

RAPPORT COSMED-SVP

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

3^{ème} Trimestre 2024



COSMED

L'ASSOCIATION DES PME DE LA FILIÈRE COSMÉTIQUE

SVP

INFORMATION
DÉCISIONNELLE



Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

Incertitudes sur le plan politique et économique

La parenthèse enchantée des Jeux Olympiques de Paris apparaît désormais bien loin du quotidien des Français.

Ces deux semaines de concorde nationale avaient notamment permis de soutenir l'activité en France durant le troisième trimestre (+0,4% PIB selon l'INSEE).

Les premiers jours de l'automne nous plongent désormais dans de nombreuses incertitudes, à la fois sur le plan politique et sur le plan économique.

Bien que tardive, la nomination d'un nouveau premier ministre a enfin eu lieu le 5 septembre avec la désignation de Michel Barnier. Le gouvernement a été connu quant à lui le 21 septembre. Toutefois, l'instabilité des coalitions à l'Assemblée nationale rend aléatoire toute projection à moyen terme concernant la gouvernance de notre pays.

Cette instabilité politique et le manque de visibilité sur les orientations budgétaires de l'Etat installent un climat d'incertitude pour l'ensemble de l'économie française.

Les entreprises du secteur cosmétique sont bien évidemment impactées par cet environnement délétère.

Sans horizon stable, difficile d'avoir une politique d'investissement pérenne, d'évaluer les charges de recrutement de nouveaux collaborateurs ou encore d'avoir de la visibilité sur les leviers de soutien financier proposés par l'Etat.

En parallèle, le plan de rigueur annoncé par le premier ministre, synonyme de hausses d'impôts directes et indirectes pour les ménages français, aura également des conséquences sur le pouvoir d'achat de ces derniers.

L'INSEE a déjà estimé que la croissance du PIB sera nulle (0%) au cours du dernier trimestre 2024.

Atouts du secteur cosmétique

Alors que les mauvais signaux se multiplient, le secteur cosmétique devra une nouvelle fois faire preuve de résilience, porté par ses fondamentaux, notamment le dynamisme des exportations, et par un engagement croissant de ses consommateurs de plus en plus jeunes.

➤ Dynamisme des exportations

Au cours du premier semestre 2024, les exportations françaises de cosmétiques ont enregistré un niveau jamais atteint avec un chiffre d'affaires généré de 11,3 Mds€, soit une croissance de 7,7% par rapport au premier trimestre 2023.

La zone Europe demeure le principal marché avec 5,5 Mds€ de chiffre d'affaires, soit presque la moitié des parts de marché (49,2%), en croissance de 8,2%.

Ces chiffres sont d'autant plus remarquables que 2023 constituait une année record, avec la barre symbolique des 20 Mds€ franchie pour la première fois (21,3 Mds€).

➤ Engagement de la génération Alpha

L'industrie cosmétique peut se réjouir à moyen terme de l'engagement porté par la génération alpha, née à partir de l'année 2010.

Cette population encore adolescente, qui représente donc les futurs consommateurs, commence à utiliser des produits de soins beaucoup plus tôt que les générations précédentes.

Si les marques arrivent à capter cet engagement dès aujourd'hui, elles pourront donc s'inscrire dans une relation pérenne avec ces derniers.

Attention toutefois à être en adéquation avec les attentes de cette nouvelle génération, très sensible aux questions environnementales et sociétales. La transmission de valeurs positives par les marques sera un vecteur de fidélisation.

Executive summary

Environnement réglementaire

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

PFAS : Mobilisation des pouvoirs publics face à la présence régulière de ces polluants

L'exposition à des niveaux élevés de PFAS dans la vie quotidienne a été régulièrement mentionnée au cours du dernier trimestre.

En parallèle, les instances européennes mettent en place un cadre réglementaire pour limiter l'utilisation de ces substances dans de nombreux secteurs industriels.

ENQUÊTE DE LA CELLULE D'INVESTIGATION DE RADIO FRANCE

89 prélèvements d'eau du robinet ont été réalisés dans différentes villes de France, puis ont été transmis à un laboratoire d'analyse.

Les résultats, publiés mi-septembre, révèlent que près de la moitié des échantillons présentaient des taux de PFAS anormalement élevés.

43%

Proportion d'échantillons d'eau du robinet présentant des taux préoccupants



A partir du 1er janvier 2026, les collectivités auront l'obligation de faire tester l'eau du robinet afin de détecter la présence éventuelle de 20 polluants éternels.

