

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE, DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE

Option B – FORMATION-MARQUES

CONSEIL ET EXPERTISE SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES – U5

SESSION 2016

**Durée de l'épreuve : 4H00
Coefficient : 4**

Matériel autorisé.

Toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique sous réserve que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (Circulaire n°99-186, 16/11/1999).

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 24 pages, numérotées de 1/24 à 24/24.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 1/24

YVES ROCHER

LANCEMENT DE LA GAMME ÉLIXIR 7.9 CURE SOLUTIONS

En tant que technicien(ne) supérieur(e) MECP, vous avez intégré le **service formation France et international de la marque YVES ROCHER** et vous assistez la directrice de ce service.

Parmi les missions du service formation, certaines sont à destination des formatrices, d'autres à destination des points de vente.

À destination des formatrices France et international.

- Créer les supports de formation : diaporamas de présentation, fiches techniques, livrets de formation ...
- Concevoir des techniques de formation et d'animation.
- Organiser et concevoir des modules de formation pour les conseillères de vente et les esthéticiennes.
- Accompagner les équipes de formatrices dans le cadre des lancements.

À destination des points de vente.

- Créer les supports : fascicules clients, carte de soins, livrets techniques ...

L'une des missions du service est de participer aux lancements des nouveautés produits et prestations.

Pour chaque innovation en Cosmétique Végétale®, le service Recherche et Développement rédige un dossier scientifique qui est envoyé au service Formation en vue de la préparation des supports adaptés aux différents publics (esthéticiennes, formatrices France et international).

Chaque support est toujours réalisé dans le respect de la charte graphique de la marque.

La gamme visage ÉLIXIR 7.9 ainsi que le soin cabine associé vont être commercialisés dans six mois. Vous préparez ce lancement.

CONCEPTION ET RÉALISATION DES MOYENS ET OUTILS DE FORMATION.

1. La formation à destination des formatrices.

Vous préparez les documents supports pour présenter la gamme ÉLIXIR 7.9 à l'équipe des douze formatrices France, lors d'une journée de formation.

1.1. Proposer le contenu des huit diapositives du diaporama de présentation de la nouvelle gamme.

1.2. Réaliser la fiche argumentaire du produit phare de la gamme : le *Sérum Intensificateur Jeunesse*.

Lors de la présentation de cette nouvelle gamme, vous avez prévu de réaliser une démonstration du soin visage cabine : *REDYNAMISER. Soin au complexe ÉLIXIR 7.9.*

1.3. Concevoir la démonstration.

Vous concluez la formation par une évaluation des acquis des formatrices.

1.4. Présenter la méthode et les outils de cette évaluation et justifier les choix opérés.

2. La formation à destination des conseillères de vente.

Vous concevez le module de formation sur la nouvelle gamme et sur le soin cabine associé. Ce module sera dispensé sur les points de vente. Vous devez prévoir l'organisation de la formation sous ses aspects pédagogiques et matériels.

2.1. Créer le planning de la formation.

2.2. Réaliser le guide pratique destiné à la formatrice pour l'aider à aménager l'espace dédié à la formation.

ADAPTATION DE L'ACTION DE FORMATION À L'INTERNATIONAL.

Le service Formation prépare l'adaptation de la formation ÉLIXIR 7.9 au marché chinois. Vous êtes responsable de l'accueil des nouvelles formatrices chinoises ; vous devez préparer le discours de bienvenue afin de leur présenter les spécificités du marché chinois et l'adaptation de la stratégie et de la politique commerciale d'YVES ROCHER.

3. Rédiger l'introduction de votre discours (1 page maximum).

ANNEXES

Annexe 1 - Présentation de l'entreprise YVES ROCHER.

Annexe 2 - Yves & Bris Rocher. D'après Le Point - Publié le 13/03/2008 - Modifié le 26/12/2009.

Annexe 3 - Dossier scientifique CURE SOLLUTIONS ÉLIXIR 7.9.

Annexe 4 - La gamme ÉLIXIR 7.9.

Annexe 5 - Soin institut YVES ROCHER. Extrait du site yves-rocher.fr

Annexe 6 - La formation académique YVES ROCHER.

Annexe 7 - Revue de presse : le marché chinois.

Document 1 - Comprendre les marchés chinois des cosmétiques.

Source : Mark Mobius - Octobre 2013 - Extrait de : <http://www.next-finance.net/Comprendre-les-marches-chinois>

Document 2 - Ce que veulent les Chinois. Le marketing et la conquête de nouveaux marchés.

Source : Alizée Gau - Extrait de : Marketing Grandes Écoles - N°12 - Décembre 2012

<http://journaldesgrandesecoles.com/category/actualites-grandes-ecoles/>

Document 3 - Pourquoi les Chinois aiment les cosmétiques « made in France ».

Source : extrait de : <http://www.marketing-chine.com/e-marketing/pourquoi-les-chinois-aiment-les-cosmetiques-france>. Publié le 17 novembre 2014.

BARÈME

Question 1.1 : 4 points.

Question 1.2 : 2,5 points.

Question 1.3 : 2,5 points.

Question 1.4 : 2,5 points.

Question 2.1 : 2,5 points.

Question 2.2 : 3 points.

Question 3 : 3 points.

Annexe 1 - Présentation de l'entreprise YVES ROCHER.

RÉCOLTANT | FABRICANT | DISTRIBUTEUR



La Marque Yves Rocher récolte ses plantes dans ses propres champs cultivés en Agriculture Biologique à La Gacilly, en Bretagne. Parce que respecter les plantes et l'environnement, c'est aussi respecter votre beauté.

Le saviez-vous ?

- Les 44 hectares de champs Bios cultivés à La Gacilly représentent environ 1/3 de nos approvisionnements en plantes.
- C'est là que fleurissent Arnica, Calendula, Capucine, Bleuet, qui entrent dans la composition de certains produits de beauté de la Marque. 20 espèces de plantes sont cultivées, produisant un tiers des besoins pour nos produits chaque année.

RÉCOLTANT | FABRICANT | DISTRIBUTEUR



Aujourd'hui encore, et malgré l'expansion continue de la Marque, la majorité des produits pour le monde entier sont fabriqués en Bretagne. Ce qui contribue à créer directement ou indirectement **10 000 emplois** et répond amplement au souhait initial de Monsieur Yves Rocher, qui voulait sauver son village.

