

RAPPORT COSMED-SVP

L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET STRATÉGIQUE DES ENTREPRISES DE LA FILIERE COSMETIQUE

1^{er} Trimestre 2026



Une industrie cosmétique en plein recomposition dans un contexte de crise géopolitique mondiale



Conflit au Moyen-Orient

Le conflit au Moyen-Orient déstabilise l'industrie cosmétique, provoquant une hausse du coût des matières premières et des emballages.

En parallèle la paralysie des routes logistiques et les retards de livraison freinent les exportations françaises.

Cette instabilité géopolitique force désormais le secteur à repenser ses prix et sa stratégie d'approvisionnement mondiale.



Consolidation du marché de la beauté

La "beauté de prestige" se structure désormais autour de portefeuilles de marques ultra-puissants.

On assiste à une disparition progressive des acteurs indépendants de taille moyenne au profit de géants capables d'investir massivement dans l'IA et la personnalisation dermatologique.



Transformation omnicanale et réseaux-sociaux

La distribution se réinvente pour répondre aux nouvelles normes digitales de la consommation.

Les réseaux sociaux ne sont plus seulement des vitrines mais des canaux de vente directe où l'avis des experts et la transparence de la composition, via le scan d'ingrédients, sont les premiers déclencheurs d'achat.



ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE ET GEOPOLITIQUE	
Epic Fury pour le commerce mondial	4
L'Industrie cosmétique à l'épreuve du conflit	5
ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE	
Incertitude douanière internationale	6
PFAS : La France précurseur au niveau européen	7
INDICATEURS & MARCHÉ	
Exportations en légère baisse	8
Marché Français de la beauté prestige	9
Marché Hygiène-Beauté en GMS en 2025	10
SOCIAL MEDIA	
TikTok Shop 2026	11
Project Pan 2026	12
ACTUALITES	
Cosmed – Congrès réglementaire	13
Consolidations – Alliances - Rachats	14
TENDANCES & PERSPECTIVES	
Technologie & Beauté	18
Tendances pour 2026	19

Epic Fury pour le commerce mondial

L'offensive militaire d'envergure, lancée le 28 février par les États-Unis et Israël contre l'Iran, engendre des répercussions majeures sur les flux commerciaux mondiaux. Le blocage du détroit d'Ormuz mis en place par les autorités Iraniennes entraîne notamment un allongement des délais d'acheminement des marchandises et une volatilité accrue des cours des matières premières.



DELAIS ET SURCÔÛT DU TRANSPORT

Le blocage du détroit d'Ormuz a provoqué une rupture de la chaîne logistique en matière de fret maritime, entraînant à la fois des surcoûts et des délais de livraison allongés.

Si les entreprises anticipent désormais ce surcoût du transport sur l'ensemble du Moyen-Orient, l'acheminement vers l'Asie est également susceptible d'être impacté, avec l'obligation de passer par le cap de Bonne-Espérance, au large de l'Afrique, pour éviter le blocage du détroit d'Ormuz.

HYDROCARBURE ET PETROCHIMIE

Le cours du baril de Brent est passé de 70\$ au moment des premières frappes à un pic de 119\$ le 31 mars. Il oscille désormais dans une fourchette entre 100 et 110\$ le baril.

Outre le pétrole le Moyen-Orient est un important centre d'exportation de polymères. La région produit chaque année jusqu'à 23 millions de tonnes de polyéthylène, l'un des plastiques les plus utilisés dans le monde soit environ 15% de la production mondiale.

Les entreprises françaises, notamment les PME et ETI, sont particulièrement impactées

18 000

Nombre de PME et ETI qui exportent régulièrement dans les Pays du Golfe

25 Mds€

Echanges commerciaux entre la France et les pays du Golfe

20%



Part du pétrole mondial transitant par le détroit d'Ormuz

« Tout choc géopolitique a une incidence sur nos entreprises qui sont par nature exportatrices »

Alexandre Montay, délégué général du METI, le Mouvement des entreprises de taille intermédiaire.

PASSAGE PAR LE CAP DE BONNE ESPERANCE

10 à 15 jours

Allongement de la durée du temps de trajet maritime



10 à 30%

Surcoût provoqué par ce détournement

L'industrie cosmétique à l'épreuve du conflit

Le Moyen-Orient représente un marché clé, avec environ 1,5 milliard d'euros d'exportations françaises en 2025 pour la parfumerie-cosmétique.

IMPACT SUR L'ALUMINIUM

Le Golfe est une région majeure pour l'aluminium avec 9 % des ressources mondiales et 14,5% des exportations. Les évènements ont entraîné une augmentation des cours de ce métal de plus de 10% passant de 3100 à 3500\$ la tonne, impactant directement le prix de fabrication des aérosols et des tubes.



INDISPONIBILITÉ DE LA ZONE FRANCHE DE DJEBEL ALI AUX EAU

Le secteur de la parfumerie et des cosmétiques, subit une vulnérabilité critique due à l'indisponibilité du hub logistique de Djebel Ali (Jafza). Cette ville portuaire des Émirats arabes unis, située à 35 km au sud-ouest de la ville de Dubaï, accueille de nombreux entrepôts régionaux de reconditionnement des produits, notamment pour les soins, maquillage et fragrances. Ce blocage interrompt l'approvisionnement et empêche ensuite la redistribution vers les marchés saoudien, indien et est-africain.

À terme, cette rupture de flux menace la compétitivité et les parts de marché françaises au profit de concurrents locaux ou asiatiques exploitant des routes alternatives.

BAISSE POTENTIELLE CONSOMMATION DE PRODUITS COSMETIQUES

FRANCE

L'éventualité d'un renchérissement des coûts énergétiques suscite une vive inquiétude au sein de la population française, dont le pouvoir d'achat a déjà été érodé au cours des dernières années par l'inflation. Cette incertitude se traduit par une intensification de l'épargne de précaution, pourtant déjà à un niveau historiquement élevé.



MOYEN-ORIENT

L'instabilité actuelle est de nature à entraver significativement la consommation au Moyen-Orient, zone stratégique pour les segments de la parfumerie et des soins de prestige. Compte tenu de l'appétence de la clientèle régionale pour les produits à haute valeur ajoutée, l'impossibilité d'accéder à ces marchés de croissance constitue un risque préjudiciable pour l'industrie cosmétique française.



Incertitude douanière internationale

Au 1^{er} trimestre 2026, le paysage douanier américain a connu des bouleversements majeurs. Entre l'invalidation de certains tarifs par la Cour suprême et la riposte immédiate de la Maison-Blanche, l'incertitude est réelle.



2025

AVRIL 2025

10% DROITS DOUANE

Adoption de droits de douane à un taux plancher de 10% décrété lors du « Liberation Day »

27 JUILLET 2025

15% DROITS DOUANE

Les représentants de l'UE ont accepté que les produits européens exportés aux États-Unis, dont les produits cosmétiques soient taxés à 15%

Trump avait menacé d'appliquer des droits de 30% à compter du 1^{er} août, en l'absence d'accord

Des droits supplémentaires, sur la partie en acier et en aluminium des emballages, sont en outre ponctuellement appliqués

1^{er} TRIMESTRE 2026

20 FEVRIER

COURS SUPREME DECLARE ILLEGALITE DROITS DOUANE

La décision du 20 février 2026 invalide l'ensemble des droits de douane additionnels et appliqués à l'ensemble des partenaires commerciaux des États-Unis.

