

cosmétiquehebdo

ISSN : 1297 4773

L'INFORMATION DES DÉCIDEURS DE LA BEAUTÉ

ALERTES
MAIL DU
21/10/15

packaging

LA MUTATION SE POURSUIT

L'année 2015 a été très dense pour le monde de l'emballage. Lors du salon Luxe Pack (21-23 octobre à Monaco), deux annonces sont venues alimenter la chronique. PSB Industries (CA : 262 M€) a révélé son entrée en négociation exclusive en vue de racheter Topline Products. «Ce projet d'acquisition répond à plusieurs enjeux stratégiques, souligne **Olivier Salaun, PDG de PSB Industries**. Il renforce nos capacités en matière de développement et d'innovation, il nous permet d'élargir et de diversifier notre portefeuille client tout en nous donnant accès à de nouvelles technologies et à une zone où nous n'étions pas implantés, l'Asie.» L'entreprise devrait rejoindre début 2016 le pôle luxe et beauté de son acquéreur, représenté aujourd'hui par Texen, spécialiste de l'injection plastique. A peine vingt-quatre heures plus tard, le groupe Pochet (CA : 464 M€, Pochet du Courval, Qualipac et Solev) a annoncé le projet de cession de Qualiform, une entité de Qualipac spécialisée dans le flaconnage plastique. «Ses technologies sont très différentes de celles du reste du groupe, peu de synergies étaient possibles. Elles viennent s'insérer dans les activités de Certina Holding de façon bien plus cohérente», affirme Tristan Farabet, DG du groupe. Le repreneur est une société d'investissement allemande qui possède déjà deux entreprises dans l'emballage plastique, Rebhan et Hermann Koch.



DR

L'heure est propice aux alliances. Le contexte économique y est favorable. Les fournisseurs ont besoin de grandir pour mieux servir leurs clients, que ce soit pour les suivre sur de nouveaux continents ou pour être capables de leur proposer une solution complète, et pas seulement une partie d'un packaging. Passer par un rachat n'est pas la seule option. Nombre de fabricants ont opté pour une forme de partenariat. C'est le cas du groupe Pochet, qui s'est associé au sud-coréen Samhwa Plastic pour lancer, lors du salon, Pure Drop, une solution *airless* haut de gamme offrant une totale liberté de personnalisation en termes de design du flacon. «C'est une façon moins coûteuse de diversifier nos savoir-faire», précise Tristan Farabet. DuPont et Eurovetrocap ont entamé une démarche similaire. Le résultat : Airlux, un flacon *airless* surmoulé en Surlyn. Ce procédé permet de décorer l'intérieur comme l'extérieur, donnant ainsi un effet de profondeur. «Nous souhaitons continuer à travailler sur le parfum, un domaine dans lequel le Surlyn est une référence, mais nous voulons aussi transposer ses qualités esthétiques sur d'autres segments», déclare Philippe Milazzo, *global market manager cosmetic & perfume packaging* chez DuPont. Un moyen de continuer à croître, malgré la stabilité du marché du parfum.

VANESSA CARRONNIER

qui est qui ?

Les patrons des chaînes de coiffure à découvrir page 5.