Aujourd'hui, la Marque Yves Rocher c'est :

- Chaque année, plus de 300 millions de produits sont fabriqués dans les 3 centres de production basés en Bretagne (Les Villes Geffs, Ploërmel et Rieux) soit la majorité des produits pour le monde entier.
- Modèles de gestion, elles ont reçu les certifications Qualité ISO 9001, Environnement ISO 14001 et Sécurité SAS 18001 et présentent **de plus l'originalité d'être des refuges labellisés par la Ligue Protectrice des Oiseaux**.
- 1,5 millions d'éco-recharges sont vendues chaque année : la réduction des emballages diminue le coût de packaging et l'impact sur l'environnement.

RÉCOLTANT | FABRICANT | DISTRIBUTEUR



Pour faciliter l'accès à la beauté, la Marque Yves Rocher a toujours distribué elle-même ses produits dans ses propres canaux de distribution.

Le saviez-vous ?

- 4 000 points de vente à travers le monde dont 580 magasins en France.
- 6 000 conseillères esthéticiennes dont 3 900 en France.
- Plus de 3 000 cabines de soin dans le monde dont 1 800 en France.
- 90 millions de visites sur les sites Internet du monde entier.
- 200 millions de mailings traduits en 16 langues.
- 10 millions d'exemplaires par an pour Le Livre Vert de ma Beauté, catalogue de la Marque traduit en 20 langues dont le Braille en France.



BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 5/24

Annexe 2 - Yves & Bris Rocher.

MONSIEUR YVES ROCHER, UN HOMME, UNE VISION.

En visionnaire, dès 1959, Yves Rocher fait le lien entre les plantes et la beauté des femmes. Il invente alors une cosmétique avant-gardiste : la Cosmétique Végétale®. En ouvrant cette voie, il a permis à la marque YVES ROCHER de faire aujourd'hui autorité sur le végétal.

LA PASSION DU VÉGÉTAL.

C'est à La Gacilly, en plein cœur de sa Bretagne natale, en France, que naît **la passion d'Yves Rocher pour le monde végétal**. **Botaniste** précurseur, il fabrique ses produits de **beauté à base de plantes** dans le grenier de sa maison familiale, qui devient son laboratoire. Il invente alors une nouvelle beauté, dans le pur **respect des Femmes et de la Nature**. C'est dans son village qu'il choisit de fonder et de développer son entreprise.

À la fois **botaniste, récoltant, fabricant et détaillant**, il met en place un modèle économique innovant, qui intègre toutes les étapes du cycle de vie de ses produits, de **la formulation à la distribution**. En se passant d'intermédiaires, Yves Rocher rend **la beauté accessible à toutes les femmes**.

BRIS ROCHER, PETIT-FILS D'YVES ROCHER PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE ROCHER.

Aujourd'hui, c'est **Bris Rocher**, qui dirige l'entreprise. Le Groupe Rocher compte désormais 16 000 collaborateurs. Le monde a changé, l'entreprise s'est développée, mais notre **vision est la même**.

La culture est dans notre culture. À La Gacilly, nous cultivons et récoltons le végétal avec passion. C'est notre luxe. **Le luxe très rare** que nous offrons aux femmes qui nous choisissent.

Fidèles à nos convictions et à nos usages, tout se fait **chez nous**, dans nos laboratoires et sur nos sites industriels.

Héritier malgré lui.

Yves Rocher s'est éteint à l'âge de 79 ans. À cette occasion, **Le Point** vous propose de (re)découvrir ce portrait de **Bris Rocher**, le petit-fils de l'industriel.

Aujourd'hui, la vente par correspondance ne représente plus que 45 % du chiffre d'affaires et ne cesse de diminuer.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 6/24

Ce déclin est heureusement compensé par les ventes dans les magasins, ces relais qu'Yves Rocher avait développés après avoir essuyé une ruineuse grève des postes en 1968, ... « *Le métier se complexifie. Les consommatrices achètent un jour en boutique et le lendemain sur Internet* », relève Bris Rocher.

L'international reste une priorité. Les filiales en Allemagne et en Espagne cartonnent depuis longtemps. En Russie, où la maison compte plus de 1 million de clientes, on trouve des boutiques Yves Rocher jusque dans les contrées les plus reculées. En Chine, le jeune patron a déjà ouvert quinze boutiques. Cette volonté d'aller à l'international pousse la société bretonne à abandonner les marques qui ne sont pas mondialisables. Exemple un peu insolite : « *Nous avons cédé cette année la marque de linge de maison Françoise Saget : les lits ne sont pas de la même taille dans tous les pays* », explique Bris Rocher.

D'après Le Point - Publié le 13/03/2008 - Modifié le 26/12/2009

Annexe 3 - Dossier scientifique CURE SOLUTIONS ÉLIXIR 7.9.

Une création Cosmétique qui offre
le meilleur et le plus puissant :

- Découvrir des plantes remarquables, aux pouvoirs anti-âge incroyables pour la peau
- Isoler au cœur de ces plantes les molécules actives capables de relancer dans la peau ses fonctions jeunesse
- Concevoir par Biotechnologie des extraits actifs puissants et concentrés.
- Utiliser des techniques de test à la pointe de l'innovation, pour valider ces efficacités sur cellules ou épidermes reconstruits.
- Tester tous nos produits cliniquement, sous contrôle de Dermatologues et sur panel de femmes représentatif.
- Ne mettre nos produits sur le marché que s'ils sont validés et approuvés par les femmes.



CURE SOLUTIONS ELIXIR 7.9

En vente : dans les Centres de Beauté Yves Rocher,
par correspondance, numéro vert : 0892 02 61 62
et sur le site Internet : www.yves-rocher.fr



Papier issu de forêts gérées durablement.



Imprimé par PDI



YVES ROCHER

Créateur de la Cosmétique Végétale®

DOSSIER SCIENTIFIQUE CURE SOLUTIONS ELIXIR 7.9



La Recherche en Cosmétique Végétale® Yves Rocher a mis en lumière **9 grandes fonctions jeunesse au cœur de la peau.**

Véritable organe vivant, la peau est en interaction constante avec l'intérieur du corps, ses variations biologiques et hormonales mais aussi l'extérieur, de nombreuses agressions liées à l'environnement (UV, pollution, stress, fatigue...) qui représentent en fait plus de 80% de ses causes de vieillissement !

C'est toute la démarche de la Cosmétique Végétale®

Yves Rocher : aider la peau à combattre toutes les causes du vieillissement rencontrées au cours de sa vie :

les causes intérieures et extérieures.

En agissant sur les 9 fonctions jeunesse de la peau.

I - LES 9 MÉCANISMES CLÉS DE LA JEUNESSE DE LA PEAU

Les 9 mécanismes clés de la jeunesse de la peau sélectionnés par la Recherche Yves Rocher sont les mécanismes directement impliqués dans le fonctionnement optimal d'une peau jeune.

