

The leading media on the international beauty industry

BW
CONFIDENTIAL

LES CENTRES DE BEAUTE
fêtent leurs
30 ANS

CEW FRANCE
ACHIEVER AWARDS 2023
10^{ème} édition

1365 CLOS DES LAMBRAYS 1593 CHÂTEAU D'YQUEM
1668 DOM PÉRIGNON 1729 RUINART 1743 MOËT &
CHANDON 1765 HENNESSY 1772 VEUVE CLICQUOT
1780 CHAUMET 1815 ARDBEG 1817 COVA 1828 GUERLAIN
1832 CHÂTEAU CHEVAL BLANC 1837 TIFFANY&CO
1843 KRUG 1843 GLENMORANGIE 1846 LOEWE 1849
ROYAL VAN LENT 1849 MOYNAT 1852 LE BON MARCHÉ
1854 LOUIS VUITTON 1858 MERCIER 1860 TAG HEUER
1860 JARDIN D'ACCLIMATATION 1865 ZENITH 1870
LA SAMARITAINE 1884 BULGARI 1895 BERLUTI 1898
RIMOWA 1908 LES ECHOS 1914 PATOU 1916 ACQUA DI
PARMA 1923 LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS 1924 LORO
PIANA 1925 FENDI 1936 FRED 1944 LE PARISIEN 1945
CELINE 1947 DIOR 1947 EMILIO PUCCI 1947 PARFUMS
CHRISTIAN DIOR 1952 GIVENCHY 1955 CHÂTEAU DU
GALOUPET 1957 PARFUMS GIVENCHY 1958 STARBOARD
CRUISE SERVICES 1959 CHANDON 1960 DFS 1969 SEPHORA
1970 CAPE MENTELLE 1970 KENZO 1972 PERFUMES
LOEWE 1976 BELMOND 1976 BENEFIT COSMETICS
1977 NEWTON VINEYARD 1980 HUBLOT 1984 MARC
JACOBS 1984 MAKE UP FOR EVER 1985 CLOUDY BAY 1988
KENZO PARFUMS 1991 FRESH 1992 COLGIN CELLARS
1993 BELVEDERE 1998 BODEGA NUMANTHIA 1999
CHEVAL DES ANDES 1999 TERRAZAS DE LOS ANDES 2006
CHÂTEAU D'ESCLANS 2006 HÔTELS CHEVAL BLANC
2008 KVD VEGAN BEAUTY 2009 MAISON FRANCIS
KURKDJIAN 2010 WOODINVILLE 2013 AO YUN 2013 MARC
JACOBS BEAUTY 2017 CLOS19 2017 FENTY BEAUTY BY
RIHANNA 2017 VOLCAN DE MI TIERRA 2020 EMINENTE

LVMH



BW Confidential
17 rue Louis Rouquier
92300 Levallois-Perret, France
Tel: +33 (0)1 74 63 49 60
www.bwconfidential.com

Editeur

Nicolas Grob
ngrob@bwconfidential.com

Rédactrice en chef

Oonagh Phillips
ophilips@bwconfidential.com

Journaliste

Pascale Caussat

Journaliste

Kirsty Doolan

Journaliste et media coordinator

Elisa Amiri

Directeur marketing

Nicolas Lederer
nleder@bwconfidential.com

BW Confidential est édité par Noon Media
Directeur de la publication : Nicolas Grob
Imprimeur : Dupliprint
2 rue Descartes - ZI Sezac, 95330 Domont

Abonnement annuel: Retail & Tech +
Industry Talks + magazine + This Week in
Beauty + news quotidiennes + hors-série +
Beauty & Travel Retail Special Edition :
589€/799US\$

Copyright © 2023. Tous droits réservés.
Tous droits de reproduction interdits
sans la permission écrite de l'éditeur.
Crédit photo couverture : istock
Dépôt légal à parution ISSN 2109-3350

Bon anniversaire !



Double anniversaire pour le CEW France ! Dix ans des Achiever Awards, ces prix prestigieux qui récompensent les talents, l'audace et l'innovation de notre industrie, ainsi que les grandes carrières et les entrepreneurs engagés. Et 30 ans des Centres de Beauté qui dispensent des soins esthétiques aux malades dont les bienfaits sont maintenant reconnus et

loués par le corps médical.

Ces deux anniversaires sont fêtés ce soir lors d'une cérémonie très spéciale. Cette année, 11 lauréats seront récompensés. Et cette année, exceptionnellement, le conseil d'administration du CEW France a décidé de remettre trois Prix Spéciaux 30 ans Centres de Beauté : à Marionnaud pour sa qualité de grande mécène, à IFF pour son initiative pour les ateliers olfactifs et un prix collectif décerné aux coordinatrices des Centres de Beauté—sans elles, toutes les bonnes actions du CEW France n'auraient pas pu avoir lieu.

La fête sera également l'occasion de célébrer l'esprit du CEW France, son travail auprès des malades, son rôle de mise en relation et d'information des acteurs de la beauté.

Cette année, *BW Confidential*, le media professionnel du marché international des parfums et cosmétiques, est donc encore plus fier de renouveler son partenariat avec le CEW France et d'être associé à cette célébration de talents, en réalisant cette édition spéciale présentant les lauréats des Achiever Awards 2023.

BW Confidential est également heureux de soutenir l'association grâce à une donation issue des recettes publicitaires de cette édition au profit des Centres de Beauté du CEW France. Merci à Chanel, Greentech et LVMH.

Bravo à tous les lauréats et bon anniversaire au CEW France pour les 10 ans des Achiever Awards et les 30 ans des Centres de Beauté !