Sources : <https://echa.europa.eu/fr/-/highlights-from-september-2024-rac-and-seac-meetings>
https://www.francetvinfo.fr/enquetes-franceinfo/enquete-franceinfo-eau-du-robinet-notre-carte-de-france-de-la-contamination-aux-polluants-eternels_6788578.html
<https://www.francebleu.fr/infos/environnement/polluants-eternels-la-commission-europeenne-elargit-certaines-restrictions-pour-une-categorie-de-pfas-3097359>



L'ECHA, Agence européenne des produits chimiques, a adopté plusieurs avis sur la classification et l'étiquetage harmonisés des substances dangereuses

C'est notamment le cas pour le talc, pour lequel le comité d'évaluation des risques recommande d'ajouter les classifications suivantes :

- Cancérogène 1B, H350, peut provoquer le cancer,
- STOT RE 1, H372 substance causant des dommages aux poumons.

En parallèle dans le cadre de cette même agence certains pays européens (Allemagne, Danemark et Suède) portent une proposition d'interdiction de l'ensemble des PFAS, sauf pour les usages dit essentiels comme la médecine ou la transition énergétique.

Cette initiative n'est pas soutenue par la France pour l'instant.



La Commission européenne a annoncé, jeudi 19 septembre, avoir adopté de nouvelles restrictions sur un sous-groupe de PFAS..

L'acide undécafluorohexanoïque (PFHxA) sera interdit dans des produits comme les textiles, emballages alimentaires et cosmétiques, après une période de transition allant de 18 mois à 5 ans.

Déploiement de la directive CSRD

Le déploiement de la nouvelle directive CSRD fait l'objet de tribunes mettant en avant les opportunités qu'elle offre pour la durabilité des entreprises, tandis que certains entrepreneurs soulignent, à l'inverse, son caractère chronophage et fastidieux.

Au niveau européen, Mario Draghi suggère qu'elle pourrait constituer une contrainte administrative supplémentaire.

Restitution de l'enquête sur la CSRD

La C3D, association au service des transformations de modèles d'affaires socialement responsables, a réalisé une enquête sur la mise en application de la directive CSRD.

Cette enquête a été menée entre février et mars 2024 auprès de 85 dirigeants d'entreprise, majoritairement issus de grandes entreprises, qui seront les premières concernées par la CSRD en janvier 2025.

70%

Part des dirigeants jugeant l'ambition de cette directive comme «très importante»

57%

Part des dirigeants trouvant l'application de la directive très coûteuse

Surcharge de travail

L'impact de cette directive sur la charge de travail, est jugée de la manière suivante en équivalent temps plein d'un salarié (ETP)

11%

Pas d'impact

43%

Equivalent d'un ETP

26%

Deux ETP

20%

Trois et cinq ETP

Source : Enquête C3D

<https://www.cdcd.fr/application-csrd-restitution-enquete-85-entreprises/>

RAPPORT EN FAVEUR DE LA COMPÉTITIVITÉ EUROPÉENNE 9 Septembre 2024

Dans son rapport présenté à Ursula Van der Leyen, Présidente de la Commission européenne, Mario Draghi, ex-président du Conseil Italien et ancien président de la BCE, épingle la mise en place de la CSRD auprès des entreprises européennes.



Il considère en effet cette directive comme une contrainte administrative susceptible d'impacter la compétitivité des entreprises européennes.

De manière générale c'est l'ensemble du reporting de durabilité de l'UE et son dispositif de devoir de vigilance qui pourraient être à revoir selon lui.

Les propos de Monsieur Draghi font écho à la feuille de route d'Ursula von der Leyen, qui s'est engagée, en juillet dernier, à réduire ce qu'elle considère comme un fardeau administratif pour les entreprises.

Source :

https://commission.europa.eu/document/97e481fd-2dc3-412d-be4c-f152a8232961_en

RSE : Portail à destination des entreprises et attentes auprès des Français

L'adoption de modèles économiques vertueux par les entreprises est aujourd'hui nécessaire, pour répondre à la fois aux problématiques réglementaires et aux attentes des consommateurs.



Portail RSE

Un chemin unique pour connaître et répondre à ses obligations RSE

Vérifier mes obligations en 30 sec

Un portail RSE à destination des entreprises a été mis en place par le ministère de l'Economie et des Finances

Celui-ci permet d'accompagner les entreprises dans leur mise en conformité avec les réglementations RSE.

Le portail dispose actuellement des trois rubriques suivantes :
Mon Espace simulation, Réglementations RSE, Tableau de Bord.



Mon espace simulation

Découvrez en 30 secondes à quelles réglementations votre entreprise est soumise.



Les réglementations RSE

Consultez nos fiches sur les réglementations RSE, dont la CSRD.



Mon tableau de bord

Piloter et suivre mes obligations depuis mon tableau de bord.

A terme, le portail proposera aux entreprises un espace dédié leur permettant de renseigner leurs indicateurs ESG (Environnement, Social, Gouvernance) et de piloter leurs obligations extra-financières.

Source : <https://portail-rse.beta.gouv.fr/>

Le dernier baromètre réalisé par l'IFOP au sujet du rapport des Français à la RSE souligne une nouvelle fois l'importance que ces derniers accordent à la sauvegarde environnementale.

78%

Pour plus de ¾ des sondés, l'adaptation au changement climatique doit être une priorité du nouveau gouvernement.