La cohésion cellulaire pour lisser les rides - **La régénération cellulaire** pour affiner le grain de peau - **La restructuration des tissus** pour un effet peau neuve - **La production de collagène et d'acide hyaluronique** pour une peau pulpeuse et ferme - **L'oxygénation cellulaire** pour relancer l'éclat - **Le soutien la jonction dermo-épidermique** pour redensifier la peau - **Le renouvellement cellulaire** pour une peau revitalisée - **La protection contre les radicaux libres** pour protéger la peau du vieillissement - **La protection contre les stress environnementaux** pour détendre la peau face aux agressions.

Avec l'âge et les agressions quotidiennes de la vie, ces mécanismes-clés de jeunesse s'enrayent. Il faut les relancer.

Parmi les centaines d'actifs développés par la Recherche en Cosmétique Végétale® Yves Rocher, 7 plantes actives emblématiques ont été sélectionnées pour leur puissance anti-âge.

Elles ont fait l'objet de 9 brevets déposés.

® Marque déposée par Yves Rocher

II - LES 7 PLANTES ACTIVES AUX 9 BREVETS ANTI-ÂGE. PRINCIPES ACTIFS D'ELIXIR 7.9

■ LES OLIGOSIDES DE POMME

3 brevets déposés : Relancent la cohésion cellulaire, la régénération cellulaire, la restructuration des tissus.

Bénéfices jeunesse : Rides lissées, grain de peau affiné, effet peau neuve.

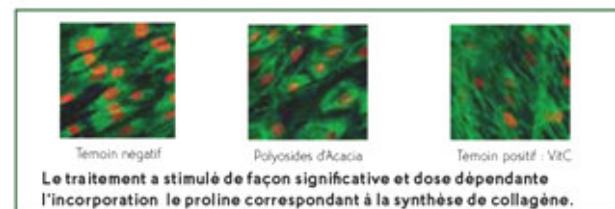
Les Oligosides de Pomme stimulent les mécanismes de communication, d'adhérence et de cohésion. Les tests in vitro menés dans nos laboratoires ont démontré une stimulation nettement visible de l'expression de la desmogleine 1, desmocolline 3 et l'E-cadherine, protéines de communication, d'adhérence et de cohésion. Des quantifications de marquage de cadhérines desmosomiales ont permis d'évaluer l'augmentation de 77% du marquage induite par le traitement aux oligosides de pomme.

■ LES POLYOSIDES D'ACACIA

1 brevet déposé : Relancent la production de collagène et d'acide hyaluronique.

Bénéfice Jeunesse : Peau raffermie.

Les tests in vitro menés prouvent que les Polyosides d'Acacia induisent une augmentation et une organisation de la synthèse du collagène ainsi qu'une augmentation de la synthèse d'acide hyaluronique : **+46%**.

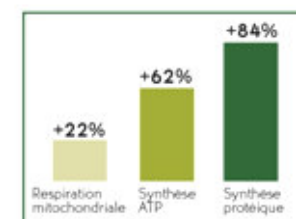


■ L'INOSITOL DE RIZ VERT

1 brevet déposé : Relance l'oxygénation cellulaire.

Bénéfice Jeunesse : Eclat relancé.

L'Inositol de Riz Vert stimule in vitro l'activité mitochondriale en relançant la respiration cellulaire de **22%**. Mais aussi la synthèse d'ATP et la synthèse protéique.



Cette stimulation des éléments vitaux des cellules est en accord avec celle de la respiration. On peut donc en inférer que ce sont des conséquences directes d'une respiration cellulaire accrue.

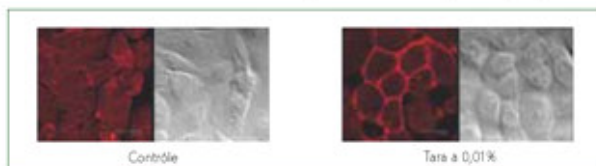
■ LES GALACTOSIDES DE TARA

1 brevet déposé : Relancent le soutien de la jonction dermo-épidermique.

Bénéfice Jeunesse : Peau redensifiée

Les Galactosides de Tara stimulent l'expression des composants de la JDE: ils stimulent non seulement la production des gènes de la laminine 5 et du collagène VII mais aussi l'expression des protéines correspondantes : **+45%**.

Ils permettent donc de renforcer la structure de la jonction dermo-épidermique pour une peau redensifiée.



■ POLYOSIDES D'ALOE VERA

1 brevet déposé : Relancent le renouvellement cellulaire.

Bénéfice Jeunesse : Peau revitalisée.

Les tests in vitro ont démontré une très forte stimulation du renouvellement cellulaire: **+63%**.
Evoluant ainsi vers un remodelage tissulaire, pour une peau revitalisée.

■ LA MANGIFÉRINE D'APHLOIA

1 brevet déposé : Relance la protection contre les radicaux libres.

Bénéfice Jeunesse : Peau protégée.

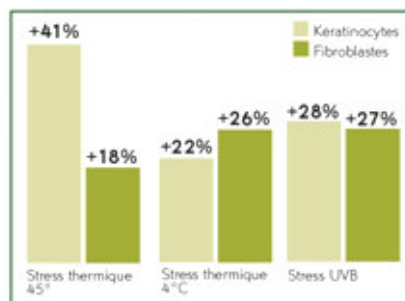
La mangiférine présente une activité anti-radicalaire quatre fois plus importante qu'une solution de référence (la routine). Les chercheurs considèrent donc la mangiférine comme actif incontournable dans la protection par rapport aux superoxydes.

■ LA BÉTAINE DE BETTERAVE

1 brevet déposé : Relance la protection contre les stress environnementaux.

Bénéfice Jeunesse : Peau détendue face aux agressions.

La bétaine présente la capacité de protéger et de conditionner les cellules cutanées (dermiques et épidermiques) face aux stress thermiques et physiques: la viabilité cellulaire est plus élevée en condition de traitement.



III- L'EFFICACITÉ JEUNESSE D'ELIXIR 7.9

ELIXIR 7.9, une innovation anti-âge brevetée. Les 7 plus grands actifs anti-âge, les 9 plus grands brevets de la Marque Yves Rocher dans un soin emblématique.