Par conséquent, le taux plancher de 15% applicable à l'UE n'est plus collecté

24 FEVRIER

INSTAURATION SURTAUXE 10%

Suite à la décision de la Cours Suprême, la Maison Blanche a instauré une surtaxe de 10 % en vertu d'une loi de 1974

Nouveaux droits de douane ne sont valables que 150 jours, sauf prolongation par le Congrès

05 MARS

CONTESTATION LOI 1974

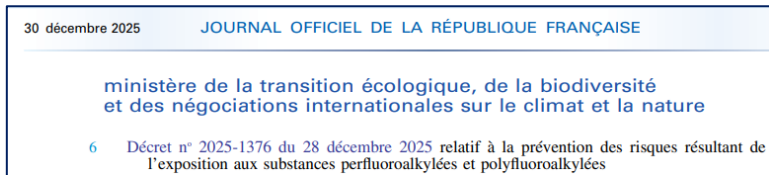
Plusieurs états gouvernés par le Parti Démocrate ont déposé un recours devant le Tribunal pour le commerce international des États-Unis (United States Court of International Trade). Ils contestent la légalité de la nouvelle surtaxe de 10%

Le 24 juillet prochain sera une date importante à noter, dans la mesure où la surtaxe adoptée le 24 février arrivera à échéance. Celle-ci pourrait donc devenir caduque ou au contraire être pérennisée par le Congrès Américain

PFAS : La France précurseur au niveau européen

Depuis le 1^{er} janvier 2026, ces substances sont interdites dans les cosmétiques

Deux décrets, parus fin décembre 2025, officialisent l'interdiction des PFAS en France en date du 1er janvier 2026 pour les cosmétiques, les farts et certains textiles



Le décret n° 2025-1376 fixe désormais des seuils de concentration à respecter dans les produits cosmétiques, qu'il s'agisse de substances ajoutées intentionnellement ou de traces pouvant provenir des eaux de process, des procédés de fabrication, des emballages ou encore des matières premières.

Le second décret n° 2025-1287 élargit la liste des substances à surveiller lors du contrôle sanitaire des eaux destinées à la consommation humaine.

La Commission européenne a annoncé ne pas encore soumettre de proposition de loi, cherchant un arbitrage entre impératif sanitaire et compétitivité. Toutefois un premier avis émis par l'ECHA pose les bases d'un futur cadre réglementaire européen pour 2027

AVIS EMIS PAR ECHA

25 MARS 2026

Les experts de l'Agence européenne des produits chimiques (l'ECHA) recommandent une large restriction des PFAS, avec des dérogations ciblées si nécessaire

25 MAI 2026

Toutes les parties prenantes concernées par une éventuelle interdiction des PFAS ont désormais jusqu'au 25 mai 2026 pour s'exprimer.

Une étude d'impact socio-économique des mesures anti-PFAS est également attendue d'ici la fin de l'année.

HARMONISATION ESPÉRÉE POUR 2027

Cette avancée française actuelle au niveau réglementaire crée une situation singulière sur le marché unique, les industriels craignant une distorsion de concurrence en l'absence d'harmonisation européenne rapide.

Exportations en légère baisse

En 2025, pour la première fois en deux décennies, hormis la période de la crise sanitaire, les exportations françaises de cosmétiques ont chuté par rapport à l'année précédente.

22,21 Mds€
2025



-1,16%

2024-2025

Historiquement, le secteur affichait une croissance annuelle moyenne à l'export d'environ 7% lors de la dernière décennie.



CONTEXTE ECONOMIQUE MONDIAL

ETATS-UNIS

Sous l'effet des nouvelles barrières tarifaires imposées par les États-Unis combinées à la dépréciation du dollar, les exportations françaises de cosmétiques vers ce marché ont reculé de près de 19%, pour atteindre un montant net de 2,4 Mds€.

UNION EUROPEENNE

L'UE confirme son rôle de socle de stabilité, avec une hausse de 4%, et renforce ainsi son poids dans les exportations totales, passant de 51,3 % à 54,3 % de part du marché.

CHINE

La Chine enfin, affiche une évolution légèrement positive de 1,2%, atteignant un volume d'affaires de 1,8 Md€.

Malgré ce contexte économique chahuté la France conserve son statut de principal exportateur de produits cosmétiques dans le monde



Marché français de la beauté prestige en 2025

Légère baisse en valeur comme en volume

4,3 Mds€

MARCHÉ BEAUTE PRESTIGE



-1% VALEUR

-3% VOLUME

PARFUMS 2,1 Mds€

MAQUILLAGE 1,2 Mds€

SOIN 0,8 Mds€

CAPILLAIRE 0,2 Mds€

Le Marché français s'affiche à contre-courant de ses voisins européens qui enregistrent une progression de leurs ventes

Le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Italie affichent une croissance entre 6% et 8%. Cette dynamique baissière pourrait notamment s'expliquer par les difficultés rencontrées par certaines enseignes en France. En effet la part des ventes réalisées en point de vente physiques est proportionnellement plus importante dans l'Hexagone que chez ses voisins.

Dynamique globale à la baisse, mais des catégories de segments plus dynamiques.

PARFUMS

-3% Valeur
-5% Unités



Parfums aux concentrations élevées
Fragrances premiums
Body Sprays

SOIN

-4% valeur
-8% Unités



Démaquillant
Coffrets promotionnels

MAQUILLAGE

= Valeur
-1% Unités



Coffrets promotionnels
Soin des lèvres

CAPILLAIRE

+29% valeur
+25% Unités

Marché Hygiène-Beauté en GMS en 2025

Stabilité des volumes de ventes, mais panne de croissance en valeur

-2,2 % VALEUR

+1,9% pour les produits grande consommation

-0,2 % VOLUME

EXPLICATIONS

LEGERE DEFLATION DES PRIX

PROMOTIONS AVEC REDUCTION PRIX

BAISSE NOMBRE INNOVATIONS

CATEGORIES EN CROISSANCE

TOILETTE DU VISAGE

+6,5 % en unités
+3,2 Millions d'unités

DEODARANTS

+1,9 %, +3M unités

GELS DOUCHE

+1 %, +2M unités

DENTIFRICE

+0,7 %, +1,4M unités

APRES-SHAMPOING

+2,3 %, +1,3M unités

CATEGORIES EN BAISSE

COTONS, COTONS-TIGES

+6,5 % en unités
+3,2 millions d'unités

SERVIETTES

+1,9 %, +3M unités

BROSSES A DENTS

+1 %, +2M unités

SOINS ANTIBACTERIENS

+0,7 %, +1,4M unités

SOINS VISAGE

+2,3 %, +1,3M unités

Le marché se polarise entre l'entrée de gamme et le premium, au détriment d'un milieu de gamme délaissé par des consommateurs en quête de prix bas immédiats ou de forte valeur ajoutée.

L'innovation peine à séduire et perd massivement en visibilité, représentant une part de plus en plus faible du chiffre d'affaires sectoriel.

Face à l'inflation, les Français privilégient désormais la sobriété et les circuits de distribution alternatifs, comme les déstockeurs et l'e-commerce, pour rationaliser leurs achats.

