



Association Professionnelle
de Cosmétique Écologique et Biologique



*Cosmétique bio:
la cosmétique de toutes les beautés*

CATALOGUE DE FORMATIONS 2018



ÉDITO

Le mot « bio » est dans tous les flux d'informations : agriculture, technologies, développement durable, marketing et communication...

C'est une évidence, la troisième vague verte se profile sous nos yeux. Et c'est un mouvement de fond ! Il y a plus de quinze ans, les pionniers de la cosmétique bio avaient initié la première vague, quand il s'agissait de la définir pour le grand public, puis de l'inventer dans le secret des laboratoires.

Au milieu des années 2000, la seconde vague avait été impulsée par les premiers scandales médiatiques sur les substances toxiques, relayés par les médias traditionnels. À l'époque, nombre de passagers clandestins, qui croyaient se laver de tous soupçons à peu de frais, avaient tenté de surfer sur cette vague, sans adhérer à nos valeurs : il s'agissait souvent de s'alléger de quelques grammes de parabènes ou de masquer le silicone... En effet, pourquoi se conformer à une Charte ou à un cahier des charges, par essence trop lourds, quand on peut tellement revendiquer sans s'engager vraiment ?

Mais aujourd'hui, tous les feux sont au vert pour une troisième vague puissante : un engouement mondial des consommateurs, un nouveau standard européen unifié avec COSMOS, un label Cosmébio à très forte notoriété et un tissu d'entreprises dynamiques qui innovent dans tous les domaines, qu'ils soient technique, éthique ou commercial.

Participer aux formations, c'est un engagement primordial de la Charte Cosmébio signée par toutes les entreprises adhérentes, qu'elles soient très petites entreprises ou multinationales. Mais se former tout au long de l'année, c'est surtout une nécessité pour mieux saisir les opportunités d'un marché en croissance, en France, en Europe et dans le reste du monde.

Alors pourquoi ne pas partir à la conquête de la Corée ou de l'Iran ? S'initier aux subtilités techniques et réglementaires des cosmétiques faits maison ? Améliorer ses compétences pour les vidéos à destination des réseaux sociaux ? Quelles que soient vos attentes, l'équipe Cosmébio met toute son énergie en œuvre pour que vos entreprises apportent le meilleur à vos clients, partenaires et consommateurs.

Romain RUTH,
Président

Pour plus d'informations



formation@cosmebio.org

Janvier

- 18** PARIS Améliorer le système qualité de ma TPE en limitant les coûts
- 25** PARIS Réseaux sociaux : l'ère de la vidéo, du live et de l'éphémère

Février

- 1^{er}** PARIS Développer un partenariat gagnant-gagnant avec ses sous-traitants
- 27** E-LEARNING Le marché des cosmétiques bio : valeurs, principes et référentiels

Mars

- 6** VALENCE COSMOS : s'appuyer sur les évolutions du cahier des charges pour innover
- 15** AIX-EN-PROVENCE Allégations et tests cliniques : quels tests pour quelles allégations ?
- 22** VALENCE Préparer ses négociations commerciales grands comptes en distribution bio

Avril

- 10** E-LEARNING Le marché des cosmétiques bio : valeurs, principes et référentiels
- 24** LYON Valider l'adéquation de son offre avec les attentes des consommateurs de produits bio

Mai

- 24** PARIS Sourcing éthique : comment développer l'approvisionnement éthique en matières premières ?
- 31** PARIS Huiles végétales et huiles essentielles

Juin

- 21** VALENCE Merchandising et PLV : comment dynamiser ses produits en rayon ?
- 28** PARIS Préparer ses négociations commerciales en grande distribution

- 27** PARIS Allégations et tests cliniques : quels tests pour quelles allégations ?

