



Congrès International de la Cosmétique Naturelle et Bio

24 & 25 septembre 2013 - Hôtel Ellington - Nürnbergerstrasse 50-55, 10789 Berlin

Organisation

naturkosmetikverlag
e. dambacher

En coopération avec

NÜRNBERG MESSE

Données - Marchés - Perspectives

Innovation & Créativité

L'industrie de la cosmétique s'est largement emparée du thème du développement durable, avec pour conséquence d'importants changements sur l'ensemble des marchés cosmétiques... et des frontières de plus en plus floues entre les différents concepts. Un grand nombre d'entreprises affiche également pour elles-mêmes un management orienté vers de nouvelles valeurs : mais est-ce crédible ? Pour souligner l'identité propre de la cosmétique naturelle et bio, ce marché de la cosmétique naturelle a encore plus que jamais aujourd'hui besoin de concepts innovants allant au-delà de la simple banalité.... Concepts qui sont le seul moyen de transmettre aux consommateurs exigeants de l'authenticité et de la crédibilité. C'est pour cette raison que de tels concepts d'avenir créatifs seront au cœur du Congrès de cette année, avec des échanges et des discussions qui éclaireront les frontières existant actuellement et ouvriront de nouvelles perspectives.

Les thèmes abordés :

- Economie durable : réalités et contradictions
- Hiérarchie des valeurs : cosmétique naturelle versus cosmétique « proche de la nature »
- Cosmétique naturelle : quel niveau de « moralité » le marché peut-il accepter ?
- Focus consommateurs : comment s'attirer leurs faveurs ?
- Points de vente : les magasins de détail du futur
- R&D : tout est-il faisable... tout est-il bon à faire ?
- Management : des valeurs pour créer de la valeur
- Conseils pratiques : innover en magasin de détail ?

A qui s'adresse ce Congrès ?

Dirigeants et décideurs de l'industrie cosmétique concernés par les changements que connaît le marché (Marketing et Vente, Direction R&D, Fabrication, Direction des Achats et des Approvisionnements), fabricants, distributeurs, fabricants à façon, sociétés de développement et de production, détaillants (pharmacies, magasins diététiques et bio, parfumeries, grande distribution, ...), groupements d'achats, fournisseurs de matières premières, prestataires de services, agences de communication, associations, etc.

Langues du congrès :

Allemand et Anglais avec traduction simultanée

« Trendtour Berlin »

Une visite guidée dans Berlin pour y découvrir l'offre de la cosmétique naturelle et bio sous ses différentes facettes, avec la visite de points de vente spécialisés ou généralistes de différents canaux (voir conditions page 4).

23 septembre 2013 de 14h00 à 18h00

Et le **24 septembre à partir de 18h30** : « Get-together », la soirée informelle d'échanges sur place à l'Hôtel Ellington (dans le patio si le temps le permet).

Exposition « Table-Top »



Partenaires de la conférence



Programme du mardi 24 septembre 2013

8h30 – 9h30

Accueil avec thé et café

Enregistrement des congressistes et remise de la documentation écrite

9h30 – 9h40

Accueil : Elfriede Dambacher, présidente du Congrès

Allocution de bienvenue : Udo Funke, NürnbergMesse GmbH

9h40 – 10h15

Le marché de la cosmétique naturelle en 2013 – En forme ?

- Chiffres et données actuelles
- Tendances, marques et marchés
- Le marché cosmétique en évolution

Elfriede Dambacher, naturkosmetik konzept, Dortmund, Allemagne

10h15 – 11h00

La nouvelle morale des marchés

- Influence des changements de valeur sur les comportements d'achat
- Quels magasins et marques profitent de la situation ?
- Comment les consommateurs choisissent leurs lieux d'achat

Dr. Wolfgang Adlwarth, Division Manager « Marketing Stratégique », GfK, Nuremberg, Allemagne

11h00 – 11h40

Pause café

11h40 – 12h40

Innovation & Créativité

- Confiance et crédibilité, facteurs économiques clés
- Exploiter le potentiel créatif de notre « société du savoir »
- Trouver des solutions non banales

Wolf Lotter, journaliste et auteur, Hambourg, Allemagne

12h40 – 14h00

Pause déjeuner

14h00 – 14h45

Les consommateurs entre luxe et naturalité

- Ce qui compte aujourd'hui en cosmétique naturelle
- « Avoir tous les avantages en même temps » : une nouvelle mentalité sur le marché cosmétique ?
- Le développement durable est-il un vrai argument d'achat ?

Jens Lönnecker, Directeur Général, Institut d'étude de marché rheingold salon, Cologne, Allemagne

14h45 – 16h00

Table ronde n°1

Des consommateurs bien informés – comment gérer la situation ?

- Le nouveau pouvoir des consommateurs
- Off-line / On-line: où va-t-on ?
- Quels messages sont perçus ?

