

emballage

Pochet souhaite acquérir Lisi Cosmetics

Par l'intermédiaire de sa filiale Qualipac, le fournisseur d'emballage à destination de la parfumerie-cosmétique a remis à Lisi une lettre d'intention ferme en vue de l'acquisition de 100% de ses titres et droits de vote de sa structure Cosmetics. Cette dernière a réalisé 50 M€ de CA en 2010 avec une nette reprise de son activité depuis mars. Ce rapprochement devrait permettre à Qualipac d'étendre sa capacité de production puisque l'affaire compte trois sites en France (à Aurillac, Nogent-le-Phaye et Saint-Saturnin du Limet) et entraîner des synergies étant donné que les activités des deux entreprises sont assez proches (injection plastique, activité métal et parachèvement). Sous réserve de l'obtention des autorisations requises, la transaction pourrait être effective dans le courant du 1^{er} semestre 2011.

ingrédients

Sederma régule la pigmentation

Le fournisseur d'actifs cosmétiques lance Wonderlight, un extrait végétal capable d'agir sur les mélanocytes pour atténuer les désordres pigmentaires. Sa capacité à inhiber la sécrétion UV-induite de GM-CSF (stimulateur du mélanocyte) a été démontrée in vitro, puis validée sur des cultures de peau. Deux études cliniques menées en Asie sur des volontaires souffrant de désordres "classiques" (melasma, hyperpigmentation post-inflammatoire, lentigines) ont confirmé une réduction de la mélanogénèse sur ces lésions. Sans conservateurs, Wonderlight est approuvé pour le Japon.

tests

«Répondez vite au questionnaire !»

Tel est le message que la Febea envoie à ses adhérents : l'enquête lancée par le Colipa (à la demande de Bruxelles) se termine le 18 février. Axée sur l'impact pour l'industrie de l'interdiction des tests sur animaux, «elle est cruciale car elle va fournir à la Commission européenne une information pertinente et réaliste. C'est une occasion unique de montrer l'importance de l'innovation pour notre industrie», a expliqué Françoise Audebert, conseillère scientifique à la Febea. «Nous sommes à votre disposition pour vous

full service

GROUPE ALKOS DÉVOILE SA NOUVELLE STRATÉGIE

Six mois après l'arrivée de Dominique Vautier au poste de président, Alkos Développement change de nom, de logo, et surtout affiche sa stratégie. Il devient donc Groupe Alkos et confirme sa volonté de renforcer les liens et les complémentarités entre les trois entités qui le composent : Alkos Cosmétiques, Inter Cosmétiques et Sagal. Et ceci dans le but de devenir un acteur incontournable sur le marché du maquillage et du soin. Le groupe indique qu'il compte «développer son offre de projets clés en main, en proposant des formules innovantes, des packagings inédits et en assurant leurs conditionnements et la logistique qui en découle», tout en accentuant sa présence sur les marchés européens, américains et au Moyen-Orient. Groupe Alkos annonce d'ores et déjà le lancement de deux gammes complètes de maquillage par an, qui pourront être proposées au consommateur final en quelques semaines.

SOPHIE BILLON

aider et comptons sur votre contribution», a pour sa part ajouté Anne Dux, directrice des affaires scientifiques et réglementaires, chargée des relations européennes.

sécurité

Grosse moisson de notifications par la France

Le 5^e rapport hebdomadaire Rapex (le système d'alerte rapide de Bruxelles pour les produits non alimentaires) fait apparaître une grande activité en cosmétique : pas moins de 11 cas, dont 9 pour la France. Il s'agit principalement de saisies de produits blanchissants (7 cas), contenant jusqu'à 6,6% d'hydroquinone, la majorité fabriquée en Afrique mais aussi en France. Les deux autres cas sont des top coats de vernis à ongles (origine : Etats-Unis) contenant du dibutyl phthalate (DBP), interdit par la Directive Cosmétiques.

manifestation

La biodiversité en conférence à Paris

Le 5 mai, l'association UEBT (Union for ethical bio trade) organise cette année sa conférence annuelle sur le thème *The beauty of sourcing with respect*, pour mettre l'accent sur «l'importance stratégique de la biodiversité dans l'industrie de la beauté». La matinée, centrée sur le marketing de la biodiversité, inclut la présentation du baromètre UETB 2011, réalisé avec Ipsos. L'après-midi,

consacré au sourcing respectueux, présentera le protocole de Nagoya, puis abordera le cas pratique de l'huile d'argan (au Maroc) pour illustrer le partage des bénéfices, suivi d'une présentation de la législation brésilienne.

Des niches à Milan

Esxence - The scent of excellence se tiendra à Milan (Palazzo della Permanente) du 31 mars au 3 avril. Cette 3^e édition, à la fois professionnelle et grand public, veut assurer le développement de la parfumerie de niche, particulièrement forte en Italie où elle représenterait un chiffre d'affaires de près de 120 M€ (Europe : 850 M€). L'OS-mothèque de Versailles y participera.

formation

Advancia-Negocia avec L'Oréal

LSA ou L'Oréal Sales Academy, l'université commerciale du groupe, s'associe aux deux écoles de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris pour créer l'International Research College for Sales Management. Après le rachat de Matrix en 2005, le groupe avait créé la Matrix Sales University pour former des vendeurs capables de devenir formateurs. Ce principe a été par la suite appliqué à d'autres marques. Il passe la vitesse supérieure avec ce "collège" qui doit être un observatoire de la fonction commerciale et définir une nouvelle approche de cette formation en replaçant le client au cœur des priorités.