TikTok Shop

Parcours d'achat directement intégré à l'application

Lancée en mars 2025 en France, TikTokshop est devenu un véritable canal de vente permettant à l'utilisateur d'acheter directement dans la plateforme après avoir visionné la vidéo d'un influenceur ou assisté à une démonstration live shopping.

VENDEURS ACTIFS

33 000

Mars 2026

NOMBRE DE VENTES

+ 113%

Octobre 2025- Mars 2026



Un an après son lancement, l'activité commerciale de la plateforme française de TikTok revendique 33 000 vendeurs actifs, aussi bien des petits créateurs ou influenceurs, ainsi que des grandes marques.

Cette nouvelle approche bouscule les stratégies de ventes des grandes marques d'hygiène-beauté. Celles-ci revoient leurs stratégie communication et se positionnent également sur ce canal de vente

TOP 10 Popularité Marques hygiène-beauté

1	L'ORÉAL PARIS	100
2	KERASTASE	51
3	LA ROCHE-POSAY	39
4	NUXE	32
5	AVENE	28
6	SCHWARZKOPF	24
7	WELLA	22
8	LABORATOIRE SVR	21
9	YVES SAINT LAURENT	21
10	GILETTE	20

Note : Le niveau de la demande pour la marque la plus populaire fait office d'indice de base 100

Project Pan 2026

contre la surconsommation de produits de beauté

Ce défi relayé sur les réseaux sociaux des l'année dernière, trouve une nouvelle dynamique au cours des premiers mois de 2026. La dénomination Pan se réfère à la petite pastille métallique que l'on retrouve sous la poudre des fards à paupières et autres fonds de teint compacts.

OBJECTIF AFFICHÉ

Eviter la surconsommation de produits cosmétiques en finissant ce que l'on possède déjà chez soi

SUCCÈDE AU « NO BUY CHALLENGE DE 2025 »

Ce dernier incitait à ne rien acheter et allait au-delà de la sphère cosmétique.

« *Réalisation d'économies* »

« *Approche éthique* »

SIGNIFICATION

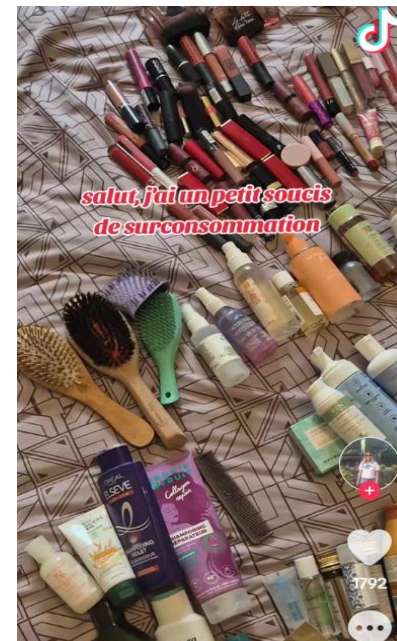
Pan évoque le fond métallique des emballages et packaging de produits cosmétiques

DE-INFLUENCING

La valeur ne réside plus dans l'achat, mais dans la capacité à maximiser ce que l'on possède déjà.

« *Ne pas faire le jeu du marketing* »

« *Eviter la surconsommation* »



COSMED - Congrès réglementaire

460 experts – 20 nationalités réunis à Paris les 1^{er} et 2 avril 2026



Jean-Marc Giroux
Président de Cosmed

Ce congrès réunissant 400 experts de l'univers cosmétique, vise à favoriser le dialogue entre autorités et industriels pour décrypter les évolutions normatives techniques et internationales. De nombreuses problématiques ont été abordées afin d'aider les professionnels à anticiper les changements réglementaires pour optimiser leurs stratégies de développement.

Nouvelles exigences réglementaires

- Recommandations Commission Européenne sur les produits solaires,
- Gestion de l'analyse de risques dans les BPF
- Allègement des dispositions de l'Omnibus XI
- Interdiction des PFAS en vigueur depuis le 1er janvier 2026, imposant le respect de seuils de concentration stricts.

Export

Les enjeux réglementaires à l'export constituent un défi stratégique pour la filière. Il est nécessaire d'anticiper et de comprendre les dynamiques locales afin de faire de la conformité un véritable levier de performance à l'international.

- *Chine, États-Unis et pays du Golfe : Cadre réglementaire*
- *Asie : Evolutions récentes en Chine et au Japon*
- *États-Unis : Exigences douanières et complexité des réglementations locales*
- *Amérique du Sud : Dynamiques réglementaires et environnementales en mutation*
- *Moyen-Orient : spécificités marché*

Consolidation du marché de la beauté

Accélération des alliances et rachats

Au cours du 1^{er} trimestre 2026 on a assisté à une recomposition de l'industrie cosmétique avec une accélération des alliances et consolidations.

L'OREAL FAIT L'ACQUISITION DE KERING BEAUTE

Kering et L'Oréal ont finalisé fin mars leur partenariat stratégique pour un montant de 4 Mds€ après avoir obtenu l'accord des autorités de la concurrence. L'Oréal acquiert ainsi Kering Beauté et la maison Creed tout en obtenant les licences exclusives pour les parfums et cosmétiques de Bottega Veneta et Balenciaga sur cinquante ans.

UNILEVER INVESTIT LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ

Après avoir rapproché ses activités alimentaires du conglomérat McCormick pour un montant de 15,7 Mds\$, Unilever entend se recentrer sur des segments les plus dynamiques, tel que le bien-être et le soin. Les fonds récoltés seront massivement investis pour renforcer sa croissance sur des marchés clés comme l'Inde et les États-Unis.

ESTÉE LAUDER ENVISAGE UN POTENTIEL RACHAT DE PUIG

Estée Lauder et Puig étudient un rapprochement stratégique dont l'objectif est de créer un nouveau géant mondial des cosmétiques pesant environ 20 milliards de dollars de revenus. Cette fusion permettrait de constituer un poids lourd du parfum et des soins, capable de concurrencer plus efficacement le leader actuel du marché, le groupe français L'Oréal.

Ces évolutions traduisent la transition d'un secteur fragmenté vers une industrie plus consolidée et mondialisée. La beauté s'impose désormais comme un levier stratégique majeur pour les grands groupes, engagés dans une quête de taille critique. Parallèlement, les segments premium, naturels et dermo-cosmétiques gagnent en importance et en influence.

Alliances et rachats dans le bio



**LA PHOCÉENNE
DE COSMÉTIQUE**
SALON-DE-PROVENCE DEPUIS 1996

**LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE RACHÈTE
LES LABORATOIRES DE BIARRITZ**

La Phocéenne de Cosmétique, propriétaire du Petit Olivier, acquiert les Laboratoires de Biarritz pour pénétrer le marché des pharmacies et renforcer son expertise en soins dermatologiques à base d'algues.

Avec cette intégration, l'entreprise ambitionne de devenir un acteur global de la beauté et de générer 20 M€ de chiffre d'affaires d'ici 2030, contre 10M€ en 2025, grâce au développement international et numérique.




**MADemoiselle BIO S'ALLIE
AVEC MON CORNER B**

Les deux enseignes pionnières de la beauté naturelle, Mademoiselle Bio et Mon Corner B, ont annoncé leur alliance stratégique pour faire face aux turbulences du marché bio.

Cette union, vise à mutualiser leurs forces tout en conservant deux identités distinctes et complémentaires.

