

# LA CRISE, ACCÉLÉRATEUR DE TENDANCES POUR LA DERMOCOSMÉTIQUE



## Un marché ultra-concurrentiel du côté des marques pour répondre aux attentes de consommateurs toujours plus exigeants

Les consommateurs, de plus en plus informés et éco-responsables, demandent davantage à leurs produits dermocosmétiques. D'autant que la crise a mis en lumière et accéléré leurs exigences (santé, efficacité, sécurité, naturalité...) qui orientent encore plus le marché de demain. Pour y répondre, un marché ultra-concurrentiel avec des acteurs aux profils variés tant en termes de taille, de secteur d'origine (cosmétique, PGC, pharmaceutique) et de positionnement. Les mastodontes tels que L'Oréal et Pierre Fabre qui dominent ce marché sont sans cesse challengés par de nouveaux entrants qui se positionnent sur des niches, obligeant à se réinventer en permanence. Dans la course à la différenciation, le digital joue un rôle clef d'accélérateur de croissance : pourvoyeur de diagnostics et de conseils via l'intelligence artificielle, il permet de répondre aux besoins identifiés et de proposer les produits adaptés ; mise au point d'objets connectés maximisant l'efficacité des produits ; conception de soins sur-mesure... En parallèle, le marché continue d'attiser les convoitises : en 2019, achat de Filorga par Colgate-Palmolive et de Garancia par Unilever, en 2020 reprise des marques du groupe Alès par Impala (propriétaire de Roger&Gallet).

## Le circuit officinal, challengé par la vente en ligne, conserve un rôle moteur

Par l'ampleur de son maillage territorial, par la qualité des conseils prodigués, par la confiance que lui font les clients, l'officine reste le leader incontesté des ventes de produits de dermocosmétique avec près de 70% de part de marché. Toutefois, avec la crise sanitaire, la vente en ligne a connu une explosion sans précédent, et devient un réel challenger pour les produits de dermocosmétique. Dans ce contexte, plus que jamais, les pharmacies doivent accélérer leur virage digital (e-commerce, outils de diagnostic numériques, fabrication sur place de soins sur mesure...) à l'image de ce qu'a déjà entamé le circuit sélectif sur les cosmétiques.

## Comment la crise et les nouvelles exigences des consommateurs transforment le marché français de la dermocosmétique ?

*Les Échos Études ont publié en novembre dernier une étude sur le marché français de la dermocosmétique. Celle-ci présente tous les chiffres du marché de la dermocosmétique au global, par segment et par canal de distribution ainsi qu'une analyse des mutations en cours sur le marché face aux nouvelles exigences des consommateurs. De plus, l'étude propose un benchmark des stratégies d'un panel de 70 marques de dermocosmétique et de 40 industriels, laboratoires et jeunes pousses. Enfin, cette étude dresse les scénarios d'évolution du secteur au travers d'entretiens qualitatifs.*

- Une distribution bouleversée avec une réorientation du consommateur vers le on-line au détriment du retail physique ;

- Une production perturbée à la fois par les fermetures temporaires de certains sites et par les variations de consommation comme les nouvelles routines induites par le port du masque (moins de maquillage, plus de soins) ;

- Des comportements de consommation différents, avec un mix-produits modifié (forte demande de gel hydroalcoolique) et des attentes renforcées de la part des clients vis-à-vis des marques ;

- L'intensification de la demande de Green Beauty et de Clean Beauty s'accompagne aujourd'hui d'une exigence croissante de Made in France privilégiant les circuits courts.

Les fondamentaux du marché demeurent néanmoins solides. A ce titre, le soin dermocosmétique est regardé comme une valeur refuge porté tant par l'efficacité de ses produits que par le conseil apporté par les professionnels de santé et les perspectives à horizon 2025 demeurent donc prometteuses.

