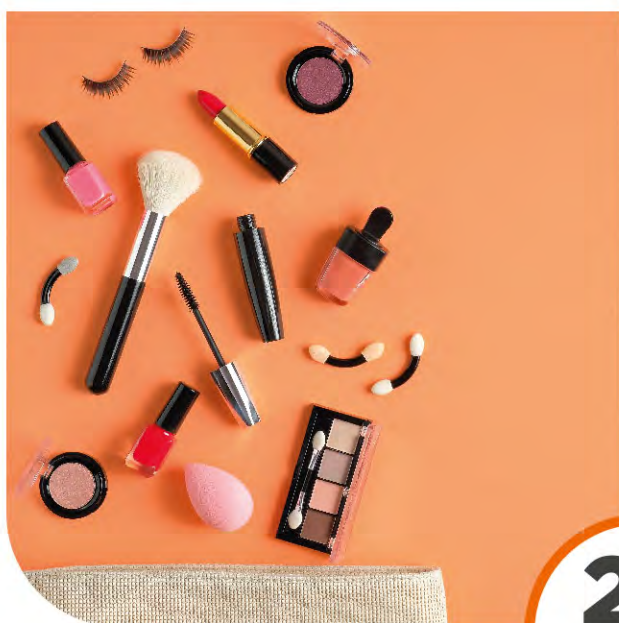




B2B4C Connexions
Academy



**20
24**

CATALOGUE DES **FORMATIONS**

Biologie • Réglementation • Ingrédients • Développement • Marketing
Nouvel entrant • Compléments alimentaires • RSE • Accompagnement opérationnel

B2B4C CONNEXIONS

B2B4C CONNEXIONS EST UN GROUPEMENT D'EXPERTS DES INDUSTRIES DE LA BEAUTÉ

Nous mettons nos expertises au service des industriels.
Nos experts vous accompagnent à chaque étape de votre projet :
définir votre marketing, booster votre innovation, maîtriser
le développement de vos produits, assurer un soutien industriel et
réglementaire, construire votre communication, adapter vos organisations...
Nous intervenons de l'innovation à la mise sur le marché
du cosmétique et du complément alimentaire.

DES FORMATIONS 100% EXPERTS

B2B4C CONNEXIONS ACADEMY

C'est un programme de formation professionnelle.

Ce qui fait notre différence ?

Nos formations sont dispensées par des experts reconnus
par la profession, ayant exercé des fonctions dans les industries
cosmétiques et des compléments alimentaires.

Toutes nos formations sont réalisées en inter-entreprises et
peuvent être dupliquées en formation Intra-entreprises, à la
demande du client. Elles s'adressent à un large public, expérimenté ou nouvel entrant.



SE FORMER À CHAQUE MÉTIER DU SECTEUR

9 THÉMATIQUES



PRÉSENTIEL / À DISTANCE

Nos formations se font soit en présentiel (avec possibilité de suivre la formation à distance), soit totalement à distance.

RÉFÉRENCEMENT DataDock

B2B4C Connexions est un organisme de formation enregistré sous le N° 11788321378 auprès de la préfecture de la Région Ile de France.

RESTONS **CONNECTÉS**



B2B4C Connexions



<https://www.linkedin.com/company/b2b4c-connexions/>

NOUS CONTACTER



07 67 01 76 66 - 01 39 52 26 06



formation@b2b4c-connexions.com



SOMMAIRE DES FORMATIONS



Biologie

B1BC	Physiologie cutanée - de la cellule à l'organe peau	2 J	P 10
B2MI	Peau et microbiote	1 J	P 11
B3PP	Cheveux et phanères	2 J	P 12
B4PS	Peau sensible, peau allergique et méthodes d'évaluation	1 J	P 13
B5VC	Vieillessement cutané et tendances anti-âge	1 J	P 14



Réglementation

R1AL	Réglementation et allégations	1 J	P 15
-------------	-------------------------------	------------	------



Ingrédients

I1IN	Connaître les ingrédients cosmétiques	2 J	P 16
I2ICB	Ingrédients pour la Clean Beauty	2 J	P 17
I3EC	Eco-conception d'ingrédients naturels en cosmétique	1 J	P 18
I4BI	L'utilisation des biotechnologies en cosmétique	1 J	P 19



Développement produit

D1SI	Soins : identifier et comprendre les textures essentielles	2 J	P 20
D2PO	Formulation et évaluation des produits solaires	2 J	P 21
D3MA	Maquillage : panorama des galéniques incontournables	2 J	P 22
D4CC	Produits capillaires classiques	1 J	P 23
D5CS	Produits capillaires spécifiques	1 J	P 24
D6VR	Visiter les routines beauté du monde et leurs produits	2 J	P 25
D7IG	Innover par la galénique : revue de textures inédites	1 J	P 26
D8CS	Cosmétique solide : état des lieux et perspectives	1 J	P 27

SOMMAIRE DES FORMATIONS



Marketing

M1IC	Travailler l'innovation en skincare	2 J P 28
M2ET	Les 10 étapes pour réussir sa création de marque	1 J P 29
M3CO	La communication des DNVB et Indies brands	1 J P 30
M4MI	Quelles missions donner à sa marque ?	1 J P 31



Nouvel entrant

N1NE	Les fondamentaux techniques en 2 jours	2 J P 32
-------------	--	-----------------



Compléments alimentaires

CA1F	Tout savoir avant de se lancer en Nutraceutique	2 J P 33
CA2R	Quelle communication d'efficacité pour les compléments alimentaires à visée beauté	1 J P 34
CA3I	Compléments alimentaires : Innover dans les ingrédients	1 J P 35



Responsabilité Sociétale et Environnementale

RSE1F	Responsabilité Sociétale des Entreprises : les Fondamentaux et la Pratique	1 J P 36
RSE2E	Eco-conception et Analyse du cycle de vie	1 J P 37
RSE3C	Enjeu Climat et comptabilité Carbone	1 J P 38



Accompagnement opérationnel

- 1 Le plan marketing stratégique
- 2 Le plan marketing opérationnel
- 3 Le plan d'action commercial
- 4 La gestion de projet dans le développement de produits cosmétiques
- 5 La gestion de projet en R&D

**Uniquement
en intra-entreprise**
[Nous contacter](#)

UN MOT SUR **NOS EXPERTS FORMATEURS**

Tous experts indépendants, déjà formateurs et avec un parcours dans l'industrie.



Pascale BARLIER

EXPERT ÉVALUATION IN-VIVO EFFICACITÉ PRODUITS COSMÉTIQUES

Diplômée en Biophysique et experte depuis plus de 25 ans. Elle a dirigé pendant plusieurs années le CERCO, centre d'études cliniques à Paris, spécialisé en biométrie, en vérification de la tolérance et en études consommateurs. A l'écoute des formulateurs, du marketing et des affaires réglementaires, elle a toujours intégré une part d'innovations, méthodologiques ou technologiques, dans les études. Depuis 2021, fondatrice et dirigeante de COS&CO, société de conseil et de formation dédiée à l'évaluation des performances cosmétiques, elle accompagne ses clients dans l'élaboration d'une stratégie de tests et la valorisation des données afin de soutenir les allégations en intégrant au maximum les technologies innovantes en particulier celles issues de la French tech.



Emmanuelle DUMAS

EXPERT MARKETING

Diplômée d'École de commerce, Emmanuelle a plus de 25 ans d'expérience dans le monde de la Beauté et du Bien-être. Spécialiste des soins experts et de la cosmétique naturelle, elle a occupé des postes à responsabilités en Marketing Stratégique et Développements de produits au sein de grands groupes, puis de groupements de pharmacies.