Juillet

- 03** E-LEARNING Le marché des cosmétiques bio : valeurs, principes et référentiels
- 05** PARIS S'inspirer des tendances pour innover demain

Septembre

- AD** PARIS La Corée : zone export et source d'inspiration
- 20** PARIS Préparer ses négociations commerciales en distribution bio
- 27** LYON Co-création : impliquer le consommateur dans le développement produit

Octobre

- 11** PARIS Gestion et communication de crise
- 25** PARIS Exporter en Iran

Novembre

- 15** PARIS Réaliser à moindre coût mes photos et vidéos pour les réseaux sociaux
- 22** PARIS Ingrédients controversés

Décembre

- 06** PARIS Surfer sur la tendance des cosmétiques faits maison
- 13** E-LEARNING Le marché des cosmétiques bio : valeurs, principes et référentiels

- R&D / Formulation
- Sourcing / Production
- Réglementation
- Marketing / Communication
- Distribution / Commercialisation
- Formation transversale



LE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES BIO : VALEURS, PRINCIPES ET RÉFÉRENTIELS



Chiffres du marché de la cosmétique bio en France et à l'international, panorama des réseaux de distribution, certification des produits, différences entre les labels, valeurs de Cosmébio... Ce module vous offrira une présentation complète du marché de la cosmétique bio pour vous permettre de mieux en parler à vos consommateurs, collaborateurs et prospects.

Public : nouveaux salariés, commerciaux, vendeurs en magasins...

FORMATION e-learning { 27 Février } { 10 Avril } { 03 Juillet } { 13 Décembre }

S'informer et s'inspirer
pour rester à la pointe des tendances

R&D / Formulation





COSMOS : LE RÉFÉRENTIEL POUR UNE MEILLEURE COMPÉTITIVITÉ À L'INTERNATIONAL

Découvrir les évolutions du cahier des charges et leur intérêt

06
Mars
1 JOUR
VALENCE



OBJECTIFS

- + Comprendre les fondements de l'harmonisation européenne et sa portée internationale
- + Comprendre le référentiel COSMOS et ses modalités d'application
- + Maîtriser les règles pour formuler selon le niveau naturel ou bio
- + Préparer la certification selon COSMOS



CONTENU

- Origine et ambition du référentiel COSMOS
- Fonctionnement de l'association COSMOS-standard AISBL au niveau européen
- Principales exigences du référentiel
- Processus de certification et de labellisation avec les signatures COSMOS NATURAL et COSMOS ORGANIC
- Comparaison et transition vers le référentiel actuel
- Positionnement de COSMOS par rapport aux autres référentiels

Public : R&D, formulation, réglementaire et qualité, direction générale.



VALIDER L'ADÉQUATION DE SON OFFRE AVEC LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Zoom sur des outils simples pour vos tests consommateurs

24
Avril
1 JOUR
LYON



OBJECTIFS

- + Savoir construire une veille marché / concurrence / réputation
- + Avoir un œil critique sur votre offre et connaître les facteurs de succès ou d'échec
- + Maîtriser les techniques d'enquêtes qualitatives de base
- + Maîtriser les techniques d'études sensorielles de base



CONTENU

- Compréhension des informations indispensables pour offrir un produit en adéquation avec les attentes de vos cibles
- Vision large du panel d'outils que l'entreprise pourra construire en fonction des divers points qu'elle souhaitera tester / valider de son offre
- Exemples d'études et d'actions correctives qui en découlent
- Construction d'un outil de validation sensorielle

Public : R&D, formulation, réglementaire.

En partenariat avec



S'INSPIRER DES TENDANCES POUR INNOVER DEMAIN

Sortir de son quotidien pour prendre une bouffée d'idées

05
Juillet
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Mieux connaître les innovations qui impactent les habitudes cosmétiques du consommateur
- + Anticiper pour mieux s'adapter au marché de la cosmétique



CONTENU

- Socle sociologique : comprendre les attentes des consommateurs et les mutations apportées par les millennials (générations X et Y)
- De quelle manière et dans quelles conditions le digital a-t-il changé le rapport à la beauté ?
- Appréhender les grandes tendances sociologiques
- Génération cosmétique : le consommateur intègre la beauté comme mode de vie
- Quels impacts de ces tendances pour sa marque ?
- Trendsourcing : les matières premières émergentes
- Nombreux exemples français et internationaux

Public : direction générale, direction commerciale, marketing, R&D.



HUILES VÉGÉTALES ET HUILES ESSENTIELLES

Mieux les connaître et maîtriser le cadre réglementaire lié à leur utilisation

31
Mai
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Connaître les principales familles d'huiles essentielles et d'huiles végétales
- + Savoir quelles huiles utiliser pour quels bienfaits cosmétiques
- + Connaître les prescriptions de la réglementation en matière d'huiles essentielles et d'huiles végétales



CONTENU

- Présentation des huiles essentielles et végétales, définitions et processus d'obtention
- Les grandes familles de constituants et principales propriétés des huiles essentielles et végétales
- Les principes généraux des règlements REACH et CLP appliqués à ces huiles
- Les différents statuts réglementaires, exigences et conséquences sur la commercialisation

Public : réglementaire, R&D, achats, qualité.