L'objectif est de mieux répondre aux nouveaux parcours clients et de consolider leur leadership dans un secteur de la cosmétique biologique en pleine mutation.

Mon Corner **b**

Ecoresponsabilité

Lancement Eco-score



TechnicoFlor lance un éco-score notant de A à E l'impact environnemental et sociétal de ses parfums, dans un contexte de demande croissante pour des cosmétiques écoresponsables.

Certifié par l'Afnor à l'issue de trois années d'audit, cet outil a pour objectif d'assurer une transparence accrue face à des allégations souvent jugées trompeuses.



TechnicoFlor Parfums, maison française de composition de parfums, fournit les marques leaders de la Parfumerie et de la Cosmétique.

Forte de 260 collaborateurs, l'entreprise distribue ses produits dans plus de 70 pays (Europe, Moyen-Orient, Asie).

Ces deux dernières années, son activité parfum a crû de 22 % en Europe, essentiellement sur le segment cosmétique qui représente désormais le tiers du chiffre d'affaires évalué à 110 M€, contre 20 % en 2023.

Technicoflor est désormais un des principaux fournisseurs de matières premières issues du commerce équitable pour des références écoresponsables de la cosmétique et des soins dermatologiques comme Mustela, SVR et La Rosée.

Partenariats



SEPHORA PARTENAIRE D'UNE ENSEIGNE COREENNE

Sephora a conclu un partenariat stratégique avec l'enseigne coréenne Olive Young pour intégrer des espaces dédiés à la K-beauty dans ses magasins et en ligne.

Ce déploiement débutera dès cet automne en Amérique du Nord et en Asie du Sud-Est, avant de s'étendre au Moyen-Orient et au Royaume-Uni en 2027.



900.CARE DEVIENT PARTENAIRE DE L'AS SAINT-ÉTIENNE

Placement marketing inédit pour la marque, avec un logo floqué sous l'aisselle des joueurs afin de promouvoir son déodorant.

À travers cette opération, 900.care renforce sa visibilité en grande distribution tout en soutenant le dynamisme économique de son territoire industriel.

Technologie et Beauté

Comme chaque année, le Consumer Electronic Show, organisé en janvier à Las Vegas, a mis à l'honneur les innovations technologiques dans le secteur de la beauté, notamment celles impulsées par l'intelligence artificielle.



DigitalScent a développé une machine capable de créer un parfum sur mesure, élaboré pour chaque utilisateur en fonction de son humeur et de ses préférences olfactives.

iPolish a dévoilé des faux ongles en acrylique dont la couleur se modifie de manière quasi instantanée lorsqu'ils sont soumis à une charge électrique.

Amore pacific a dévoilé Skinsight, une plateforme d'analyse de la peau développée avec un groupe de recherche du MIT

NuraLogix permettait également de surveiller l'état général de sa peau et de sa santé en se regardant dans un miroir ou à travers l'écran d'un smartphone.

DE LA “BEAUTY TECH” A LA “LONGEVITY MED-TECH”

« Nous assistons désormais à une véritable extension du domaine de la beauté »

Eric Briones - Edito Journal du Luxe

Le secteur du luxe délaisse l'accessoire pour proposer une véritable souveraineté biologique à travers trois ruptures

AUDIT VITAL

Les objets connectés (comme les balances cliniques) ne mesurent plus le poids, mais pilotent le fonctionnement interne du corps pour en repousser l'obsolescence.

IA PREDICTIVE

L'intelligence artificielle devient un outil médical capable de détecter l'inflammation invisible, transformant le cosmétique en un protocole de longévité.

PHYSIQUE CONTRE LA CHIMIE

Des géants comme L'Oréal privilégient désormais l'énergie (lumière LED, ondes) à la matière pour régénérer le vivant plutôt que de simplement le masquer.

En résumé, l'industrie cosmétique passe de la parure (l'apparence) à la transformation biologique (le contrôle du corps).

Tendances pour 2026

1

SIMPLIFICATION DES ROUTINES



Les routines beauté sont souvent considérées comme étant trop chronophages.

Désormais la moitié des consommateurs sont enclins à privilégier des produits multifonctions, leur permettant de gagner du temps.

2

K-BEAUTY SE DEVELOPPE



La beauté coréenne poursuit sa progression à l'international. NielsenIQ observe plus de 50 % de croissance en valeur, notamment sur le e-commerce européen.

3

BEAUTE ET BIEN-ETRE



Le périmètre du marché beauté s'élargit autour de la recherche du bien-être : compléments alimentaires, produits pour le sommeil.

NielsenIQ estime que cette convergence pourrait augmenter l'opportunité de marché de plus de 60 %.



AMBITION INTERNATIONALE



- INNOVATION SCIENTIFIQUE

Facteurs performance des marques en 2026



PRIX PERCU COMME JUSTE

RESEAUX SOCIAUX



DIMENSION BIEN-ETRE





COSMED est la 1^{ère} Association professionnelle de la filière cosmétique en France fédérant 1000 TPE-PME et ETI. L'Association siège à la Commission Européenne dans les instances d'élaboration de la réglementation cosmétique. Ses contributions et prises de positions réglementaires et scientifiques sont reconnues internationalement. En 2025, Cosmed est reconnue par le Ministère du Travail, organisation patronale représentative de la filière cosmétique dans la Convention Collective des Industries Chimiques (IDCC44).

Elle soutient le développement des entreprises grâce à des services mutualisés : veille réglementaire cosmétique 120 pays, certificats de vente libre, formation, groupement d'achats, congrès et salons, transition écologique.

Cosmed accompagne les stratégies régionales de développement économique et d'attractivité des territoires.

www.cosmed.fr

SVP

SVP conseille et accompagne les dirigeants et les managers en augmentant les capacités humaines, techniques et stratégiques des organisations.

Le groupe compte aujourd'hui 650 collaborateurs, en France et au Canada.

www.svp.com

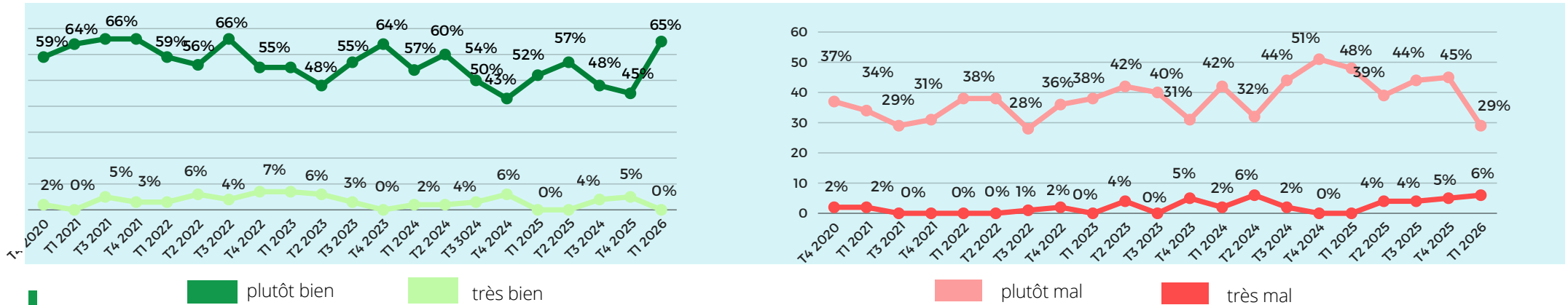
INDICATEURS CLÉS DES TPE-PME-ETI DE LA FILIÈRE COSMÉTIQUE



**SYNTHÈSE TRIMESTRIELLE ET ÉVOLUTION DES CHIFFRES CLÉS
RELATIFS À LA VIE DES ENTREPRISES : INVESTISSEMENTS,
INNOVATION, EMPLOI, PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES**

