rendre de la formation vivante. Vous pouvez également venir avec votre projet pour en discuter avec les experts de la SFA.

Compte-Rendu

Le compte-rendu contient les annexes de chaque process, informations pratiques et recommandations de chaque fournisseur et sociétés travaillant dans le domaine.

www.sfa-site.com

Comment Lancer et Développer une Gamme de Produits Cosmétiques?

Mercredi 7 Octobre 2015 / Mardi 24 Novembre 2015 / Jeudi 4 Février 2016, Paris

La Société Française des Antioxydants organise ses nouvelles sessions de formation: «**Comment lancer et développer une gamme de produits cosmétiques ?**», qui aura lieu à Paris à deux dates: le **mercredi 7 octobre 2015**, le **mardi 24 novembre 2015** et le **jeudi 4 février 2016**.

Pourquoi une formation sur le lancement de gammes de produits cosmétiques ?

Suite aux changements qui ont eu lieu depuis le 11 juillet 2013, le marché Européen des produits cosmétiques évolue constamment : Incertitudes du marché, application totale du règlement cosmétique n°1223/2009, principe de précaution grandissant, risque médiatique etc...

Néanmoins, **l'Europe** reste le premier marché mondial dans l'industrie cosmétique et représente environ **33% du marché mondial**, pour 21,5% en Asie, 12,5% au Japon et 33% pour le reste du monde.

Premier exportateur mondial de produits cosmétiques et de parfums, la France connaît la plus forte croissance, avec + 4 % en 2014 (+ 2,5 % pour l'aéronautique et - 8 % pour l'industrie agroalimentaire). L'industrie cosmétique figure parmi les rares secteurs où la **France est encore leader mondial** pour la vente et la production de cosmétiques.

Cependant, avec un taux de croissance plafonnant à 2% annuel, le marché semble arrivé à maturité et la croissance des 5 dernières années se profile essentiellement à l'exportation, notamment vers les pays émergents (Brésil, Russie, Inde, Mexique et Chine).

En parallèle, depuis le 11 juillet 2013, les produits cosmétiques vendus sur le marché de l'Union Européenne doivent répondre au règlement cosmétique N°1223/2009. Ce règlement vient remplacer la directive historique 76/768/CEE.

Le règlement 1223/2009 CE est perpétuellement revu et consolidé. Celui-ci renvoie à des règlements connexes dont le Règlement CE n°1272/2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges (REACH et CLP). Les mises à jour sont régulières. Ainsi en Juillet 2015, une publication du guide de l'ECHA « European Chemicals Agency » harmonise les règles de classification et d'étiquetage.

À cette même période, l'EFFCI (Fédération européenne pour les ingrédients cosmétiques) a publié le 15 juillet 2015 un guide sur les nanomatériaux dans les produits cosmétiques intitulé « Recommandation pratique pour l'évaluation de la taille des particules ». Le but de ce guide est de proposer des méthodes d'analyse appropriées pour décider si une substance doit être considérée comme un nanomatériau conformément à la définition du règlement cosmétique (CE) 1223/2009.

De même, le SCCS «Scientific Committee on Consumer Safety » assure et évalue en continue la sécurité des substances pour leur utilisation à usage cosmétique. Ainsi l'utilisation cosmétique de chaque substance autorisée peut être remise en cause du jour au lendemain. Une veille permanente est donc nécessaire pour garantir la conformité des produits cosmétiques mis sur le marché. Des exemples de substances retirées du marché seront donnés pour permettre de comprendre l'impact du SCCS sur le développement d'une gamme de produits cosmétiques.

Comment lancer et développer un produit cosmétique aujourd'hui?

Avec le ralentissement de la consommation et les préoccupations des consommateurs sur leur santé, il est plus que nécessaire de créer de la valeur et d'appliquer le principe de précaution. Un exemple en date, le vernis à ongles à l'eau sans solvant organique, facile à appliquer, et simple à démaquiller avec de l'eau tiède et du savon. Ce produit de maquillage remplissant les mêmes fonctions qu'un vernis à ongle classique respecte la santé.