Oonagh Phillips

Rédactrice en chef
ophilips@bwconfidential.com

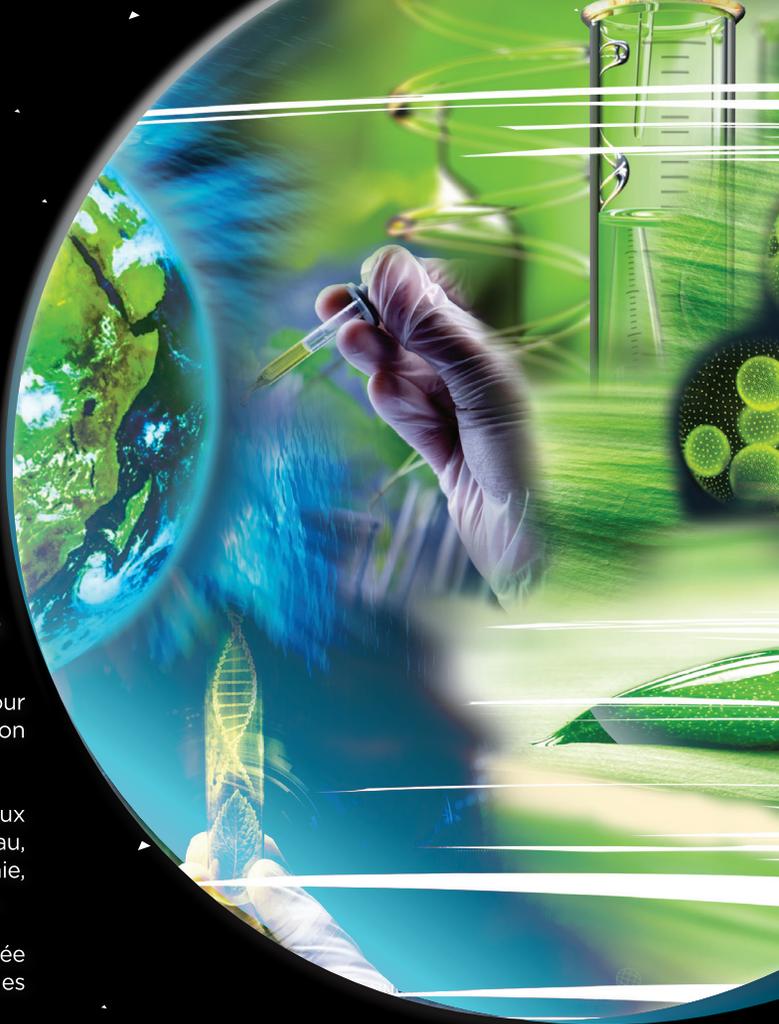


3	Edito	11	prix remis
6	Interview avec Françoise Montenay	10	catégories de prix
8	Prix Spéciaux 30 ans des Centres de Beauté Prix spécial Achiever Mécène Prix spécial Achiever Initiative Pionnière Prix spécial Achiever Engagement Solidaire	3	prix spéciaux
11	Achiever Carrière	10	ans des Achiever Awards
12	Achiever Engagement RSE	30	ans des Centres de Beauté
14	Achiever Créateur	1	soirée exceptionnelle !
15	Achiever Chef d'Entreprise Achiever Jeune Entrepreneur		
16	Achiever Innovation Graine d'Achiever		
17	Les lauréats depuis 10 ans		
18	La méthodologie		



BIOTECHNOLOGIES

GREENTECH



Greentech : des produits pour la vie

Les entreprises du groupe Greentech sont unies pour relever les challenges de demain, en alliant innovation scientifique, durabilité et éthique.

Des solutions d'avenir pour relever les défis sociétaux du futur : dépollution, gestion des ressources en eau, plastiques biosourcés, qualité des sols en agronomie, ingrédients nutritionnels innovants, santé et bien-être.

Tout cela est possible grâce à la fertilisation croisée de nos expertises et à la richesse infinie en molécules actives des mondes végétal, marin et microbien.

Ce qui a fait notre succès? Les Hommes certainement, et aussi la flexibilité, la réactivité, l'innovation, la qualité, le dépassement de soi, le respect mutuel avec nos clients et partenaires...

Depuis 1992, Greentech est une entreprise en mouvement constant. Et si ce n'était que le début de l'histoire?



WE SOURCE NATURE TO RESOURCE THE FUTURE

www.greentech-group.com

GREENTECH

« En faire toujours plus »

Créés en 1992, les Centres de Beauté du CEW célèbrent trois décennies de soins esthétiques au service des patients hospitalisés. Françoise Montenay, présidente du CEW France, revient sur le chemin accompli avec le soutien de l'industrie de la beauté

Que ressentez-vous alors que les Centres de Beauté du CEW viennent de fêter leurs 30 ans ?

Françoise Montenay : Je suis très fière de ce qu'a accompli le CEW en faisant entrer les soins esthétiques à l'hôpital pour venir en aide aux femmes désemparées par les effets délétères de la maladie et des thérapies sur leur confort, leur aspect et l'image d'elles-mêmes. Une démarche extrêmement novatrice 14 ans avant que les soins esthétiques soient reconnus dans le plan cancer de 2006. Aujourd'hui le succès des Centres de Beauté confirme notre conviction que «la beauté n'est pas futile, elle aide à mieux vivre».

Combien de soins ont été prodigués l'année dernière ?

FM : 40 000 soins socio-esthétiques et socio-coiffure gratuits d'une heure ont été donnés dans 39 établissements à 32 000 patients (15% d'hommes). Nous intervenons dans les services de cancérologie mais également dans 29 autres thérapies. Nous sommes notamment dans des maisons des adolescents, des services pour personnes âgées, en soins palliatifs ou en traumatologie, avec à chaque fois une approche bien-être spécifique en coordination avec le personnel soignant.

Par exemple, pour des jeunes filles souffrant de mal-être, nous avons initié, avec leurs thérapeutes, des programmes de nail art et de création de parfums pour les aider à regagner une meilleure image d'elle-même.

Quels sont les faits marquants qui ont jalonné l'histoire des Centres de Beauté ?

FM : De 1992 à 1998, nous étions présents dans trois hôpitaux. Nous avons ensuite ouvert 3 à 4 établissements par an. Une accélération qui s'explique par la demande croissante des soignants. Les médecins, sceptiques au départ, ont rapidement été convaincus par cet



accompagnement qui aide les patients à aborder plus sereinement leur thérapie.