MANAGER LA CO-CRÉATION : DE LA CONCEPTION DU PROJET À LA MISE EN ŒUVRE

Placer l'expérience client au cœur de l'innovation

27
Septembre
1 JOUR
LYON



OBJECTIFS

- + Appréhender les différentes phases du processus de co-création
- + Saisir les opportunités et les risques d'une démarche de co-création
- + Structurer la mise en œuvre d'une démarche de co-création



CONTENU

- Focus sur l'évolution du rôle du client dans l'innovation
- Les outils supports de la démarche de co-création
- Typologie des données et panorama des méthodes pour les exploiter

Public : R&D, formulation, marketing, direction générale.

En partenariat avec



INGRÉDIENTS CONTROVERSÉS

Appréhender les risques pour mieux formuler et communiquer

22
Novembre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Identifier les typologies de risques et leurs impacts
- + Comprendre les enjeux du choix des ingrédients dans le développement produits
- + Intégrer les nouveaux enjeux de formulation dans sa communication et le positionnement de sa marque



CONTENU

- Comprendre les critères de sélection des ingrédients approuvés et certifiés en cosmétique bio
- Contexte national, international et cadre réglementaire
- Définition et positionnement des différents types de risques
- Panorama des ingrédients les plus controversés (nanomatériaux, perturbateurs endocriniens, phtalates, huile de palme, sodium / amonium lauryl sulfate...)
- Les alternatives disponibles ou les évolutions en cours

Public : R&D, formulation, réglementaire.



SURFER SUR LA VAGUE DES COSMÉTIQUES FAITS MAISON

Comprendre la tendance pour mieux l'intégrer dans vos gammes

06
Décembre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Comprendre les fondements de la tendance
- + Connaître le profil des adeptes de la pratique et comprendre leur état d'esprit
- + Trouver l'inspiration pour intégrer la tendance dans vos gammes



CONTENU

- Analyse de la tendance et du marché Do It Yourself en cosmétique
- Panorama des profils sociodémographiques des consommateurs de cosmétiques faits maison
- Comment travailler votre offre pour répondre à cette nouvelle demande

Public : R&D, formulation, réglementaire.

Le point sur les normes et règles qui régissent votre activité

Règlementation



ALLÉGATIONS ET TESTS CLINIQUES : QUELS TESTS POUR QUELLES ALLÉGATIONS ?

Répondre aux désirs des consommateurs en toute conformité réglementaire

15

Mars
1 JOUR

AIX-EN-
PROVENCE



OBJECTIFS

- + Connaître le contexte réglementaire des allégations
- + Savoir choisir les allégations
- + Appréhender les méthodologies des tests d'innocuité et d'efficacité, preuve des effets revendiqués



CONTENU

- Contexte réglementaire des allégations des produits cosmétiques
- Contexte réglementaire des tests cliniques pour les produits cosmétiques
- Types de tests cliniques : innocuité, usage, efficacité
- Choix des allégations
- Méthodologies des tests d'innocuité et d'efficacité, preuve des effets revendiqués

Public : service réglementaire, R&D.

Prérequis : connaissance du règlement n°1223/2009.

En partenariat avec

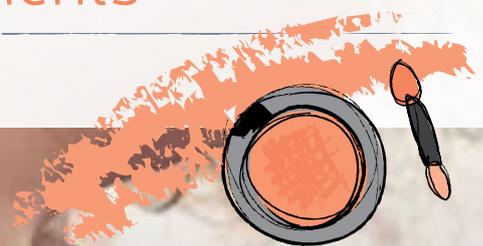



NIVEAU 2



Vous accompagner pour proposer
le meilleur à vos clients

Sourcing / Production





AMÉLIORER LE SYSTÈME QUALITÉ DE MA TPE EN LIMITANT LES COÛTS

Maîtriser la mise en place d'une démarche qualité

18
Janvier
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Présenter la mise en place d'une démarche de certification
- + Appréhender les exigences d'une norme (exemple ISO 9001, BPF)
- + Se projeter dans la conduite du projet



CONTENU

- Pourquoi s'engager dans une démarche de certification ?
- Facteurs clés de succès
- Acteurs de la démarche et leurs rôles
- Apports méthodologiques sur les normes de certification
- Étapes de la démarche de certification

Public : qualité, direction générale.



