

Arcade Beauty poursuit le développement de



investissements engagés en faveur d'une décarbonation de ses process industriels.

En l'espace de cinq ans, le secteur de l'échantillonnage a considérablement évolué. Un constat dressé par **Arcade Beauty** qui observe un basculement de formats plats standardisés vers des solutions 3D premium et de plus grande contenance. «La frontière entre l'échantillon et le produit destiné à la vente devient ténue. Ce virage, nous avons pu l'anticiper, avec la création de notre division Retail en 2021, orientée full-service pour des solutions clés en main et personnalisables, en petite ou grande série **1**», explique Carl Allain, pdg d'Arcade Beauty. Si le sampling reste le cœur de métier du fabricant représentant 80% de son chiffre d'affaires (300 M\$ en progression de 8% à taux constant en 2022), le parfum ne représente plus que 40%



de son business face aux segments soins et maquillage. «Nous allons désormais sur de plus gros volumes jusqu'à du 500 ml. Si les sachets standards restent majoritaires, l'échantillonnage de masse laisse progressivement la place à des actions marketing plus ciblées, en lien avec le digital. Les échantillons deviennent plus qualitatifs, s'offrent désormais même en cadeau et sont préconisés en multi-usages pour une cure de plusieurs jours, avant de confirmer un acte d'achat», ajoute Candice Jagut, VP Marketing, Innovation & Retail Arcade Beauty. Pour accompagner cette mutation du marché, le groupe – au travers de son entité ABO – travaille ainsi à connecter les campagnes digitales avec un échantillonnage plus intelligent et sur-mesure.

Des matériaux plus durables

En parallèle, les échantillons n'échappent pas – tout comme l'ensemble des emballages – à la recherche d'alternatives plus durables. Réduire l'épaisseur des sachets, substituer le plastique par du papier ou encore privilégier des structures mono-matériaux sont autant de leviers explorés par Arcade Beauty. «Pour réduire l'impact carbone de nos produits, nous avons choisi deux axes de travail : rendre nos emballages 100% recyclables

A l'occasion de la dernière **Paris Packaging Week** fin janvier, Arcade Beauty dévoilait une nouvelle gamme de produits parfumés tout en réitérant son engagement à réduire, voire à éliminer – lorsque cela est possible – le plastique de ses gammes afin de limiter son empreinte environnementale. L'occasion pour son équipe dirigeante de prendre la parole sur la transformation que connaît le métier de l'échantillonnage en cosmétique et les

et intégrer une part croissante de matières recyclées PCR dans nos solutions», explique Claudie Guérin, directrice RSE Global chez Arcade Beauty. Ainsi, pour les poches souples (format 15 à 800 ml), le fabricant s'oriente vers du mono-PE avec possibilité de les équiper en bouchons également PE comme pour la 3D Pouch déjà adoptée par plusieurs grands noms du secteur de l'hygiène/beauté **2**. Pour les produits en poudre ou anhydres, le passage au 100% papier/carton s'avère somme toute assez simple. L'alternative devient plus complexe pour les formules classiques qui nécessitent une fonction barrière performante : Arcade Beauty propose, pour ce faire, des poches souples composées de 63% de papier. «Les solutions intègrent tout de même un film de type PE/Alox nécessaire pour garantir la bonne conservation du produit. Si la solution n'est pas parfaite, c'est une étape de transition nécessaire vers du 100% papier. Avec ces sachets à base de papier, les émissions de carbone sont réduites de 58% par rapport à un équivalent tout plastique. Dans le cas de poches 100% PE, le taux est de 19% par rapport à une poche multicouches. La prochaine étape sera l'incorporation de PE issu d'un recyclage chimique. Dans cette optique, trois de nos cinq usines en France sont en cours de certification ISCC+», précise Claudie Guérin. Convaincu de l'avenir prometteur de ces alternatives cellulosiques, Arcade Beauty a choisi de décliner sa solution brevetée EasySnap d'unidose à ouverture facile «one hand» en version papier. PaperSnap **3** intègre ainsi 80% de papier dans sa nouvelle mouture.



Adapter les outils de production

Cette transition vers des solutions mono-matériaux ou papier implique une modification des lignes de production. «Ces derniers développements ont nécessité la transformation des équipements dans nos usines. En plus des investissements réguliers menés par le groupe pour acquérir en moyenne 6 à 7 nouvelles technologies par an», indique Laurent Oulès **4**, directeur général d'Arcade Beauty Europe. Sur le parc



son offre retail



de 12 usines réparties dans le monde du groupe (Etats-Unis, Brésil, Chine), cinq sont implantées en Europe couvrant une trentaine de procédés différents, allant de l'impression au remplissage en passant par la transformation

5 d'emballages souples. Plusieurs millions d'euros ont récemment été investis par le fabricant pour continuer à moderniser ses lignes. Ainsi, le site **Carestia** s'est vu équipé d'une ligne offset pour les formats les plus complexes ; **Socoprint** d'une ligne de gravure de plus grande capacité ; **Biopack** d'une technologie de remplissage et de dosage automatisée et **Socoplan** de nouvelles lignes d'ensachage plus intuitives. «Par ailleurs, deux cobots ont été récemment installés sur le site de Socoplan pour de la mise en poche automatique. L'idée est de déployer ces cobots sur nos autres sites pour soulager nos opérateurs 6 et réduire les risques de TMS, sur des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée, comme c'est souvent le cas en fin de ligne», détaille Laurent Oulès.