Une prouesse de formulation :

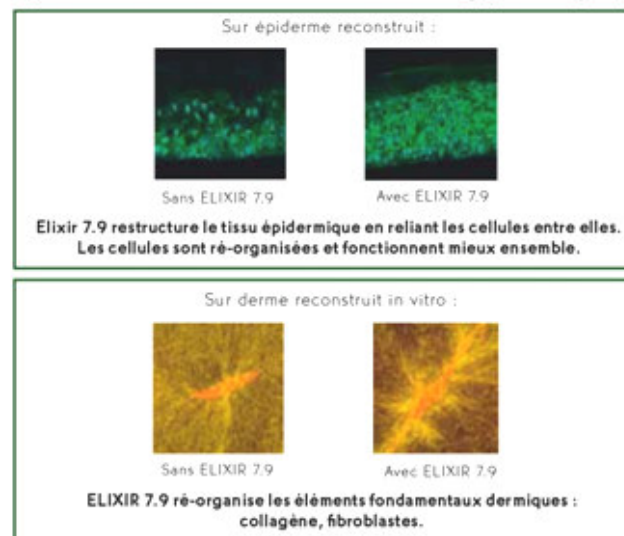
Plus de 210 essais de formulation ont été réalisés dans nos laboratoires pour surmonter la principale complexité: associer et assembler à la juste dose chacun de ces 7 puissants extraits actifs. Pour optimiser la pénétration de ces actifs au cœur même de la peau, les formulateurs ont créé une véritable formule vecteur.

Une avancée formidable dans les techniques d'observation et de mesure d'efficacité jeunesse:

ELIXIR 7.9 a été testé sur des modèles de peau reconstruite (derme et épiderme) nous permettant ainsi de mesurer un résultat le plus proche des conditions normales in vivo. L'observation a été réalisée via la microscopie confocale, une technique à la pointe de la recherche médicale et dermatologique.

Des résultats scientifiques in vitro d'exception :

Elixir 7.9 a le pouvoir de recréer les éléments constitutifs et biologiques d'une peau plus jeune.



C'est un réel remodelage matriciel : la morphologie des fibroblastes pré-traités par Elixir 7.9 est modifiée, elle passe d'un état fusiforme (tirés dans 2 directions) avec quelques interactions avec les fibres de collagènes de la matrice à une morphologie plus étoilée (prolongations cytoplasmiques dans plusieurs directions) et développant des interactions beaucoup plus nombreuses avec les fibres de collagène de la matrice.

© Marque déposée par Yves Rocher

La Recherche en Cosmétique Végétale® Yves Rocher innove sur la problématique de la jeunesse de la peau.

9 mécanismes-clés pour la jeunesse de la peau ont été mis en évidence par la Recherche en Cosmétique Végétale® Yves Rocher.

Pour les relancer, 7 plantes actives aux 9 brevets anti-âge ont été réunies au sein d'un sérum à la pénétration immédiate.

7 extraits actifs sélectionnés pour leurs efficacités anti-âge démontrées par des tests in vitro.

A actifs d'exception, résultats scientifiques d'exception, ELIXIR 7.9 INTENSIFICATEUR JEUNESSE a le pouvoir de recréer les éléments biologiques constitutifs d'une peau plus jeune.

Pour le démontrer la Recherche en Cosmétique Végétale® a fait preuve d'une double innovation : l'observation sur modèles de peau reconstruite et la mesure via la microscopie confocale.

Une puissance anti-âge in vitro confirmée par plus de 200 femmes en test in vivo qui ont vu 2 fois plus d'efficacité jeunesse !

® Marque déposée par Yves Rocher

La Recherche en Cosmétique Végétale® Yves Rocher

Une science du végétal qui offre à toutes les femmes plus de Vie, plus de Jeunesse, plus de Beauté.

A chaque moment de leur vie.



Annexe 4 - La gamme ÉLIXIR 7.9.

PRODUIT	VÉGÉTAL	USAGE	FORMULE	INTENSIFIE L'ÉNERGIE JEUNESSE DANS LA PEAU
Sérum intensificateur jeunesse  RÉF : 19566 Flacon stilligoute : 30 ml 36,00 €	LISSEZ LES 1ÈRES RIDES ET LES MARQUES DE FATIGUE Parce que les plantes sont la plus grande source d'énergie du monde vivant, la Recherche Yves Rocher a mis au point le Complexe Élixir 7.9, alliance de 7 plantes* à la puissance anti-âge reconnue par 9 brevets. Ce complexe inédit booste les cellules de la peau, dont les cœurs énergétiques produisent l'énergie nécessaire à sa jeunesse. Résultats : 4 fois plus de protéines de jeunesse**. * Actifs issus des 7 plantes : Mangiférine d'Aphloia, extrait de graines de Tara, Inositol de Riz Vert, Oligosides de Pomme, Glycine Betaine, extrait de graines d'Argousier, Polyosides d'Aloe Vera. ** Test in vitro.	 Ajoutez une goutte de l'éllixir sous votre crème de soin habituelle  L'éllixir 7.9 intensificateur jeunesse amplifie l'efficacité de votre soin Yves Rocher ; s'utilise chaque jour, matin et soir sous votre soin habituel ou en cure de 1 mois, 2 à 3 fois dans l'année, quand votre peau l'exige.	Ingrédients : aqua/water/eau, aloe barbadensis leaf juice, methylpropanediol, glycerin, betaine, sesamum indicum (sesame) seed oil, anthemis nobilis flower water, pyrus malus (apple) fruit extract, arachidyl alcohol, glyceryl caprylate, aphloia theiformis leaf extract, acacia senegal gum, phenoxyethanol, inositol, behenyl alcohol, caesalpinia spinosa gum, arachidyl glucoside, acrylates/vinyl isodecanoate crosspolymer, tocopherol, tetrasodium edta, parfum/fragrance, alcohol, amorphophallus konjac root powder, xanthan gum, calendula officinalis flower extract, sodium hydroxide, sodium benzoate, citric acid, potassium sorbate, aloe barbadensis leaf juice powder.	Un soin culte ! Avec un plus grand concentré d'ingrédients végétaux que les soins habituels du visage, ce Sérum Intensificateur Jeunesse est puissant et hautement efficace. Résultat : - en 1 jour, la peau est plus lisse ; - en 1 semaine, le grain de peau est affiné et la peau est énergisée ; - en 1 mois, la peau est revitalisée* et retrouve l'aspect de sa jeunesse. À utiliser sous votre soin habituel ou comme traitement intensif. Son + : une texture légère et pénétrante. 1 produit acheté = 1 arbre planté. Dans le cadre de la campagne initiée par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (P.N.U.E.), Yves Rocher s'engage à planter 50 millions d'arbres d'ici fin 2015. Yves Rocher plante des arbres là où le besoin est le plus criant, en collaboration avec des organisations non gouvernementales locales (O.N.G.) bien établies. * En terme d'apparence.