DÉVELOPPER UN PARTENARIAT GAGNANT-GAGNANT AVEC SES SOUS-TRAITANTS

Bâtir une relation de partenariat pérenne

1er
Février
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Connaître les droits et devoirs qui engagent les parties dans un contrat de sous-traitance
- + Établir un prévisionnel de commandes pour gagner en coût de production



CONTENU

- Construire son cahier des charges
- Choisir son sous-traitant en fonction de ses besoins
- Panorama d'une relation contractuelle entre le donneur d'ordres et le sous-traitant
- Les droits et devoirs du client et du sous-traitant
- Optimiser ses relations commerciales avec le sous-traitant en établissant des commandes prévisionnelles et mieux maîtriser ses coûts
- Passer ses commandes au bon moment pour éviter tout retard, prévoir un stock tampon
- Propriété des formules développées en partenariat
- Relations avec le sous-traitant : choisir le full-service ou un accompagnement plus ciblé

Public : R&D, achat, marketing, développement.



SOURCING ÉTHIQUE : COMMENT DÉVELOPPER VOTRE APPROVISIONNEMENT ÉTHIQUE EN MATIÈRES PREMIÈRES ?

Avoir une démarche éthique dès le début de la chaîne de production

24
Mai
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Comprendre les enjeux d'une démarche de sourcing éthique
- + Disposer d'une méthodologie de renforcement de son sourcing éthique : de la définition du périmètre à la formalisation d'objectifs
- + Appréhender les démarches internes et externes
- + Disposer d'outils et d'exemples concrets d'application



CONTENU

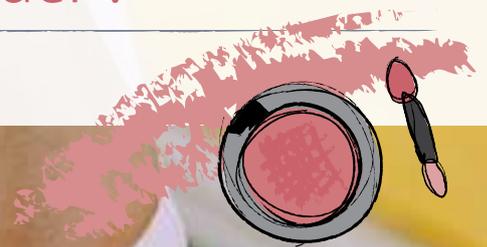
- Définition de l'éthique : y voir plus clair dans les différentes appellations pour développer son approche
- Les enjeux sociaux, environnementaux et économiques
- A quoi sert le sourcing éthique ?
- Éléments méthodologiques d'une démarche de sourcing éthique : auditer l'existant, définir les objectifs d'amélioration, évaluer le coût et identifier l'impact pour le développement de l'entreprise
- Outils et indicateurs de suivi des objectifs pour aller plus loin dans la démarche

Public : qualité, direction générale.



Vous êtes remarquable,
faites-vous remarquer !

Marketing / Communication



RÉSEAUX SOCIAUX : L'ÈRE DE LA VIDÉO, DU LIVE ET DE L'ÉPHÉMÈRE

Connaître les dernières tendances pour encourager l'engagement de votre communauté

25
Janvier
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Comprendre les dernières tendances sur les réseaux sociaux
- + Maîtriser les Facebook Ads
- + Maîtriser l'art du « live » et des « stories »
- + Être capable de définir ses objectifs et de les mesurer



CONTENU

- Les dernières tendances des médias sociaux
- Facebook et l'évolution du marketing digital
- Identifier les opportunités liées à Instagram et Snapchat
- Exploiter le potentiel de Youtube
- La blogosphère : quelle place aujourd'hui ?

Public : communication, marketing.

Prérequis : connaissance des bases des réseaux sociaux.

66
NIVEAU 2

GESTION ET COMMUNICATION DE CRISE

Savoir réagir et s'organiser rapidement face à l'imprévu

11
Octobre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Partager les éléments constitutifs d'un dispositif de crise
- + Développer les réflexes face à une crise, en termes d'actions et d'organisation
- + Maîtriser les principes de la communication de crise



CONTENU

- Mobilisation de l'organisation de crise
- Fonctionnement de la cellule de crise
- Outils de pilotage de la gestion de crise
- Mise en situation relative à l'organisation
- Apports méthodologiques sur la communication de crise via la presse et les réseaux sociaux
- Media-trainings : apprendre à préparer un reportage / une interview, passage caméra et debriefing fond et forme

Public : direction générale, chefs de service, communication.

