

Remarques: Les solutions à ces trois causes du chômage sont impossible à réaliser dans un régime basé économiquement sur les entreprises privées. Il faut donc un changement radicale de l'économie pour en finir avec ce chômage.

Enfin, une solution sans appliquer les autres est vain et conduit nécessairement au même chômage.

УДК 665.57

Студ. Е.В. Ничипарович

Науч. рук. преп. Т.А. Сенькова

(кафедра межкультурных коммуникаций и технического перевода, БГТУ)

### **INDUSTRIE COSMETIQUE: LA FRANCE, PREMIER PRODUCTEUR DE PRODUITS DE MAQUILLAGE ET DE PARFUMS DE L'UNION EUROPEENNE**

Comme nous le révèle la dernière étude publiée par l'Insee, la France occupe la première place au niveau européen dans la production de parfums et produits pour la toilette, loin devant l'Allemagne et l'Italie, avec une production qui s'élève à 9,1 milliards d'euros soit 32% de la production européenne.

En effet, en 2015, les produits de maquillage assurent plus de la moitié des ventes de la branche, avec 4,7 milliards d'euros. Viennent ensuite les parfums et eaux de toilette avec 2,8 milliards d'euros (30 %), puis les produits d'hygiène avec 1,7 milliards d'euros (18 %), qui regroupent notamment les produits de rasage, savons, shampoings et déodorants.

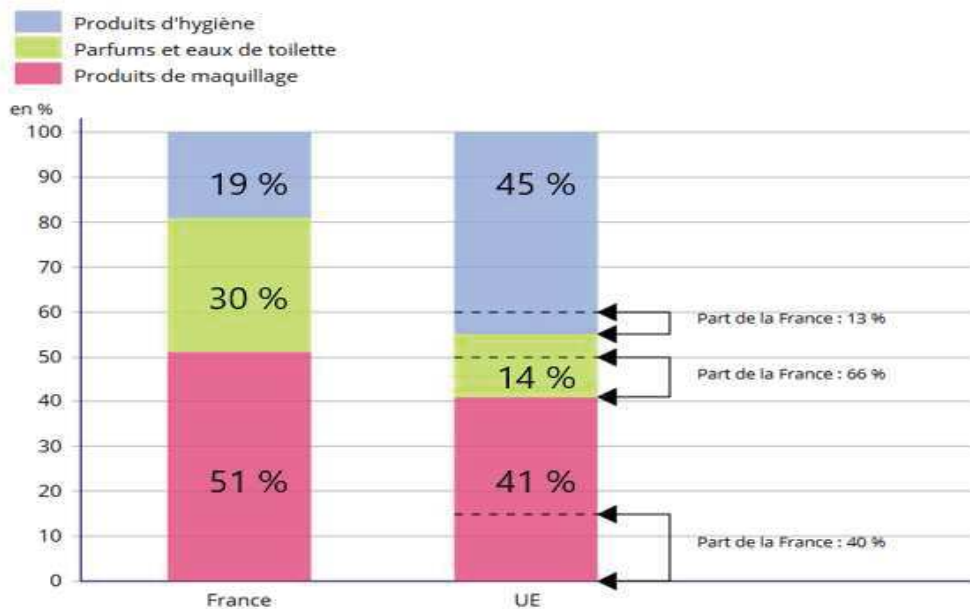
Sur ce secteur dynamique et très concurrentiel, les entreprises françaises de la cosmétique doivent mettre en place des outils performants pour rester compétitives et innovantes et ainsi garder leur position de leader.

En cela, Lascom CPG aide les industriels, distributeurs et marques de la cosmétique dans cette démarche. En proposant sa solution PLM, Lascom permet entre autre aux professionnels de ce secteur de:

- Gérer de façon structurée toutes les données et documents liés aux produits durant leur cycle de vie,
- Fluidifier les échanges entre les différents services de l'entreprise et les différents prestataires (laboratoires, fournisseurs, sous-traitants...) afin d'assurer la mise sur le marché,
- Maîtriser la composition des différentes formules et toutes les réglementations en vigueur afin de s'assurer de la conformité réglementaire

des produits,

- Maîtriser toute la documentation relative aux produits (matières premières, emballages, tests réglementaires, etc.) afin de constituer et maintenir un dossier d'information produit toujours à jour.