PRODUIT	VÉGÉTAL	USAGE	FORMULE	RÉ-ÉNERGISE LA PEAU
Soin énergie jeunesse jour –  RÉF : 62067 Pot : 40 ml 36,00 € - Texture fluide : peaux normales à mixtes. - Texture onctueuse : peaux sèches. - Texture confort : peaux sensibles.	LISSEZ LES 1ÈRES RIDES ET LES MARQUES DE FATIGUE Parce que les plantes sont la plus grande source d'énergie du monde vivant, la Recherche Yves Rocher a mis au point le Complexe Élixir 7.9, alliance de 7 plantes* à la puissance anti-âge reconnue par 9 brevets. Ce complexe inédit booste les cellules de la peau, dont les cœurs énergétiques produisent l'énergie nécessaire à sa jeunesse. Résultats : 4 fois plus de protéines de jeunesse**. * Actifs issus des 7 plantes : Mangiférine d'Aphloia, extrait de graines de Tara, Inositol de Riz Vert, Oligosides de Pomme, Glycine Betaine, extrait de graines d'Argousier, Polyosides d'Aloe Vera. ** Test in vitro.	 Appliquez chaque matin sur un visage nettoyé et propre, une noisette de crème sur l'ensemble du visage et du cou.	Ingrédients : aqua/water/eau, glycerin, methylpropanediol, isopropyl palmitate, aloe barbadensis leaf juice, betaine, stearyl alcohol, cocos nucifera (coconut) oil, sesamum indicum (sesame) seed oil, pyrus malus (apple) fruit extract, dimethicone, aphloia theiformis leaf extract, phenoxyethanol, inositol, benzyl alcohol, carbomer, parfum/fragrance, dimethicone crosspolymer, polyglyceryl-10 stearate, polyamide-3, hydroxyethylcellulose, caesalpinia spinosa gum, sodium hydroxide, tocopheryl acetate, hippophae rhamnoides kernel extract, tetrasodium edta, potassium sorbate, tocopherol, pentaerythrityl tetra-di-t-butyl hydroxyhydrocinnamate.	Stop aux marques de fatigue et aux rides* ! Efficacité prouvée dès 7 jours ! Le Soin énergie jeunesse jour - Peaux normales à mixtes réactive l'énergie jeunesse de la peau. Résultat : - en 1 jour, la peau est ré-énergisée*, hydratée et l'éclat est ravivé ; - en 1 semaine, le grain de peau est affiné, les rides lissées et la peau est défatiguée* ; - en 1 mois, la peau est redynamisée* elle rayonne de jeunesse. Son + : une formule spécialement conçue pour les peaux normales à mixtes qui combine le confort d'une crème à la fraîcheur d'un gel ; - sans parabène, sans huile minérale, sans colorant ; - Formule testée sous contrôle dermatologique. Pour 3 femmes sur 4, la peau est ré-énergisée**. 1 produit acheté = 1 arbre planté. Dans le cadre de la campagne initiée par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (P.N.U.E.), Yves Rocher s'engage à planter 50 millions d'arbres d'ici fin 2015. Yves Rocher plante des arbres là où le besoin est le plus criant, en collaboration avec des organisations non gouvernementales locales (O.N.G.) bien établies. * En terme d'apparence. ** Test d'usage réalisé sur 202 femmes pendant 1 mois.

PRODUIT	VÉGÉTAL	USAGE	FORMULE	REDYNAMISE LE REGARD.
Roll-On regard énergie jeunesse  RÉF : 23635 Tube: 15 ml 26,00 €	LISSEZ LES 1ÈRES RIDES ET LES MARQUES DE FATIGUE Parce que les plantes sont la plus grande source d'énergie du monde vivant, la Recherche Yves Rocher a mis au point le Complexe Élixir 7.9, alliance de 7 plantes* à la puissance anti-âge reconnue par 9 brevets. Ce complexe inédit booste les cellules de la peau, dont les cœurs énergétiques produisent l'énergie nécessaire à sa jeunesse. Résultats : 4 fois plus de protéines de jeunesse**. * Actifs issus des 7 plantes : Mangiférine d'Aphloia, extrait de graines de Tara, Inositol de Riz Vert, Oligosides de Pomme, Glycine Betaine, extrait de graines d'Argousier, Polyosides d'Aloe Vera. ** Test in vitro.	 1 MIN Appliquez le soin avant les soins de jour et de nuit sur un visage sec et nettoyé en commençant par la paupière par tapotement léger.  1 MIN Puis appliquez par tapotements légers autour de l'oeil sans jamais étirer ni froisser la peau fine	Ingrédients : aqua/water/eau, methylpro panediol, aloe barbadensis leaf juice, betaine, hamamelis virginiana flower water, glycerin, pyrus malus (apple) fruit extract, aphloia theiformis leaf extract, phenoxyethanol, inositol, benzyl alcohol, mica, acrylates/c10-30 alkyl acrylate crosspolymer, sodium polyacrylat e, escin, caffeine, sodium hydroxide, caesalpinia spinosa gum, hippophae rhamnoides kernel extract, methylsilanol carboxymethyl theophylline alginate, tetrasodium edta, sodium benzoate, potassium sorbate, citric acid, ci 77891 (titanium dioxide).	Un regard pétillant de jeunesse ! Le Roll-On regard énergie jeunesse offre une formule qui illumine le regard et lisse les rides. Résultat : - en 1 jour, le regard s'illumine et les poches apparaissent réduites ; - en 1 semaine, les rides du contour de l'œil sont lissées, le regard paraît rajeuni et défatigué ; - en 1 mois, les cernes paraissent moins visibles, le regard est dynamisé, il rayonne de jeunesse*. Son + : une texture gel rafraîchissante et un applicateur à 3 billes qui procure un effet glaçon ; - sans parabène, sans huile minérale, sans colorant ; - testé sous contrôle dermatologique et ophtalmologique. 1 Produit acheté = 1 Arbre planté Dans le cadre de la campagne initiée par le Programme des Nation Unie pour l'Environnement (PNUE), Yves Rocher s'engage à planter 50 millions d'arbres d'ici fin 2015. Yves Rocher plante des arbres là où le besoin est le plus criant, en collaboration avec des organisations non gouvernementales locales (ONG) bien établies. * Test in vitro.

108 volontaires ont eu la chance de tester notre

SOIN ÉNERGIE JEUNESSE ÉLIXIR 7.9 PEAUX NORMALES MIXTES en avant-première.

APRÈS L'AVOIR UTILISÉ PENDANT 2 SEMAINES
VOICI CE QU'ELLES EN DISENT...

« Mes rides et ridules
paraissent moins marquées ! »
effet constaté par

91%*
des femmes.

*Test de satisfaction, effet constaté par 98 femmes,
après deux semaines d'utilisation journalière.

« Ma peau a l'air
plus jeune ! »
effet constaté par

90%*
des femmes.

