

☆ Sozio vous présente ses meilleurs vœux « parfumés » ☆  
☆ pour l'année 2011 ☆

## > PARFUMS NOUVEAUTES



### Une bougie « grand format » par L'Artisan Parfumeur

La maison **L'Artisan Parfumeur** a développé en cette fin d'année une nouvelle bougie parfumée « Mûre et Musc » dans un format spécial carré d'un kilo avec 4 mèches, une cire noire dans un verre noir. Il s'agit d'une déclinaison du parfum alcoolique « Mûre et Musc ». Une note hespéridée sur un cœur fruité de mûres et de fruits rouges, et un doux sillage de muscs blancs.



### Une nouvelle gamme de fragrances par Jane Packer

**Jane Packer**, la fleuriste renommée londonienne, inspirée par son amour de la nature et des fleurs, vient de créer une nouvelle fragrance **Iris**. Un accord floral chic iris jasmin sur un fond boisé lacté santal.

La gamme se décline avec un body butter et une crème pour le corps.



### Une nouvelle gamme maquillage SO'BIO étic® par Léa Nature

Une gamme complète de soins cosmétiques bio offrant une alternative biologique, éthique et séduisante aux soins traditionnels. Le parfum bio écocert est un accord floral de violette, teinté de graines d'anis, sur un fond poudré.



Deux **fonds de teint** – un fond de teint naturel et un fond de teint longue durée – qui existent dans cinq teintes différentes.



Un **poudre compacte** qui existe dans trois teintes différentes.



## > ZOOM SUR LE METIER DE *KEY ACCOUNT MANAGER*

Echange avec **Catherine Werber**, *Key Account Manager* au sein de Sozio France

### **1 – Parlez-nous de votre rôle de *Key Account Manager* au sein de Sozio France ?**

Je suis responsable du développement de projets parfums pour un ensemble de clients présents en France et au Bénélux. J'ai un rôle de « chef d'orchestre » entre mes clients d'un côté, et les parfumeurs, l'évaluation, la réglementation et l'usine de l'autre. En effet, je construis le projet dans son intégralité, grâce aux souhaits du client, la connaissance de la marque, l'analyse des tendances olfactives du marché, l'expertise de notre évaluatrice et la créativité de nos parfumeurs, ce qui nous permet de créer des compositions parfumantes dans l'air du temps et sur mesure pour notre client.

C'est un formidable travail d'équipe entre le client et moi-même, puis entre l'équipe de création et moi-même. L'évaluatrice et l'équipe marketing me sont très précieux pour une juste évaluation des créations des parfumeurs, et afin d'acquérir une bonne connaissance des produits du marché. Nos créations s'articulent aussi bien sur le marché de la fine fragrance, des cosmétiques, des toilettries, de l'ambiance ainsi que des produits de détergence.

### **2 – Comment cela se passe pour le développement d'un parfum ?**

Au départ, j'écoute le client sur le projet qu'il souhaite développer. Soit sa demande est assez précise en termes de direction olfactive, soit sa demande est ouverte, et dans ce cas, j'ai un rôle de 'conseil' : j'oriente ses choix sur des notes 'tendances', qui conviennent à sa nouvelle gamme et à l'ADN de sa marque. Un brief est établi à l'attention des parfumeurs, précisant les caractéristiques olfactives et tenant compte du cahier des charges client (prix/réglementation/concentration ...). A l'issue du brief, les propositions des parfumeurs sont évaluées en coordination avec l'évaluatrice, sur lesquelles des modifications peuvent être demandées. Notre département réglementation valide ces parfums avec le cahier des charges client. Une fois validées, je transmets au client ces soumissions parfumantes avec une offre de prix, et notre équipe de parfumeurs retravaille en interne les parfums si nécessaire en fonction des commentaires olfactifs du client. La note est « testée » chez nos clients et à l'issue positive des tests, sera commandée pour entrer dans leur produit fini, et être lancée sur le marché pour le bonheur des consommateurs !

### **3 – Que pouvez-vous proposer aux clients ?**

La satisfaction à long terme de chacun de nos clients est au cœur de notre philosophie. Nous souhaitons travailler en partenariat étroit avec nos clients afin d'avoir une connaissance approfondie de leur marque, de leurs clients finaux et de leur marché, pour les faire bénéficier de toute notre créativité sur mesure.