Nous avons aussi développé le mécénat grâce à la reconnaissance d'intérêt général de notre association, permettant la défiscalisation des dons.

En 2001, création du premier Atelier Olfactif, en collaboration avec IFF. C'est le fruit d'une initiative personnelle d'une membre du CEW dont le frère était hospitalisé à Garches. L'olfaction permet de sentir et d'exprimer des émotions, des souvenirs pour des personnes cérébrolésées (AVC, accident) ou des adolescents en souffrance. Ces ateliers se font en présence d'une infirmière, kinésithérapeute, orthophoniste ou même psychologue.

En 2004, ouverture du premier Centre de Beauté en région, à l'Institut Paoli Calmette de Marseille, et création du poste de coordinatrice. Les bénévoles du CEW qui

“

En 2022, 40 000 soins socio-esthétiques et socio-coiffure gratuits d'une heure ont été donnés dans 39 établissements à 32 000 patients

”

CEW France présidente Françoise Montenay

encadrent les socio-esthéticiennes et assurent le lien entre l'association et l'hôpital. Elles sont 19 aujourd'hui, pour 38 socio-esthéticiennes, une réflexologue et deux socio-coiffeuses.

Comment avez-vous vécu la période Covid ?

FM : Le masque a rendu les soins du visage plus difficiles et avec les gants le toucher était différent. Nous nous sommes adaptés en développant les modelages et soins du corps et en initiant des rencontres avec les patientes pour expliquer les effets secondaires des traitements sur leur peau, leurs cheveux et leurs ongles, et comment améliorer leur confort et leur apparence avec des soins esthétiques et des produits adaptés.

Comment l'industrie peut-elle continuer d'aider les Centres de Beauté à l'avenir ?

FM : Les Centres de beauté ont été créés avec l'industrie de la beauté. Marionnaud et IFF, que nous récompensons ce soir, ont été nos premiers mécènes. Ils sont de plus en plus nombreux à nous rejoindre et à intégrer cet engagement dans leur politique RSE.

Outre le mécénat que nous souhaitons continuer de développer, le bénévolat tient une grande place, avec 8 000 heures par an offertes tant par les coordinatrices que par celles qui organisent des événements pour lever des fonds ou s'impliquent dans la promotion et la logistique des Centres de Beauté.

Pour l'avenir, nous sommes à l'affût de tout ce qui peut améliorer la vie des patients, que ce soit les recherches sur les bénéfices de certaines crèmes ou odeurs sur le corps et le cerveau, ou les effets des nouvelles thérapies. Notre vision pour l'avenir c'est toujours plus de bien-être, pour toujours plus de patients !

Propos recueillis par Pascale Caussat

30 ans de Centres de Beauté

1986 Création du CEW France

1992 Premiers soins esthétiques du CEW à Gustave Roussy

1998 Création de l'association loi de 1901 à but non lucratif « Les Centres de Beauté CEW ». Reconnue d'intérêt général, elle permet la défiscalisation des dons

2000 Premier dîner caritatif au Jardin d'Acclimatation

2001 Premier Atelier Olfactif à Raymond Poincaré à Garches avec IFF

2004 Premier Centre de Beauté en région à l'hôpital Paoli Calmette à Marseille en oncologie

2005 La socio-esthétique officiellement intégrée dans les soins de support dans le plan cancer 3

2005 Première compétition de golf au profit des Centres de Beauté au Paris International Golf Club (PIGC). Aujourd'hui, 14 compétitions par an à Paris et en région.

2006 Marionnaud devient le 1^{er} mécène des Centres de Beauté avec la signature d'un contrat renouvelé jusqu'à ce jour, et en 2010, première peluche de créateur

2008-2009 L'association ne mandate plus que des socio-esthéticiennes

2011 Prix de la charte de Paris contre le cancer

2012 Première opération « une Rose une Caresse » au profit du Centre de l'Hôpital de Grasse

2016 : Prix de l'IMCAS (récompense les initiatives visant à améliorer la vie des patients)

2021 : Lancement de la socio-coiffure avec la Fondation L'Oréal

2021-2022 Les Centres enrichissent leur offre avec de nouveaux soins et de nouveaux outils

Les prix spéciaux 30 ans des Centres de Beauté

Pour marquer les 30 ans des Centres de Beauté, le conseil d'administration des Centres de Beauté du CEW décerne trois prix spéciaux pour récompenser les personnes et les sociétés qui ont investi dans cette belle initiative

Prix spécial Achiever Mécène

Marionnaud



© David Arous nonstoprod

◀ Remise de chèque Marionnaud pour la vente du couple d'oursins créé par Clarins pour Noël 2021 au profit des Centres de Beauté

Un Achiever Award pour saluer toutes les marques et les entreprises qui, en finançant cette action, lui ont permis d'exister, de se développer et de devenir cette action leader au service du bien-être des patientes hospitalisées.

Pour incarner cette communauté fidèle et engagée, le prix est remis à notre premier mécène Marionnaud dont nous venons de célébrer les 20 ans d'engagement dans les Centres de Beauté.

En effet, depuis 2008, le réseau de parfumeries met en vente tous les ans à la période des fêtes une peluche en édition limitée co-signée avec des marques telles que Cacharel, Clarins ou Karl Lagerfeld. Grâce aux bénéfices générés par les ventes, en magasins et en ligne, plus de 65 000 soins de socio-esthétiques ont pu être financés pour aider les patients.

« Marionnaud est aux côtés des femmes depuis toujours, et pour toujours. Et parce que toutes les femmes méritent que l'on prenne soin d'elles, Marionnaud est engagé depuis 20 ans auprès des personnes touchées par la maladie. En accord avec nos valeurs et notre ADN, soutenir les Centres de Beauté du CEW nous a paru comme une évidence. Le CEW le dit si bien : 'La beauté n'est pas futile, elle aide à mieux vivre'. C'est pourquoi Marionnaud a toujours eu à cœur de participer à améliorer le bien-être des femmes fragilisées », témoigne Gabriele Betti, directeur général de l'enseigne.