*Test de satisfaction, effet constaté par 97 femmes,
après deux semaines d'utilisation journalière.

« La crème a un réel
effet sur ma peau ! »
effet constaté par

95%*
des femmes.

*Test de satisfaction, effet constaté par 103 femmes,
après deux semaines d'utilisation journalière.



91%*
des femmes ont dit qu'elles utiliseraient
ce soin au lieu de leur soin anti-âge habituel !

*Test de satisfaction, effet constaté par 83 des 91 femmes qui utilisaient
un soin anti-âge, après deux semaines d'utilisation journalière.

96%*
des femmes ont dit qu'elles recommanderaient
ce soin à leurs amis !

*Test de satisfaction sur 108 femmes.

94%*
des femmes ont dit qu'elles avaient
été séduites par ce nouveau produit !

*Test de satisfaction, effet constaté par 97 femmes, après deux semaines
d'utilisation journalière.



Voici quelques uns des mots utilisés pour
décrire cette crème :

Fraîche **EFFICACE**
SOYEUSE
Étonnante **AGRÉABLE**

Voici quelques uns des mots utilisés
par les testeuses
pour décrire leur peau après 14 jours :

REPULPÉE **Vivifiée**
Radieuse
Éclatante Lisse

Marie-Josée de Charny a dit :

« C'est vraiment une crème à essayer !
La peau paraît resplendissante, j'ai l'air plus reposé et
elle est agréable à porter. Elle n'est pas lourde. »

Mélanie de Dosquet a dit :

« Une crème facile d'application avec une
odeur agréable, qui m'a procuré de très
bons résultats en seulement deux semaines ! »

Annexe 5 - Soin institut YVES ROCHER.

REDYNAMISER. Soin au complexe Elixir 7.9



Réactivez l'énergie jeunesse dans votre peau

Afin d'être totalement prête à recevoir les bienfaits de ce soin, votre peau est tout d'abord exfoliée. Elle bénéficie ainsi pleinement de l'effet frais hydratant du masque lissant intense. Elle est ensuite stimulée sous l'effet combiné du Sérum Energie-Jeunesse au complexe Elixir 7.9 et du modelage manuel aux noix de Tagua, graines de modelage végétales : la peau semble plus lisse et plus éclatante. Enfin, l'application du masque fermeté intense lui apporte tonicité et fermeté.

Votre peau retrouve son énergie.

RESULTAT BEAUTE

Votre grain de peau est affiné, votre peau est redynamisée, éclatante et lisse : elle rayonne de jeunesse.

quand faire ce soin

Dès que vous sentez que votre peau a besoin d'être boostée : teint terne, traits marqués, rides apparentes, peau fatiguée.

Durée du soin : 1h15*

*La durée indiquée pour nos soins comprend un temps de déshabillage et d'habillage (hors maquillage et compléments).

[Prendre rendez-vous ►](#)



Geste expert :

Notre esthéticienne pratique une technique de modelage originale grâce aux Noix de Tagua, graines végétales particulièrement lisses, qui favorisent l'application du Sérum Energie-Jeunesse.



Pour prolonger chez vous les bienfaits de ce soin :

Elixir 7.9

Sérum Intensificateur Jeunesse Elixir 7.9.

Vous pouvez l'associer au Soin de Jour Energie Jeunesse correspondant à votre type de peau pour une association parfaite !

Annexe 6 - La formation académique YVES ROCHER.

La formation YVES ROCHER, label d'excellence et de qualité pour votre institut. Une méthodologie de présentation identique sur chacun de nos axes avec une formation.

Académique segmentée en 3 étapes clefs.

1 - Le stage découverte (5 jours au siège).

Il permet de s'initier à la marque, aux produits et aux techniques de soins en cabine.

2 - Le stage expert, niveau 1 : du diagnostic à la prescription (2 jours au siège).

Acquérir la méthode de prise en charge globale Institut YVES ROCHER, maîtriser toutes les étapes du diagnostic de peau et établir la stratégie beauté adaptée en cabine et à domicile.

3 - Stage expert, niveau 2 : de la prescription au soin (2 jours au siège).

Valider les acquis et mettre en application toutes les connaissances apprises lors des stages précédents. Travail pratique sur des modèles extérieurs afin de vous assurer une parfaite expertise de nos soins cabine.

4- Stage nouveauté, présentation nouvelle gamme de produits vente et soin cabine (1 jour sur point de vente).

Acquérir les connaissances scientifiques et techniques pour promouvoir les nouveaux produits. Maîtriser les techniques d'utilisation des produits et les techniques manuelles du nouveau soin cabine.

Annexe 7 - Revue de presse - Le marché chinois.

Document 1 - Comprendre les marchés chinois des cosmétiques.

Selon Mark Mobius, Président de Templeton Emerging Markets Group, l'avenir est prometteur pour le secteur chinois des cosmétiques, non seulement en raison de la croissance solide des ventes, mais aussi parce que de nouveaux produits seront créés pour les hommes et les femmes du pays le plus peuplé au monde. [...]

En Chine, les ventes de produits de beauté et d'hygiène personnelle progressent en moyenne de 15 % par an et devraient atteindre 38 milliards USD cette année. Cette croissance de 15 % est nettement supérieure à celle des ventes de cosmétiques à l'échelle mondiale, inférieure à 10 %.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 17/24

Contrairement au reste du monde, où les soins de la peau représentent moins de 30 % du marché des cosmétiques et produits de beauté, la part de ce segment est de 40 % en Chine.

Près de 90 % du marché chinois des cosmétiques sont dominés par des marques étrangères, avec en tête Procter & Gamble (15 % de part de marché), suivi par L'Oréal (un peu plus de 10 %). Beiersdorf est un autre poids-lourd du secteur, avec sa célèbre marque Nivea. Les soins pour la peau des enfants est un segment en plein essor, le marché étant dominé par les produits de Johnson & Johnson (plus de 80 %). **L'un des segments qui se développe le plus rapidement est celui des soins pour la peau des hommes, dont les ventes progressent de plus de 20 % par an.**

En Chine, les canaux de distribution classiques de ce type de produit évoluent. Alors que la part des ventes dans les grands magasins, les magasins de soins personnels et les canaux de vente au détail diminuent, la part des ventes via les chaînes de produits cosmétiques comme Sa Sa, Bonjour et Sephora, ainsi que sur les sites d'achat en ligne augmente. Selon les estimations, les ventes par Internet s'élèvent à environ 6 % des ventes totales et elles progressent rapidement. [...]

Les sociétés de vente directe ont alors dû passer par des distributeurs pour atteindre les clients, mais aussi adopter le concept des « boutiques mobiles ».

