

Date : 25/10/13

[Agenda] Eco-Cosmetics, les enjeux de la cosmétique bio et naturelle

Publié le 24 octobre 2013

par Ladygreen



Le Congrès Eco-Experts se déroulera le 3 décembre prochain à Paris et en un seul jour seront développées - dans différents secteurs - les problématiques clés des différents marchés :

- Indicateurs,
- Tendances de consommations,
- Chiffres clés,
- Stratégies de distribution,
- Marketing. Eco-Cosmetics dédié au secteur de la beauté souhaite s'intéresser à comment anticiper les tendances et clarifier les enjeux de la cosmétique bio et naturelle ? Cet événement permettra notamment de :> Répondre à la quête d'image de marque, de naturalité, de durabilité et de technicité, sans renoncer à une cosmétique plaisir,> Tenir la promesse de féminité attendue tout en conservant la qualité et la performance des produits dans le respect des standards bio,> Continuer d'innover dans un contexte de réglementation de plus en plus contraignant > Aider les différents canaux de distribution à mieux référencer et promouvoir les marques bio.

Contexte

Évaluation du site

Paperblog est un service d'agrégation de contenus de blogs. Les articles référencés sont placés en Une du site ou rubriqués, selon leur thématique.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 1353

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Le marché des cosmétiques bio et naturelles, toujours en croissance, est un marché complexe qui a besoin de clarification et de structuration.

Pas moins de 12 labels et 15 allégations environnementales entraînent une grande confusion dans l'esprit des consommatrices et laissent la part belle au « greenwashing ». Cette confusion est renforcée par l'extrême atomisation du marché avec plus de 500 marques référencées à ce jour...

De plus, les consommatrices, peu averties, se sentent peu rassurées par les marques qui semblent avoir oublié de communiquer sur l'efficacité de leurs cosmétiques, attente n°1 des clients. Il semble fondamental de rassurer sur ce point.

D'autre part, au delà des discours dénonciateurs sur la préservation de l'environnement et de la santé (deux préoccupations majeures de la cible), il est nécessaire également de donner du rêve et du plaisir, les Françaises, premières consommatrices de cosmétiques dans le Monde en attendent beaucoup.

Programme

Animation : Stéphanie Jarroux, business development, FÉMININBIO.COM

11h00 Le respect de l'environnement à moindre coûts

- Opportunité business ou marché en décroissance ?
- La cosmétique bio correspond-elle aux nouvelles attentes des consommateurs ?
- A qui profite l'engouement pour les « éco-cosmetics » ?
- Le Green en cosmétique, entre nécessité structurelle, changements d'angles et enjeux identitaires ?

Laure Boisier, fondatrice et directrice des études, LB Quality Research

La consommation bio en secteur hygiène et beauté (Étude mai 2013)

Clémence Sanlis, directrice, IDMAP

Analyse de la tendance Green globale et des bonnes et mauvaises pratiques en la matière

Laurence Zemrani, fondatrice et directrice des études, GREENFOX

L'oeil du consommateur : freins, motivations pour adopter la cosmétique bio

12h00 Tour de table : les facteurs de succès d'une marque bio

- Dans un contexte économique difficile et un environnement très concurrentiel, comment certaines marques ont su trouver les clés du succès ?

- Clarification des offres, du positionnement et des promesses produits-packaging
- Concentration sur les notions de plaisir, d'efficacité et de séduction au delà du coeur de cible

Françoise Kessler, directrice commerciale de la **cosmétique** , WELEDA

Virginie Vinet, fondatrice, LADY GREEN

Michèle Cros, fondatrice, LES **DOUCES ANGEVINES**

14h30 Comment attirer et fidéliser ces nouveaux consommateurs ? 3 pistes à explorer :

L'engagement par le mécénat : quels impacts sur l'image de marque et la notoriété des entreprises de l'univers beauté ?

- Les évolutions d'éco-packaging : levier d'achat et perception produit
- Les nouveaux défis de la distribution : comment réussir son implantation et sa distribution ?

Laure Boisier, fondatrice et directrice des études, LB Quality Research

Quel présent, quel futur pour les éco-emballages ? Vidéos de visites in situ en supermarché afin d'analyser l'angle consommateurs

Marie-Caroline Blayn, consultante, MECELINK

Pourquoi et comment les entreprises de l'univers beauté se sont engagées dans le mécénat ?

Françoise Dassetto, présidente, DASSETTO ETUDES

Les innovations "Green Packaging" en cosmétique dans le monde

Philippe Green, auteur du guide Ecofrugal

15h30 Tour de table : les nouveaux défis de la distribution

- Échecs et success stories des marques bio en distribution
- Clés de succès d'une distribution réussie
- Vente, animation et formations des points de vente

Valérie Vanier, directrice et fondatrice, MISSION BEAUTÉ, spécialiste de la distribution France et Internationale