

Les Echos **ÉTUDES**

Communiqué de presse – Décembre 2015

Beauté & digital

Tendances porteuses, stratégies gagnantes pour les marques et enseignes de cosmétique

Une étude pour :

- Analyser les bouleversements de la relation client induits par le digital dans le secteur cosmétique
- Dresser un panorama des grandes tendances de la e-beauté
- Positionner les marques et les distributeurs en fonction de leurs options stratégiques sur le digital

E-beauté : nouvelles tendances et relais de croissance pour le secteur cosmétique

Un virage sur le digital indispensable pour les marques cosmétiques

L'industrie cosmétique est confrontée à la fois à la maturité des marchés européens et nord-américains et à l'émergence de nouveaux modèles de beauté venus des pays émergents. La beauté n'est plus unique, elle est aujourd'hui protéiforme. Le digital peut aider les marques à s'adapter à des marchés de plus en plus segmentés et exigeants en terme de qualité et de personnalisation. Les comportements d'achat du consommateur beauté se digitalisent. Outre l'expansion du e-commerce, on note qu'internet joue un rôle majeur dans la recherche d'informations concernant les marques et les produits de beauté. On définit ainsi un parcours beauté du client digital qui commence sa recherche sans idée préconçue sur une marque et la termine en visionnant une vidéo sur YouTube avant l'acte d'achat.

Le marché de la beauté se transforme au gré des innovations digitales

Parmi les grandes tendances qui bouleversent le marché et la relation-client :

- Une croissance de la recommandation communautaire à fort pouvoir de conversion
- La montée de la distribution hyper-sélective sur les réseaux sociaux, voire sur les plus confidentiels comme Path et Vine
- Une demande d'interactivité toujours plus forte avec le client
- Une toute-puissance de l'image et de la vidéo qui prennent le pas sur l'écrit (et notamment sur les blogs aujourd'hui en perte de vitesse)
- La présence de start-ups qui sont en passe de révolutionner le secteur

C'est pourquoi les marques et les distributeurs du secteur de la beauté réfléchissent en permanence à de nouvelles stratégies pour générer du trafic, fidéliser et augmenter le panier moyen.

EXCLUSIVITES LES ECHOS ETUDES

Des **entretiens qualitatifs auprès des décideurs de grandes marques et de start up** : une enquête terrain conduite à partir d'une dizaine d'entretiens approfondis

- Un **panel de 32 marques de cosmétique** : décryptage des options stratégiques sur le digital et mapping de positionnement des mar

Fiche technique de l'étude :

« Beauté & digital », à partir 2 750 € HT - 250 pages – Décembre 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Cécile DESCLOS

Tél : 01.49.53.89.16

ccdesclos@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI

Tél : 01.49.53.22.80

skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).