Etude auprès des Français sur la RSE pour le forum de Giverny

Vague 6 | Septembre 2024

N° 121 044
Coauteur de l'étude
François Dubois / Marie-Françoise / Yvonne Elèvevent-Benoit
Département Opinion et Stratégies d'entreprise
01 43 34 14 44
info@cerce-giverny.com

L'entreprise demeure au centre de ces attentes en matière environnementale.



77% des Français estiment notamment qu'on devrait inciter les entreprises à financer des projets environnementaux en dehors de leur périmètre d'activité.

Source : IFOP, Forum Giverny
Enquête réalisée en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population du 04 au 05 septembre 2024.

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

- Été 2024 : Make-Up sur les réseaux sociaux
- Protection Solaire : Une vigilance encore incertaine chez les Français

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

Été 2024 : Make-Up sur les réseaux sociaux

Au cours de l'été 2024, de nombreuses tendances, en matière de maquillage et soins du visage, ont été relayées sur les réseaux sociaux

BLUSH BLINDNESS

Après avoir été omniprésent sur les réseaux sociaux, avec des techniques comme le "double blush" et le "Sunset blush", le blush commence à être critiqué pour son usage excessif.

Le terme "blush blindness" est apparu, ridiculisant ceux qui en mettent trop.



Cette nouvelle tendance pourrait signaler un déclin de l'utilisation du blush.

HEAT STROKE MAKEUP

Le "heat stroke makeup", nouvelle tendance populaire sur TikTok, cherche à reproduire les effets visuels d'une journée passée sous un soleil intense.



L'effet est obtenu en appliquant du blush, non seulement sur les pommettes, les paupières ou les lèvres, mais aussi sur le torse.

TEEN SKINCARE

Cette motion met notamment en avant l'importance de la qualité des produits et du discours véhiculé par les marques.



Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

- Été 2024 : Make-Up sur les réseaux sociaux
- **Protection Solaire : Une vigilance encore incertaine chez les Français**

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

Protection Solaire : Une vigilance encore incertaine chez les Français

Au cours de la période estivale, différents sondages ont analysé le rapport des Français à la protection solaire.

Malgré une prise de conscience de l'importance de se protéger avec des produits adaptés, le passage à l'acte reste plus mesuré, particulièrement chez les adolescents et jeunes adultes.

Près de trois quarts des Français déclarent utiliser de la crème solaire lors de leur exposition solaire.



Cette proportion baisse environ de moitié en l'absence d'exposition directe.

Galéniques régulièrement utilisés par les français



En termes de galénique, les Français ont une préférence pour les protections sous forme de crème, puis de spray.

Ils sont en revanche moins familiers des huiles.

Adolescents et jeunes adultes

De nombreuses enquêtes récentes soulignent que l'utilisation d'écrans solaires chez les adolescents et les jeunes adultes demeure insuffisante.



Ce phénomène s'est accentué au cours de l'été 2024 en raison de la profusion de fausses informations sur les réseaux sociaux, soulignant la dangerosité des crèmes solaires.

PROTECTIONS SOLAIRES MAISON INEFFICACES

C'est particulièrement le cas aux Etats-Unis, pays dans lequel près de 15% des moins de 35 ans estiment qu'une application régulière de crème solaire est plus néfaste pour la santé qu'une exposition directe au soleil.

On note en conséquence un intérêt croissant pour les produits solaires faits maison, n'offrant aucune garantie en matière de protection.

COUPS DE SOLEIL, REMÈDE ANTI-ACNÉ

De nombreuses vidéos d'influenceuses américaines ont souligné l'intérêt des coups de soleil pour lutter contre l'acné.

Ces contenus relayés sur Tik Tok cumulent des millions de vues.

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

Cosmétique : Verbatim collectés (1/3)

Nous avons paramétré notre outil de surveillance du web afin d'y collecter les conversations sur les cosmétiques

RÉSULTATS DANS LE TEMPS



58 000

Nombre de verbatim traitant de la cosmétique

18 000

Nombre de verbatim programmés en septembre-octobre 2024

- Périmètre de la recherche :
 - Langue : verbatim rédigés en France, en langue française.
 - Période : 1^{er} Juillet au 30 Septembre 2024
 - Prévisions : 1^{er} Octobre au 31 Octobre 2024
 - Sources analysées : les blogs, les forums, les réseaux sociaux, les sites Internet d'avis ainsi que les articles et les commentaires issus des médias en ligne.

Le ressenti exprimé est majoritairement neutre ou positif

RÉPARTITION PAR SENTIMENT

Sentiment	Résultats
Positif	21.6K 5.3%
Neutre	29K 23.4%
Négatif	7.4K

Le taux d'engagement des verbatims est légèrement inférieur à la période précédente, avec une baisse de 12,4%

ENGAGEMENT

349.3K

↘ 12.4%
Par rapport à la période précédente

Cosmétique : Verbatim collectés (2/3)

Thématiques associées aux cosmétiques

(Juillet 2024 – Septembre 2024)

L'analyse des réseaux sociaux permet de dégager les principales thématiques associées au marché des cosmétiques.