PERCEPTION DU MARCHÉ

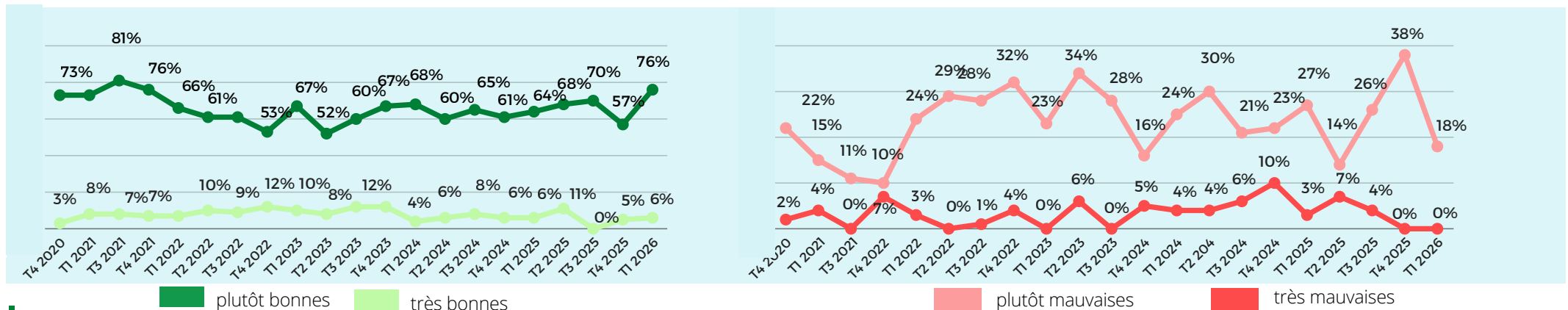
SELON VOUS, COMMENT SE PORTE LE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES EN FRANCE ?



La perception du marché est positive au premier trimestre, en hausse de 30%.

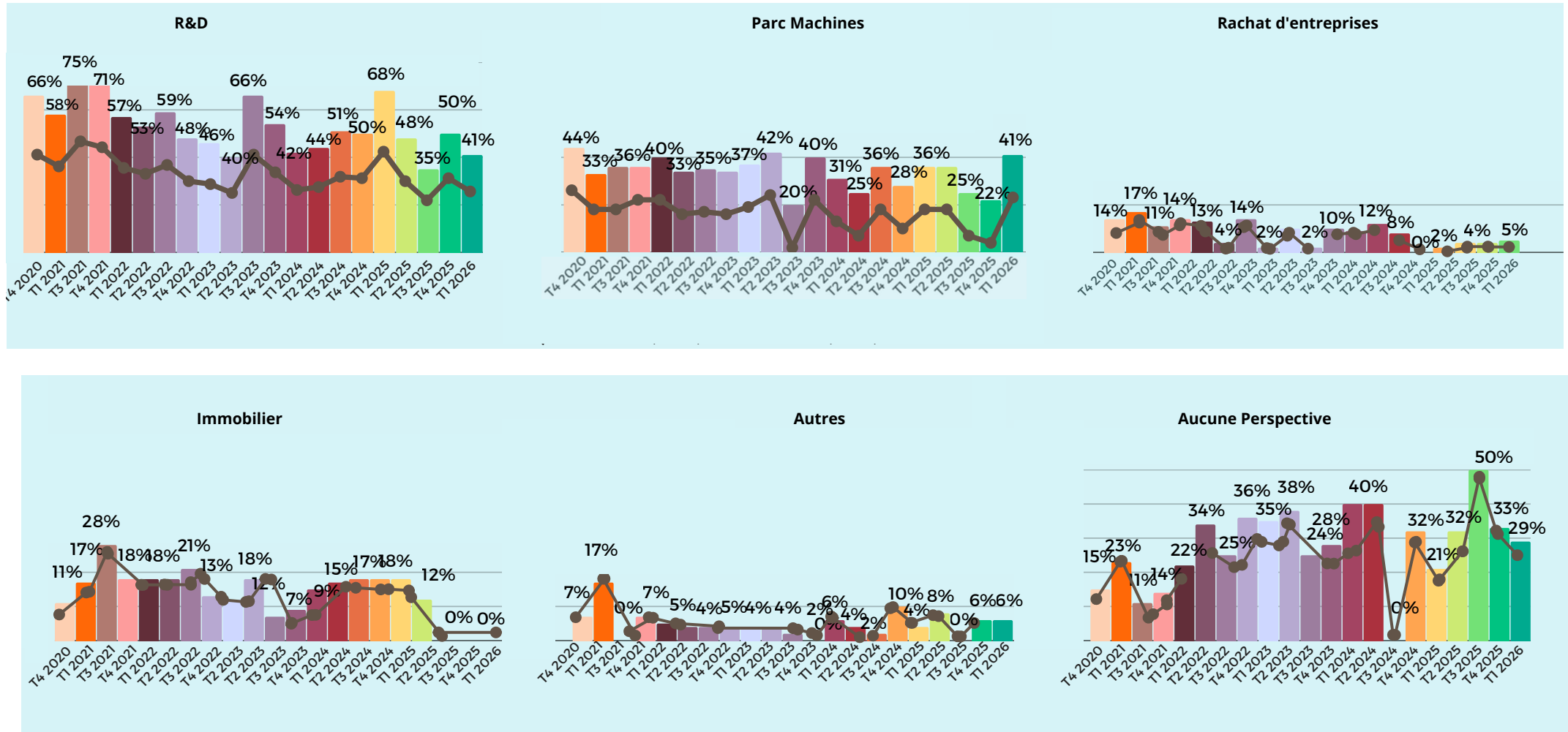
PERSPECTIVES EN ENTREPRISE

ET QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DANS VOTRE ENTREPRISE ?