drugstores

Walgreens croque Rite Aid

Branle-bas de combat dans les chaînes de drugstores américaines : Walgreens Boots Alliance achète Rite Aid Corp pour 9,4 Md\$. WBA assumera aussi les 78 Md\$ de dettes de Rite Aid, soit un prix de 172 Md\$. L'ensemble ainsi constitué est un géant de plus de 13 000 magasins aux Etats-Unis, presque deux fois plus gros que son concurrent CVS (7 800 drugstores). WBA et Rite Aid affichent ensemble un CA annuel de 130 Md\$. «Nous créons un meilleur réseau avec plus de santé et de solutions bien-être dans les magasins et en ligne», déclare **Stefano Pessina, patron de WBA**. Le mastodonte devrait gérer un milliard d'ordonnances par an. Les deux réseaux déjà très denses auront sans doute des enseignes proches dans les Etats de New York et de Californie. Il est donc prévu des centaines de fermetures de magasins. Wall Street table sur plus de 1 Md\$ d'économies d'ici à 2018. George Hill, l'analyste de la Deutsche Bank, envisage deux types de mesures. Si l'on regarde le volet des dépenses, les drugstores auront plus de poids «pour négocier avec les assurances de meilleurs remboursements». Ils pourront aussi discuter avec les laboratoires du prix des médicaments. La fusion des deux enseignes a d'abord pour objectif un meilleur rendement des pharmacies et un renforcement du réseau WBA face à la nouvelle concurrence de Target et Walmart. Mais elle devrait aussi améliorer la partie beauté. Ces dernières années, Rite Aid a constitué un ensemble de 1 859 corners bien-être, où des conseillers proposent produits de beauté et aliments bio dans un cadre plus luxueux. Ces corners aideront WBA à déployer les concepts beauté sur le modèle de Boots.



©GEORGE BROOKS

CAROLINE CROSDALE À NEW YORK

DES COIFFEURS BUSINESSMEN

Ils ont souvent débuté avec un seul salon de coiffure et sont aujourd'hui à la tête de chaînes, pour certaines, internationales.

Allure Coiffure

AÏDA M'DALLA (PDG)



Titulaire d'un CAP et d'un BP coiffure, elle lance son premier salon à l'enseigne Allure à Dijon. Depuis, elle a créé son centre de formation, une gamme de produits cosmétiques et ouvert 35 salons en succursale.

Atmosphair

CLAUDE HAUSSER (PDG)

Il crée le premier salon Atmosphair à Nancy, puis essaime dans l'Est, au Luxembourg, en Belgique, en Rhône-Alpes et en région parisienne. C'est en 2013 qu'il amorce le développement en franchise de l'enseigne.

FRANCK DANGLETERRE

(DG) Diplômé d'un master 2 en management général des *business units* de l'Institut d'administration des entreprises de Lille, il a notamment travaillé comme directeur de la formation et directeur du réseau France-Belgique dans le groupe Dervyn.

Beauty Bubble

NICOLAS LANGER (DG)



Diplômé de l'École supérieure de commerce de Reims, il débute à New York dans le groupe Coty. De retour en France, il

travaille pour Rogé Cavallès avant de lancer, début 2010, Beauty Bubble, un concept de coiffure à petits prix sur cheveux secs, implanté dans des lieux à fort trafic. L'année suivante, le développement en affiliation démarre. En 2015, un bar à beauté ouvre dans le premier Beauty Bubble installé dans un hyper Auchan.

Carpy

JACKY CARPY (président)



Le premier salon franchisé voit le jour en 1998, vingt ans après un salon en nom propre. Entre ces deux dates, Jacky Carpy a développé son réseau en succursale, créé un centre de formation à Tours et transmis son savoir-faire à 170 salons affiliés.

C&C Partner

CHRISTOPHE CAGGIA



(cogérant du groupe : Studio Avenue, Made in Coiff, Fun Look, Beauty Family) Titulaire d'un CAP et d'un BP, il crée en 1987 le concept Studio Avenue, qu'il duplique autour de l'étang de Berre et développe en franchise à partir de 2004. L'année suivante, il lance Made in Coiff. Après son association avec Christophe Pinon en 2007, il devient cogérant

de C&C Partner, un groupe régional déployé en Paca et en Rhône-Alpes.

CHRISTOPHE PINON



(cogérant) Tout d'abord VRP pour des encyclopédies ou des produits d'hygiène et d'entretien, il entre ensuite chez Schwarzkopf Professional en 1994 et y reste treize ans. Cogérant de C&C Partner depuis 2007, il renoue ainsi avec son premier métier, la coiffure.