Pour donner une idée des volumes écoulés, le responsable de Mary Kay en Chine a par exemple déclaré avoir offert un millier de véhicules roses, dont des Mercedes-Benz, à ses meilleurs vendeurs l'année dernière.

Les multinationales se sont familiarisées avec les préférences locales et ont donc suivi les marques locales en mettant en avant les produits permettant d'éclaircir la peau et les soins pour la peau à base de plantes. En Chine, le marché des soins pour la peau à base de plantes enregistre une croissance soutenue à deux chiffres.

Les cosmétiques sont distribués en Chine via les supermarchés et les hypermarchés, les grands magasins, les magasins spécialisés dans les cosmétiques et par Internet. Près d'un tiers des ventes sont réalisées par l'intermédiaires des magasins spécialisés, au nombre d'environ 160 000 dans toute la Chine.

De plus en plus, l'accent est mis sur le commerce électronique comme moteur de croissance future du marché chinois des cosmétiques. Les dépenses publicitaires exprimées en pourcentage des ventes sont élevées à travers le monde, et tout particulièrement en Chine, où des millions sont dépensés pour la télévision, les magazines, Internet et les présentoirs de points de vente.

Source : Mark Mobius - Octobre 2013 –

Extrait de : <http://www.next-finance.net/Comprendre-les-marches-chinois>

Document 2 - Ce que veulent les Chinois.

Le marketing et la conquête de nouveaux marchés.

La Chine, un marché porteur ? « Un marché difficile », vous répondra Béatrice d'Estienne d'Orves, responsable du développement Franco-Chinois pour le Groupe 8 Complus. Avec une classe moyenne de 300 millions d'habitants, le marché chinois continue à faire rêver bon nombre d'entreprises. Pourtant, l'implantation en Chine reste coûteuse et délicate : « les Chinois n'ont pas besoin de nous ; ils sont déjà sollicités de toute part par les entreprises étrangères. Pour réussir en Chine, l'image « made in occident » ne suffit pas : il faut apporter quelque chose de nouveau. » Dans ce pays où la curiosité pour l'Occident se mêle à un fort sentiment de fierté nationale, parvenir à sortir du lot tout en s'adaptant à la culture locale n'est pas chose facile...

L'ajustement Est-Ouest

« Ce qui distingue le consommateur chinois du consommateur occidental, c'est d'abord l'importance accordée à la marque : en Chine plus qu'ailleurs, il est difficile de s'implanter si l'entreprise est méconnue. Les Chinois sont des consommateurs assez curieux qui s'intéressent à l'histoire de la marque ; d'où le succès d'entreprises comme Hermès, par exemple, ... ».

Béatrice d'Estienne d'Orves parle en connaissance de cause : pendant son séjour de 5 ans en Chine, elle a d'abord travaillé pour Yves Rocher lors de son implantation sur place, avant de rejoindre la Chambre de Commerce et d'Industrie française en Chine. Dans le cadre de son travail chez Groupe 8 Complus, elle conseille aujourd'hui les entreprises françaises songeant à s'exporter et communiquer en Chine.

D'après elle, le milieu de gamme intéresse de plus en plus la classe moyenne montante du pays.

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 19/24

« Lorsqu'Yves Rocher s'est implanté en Chine, raconte-t-elle, nous avons dû changer de positionnement prix et monter en gamme pour intéresser les Chinois. Nous avons adapté certains produits, comme par exemple les crèmes blanchissantes, beaucoup utilisées par les femmes chinoises. Il nous a aussi fallu viser une cible plus jeune : en Chine, les femmes de 50 ou 60 ans se maquillent assez peu. »

D'après Béatrice d'Estienne d'Orves, l'explication remonterait à la Révolution Culturelle, période durant laquelle le maquillage était interdit. Pendant toute une époque, les filles n'ont donc pas pris modèle sur leur mère pour se maquiller. L'Oréal, fortement implanté en Chine depuis les années 90, aurait eu une influence substantielle en proposant ses nouveaux critères de beauté. « La Révolution Culturelle a sûrement tiré un trait sur beaucoup de choses », atteste Béatrice d'Estienne d'Orves. En cosmétique comme en prêt à porter, les entreprises ciblent donc une clientèle plus jeune, entre 18 et 40 ans.

Une autre transformation difficile mais nécessaire passe aussi par la traduction de son nom de marque en chinois : ce travail suppose de trouver un nom évoquant à la fois les valeurs de la marque tout en restant phonétiquement proche du nom d'origine. Dans le cas d'Yves Rocher, la traduction chinoise, « Yifu.Lixue », associe les mots « Neige » et « Paris »... Un choix stratégique, étant donné que l'entreprise est d'origine bretonne ! « La difficulté est de trouver un juste milieu : il faut s'adapter, mais pas trop, au risque de perdre son identité de marque, ... ». [...]

Source : Alizée Gau - Extrait de : Marketing Grandes Écoles - N°12 - Décembre 2012.

<http://journaldesgrandesecoles.com/category/actualites-grandes-ecoles/>

Document 3 - Pourquoi les chinois aiment les cosmétiques « Made in France »

Voici les principaux facteurs grâce auxquels les marques de cosmétiques françaises ont su tirer leur épingle du jeu sur le marché chinois



Qualité.

Les marques françaises ont un avantage clé sur lequel ils peuvent jouer en Chine : la qualité. La France est connue dans le monde entier pour la qualité des produits qu'elle fabrique. En Chine, il n'est pas rare de voir l'étiquette « Made in France » mis en avant sur les produits. Les clients chinois veulent en effet être en mesure d'avoir confiance en la qualité des produits qu'ils achètent. [...]

L'image.

La France est connue pour être un pays romantique et les touristes chinois aiment y voyager. Le pays a d'ailleurs attiré 1,2 million de touristes chinois en 2013 selon le ministère français du Tourisme. En Chine, la France est considérée comme le pays du chic et de l'élégance grâce aux grandes marques de mode et des cosmétiques de luxe français.

Acheter des produits cosmétiques d'origine française donne donc de la face aux clients chinois grâce au prix des produits et à la bonne image dont bénéficient les marques françaises en Chine.