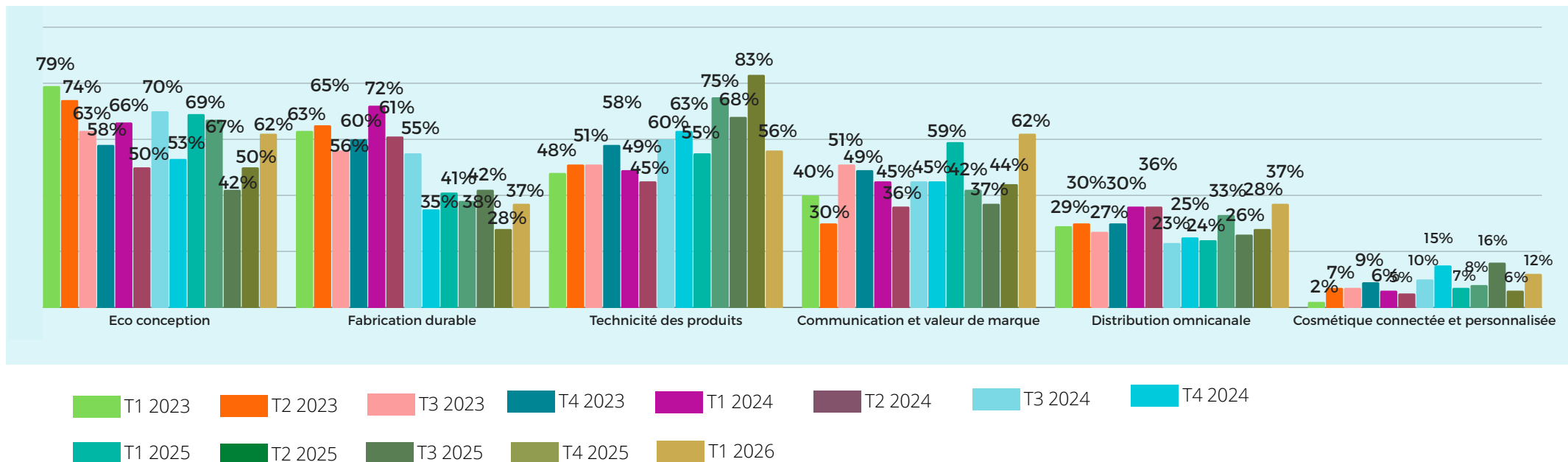
Les perspectives en entreprise sont positives sur le premier semestre

AUJOURD'HUI, AVEZ-VOUS DES PERSPECTIVES D'INVESTISSEMENT ?



Des investissements qui repartent à la hausse même si les entreprises restent encore prudentes.

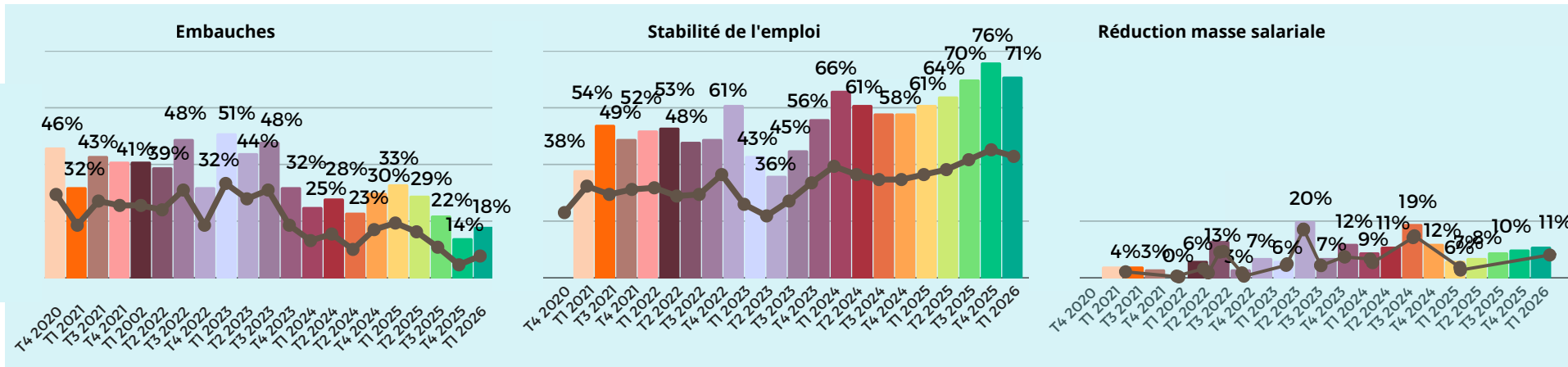
SUR QUELS DOMAINES INNOVER POUR SE DÉVELOPPER ?



La technicité des produits est plus que jamais la première source de développement des entreprises. A noter, la communication et les valeurs de marque redeviennent une priorité pour les entreprises au même niveau que l'écoconception des produits.

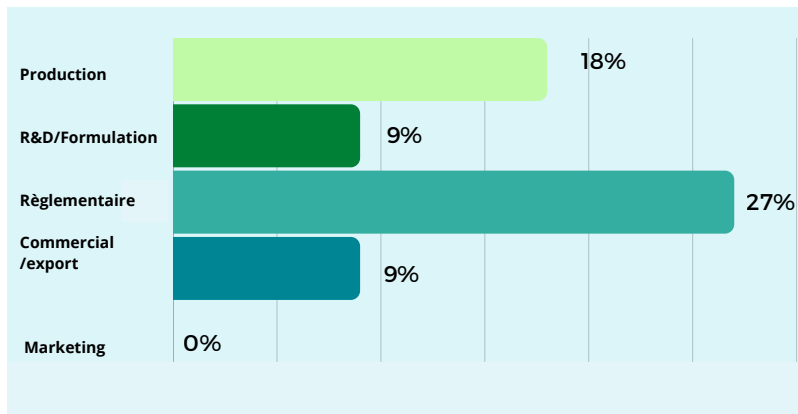
PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - SUJETS SOCIAUX

AVEZ-VOUS DES PERSPECTIVES D'EMPLOI ?



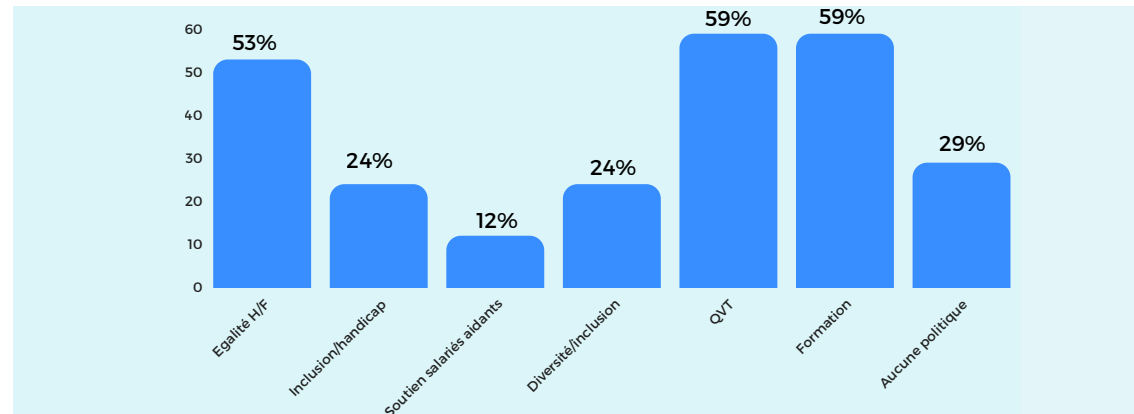
La stabilité de l'emploi, observée dans l'industrie depuis la fin 2024, se poursuit.

QUELS SONT LES PROFILS POUR LESQUELS VOUS RENCONTREZ DES DIFFICULTÉS LORS DE VOS RECRUTEMENTS ?



Les métiers en tension sont sur les profils réglementaires et de production.