Pour lui, ce prix est aussi la récompense de l'engagement des équipes : « C'est une immense fierté pour Marionnaud d'accompagner le CEW depuis 20 ans. Nous sommes très honorés de la confiance accordée et fiers de répondre présent, chaque année, pour contribuer à notre manière, au bien-être des femmes. C'est avec toujours autant de passion et d'engagement que les équipes Marionnaud continuent de s'impliquer dans ce beau projet. »

■ Prix spécial Achiever Initiative Pionnière IFF pour les Ateliers Olfactifs



◀ IFF est associé aux Ateliers Olfactifs depuis leur création en 2001

Un achieveur qui interpelle la dimension pionnière des Centres de Beauté et la volonté des femmes du CEW de « donner tout son sens à nos métiers » en faisant entrer les soins esthétiques gratuits à l'hôpital puis en 2001 en créant le premier Atelier Olfactif à l'hôpital Raymond Poincaré à Garches.

Pour illustrer ces actions pionnières, le prix est remis à IFF étroitement associé aux Ateliers Olfactifs depuis leur création, en fournissant le matériel olfactif nécessaire et en finançant l'animation des ateliers qui ne sont pas réalisés par les bénévoles CEW spécialistes de l'olfaction.

IFF étudie depuis longtemps le pouvoir des odeurs, associées à des couleurs, des textures, des sensations. La société a développé une base de données de milliers d'odeurs permettant aux parfumeurs de choisir des ingrédients dont on connaît l'impact positif sur les humeurs et les émotions. C'est donc naturellement que Nicolas Mirzayantz, le président d'IFF d'alors, a apporté son soutien au CEW. Sabrya Meflah, présidente fine fragrance, rappelle les débuts du projet : « La collaboration sur les ateliers olfactifs est née en 2001 dans le service de rééducation des patients cérébrolésés de l'hôpital Raymond Poincaré à Garches, avec l'idée de stimuler la mémoire grâce aux odeurs. Lors des premiers ateliers, les médecins avaient observé que les patients recouvraient certaines des fonctions perdues en sentant des odeurs familières. Ainsi l'odeur du pain d'épices a provoqué une réaction inattendue chez un patient : il s'est mis à fredonner la chanson de la publicité pour Prosper, une marque de pain d'épices ! Forts de ces observations, nous avons constitué un kit olfactif d'odeurs familières, en s'appuyant sur les familles des patients et sur les idées des équipes d'IFF. Ces odeurs allaient du gazon au goudron, de la moutarde au pain d'épices, du chocolat à tartiner à la vanille... »

Depuis, les ateliers se sont étendus aux traitements d'oncologie, de gériatrie, du mal-être adolescent. Ils sont animés par des volontaires, parfumeurs et professionnels de l'industrie. « Je crois profondément en les pouvoirs de l'odeur, et suis heureuse de voir qu'ils peuvent, de façon très concrète, contribuer à soigner, ou apporter du bien-être, souligne Sabrya Meflah. Avec Françoise Montenay, présidente du CEW, nous réfléchissons au nouveau tournant que pourront prendre les ateliers, en s'appuyant plus encore sur la 'Science of Wellness' d'IFF et la mesure objective et scientifique des pouvoirs de l'odeur. »

Prix spécial Achiever Engagement Solidaire Les coordinatrices des Centres de Beauté



◀ Les 19 coordinatrices des Centres de Beauté assurent les rôles clés d'interface avec l'hôpital et d'encadrement des socio-esthéticiennes

Un Award pour mettre le projecteur sur toutes celles et ceux qui, sur le terrain, permettent aux Centres de Beauté d'apporter le meilleur service possible aux patientes. Un dispositif qui repose sur un triptyque de réunissant, soignants, socio-esthéticiennes et coordinatrices CEW.

Au travers de ce prix, le CEW veut aussi saluer tous les bénévoles engagés. Leurs compétences, leur disponibilité et les événements qu'ils organisent pour lever des fonds sont essentiels aux Centres de Beauté pour vivre et se développer. Un temps offert qui représente au total près de 8 000 heures par an.

Ce prix de l'engagement solidaire est remis collectivement aux coordinatrices, garantes du bon fonctionnement des Centres de Beauté et de leur amélioration permanente.

Bénévoles et membres du CEW, elles sont 19 pour assurer les rôles clés d'interface avec l'hôpital et d'encadrement des socio-esthéticiennes. La mission a été créée quand les Centres de Beauté ont commencé à se développer dans de nombreux établissements. Elles ont en charge un ou plusieurs Centres et pour mission de veiller à ce que les meilleurs soins de socio-esthétiques et socio-coiffure soient donnés. Elles supervisent les moyens matériels disponibles, contrôlent les bonnes conditions d'accueil dans les services hospitaliers et le respect des nouvelles règles sanitaires. Toutes expérimentées en formation et encadrement, elles consacrent du temps à écouter les socio-esthéticiennes et à faciliter leur bonne intégration dans l'équipe des soignants. Il est important qu'elles soient bien reconnues pour la mission qu'elles apportent en support de l'équipe soignante.

Les coordinatrices sont aussi indispensables pour faire remonter l'information vers l'association afin d'être toujours au plus près des (nouveaux) besoins des patients, qui dans ce domaine évoluent très vite. En région, elles représentent les Centres de Beauté auprès des institutions locales, des personnalités, des entrepreneurs-mécènes et de la presse régionale. Elles assurent par leurs relations et la participation à des opérations particulières, comme « une Rose une Caresse » à Grasse, le financement des Centres de Beauté de leur région.

Achiever Carrière

Fabienne Mauny directrice générale de Diptyque



Diplômée de l'ESCP, Fabienne Mauny a débuté sa carrière chez Yves Saint Laurent, d'abord à la division parfums et cosmétiques, puis à la couture où elle a piloté la division prêt-à-porter et accessoires pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique en tant que directrice générale adjointe. Elle a eu pour mission de reprendre toute l'activité en direct,

L'Achiever Award Carrière est élu par le jury

après des années de gestion en licences.