Thèmes croissants

#Cosmétique

#nature

#naturel

#cosmetics

#soinsvisage

#shorts

#venteprivee

#cosmetiquebio

#beauty

Nouveaux thèmes

#cosmetiquesnaturels

#cosmetiquesbio

#cosmétiquesnaturels

Thèmes décroissants

#France

#beaute

#makeup

#maquillage

#Fortnite

Les thématiques liées à la naturalité ou au caractère bio des cosmétiques, ont été beaucoup plus présentes au cours de ce trimestre, tout comme les mentions sur les soins du visage.

A l'inverse, au cours de cette même période, le « made in France » a été moins relayé par les marques tout comme les mentions relatives au maquillage (makeup, maquillage).



Cosmétique : Verbatim collectés (3/3)

Parmi les verbatims collectés, ces trois thématiques ont été régulièrement citées :

MAQUILLAGE - PARFUMS

1712 RESULTATS



- Plusieurs articles soulignent la qualité de l'écosystème français qui abrite de nombreux sièges d'entreprises du luxe, positionnés notamment sur le segment du maquillage et du parfum. A ce sujet les problématiques de propriété intellectuelle ont fait l'objet de plusieurs mentions.
- De nombreux tutoriels de maquillage ont également été publiés, certains mettant en scène des poupées Barbie en instance de transformation.

SOINS DE LA PEAU

954 RESULTATS



- Plusieurs vidéos présentant des routines de soin permettant d'avoir une belle peau ont été publiées et relayées. C'est le cas notamment d'un post Youtube de l'influenceuse Lindsay Paul intitulé « Ma routine pour avoir une belle peau rapidement ».
- Certaines publications mettent l'accent sur les bienfaits de l'huile d'argan, pour le soin de la peau, en raison de ses vertus hydratantes, réparatrices et anti-inflammatoires. L'huile permet en outre de lutter contre les boutons de varicelle, l'acné, la peau sèche et les rides.

COSMETIQUE BIO

399 RESULTATS



- De nombreuses vidéos de tests de produits avec des témoignages de clients ont été publiées.
- L'accent est mis sur le côté « clean » et la pureté des produits, de nombreuses marques soulignant leur utilisation d'ingrédients non toxiques et biodégradables.
- Plusieurs publications mentionnent la collaboration et les partenariats entre les influenceurs et les marques, suggérant qu'il pourrait y avoir un certain niveau de parrainage ou de promotion.

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

L'année 2024 démarre sur des bases records

Les exportations françaises de cosmétiques, ont enregistré un chiffre d'affaires de 11,3 milliards d'euros au cours du premier semestre 2024. Il s'agit d'une augmentation de 7,7% par rapport au premier semestre 2023.



11,3 Mds€

Les exportations de cosmétiques ont atteint le niveau record de 11,3 Mds€ au cours du premier semestre 2024.

Cette croissance de 7,7%, par rapport à la même période de l'année précédente, est d'autant plus notable que 2023 constitue l'année la plus prolifique pour les exportations de cosmétique.

Zone Europe dominée par l'Allemagne



L'Europe demeure le principal marché avec un chiffre d'affaires de 5,5 Mds€, soit presque la moitié des parts de marché (49,2%), en croissance de 8,2%.

L'Allemagne, principal partenaire européen de la France, a généré un milliard d'euros de chiffre d'affaires sur les six premiers mois de 2024.

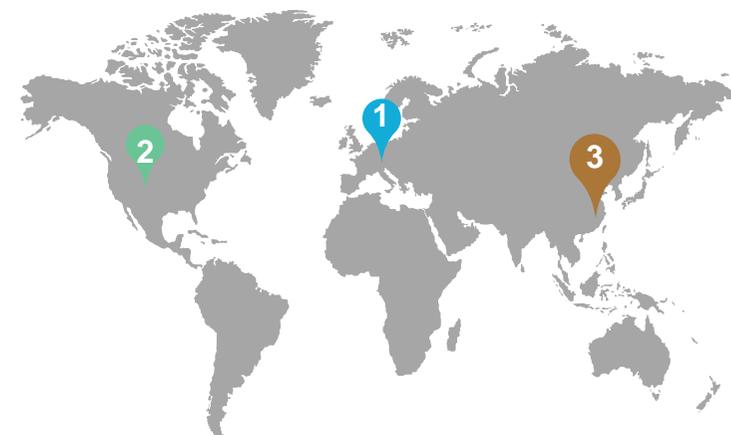
Etats-Unis en hausse, Chine en baisse



Avec 12,8% de parts de marché, les Etats-Unis sont le deuxième marché, derrière l'Europe.