Aujourd'hui consultante et fondatrice de m.a Wellness and Beauty, elle conseille les Marques de cosmétique dans leur stratégie Marketing, accompagne les équipes marketing dans la réalisation de projets d'innovation produit & service, aide à la création de marque en agissant sur les différents stades de la création : de l'idée à la commercialisation, en passant par le storytelling, le contenu de marque, le sourcing prestataires etc....

Experte clean beauty et marques engagées.



Virginie GUERRA

EXPERT MARKETING STRATÉGIQUE & OPÉRATIONNEL

Passionnée par l'industrie Cosmétique et issue de l'ISIPCA, Virginie œuvre dans l'industrie cosmétique depuis plus de 30 ans. Elle a travaillé auprès des plus grands producteurs et distributeurs d'ingrédients où elle a dirigé des équipes commerciales et Marketing en France et à l'international. Sa connaissance des marchés internationaux, son expérience dans la définition et le déploiement de stratégies ambitieuses ainsi que sa maîtrise de la gestion de centres de profits, lui permettent d'accompagner efficacement des programmes d'accélération de performance et de gestion du changement.

Les valeurs qui la guident : la Performance Humaine et Économique, la différenciation, l'identité et la transmission.



Christine LAFFORGUE

EXPERT DERMOPHARMACOLOGIE & COSMÉTOLOGIE

Présidente de la Société Française de Cosmétologie. Responsable Master 2 Cosmétologie chez Université Paris Sud 11. Elle travaille dans la Recherche et l'Enseignement depuis l'obtention de son DEA de Dermopharmacie et Cosmétologie (en 1985) puis de son Doctorat d'Université en 1990, finalisé par un Cycle d'Études de Pharmaco-Toxicologie cellulaire. Elle est également membre du GERDA.

Maître de Conférences au Laboratoire de Dermopharmacologie et Cosmétologie à la Faculté de Pharmacie Châtenay-Malabry, elle est responsable du Master 2 Cosmétologie depuis 2013 et enseignante Associée DESS Cosmétologie Université du Québec à Chicoutimi, depuis 2014.



Isabelle LE FUR

EXPERT VEILLE INNOVATION & COMMUNICATION SCIENTIFIQUE

Docteur en Pharmacie spécialisé en biologie cutanée et dermo-cosmétique.

Isabelle a plus de 25 d'expérience dans l'industrie cosmétique.

Elle a occupé différents postes en Recherche & Développement pour de grandes sociétés cosmétiques françaises.

Co-auteur de plus de 30 publications ou communications scientifiques, elle est aujourd'hui consultante internationale depuis dix ans pour les industries cosmétique et pharmaceutique. Elle est aussi chargée de mission pédagogique dans différentes écoles comme l'ISPICA et Sup'Biotech.



Muriel MORELLI

EXPERT RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT

Formulatrice de formation, elle possède plus de 25 ans d'expérience en développement global de produits cosmétiques de leur création à la mise sur le marché au sein de grandes entreprises américaine et française. Muriel a dirigé le département développement pour 9 marques en dermocosmétique et a managé des équipes pluridisciplinaires en R&D. Elle a ainsi acquis une connaissance approfondie du marché de la cosmétique, de son écosystème mondial, des attentes des consommateurs, de ses enjeux et de ses tendances (Naturalité, Routines Beauté, Réglementations...).

Fondatrice et dirigeante de Muriel Morelli Sciences & Cosmetics, elle accompagne ses clients sur le développement technique et des projets de structuration de R&D.



Hélène ORLIAC

EXPERT RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES - TRANSFORMATION DURABLE DU SECTEUR COSMÉTIQUE

Ingénieur Agro-alimentaire, Hélène a fait toute sa carrière dans l'industrie cosmétique.

Depuis une dizaine d'années, elle a développé son expertise des enjeux environnementaux et sociétaux en tant que Directrice de programmes Internationaux RSE pour CHANEL, puis comme Directrice du pôle Environnement de la Fédération Française des Entreprises de la Beauté (FEBEA), où elle a notamment contribué à la publication de plusieurs guides et documents de référence sectoriels sur les bonnes pratiques environnementales du secteur Cosmétique.

Elle a récemment fondé son agence de conseils et elle accompagne aujourd'hui des entreprises de la filière Cosmétique pour une transformation durable de leurs activités. Elle est également certifiée Évaluatrice ICA de la RSO selon la Norme ISO26000.



Ophélie OUAZZANY

EXPERT COMPLÉMENT ALIMENTAIRE - NUTRICOSMETIQUE

Ingénieure agro-alimentaire, spécialisée en nutrition humaine et santé (ENSCPB - Bordeaux), et titulaire d'un master en biologie cellulaire et physiologie.

Elle a plus de 10 ans d'expérience dans l'industrie des compléments alimentaires.

Elle a débuté au sein du Groupe Rocher en tant que chef de projets R&D puis Responsable Recherche & Innovation du département Nutrition.

Elle poursuit au sein d'un laboratoire OTC de renom, en tant que Responsable R&D et affaires réglementaires, sur plusieurs marques dont Oenobiol.



Grégoire PITHON

EXPERT EN TECHNOLOGIES DE PRODUCTION & INNOVATION PAR LE PROCÉDÉ

Ingénieur en génie des procédés (ENSIC - Nancy) il a travaillé 11 ans dans le groupe L'Oréal ou il s'est spécialisé dans le secteur de l'innovation par les procédés (nouvelles formes de produits, écoconception, transfert de technologies).

Il a notamment été responsable d'une unité pilote et du Pôle Nouvelles Technologies de Novéal, filiale de L'Oréal. Un parcours qui lui a permis de développer une vision globale des procédés en cosmétique, de la R&D à l'industrie, de la matière première (synthèse, polymères, extractions, encapsulation) au produit fini.



Frédérique PORTOLAN

EXPERT CONCEPTION ACTIFS COSMÉTIQUES

Docteur en Chimie Bio-Organique, Frédérique a plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie cosmétique. En charge de la conception et du développement d'ingrédients actifs naturels, elle a participé au lancement de plus de 100 ingrédients catalogue ou exclusivité. Son expertise englobe l'idéation, la sélection de la matière première végétale, la mise au point du procédé d'extraction et l'évaluation de sa robustesse, jusqu'à son scale-up industriel.

Fort de cette expérience, elle crée en 2018 Natur'Insight, cabinet de consulting spécialisé dans la conception d'actifs, afin d'apporter son expertise technique et stratégique aux entreprises du secteur Cosmétique.

Aujourd'hui, elle accompagne ses clients en mettant à leur service ses compétences pour le développement de leurs nouveaux ingrédients, l'objectivation et la valorisation d'ingrédients nouveaux ou déjà commercialisés.



Stéphanie REYMOND

EXPERT MARKETING TECHNIQUE

Après un DESS de Pharmacie Industrielle (IPIL) à Lyon, elle intègre le groupe LVMH en tant que responsable du laboratoire de prospective pour les produits de soin, pendant 9 ans.

Elle poursuit son parcours chez STRAND COSMETICS EUROPE où elle occupe, pendant 11 ans, le poste de responsable marketing où elle définit, avec l'aide des laboratoires, les lancements des nouveaux produits de soin et de maquillage.

Sa double compétence technique et marketing, ainsi que sa connaissance des produits de soin et de maquillage sont ses atouts.

Elle possède également une connaissance approfondie sur la cosmétique solide.



Catherine TAURIN

EXPERT HAIR CARE

Ingénieur chimiste, exerce depuis plus de 35 ans dans le domaine du développement des produits capillaires.

Elle a occupé le poste directrice recherche et développement dans plusieurs groupes cosmétiques spécialisés dans le domaine du capillaire.

Depuis 7 ans, elle est consultante spécialisée en Hair Care (tous types de produits) pour plusieurs sociétés ou clients professionnels de la coiffure en France et International.