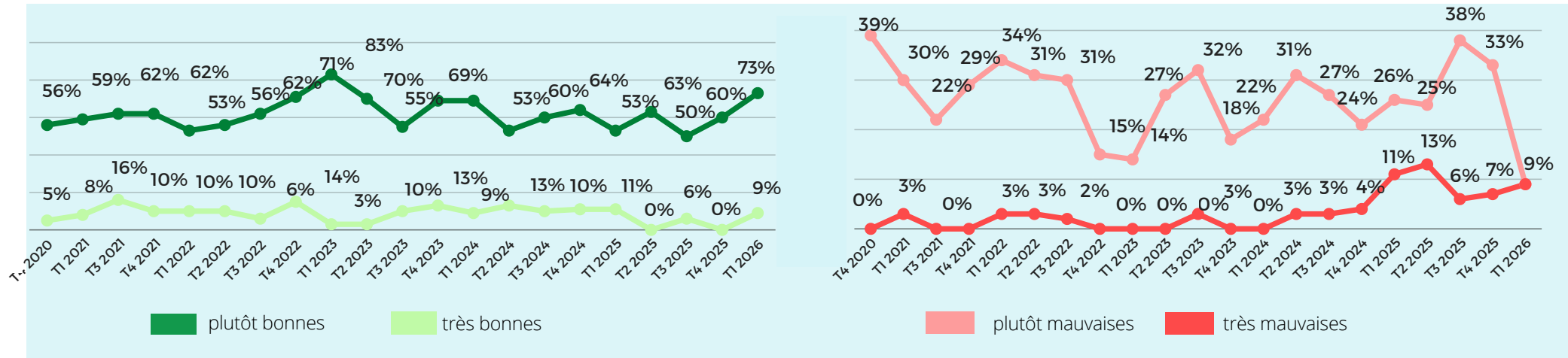
VOTRE ENTREPRISE A-T-ELLE MIS EN PLACE DES POLITIQUES OU ACTIONS INTERNES SUR LES SUJETS SUIVANTS ?



Les entreprises priorisent les leviers internes de performance (QVT, formation, égalité) tandis que les politiques d'inclusion et de diversité restent à développer.

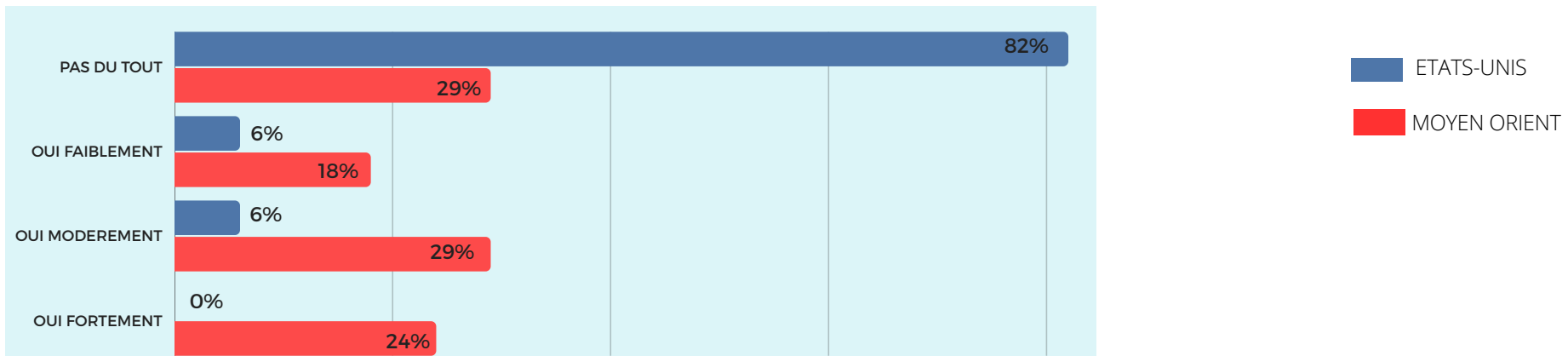
PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - EXPORT

EXPORT : VOS PERSPECTIVES SONT...?



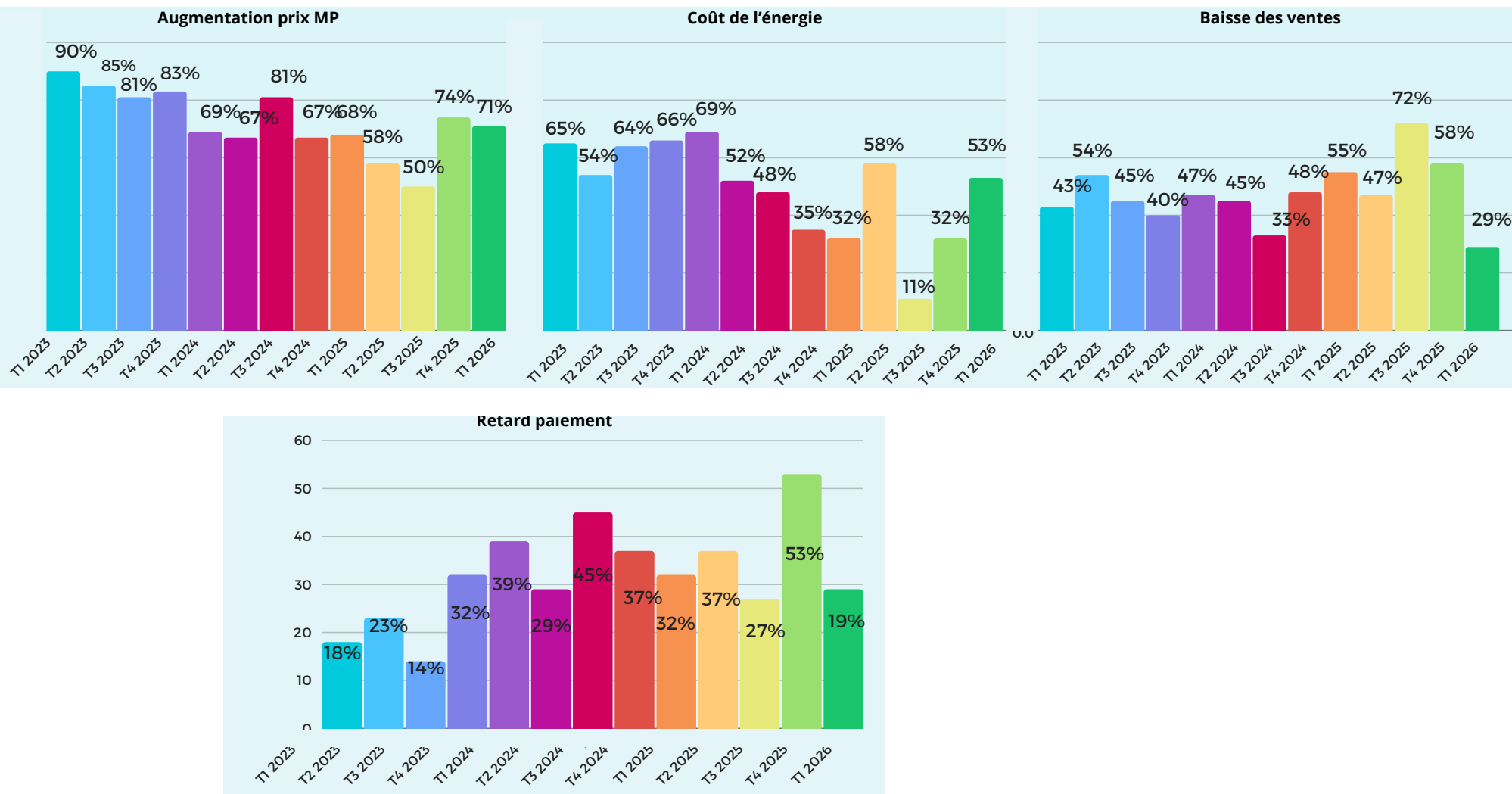
L'export reste une source de développement pour les entreprises.

