

Supplier
in focus

Parfums Cosmétiques

N°196 SEPTEMBRE 2007 SEPTEMBER

actualités

• **Laserson :**
rencontre avec un grand
nom de la distribution

• **Laserson:**
meeting with a key
beauty supplier



Laserson
Enjoy formulation

- New ingredients and technologies
- Innovation and formulation assistance
- Sustainable partnerships

Laserson : des ingrédients au plaisir de la formulation

L'entreprise distribue et met au point des matières premières innovantes. Son point fort : un accompagnement du client, de l'ingrédient au produit fini. Pour réussir, le distributeur mise sur sa créativité et sa rigueur.

LHISTOIRE de la société débute en 1933 avec l'installation du fondateur Léopold Laserson à La Garenne-Colombes comme fabricant de matières premières aromatiques. Après une longue évolution, aujourd'hui basé à Étampes, Laserson se concentre exclusivement sur la distribution de matières premières cosmétiques, pharmaceutiques et alimentaires.

L'équipe de plus de 40 personnes a réalisé en 2006 un CA de 17 millions d'euros (+23 % par rapport à 2005). En huit ans, Laserson a doublé son CA.

« Nous avons pour objectif de maintenir une croissance à deux chiffres et d'augmenter la part de l'export dans nos résultats », explique François Laserson, président du directoire.

La cosmétique représente plus de 50 % du CA 2006, et la pharmacie environ 30 %. Pour accompagner le développement de l'activité, les équipes ont été renforcées dans différents départements dont le service commercial, le marketing et le laboratoire d'applications qui travaille sur la mise au point de formules en soin et maquillage.

Le portefeuille du distributeur compte plus de 500 produits ciblant tous les marchés de l'industrie cosmétique : soin, solaire, capillaire, maquillage, produits de toilette... en provenance d'une trentaine de commettants.

Grâce à l'innovation permanente de ces derniers (Arkema, BASF, Flortatech, Ichimaru Pharcos, Lonza...), dix nouveaux produits par an en moyenne viennent compléter l'offre globale.

« Nos gammes sont variées », commente Sylvia Baudry, directrice générale. « Notre catalogue comporte des produits renommés (Luviskol®, Uvinul®, Geogard®, Orgasol®...), des produits innovants (Pomactiv®, Biobenefit®, PrincessCare®...) et des classiques (karité, jojoba, vitamines, gommes xanthanes de Cargill...), sachant que nous sommes surtout spécialisés dans les gammes de matières premières à fort contenu technologique, nécessitant un support technique et réglementaire de haut niveau ».



Laserson: Close collaboration for innovative ingredients

This developer and distributor of ingredients for cosmetics works closely with its clients every step of the way from the raw material to the end product. Creativity and maintaining strict standards have been the keys to its success.

THE STORY of Laserson began in 1933, when its founder Léopold Laserson set up shop in Garenne-Colombes as a maker of aromatic ingredients. After much evolution, and a move to Etampes, Laserson now specializes in the distribution of ingredients for cosmetics, pharmaceuticals and food products.

With its team of more than 40 employees, the company generated sales of €17m in 2006 (+23% over 2005). Laserson has doubled its turnover in the past eight years. "Our goal is to maintain double-digit growth and increase the share of exports in our earnings," reports François Laserson, chairman of the executive board. The cosmetics sector represents 50% of the 2006 turnover and pharmacy 30%. In order to boost the company's development, the staff has been expanded in a number of departments,



François Laserson (à gauche/left), Olivier Paquette, Emmanuel Roux.

LES DERNIÈRES NOUVEAUTÉS DU PORTEFEUILLE LASERSON

- Les jeux de billes de jojoba de Floratech avec cinq nouvelles couleurs : Maïze, Burnt Orange, Sapphire, Evergreen, et Merlot.
- PrincessCare®, actif anti-âge de Ichimaru Pharcos ;
- Luvitol® Lite et Luviset® Shape de BASF, deux polymères haute performance (cf. PCA 194, p.106) ;
- Orgasol® Caresse d'Arkema, une nouvelle poudre spécialement développée pour les émulsions (cf. PCA 198, décembre 2007, dossier sur les poudres) ;
- Conservateurs Lonza, autorisés en cosmétique par le référentiel Ecocert : gamme Geogard® ;
- Beurres exotiques BioChemica ;
- Acide hyaluronique « sur mesure » (poids moléculaires au choix) CPN.