Depuis 2007, Fabienne Mauny est fière d'être la directrice générale de Diptyque, « une maison de luxe à part, connue pour ses bougies iconiques et son savoir-faire unique en matière de parfums, relate-t-elle. Une véritable maison de luxe artistique, fondée dans les années 60 par un trio de créateurs pluridisciplinaires, inspirés par l'art, la nature, la beauté, que j'ai eu la chance de rencontrer ».

À la tête de cette marque qui vient de fêter ses 60 ans, son rôle est de « la faire grandir tout en préservant sa singularité et son aura ». Au cours des 16 années écoulées, Diptyque est devenu une référence de l'art de vivre, présente dans les parfums, les bougies, la décoration, dans sept pays, avec près de mille collaborateurs.

Son actualité pour 2023 est la célébration des 18 ans du parfum Do Son, inspiré par l'enfance au Vietnam d'Yves Coueslant, l'un des fondateurs. Pour l'occasion, Diptyque a confié la réalisation d'un court-métrage poétique au studio Werlen Meyer, mis en musique par James Blake. En mars, la marque a lancé L'Eau Papier, évocation de l'encre qui imprègne la feuille, signée du parfumeur Fabrice Pellegrin, avec l'artiste Alix Waline. Elle s'apprête à fêter les 60 ans de la bougie blanche, son objet culte, avec des temps forts tout au long de l'année.

L'Achiever Award
Engagement RSE est
élu par le jury

2 prix remis

Achiever Engagement RSE

Virginie Courtin directrice générale de Clarins



Fille de Christian Courtin, petite-fille de Jacques Courtin-Clarins, Virginie Courtin a grandi dans une famille où l'on « brainstormait » en permanence sur les noms et les formules de produits. Directrice générale du groupe familial depuis 2022, elle a fait ses armes au Printemps mode et beauté et au sein de Mugler Mode, après des études à l'Edhec. Elle est également diplômée en naturopathie.

En termes de politique sociale et environnementale, Virginie

Courtin a pris en 2019 la direction du pôle RSE du groupe et a mis en place la démarche « Clarins We Care ». Engagé depuis l'origine sur les sujets de responsabilité sociétale et de biodiversité, le groupe a rédigé un plan d'action à l'horizon 2025 comprenant des objectifs précis : obtenir la labellisation B Corp, atteindre 80% de certification bio pour les extraits de plantes et un sourcing 100% responsable, rendre la totalité des emballages recyclables, réutilisables ou rechargeables, réduire de 30% l'empreinte carbone.

En 2021, Clarins a défini sa raison d'être : « Rendre la vie plus belle, transmettre un monde plus beau », inscrite dans ses statuts. Le groupe est devenu membre de l'UEBT (Union for Ethical Biotech), ONG spécialisée dans le sourcing éthique des ingrédients, et a lancé en 2022 le projet TRUST, plateforme de traçabilité garantie par la blockchain. L'année dernière, la marque a atteint 59% de plantes bio dans ses produits. Du côté de ses actions philanthropiques, le groupe a planté 750 000 arbres via son programme Seeds of Beauty, a distribué 40 millions de repas scolaires grâce au partenariat avec Feed et a versé 20 millions d'euros pour la recherche médicale à travers la Fondation Arthritis.

■ Achiever Engagement RSE Jeune Entrepreneur

Arnaud Lancelot co-fondateur et directeur général de Cozie



Avec son nom de chevalier de la Table Ronde, Arnaud Lancelot est parti en croisade pour l'économie circulaire. Diplômé d'HEC en 2005, il débute sa carrière dans le conseil en stratégie d'entreprise, avant de mettre son expertise au service de la réduction des déchets. En 2016, il co-fonde la marque de

cosmétiques Cozie avec Émeric Baracat, ingénieur des Mines, et Louise Salvati, auteure et influenceuse. Cozie est l'acronyme de « Cosmétiques objectif zéro impact environnemental » : ce sont des cosmétiques biologiques, fabriqués en France, proposés dans des contenants en verre rechargeables.

Certifiée B Corp, un label qui valide ses engagements sociaux et environnementaux, la marque est présente dans environ 400 points de vente avec un mobilier de vrac dédié. Elle récupère les flacons consignés, qu'elle fait laver et reconditionner dans un Esat, un établissement employant des personnes handicapées. Une étude financée par l'Ademe a montré que ce système permettait de réduire de 79% les émissions carbone par rapport à des packagings à usage unique. Nouveauté de 2023 : le lancement d'une gamme enfants et bébés.

Fort de cette expérience, Cozie propose des formations aux marques qui souhaitent se lancer dans l'économie circulaire, comme Clarins, Yves Rocher, Pierre Fabre, Mustela, Naos, SVR, Beauty Kitchen... La loi Agec (anti gaspillage pour une économie circulaire) impose à la filière 10% de réemploi des emballages d'ici 2027. Impliqué dans la transformation de l'industrie, Arnaud Lancelot siège au conseil d'administration de l'association interprofessionnelle Réseau Vrac.

Achiever Créateur

Sophie Labbé principal parfumeur de Firmenich



Contrairement à nombre de ses confrères et consoeurs, Sophie Labbé n'est pas née à Grasse mais a grandi entre les immeubles de Paris et les vignes de Charente-Maritime. Diplômée en chimie et en biologie, c'est la rencontre avec Jean Kerléo, le « nez » de Patou, qui lui fait découvrir le monde du parfum. Major de sa promotion à l'Isipca en

L'Achiever Award Créateur est élu par le jury

1987, elle intègre d'abord Givaudan pendant cinq ans, puis passe 27 ans chez IFF, avant de rejoindre Firmenich en 2019 comme principal parfumeur.