NOS FORMATIONS





Biologie

Physiologie cutanée - de la cellule à l'organe peau

Isabelle LE FUR

B1BC • 2 jours • 27 et 28 juin / 20 et 21 novembre 2024 • Tarif : 1 540 €HT

Objectifs pédagogiques

Acquérir une vision claire de la physiologie cutanée et des dernières découvertes dans le domaine de la biologie de la peau. Pour être capable de développer des discours produits pertinents et des formules de soins spécifiques en ligne avec les tendances actuelles.

Programme

Jour 1

1 - La peau un organe

2 - L'épiderme

- Structure et organisation générale
- Les cellules épidermiques
- Fonctions et mécanismes biochimiques mis en jeu, la flore cutanée, la pénétration percutanée

3 - La jonction dermo-épidermique

4 - Le derme

- Structure et organisation générale
- Constituants cellulaires, constituants fibreux et constituants matricielles
- Vieillessement cutané (au niveau cellulaire, au niveau tissulaire et au niveau clinique)

Jour 2

5 - L'hypoderme

- Structure et organisation générale, les différents types de tissu adipeux
- Les constituants cellulaires et non cellulaires
- Métabolisme du tissu adipeux et mécanismes biochimiques mis en jeu

6 - Les annexes cutanées

- Glandes sébacées
- Les glandes sudorales

7 - Vascularisation et innervation cutanées

- Microcirculation cutanée
- Peau organe sensoriel, la peau sensible

8 - Les systèmes naturels de défense de la peau

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances de base sur la biologie cutanée.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Biologie

Peau et microbiote

Dr. Christine LAFFORGUE

B2MI • 1 jour • 25 novembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre aux stagiaires les connaissances actuelles concernant le microbiome cutané.
Comprendre les différentes implications du microbiote sur l'homéostasie cutanée.

Programme

Introduction & Rappels

Techniques d'étude et d'identification

- Culture microbienne
- Séquençage
- Métagénomique

Composition du microbiote

- 2 flores différentes
- Les bactéries
- Les fungi
- Les virus
- Les acariens

Organisation en niches

Facteurs de variations

- Milieu
- Facteurs endogènes de l'hôte
- Facteurs exogènes de l'hôte

Interactions avec l'hôte

- Rôle dans fonction barrière
- Rôle de protection
- Rôle dans l'immunité

Le cas de la dermatite atopique

La peau grasse

Intérêt du microbiote

Microbiote & Cosmétiques

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des éléments de base sur le microbiome cutané.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Biologie

Cheveux et phanères

Dr. Christine LAFFORGUE

B3PP • 2 jours • 18 et 19 novembre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

L'objectif de ce stage est de transmettre aux stagiaires les connaissances actuelles concernant les cheveux, le cuir chevelu et les phanères. Comprendre les différentes problématiques liées au soin et traitement des cheveux. Aborder les ongles et les phanères en terme de physiologie et de soin.

Programme

Jour 1

Cheveu et du cuir chevelu

- Structure : cuticule, cortex, moelle
- Cycle de pousse : les différentes phases, évaluation
- Contrôle de la croissance : facteurs exogènes, génétiques, hormonaux...
- Glande sébacée : localisation, embryologie, structure et fonctionnement
- Cuir chevelu : structure et physiologie
- Les différents types de cheveux, les différences ethniques
- Chute des cheveux et traitements
- Shampoings et traitements des cheveux et du cuir chevelu

Jour 2

Les ongles

- Structure : matrice, cuticule, tablette et lunule. La physiologie de la pousse
- Les différents traitements de soin

Les cils et les sourcils

- Structure et particularités
- Pousse, soin et maquillage adaptés

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances de base sur le cheveu, le cuir chevelu et les phanères.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Biologie

Peau sensible, peau allergique et méthodes d'évaluation

Dr. Christine LAFFORGUE

B4PS • 1 jour • 12 décembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

L'objectif de ce stage est de transmettre aux stagiaires les connaissances sur la peau sensible et la peau allergique pour mieux comprendre les implications en terme de développement produit.

Programme

Système immunitaire cutané

Allergie cutanée

- Bases physiologiques
- Traitement et soin de la peau allergique

Concept de la peau sensible

- Les définitions de la peau sensible
- Les limites : peau sensible/dermatite atopique/peau sèche
- Traitement et soin de la peau sensible

Éléments pratiques

- Différencier allergie et irritation

Les méthodes d'évaluation

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances sur l'immunité de la peau, ses implications en terme de réactions cutanées possibles, et en terme de développement de produits cosmétiques.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Biologie

Vieillessement cutané et tendances anti-âge

Isabelle LE FUR

B5VC • 1 jour • 8 novembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre aux stagiaires les connaissances nécessaires pour comprendre l'ensemble des mécanismes impliqués dans le vieillissement de la peau et ainsi mieux appréhender l'action des produits anti-âge sur la peau et les dernières tendances dans le domaine.

Programme

Rappel sur la physiologie de la peau

Le vieillissement

- Le vieillissement intrinsèque (chronologique)
- Le vieillissement extrinsèque (soleil UV/IR/visible, tabac, climat, pollution, stress...), notion d'exposome

Le vieillissement cutané

- Au niveau cellulaire
- Au niveau tissulaire
- Les signes cliniques

Les actifs anti-âge : tendances

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances sur la peau, son vieillissement et les tendances dans le domaine des actifs anti-âge.

Ce stage est adapté aux chefs de produits, liaisons marketing, ingénieurs en formulation et développement, techniciens de laboratoires.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Réglementation

Réglementation et allégations

Pascale BARLIER

R1AL • 1 jour • 7 novembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

L'objectif de ce stage est de transmettre les connaissances nécessaires pour définir une stratégie de tests répondants aux allégations, dans un contexte réglementaire donné. Quelles sont les allégations possibles pour mon produit, quelles méthodes permettent de soutenir ces allégations et comment valoriser les résultats en restant en accord avec la réglementation cosmétique concernée.

Programme

1 - Contexte réglementaire européen des allégations pour les produits cosmétiques (tour d'horizon sur les autres zones du monde)

2 - Les différents types de tests pour évaluer la tolérance, l'efficacité cutanée, sensorielle, émotionnelle

- Les tests normalisés (exemples des produits solaires, anti-transpirants)
- Les tests dits "d'usage", les tests consommateurs
- Les tests d'efficacité in-vitro/ex-vivo : comment les utiliser ?
- Comment choisir son test pour une revendication donnée : hydratation, anti-âge, minceur

3 - Comment valoriser les résultats en restant scientifiquement robuste

- Utilisation des données chiffrées
- Utilisation des données images
- Utilisation des verbatims

Études de cas

Sur quelques produits cosmétiques type : produit rincé, non rincé, solaire, maquillage : choix des allégations mise en avant sur le pack : revendication principale ou secondaire, les limites.

Public Concerné

Toutes les personnes de la R&D, de la formulation au service d'évaluation, du réglementaire, du marketing du domaine des ingrédients ou des produits finis.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques et matières premières, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Ingrédients

Connaître les ingrédients cosmétiques

Muriel MORELLI

I1IN • 2 jours • 4 et 5 juin 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre aux stagiaires les éléments permettant d'optimiser le choix et l'utilisation des différentes matières premières cosmétiques. Pour chaque matière première les aspects chimique, physique, toxicologique et législatif seront abordés. Cette connaissance de base des ingrédients cosmétiques permettra aux stagiaires de formuler une palette de textures différentes, adaptées à chaque type de peaux, d'explorer les différents types de formules (aqueuses, huileuse, émulsions multiples...). Elle offre un panorama complet des grandes familles d'ingrédients cosmétiques.