La Chine, troisième marché, affiche pour la première fois un repli des ventes, avec une baisse de 2,7%

Principaux marchés à l'export 1^{er} Semestre 2024



UNION EUROPÉENNE
49,2 % exportations
5,5 Mds€
+8,2%
(1erS 2023 – 1erS 2024)



ETATS-UNIS
12,8 % exportations
1,41 Mds€
+19%
(1erS 2023 – 1erS 2024)



CHINE
8,9% exportations
972 M€
-2,7%
(1erS 2023 – 1erS 2024)

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités

Perspectives

THE BODY SHOP : liquidation judiciaire en France et repreneur pour la maison mère

➤ Cessation d'activité en France

- Le tribunal de commerce de Paris a officialisé, le 17 juillet dernier, la liquidation judiciaire de l'enseigne BodyShop France.



- La seule offre de reprise restante, celle de la Maison Berger, n'a pas été retenue après le retrait d'Horizon Pharma.

The Body Shop a donc cessé son activité en France, pays dans lequel l'enseigne possédait 60 boutiques.



- Le stock de The Body Shop va être écoulé chez des discounters tels que Normal et Mistigriff, enseignes dans lesquelles les produits seront vendus à prix réduits

➤ Un repreneur pour la maison mère

- La maison-mère de l'enseigne a officialisé le 7 septembre dernier avoir trouvé un repreneur : la société d'investissement Auréa.
- Elle entend revitaliser l'activité du groupe en misant notamment sur l'innovation produit et sur l'expérience d'achat entre les différents canaux de vente.

NOUVELLE GOUVERNANCE

Mike Jatania
Président de l'enseigne
Co-Fondateur de Auréa



Charles Denton
DG de l'enseigne
Ancien DG du parfumeur
Molton Brown

« Revitaliser l'activité de Body Shop nécessitera une action courageuse ».

Charles Denton, Directeur Général The Body Shop

- Auréa devrait conserver les activités de la marque en Australie et en Amérique du Nord, selon la BBC.
- En revanche, un éventuel retour en France ne semble pas faire partie des priorités actuelles.

Groupe l'Oréal

➤ FTSE : Le groupe L'Oréal se classe à la cinquième place

- L'Oréal Groupe se classe à la cinquième place du TOP 100 mondial de l'indice FTSE pour la diversité et l'inclusion.



Le groupe se positionne également au premier rang des entreprises françaises du classement, parmi plus de 15 500 structures évaluées dans le monde.

- Parmi les 24 indicateurs évalués par l'indice FTSE, on retrouve quatre piliers : diversité, inclusion, développement des personnes et actualités et controverses.



Source : L'Oréal Finance

➤ Déploiement de QR Codes

- L'Oréal a annoncé dans l'été un plan d'action pour améliorer la traçabilité et la transparence de ses produits en utilisant des QR codes sérialisés.

OBJECTIFS



Permettre aux consommateurs d'accéder à des informations détaillées sur les produits : composition, ingrédients, bénéfices,



Prévenir les contrefaçons grâce à des identifiants uniques.

Nombre de produits commercialisés par l'Oréal chaque année dans le monde



7 Mds

Nombre de produits déjà équipés d'un QR Code et objectifs

2024	Objectif 2025	Objectif 2026
1 Md	3 Mds	7 Mds

- A l'exception de quelques produits de trop petite taille, l'ensemble des produits commercialisés par l'Oréal sont voués à posséder un QR code d'ici fin 2026.

Sources : L'Oréal, Les Echos

COSMED : Congrès scientifique sur l'IA

➤ Intelligence Artificielle

- A l'occasion du 24^e congrès scientifique organisé par Cosmed, la thématique de l'IA et les avancées technologiques en la matière ont été abordées par un panel d'experts.
- Plusieurs cas pratiques concernant l'impact de l'IA sur la chaîne de valeurs ont été abordés :
 - Concepts fondamentaux,
 - Réflexes juridiques
 - Développement de produits innovants,
 - Nouvelles associations de polymères naturels
 - Formulation cosmétique,
 - Service de l'ACV des ingrédients et des produits finis
 - Biais et créativité pour le cerveau humain

Vincent Fauchoux, Avocat associé,
est intervenu sur les enjeux juridiques en la matière



Au cours de son intervention il a souligné les risques de confidentialité liés à l'utilisation de services d'IA gratuits. Il recommande ainsi l'utilisation des services payants pour une meilleure protection des données.

L'avocat conseille en outre de mettre en place une chartre d'utilisation de l'IA dans les entreprises, couvrant des aspects comme la sécurité des données, l'éthique et la conformité réglementaire, tout en ajustant les contrats avec les partenaires.

Source : Cosmed

A promotional graphic for the 24th COSMED Scientific Congress. It features a woman in a white lab coat and glasses pointing at a computer monitor, with a white humanoid robot standing next to her. The background is light blue with a large white circle. Text elements include '24^e CONGRÈS Scientifique COSMED' in the top left, '27. SEPT MONTPELLIER' in the top right, and 'QUAND L'IA S'INVITE DANS LES LABORATOIRES' and 'COSMÉTIQUES' in large, bold letters at the bottom. The COSMED logo and website information are at the very bottom.

