



L'INNOVATION EN COSMÉTIQUE : DE LA R&D AU MARKETING

Durée	Date	Lieu
1 jour	01/12/17	Paris

PROGRAMME (09H00 - 17H00)

La formation est axée sur les relations entre la R&D et le Marketing à travers l'innovation des produits cosmétiques.

L'innovation

- Définition
- Innovation incrémentale et innovation de rupture
- D'où vient l'innovation ?
 - Technical push
 - Marketing pull

L'innovation en cosmétique

L'innovation passée :

- Les grands de la cosmétique
- Quelques étapes importantes dans l'histoire récente de la cosmétique
- Les innovations de rupture
- Les innovations qui ont abouti aux tendances actuelles
- Les blockbusters.

Quels types d'innovation ?

- Ingrédients
- Mécanismes d'action
- Procédés
- Packaging

Les pistes d'innovation actuelles :

- Scientifiques
- Marketing
- Business

Les freins et les leviers d'innovation en cosmétique (réglementaire, PI, management, mondialisation, évolution du secteur, relations marques / fournisseurs, DD etc). Comment optimiser l'innovation ?

L'importance des relations R&D et marketing en cosmétique

- Des langages différents
- Apprendre à travailler ensemble
- Benchmark de bonnes pratiques

Atelier pratique

- Prospective
- Session de créativité

Évaluation de la formation : QCM

Conclusion

LIEU DE STAGE	DATE
Paris	1 ^{er} décembre 2017
OBJECTIFS	PUBLICS CONCERNÉS
Améliorer l'innovation cosmétique au sein de l'entreprise et les relations entre la R&D et le marketing pour maximiser la création.	Formation accessible à toute personne scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances sur l'Innovation en cosmétique. Professionnels de la cosmétiques ; Chercheurs et ingénieurs R&D ; Acteurs impliqués dans un processus d'innovation ; Responsables marketing ; Chefs d'entreprise ; Responsables fonctionnels ; Techniciens
FORMATEUR	RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE
Celina Rocquet, stratégie de l'innovation et développement durable	Jannick Thiroux, cosmétologue
MOYENS PÉDAGOGIQUES	PRIX : 800,00 euros HT (960,00 euros TTC)
Paperboard, présentation PowerPoint, cahier pédagogique, articles, sites internet. Exercices	Tarif incluant la participation à l'enseignement, la fourniture des documents pédagogiques ainsi que le déjeuner et les pauses.

ANNEXE : MÉTHODE

Cette formation s'adresse à des praticiens (responsable formulation, responsable marketing, responsable R&D, responsable scientifique, personnes en charges de dossiers de création ou de développement produit, représentants de l'industrie) recherchant un perfectionnement de leur compétences en matière de cosmétologie.

1 - MÉTHODE

Le stagiaire est invité à sélectionner lors de son inscription une ou plusieurs formations de son choix auxquelles il participera. Pour chaque formation, le stagiaire reçoit, à son entrée dans la salle, un dossier constitué du cadrage du sujet, du plan des différentes interventions et des contributions des intervenants.

1.1 - Déroulement type d'une 1/2 journée (3h30)

Phase 1 - introduction / cadrage (15')

Phase 2 - théorie (60')

Phase 3 - études de cas (30')

Phase 4 - travaux pratiques (60')

Phase 5 - débat (45')

La phase de débat permet aux stagiaires d'interpeler les intervenants pour approfondir certains aspects et d'échanger leur points de vue et leurs expériences.

1.2 - Exemple de Formation

BASES PRATIQUES DE LA FORMULATION - 2 jours (14 heures)

Dates : 22 & 23 juin 2017

Module d'initiation accessible à toute personne scientifique ou marketing souhaitant acquérir des connaissances de base sur la formulation. Ce stage d'initiation adapté à des non-formulateurs aura une approche générale et pratique de la formulation en cosmétique.

La formulation des gels

- Définition des gels, gélifiants, principes de base en rhéologie : rhéofluidifiant, thixotropie
- Principe de gélification : thermique et colloïdale
- Les formes gélifiées : aqueuses, huileuses, gelcrèmes
- Mise en oeuvre de diverses formes gélifiées : gel hydratant, gel crème et gel huileux exfoliant

La formulation des moussants

- Rappel sur les agents moussants et leur mise en oeuvre au coeur de la formulation : anioniques, cationiques, amphotères, non ioniques
- Les impératifs de formulation : viscosants, stabilisateurs de mousse, opacifiants
- Mise en oeuvre de diverses formules : shampooing de base, shampooing élaboré et gel douche

La formulation des émulsions

- Définitions des émulsions, E/H et H/E : caractéristiques, diagnostic des instabilités et les remèdes
- Les grandes familles d'émulsionnants : anioniques monomériques et polymériques, émulsifiants silicones, protéines
- Formulation d'émulsions à phase continue aqueuse : crème naturelle, crème hydratante visage
- Formulation d'émulsions à phase continue huileuse : crème de nuit

Travaux pratiques en laboratoire

Évaluation de la formation : QCM

Conclusion

Cette liste n'est en rien limitative et ne fait qu'esquisser une typologie que la Formation devrait permettre de compléter.

Les intervenants s'efforceront de confronter, à travers leur témoignages, des expériences et des points de vue diversifiés sur ces différents sujets.

La formation a aussi pour ambition de souligner des observations, des hypothèses sur la Formulation et la cosmétologie, afin de dégager des orientations permettant de faire que cet apport, ne relève pas de l'accessoire mais soit une contribution décisive à des projets futurs.

Cette formation est animée par le Dr Béatrice Belle, Pharmacien.

2 - SUIVI DES STAGIAIRES

Il sera demandé au stagiaire d'émarguer sur une feuille de présence (matin et après-midi)

Aucune attestation de fin de formation ne sera délivré si la feuille d'émargement n'est pas complète.

Un questionnaire d'évaluation sera remis au stagiaire en fin de stage. Il sera corrigé en groupe.

Il sera demandé au stagiaire d'émarguer sur une feuille afin de recevoir leur attestation de fin de formation.