Programme

Jour 1 : Les constituants généraux d'un produit cosmétique

• Les éléments de la phase grasse : les acides gras, les cires, les huiles ... • Les corps gras d'origine minérale • Les huiles végétales : leurs acides gras, insaponifiables / fonctions biologiques et cosmétiques • Les beurres • Les cires naturelles • Les corps gras synthétiques • Les esters d'acides gras

Jour 2 : Les éléments de la phase aqueuse

• Les eaux utilisées en cosmétique • Les alcools et les polyols • Les texturants hydrophiles et lipophiles • Les tensioactifs et leur utilisation • Les additifs : conservateurs, antioxydant, silicones ...
• Rédaction d'une procédure type, partage d'expérience

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique ou marketing souhaitant acquérir des éléments de base sur les constituants des produits cosmétiques.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Ingrédients

Ingrédients pour la Clean Beauty

Muriel MORELLI

I2ICB • 2 jours • 12 et 13 juin / 11 et 12 décembre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Pour relever les défis de la formulation verte, les formulateurs cosmétiques doivent repenser l'ensemble de leur formulation et adopter une nouvelle approche du développement produits. Cette formation permettra d'aborder les éléments du cadre réglementaire, puis d'appréhender les challenges de la formulation en intégrant un maximum d'ingrédients naturels, d'origine naturelle ou biologique et non controversés. Au cours de ces 2 journées, des solutions naturelles alternatives aux ingrédients synthétiques seront proposés, et de nombreux produits naturels pourront être évalués au cours du bar à texture.

Programme

Jour 1

1 - La Clean Beauty, le Bio, le naturel, l'origine naturelle : quelles différences ?

- La norme 16128 • Les labels et certifications

2 - La formulation naturelle : quelle démarche adoptée ?

- Revue des critères de succès • Revue des requis

3 - La formulation des émulsions

- Les ingrédients à sélectionner par catégorie, les points d'attention • Stabiliser une émulsion "naturelle" • Travailler la sensorialité • Évaluation de produits – bar à texture

Jour 2

4 - La formulation des produits rincés

- Les tensio-actifs • Les challenges à relever • Évaluation de produits – bar à texture

5 - La formulation des produits de maquillage

Revue par grande famille de matières premières quelles sont les alternatives disponibles ?

6 - Les points d'attention spécifiques au naturel

- La stabilité organoleptiques et physico-chimique • L'efficacité microbiologique • Le packaging • La tolérance et l'efficacité

Intérêts et avantages

Appréhender les spécificités de la formulation contenant un maximum d'ingrédients naturels ou biologiques. En entrant par les grandes catégories de produits, identifier les ingrédients alternatifs aux synthétiques ou ingrédients controversés. Avoir une vue globale sur les challenges rencontrés par les formulateurs aujourd'hui, appréhender les clés essentielles pour assurer qualité, robustesse et sécurité du produit.

Public Concerné

Tout acteur du développement de la formule : formulateurs, chimistes, chef de projet R&I, chef de produit technico-marketing, responsable service matières premières, service RSE...

Moyens pédagogiques

La présentation est interactive avec une animation bar à texture, des sessions de questions-réponses et des exercices de mise en application.

Les supports seront : paperboard, présentation PowerPoint, support formation, video.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Ingrédients

Eco-conception d'ingrédients naturels en Cosmétique

Frédérique PORTOLAN

I3EC • 1 jour • 4 novembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Présentation des principales technologies d'éco-extractions innovantes, différenciantes afin voir comment les acteurs de la cosmétique s'en emparent pour proposer des ingrédients originaux et performants.

Programme

1 - Définition de l'éco-conception et présentation de ses principaux leviers permettant de réduire les impacts environnementaux liés au développement d'ingrédients

2 - Rappel des principaux métabolites naturels et leur rôle dans la nature, sur la peau, en cosmétique

3 - Rôle de la Chimie Verte dans l'éco-conception d'ingrédient

4 - Présentation des différentes techniques d'éco-extractions innovantes : extractions mécaniques, fluides supercritiques, solvants eutectiques naturels, micro-ondes, ultrasons...

Pour chaque technologie, il sera abordé :

- Leur mode de fonctionnement,
- Leur condition d'utilisation selon les matrices végétales et les métabolites ciblés,
- Leurs avantages et inconvénients par rapport aux extractions dites conventionnelles (en terme de composition chimique, rendement, activité biologique...),
- Leur impact environnemental (empreinte carbone, gestion des déchets...).

Chaque technologie sera illustrée par des exemples industriels appliqués au secteur de la cosmétique ou de la parfumerie.

Public Concerné

Tout acteur du développement ingrédient ou du produit fini : responsable R&D, marketing, communication scientifique, chef de projet, forces de vente...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Ingrédients

L'utilisation des Biotechnologies en Cosmétique

Frédérique PORTOLAN

I4BI • 1 jour • 28 novembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Découvrir les principales biotechnologies utilisées en cosmétique pour voir comment elles permettent d'innover en matière d'ingrédients actifs.

Programme

1 - La ou les biotechnologies ?

- Un peu d'histoire
- Quelques définitions toutes en couleur
- Focus sur les biotechnologies utilisées en cosmétique

2 - Biotechnologie Verte (cultures cellulaires végétales, hairy roots, plantes à traire...)

3 - Biotechnologie Bleue (microalgues)

4 - Biotechnologie Blanche (fermentation, biocatalyse...)

Pour chaque biotechnologie, il sera abordé :

- La description et les différentes utilisations de ces biotechnologies,
- Leurs avantages et inconvénients,
- Illustrations avec des ingrédients et/ou des formulations.

Public Concerné

Tout acteur du développement ingrédient et produit fini : responsable R&D, marketing, communication scientifique, chef de projet, forces de vente...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Soins : Identifier et comprendre les textures essentielles

Stéphanie REYMOND

D1SI • 2 jours • 26 et 27 novembre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Découvrir les galéniques incontournables dans le domaine des produits de soin.
Comprendre les spécificités et contraintes techniques inhérentes à chaque galénique.
Acquérir les connaissances de base en formulation pour chaque texture.
Relier ces connaissances aux problématiques rencontrées lors d'un développement produit.
Utiliser ces connaissances pour améliorer la communication avec les formulateurs et pouvoir décrypter les listes d'ingrédients de produits du marché.

Programme

Introduction : définition du produit cosmétique

Jour 1 : Les bases théoriques de l'émulsion

• Définition • Composition des émulsions • Les différents types d'émulsions • Les phénomènes d'instabilité • Stabiliser une émulsion • Spécifications des différentes matières premières • Caractéristiques physico-chimiques du produit fini • Tests de vieillissement accéléré • Industrialisation ou montée en échelle • Lancements produits : quelles nouveautés, textures et listes INCI ?

Jour 2 : Les différentes galéniques de soin

Partie 1 : les dispersions

• les émulsions • les mousses • les aérosols

Partie 2 : les formes anhydres

• les huiles • les gels • les baumes • les sticks • les poudres

Partie 3 : les formes aqueuses

• les lotions • les gels

Conclusion : les innovations galéniques en soin

Public Concerné

Ce stage pratique s'adresse à des personnes qui souhaitent avoir une approche générale de la formulation cosmétique de soins de la peau. Cette formation est particulièrement adaptée pour les équipes Marketing, Communication Scientifique, R&D, Achat, Production, Formation, commerciales...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Formulation et évaluation des produits solaires

Muriel MORELLI

D2PO • 2 jours • 4 et 5 décembre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet d'appréhender toutes les dimensions du développement du produit solaire : sa conception, sa formulation, son évaluation et son environnement réglementaire.

