



COSMED

Newsletter

LA LETTRE D'INFORMATION DES ENTREPRISES DE LA FILIERE COSMETIQUE

TAGS : Loi Hamon sur la vente en ligne // Calendrier des obligations réglementaires // éco-design et packaging // Malaisie // Lean management appliqué aux PME.

Loi Hamon sur la vente en ligne : les dispositions à prévoir depuis le 14 juin



Les dispositions de la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relatives à la vente à distance, dite loi Hamon, sont entrées en vigueur le 14 juin. Ces nouvelles dispositions, encore plus contraignantes, imposent aux e-commerçants d'adapter leur site internet. Concrètement :

- De nouvelles mentions obligatoires doivent être insérées telles que le paiement de la commande au moment de la prise de commande, et les principales

caractéristiques du produit, dont le délai de livraison, au moment de la consultation du produit,

- Le droit de rétractation est modifié en ce qui concerne notamment les délais d'exercice du droit de rétractation (de 7 à 14 jours) et du remboursement (de 30 à 14 jours) et les informations à communiquer à l'acheteur (fourniture d'un formulaire),
- Le e-commerçant a l'obligation de livrer le produit dans le délai imparti au contrat, ou à défaut dans les 30 jours suivants la commande, sous peine de voir la commande annulée sans frais par l'acheteur,
- L'insertion de cases pré-cochées oblige le e-commerçant à rembourser lui-même l'acheteur de tout paiement supplémentaire si ce dernier le réclame,
- La DGCCRF voit ses pouvoirs d'injonction et de sanction consolidés.

Les sanctions en cas de non-respect de cette nouvelle loi sont sévères. Le simple manquement à l'obligation générale d'information précontractuelle est sanctionné par une amende administrative de 15 000 euros pour les sociétés.

[// Plus d'info](#)



Calendrier des obligations réglementaires : vos échéances à respecter

Reach, CLP, Règlement Européen, Sunshine Act, ...les entreprises de la filière cosmétique doivent respecter des échéances pour se conformer aux réglementations en vigueur. A compter de juin 2014, Cosmed publie un **calendrier des obligations réglementaires** afin d'accompagner les entreprises dans la gestion quotidienne de leurs activités.

[// Calendrier sur www.cosmed.fr](http://www.cosmed.fr)



L'éco-design appliqué au packaging cosmétique

Les marques cosmétiques ont travaillé ces dernières années pour développer des solutions visant à réduire l'impact environnemental de leur packaging produit. Selon A. Abergel, Directrice Prospective Packaging chez L'Occitane, et intervenante lors des Cosmeticdays 2014, «L'éco-conception doit être intégrée dès la phase de développement autour de 4 axes majeurs :

- Utilisation de matériaux à faible impact environnemental
- Ré-utilisation des emballages (type éco-recharge)
- Recyclabilité des emballages
- Réduction de l'empreinte carbone. »

Selon l'OCDE, les packagings représentent plus de la moitié des déchets ménagers dans les pays développés et le plastique est prépondérant. Conscient de l'importance de l'éco-design dans le développement des produits cosmétiques, Cosmed propose en Antenne Grand Ouest une Action Collective sur l'éco-conception.

[// Plus d'info](#)



Malaisie : Un marché à ne pas manquer pour les spécialistes français des cosmétiques

2ème partenaire commercial de la France en ASEAN (après Singapour), la Malaisie est assurément un marché à ne pas manquer pour les spécialistes français des cosmétiques. A la faveur d'une croissance économique forte, régulière et saine, les classes moyennes et supérieures, qui constituent la majorité des 30 millions d'habitants du pays, sont avides de produits cosmétiques sans cesse plus sophistiqués. Cette évolution remarquable, dans un contexte social très ouvert aux modes de consommation internationaux, garantit de belles opportunités aux produits Made in France. Synonyme de glamour et de qualité pour les consommateurs de Malaisie, les produits français y remportent un vif succès, notamment les marques "premium" et "masstige".

Source : [Ubifrance](#)



"Comment faire mieux avec moins !" ... La percée du lean management dans les PME

Le lean management n'est plus l'apanage des grands groupes. Cette méthode vise à améliorer la compétitivité de l'entreprise par l'élimination des sources de gaspillages causés par le désordre, les déplacements inutiles, les tâches redondantes, les étapes en double, etc... Et la filière cosmétique fait preuve d'innovation dans ce domaine. Sur le terrain, plusieurs adhérents Cosmed ont déjà engagé des démarches avec succès. Le Laboratoire Ducastel, implanté près de Cahors (Lot), vient de procéder à une extension de 50% de sa surface de production en optimisant l'organisation industrielle via principes du lean management : "Ce déploiement tend à une réorganisation des flux et un agrandissement de la structure pour rendre les process plus performants, plus fluides et plus réactifs" explique Clément Vignaud, Directeur Général. Ce projet – entre 4 et 5 millions d'euros d'investissement – permettra à l'entreprise de transférer toute la logistique de 10 millions de produits conditionnés sur place et de réorganiser la formulation, la fabrication et le conditionnement pour viser 15% de croissance du chiffre d'affaires à l'export.

COSMED - LA CITE DE LA COSMÉTIQUE - 2 RUE ODETTE JASSE - 13015 MARSEILLE - WWW.COSMED.FR

RESPONSABLE DE LA REDACTION: JEAN-MARC GIROUX

CONTACT NEWSLETTER : ELSA MARQUIER - E.MARQUIER@COSMED.FR

SI VOUS NE SOUHAITEZ PLUS RECEVOIR NOS EMAILS, MERCI DE CLIQUER ICI : [SE DÉSINSCRIRE](#)

© 2014 COSMED TOUS DROITS RESERVES