

# LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA DERMOCOSMÉTIQUE

Comment la crise et les nouvelles exigences des consommateurs transforment le marché

**Les Echos**

ÉTUDES

# Plan de l'étude

<b>Synthèse et perspectives</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>Les grandes tendances de la dermocosmétique : les nouveaux modes de consommation réorientent le marché</b>	<b><a href="#">134</a></b>
<b>1</b>	<b>Dynamique du marché de la dermocosmétique</b>	<b><a href="#">22</a></b>		
1.1	Définition, périmètre et segmentation du marché	<a href="#">23</a>	3.1	Les exigences des consommateurs : santé, innocuité, efficacité, éco-responsabilité, naturalité <a href="#">135</a>
1.2	Eclairage sur le marché mondial	<a href="#">33</a>	3.2	La covid-19 accélérateur de tendances dans la beauté <a href="#">143</a>
1.3	Evolution du marché français	<a href="#">38</a>	3.3	Les réponses du marché <a href="#">150</a>
1.4	Dynamique du marché par catégorie et segment	<a href="#">44</a>	<b>4</b>	<b>Forces en présence</b> <a href="#">183</a>
<b>2</b>	<b>Analyse du marché par circuit de distribution</b>	<b><a href="#">86</a></b>	4.1	La typologie des marques de dermocosmétique <a href="#">185</a>
2.1	Poids des différents canaux de distribution	<a href="#">87</a>	4.2	La dermocosmétique attise les convoitises : acquisition de marques chez les leaders, arrivée de jeunes pousses <a href="#">189</a>
2.2	Le circuit officinal, canal de distribution majeur de la dermocosmétique, en pleine mutation avec l'essor des enseignes	<a href="#">91</a>	4.3	Benchmark du portefeuille de marques <a href="#">203</a>
2.3	La dermocosmétique en recul dans les parapharmacies des GSA	<a href="#">113</a>	4.4	Les modèles de développement <a href="#">218</a>
2.4	La vente en ligne, un canal en croissance dopé par la crise sanitaire	<a href="#">118</a>	4.5	Monographies <a href="#">221</a>
2.5	Le circuit sélectif, le grand absent du marché dermocosmétique en raison d'un manque de légitimité	<a href="#">130</a>	<b>Annexes</b>	<b><a href="#">252</a></b>
			Pour aller plus loin...	<a href="#">253</a>
			Vos contacts	<a href="#">254</a>

# 1. La dynamique du marché de la dermocosmétique

## 1.1 Définition, périmètre et segmentation du marché

### Des produits frontière au carrefour de la santé et de la beauté

La dermocosmétique est une spécialité française à la frontière entre la cosmétique et le médical. Elle est née en France dans les années 60-70, sous l'impulsion de docteurs en pharmacie comme Jean-Charles Lissarague (fondateur du laboratoire Roc) et essentiellement Pierre Fabre. Travaillant dans l'industrie du médicament, ils décident d'élaborer des produits cosmétiques répondant à un besoin spécifique de la peau ou des cheveux, comme la sécheresse ou la réactivité par exemple.

Aucune définition n'existe à ce jour dans la réglementation européenne des cosmétiques (Règlement CE 1223/2009) ni dans la législation française. Il n'y a pas de définition légale des produits de dermocosmétique.

L'ACL, l'association interprofessionnelle regroupant l'ensemble des partenaires de la distribution des produits de santé (hors médicaments) dans le circuit pharmaceutique, donne la définition suivante : les produits dermocosmétiques répondent, en raison de leur technicité et de leur qualité, à un problème particulier de peau ou de cheveu. Ils s'appliquent localement sur la peau, le cuir chevelu et les cheveux. Ils conjuguent une action cosmétique et dermatologique. Ils appartiennent, pour la plupart, à la catégorie des produits de « conseil pharmaceutique » et font parfois l'objet d'une recommandation de la part de médecins de type dermatologues, auprès de leurs patients (source : [www.aclclub.org](http://www.aclclub.org)).

L'Oréal apporte une précision : « Traditionnellement, la distribution de ces produits se fait dans les circuits de distribution de la santé c'est-à-dire les pharmacies, les para-pharmacies, les drugstores, les cabinets médicaux ou les médi spas » .

Ce sont donc des produits frontière au carrefour de la santé et de la beauté, de la dermatologie et de la cosmétique. Ils répondent à la réglementation des produits cosmétiques tout en s'inspirant du processus de conception et de développement propres aux médicaments



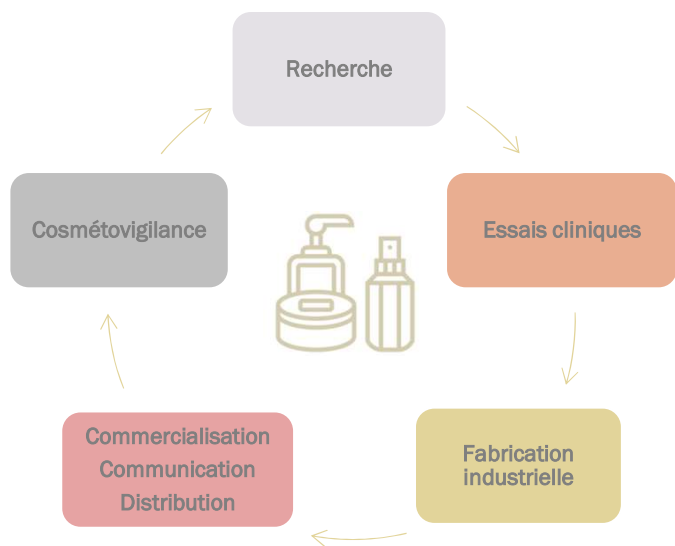
# 1. La dynamique du marché de la dermocosmétique

## 1.1 Définition, périmètre et segmentation du marché

### Les convergences entre dermocosmétique et médicament dermatologique

#### Le cycle de vie d'un produit dermocosmétique

Source : Cathel Raymond de Boysson « Les dermo-cosmétiques : définition et cycle de vie de ces produits entre santé et beauté », Sciences pharmaceutiques. 2016



#### Les ressemblances entre médicament dermatologique et dermocosmétique

Source : csps

Médicament dermatologique	Produit dermocosmétique
Autorisation de mise sur le marché (AMM)	-
Tests de sécurité et d'efficacité imposés par la réglementation	Tests de sécurité imposés par la réglementation Tests d'efficacité « auto-imposés » par les laboratoires dermocosmétiques
Pharmacovigilance	Cosmétovigilance
Recherche en amont Physiopathologie peau et cheveux	Recherche en amont Physiopathologie peau et cheveux
Recherche et Développement de molécules actives brevetées	Recherche et Développement d'actifs dermocosmétiques brevetés
Mise en forme galénique des principes actifs	Mise en forme galénique des actifs dermocosmétiques
Circuits de distribution pharmaceutique	Circuits de conseil pharmaceutique ou équivalent
Information médicale	Information médicale
Publications scientifiques	Publications scientifiques
Présence au niveau des congrès scientifiques et médicaux	Présence au niveau des congrès scientifiques et médicaux
Ratio Bénéfice/Risque modulable	Bénéfices sans risques
Prescription par un dermatologue/pédiatre/médecin généraliste/chirurgien plasticien	Conseil et recommandation par un dermatologue/pédiatre/médecin généraliste/chirurgien plasticien
Remboursement possible	-