Le nouveau règlement 1223/2009 CE, référence de la réglementation cosmétique au niveau mondial, implique de nombreux changements auxquels fabricants, distributeurs, exportateur et importateurs devront se

conformer. **Quelles sont les conséquences de l'application totale à venir de ce nouveau règlement? Quel est l'impact sur le développement des produits cosmétiques ?**

Ce contexte implique une longue investigation afin de développer de manière optimale une gamme de produits cosmétiques. **Quelles sont les étapes obligatoires dans le développement d'un produit cosmétique ?**

Quels sont les partenaires à envisager (stratégie marketing, cabinet réglementaire, tests etc.)? Quels sont les pièges à éviter? Quel est le réseau de distribution à choisir ?

Comment garantir la conformité réglementaire du produit cosmétique toute la durée de sa commercialisation ?

Parmi les questions qui seront traitées:

- *Quelles sont les dernières tendances et évolutions concernant les chiffres du marché ?*
- *Quelles sont les catégories qui résistent ? Quelles sont les catégories qui s'effondrent ?*
- *Quel circuit choisir pour quelle catégorie ?*
- *Quels sont les partenaires à envisager (stratégie marketing, cabinet réglementaire, R&D etc.) ?*

Les objectifs de la journée de formation sont les suivants:

- *Avoir une meilleure connaissance du marché en France*
- *Connaître le contexte réglementaire actuel et à venir apprendre à communiquer*
- *Maîtriser chaque étape du développement d'un produit cosmétique*
- *Appréhender les différents circuits de distribution*

Nous allons dématérialiser, expliquer et disséquer tous les process de A à Z en insistant sur les pièges à éviter à chaque étape.

Le programme est construit autour des problématiques citées précédemment.

Cas Pratiques

De nombreux cas pratiques seront présentés. Vous repartirez avec des documents utiles qui vous aideront dans votre démarche de lancement de produit et vous permettront de baisser les coûts et diminuer les délais liés au développement du produit.

Une discussion conclura cette journée de formation et permettra d'échanger différentes idées.

Moyens Pédagogiques Utilisés

- Etude de cas pratiques
- Support de présentations remis aux participants : Cahier pédagogique
- Elaboration de fiches méthodes
- Présentation proposée par le formateur via des power point
- Session de questions-réponses (paperboard) avec l'ensemble des participants

Compte-Rendu

Chaque participant recevra un compte-rendu détaillant chaque session et présentant les chiffres du marché, les aspects réglementaires, les informations pratiques et contacts des divers organismes.

La SFA mettra à disposition des participants différents documents parmi lesquels:

- l'application du règlement cosmétique et les recommandations en termes d'allégations.
- un modèle de cahier des charges et une présentation précise sur les coûts et délais du développement d'une gamme de cosmétique.
- un modèle d'étiquetage conforme et la liste des acteurs à contacter.
- un cas concret sur le calcul des marges tout au long du circuit de distribution.

Vous ne pouvez pas assister à la formation mais souhaitez obtenir le compte-rendu? N'hésitez pas à le commander en version PDF.

En espérant que le contenu de cette journée réponde à vos attentes et dans l'attente de vous rencontrer prochainement à Paris, n'hésitez pas à nous contacter pour tout renseignement.

L'Equipe SFA Formations

Comment Lancer et Développer une Gamme de Produits Cosmétiques?

Mercredi 7 Octobre 2015 / Mardi 24 Novembre 2015 / Jeudi 4 Février 2016, Paris

Programme

9h15 Accueil des Participants – Petit Déjeuner

9h30 Introduction de la Journée: Pourquoi la SFA organise-t-elle des Formations dans le Domaine des Cosmétiques et de la Beauté ?