Oh My cream – Distribution

➤ Pop-Up Store Digital

- Le concept-store de la beauté alternative Oh My Cream lance un pop-up store digital sur son site afin de proposer neuf marques de beauté inédites, pendant une durée de six mois.
- Cette initiative, qui mixe shop-in-shop et pop-up store, permet de contourner les limitations d'espace de leurs boutiques physiques de 50 m².



➤ Partenariat avec Le Boncoin

- Parallèlement, Oh My Cream s'associe avec Leboncoin pour vendre une sélection d'objets de décoration liés à l'univers de la salle de bain.
- Ces objets, identifiés par l'enseigne, sont disponibles sur Leboncoin et dans leur flagship à Paris. Les bénéfices des ventes seront reversés à La Fondation des Femmes.

Sources : LSA, Oh My Cream

Phocéenne de Cosmétique – Relocalisation

- Un an après l'opération de rachat, la Phocéenne de Cosmétique a relocalisé la production des Laboratoires Vendôme en France, après 18 ans d'activité à l'étranger.
- La production, auparavant réalisée en Pologne et Italie, est désormais assurée par des sous-traitants en Bretagne, Normandie et PACA.

Augmentation estimée des
coûts de production

+15%



« En contrepartie nous gagnons en souplesse industrielle, en consommation énergétique et en durabilité avec des émissions de gaz à effet de serre réduites de 10 %. »

Eric Renard, Cofondateur et président de La Phocéenne de Cosmétique



OBJECTIFS

Renforcement de son engagement
environnemental

Amélioration de la compétitivité à
l'international

Sources : Usine Nouvelle, Les Echos

SOMMAIRE

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

- Habitudes de consommation en 2026
- Emergence de la génération Alpha

Habitudes de consommation en 2026

Le cabinet d'étude de tendances WGSN présente certaines évolutions sociétales, susceptibles d'avoir d'ici 2026 un impact sur les habitudes de consommation.



ÂGE ET STÉRÉOTYPES

- Alors que la pyramide des âges diffère selon les pays, il appartiendra aux industriels d'éviter de segmenter leur offre produit ou packaging selon des classes d'âge bien définies.
- En effet si certains pays connaissent un vieillissement de leur population, d'autres au contraire enregistrent une croissance démographique chez les plus jeunes.



NOUVELLES TECHNOLOGIES

- Le potentiel des nouvelles technologies en matière commerciale n'est plus à présenter. Il conviendra toutefois de les manier avec responsabilité et transparence
- L'Intelligence artificielle devra notamment être mise à disposition du consommateur afin de créer une complémentarité avec les services proposés.



ECORESPONSABILITE

- La prise en compte des problématiques écoresponsables de la part des marques demeurera encore en 2026 un critère essentiel de choix pour le consommateur.
- Les pratiques de green washing, masquant un engagement défaillant en la matière, seront bien sûr à proscrire.



ARBITRAGE ACHAT

- L'arbitrage entre achat éthique et achat esthétique demeurera encore une constante d'ici deux ans.
- Toutefois l'appétence des consommateurs pour des produits écoresponsables sera toujours plus prégnant.



VALEURS POSITIVES

- L'humour et la joie deviendront des leviers d'engagement et de fidélisation des consommateurs.
- Une approche basée sur la surprise et sur la transmission de valeurs positives sera de nature à favoriser la création de liens pérennes et de qualité avec les clients.

SOMMAIRE

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

- Habitudes de consommation en 2026
- Emergence de la génération Alpha

Emergence de la génération Alpha

➤ Des consommateurs engagés

- La génération Alpha, née à partir de l'année 2010, représente l'avenir de la consommation dans de nombreux secteurs, notamment la cosmétique.

Génération Alpha

2 Mds

Habitants dans le monde



« Skin Intellectuals »

Cette génération commence à consommer des produits de soin de la peau beaucoup plus tôt que les générations précédentes.

Selon un sondage réalisé par Kantar, une augmentation de la routine beauté sur l'année écoulée est constatée.

ROUTINE BEAUTÉ

+22%

Crème de nuit

+125%

Sérums visage

+34%

Produits ciblant des problèmes spécifiques

+9%

Lavage du visage

+5%

Crème hydratante

+9%

Produits pour les rides

➤ Positionnement des marques

- Cette évolution des comportements est une véritable opportunité pour les marques de créer une relation de long terme avec ces jeunes consommateurs.
- Ces derniers sont toutefois attachés à ce que la fabrication et l'acheminement des produits proposés puissent être réalisés de manière responsable et respectueuse de l'environnement.