Notre connaissance des marchés de parfumerie alcoolique, gels douches, soins visage et corps, bougies et produits de détergence nous permet de conseiller le client et de l'accompagner dans son choix de fragrance pour ses nouveaux développements. Nous proposons à nos clients chaque trimestre une nouvelle étude marketing et olfactive sur un marché choisi qui définit les grandes tendances olfactives et de « mix » produit marketing.

Face au développement du marché bio/écocert, nous avons développé depuis quelques années une expertise en matière de compositions parfumantes écocert, qui nous permet de proposer à ce jour des fragrances très diversifiées (composées d'huiles essentielles et d'isolats) aussi bien destinées aux parfums alcooliques, gels douches, cosmétiques que pour l'ambiance et la détergence.

#### **4 – Parlez-nous de l'importance aujourd'hui de la réglementation en matière des parfums ?**

Les réglementations en matière de fragrances ne cessent de se durcir et d'évoluer depuis un certain nombre d'années. Notre rôle est d'anticiper ces évolutions réglementaires pour pouvoir les intégrer au mieux au présent. Ces évolutions sont de plus en plus contraignantes et impliquent de nombreuses reformulations au niveau des notes existantes, liées soit à l'interdiction de matières premières à substituer, soit aux matières premières à limiter dans la composition. Dans certains cas, de nouvelles matières premières (par exemple, la mousse de chêne) ont permis de pallier ces évolutions, mais cela constitue pour les parfumeurs aujourd'hui un vrai défi pour la parfumerie de demain.

Enfin, les clients se tournent de plus en plus vers des matières premières naturelles et écocertifiées, qui ont un bel avenir devant elles.

Notre objectif premier est de répondre au mieux aux attentes de nos clients en matière de création olfactive, compte tenu de la réglementation en vigueur.

## **> NOUVELLES TENDANCES**

### **Notre dernière étude Tendances Olfactives *Sous la Douche* sur le marché des gels douche**

Notre dernière étude **Sous la Douche** porte sur le marché des gels douche tous circuits de distribution confondus. L'étude dégage les grandes tendances olfactives et mix produit sur ces circuits, en séparant volontairement les parfums traditionnels des parfums écocert.

Un ensemble de soumissions parfumantes créatives sont proposées à l'issue de l'étude.

Pour plus d'informations, contacter Catherine Werber : [c.werber@je-sozio.com](mailto:c.werber@je-sozio.com)



SOZIO Octobre 2010

Sozio

## > SOZIO INC. – ETATS-UNIS

### Nouveaux collaborateurs au sein de l'équipe Sozio Inc.

Sozio Inc. est heureux d'annoncer l'arrivée de quatre nouveaux collaborateurs au sein de son équipe :

Tejinder Kumar – Parfumeur  
Gloria Chester Galdi – Directeur d'Evaluation  
Sheretha Lumpkins – Directeur Régional des Ventes  
Tara de Vita – Contrôleur

### Nomination de Tracey Lundquist comme Directeur Marketing & New Business Development

Sozio Inc. annonce la nomination de Tracey Lundquist au poste de Directeur Marketing & New Business Development. Tracey a rejoint Sozio Inc. en 2009 comme Directeur Marketing & Evaluation, avec plus de 12 années d'expérience dans l'industrie du parfum.

## > EVENEMENTS

### Sozio France participe au Colloque **NATURAL BEAUTY SUMMIT**, 22-23 novembre 2010 (Paris)

Sozio France a participé au Colloque **NATURAL BEAUTY SUMMIT** qui a eu lieu à Paris les 22 et 23 novembre 2010. L'objectif du colloque était de rassembler les principaux acteurs de l'industrie et aborder les thèmes majeurs qui concernent l'industrie de la beauté au naturel :

- > évolution des besoins des consommateurs ;
- > développement de marques de luxe haut de gamme écocert ;
- > développement de la consommation collaborative (recyclage/partage) ;
- > répartition des segments de distribution ;
- > l'approche développement durable (matières premières, marketing, packaging, commerce équitable) ;
- > l'évolution des labels (COSMOS, Ecocert, Natrue ...).

Ce colloque confirme la nette tendance des consommateurs à se diriger vers la cosmétique bio (avec certification) au détriment de la cosmétique naturelle, avec une croissance à deux chiffres dans les cinq ans à venir sur le *personal care* en Europe.



... découvrez la prochaine newsletter Sozio au printemps ...