Parmi ses nombreuses créations, on retient Organza et Very Irrésistible chez Givenchy, Pure White Linen d'Estée Lauder, Jasmin Noir de Bulgari, Signorina de Salvatore Ferragamo, Match Point pour Lacoste, Boss Bottled Marine d'Hugo Boss, ou dernièrement Verte Envolée pour Yves Rocher. Elle crée aussi pour des marques de niche comme Memo Paris, L'Artisan Parfumeur, Penhaligon's. Sa dernière création remarquée, des jus d'exception pour Psyché, la marque de haute parfumerie contemporaine créée par la Maison Rémy Cointreau. Un projet pour lequel Sophie Labbé a collaboré avec Baptiste Loiseau, maître de chai, afin de composer des fragrances rares, vieilles dans des tonnelets réalisés sur mesure.

Cette passionnée d'Italie, dont elle aime autant les musées que la mode, est fascinée par le gardénia, « une des fleurs que j'étudie encore et encore, car on ne peut pas l'extraire et son odeur m'obsède. Je cherche à la réinventer au plus près. » La composition lente et précise, jusqu'à trouver l'accord juste, caractérise son processus de création, elle qui aime à comparer l'art de la parfumerie avec celui du jardinage. « Composer un parfum et cultiver la terre demandent tous deux de la patience, assure-t-elle. Ce sont des cultures où un long processus de maturation permet d'obtenir une belle création. »

Achiever Chef d'Entreprise

Kelly Massol fondatrice des Secrets de Loly



Que de chemin parcouru depuis que Kelly Massol a créé Les Secrets de Loly dans sa cuisine en 2009 ! La jeune femme part du constat que 6 personnes sur 10 dans le monde n'ont pas les cheveux lisses bien que 80% des produits capillaires soient conçus pour cheveux raides. Elle s'informe sur les compositions et crée des formules aux actifs naturels, sans sulfate, silicone, alcool ni huile minérale pour faire ressortir la vraie nature du cheveu. Elle s'appuie sur la communauté qui la suit sur son forum consacré à la beauté noire et métissée. En 2014, Kelly Massol passe à la phase industrielle et recrute un directeur commercial.

Aujourd'hui, Les Secrets de Loly est une marque labellisée Ecocert Cosmos Natural, présente dans 4 000 points de vente et dans six pays, avec 17 références. Sa croissance passe aussi par une communauté engagée de 230 000 abonnés sur Instagram et par des partenariats avec des influenceuses. En 2020 et 2022, elle a investi la publicité en prime time à la télévision pour affirmer fièrement la beauté des cheveux texturés. Kelly Massol prend régulièrement la parole dans des podcasts et des conférences sur l'entrepreneuriat au féminin, « l'empowerment » et le « self love ». Ses valeurs : bienveillance, respect, éthique et glamour, qu'elle partage avec son équipe de 22 personnes.

Les nommés

Ludovic Bonneton
Fondateur de Bon Parfumeur

Isabelle Caron
Fondatrice-présidente d'Absolution

Kelly Massol
Fondatrice des Secrets de Loly

Jean-Philippe De Peretti
CEO de MyOrigines

Vote des membres du CEW France

Achiever Jeune Entrepreneur

Marc Briant-Terlet et Kim Mazzilli co-fondateurs d'Horace



Venus du marketing, de la mode et du digital, Marc Briant-Terlet et Kim Mazzilli ont fondé Horace en 2016, sans expérience dans les cosmétiques mais avec la volonté de parler aux hommes qui leur ressemblent. « J'ai toujours été un gros utilisateur de cosmétiques, mais cet univers est souvent très stéréotypé, autour de l'image du joueur de foot ou du bûcheron, explique Marc Briant-Terlet. Avec mon associé, on s'est dit qu'on pouvait apporter une meilleure proposition en termes de produits, de conseil et d'accessibilité. Horace s'adresse à des hommes à l'aise avec le fait de

prendre soin d'eux, qui veulent qu'on leur parle avec honnêteté de cernes, de boutons, de perte de cheveux... »

La marque propose des routines de nettoyage et de soin faciles d'accès dont le fameux masque purifiant de couleur bleue très visible sur les réseaux sociaux. Elle propose aussi des produits plus spécifiques comme des sérums, des exfoliants et du maquillage avec un stick correcteur et un fluide teinté effet bonne mine, tous fabriqués en France. Sa communication met en scène des mannequins de tous âges, toutes carnations et toutes morphologies. Et ça marche : Horace a conquis près de 10% du marché des cosmétiques pour hommes sur internet en France (source Nielsen) et ses boutiques sont en passe de dépasser le chiffre d'affaires en ligne.

Avec sept ouvertures prévues en 2023, la marque comptera une vingtaine de points de vente en propre en France fin 2023. Elle est également diffusée chez Monoprix et en pharmacies. Après le Royaume-Uni et la Belgique, elle vient de se lancer en e-commerce aux États-Unis.

Les nommés

Marc Briant-Terlet et Kim Mazzilli
Co-fondateurs d'Horace

Charlotte Catton
Fondatrice de What Matters

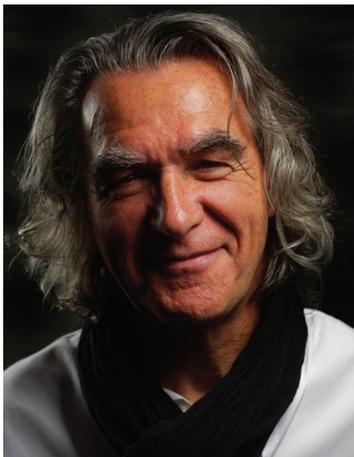
Sandra Gasmî
Fondatrice de Demain Beauty

Sarah Pouchet et Benjamin Legros
Co-fondateurs d'Unbottled

Vote des membres du CEW France

Achiever Innovation

Marc Bonnevey directeur associé de SCM Cosmétiques et Neomist



Après avoir fait toute sa carrière dans les cosmétiques, dont plusieurs années en Chine, Marc Bonnevey rejoint en 2010 Christian Sarbach, CEO de Neovix Biosciences, afin de commercialiser les innovations du groupe. Celui-ci a en effet mis au point une technologie de formulation à l'eau, WPE pour Water Plant Emulsion, qui permet de créer des parfums sans alcool ni solvant. Au concentré de parfum est ajouté un extrait de plante qui fait office de tensio-actif, permettant de diffuser la composition en milliards de micro-gouttelettes qui se déposent sur la peau comme une brume. C'est la naissance de SCM Cosmétiques et de Neomist, la marque grand public qui porte cette innovation.