THE LATEST ADDITIONS TO THE LASERSON PORTFOLIO

- Five new colors of Floratech jojoba balls: Maïze, Burnt Orange, Sapphire, Evergreen and Merlot.
- PrincessCare®, an antiaging active by Ichimaru Pharcos.
- The high-performance polymers Luvitol® Lite and Luviset® Shape by BASF (see PCA 194, page 106).
- Orgasol® Caresse by Arkema, a new powder developed especially for emulsions (see PCA 198, special report on powders).
- Lonza preservatives, authorized by Ecocert for cosmetics: the Geogard® line.
- Exotic butters by BioChemica.
- "Customized" hyaluronic acid (with a choice of molar weight) by CPN.

Exclusivité et confiance pour les partenaires

Laserson propose à ses commettants la vente sous marque d'origine et sous exclusivité de leurs matières premières grâce à une collaboration étroite et transparente. « Nous visons une coopération à long terme basée sur la confiance, la transmission intégrale des informations, et le refus des conflits de gamme entre nos différents commettants. Pour cela, nous devons suivre au plus près leurs développements stratégiques pour anticiper et gérer au mieux la cohérence de notre portefeuille », explique Olivier Paquette, directeur marketing.

La société propose de nombreux services à ses clients :

- laboratoire d'applications : veille concurrentielle, formules d'applications, test des matières premières, assistance aux clients et aux fournisseurs...
- marketing : études de marché, recherche de positionnement, développement de concepts, Lasernews...
- promotion commerciale : visites clients, présence salons, nouveau site web (www.laserson.com) ;
- service qualité et réglementaire : conformité des produits, attestation AFSSAPS ;
- logistique intégrée : importation, gestion du stock, reconditionnement.

Au-delà de la distribution

En 2006, Laserson décide d'utiliser sa connaissance des attentes de ses clients pour renouer avec la production en donnant naissance à une nouvelle gamme de produits (gélifiant Gelinov®, cetyl esters Miraceti®), qui sont fabriqués sous contrats d'exclusivité et commercialisés sous sa marque. Ces produits viennent compléter une gamme propre déjà existante (squalane Cosbiol®, résinoïdes Balsamaromes®) et des ingrédients sélectionnés (huile d'argan...). Ils sont vendus à l'international par l'intermédiaire d'un réseau de distributeurs encore en développement : Allemagne, Italie, Espagne, Benelux, Corée du Sud, Chine, Brésil, Mexique, USA et Canada... ●●●



Le site Laserson basé à Étampes.

Étampes Laserson site.

including sales and marketing as well as the applications laboratory, which develops formulas for skincare and makeup products. Laserson's distribution portfolio comprises more than 500 products for all segments of the cosmetics industry (skincare, suncare, haircare, makeup, toiletries, etc.) supplied by innovative laboratories like Arkema, BASF, Floratech, Ichimaru Pharcos and Lonza. An average of ten new products are added to the list every year. "We offer a wide variety of product lines," notes general manager Sylvia Baudry. "Our catalog includes well-known products (Luviskol®, Uvinul®, Geogard®, Orgasol®), innovative products (Pomactiv®, Biobenefit®, PrincessCare®) and standards like shea butter, jojoba, vitamins and xanthan gums by Cargill. We specialize in ingredients with high technological content that require a high level of technical and regulatory support."

Exclusivity and mutual trust

Laserson cultivates a close, transparent collaboration with its principals, offering them the exclusive sale of their ingredients under the original brands. "We target long-term cooperations based on trust and complete information exchange, avoiding any conflicts among our principals' product ranges," explains marketing director Olivier Paquette. "To do that we need to follow their strategic development projects as closely as possible so we can anticipate future evolutions and maintain a consistent portfolio." The company offers its clients an array of services:

- Applications laboratory: competitive intelligence, application formulas, ingredients tests, assistance for the clientele and suppliers, etc.;
- Marketing: market research, positioning research, development of concepts, Lasernews;
- Sales promotion: contacts with clients, presence at trade fairs, a new website (www.laserson.com);
- Quality and regulatory department: product compliance, AFSSAPS certification;
- Integrated logistics: importation, stock management, repackaging.

●●● **Révéler le meilleur des ingrédients**

Avec une nouvelle identité visuelle et graphique complétée d'une nouvelle signature « *Enjoy Formulation!* », Laserson affiche sa différence et son potentiel de créativité. Grâce à un large portefeuille d'ingrédients, le service marketing développe des concepts et formules innovants pour accompagner les ingrédients de ses commettants. « *Notre métier ne consiste pas seulement en l'achat et la revente d'ingrédients. Nous souhaitons apporter des services de qualité en valorisant nos produits et être ainsi une nouvelle source d'inspiration pour nos clients. Les formules conçues par notre laboratoire d'applications sont stables et fiables, avec des caractéristiques organoleptiques différenciantes* », souligne Olivier Paquette.