Coiffirst

ERIC PFALZGRAF



(fondateur) Alors qu'il coiffe les stars sur les yachts et dans les villas de Saint-Tropez, il lance Coiffirst en 1988. Un an après, il ouvre un salon dans sa ville natale de Strasbourg. En 1996, il inaugure un Coiffirst à Paris puis, en 2001, au Japon. Il est aujourd'hui à la tête de 35 salons dans le monde.

Dessange International

BENJAMIN DESSANGE



(président du directoire du groupe : Dessange, Camille Albane, Fantastic Sams aux Etats-Unis) Après une expérience

terrain dans la coiffure, il passe un an et demi aux Etats-Unis, au sein de Dessange International. En 1994, il est nommé directeur général, met en place le développement export et participe à la création de la marque Camille Albane. Il occupe sa fonction actuelle depuis 2012.

EMMANUEL GASNOT (DG)



A ce poste depuis 2012, il a effectué sa carrière dans des entreprises spécialisées dans les capillaires et les cosmétiques. Après vingt ans chez Wella France, qu'il préside de 2004 à 2007, il rejoint les Laboratoires Cosm & Ouest (filiale distribution des Laboratoires Sciences & Mer) comme président. En 2009, il est nommé directeur de la division «Professionnel» groupe de la société Eugène Perma.

Diloy's

ALAIN DILOY (président-directeur-général)



C'est en 1985 qu'il ouvre un premier salon à son nom.

Après le lancement de la franchise en 1991, il développe le réseau dans le sud de la France.

>>>

>>>

Eric Stipa

GRÉGORY STIPA (PDG)



Il a intégré le groupe fondé par ses parents en 2003 en tant que directeur du développement.

Après des études à l'Institut supérieur de gestion de Paris, il a travaillé dans une entreprise de transport en tant que commercial, puis a rejoint Dexia comme responsable encadrement commercial. Il devient PDG d'Eric Stipa en 2011.

KARINE STIPA (DG)



Après son bac, elle bifurque vers la coiffure et passe un CAP et un BP. Elle travaille comme

coiffeuse dans différents salons de l'enseigne, avant de devenir formatrice puis directrice du centre de perfectionnement. Aujourd'hui, au côté de son frère Grégory, elle est DG du groupe, en charge de la partie artistique et de la formation.

Jean Claude Aubry

JEAN CLAUDE AUBRY



(PDG du groupe : Jean Claude Aubry, Coiffure du Monde,

Sergio Bossi, Jean Claude Aubry Shopping, Jean Claude Aubry Basic) Il a 23 ans quand il ouvre son premier salon. Quelques années plus tard, en 1997, alors qu'il a perdu le droit d'utiliser son nom - il le récupérera en 2002 -, il crée Coiffure du Monde pour «tous les cheveux du monde». Puis ce sera Jean Claude Aubry Shopping Professional en

2009 et Jean Claude Aubry Basic (en 2014). Entre-temps, il rachète l'enseigne Sergio Bossi.

LAURENT GRAYE (DG)



Il rejoint le groupe à ce poste en 2011.

Auparavant, il a travaillé vingt-cinq ans chez Schwarzkopf, où il a occupé différentes fonctions commerciales, jusqu'à la direction commerciale France.

Jean-Claude Biguine

JEAN-CLAUDE BIGUINE



(président)

Après un premier salon en 1982, il amorce le déploiement

en franchise en 1989 et l'internationalisation, en 1994, avec une implantation en Italie. En 1995, la première Maison de Beauté ouvre. La gamme Jean-Claude Biguine Coloriste est lancée en 2004, suivie en 2006 de Biguine Bio et, en 2011, de Biguine Electro Beauté. Cette même année, il crée le concept Biguine Nails.

Kraemer

YANNICK KRAEMER



(président)

Il commence par développer une quinzaine de salons Jacques

Dessange en franchise avant de se lancer en 2000 avec un concept à son nom, qu'il va déployer en France et à l'étranger. En 2007, il décline une gamme de produits en propre.