➤ Accompagner le passage à l'adolescence et à l'âge adulte

- La routine beauté assez soutenue des adolescents peut évoluer de manière notable quand ces derniers deviennent plus autonomes et notamment lorsqu'ils quittent le foyer familial.

Eviter une dégradation de la routine beauté

Avec de nouveaux arbitrages financiers à réaliser lorsque l'on ne vit plus chez ses parents, et face à un rythme de vie potentiellement plus décousu, la routine de soin peut s'avérer impactée, en étant plus minimaliste et moins rythmée.

Proposer de nouvelles solutions

Face à ces enjeux les marques doivent proposer des solutions multifonctionnelles et économiques répondant aux principales préoccupations des jeunes adultes.

Elles doivent réussir à véhiculer un message positif et responsable en matière de soins capillaires et cutanés.



COSMED est la 1^{ère} Association professionnelle de la filière cosmétique en France fédérant 1030 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.

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 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

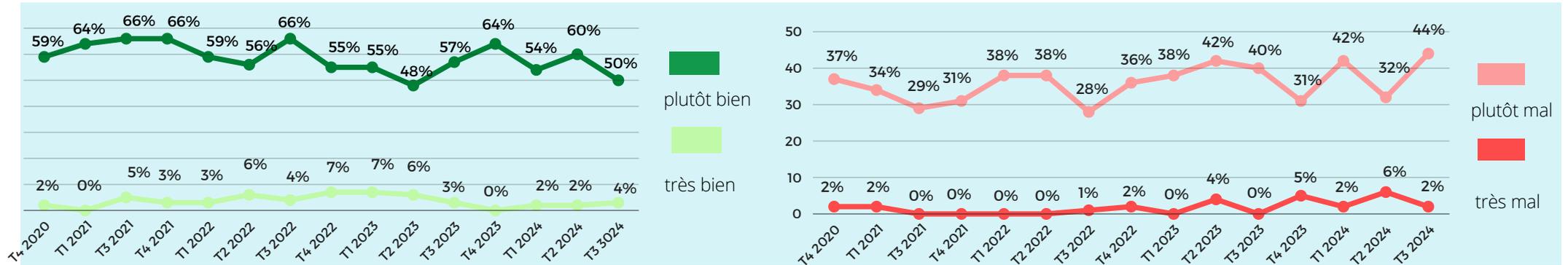
INDICATEURS CLÉS DES TPE-PME-ETI DE LA FILIÈRE COSMÉTIQUE



**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 ?

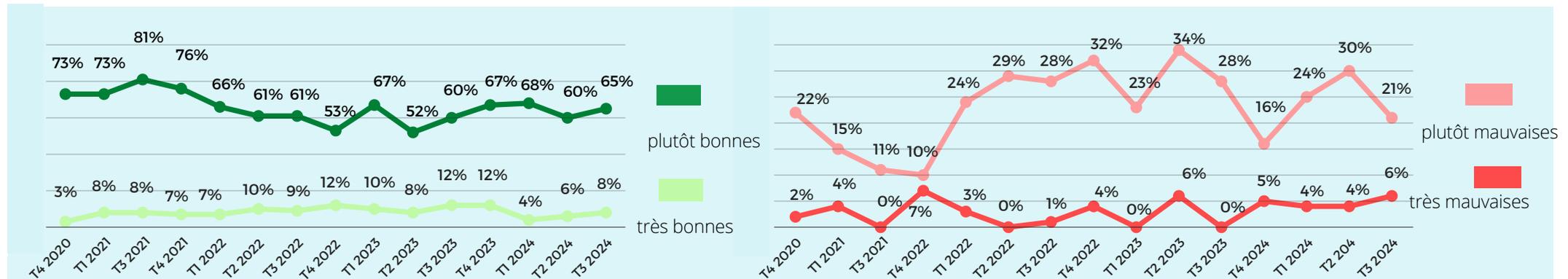


Une perception toujours positive pour ce trimestre mais en forte baisse de 15% chez les dirigeants d'entreprise.

Cette morosité est à son plus haut niveau depuis le lancement du baromètre (identique au second trimestre 2023). La baisse de la consommation, liée à un contexte concurrentiel exacerbé, sont les principales causes évoquées.