Programme

1 - Le rayonnement solaire

- Les différents rayons UV
- Pourquoi faut-il se protéger ?
 - Les impacts des UV sur la peau
 - Les recommandations de santé publique

2 - L'environnement réglementaire du produit solaire

- Par région du monde • L'étiquetage du produit solaire

3 - Classification des produits solaires

4 - La formulation des produits solaires

- Les filtres solaires organiques: revue des filtres solaires, leur performance, la notion de synergie • Les écrans solaires minéraux: leur performance, les critères de sélection • Les boosters de SPF • Les agents waterproof • Les actifs spécifiques

5 - Les différentes formes galéniques : animation BAR à TEXTURE (produits solaires)

Présentation de produits, évaluation sensorielle

6 - Le produit solaire BIO

- Spécificités • Sélectionner le système filtrant optimal

6 - L'évaluation du produit solaire

- La mesure du SPF (vitro, vivo) • La mesure de la photoprotection UVA • L'évaluation de l'innocuité du produit (spécifique aux produits solaires) • Évaluation des performances : résistance à l'eau, photostabilité...

Intérêts et avantages

- Appréhender les spécificités du développement des produits de photoprotection
- Connaître les principaux ingrédients pour formuler un produit solaire efficace et leurs challenges
- Aborder les spécificités du produit solaire "naturel"
- Avoir une vue globale sur des méthodes d'évaluation de l'efficacité du produit solaire

Public Concerné

Tout acteur du développement produit : chef de projet, chef de produit marketing, Direction de développement, responsable R&D, responsable de laboratoire de formulation, technicien de formulation...

Moyens pédagogiques

La présentation est interactive avec une animation bar à texture, des sessions de questions-réponses et des exercices de mise en application.

Les supports seront : paperboard, présentation PowerPoint, support formation, video.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage..



Développement produit

Maquillage : Panorama des galéniques incontournables

Stéphanie REYMOND

D3MA • 2 jours • 1 et 2 octobre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux des techniques utilisées en formulation des produits de maquillage.
- Acquérir les connaissances de base en formulation des produits de maquillage et mieux comprendre les contraintes techniques.
- Élargir son savoir à l'ensemble des problématiques rencontrées lors d'un développement.
- Maîtriser les bases afin de mieux communiquer avec les formulateurs des laboratoires.
- Savoir décrypter la liste des ingrédients d'un produit de maquillage.

Programme

Jour 1

Introduction

Les différences majeures entre les produits de soin et de maquillage

Les poudres

- Poudres libres pour le teint
- Poudres compactes par voie sèche pour le teint et les yeux
- Poudres compactes par voie humide pour le teint et les yeux

Les produits cireux

- Produits pour le teint
- Rouges à lèvres
- Gloss

Jour 2

Les émulsions colorées

- Fonds de teint
- BB et CC creams
- Blushes
- Mascaras

Les vernis à ongles

Conclusion et discussion

Public Concerné

Ce stage pratique s'adresse à des personnes qui souhaitent avoir une approche générale de la formulation cosmétique de maquillage. Cette formation est particulièrement adaptée pour les équipes Marketing, Communication Scientifique, R&D, Achat, Production, Formation, commerciales...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Produits capillaires classiques

Catherine TAURIN

D4CC • 1 jour • 18 octobre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Former et aider des stagiaires à connaître les produits capillaires afin de les formuler avec le plus de sensorialité et efficacité pour répondre à un marché de plus en plus exigeant et en progression permanente.

Choisir les bonnes galéniques adaptées à tous les cheveux et à la demande des consommatrices et des professionnels.

Programme

- 1 - Le cheveu et symbolisme
 - 2 - Les chiffres du cheveu
 - 3 - Les différents types de cheveux et leurs propriétés
 - 4 - Le cuir chevelu
 - 5 - Étude de la tige & de la racine
 - 6 - Les formations annexes du cheveu
 - 7 - La chimie du cheveu
 - 8 - Le cycle pilaire & les anomalies du cheveu
 - 9 - Les produits capillaires
 - Le marché en France et dans le monde
 - Les tensio-actifs
 - Les shampooings
 - Les avant-shampooings
 - Les après-shampooings
 - Les anti-chutes et antipelliculaires
- Discussion & questions

Partie pratique

Découverte sensorielle et technique des produits capillaires (étude de produits du marché).

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique (formulateurs) ou marketing et pourquoi pas des professionnels de la coiffure.

Moyens pédagogiques

Présentation Power Point, produits capillaires et autres supports si besoin.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Produits capillaires spécifiques

Catherine TAURIN

D5CS • 1 jour • 5 décembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Former et aider des stagiaires à connaître les produits capillaires spécifiques afin de les formuler avec le plus de sensorialité et efficacité pour répondre à un marché de plus en plus exigeant et en progression permanente. Choisir les bonnes galéniques adaptées à tous les cheveux et à la demande des consommatrices et des professionnels.

Programme

Partie théorique

1 - Le cheveu et sa structure

2 - Les différents produits spécifiques & techniques

- La permanente
- Le défrisage
- Le Lissage

3 - La coloration (fugace, temporaire et permanente)

4 - Les matières premières utilisées

5 - Étude des produits sur le marché pour professionnels & particuliers

Discussions & questions

Partie Pratique

Découverte sensorielle et technique des produits capillaires spécifiques
(étude de produits du marché)

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique (formulateurs) ou marketing et pourquoi pas des professionnels de la coiffure.

Moyens pédagogiques

Présentation Power Point, produits capillaires et autres supports si besoin.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Visiter les routines beauté du monde et leurs produits

Muriel MORELLI

D6VR • 2 jours • 15 et 16 octobre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

L'objectif de ces 2 journées est de donner les clés pour créer une nouvelle gamme de produits de soin en fonction de différentes routines de beauté dans le monde. Cette formation est, tout du long, illustrée d'exemples de produits de soin présentant une singularité.

Programme

Description et exemples de différentes routines de beauté illustrées par la présentation des diverses formes galéniques, des fiches produits deancements récents et originaux (nouvelle gestuelle, nouveau packaging, nouveau concept...), ainsi que des textures à tester. La 1ère journée sera centrée sur l'Asie, marché extrêmement dynamique et source d'innovation.

Jour 1

Les facteurs d'influences beauté intrinsèques et extrinsèques

La routine beauté de l'Asie

- Pourquoi s'y intéresser ?
- Les spécificités de la peau asiatique
- Description étape par étape de la routine beauté (coréenne, japonaise, chinoise) illustrée par des exemples de produits originaux
- Évaluation des produits lors d'un bar à texture
- Revue des ingrédients clés de formulation
- Exercice d'application

Routine beauté continent américain

- Amérique du sud - Amérique du nord

Jour 2

Les routines spécifiques du soin de la peau en Europe

Descriptions des différentes routines de soin de la femme à peau caucasienne

Routine du matin - Routine du soir - Routine hebdomadaire

Au cours de la présentation de chaque routine, seront revues les formes variées de textures des produits ainsi que leurs caractéristiques et gestuelle associée, en particulier : le sérum, le gommage et le masque, le démaquillage : les différentes formes galéniques, les huiles, les contours des yeux, les crèmes de jour, les soins de nuit, le produit de protection solaire. La présentation est interactive et dynamique avec illustration de produits emblématiques et originaux et une activité bar à texture sera organisée.

Les différences attentes des routines beauté en Europe

Intérêts et avantages

- Avoir une vision large des produits de soin et identifier les critères de choix pour créer une gamme de soin
- Appréhender les différentes routines beauté dans le monde et s'appuyer dessus pour valoriser son développement
- Être inspiré et stimulé à travers deancements originaux

Public Concerné

Tout acteur du développement produit : responsable étude et marché, chef de projet, chef de produit marketing, direction de développement, responsable R&D, responsable de laboratoire de formulation, interface R&D/marketing...

Moyens pédagogiques

La présentation est interactive avec une animation bar à textures.