## La pandémie rebat temporairement les cartes de la dynamique des segments du marché

Le marché de la dermocosmétique était très nettement orienté à la hausse avant la pandémie. Porté par la dynamique du soin de la peau en 2019, les prévisions d'avant crise du marché tablaient sur une croissance annuelle moyenne de 3-5% à horizon 2025. La pandémie a induit un coup d'arrêt dans la consommation globale des Français, et le marché de la dermocosmétique n'a pas été épargné. La chaîne de valeur du marché a en effet été bouleversée par la pandémie avec un impact sur tous les maillons :



+ 5 %

Croissance du marché français de la dermocosmétique en 2019



67 %

Part de marché du circuit officinal sur le marché dermocosmétique en 2019



46 %

Part des marques naturelles/bio dans le panel étudié de 70 marques représentatif du marché de la dermocosmétique

## SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### 01 Synthèse et enseignements clés de l'étude

Principaux enseignements de l'étude

### 02 La dynamique du marché de la dermocosmétique

Définition, périmètre et segmentation du marché

Evolution du marché français

Eclairage sur le marché mondial

Dynamique du marché par segment, produit, promesse, cible :

- > Segments : soins du visage, soins du corps, produits d'hygiène, solaires, capillaires, maquillage
- > Promesses : hydratants, anti-âge, anti-imperfections, cicatrisants, cosméceutiques,...
- > Cibles : cosmétiques pour soins de support, bébés,...

Les scénarios d'évolution et les perspectives de croissance à l'horizon 2025

### 03 Une distribution multicanale : analyse du marché par circuit de distribution

Poids des différents canaux de distribution

Le circuit officinal, nouveau temple de la beauté, capitalise sur son expertise et son rôle de conseil gages de confiance dans les produits dermocosmétiques

La parapharmacie : une présence forte des GSA sur le marché de la dermocosmétique

La vente en ligne, un canal en croissance dopé par la crise sanitaire

Le circuit sélectif, le grand absent du marché de la dermocosmétique en raison d'un manque de légitimité

### 04 Les grandes tendances de la dermocosmétique : les nouveaux modes de consommation réorientent le marché

Les nouvelles exigences des consommateurs : santé, innocuité, efficacité, écoresponsabilité, naturalité...

La crise de la covid-19 accélérateur des tendances

Les réponses du marché (basées sur l'analyse du panel d'acteurs, de marques et des innovations produits)

- > La green cosmétique, un incontournable pour le marché : cap sur la naturalité et le clean, l'eco-responsabilité (formulations, emballages, vrac...)
- > Le digital comme accélérateur de croissance (réseaux sociaux, diagnostics et conseils, objets connectés, conception de produits sur-mesure)
- > La dermocosmétique « premium » : la cosméceutique tendance porteuse du marché des soins

### 05 Les forces en présence : les industriels de la dermocosmétique et leur portefeuille de marques

*Exclusivité Les Echos Etudes : un panel de 40 laboratoires, industriels et startups et 70 marques passées au crible*

La structure concurrentielle du secteur : des profils très variés

La dermocosmétique attise les convoitises : acquisitions de marques chez les leaders, arrivée de jeunes pousses

Les modèles de développement des acteurs et leur positionnement sur le marché global de la dermocosmétique : analyse des différents groupes stratégiques

Benchmark du portefeuille de marques : positionnement sur les segments, cibles et tendances du marché

Monographies des principaux acteurs de la dermocosmétique



#### L'AUTEUR Cécile DESCLOS

Expert du secteur Luxe-Beauté  
cdesclos@lesechos.fr

"S'appuyant sur un réseau de consultants du secteur luxe de la mode et de la beauté et des méthodologies adaptées (entretiens avec des managers, enquêtes qualitatives et quantitatives, moyens documentaires du groupe Les Echos), nos études permettent d'appréhender les enjeux majeurs des marchés, d'identifier les mutations en cours et de comprendre les positionnements des entreprises"

**VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :**

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : [csaiman@lesechos.fr](mailto:csaiman@lesechos.fr)

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».

**Les Echos**

ÉTUDES