Animation : **Angelika Carl** et **Elfriede Dambacher**

16h00 – 16h45

Pause café

16h45 – 17h45

Les marchés émergents du futur : Asie et Etats-Unis

- Les conditions du succès dans les magasins
- Le potentiel des marques européennes
- Les attentes des consommateurs

Moritz Aebersold, Contura Consulting, Bâle, Suisse

Rick Scanlon, SMR International, New York, Etats-Unis

17h45 – 18h00

Résumé et conclusions de la première journée

A partir de 18h30 : « Get-together », échanges informels dans le patio de l'hôtel

Programme du mercredi 25 septembre 2013

8h30 – 9h00

Accueil avec thé et café

9h00 – 9h30

La cosmétique naturelle entre science et développement durable

- La Cosmetic Valley française
- Bio-Diversité ou actifs « high-tech » ?
- Le jardin cosmétique du futur : L'Herboretum

Alban Muller, PDG, Alban Muller International, France

9h30 - 10.15

Développer efficacement l'entreprise sur le marché

- Le management « authentique » – un vrai facteur de succès ?
- Quelles sont les compétences de décision et de négociation nécessaires ?
- Les difficultés – Une chance pour faire évoluer l'entreprise ?

Univ. Prof. Dr. Dr. h.c. **Friedrich Glasl**, Trigon Entwicklungsberatung (Conseil en développement), Salzburg, Autriche

10h15 – 11h00

Pause café

11h00 – 11h45

FORUM A

Marques – Distribution – Concepts de magasins

Du produit à la vente d'un concept

- Un magasin est toujours un lieu de rencontre
- Comment faire du lieu de vente un « lieu de succès »
- A quoi ressemblera le magasin de détail de l'avenir ?

Bert M. Ohnemüller, Directeur Général, neuromerchandising group, Francfort, Allemagne

11h45 – 12h15

L'univers d'achat de la cosmétique naturelle

- Les éléments émotionnels sur le point de vente
- Fidéliser le client grâce à la compétence
- Qu'attendent les clients en termes de service ?

Mattias Mußler, Directeur Général, Mußler GmbH, Stuttgart, Allemagne

12h15 – 12h45

Echanges sur le Forum A

Animation : **Elfriede Dambacher**

11h00 – 11h45

FORUM B

Recherche – Développement – Achats

Des matières premières aux consommateurs : du désir à la réalité

- Existe-t-il des limites à la faisabilité des cosmétiques naturels ?
- Comment atteindre les performances attendues ?
- Où des compromis sont-ils nécessaires ?

Ute Griesbach, Marketing Personal Care Europe, BASF, Monheim, Allemagne

11h45 – 12h15

Les « valeurs idéales » sensorielles en cosmétique naturelle

- Notions de base sur les tests d'objectivation sensorielle en cosmétique
- Les « valeurs idéales » de l'émulsion « parfaite »
- Les émulsions de cosmétique naturelle s'approchent-elles de ces « valeurs idéales » ?

Petra Huber, ZHAW, Maître de Conférences en cosmétique et toxicologie, Wädenswil, Suisse

12h15 – 12h45

Echanges sur le Forum B

Animation : **Gerald A. Herrmann**

12h45 – 14h15

Pause déjeuner

Programme du mercredi 25 septembre 2013 (suite)

14h15 – 14h45

Des cosmétiques naturels « durables » : un paradoxe ?

- Quels critères différenciateurs valables pour le futur ?
- Le développement durable joue-t-il un rôle dans la décision d'achat ?
- Qu'est-ce qui caractérise les cosmétiques naturels ?

Dr. Wilfried Petersen, Directeur général, Dr. Straetmans GmbH, Hambourg, Allemagne

14h45 – 16h00

Table ronde n°2

Définir la cosmétique naturelle :

Les concepts porteurs d'avenir sur les marchés

Animation : **Gerald A. Herrmann** et **Elfriede Dambacher**

16h00 – 16h15

Résumé final et clôture du Congrès

Conditions de participation :

Les **frais de participation** (incluant les actes imprimés du Congrès, les déjeuners et pauses-café, les boissons, le buffet en fin de la 1^{re} journée) s'élèvent à 1.640,00 € HT par personne. **Tarif préférentiel** pour une inscription avant le 15 juillet 2013 : 1.390,00 HT. Ce tarif préférentiel est valable **jusqu'au 31 juillet** pour les participants français, membres des associations Cosmébio, Nature & Progrès, marques certifiées et autres congressistes français. Tarif groupé à partir de 3 personnes sur demande. **Trendtour Berlin** 290,00 € HT, visite guidée et trajet inclus. Les frais de participation sont payables à réception de la facture. La facture tient lieu de justificatif d'enregistrement. L'annulation est possible (exclusivement par écrit) jusqu'à 4 semaines avant le 1^{er} jour du Congrès. Passé cette date, 50 % des frais de participation resteront dus, si vous n'indiquez pas un participant de remplacement. En cas d'annulation à court terme (8 jours avant le Congrès) ou en cas de non-présence, la totalité des frais de participation reste exigible.

Informations et programme détaillés, formulaire d'inscription, possibilité d'hébergement sur place sur le site (en anglais et en allemand):

<http://www.naturkosmetik-branchenkongress.de/naturkosmetik-branchenkongress/en/>

et auprès de Mme Beate Vogel b.vogel@naturkosmetik-verlag.de

Organisation :

naturkosmetik verlag e. dambacher UG
Schauacker 43, D-44309 Dortmund
Tél. 00 49 231 / 206 16 97
E-Mail: kongress@naturkosmetik-verlag.de
www.naturkosmetik-branchenkongress.de

Informations sur le Congrès :

Mme Beate Vogel
b.vogel@naturkosmetik-verlag.de
00 49 231 98 22 99 60
00 49 170 81 31 24 5
(Mme Vogel parle français)

Partenaire du projet :

 **Organic Services**
syntheses. strategies. solutions.
www.organic-services.com