Les supports seront : paperboard, présentation PowerPoint, support formation, video.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Innover par la galénique : revue de textures inédites

Stéphanie REYMOND

D7IG • 1 jour • 17 octobre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

- Découvrir l'univers des textures disruptives, qui sortent de l'ordinaire, en vue d'obtenir des effets Waouh, à travers des produits du marché et des prototypes de formules.
- Comprendre les mécanismes qui sous-tendent ces galéniques et identifier les ingrédients mis en jeu.
- Utiliser ces connaissances pour démarrer des projets de développement centrés sur des galéniques hors norme, ou pour trouver de nouveaux leviers d'innovation, afin de compléter des gammes existantes.

Programme

Introduction

Partie 1 : Convoquer les sens à travers la texture

Présentation de textures du marché ou de prototypes qui stimulent 4 de nos 5 sens, avec le décryptage des mécanismes mis en jeu et des suggestions d'ingrédients clé. La naturalité des ingrédients y sera abordée.

- Expériences visuelles
- Expériences sensorielles
- Expériences olfactives
- Expériences auditives

Partie 2 : Rôle du procédé

Focus sur des procédés de fabrication et de remplissage favorisant l'obtention de textures inédites.

- 1 - La fabrication au service de l'innovation
- 2 - Le remplissage comme outil de créativité

Partie 3 : Rôle du packaging

De quelle manière le packaging permet de booster le caractère inédit de la texture, exemples à l'appui?

Conclusion : Les textures inédites : gadgets ou stratégiques?

Public Concerné

Ce stage pratique s'adresse à des personnes qui souhaitent avoir une approche inédite de la formulation.

À travers des textures disruptives. Cette formation est particulièrement adaptée pour les équipes Marketing, Communication Scientifique, R&D, Achat, Production, Formation, commerciales...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques, support formation. Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Développement produit

Cosmétique solide : état des lieux et perspectives

Stéphanie REYMOND

D8CS • 1 jour • 30 mai / 4 décembre 2024 • Tarif : 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

- Découvrir l'univers de la cosmétique solide en soin et en maquillage.
- Comprendre le lien entre choix des formes solides et démarche environnementale.
- Identifier le périmètre des galéniques actuellement disponibles, illustrées par des produits du marché
- Explorer les opportunités et ajustements amenés par le choix des formats solides
- Utiliser ces connaissances pour démarrer des projets de développement centrés sur la cosmétique solide, ou pour trouver de nouveaux leviers d'innovation, afin de compléter une gamme existante.

Programme

Introduction : Éléments de contexte (tendances, marché)

Partie 1 : Définition de la cosmétique solide

Partie 2 : Les enjeux environnementaux liés au choix des formes solides

Partie 3 : Etat des lieux des galéniques solides

1 - Formes aqueuses

- Les émulsions solides (Définition - formulation - procédés industriels (fabrication/conditionnement) - exemples de produits du marché + décryptage INCI)
- Les sticks aqueux

2 - Formes anhydres

- Les formes coulées anhydres
- Les poudres libres
- Les poudres pressées
- Les savons et syndets
- Les formes granulées (perles)

3 - Atelier sensoriel

Partie 4: Quels sont les opportunités qu'offre la cosmétique solide ?

1 - Au niveau des ingrédients

2 - Au niveau des formules

3 - Au niveau des procédés

4 - Au niveau des packagings

5 - Au niveau de la gestuelle d'utilisation

Conclusion : la cosmétique solide de demain + présentation du STAR Cosmetic Program

Public Concerné

Ce stage pratique s'adresse à des personnes qui souhaitent avoir une approche générale de la cosmétique solide. Cette formation est particulièrement adaptée pour les équipes Marketing, Communication Scientifique, R&D, Achat, Production, Formation, commerciales...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Marketing

Travailler l'innovation en skincare

Emmanuelle DUMAS / Isabelle LE FUR

M1IC • 2 jours • 9 et 10 octobre 2024 • 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre aux interlocuteurs les clés de réflexion pour Innover dans le secteur des cosmétiques

Programme

Jour 1

Marketing

- L'Innovation vue par le consommateur
- L'Innovation indispensable pour les marques
- Développer en interne les moyens pour Innover
- Les axes d'Innovation en cosmétique aujourd'hui et demain
 - Les 3 piliers : formule, actifs, packaging
 - Les tendances actuelles et à venir

Jour 2

R&D

- La peau : généralités
- Les nouvelles cibles biologiques d'intérêt
- Les tendances actifs du moment

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique, marketing, communication.

Entreprises du secteur cosmétique.

Jeunes entrepreneurs désirant lancer une gamme de cosmétique.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Marketing

Les 10 étapes pour réussir sa création de marque

Emmanuelle DUMAS

M2ET • 1 jour • 14 novembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Donner les axes de travail nécessaires, pour construire une marque solide et pérenne. Des centaines de créateurs se lancent chaque année dans la création de marques cosmétiques, de complémentation ou de bien-être. Mais comment se font-elles une place dans ce marché hypersegmenté et hyper-concurrencé ? une bonne idée, un bon produit, ne suffisent pas à garantir le succès. Il faut construire la marque pas-à-pas, en suivant 10 étapes clés.

Programme

- Présentation des 10 étapes clés
- Développement de chacune des étapes
- Livraison des outils pour l'aide à l'action

Public Concerné

Toute personne du marketing du secteur cosmétique.
Jeunes entrepreneurs désirant lancer une gamme de cosmétique.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques et matières premières, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Marketing

La communication des DNVB et Indies Brands

Emmanuelle DUMAS

M3CO • 1 jour • 29 novembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Comprendre les enjeux de la communication, dans un Monde devenu très digitalisé, en prenant l'exemple des Digital Native Verticale Brands et autres Indies Brands très actives on line. Savoir l'appliquer pour sa marque.

Programme

- Qui sont-elles ? Quelles sont leurs caractéristiques ?
- Que communiquent-elles ?
- Comment travaillent-elles la communication on line ?
- Quels enjeux pour la communication off line ?
- Au centre de la communication, la communauté
- Elles redéfinissent l'art de communiquer

Public Concerné

Toute personne du marketing du secteur cosmétique.
Jeunes entrepreneurs désirant lancer une gamme de cosmétique.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques et matières premières, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Marketing

Quelles missions donner à sa marque ?

Emmanuelle DUMAS

M4MI • 1 jour • 25 septembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

L'engagement est devenu un critère majeur d'achat ; et le manque d'engagement, une raison de boycott d'une marque par les consommateurs. Définir les engagements de sa marque, sa "mission", est un enjeu essentiel mais qui doit avant tout être porteur de sens.

Comprendre les possibilités qui s'offrent à sa marque, savoir choisir et communiquer de façon authentique.

Programme

- Rappel des attentes consommateurs
- La mission de la marque est au cœur de son WHY
- Quels sont les différents engagements possibles : planète, animal, social
- Quelles Innovations et tendances pour demain
- Stratégie RSE, Blockchain... les nouveaux enjeux de la durabilité
- Comment décliner ses missions en communication

Public Concerné

Toute personne du marketing du secteur cosmétique.

Jeunes entrepreneurs désirant lancer une gamme de cosmétique.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques et matières premières, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Nouvel Entrant

Les Fondamentaux techniques en 2 jours

Isabelle LE FUR / Muriel MORELLI

N1NE • 2 jours • 2 et 3 octobre 2024 • Tarif : 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre aux stagiaires les connaissances sur les fondamentaux techniques du développement cosmétique. Comprendre son cadre, ses étapes et ses contraintes afin de leur permettre une intégration rapide à leur nouveau poste et une collaboration efficace avec les acteurs impliqués.