法国、德国、美国、加拿大、马来西亚、香港.....全球风靡

No.1* 护肤臻品
续写植物经典不朽传奇



1 支皇牌精华液
2 倍激发焕颜能量
7 种臻选活性植物
9 项青春焕颜功效
12 年潜心科研

YVES ROCHER
ELIXIR 7.9
Plantes actives, biotensifs and Age active botanicals / regenerating botanicals
活性植物焕颜功效
INTENSIFICATEUR JEUNESSE
REJUVENATING SERUM
伊夫·罗歇活力焕颜精华液

No.1
法国护肤品牌

2014年度全球护肤品牌
2014年度全球护肤品牌
*根据Euromonitor World Panel Survey 2014

新华社国际传播研究中心·全球品牌传播中心·中国·新华社·中国·新华社

BTS MÉTIERS DE L'ESTHÉTIQUE DE LA COSMÉTIQUE ET DE LA PARFUMERIE		Session 2016
U5-B – Conseil et expertise scientifiques et technologiques	Code : ME5BEXP	Page : 21/24

Des produits adaptés.

Les marques françaises adaptent également leur produit aux acheteurs chinois. Sachant que les femmes chinoises préfèrent les produits blanchissant la peau, elles ont inclus des ingrédients aidant le processus de blanchissement dans leurs produits. La plupart des emballages et les tailles des produits ont également été revus de manière à ce qu'ils puissent mieux plaire à la clientèle chinoise. Certaines marques françaises choisissent également de trouver un partenaire local afin de mieux s'adapter au marché. [...]



7 种臻选活性植物 9 项青春焕颜功效

7 种活性植物

- 水解果胶 (苹果中提取)
- 阿拉伯胶树胶
- 肌醇 (绿禾中提取)
- 刺云实胶
- 库拉索芦荟叶汁
- 芒果苷
- 甜菜碱

9 项焕颜功效

平滑细纹	+ 77 % ⁽¹⁾	细胞凝聚力, 细胞再生, 肌肤组织重组
缩小肌肤毛孔	+ 46 % ⁽¹⁾	胶原蛋白和透明质酸
肌肤焕新	+ 22 % ⁽¹⁾	细胞充氧(肌肤细胞呼吸)
紧致肌肤	+ 45 % ⁽¹⁾	肌肤真皮和表皮连接
提亮肤色	+ 63 % ⁽¹⁾	细胞新生
改善肌肤密度	+ 93 % ⁽¹⁾	抵御自由基
焕活肌肤	+ 88 % ⁽¹⁾	对抗环境压力
保护肌肤		
舒缓肌肤		

科学实验结果

表皮组织重建

使用前 使用后
伊夫·黎雪「七物瓶」活力焕颜精华液
重建细胞连接, 重组表皮组织。

真皮组织重建

使用前 使用后
伊夫·黎雪「七物瓶」活力焕颜精华液
重建真皮基本组分: 胶原蛋白和成纤维细胞。

(1) 通过成分, 体外或动物实验。

Marketing « santé » des marques françaises.

Les marques françaises ont également compris la nécessité d'une forte présence sur l'Internet chinois. La Chine compte en effet à 618 millions d'internautes et 90 % d'entre eux utilisent les réseaux sociaux. Les clients chinois utilisent systématiquement Internet pour rechercher des informations avant d'acheter un produit. La première source d'information qu'ils jugent fiable est les réseaux sociaux. Les marques françaises ont donc décidé d'être très actives sur Weibo et WeChat les deux leaders du secteur. Le weibo de Clarins a récolté près de 520 000 followers !

La plupart des marques de cosmétiques françaises connues, telles que Clarins, Yves Rocher, L'Occitane et Vichy ont leurs propres comptes officiels sur ces réseaux. Elles aiment y poster des petites histoires de la marque, ou bien vidéos, des photos, des techniques de soins. Elles utilisent également les réseaux sociaux pour annoncer des promotions et activités ou répondre aux questions de leurs clients et prospects.

Distribution.

Choisir le bon canal de distribution est essentiel pour une marque de cosmétiques étrangère en Chine. Les marques françaises de cosmétiques comme Clarins, Yves Rocher, L'Occitane ou Vichy sont présents à travers des magasins physiques. La plupart du temps, elles ont choisi d'établir leurs propres points de vente, ou d'avoir des corners dans les grands magasins. Vichy a même vendu ses produits uniquement dans les pharmacies pendant un temps, mais a décidé de commencer à vendre dans les grands magasins en 2013.

登录 免费注册

伊夫·黎雪中国官方网站 订购热线：400-0688-770

在线客服 邀请有礼 我的伊夫·黎雪 我的订单

我的购物袋 (0)
满额享好礼

法国始创 植物美肌

最新产品

基础护理

特效护理

身体护理

头发护理

畅销排行

网购特惠

品牌故事

植物美肌

专柜导航

首页 > 特效护理 > 活力焕颜精华液 (七物瓶)

请输入关键词 搜索

产品图片

其它图片

分享到: [Weibo] [QQ] [WeChat] [Email] [Print]

活力焕颜精华液 (七物瓶)
ELIXIR 7.9 INTENSIFICATEUR JEUNESSE

Elixir 7.9青春修复液采用了七种植物成分, 拥有9种抗衰老专利, 一滴就可以深层滋养肌肤。每天早晚配合您日常肌肤护理品使用, 可以大量提高您日常肌肤护理品的功效, 根据肌肤状况, 每年可以进行两到三次。每次一个月的密集护理。

货号: 52121
容量: 30ML
产地: 中国

推荐(31) 收藏(451) 评论(340)

满额享

原价: ¥298.00
现价: ¥248.00
暂无供货

你或许也对下面这些产品感兴趣

七物瓶双倍焕颜套装

现价: ¥548.00
容量: 请见单品容量

活力焕颜精华液5ml三支装

现价: ¥150.00
容量: 请见单品容量

植物肌活青春日霜

现价: ¥250.00
容量: 40ml

7种植物精华外加9种抗衰老专利
给您脸部护理双倍功效

您知道吗? 伊夫·黎雪是世界上唯一一家集种植、生产和销售于一体的护肤品牌。
了解更多我们的承诺

Pratiquement toutes les marques utilisent leur site officiel comme leur propre plate-forme de e-commerce, et ont également ouvert leur boutique sur Tmall, la plateforme B2C leader en Chine. Certaines marques ont aussi une boutique sur Jumei, une plate-forme spécialisée dans les produits cosmétiques haut de gamme. Les marques de cosmétiques françaises sont donc attrayantes pour les acheteurs de cosmétiques chinois car elles représentent l'élégance et le chic à la française. Les cosmétiques françaises sont également un choix de qualité garantie par le « Made in France ». Les marques françaises réussissent sur le marché chinois des cosmétiques grâce à l'image de leur pays, mais aussi parce qu'elles ont compris l'importance d'adapter leurs produits sur le marché local, du marketing numérique et de la distribution, qui sont essentiels pour réussir en Chine.

Source : extrait de :<http://www.marketing-chine.com/e-marketing/pourquoi-les-chinois-aiment-les-cosmetiques-france>. Publié le 17 novembre 2014.