Marvin Edeas, Président de la Société Française des Antioxydants, Paris

Introduction présentation du dérouler de la formation et de ces objectifs

Marie-José Épaule-Chauvin, Expert scientifique, Dirigeante de la société ORNATUM Cosmétologie

SESSION 1: LE MARCHE DES PRODUITS COSMETIQUES

9h40 Etat des Lieux du Marché des Produits Cosmétiques et Perspectives

- *Présentation des secteurs*
- *Dernières données, tendances et évolutions*
- *Quel est la répartition par circuits de distribution ?*
- *Quels sont les segments en progression ? En baisse ?*
- *Quels sont les segments émergents ? A envisager ?*
- *Quel est l'impact de la saisonnalité ?*
- *Quels sont les possibilités de positionnement ?*

En partenariat avec Celtipharm, La SFA va mettre à disposition des participants une étude complète du marché des cosmétiques en France.

10h30 Pause

SESSION 2: ETAT DES LIEUX DE LA NOUVELLE REGLEMENTATION COSMETIQUE 1223/2009

11h00 Etat des Lieux de la Réglementation, des exigences Qualité et de la Communication liés à la mise sur le marché européen de produits Cosmétiques

- *Quelles sont les obligations pour mettre un produit cosmétique sur le marché européen ?*
- *Quels sont les conséquences sur les produits existants ? Sur les nouveaux produits ?*
- *Quelles sont vos responsabilités en tant que distributeur, fabricant, marque de distribution prestataires de service ?*
- *Efficacité cosmétique et Publicité: comment communiquer ?*
- *Quelles sont les obligations des fournisseurs en ce qui concerne la transmission d'informations à leurs clients ?*
- *Quelles sont les obligations du metteur sur le marché ?*
- *Y-a-t-il des produits cosmétiques frontières ?*
- *De nombreuses études de cas: cas d'une première mise sur le marché français / cas de l'importation de produits cosmétique venant d'un pays non membre de l'UE etc.*

La SFA va mettre à disposition des participants l'application du règlement cosmétique et les ecommandations en termes d'allégations.

12h15 Pause Déjeuner

SESSION 3: ETAPES DE DEVELOPPEMENT D'UN PRODUIT COSMETIQUE

14h00 R&D, Développement et Production

- *Le cahier des charges*
- *Les différentes phases (laboratoire, transposition industrielle et pilote, production)*
- *Quels sont les façonniers ?*
- *L'analyse sensorielle*
- *Quels sont les tests à mettre en place ? Avec quel(s) établissement(s) ?*
- *Produit clé en main: quels sont les pièges à éviter ?*
- *La propriété intellectuelle*
- *Quels sont les contrôles de conformité à mettre en place ?*
- *Comment établir le budget prévisionnel ?*
- *Comment organiser la gestion du développement ?*

L'objectif de cette partie est de vous donner les clés afin d'optimiser les coûts de développement, tout en optimisant les délais et la qualité des produits.

La SFA va mettre à disposition des participants un modèle de cahier des charges et une présentation précise sur les coûts et délais du développement d'un produit cosmétique.

14h45 Packaging

- *L'étiquetage: quelles sont les mentions obligatoires ? Interdites ?*
- *Qu'est-ce que l'écoconception en cosmétique ?*
- *Code barre, sigle éco-emballage etc.: Quels sont les acteurs à contacter afin d'apposer ces informations ?*

La SFA va mettre à disposition des participants un modèle d'étiquetage conforme et la liste des acteurs à contacter.

15h30 Pause

SESSION 4: MONTAGE DU BUDGET PRÉVISIONNEL – LE CIRCUIT DE VENTE

16h00 Le montage du budget prévisionnel

- *Présentation des différents scénarios de développement*
- *Quelles sont les étapes de création ?*
- *Timing d'un lancement et d'un développement*
- *Estimation financière des étapes de développement et de lancement*
- *Chiffrer ces étapes*

La politique de distribution : présentation des circuits directs, courts et longs

- *Présentation des différents circuits de distribution*
- *Zoom sur les circuits sélectifs*
- *Le Multi-Layer Marketing: quel est le principe de ce nouveau concept de distribution ?*

17h30 Discussion avec l'Ensemble des Participants

Vous avez des questions ? Venez avec votre projet ! Nous en discuterons et nous vous donnerons toutes les clés afin de lancer votre gamme en toute sérénité.

