



# MARCHÉ MONDIAL DES PARFUMS ET COSMÉTIQUES

Evolution des modèles et ruptures stratégiques sur un marché en transformation

# Plan de l'étude

<b>Synthèse</b>	<b><a href="#">5</a></b>	<b>3.2</b>	<b>Les nouvelles technologies offrent de nouvelles opportunités</b>	<b><a href="#">118</a></b>	
<b>1</b>	<b>La dynamique du marché</b>	<b><a href="#">35</a></b>	<b>3.3</b>	<b>La montée en puissance de l'offre green/clean</b>	<b><a href="#">135</a></b>
1.1	Un champ large regroupant une grande diversité de produits	<b><a href="#">36</a></b>	<b>3.4</b>	<b>Repenser le pack pour répondre à l'enjeu du développement durable</b>	<b><a href="#">157</a></b>
1.2	Un marché structurellement bien orienté	<b><a href="#">38</a></b>	<b>4</b>	<b>Les stratégies de distribution</b>	<b><a href="#">168</a></b>
1.3	Analyse par segment de produits : un effet de mix positif	<b><a href="#">40</a></b>	4.1	Des rapports de force favorables aux distributeurs	<b><a href="#">169</a></b>
1.4	Analyse par zone géographique : une croissance tirée par les nouveaux marchés	<b><a href="#">46</a></b>	4.2	Une tendance marquée à la retailization	<b><a href="#">173</a></b>
1.5	Focus sur le duty-free/travel retail : un débouché stratégique	<b><a href="#">52</a></b>	4.3	Internet, un média/circuit stratégique	<b><a href="#">179</a></b>
<b>2</b>	<b>Forces en présence et performances des acteurs</b>	<b><a href="#">56</a></b>	4.4	Focus sur les stratégies de développement à l'international	<b><a href="#">211</a></b>
2.1	Les forces en présence : une forte concentration en tête de classement	<b><a href="#">57</a></b>	4.5	Le duty-free/travel retail, sixième continent de la beauté	<b><a href="#">225</a></b>
2.2	Performances comparées des principaux acteurs	<b><a href="#">63</a></b>	<b>5</b>	<b>Les stratégies de R&amp;D et de production</b>	<b><a href="#">233</a></b>
2.3	Un accroissement sensible de la pression concurrentielle	<b><a href="#">79</a></b>	5.1	Focus sur les stratégies R&D	<b><a href="#">234</a></b>
<b>3</b>	<b>Les stratégies d'offre</b>	<b><a href="#">91</a></b>	5.2	Focus sur les stratégies industrielles	<b><a href="#">246</a></b>
3.1	Une gestion dynamique de l'offre produits et du portefeuille de marques	<b><a href="#">92</a></b>	5.3	Les nouvelles technologies en passe de redessiner les process industriels	<b><a href="#">255</a></b>
			<b>Annexes</b>	<b><a href="#">270</a></b>	
			<b>Pour aller plus loin...</b>	<b><a href="#">271</a></b>	
			<b>Vos contacts</b>	<b><a href="#">272</a></b>	

## 1. La dynamique du marché

### 1.1. Un champ large regroupant une grande diversité de produits

Le marché se segmente en cinq grandes catégories comprenant une grande diversité de produits en termes :

- d'**usage** (produit d'ajout ou de retrait) ;
- de **perception** et de besoin (hygiène, santé, bien-être ou esthétique/séduction) ;
- de « **galénique** » (pot, tube, spray, flacon, pompe, crayon, cushion, masque, etc.) et de texture (crème, gel, shampoing, savon, huile, eau, poudre, laits, ...) ;
- de **prix de vente unitaire**.

En revanche, le périmètre de l'étude ne comprend pas :

- les aliments ou compléments alimentaires beauté/santé ;
- les produits de cosmétique médicale soumis à autorisation de mise sur le marché (AMM) ;
- les produits de soin dentaire (dentifrices, brosses à dents, ...).

Cette diversité des produits et des prix unitaires explique :

- la **diversité des acteurs intervenant sur le marché** : spécialistes de la beauté, géants des PGC, laboratoires pharmaceutiques, acteurs du luxe et de la mode, etc.
- la **diversité des circuits de diffusion** : grande distribution, sélectif, circuits professionnels, officine, vente directe, etc.

#### Le périmètre de l'étude

Segments	Principaux sous-segments	Exemples de produits
Soins de la peau	Soins du corps Soins du visage Produits anti-âge Produits minceurs Soins solaires	Crèmes, contours des yeux, gommages, masques, baumes à lèvres, démaquillants, lotions Laits corporels, crèmes, huiles, eaux de soins, soins des jambes, crèmes pour les mains, soins des pieds, du cou ou du buste, hydratants Protections, après-soleil, autobronzants
Soins des cheveux	Produits pour cheveux Coloration	Shampoings, après-shampoings, produits coiffants, lissants, colorants, henné
Hygiène-toilette	Bain et douche Déodorants Épilation	Savons, lingettes nettoyantes, déodorants, anti-transpirants, gels douche, crèmes dépilatoires
Maquillage	Yeux Lèvres Ongles Visage	Mascaras, fards à paupières, fards à joues, crayons pour les yeux, produits pour sourcils, correcteurs de cernes, fonds de teint, rouges à lèvres, vernis à ongles
Parfums	-	Eaux de parfum, eaux de toilette, eaux de Cologne