RÉALISER À MOINDRE COÛT MES PHOTOS ET VIDÉOS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Une méthodologie et des outils simples à maîtriser

15
Novembre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Connaître les tendances en matière de création visuelle
- + Découvrir les principales techniques vidéo
- + Maîtriser les bases du montage vidéo
- + Connaître les bonnes pratiques de diffusion et de référencement



CONTENU

- La révolution du smartphone
- Marketing de l'image sur les réseaux sociaux et tendances
- Cadrage : théorie & pratique
- Slowmotion - Timelapse : théorie & pratique
- Interview et/ou Beautyshot-Packaging : théorie & pratique
- Base du montage sur mobile et/ou ordi
- Mots clés, hashtags et référencement
- Pour aller plus loin : applications dédiées et logiciels de montage

Public : communication, marketing.



Vous aider à créer de nouvelles opportunités

Distribution / Commercialisation





PRÉPARER SES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES GRANDS COMPTES EN DISTRIBUTION BIO

Les bons outils pour être opérationnel rapidement

22
Mars
1 JOUR
VALENCE



OBJECTIFS

- + Établir sa politique commerciale et préparer ses tarifs
- + Maîtriser les techniques de vente en grands comptes
- + Connaître la réglementation (LME)

En partenariat avec



20
Septembre
1 JOUR
PARIS



CONTENU

- Connaître les différentes chaînes de distribution bio et leurs modes de fonctionnement entre franchisées et intégrées : tour d'horizon des atouts et spécificités de chacune
- Quelles stratégies commerciales adopter selon les enseignes ?
- Quels moyens humains mettre en place selon l'organisation de l'enseigne ?
- Préparer sa négociation commerciale
- Préparer ses remises
- Proposer un plan promotionnel
- Échantillonnage
- Argumentaires et aides à la vente
- Cas pratiques et mise en situation

Public : chefs d'entreprise, responsables du développement commercial, export.

Prérequis : expérience en développement commercial de 2 ans.

NIVEAU 2

NIVEAU 3
À LA DEMANDE



MERCHANDISING ET PLV : DYNAMISER SES PRODUITS EN RAYON

Optimiser la présentation des rayons pour déclencher l'achat

21
Juin
1 JOUR
VALENCE



OBJECTIFS

- + Apprendre à développer l'attractivité des rayons
- + Comprendre les facteurs déclencheurs d'achat : influencer le pouvoir du Chaland/Shopper à devenir Acheteur
- + Maîtriser les règles basiques du merchandising
- + Décoder les indicateurs
- + Savoir s'adapter en fonction des caractéristiques du point de vente et des catégories de produits



CONTENU

- Définition du Merchandising : les 5 B
- Les 5 comportements d'achat du consommateur
- Les étapes clés du Shopper (3 mètres / 1 mètre...)
- Merchandising catégoriel, assortiment
- Savoir bien communiquer dans le rayon : visibilité et lisibilité
- Gérer la rupture de stock
- Atelier de cas pratiques avec des exemples fournis par vos soins à l'aide de photos et de jeux d'observation

Public : distributeurs : directeur de magasin / responsable de rayon - entreprises fournisseurs : dirigeant, responsable commercial, responsable marketing.

En partenariat avec



PRÉPARER SES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES EN GRANDE DISTRIBUTION

Connaître les habitudes de la grande distribution et parler son langage

28
Juin
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Comprendre les attentes des acheteurs
- + Préparer efficacement un entretien de référencement
- + Conduire un entretien selon une progression structurée



CONTENU

- Panorama de la grande distribution
- Les grandes notions à maîtriser et le vocabulaire indispensable
- Les exigences en amont
- Atelier d'auto-identification des facteurs clés de succès et points de faiblesse pour la grande distribution
- L'entretien de référencement : préparation et simulation

Public : chefs d'entreprise, responsables du développement commercial, export.



LA CORÉE : ZONE DE DÉVELOPPEMENT EXPORT ET SOURCE D'INSPIRATION

Connaître ce marché pour faire ses choix stratégiques

Septembre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Connaître le marché des cosmétiques coréens et sa réglementation pour les cosmétiques bio
- + Comprendre les réseaux de distribution et les outils marketing à disposition
- + Appréhender la culture du business en Corée



CONTENU

- Chiffres clés du marché de la cosmétique naturelle et bio en Corée
- Les tendances de consommation cosmétique des coréens
- Panorama de la distribution des cosmétiques conventionnels, naturels et bio
- Réglementation du marché de la cosmétique en Corée
- S'implanter dans les magasins en Corée
- Quid du e-commerce ?
- Informations interculturelles : clés de la compréhension du monde des affaires coréen ainsi que des codes, valeurs et usages
- Conseils pour préparer ses rendez-vous en Corée : tenue vestimentaire, mots de vocabulaire, cadeaux...
- Protéger sa marque en Corée

Public : direction générale, export, commercial, export.