18h00 Conclusion et Fin de la Formation

Inscription Formations SFA-TAKAYAMA 2015-2016

Formulaire à retourner par Mail, Fax ou Courrier:

TAKAYAMA – 15 Rue de la Paix – 75002 Paris

Fax: 09 72 30 27 63 – administration@takayama-site.com

Je souhaite m'inscrire aux formations suivantes (merci de sélectionner la catégorie appropriée)

Prix par Journée/Personne* : **950€ HT** soit 1140,00€ TTC

Prix pour 2 Journées/Personne* : **1800€ HT** soit 2160,00€ TTC

Comment lancer une gamme de Produits Cosmétiques ?	Comment lancer une gamme de Dispositifs Médicaux ?
Mercredi 7 Octobre 2015	Mardi 17 novembre 2015
Mardi 24 Novembre 2015	
Jeudi 4 Février 2016	

Le prix inclut la journée de formation, le compte-rendu, le déjeuner ainsi que les pauses.

Je souhaite participer au déjeuner

Oui

Non

Tout changement doit nous être communiqué au minimum 48 heures avant la conférence

Je souhaite adhérer à la Société Française des Antioxydants, pour une durée d'un an à compter de la date de réception du paiement **150 € HT**

Une **remise de 100€** est accordée aux adhérents sur le tarif hors taxe. Merci de cocher cette case si vous êtes adhérent.

Je ne peux pas assister à la conférence mais souhaite commander le compte-rendu **250€ HT**

INFORMATIONS SUR LE PARTICIPANT

Nom.....Prénom.....

Société/Université.....Fonction/Service.....

Adresse.....

Code Postal.....Ville.....Pays.....

Tél.....Email.....

N° TVA (mention obligatoire pour les inscriptions hors France).....

Merci de compléter le moyen de paiement en page suivante et de signer votre inscription.

Toute inscription non signée ne sera pas valable.

Mon paiement sera effectué par **transfert bancaire** à l'adresse suivante:

Titulaire du Compte: Agence Takayama - Banque Nationale de Paris, 2 place de l'Opéra 75002 Paris
Bank Code: 30004 ; Agency: 00895 - Account number: 00010008521 Key: 26
IBAN: FR7630004008950001000852126. CODE SWIFT: BNPAFRPPPOP

Paiement par **chèque** à l'ordre de Takayama

Paiement sécurisé par **carte bancaire** (*merci de compléter les informations suivantes*)

Je soussigné(e), Mme/Melle/M

(*nom/prénom*).....

autorise Takayama à débiter ma carte bancaire dont les coordonnées sont indiquées ci-dessous d'un montant de incluant la TVA française (20%):

VISA

Master Card

Titulaire de la Carte:

N°Carte:.....

Date d'expiration.....Cryptogramme.....

Date:_____

Signature de l'inscrit

Signature du Possesseur de la Carte

Modalités d'Inscription

Adressez-nous un bulletin d'inscription par personne, dûment rempli et signé, par fax, mail ou courrier. Nous vous ferons parvenir un accusé de réception sous quinze jours qui tient lieu de convocation ainsi que le plan d'accès à la journée. Le prix de la formation comprend la formation, le déjeuner et les deux pauses ainsi que le compte-rendu.

Les frais d'inscription sont mentionnés hors taxes. **Aucune inscription ne sera acceptée si le paiement n'est pas complet.** Le règlement doit nous parvenir avant la date de la formation. Dans le cas contraire, une garantie de paiement sera demandée au participant le jour de la formation.

Annulation

TAKAYAMA et la SFA se réservent le droit de reporter ou d'annuler une session. Les frais d'inscription seront alors automatiquement reportés sur une autre session.

Toute annulation par le participant doit nous être communiquée par écrit. Pour toute annulation formulée plus de 30 jours avant la date de la conférence, 50% des frais de participation seront dus. Pour toute annulation formulée moins de 30 jours avant la date de la conférence, les frais de participation seront dus en totalité. Vous avez la possibilité de vous faire remplacer à tout moment par une personne de votre entreprise en nous informant par écrit des coordonnées de votre remplaçant.