**La production de parfums et produits pour la toilette en France et en Europe (EU) en 2015. Source: Insee, Eurostat, enquête EAP, liste Prodcom**

### Histoire d'un parfum mythique : L'air de Nina Ricci

Ils sont nés il y a vingt ans au moins, avant 1993, et font partie du top 30 des meilleures ventes sur le marché français en circuit sélectif. Leur réputation n'est plus à faire, ils ont aussi fait celle de quelques parfumeurs-créateurs, et ces grands parfums ont influencé notre vie toute entière. Ils nous ont par exemple donné envie d'aller plus loin dans notre connaissance de cet univers. Aux Etats Unis, les élus entrent dans le Hall of fame. En France, nous offrons à ceux qui sont distingués par la profession un prix, celui des Parfums Mythiques.

L'Air du temps de Nina Ricci, créé en 1948 par Francis Fabron

Notes de tête : Bergamote

Notes de cœur : Œillet, bois de rose, jasmin, rose, violette

Notes de fond : Iris, ambre, cèdre, Muscs blancs, Santal

Description

Considéré comme l'un des plus incontournables parfums de son temps avec le N°5 de Chanel ou le Shalimar de Guerlain, L'air du temps continue de séduire les femmes de tout âge.

«Mon but a toujours été de donner à la réalité les couleurs du rêve », confiait Robert Ricci, pour qui la création d'un parfum était un acte

d'amour vrai ou imaginaire, qui doit refléter la femme qui le porte. En 1948, l'aventure de L'Air du Temps commence et célèbre à la fois féminité, le sens du plaisir et la découverte d'une légèreté insouciant. Autant de sentiments qui avaient été éclipsés pendant les jours sombres de la guerre. Robert Ricci veut ce parfum pour une femme féminine, séductrice et sensuelle.

Le parfumeur Francis Fabron n'a jamais parlé en public de son parfum, mais sa création conquiert l'admiration universelle. « L'Air du Temps » est considéré comme l'un des parfums marquants de ce siècle. Il est l'exemple parfait d'un parfum appartenant à la période classique de la parfumerie, composé autour d'une structure bien définie de notes de tête, cœur et fond.

« L'Air du Temps » a en effet inspiré une myriade de « fleuris épicés », parmi lesquels Fidji de Guy Laroche, Charlie, Gucci...

La principale note est fleurie épicée, œillet (un accord rose – girofle). La fragrance démarre sur une touche de fraîcheur en tête grâce à la bergamote, puis dévoile un cœur fleuri rose et jasmin pour finir sur un fond boisé et poudré. (santal, cèdre iris et violette). Les muscs blancs arrondissent la composition. « L'Air du Temps est un petit miracle olfactif » disait Robert Ricci.

C'est lui aussi qui avait souhaité que figure sur ce flacon une colombe, symbole de la paix, si peu de temps après la fin de la guerre. Ce flacon a été redessiné à plusieurs reprises, depuis l'original de Joan Rebull en 1948 et sa colombe discrète sur le bouchon. Trois ans plus tard, Marc Lalique réinterprète le flacon avec un couple de colombes sur le bouchon. Dans les années 80, les colombes prennent corps, sur le flacon lui-même. Trente ans plus tard, le flacon prend de la hauteur, comme un support torsadé où nos deux colombes sont entrelacées. C'est Philippe Starck, en 2010, qui va donner sa vision très épurée et ultra-moderne de ce flacon mythique et de ses oiseaux de la paix, avec un verre dépoli et une aile métallique. Et cette année 2013, place à Olivia Putman, qui réinterprète ce flacon féminin, joyeux et précieux pour une édition limitée: «L'Air du Temps est bleu, bleu comme le ciel et la mer qui évoquent infini et liberté.»