Lothmann

THIERRY LOTHMANN



(PDG du groupe : Thierry Lothmann, Valentin by Lothmann)

C'est à Hesdin (62) qu'il ouvre son premier salon. Une formation au Royaume-Uni et un second salon plus tard, il se lance dans la franchise. En 1997, il crée Valentin, un concept plus accessible. Suivent une centrale d'achat et une marque propre, avant l'internationalisation.

Michel Dervyn

MICHEL DERVYN (président



du groupe : Alexandre de Paris, Alexandre de Paris Studio,

Michel Dervyn, Shampoo Expert, Fifty)

C'est en 1970 que ce natif du Nord ouvre son premier salon, à Tourcoing, puis, en 1977, le premier salon de coiffure en centre commercial, à Villeneuve 2. En 1980, il crée l'enseigne Shampoo et, en 1990, acquiert Alexandre de Paris. L'enseigne Fifty est lancée en 2013 et Alexandre de Paris Studio l'année suivante.

NICOLAS GANDY (DG)



Diplômé de l'ESC Paris et titulaire d'un DEA en sciences sociales, il

travaille comme directeur des ressources humaines chez Usinor Sacilor, Sogecap, Dunlopillo puis Treca. En 2013, il prend la direction générale du Groupe Michel Dervyn,

fonction qu'il avait auparavant exercée chez Descamps.

Mod's Hair

ALAIN VIOT (PDG)



Devenu associé et PDG du groupe cette année, ce diplômé de

l'Essec a une longue expérience dans le luxe. Il a été, chez Cartier, directeur marketing international, directeur général de la filiale espagnole, puis PDG de Cartier Inc. à New York, avant d'être nommé directeur du développement du groupe Richemont. Il a ensuite rejoint la manufacture espagnole de porcelaine Lladro comme PDG, puis le chasseur J.M. Weston. Depuis cinq ans, il est gérant d'Apsa Conseil.

Novaly

FRÉDÉRIC MORENO



(président du groupe : Frédéric Moreno, Jack Holt, Top Model)

Trois ans après avoir créé sa marque, il développe la franchise et acquiert, en 2013, les enseignes Jack Holt et Top Model.

Pascal Coste

PASCAL COSTE

(président du groupe : Pascal Coste, People Coiffure) Il débute à 15 ans dans un salon traditionnel, puis intègre un groupe régional à Toulouse, tout d'abord comme coiffeur. Il ouvre son propre salon à Nice en 1988 et, dix

qui est qui ?

ans plus tard, démarre le développement en franchise. En 2003, il crée People Coiffure qui cible les jeunes et, en 2008, un site de vente en ligne.

Provalliance

FRANCK PROVOST



(président du groupe : Franck Provost, Jean Louis David, Saint Algue,

Fabio Salsa, Coiff&Co, Intermède, Interview, Jean-Marc Maniatis, Niwel, Colorii, La Suite Bleue, Haircoif) Il fait son apprentissage comme coiffeur au Lude (72), puis il ouvre son premier salon en 1975 à Saint-Germain-en-Laye. Vingt ans plus tard, à la

tête de 25 succursales, il se lance dans la franchise et, en 1998, crée l'enseigne Fabio Salsa. En 2007, il s'associe avec Regis, alors propriétaire de Jean Louis David, Saint Algue, Coiff&Co et Intermède - l'Américain finira par se retirer en 2012. Il rachète Saint Karl et Interview en 2008 et les salons Jean-Marc Maniatis un an plus tard.

MARC AUBLET (DG)

A ce poste depuis 2007, il a intégré Franck Provost en 1995 pour s'occuper du développement de l'enseigne en France et à l'étranger. Diplômé d'une école de commerce, il a notamment travaillé dans le groupe de Bernard Tapie.