À l'heure de la « clean beauty » et alors que la Californie prévoit d'interdire les parfums alcoolisés d'ici 2030, la technologie connaît un regain d'intérêt. Après avoir été intégrée dans les Jardins

d'Hermès, elle est présente dans le grand lancement Dior J'adore en 2022, Parfum d'Eau. Pour les parfumeurs, elle présente l'avantage de diffuser l'intégralité de leur création, sans note de tête. « Le rendu WPE est très sensoriel, ne mouille pas la peau et surtout ne colle pas du tout, même à des dosages très hauts », témoigne le parfumeur Antoine Lie. La technologie peut aussi être associée à des actifs de soin, grâce à la partie huileuse de la formule. Ainsi la marque Neomist utilise le brevet WPE pour concentrer les actifs dans des formules courtes, rapidement assimilables par la peau. SCM Cosmétiques investit actuellement pour développer son innovation dans le secteur de la pharmacie.

Les nommés

Aurélié Banco
Fondatrice-dirigeante
de Co-Lab-Ora

Marc Bonnevey
Directeur associé de SCM
Cosmétiques et Neomist

Gaël Boutry
Directeur de GBC

**Vote des membres
du CEW France**

Graine d'Achiever

Vote des membres du CEW France

Agathe Chadelas et Charline Robert co-créatrices de Pomponne



Agathe Chadelas et Charline Robert sont deux amies, toutes deux diplômées d'école de commerce et de pharmacie.

Après leur rencontre chez Garancia, elles ont eu envie de créer leur propre marque de maquillage, saine et naturelle. Pomponne a démarré en 2020 avec un financement sur Ulule et le soutien du Réseau Entreprendre et de la BPI. Les jeunes femmes ont d'abord lancé leur produit signature, un rouge à lèvres avec des ingrédients hydratants à 95% minimum d'origine naturelle, dans des packagings recyclables ou en plastique végétal, sans compromis sur la couvrance

et la tenue. Les pigments sont synthétiques, ce qui explique que la marque ne soit pas labellisée bio, mais revendique une composition vegan. Les produits sont formulés en Bretagne et fabriqués en région parisienne. Les entrepreneuses ont fait le choix de supprimer notices et étuis afin d'économiser le carton. Elles s'appuient sur une communauté en ligne, « les Pomponnettes » (plus de 31 000 abonnés sur Instagram), auprès de laquelle elles testent leurs nouveautés.

La marque propose désormais 18 teintes de rouge à lèvres et un mascara booster de cils en 5 teintes. Côté distribution, outre son site internet et blissim.fr, Pomponne va bientôt fêter son 100ème point de vente physique. Elle est naturellement présente en pharmacies, mais aussi au Printemps, au BHV Marais, chez Nuoo.

Les nommés

**Agathe Chadelas et
Charline Robert**
Co-créatrices de Pomponne

Priscille Charton
Co-fondatrice et CEO
d'Éco Beauty

**Christophe Fargier et
Jean-Christophe Gaven**
Co-fondateurs d'Oppidum

**Paulin de Montbron
et Hector Sentilhes**
Co-fondateurs de
Neo by Nature

**Valérie Sabatier et
Fanny Redziniak**
Co-fondatrices de
Benu Blanc

10 ans déjà !

2012 : Aliza Jabes Présidente Nuxe; Mathilde Lacombe
Cofondatrice Jolibox; Véronique Nyberg Parfumeur IFF

2013 : Elisabeth de Feydeau Historienne du Parfum;
Véronique Gohmann Directrice International Communication
Yves Rocher

2014 : Marie-Laure Binsse Présidente Marie-Laure PLV; Maud
Combes Coordinatrice Les Centres de Beauté; William Koberlé
Président Marionnaud; Christine Nagel Parfumeur Hermès;
Stéphanie Tramichet Country Manager Pinterest

2015 : Isabelle Anglade Présidente
Owner Elite Hair International; Anne-
Laure de Belloy Fondatrice Lucette;
Mathilde Laurent Parfumeur
Cartier; Violette Make-Up Artist

2016 : 30 ans du CEW
France, Ce sont désormais
les membres qui proposent
des candidatures et élisent
les gagnants pour une
partie des catégories. Le
réseau et les prix s'ouvrent
aux hommes, le premier
récompensé : Philippe Benacin
Président Interparfums et
aussi cette année Katalyn Berenyi
Fondatrice Erborian; Véronique Debroise
Fondatrice Sentosphère; Isabelle Ferrand
CEO Cinquième Sens; Anne Flipo Parfumeur IFF;
Charlotte Husson Fondatrice The Fighting Kit; Morgane Lhostis
Co-fondatrice Pop My Day; Valérie Pasmanian Co-créatrice Le
P'tit Sniff; Isabelle Parize CEO Douglas; Nelly Rodi Fondatrice
Nelly Rodi

2017 : Romain Alès Président Groupe Alès; Sophie Blin &
Carol-Ann Lovera Fondatrices Bloomup; Christophe Bianchi
Fondateur & CEO Feelgreen; Elise Boghossian Acupuncture;
Aurélien Chavas Fondatrice Detox & Moi; Aurélien Guichard
Parfumeur Firmenich; Sandra Massonnat Fondatrice Miss
Ferling; Didier Tabary Président Laboratoires Filorga; Charlotte
Tasset Directrice Marchés Femme, Beauté Le Printemps

