

LE BIO, NOUVEL ELDORADO DE LA BEAUTÉ



Évolution du jeu concurrentiel, mutation de la distribution, accélération de la croissance : quelles perspectives face à la nouvelle donne du marché ?

Les Echos Etudes ont publié en mai une étude exclusive sur le marché et la distribution des cosmétiques bio et naturels. Celle-ci présente les chiffres clés du marché et permet de comprendre les drivers et les freins au développement. Elle permet également d'analyser l'évolution du jeu concurrentiel et d'anticiper l'évolution de la distribution.

Green is the new black

Démassification, déconsommation, défiance des consommateurs envers les PGC et les grandes marques, controverses sur les ingrédients, multiplication des applications digitales permettant d'avoir directement accès aux informations sur la composition des produits, ... Le marché français de la beauté évolue dans un environnement difficile expliquant son repli sur les trois derniers exercices. Contrastant avec cette dynamique d'ensemble, le bio et le naturel certifiés affichent une croissance forte. Le marché des cosmétiques bio et naturels connaît une accélération depuis 2016, renouant avec des progressions à deux

chiffres qu'il n'avait plus connues depuis la fin des années 2000.

Les acteurs conventionnels réinvestissent le marché

Les acteurs conventionnels de la beauté sont sous pression et cherchent des relais de croissance. Alors qu'ils avaient désinvesti le bio au début des années 2000, l'heure est aujourd'hui au redéploiement :

- Les GSA repensent l'assortiment et développent des formats bio. Parallèlement, l'offre sous MDD s'étoffe (cf. U bio, Ysiance bio et Sooa Nature en 2018, Cosmia bio en 2019, ...)
- Les acteurs du conventionnel multiplient les initiatives (L'Oréal, Henkel, Unilever, Corine de Farme, Eugène Perma, ...). Les lancements de La Provençale (L'Oréal) et de N.A.E. (Henkel) fin 2018 ou le rachat par L'Oréal de Logocos Naturkosmetik, douze ans après l'acquisition de Sanoflore, illustrent parfaitement ce regain d'intérêt pour le bio.

Un accroissement de la pression concurrentielle

Alors que le bio était une affaire de spécialistes, nous assistons à un accroissement sensible de la pression concurrentielle, nombre de nouveaux entrants bénéficiant par ailleurs d'une importante force de frappe R&D, industrielle et marketing. Les acteurs du bio/naturel doivent également composer avec l'essor rapide d'une offre alternative axée sur la naturalité, le clean/sans et/ou les valeurs liées à l'écologie et au développement durable (cf. Love Beauty and Planet chez Unilever, Barnägen chez Henkel, renouvellement des gammes chez Garnier). Outre son caractère moins contraignant (développement, formulation, galénique, sensorialité, conservation, ...), cette offre permet de répondre à l'enjeu prix qui constitue un des principaux freins à l'achat de produits certifiés.

L'éthique, l'écologie, ... des valeurs nécessaires mais plus suffisantes

La consommation de cosmétiques certifiés reste essentiellement réfléchie et raisonnée, les ressorts d'achat reposant principalement sur des drivers négatifs. Alors que le marché se démocratise, que la distribution s'élargit et que la concurrence s'intensifie, les marques ne peuvent plus se contenter de capitaliser uniquement sur le bio. Ceci peut passer par :

- L'innovation produit et la formulation, comme Acorelle ou Lavera, par exemple ;
- Un discours de marque ou un positionnement différenciant, à l'instar de Huygens, Zao Make-Up ou Avril ;
- Un positionnement « bio + », via l'intégration de valeurs complémentaires au bio (production locale, commerce équitable, véganisme, pack, ...).

Cosmétiques bio et naturels : les 3 chiffres à connaître

+ 18 %

La croissance
du marché
en 2018

Source : Estimation
les Echos Etudes

700 M€

Le chiffre d'affaires
du marché
des cosmétiques bio
et naturels en France
en 2018

Source : Estimation
les Echos Etudes

+ 44 %

La croissance
du marché
d'ici 2021

Source : Estimation
les Echos Etudes



Communiqué de Presse : Juillet 2019

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

01 Synthèse et perspectives

Principaux enseignements de l'étude

Perspectives de croissance : les scénarios Les Echos Etudes à l'horizon 2022 et 2025

Analyse prospective : Comment évolueront les positions concurrentielles ? Comment se structurera la distribution ?

02 La dynamique du marché : le bio, nouvel eldorado du marché de la beauté

Valorisation exclusive du marché des cosmétiques bio et naturels sur la période 2015 à 2018

Une croissance forte contrastant avec la dynamique d'ensemble du marché français des cosmétiques

Une domination du soin et de l'hygiène qui ne se dément pas

Des freins à lever malgré des drivers puissants

03 La distribution des cosmétiques bio et naturels : une distribution atypique

Poids économique des différents canaux de diffusion (valorisation Les Echos Etudes)

Leaders du marché, les magasins spécialisés capitalisent sur leur expertise

L'offensive des GSA portée par les stratégies d'enseigne et l'explosion de l'offre

La pharmacie/parapharmacie, un circuit dynamique bénéficiant d'une conjonction de facteurs positifs

Le sélectif, pénalisé par un déficit d'offre certifiée, se positionne sur la naturalité

Focus sur la vente en ligne

04 Les forces en présence : un accroissement sensible de la pression concurrentielle

Panorama des acteurs : un secteur atomisé

Un accroissement sensible de la pression concurrentielle à la faveur de l'arrivée de nouveaux entrants sur le segment bio...

- > L'offre bio sous MDD s'est fortement étoffée sur la dernière période
- > Le retour des acteurs du conventionnel sur le segment

...et du développement d'offres alternatives

- > L'essor de l'offre axée sur le clean, la naturalité et le véganisme
- > Un déploiement de la naturalité et du « sans » plus que du bio dans les capillaires
- > Le « clean » et le naturel, option privilégiée dans le sélectif

Les opérations de croissance externe se multiplient Benchmark des stratégies d'offre

- > Analyse de l'offre en largeur et en profondeur des acteurs du marché
- > Le nécessaire dépassement du seul positionnement bio

Focus sur les stratégies de distribution

- > Une distribution relativement cloisonnée
- > Le passage de certaines marques des réseaux spécialisés à la GMS à la faveur de la démocratisation du marché

05 Business models et stratégies des acteurs

Analyse des stratégies industrielles, de sourcing et de R&D

Benchmark des stratégies d'offre

- > Analyse de l'offre en largeur et en profondeur des acteurs du marché
- > Le nécessaire dépassement du seul positionnement bio

Focus sur les stratégies de distribution

- > Une distribution relativement cloisonnée
- > Le passage de certaines marques des réseaux spécialisés à la GMS à la faveur de la démocratisation du marché



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

Service Presse : Rakia AHMED tél. 01 87 39 76 26 ou par mail : rahmed@lesechos.fr

Les Echos
ÉTUDES