QUESTIONS D'ACTUALITE - LA SITUATION AUX ETATS-UNIS (DROITS DE DOUANE) ET LE CONFLIT AU MOYEN ORIENT IMPACTENT - ILS VOTRE ENTREPRISE ?



PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - DIFFICULTÉS

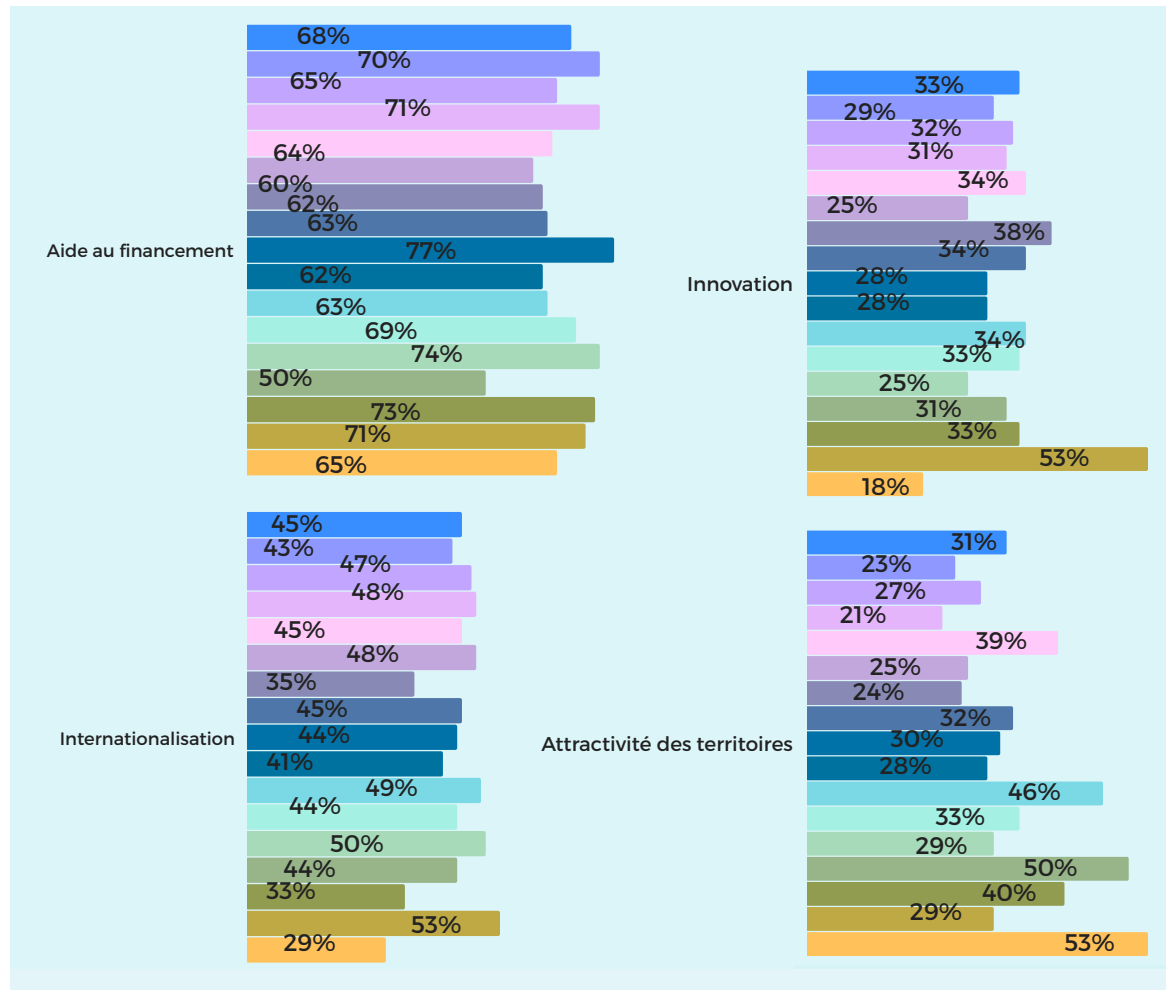
QUELLES DIFFICULTÉS IMPACTENT AUJOURD'HUI VOTRE ENTREPRISE ?



L'augmentation du coût des matières premières et de l'énergie sont les principales difficultés rencontrées par les entreprises en ce début 2026.

PERSPECTIVES EN ENTREPRISE -AIDES DES REGIONS

QUELS LEVIERS POURRAIENT ÊTRE ACTIONNÉS PAR LES RÉGIONS POUR VOUS ACCOMPAGNER ?

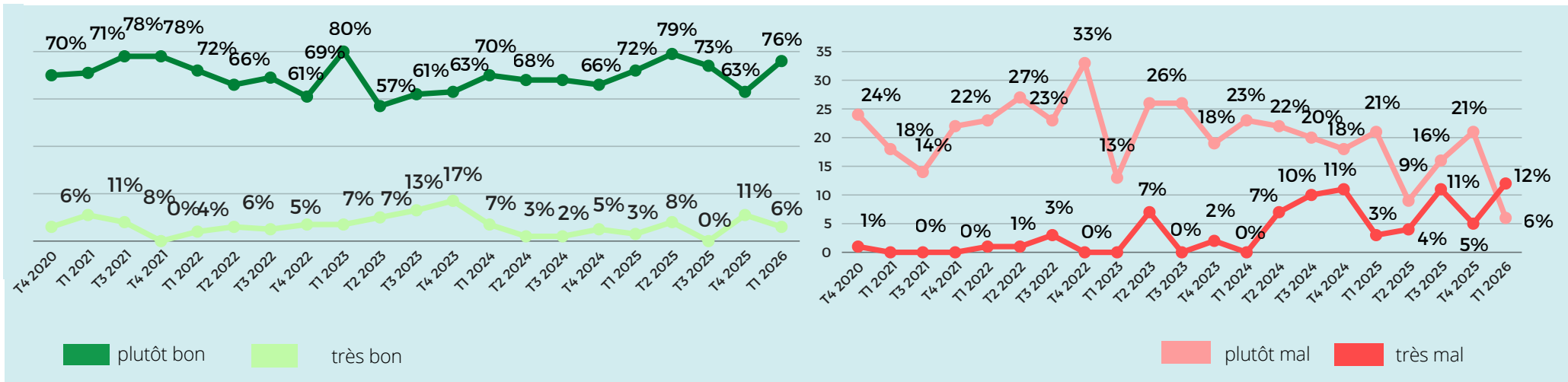


L'aide au financement et l'attractivité du territoire apparaissent comme les principaux leviers publics de croissance, traduisant un besoin prioritaire de capital et d'écosystème favorable.



MORAL DES DIRIGEANTS

COMMENT QUALIFIEZ-VOUS VOTRE MORAL DE DIRIGEANT D'ENTREPRISE DU SECTEUR COSMÉTIQUE ?



Le moral des dirigeants reste globalement positif au premier trimestre 2026. Toutefois, pour la première fois depuis la création du baromètre, une part d'entre eux exprime des inquiétudes très marquées.