2018 : Laurent Boillot PDG Guerlain; Lucile Battail
Créatrice Laboté; Alexia Cassar Fondatrice The Teton Tattoo
Shop; Sophie Cauchi External Communication Director
Givaudan (pour l'INJA); Marie Drago Fondatrice Gallinée;
Marie Duhart MakeUp Artist; Nicole Giraud Fondatrice &
Présidente DNA Gensee; Judith Gross VP Création Branding
and Marketing IFF; Juliette Levy Fondatrice Oh My Cream;
Aude de Livonnière Directrice Générale Livcer; Anne &
Valérie Vausselin Co-fondatrices Aroma Zone; Agnès de
Villers Directrice Générale Hermès Parfums

2019 : Claire Auzouy & Pascale Gal Co-
fondatrices Les Huilettes; Jean-Yves
Berthon PDG Greentech; Saveria
Coste Présidente Laboratoire
Garancia; Isabelle
Guyomard Présidente CCI
Production & Ozalys;
Francis Kurkdjian
Parfumeur; Astrid
Mauduit Fondatrice
Ouate; Arnaud
Meyselle CEO Ren
Clean Skincare; Boris
Gratini & Lilian Monnier
Co-fondateurs Nailmatic;
Helena Mendes CEO
Mawena

2020-2021 : Années COVID...

2022 : Barbara Lavernos Directrice Adjointe
en charge de la Recherche, Innovation et Technologie
L'Oréal; L'équipe Dessange pour son action en faveur
des Centres de Beauté; Adrien Geiger Chief Sustainability
Officer Groupe L'Occitane; Alnoor Fondateur Objets
de Convoitises; Aymeric Grange & Thomas Arnaudo
Directeur Général & Co-fondateur 900 CARE; Géraldine
Archambault PDG Essential Parfums; Elodie Carpentier
& Salem Ghezaili Co-fondateurs Le Rouge Français;
Fleur Phelipeau Fondatrice D LAB Nutrition; Mahault de
Guibert & Coline Bertrand Fondatrices La Rosée; Marie-
Laure Durier Fondatrice La Beauté Française; Audrey
Ducardonnet Fondatrice Rose Pirate

Happy Birthday !
Rôle modèles, carrières
exceptionnelles, success stories, jeunes
entrepreneurs prometteurs, créateurs inspirés,
innovateurs qui font bouger les lignes et personnalités
les plus engagées : En 10 ans ce sont près de 80 acteurs
de la beauté qui sont montés sur scène pour recevoir un
Achiever Award CEW France ! Autant de parcours et de
belles personnalités qui nous offrent une merveilleuse
cartographie du dynamisme, de la créativité et de
l'humanité de notre secteur. Autant de soirées
émouvantes, encourageantes et galvanisantes qui
nous rendent tous fiers d'appartenir à cette
belle industrie de la beauté.

Achiever Awards CEW France

La méthodologie des Achiever Awards CEW France

1. Les membres du CEW France et le jury sont sollicités pour proposer des candidatures, femmes et hommes, en motivant les raisons de leur choix et en précisant la catégorie de candidature souhaitée.

- Chaque membre est invité à proposer plusieurs candidatures dans la limite de 5 candidatures maximum en remplissant 1 fiche par candidat. Les membres peuvent proposer des candidatures pour toutes les catégories proposées.

- Un jury composé de journalistes, d'experts administrateurs et membres du CEW se réunit pour étudier les candidatures.

- Le jury choisit ensuite les nommés par catégorie parmi toutes les propositions, en tenant également compte du nombre de fois qu'un candidat a été proposé (de 3 à 5 nommés par catégorie maximum). Le jury valide les catégories soumises aux votes des membres. En fonction des candidatures, toutes les catégories ne sont pas forcément retenues et des Achiever Awards «prix spéciaux» peuvent être créés. L'objectif sera toujours de valoriser au mieux les candidatures reçues et sélectionnées.

2. Les nommés des catégories concernés sont soumis aux votes des membres du CEW France. Les nommés remportant par catégorie le plus de votes sont les gagnants.

3. Le jury élit directement les gagnants des catégories non soumis aux votes des membres.

4. Les résultats sont proclamés lors d'une soirée, en 2023, le 18 avril. 2023 est une édition particulière qui voit des prix remis par les membres, par le jury ainsi que des prix spéciaux « 30 ans des Centres de beauté » remis par les administrateurs du CEW et des Centres de Beauté.

Merci au jury de l'édition 2023

- Annie Begnaud, AB Agency
- Laurence Dorlhac, France 2, Télématin
- Emmanuelle Dumas, M.A Wellness and Beauty
- Vincent Gallon, Premium Beauty News
- Armelle Kermoal, A Beauty Vision
- Sandra Maguarian, Makeup In
- Oonagh Phillips, BW Confidential
- Jasmine Salmi, l'Observatoire des Cosmétiques
- Chantal Soutarson, Beauty Toaster, Je Lance Ma Startup

Merci aux partenaires et annonceurs

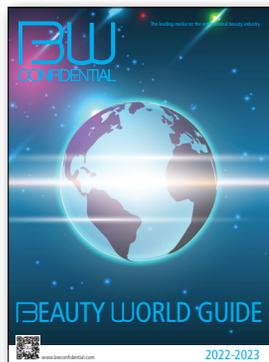




BW Confidential félicite tous les lauréats des Achiever Awards 2023 du CEW France



The leading media on the international beauty industry



bwconfidential.com

LE SÉRUM N°1 DE CHANEL STIMULE LA VITALITÉ DE LA PEAU.

L'extrait de camélia rouge agit sur l'étape N°1 du vieillissement de la peau
et améliore la vitalité cellulaire de + 67 %*.

Grâce à l'action du sérum, l'apparence des 5 signes de l'âge est corrigée.
Éclatante de jeunesse, la peau paraît visiblement plus lisse et lumineuse.

*Test in vitro d'un marqueur d'expression spécifique, sur cellules stressées traitées et non traitées avec l'extrait de camélia rouge.



CHANEL.COM

CHANEL



DÉCOUVRIR
ET TESTER

UN TEMPS D'AVANCE SUR LA BEAUTÉ