Laserson est également à l'affût de toutes les tendances du marché pour répondre au mieux aux demandes de ses clients. Le service marketing a ainsi montré que dans le domaine du maquillage, les principales demandes des consommatrices concernent les textures, l'hydratation, et les effets sensoriels, et non pas uniquement les couleurs. « *Notre mission consiste à faire le lien entre les créateurs de tendances, et les laboratoires de formulation, qui n'ont pas le même vocabulaire pour décrire les attentes d'un produit cosmétique* ».



Large portefeuille d'ingrédients proposés par Laserson.

Rich portfolio of ingredients proposed by Laserson.

C'est dans cette même logique que le distributeur a décidé, en étroite collaboration avec Arkema, d'accentuer la promotion des Orgasol® pour les soins de la peau, et non plus seulement en maquillage. En effet, selon la taille des particules, ces polymères apportent des finis différents : toucher sec, soft, crémeux... Ainsi, le dernier Orgasol® Caresse offre un effet crémeux sans le côté gras des huiles.

Quand la rigueur s'allie à la créativité

Le distributeur assure réactivité et fiabilité en garantissant une traçabilité totale de ses produits et une gestion documentaire rigoureuse. La gestion prévisionnelle des stocks associée à un dialogue permanent avec les fournisseurs permet de répondre au mieux aux besoins des clients. Laserson a choisi le standard pharmaceutique pour l'ensemble de son activité : il bénéficie d'une attestation AFSSAPS pour la distribution des matières premières à usage pharmaceutique. Enfin, le développement durable est au cœur des préoccupations de l'entreprise. « *Nous portons une attention particulière à l'identification de nouvelles ressources naturelles comme pour l'huile d'argan ou le ghas-soul* », souligne Sylvia Baudry. Le travail de recherche et de développement de nouvelles formulations se veut responsable et éthique, en conformité avec le guide SD 21 000. Aujourd'hui, le portefeuille du distributeur compte de nombreuses matières premières formulables dans les produits Ecocert.

DORIA MAIZ

●●● **Going beyond distribution**

In 2006 Laserson decided to make use of its extensive knowledge of its clients' needs by returning to the company's original activity: production. The result is a new range of products including the gelling agent Gelinov® and the Miraceti® cetyl esters, which are manufactured under exclusivity contracts and marketed under the Laserson brand. These products are added to the company's existing lines (Cosbiol® squalane, Balsamaromes® resinoids) and a selection of ingredients (argan oil, etc.) that are sold internationally through a constantly-expanding network of distributors in Germany, Italy, Spain, the Benelux countries, South Korea, China, Brazil, Mexico, the US, Canada, etc.

Getting the best from every ingredient

A new visual and graphic identity and the new slogan "*Enjoy Formulation!*" have been adopted to underline Laserson's distinctive identity and creative potential. Based on the company's rich portfolio of ingredients, the marketing department is developing innovative concepts and formulas. "*Our profession involves much more than just buying and selling ingredients*," Paquette emphasizes. "*We aim to provide high-quality services that make the best use of our products so we can be a new source of inspiration for our clients. Our applications laboratory develops stable and reliable formulas with differentiating*

organoleptic features."

Laserson also monitors market trends so it can anticipate its clients' needs. The marketing department has determined that the main consumer demands in makeup include texture, hydration and sensory effects, in addition to color. "*Our job is bridge the gap between the trend makers and the formulation laboratories, which do not use the same vocabulary in describing the expectations for a cosmetics product*," Paquette explains.

Similarly, Laserson recently decided in cooperation with Arkema to promote the use of the latter's Orgasol® line in skincare and not just in makeup. Depending on the particle size, these polymers produce different surface effects: dry, soft, creamy,

etc. Orgasol® Caresse, the newest addition to the line, creates a creamy finish without the greasy feel of an oil.

Stringent standards plus creativity

Complete traceability of all products and carefully controlled documentary management allow Laserson to ensure reliability and a fast reaction capacity. The company's stock management planning and constant dialogue with its suppliers enable it to optimize its product flows. Laserson has chosen the pharmaceutical standard for all of its operations and it is AFSSAPS certified for the distribution of ingredients for pharmaceutical applications.

In addition, sustainable development is a high priority. "*We are especially attentive to the identification of new natural resources like argan oil and ghas-soul*," Baudry comments.

The research and development of new formulations is carried out responsibly and ethically, in compliance with the SD 21000 guide, and Laserson's portfolio now includes many ingredients that can be used to formulate Ecocert-certified products.

DORIA MAIZ