



Zoom sur...

En partenariat avec **Les Echos**
ÉTUDES

La cosméto bio, toujours en forme

Cécile Desclos, directrice éditoriale, Les Echos Études

Le marché des cosmétiques bio et naturels, qui a passé la barre symbolique du milliard d'euros, connaît une croissance toujours soutenue contrastant avec un marché français de la beauté en berne depuis plusieurs années.

En 2021, la croissance, qui s'est établie aux alentours de 5 %, est toutefois loin de sa tendance de croissance historique de long terme.

Par ailleurs, elle est en trompe-l'œil dans la mesure où elle masque d'importantes disparités selon le circuit de distribution, avec des circuits dynamiques (grandes surfaces alimentaires -GSA-, pharmacies, e-commerce) et des circuits en difficulté (magasins bio, parapharmacies).

Le label, un must have qui ne suffit plus

Pour autant, cette dynamique d'ensemble du marché bio et naturel n'est plus un gage de succès tandis que de nouvelles attentes émergent (diminution des packagings, ingrédients locaux, zéro déchet...) et que les ingrédients priment désormais sur le label, ouvrant la voie

à une offre alternative (clean, green, etc.). Alors que le marché se démocratise, que la distribution s'élargit et que la concurrence s'intensifie (offre certifiée et alternative), les acteurs du bio et du naturel ne peuvent plus se contenter

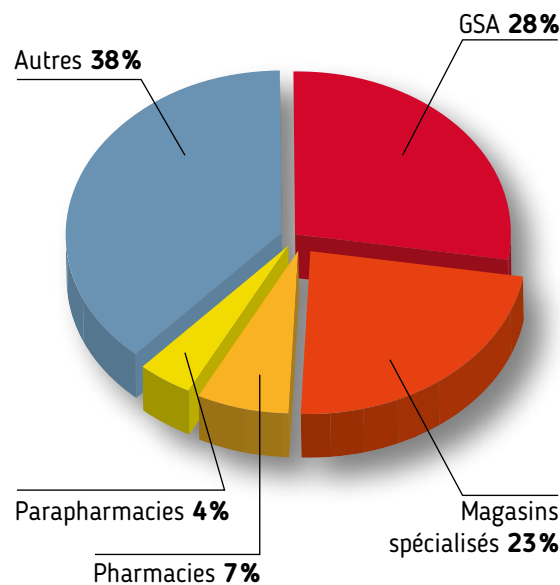
de capitaliser uniquement sur la formule ou le label. Il s'agit dès lors d'enrichir la proposition de valeur.

Afin de répondre aux nouvelles attentes et se différencier, les acteurs peuvent jouer sur d'autres leviers. Par exemple, une nouvelle génération de marques de beauté prend le contrepied des pratiques du secteur misant, notamment, sur des formules courtes.

De même, l'enjeu de l'impact environnemental dépasse aujourd'hui largement la formule et intègre désormais la galénique, le conditionnement ou le cycle de vie du packaging, dans une optique zéro déchet.

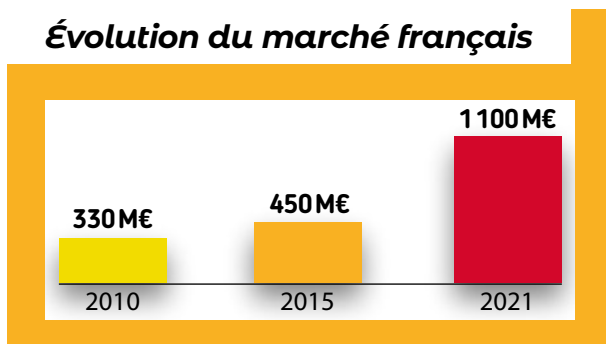
Malgré la montée en puissance de la grande distribution, le circuit officinal dispose d'importants réservoirs de croissance grâce à de nombreux atouts. Il bénéficie de la confiance des consommateurs (connaissance des produits, caution médicale, conseil et assistance à l'achat) et surfe sur la tendance bien-être, healthy. L'offre s'étoffe avec, à côté des marques historiques référentes (Weleda, Sanoflore, Melvita, Cattier...), de nouvelles propositions (comme BeauTerra, What Matters...).

Répartition des ventes en valeur par circuit de distribution en 2021



Source: Les Echos Études

Évolution du marché français



Source: Les Echos Études



Source: Les Echos Études, Le marché et la distribution des cosmétiques bio et naturels, décembre 2021.