Programme

Jour 1

Le cadre réglementaire et les obligations des entreprises

- La réglementation cosmétique européenne (définitions et principe de sécurité, obligations avant la mise sur le marché et après celle-ci)
- Les autres réglementations

La peau

- La peau et ses constituants
- Les annexes cutanées
- États cutanés, hydratation, sensibilité, vieillissement cutané...

Le cycle de vie d'un produit : de l'idée au marché

Les études réalisées au cours du développement produit

- Études de stabilité
- Microbiologie
- Compatibilité packaging
- Études de tolérance
- Études d'efficacité

Jour 2

Au cœur des produits cosmétiques : ingrédients, composition et formulation

- Les ingrédients cosmétiques
- Les produits de soins et hygiène : revue de toutes les galéniques des produits de soin
- Les produits de maquillage : les technologies des poudres, des coulés à chaud, des émulsions colorées

Public Concerné

Tout collaborateur de l'industrie cosmétique ou de ses fournisseurs (R&D, marketing, production, qualité, administratif, commerce, ressources humaines...) rejoignant l'industrie ou désirant en comprendre les fondamentaux techniques.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Compléments alimentaires

Tout savoir avant de se lancer en Nutraceutique

Ophélie OUAZZANY

CA1N • 2 jours • 26 et 27 septembre 2024 • 1540 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre au stagiaire les connaissances nécessaires pour maîtriser l'environnement du complément alimentaire et disposer de solides bases pour appréhender ce marché.
Maîtriser les phases clé du développement, les exigences réglementaires ainsi que les voies de valorisation de l'efficacité des produits.

Programme

Jour 1

1 - Le marché

- États des lieux
- Tendances marché
- Inspirations & innovations
- Focus nutricosmétique

2 - Définition du complément alimentaire

- À la frontière entre aliment & médicament
- Les bases de la nutrition
- Ingrédients & application

3 - Formulation

- Les galéniques
- Les ingrédients actifs
- Les autres ingrédients

Jour 2

1 - Réglementation

- Le cadre réglementaire européen
- Les ingrédients & leur législation
- Allégations nutritionnelles & de santé
- Allégations beauté
- Étiquetage

2 - Les phases clés de développement

- Sélection des ingrédients
- Qualité
- Analyse de risque

3 - Évaluation clinique et conclusion

- Valorisation scientifique
- Les différents moyens
- Focus nutricosmétique

Public Concerné

Tout acteur du développement de produits (Marketing, R&D, Développement, Réglementaire, Commercial...) souhaitant acquérir des connaissances complètes pour lancer des compléments alimentaires sur le marché français.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Compléments alimentaires

Quelle communication d'efficacité pour les compléments alimentaires à visée beauté

Ophélie OUAZZANY

CA2C • 1 jour • 9 octobre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre au stagiaire les connaissances de l'environnement de marché des nutricosmétiques. Appréhender les contraintes et la démarche scientifique pour évaluer la performance des produits et la communiquer quelle que soit le support marketing.

Programme

1 - Rappel du marché

- Le marché global du complément alimentaire
- Focus nutricosmétique
- Les tendances en communication & inspiration internationale

2 - Définitions

- Les exigences réglementaires
- Les ingrédients & les galéniques
- Les allégations nutritionnelles et de santé
- Le mécanisme d'action

3 - Preuves scientifiques

- Les données bibliographiques
- Les différents modèles de test
- L'évaluation clinique
- Les tests consommateurs

4 - Allégations et valorisation

- Résultats & Communication
- Les différents cas de figure
- Les supports promotionnels

Public Concerné

Public concerné : Toute personne de l'industrie cosmétique ou de ses fournisseurs, de profil scientifique ou marketing.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Compléments alimentaires

Compléments alimentaires : Innover dans les ingrédients

Ophélie OUAZZANY

CA3I • 1 jour • 7 novembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Transmettre au stagiaire les connaissances nécessaires pour maîtriser l'environnement réglementaires des ingrédients pour le marché du complément alimentaire.

Maîtriser les exigences liées à la procédure Novel Food et les innovations du marché.

Programme

1 - Réglementation des ingrédients

- Les différentes catégories d'ingrédients & leur législation
- Les plantes & la tradition
- Les procédés de fabrication

2 - Novel food

- Le cadre réglementaire
- Évaluation du statut des ingrédients
- La procédure d'autorisation
- Le contenu du dossier

3 - Tendances marché

- Les innovations végétales
- Les autres innovations
- Les tendances & opportunités

Public Concerné

Public concerné : Toute personne de l'industrie cosmétique et de ses fournisseurs, impliquée dans le lancement de compléments alimentaires : R&D, Marketing, réglementaire, Commercial...

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Responsabilité Sociétale et Environnementale

Responsabilité Sociétale des Entreprises : les Fondamentaux et la Pratique

Hélène ORLIAC

RSE1F • 1 jour • 25 octobre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Aborder le concept de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), cerner les enjeux et les étapes clés d'une démarche de RSE, connaître les principaux référentiels et leurs exigences, faire un état des lieux des pratiques sectorielles en matière de RSE.

Programme

1 - La responsabilité sociétale des entreprises (matin)

- Définitions - Les grandes thématiques de la RSE
- Référentiels, enjeux, et parties prenantes
- Obligations : matérialité - analyse de risques - reporting
- Labels généraux et sectoriels

2 - Les pratiques de la filière cosmétique (après-midi)

- Guides, outils sectoriels
- Les attentes des parties prenantes
- Exercice : étude d'un cas pratique
- Benchmark : les engagements du secteur cosmétique
- Raison d'être et sociétés à mission : concepts et exemple du secteur cosmétique

Public Concerné

Toute personne de formation scientifique, commerciale, juridique, financière ou marketing souhaitant comprendre les enjeux de la RSE et connaître les principaux leviers qui lui permettront de contribuer à la transformation durable des activités de son entreprise et de son modèle d'affaire : leviers méthodologiques, référentiels, réglementations, normes, enjeux du secteur.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Responsabilité Sociétale et Environnementale

Eco-conception et Analyse du cycle de vie

Hélène ORLIAC

RSE2E • 1 jour • 6 novembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Comprendre l'éco-conception et comment la mettre en œuvre pour un produit cosmétique afin de réduire ses impacts environnementaux.

À travers des exemples concrets, il s'agit d'une part d'appréhender le concept et les outils qui permettront aux acteurs de l'industrie cosmétiques d'engager une démarche d'écoconception, et d'autre part de comprendre le contexte normatif et réglementaire dans lequel s'inscrit cette démarche.

Programme

1 - La Responsabilité Sociétale des Entreprises et l'éco-conception

- Vocabulaire et définitions
- Les enjeux RSE et l'éco-conception
- Depuis le droit "mou" vers des réglementations de plus en plus contraignantes

2 - L'analyse du cycle de vie (ACV)

- Pourquoi réaliser une ACV
- Le cycle de vie d'un produit
- Critères environnementaux caractéristiques d'un produit cosmétique
- Normes
- Exemple : l'ACV d'un shampoing

3 - Des produits "plus verts"

- Les attentes des consommateurs, et d'autres parties prenantes
- Référentiels ACV au niveau français et européen pour des produits rincés
- Initiatives sectorielles

4 - Limites de l'ACV et autres leviers d'éco-conception

- Recyclabilité
- Agriculture durable
- Critères sociaux

5 - Engagements des marques

- Les pièges : comment prendre en compte tout son portefeuille Produits
- Rôle d'une marque pour agir sur les comportements à travers sa communication

Public concerné

Toutes personnes de formation scientifique ou marketing souhaitant comprendre la notion d'éco-conception et les leviers pour améliorer la conception d'un produit cosmétique : responsable marketing, formulateurs, développeur packaging, acheteurs.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.



