

HAIR COLOR SIMULATION



COSMÉTIQUE SUR-MESURE ET NOUVELLES TECHNOLOGIES : UN NOUVEAU MARCHÉ

Comment l'innovation technologique transforme le secteur de la beauté de l'amont à l'aval

Plan de l'étude

Synthèse	5		
1	La personnalisation à la croisée des progrès technologiques et des tendances de consommation	33	
1.1	Un consommateur en demande de personnalisation	34	
1.2	Les nouvelles technologies au service de l'hyper-personnalisation	41	
1.3	Un changement de paradigme pour l'industrie cosmétique : d'une approche produit à une approche servicielle	45	
2	Les nouvelles technologies redessinent le marché de la beauté	50	
2.1	Les technologies innovantes impactent la chaîne de valeur du secteur de la beauté de l'amont à l'aval	51	
2.2	L'intelligence artificielle et la réalité augmentée offrent un fort levier de croissance à une industrie centrée sur les besoins des clients	58	
2.3	Les applications beauté ne se contentent plus d'être ludiques mais deviennent un réel outil de diagnostic	73	
2.4	Le marché des objets connectés est tiré par la tendance du « quantified self »	84	
2.5	L'impression 3D, une révolution à venir qui va bouleverser les process de l'industrie et les modes de consommation	107	
3	L'écosystème dynamique des startups de la beauty tech	118	
3.1	Les caractéristiques des startups françaises de la beauté	119	
3.2	L'appui des investisseurs	124	
3.3	Les startups françaises face aux innovations technologiques étrangères	132	
3.4	Business cases de startups	137	
4	Les stratégies des groupes de cosmétique à l'égard des technologies innovantes	172	
4.1	La place des technologies innovantes dans les groupes de cosmétique : une implication à plusieurs vitesses	173	
4.2	La position de la France sur la scène mondiale de la beauty tech	177	
4.3	Les startups, acteurs incontournables de la transformation numérique des grands groupes	182	
4.4	Business cases des principaux groupes cosmétiques	204	
	Annexes	218	
	Pour aller plus loin...	219	
	Vos contacts	220	

1. La personnalisation, nouveau visage du secteur de la beauté

Le secteur cosmétique entame sa troisième révolution technologique

Le secteur de la Beauté entame sa troisième révolution technologique, après celle du e-commerce et des réseaux sociaux :

- > Le e-commerce a fait son apparition en 1995 et est aujourd’hui un canal de vente incontournable pour les marques de beauté (entre 5% et 12% du chiffre d’affaires des marques). Sa progression constante atteste du changement qui s’est opéré dans les modes d’achat et devrait continuer à progresser fortement dans les dix prochaines années.
- > Les réseaux sociaux sont nés en 1995, se sont réellement développés mondialement vers 2004 et constituent de puissants vecteurs d’influence. Depuis 2016, certains proposent la fonction achat. Celle-ci n’en est encore qu’à ses prémises mais est amenée à se développer fortement dans les années à venir auprès des Millennials.
- > Les technologies permettant de répondre de façon unique et appropriée aux besoins de chaque client commencent à se développer depuis 2015 environ, et la tendance s’accélère. On peut estimer que d’ici 2030, les données personnelles seront prises en compte par tous les acteurs de la beauté pour une approche de services et produits sur-mesure.

Les trois révolutions digitales du secteur de la Beauté





2. L'innovation technologique transforme le secteur de la beauté de l'amont à l'aval

Un changement de paradigme et de nouveaux leviers de croissance pour l'industrie cosmétique

Les innovations technologiques dernière génération offrent de nouveaux leviers de croissance à l'industrie et apportent un bénéfice réel au consommateur.

C'est un changement de paradigme pour l'industrie cosmétique. L'intelligence artificielle combinée à l'analyse des data permet de créer de nouveaux outils et services liés à la beauté. L'IA, les objets connectés et certaines applis constituent des innovations de rupture en ce sens qu'elles inversent le schéma d'entrée du consommateur dans l'univers des marques de beauté. Traditionnellement, sa « porte d'entrée » est le produit choisi. Cependant, les différents outils proposant des diagnostics pour des soins personnalisés modifient aujourd'hui la donne : c'est à partir des besoins identifiés de chacun que s'effectuera l'offre de soins.

De même, l'essor de l'impression 3D va considérablement accroître la prise en compte des particularités de chacun, avec la possibilité offerte au client d'imprimer chez lui des produits de beauté réellement adaptés. Du côté de l'industrie cosmétique, l'impression 3D se développe car elle permet non seulement d'améliorer les procédés de recherche & développement, de réduire les coûts, mais aussi d'accroître la réactivité face aux nouvelles tendances.