Serge Comtesse

SERGE COMTESSE



(gérant du groupe : Serge Comtesse, Self'Coiff)

Après une formation en gestion, action commerciale et marketing, il travaille deux ans dans le groupe La Nantaise pour la marque BN. Changement de cap en 1987 lorsqu'il crée, avec son épouse Christine, coiffeuse, un salon sous l'enseigne Serge Comtesse dans une commune alsacienne de moins de 2 000 habitants. Dix ans plus tard, il lance l'enseigne Self'Coiff.

Vog

FRANCK FRANÇOIS



(président du groupe : Vog Coiffure, Tchip, Claude Maxime, Mon Coiffeur ma

Famille Exclusif, Faubourg Coiffure, Claire Saint-Yves) Coiffeur coloriste, il ouvre son premier salon en 1979. Il lance la franchise sous l'enseigne Vog Coiffure en 1982, suivie de celle de Tchip en 1996. En 2002, il achète Claude Maxime et les centres de formation Formul'A. Il met la main sur le groupe Exclusif en 2013, ses trois enseignes (Exclusif Coiffure, Faubourg Coiffure, Claire Saint-Yves) et ses 80 salons.

CHRISTINE GALIMANT



BULLETIN D'ABONNEMENT À RETOURNER À

Cosmétique Hebdo - CS 70011 - 28409 Nogent le Rotrou Cedex - France
ou par fax au +33(0)2 37 29 69 35 - e-mail : abonne@cosmetiquehebdo.fr

- OUI, je m'abonne pour 1 an avec 45 n^{os} de la Lettre + les alertes e-mail pour 645€ (France) / 695€ (DOM-TOM, Etranger) soit près de 30% de réduction*

Mode de règlement

- Chèque bancaire libellé à l'ordre de Intescia/Cosmétique Hebdo

- Carte bancaire (CB, Visa, Eurocard, Mastercard)

n°

expire fin cryptogramme (bloc de 3 chiffres au dos de votre carte)

- Virement bancaire ou postal sur le compte

CIC INTESCIA COMPTE COSMEDIA

IBAN : FR76 3006 6109 4700 0101 5560 108

BIC : CMCIFRPP

- Règlement à réception de facture

- Je souhaite recevoir une facture acquittée

DATE ET SIGNATURE OBLIGATOIRES

Pour mieux vous connaître

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Marques (N55) | <input type="checkbox"/> Points de vente (N) | <input type="checkbox"/> VPC/Vente à domicile/Internet (N74) |
| <input type="checkbox"/> Agents Distributeurs/ Grossistes (N50) | <input type="checkbox"/> Siège social/Groupement (S) | <input type="checkbox"/> Services (N05) |
| <input type="checkbox"/> Matières premières (N01) | <input type="checkbox"/> Parfumeries/Grands magasins (67) | <input type="checkbox"/> Agences Pub RP/Médias (N90) |
| <input type="checkbox"/> Packaging (N58) | <input type="checkbox"/> Instituts/Spas/Manucurie (75) | <input type="checkbox"/> Etudiants (N82) |
| <input type="checkbox"/> Maisons de composition (N56) | <input type="checkbox"/> Pharmacies/Parapharmacies (72) | <input type="checkbox"/> Enseignement (N47) |
| <input type="checkbox"/> Autres fournisseurs (N52) | <input type="checkbox"/> Grande distribution (71) | <input type="checkbox"/> Salons de coiffure (N81) |
| | <input type="checkbox"/> Distribution autres circuits (76) | <input type="checkbox"/> Autres (N89) |

Une sélection d'informations
stratégiques pour
maîtriser l'actualité
business de votre secteur

cosmétiquehebdo

LES SOINS DOIVENT
LA CROISSANCE



Société :

Nom :

Prénom :

E-mail :

Adresse :

Code postal : Ville :

Pays :

Tél :

Fax :

N° TVA intracommunautaire :

PCOH15

* Par rapport au prix de vente au numéro, prix TTC, TVA 2,10% incluse. Offre valable jusqu'au 31/12/2015. Conformément à la loi Informatique et Libertés, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des données vous concernant.