Responsabilité Sociétale et Environnementale

Enjeu Climat et comptabilité Carbone

Hélène ORLIAC

RSE3C • 1 jour • 6 décembre 2024 • 1045 €HT

Objectifs pédagogiques

Comprendre les enjeux du changement climatique et la méthodologie du bilan carbone sur l'ensemble du cycle de création de valeur d'une entreprise (Scopes 1, 2 et 3), initier une trajectoire de réduction alignée avec les objectifs des accords de Paris de 2017.

Programme

1 - Le changement Climatique

- Effet de serre - liens Climat-Energie
- Scénarios du GIEC et conséquences du réchauffement climatique
- Objectifs de réduction et rôle des entreprises

2 - Règlementation

- Obligations de reporting
- La taxe Carbone aux frontières
- Taxonomie

3 - La comptabilité carbone

- Les méthodologies de référence
- Les acteurs de la comptabilité carbone

4 - Étapes de la réalisation d'un bilan carbone

- Périmètre, cartographie des flux, collecte des données
- Outils - Bases de données des facteurs d'émission (FE) - Quantification des impacts

5 - Trajectoire bas carbone et engagements

- Comparer son empreinte entre deux périodes
- Alignement "Science Based Target" (SBTi) - ambition Net Zero
- Leviers de réduction de l'empreinte carbone
- Bonnes pratiques du secteur

6 - Gestion des risques et adaptation au changement climatique

- Risques physiques
- Risques de transition
- Adaptation

Public concerné

Toute personne de formation scientifique, juridique, communication ou commercial & marketing souhaitant comprendre les enjeux du changement climatique et la méthodologie de mesure de l'empreinte carbone de son activité pour en rendre compte à ses parties prenantes : responsables RSE ou environnement, directeurs de business unit, dirigeants, fournisseurs de l'industrie cosmétique, responsables industriels, achats, logistiques, responsables commerciaux.

Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, support formation.
Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.

CONDITIONS PARTICULIERES DE VENTE - FORMATION

Le Groupement d'Intérêt Economique B2B4C Connexions est déclaré organisme de formation (N° D.E. 11 78 83213 78). Une convention de formation professionnelle vous sera envoyée dès la réception de votre inscription. Une attestation de présence vous sera délivrée au terme de la formation accomplie.

INSCRIPTION

La réservation de la formation ne sera effective qu'à réception du bulletin d'inscription dûment complété, daté et signé, 15 jours calendaires au plus tard avant le début de la formation par écrit que ce soit sous forme électronique ou papier. Dans le cas contraire, la réservation ne pourra être maintenue.

Chaque inscription est nominative.

Une confirmation d'inscription est envoyée au participant et à la personne chargée de la gestion de l'inscription, par écrit (sur support papier ou sur support électronique), dès la validation de celle-ci, ainsi que deux exemplaires de la convention de formation professionnelle.

Le lieu exact de la formation est communiqué 10 jours avant le premier jour de la formation par écrit (sur support papier ou sur support électronique) au participant et à la personne chargée de la gestion de l'inscription.

B2B4C Connexions se réserve le droit de refuser une inscription pour motif légitime et non discriminatoire, d'exclure un participant qui perturberait le bon déroulement de la formation sans indemnités ni remboursement même partiel du prix et d'exclure un participant qui aurait fait de fausses déclarations lors de son inscription sans indemnités ni remboursement même partiel du prix.

CONDITIONS REQUISES POUR LA FORMATION À DISTANCE

Lors de son inscription, le stagiaire devra s'assurer de disposer des équipements et de la connexion nécessaires au bon déroulement de la formation qu'il devra vérifier avant celle-ci. A défaut de respect de la configuration requise, B2B4C Connexions ne pourra être tenu responsable en cas de dysfonctionnement.

CONDITIONS FINANCIÈRES

Le prix des formations est exprimé en euros hors taxes, la TVA en vigueur étant applicable au jour de la commande, en sus.

Les prix en vigueur sont ceux indiqués sur le programme de formation de l'année en cours.

Ces prix comprennent la formation, les documents pédagogiques remis à chaque participant sous format électronique et les frais de pauses et de repas.

Les frais annexes à la formation (déplacements, hébergements, coursiers...) sont en sus.

MODALITÉS DE PAIEMENT

Le règlement du prix de la formation s'effectue de la manière suivante : 100 % à la commande.

La réservation de la formation ne sera effective qu'à réception du règlement par virement bancaire selon les indications et le RIB indiqués sur la facture.

CONDITIONS D'ANNULATION ET DE REMPLACEMENT

Dans le cas d'une prestation de formation, toute annulation par le participant doit être confirmée par un écrit (sur support papier ou sur support électronique), un accusé de réception sera adressé par retour au responsable de formation.

L'annulation n'entraînera aucun frais si le participant se fait remplacer par un collaborateur de la même entreprise dans les mêmes conditions que l'inscription initiale.

En cas d'annulation tardive par le client, les dispositions suivantes s'appliquent :

- annulation ou report intervenant 7 jours calendaires avant le début de la formation, les frais de participation ne seront pas restitués (montant non imputable sur le budget de formation),
- annulation ou report intervenant entre 8 et 15 jours calendaires avant le début de la formation, 50% des frais de participation seront restitués.

B2B4C Connexions se réserve le droit de modifier le lieu de déroulement de la formation ou le contenu de son programme, de reporter ou d'annuler la formation si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y oblige, en particulier si le nombre de participants à la formation est jugé pédagogiquement insuffisant.

CONFIDENTIALITÉ

Sauf autorisation expresse, préalable et écrite délivrée par B2B4C Connexions, reste interdite et ouvre droit à des dommages intérêts, toute reproduction partielle ou totale, adaptation, modification, traduction, commercialisation ou diffusion aux membres du personnel ou à des tiers, des supports de cours ou des documents pédagogiques mis à disposition lors de la formation.

Sauf dispositions contraires expresses au contrat de vente, tout document écrit que ce soit sous forme électronique ou papier reste la propriété intellectuelle, littéraire et artistique de B2B4C Connexions et de ses ayants droits.

INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Conformément à la loi Informatique et Liberté 6 janvier 1978 modifiée et au Règlement Général de Protection des Données (RGPD) du 27 avril 2016, B2B4C Connexions vous informe qu'il conservera pendant trois ans les données relatives à la gestion de vos formations et le suivi de notre relation commerciale. Les documents contractuels et administratifs seront archivés pendant dix ans. Sans avis contraire de votre part, vous acceptez de figurer à travers votre logo parmi notre liste de clients sur nos supports de communication. Chaque contact enregistré a la possibilité de consulter les données le concernant, de les modifier et si nécessaire de demander à les supprimer (formation@b2b4c-connexions.com). Aucune information personnelle n'est utilisée à des fins autres que celles prévues par l'activité de B2B4C Connexions.

DROIT APPLICABLE ET JURIDICTION

Le client accepte ces conditions particulières de ventes de formation dès lors qu'il a adressé le bulletin d'inscription.

Les présentes conditions particulières de vente de formations sont soumises uniquement au droit français. Tout litige, quel que soit sa nature, même en cas de recours en garantie ou pluralité de défendeurs ; toute contestation relative à la validité, l'interprétation, l'exécution, la résiliation ou la fin pour quel que motif que ce soit d'un contrat de vente signé entre B2B4C Connexions et le client, sera soumis à la compétence exclusive du Tribunal de Commerce du siège de B2B4C Connexions.

Dans la relation contractuelle entre B2B4C Connexions et un client français, la version française des présentes conditions particulières de vente prévaudra sur toute autre version en langue étrangère.



B2B4C Connexions

Academy



B2B4C Connexions

157 Quai du Pecq - 78500 Sartrouville
07 67 01 76 66 - 01 39 52 26 06
formation@b2b4c-connexions.com