EXPORTER EN IRAN

Connaître ce marché pour s'y implanter durablement

25
Octobre
1 JOUR
PARIS



OBJECTIFS

- + Maîtriser le processus d'enregistrement des produits
- + Connaître les formalités demandées
- + Savoir choisir le réseau de distribution



CONTENU

- Approche du marché
- Processus d'enregistrement des produits sur le marché iranien
- Panorama du réseau commercial iranien
- Choix du réseau de distribution
- Zoom sur les documents à fournir aux distributeurs
- Les pièges à éviter

Public : chefs d'entreprise, responsables du développement commercial, export.

PARCOURS COMMERCIAL COSMÉBIO



NIVEAU 1

Aucun prérequis nécessaire



NIVEAU 2

Certains prérequis nécessaires



NIVEAU 3

S'adresse à des professionnels confirmés – Approfondissement des acquis

Conditions générales

INFORMATIONS

Cosmébio est déclaré en tant qu'organisme de formation continue auprès du Préfet de Région Rhône-Alpes sous le numéro **82 26 0190826**.

Pour les participants souhaitant obtenir une prise en charge par leur organisme financeur (OPCA, FAF, AGEFICE...), l'inscription doit être réalisée 3 semaines avant le début de la formation.

Une convention bilatérale de formation est alors adressée à l'entreprise accompagnée des documents administratifs destinés à l'organisme financeur réglementaire.

TARIFS DES FORMATIONS

Les formations Cosmébio sont accessibles aux adhérents et aux non adhérents.

Les membres de l'association bénéficient d'un tarif préférentiel de **399€ HT** par jour.

Pour les non adhérents, le coût de la journée de formation est de **599€ HT** par jour.

La formation « Le marché des cosmétiques bio : valeurs, principes et référentiels » - sur le format d'une demi-journée (non pris en charge par un organisme de formation) - est **gratuite pour les adhérents de Cosmébio**. Pour les sociétés non adhérentes, elle est proposée au prix de **100€ HT pour 1 personne / 150€ HT pour 2 personnes et 200€ HT pour 4 personnes**.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Toute participation doit être confirmée par l'envoi du bulletin d'inscription et du règlement qui ne sera encaissé qu'après la formation.

À réception de votre bulletin, nous vous adresserons un mail validant votre inscription.

Dans les 8 jours précédant la formation, nous vous enverrons un nouveau mail, faisant office de convocation.

Une attestation de stage est adressée au stagiaire après la formation en même temps que la facture acquittée.

CONDITIONS D'ANNULATION

En cas d'annulation de l'entreprise 7 jours calendaires avant la date de début de la formation, des frais s'élevant à 50% du montant total seront facturés.

En cas d'abandon en cours de stage, le montant total de la formation sera facturé.

Cosmébio se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session sans dédommagement. Toute inscription réglée fera l'objet d'un remboursement intégral.



Retrouvez le détail des formations et le bulletin d'inscription sur notre site, rubrique "Formation" ou contactez-nous par e-mail à : formation@cosmebio.org



www.cosmebio.org



04 75 60 27 40



formation@cosmebio.org

Nos formations vous accompagnent sur les différents aspects de la Charte Cosmébio :



Engagement technique

De l'origine des matières premières jusqu'au produit fini



Engagement éthique

Commerce équitable et solidaire, respect de la biodiversité



Engagement marketing

Une communication responsable et transparente

« Très bon accueil et ambiance conviviale »

« J'ai l'impression que je pourrai bien gérer les principaux instruments, je suis très satisfaite »

« Démarche pédagogique très utile, je repars avec de bons outils ! »

« Bonne interaction avec l'intervenant et pertinence des réponses apportées ! »



Association Professionnelle
de Cosmétique Écologique et Biologique



@Cosmebio_label



@cosmebio



/cosmebio



@label.Cosmebio