Accélérer le chantier de la décarbonation

Alors que l'explosion du coût de l'électricité et du gaz pèse de plus en plus sur l'économie européenne et la santé des entreprises, l'enjeu de la sobriété énergétique devient d'autant plus stratégique. Signataire de la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) en 2021 parmi 150 autres entreprises, Arcade Beauty a fait de la décarbonation une de ses priorités afin d'atteindre les objectifs de réduction de 55% des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. «L'idée est de réfléchir à des mesures concrètes afin

que notre business puisse contribuer positivement à l'environnement tout en rendant l'échantillon le moins impactant possible. Cela passera forcément par une réduction des quantités produites mais une meilleure valorisation du produit qui devra monter en gamme», analyse Carl Allain. Parmi la feuille de route élaborée par Arcade Beauty, plusieurs axes ont été identifiés pour s'aligner aux objectifs de la Convention : transports, déchets, achats, énergie (solaire, biomasse, éolien), etc. afin de réduire l'empreinte carbone du groupe. «L'amélioration de l'efficacité énergétique de nos machines 6 est d'ailleurs l'une de nos priorités. Cependant, aujourd'hui, 61% de notre impact carbone est généré par l'approvisionnement de nos matières premières. Nous travaillons donc de concert avec nos fournisseurs pour réduire leur empreinte», partage Claudie Guérin.



6

De nouveaux concepts parfumés lancés au PCD

Côté innovations produits, le fabricant n'est pas en reste. Sur le dernier salon **PCD** lors de la Paris Packaging Week, un bar à formules était

proposé aux visiteurs pour présenter l'ensemble des savoir-faire d'Arcade Beauty de l'échantillon au produit retail en passant par la formule. A cette occasion, la société – épaulée par son laboratoire de formulation aux Etats-Unis – a dévoilé de nouvelles formules parfumées sans alcool 7, invitant à des gestuelles inédites. A savoir, un Silky Gel à appliquer sur les zones de la peau à parfumer en direct ou en layering via un flacon applicateur (10 ml) ; une huile parfumée soyeuse et sensorielle en compte-goutte ou encore un Stick Cream-to-Powder, formule poudrée crémeuse pour des retouches tout au long de la journée. Deux autres formules avec alcool étaient également exposées : un Hair Mist enrichi en agents hydratants pour les cheveux et un Body Mist en flacon pompe pour des formats retail

en 30 et 50 ml 8. « Ces nouvelles galéniques s'inscrivent dans la tendance d'une parfumerie « clean », attente forte de la part des consommateurs, et peuvent être, bien sûr, personnalisées avec le concentré de nos clients», indique Candice Jagut.

En parfumerie d'ambiance, le site de Carestia a récemment lancé sa nouvelle collection **Scently** avec deux concepts de diffuseurs recyclables, **Scently-Car** pour la voiture et **Scently-Home** pour la maison. Fabriqués en carton recyclable et avec un liège issu de chutes industrielles, ces deux innovations sont parfumables et personnalisables à l'envi. Rapides à développer, elles sont de vraies sources de créativité (formes, tailles, décors, découpes...). Des tests de performance réalisés garantissent la qualité de ces parfums (versus les produits du commerce) et une puissance de diffusion égale sur une durée de trois semaines.

Améliorer la pénétration des actifs

Autre innovation lancée sur le PCD, des masques et pads 9 lavables et réutilisables à l'infini. Développés dans une matière silicone neutre, ces accessoires s'appliquent sur le visage ou une zone ciblée une fois la formule déposée. Avantage : ils boostent l'absorption de la formule crème ou sérum par la peau et renforcent son efficacité. L'éco-masque peut également se combiner avec un masque en non-tissé pour en assurer la tenue et garantir un résultat optimal. Autre atout : ils sont 100% personnalisables par la forme, la couleur et l'impression, devenant des supports de communication pour les marques, à la fois ludiques et porteurs d'image. Testés par Arcade Beauty avec des formules cibles, après une application d'une heure, l'hydratation – par un effet occlusif – est améliorée de 38% dans le cas d'un pad yeux combiné à un sérum et d'environ 55% pour un masque visage associé à une crème.

D. Maiz

