

COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS

Un potentiel sous-exploité

Par Cécile DESCLOS
Directrice du pôle beauté
des Échos Études

Dans un environnement de marché difficile pour la beauté, les cosmétiques bio et naturels affichent des performances satisfaisantes. Selon les estimations Les Échos Études, le marché français s'est établi en 2016 à 490 millions d'euros (M€), en progression de 8,9 % par rapport à 2015, soit une croissance quasi équivalente à 2012 (sa meilleure performance depuis 2010). Le marché est porté par des tendances de fond favorables pour l'offre verte qui

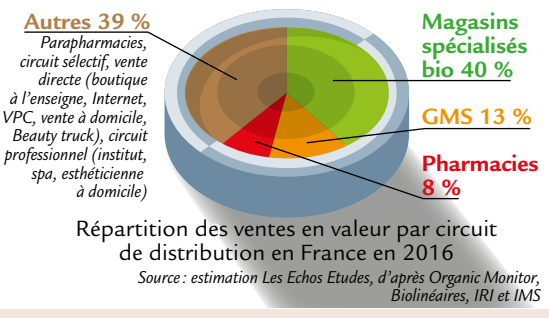
Source : Les Échos Études, *Le marché et la distribution des cosmétiques bio et naturels*, juin 2017



ont permis d'élargir la cible au-delà des « bio addicts ». Pour autant, comparé à l'alimentaire, le marché n'a pas explosé après le boom de la seconde moitié des années 2000. La distribution des cosmétiques bio et naturels, multicanale, est toutefois atypique dans la mesure où elle est très largement dominée par les magasins spécialisés du bio, loin devant les GMS (pourtant leader sur l'alimentaire bio) et les pharmacies. Par ailleurs, on constate un éclatement de la distribution, les autres circuits représentant 39 % du marché en valeur. Enfin, le circuit sélectif occupe des positions marginales sur le marché des cosmétiques bio, contrairement au marché conventionnel. Le marché de la cosmétique bio en pharmacie et parapharmacie, encore de taille modeste, est dynamique et affiche une performance sensiblement supérieure au conventionnel. En 2016, selon IMS, le marché a progressé de 4,4 % dans ces circuits, contre 0,6 % pour l'ensemble du marché des cosmétiques. Le circuit des pharmacies

et parapharmacies bénéficie de nombreux atouts, qui expliquent l'engouement des marques à son égard. Tout d'abord, il bénéficie de la confiance des consommateurs (connaissance des produits, caution médicale, conseil et assistance à l'achat) et il surfe sur la tendance bien-être, *healthy* et *ecofriendly*. Par ailleurs, il jouit d'un positionnement tarifaire et d'une image qualité/prix favorables permettant de recruter les consommatrices du sélectif. Notons le caractère hyperconcurrentiel du circuit de la pharmacie/parapharmacie : outre la concurrence – très vive – des acteurs du conventionnel, ce circuit est très prisé des marques bio et naturelles. Si les pharmacies représentent 8 % du marché en valeur, 12 % de l'offre référencée Cosmébio est destinée à ce circuit. Les cosmétiques bio demeurent une niche sur le marché français mais le potentiel de croissance reste important. Les ressorts de l'acte d'achat reposent principalement sur des drivers « négatifs » et la volonté de se prémunir des effets potentiellement néfastes des cosmétiques conventionnels (santé, l'environnement...). Le plaisir est une raison marginale du passage à la cosmétique bio. L'enjeu consiste pour les spécialistes des cosmétiques bio et naturels à se poser en alternative crédible aux cosmétiques conventionnels sur l'ensemble des dimensions de la consommation (y compris l'efficacité et le plaisir) afin de fidéliser les acheteurs, accroître leur fréquence d'achat et leur panier moyen mais aussi recruter de nouveaux consommateurs.

Où sont vendus les cosmétiques bio ?



La dynamique du marché français des cosmétiques bio et naturels