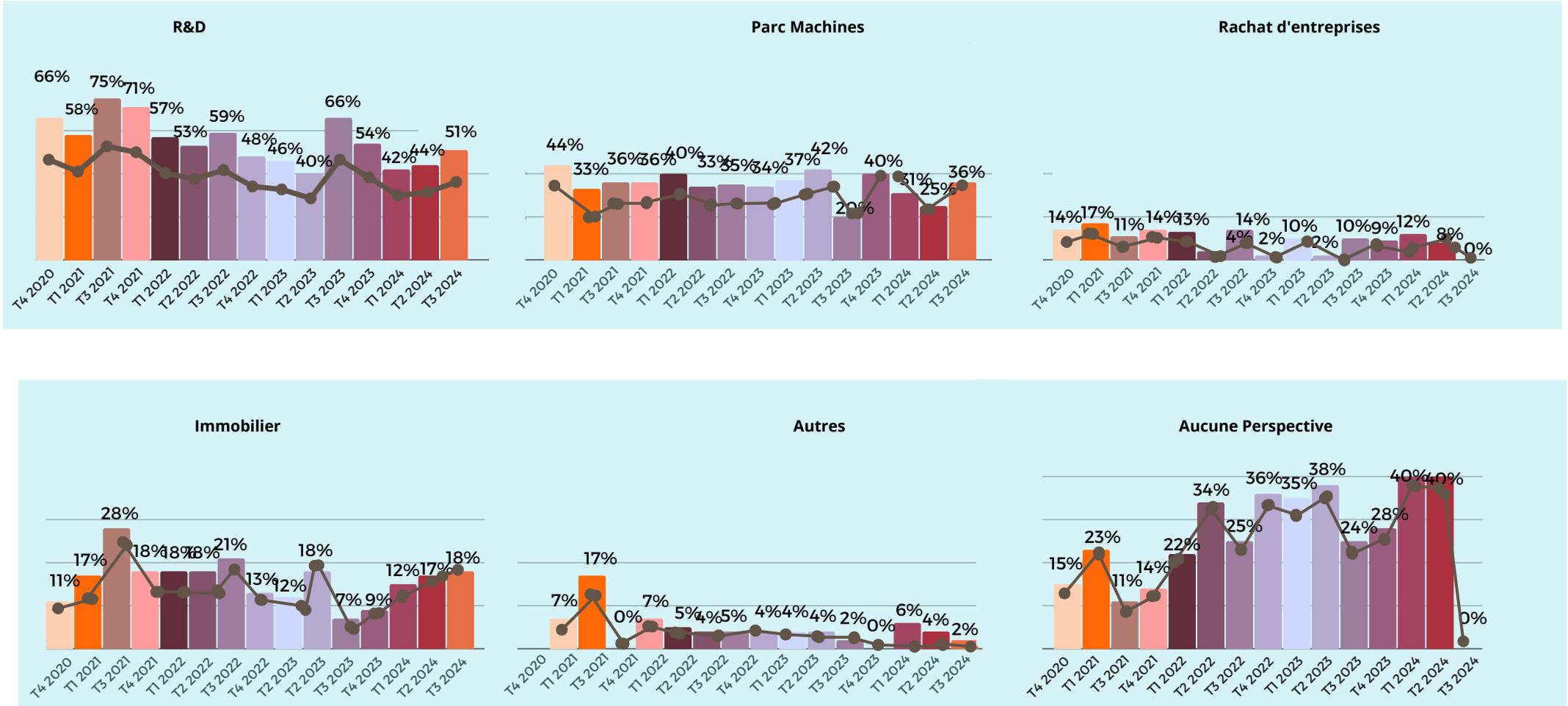
PERSPECTIVES EN ENTREPRISE

ET QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DANS VOTRE ENTREPRISE ?



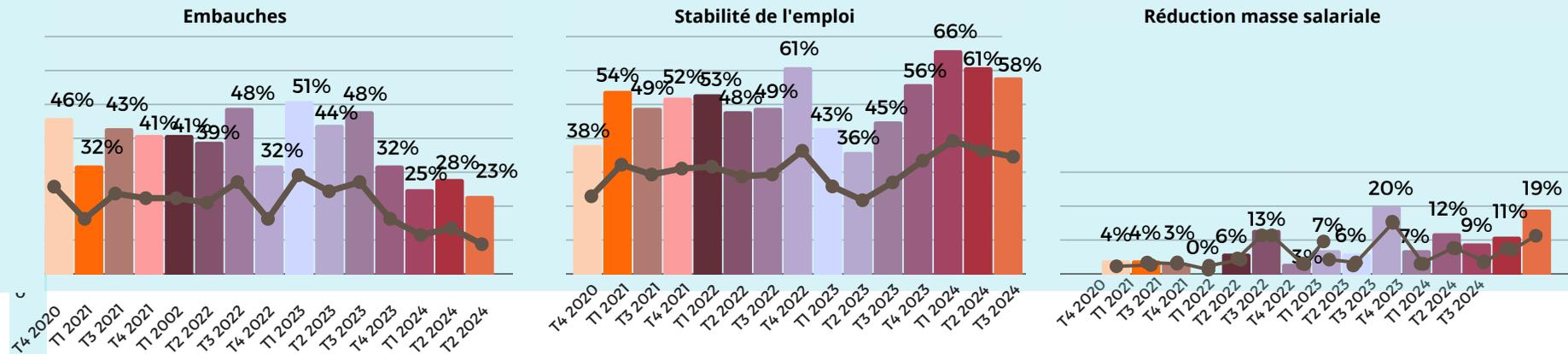
La résilience des entreprises se confirme sur ce trimestre.

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



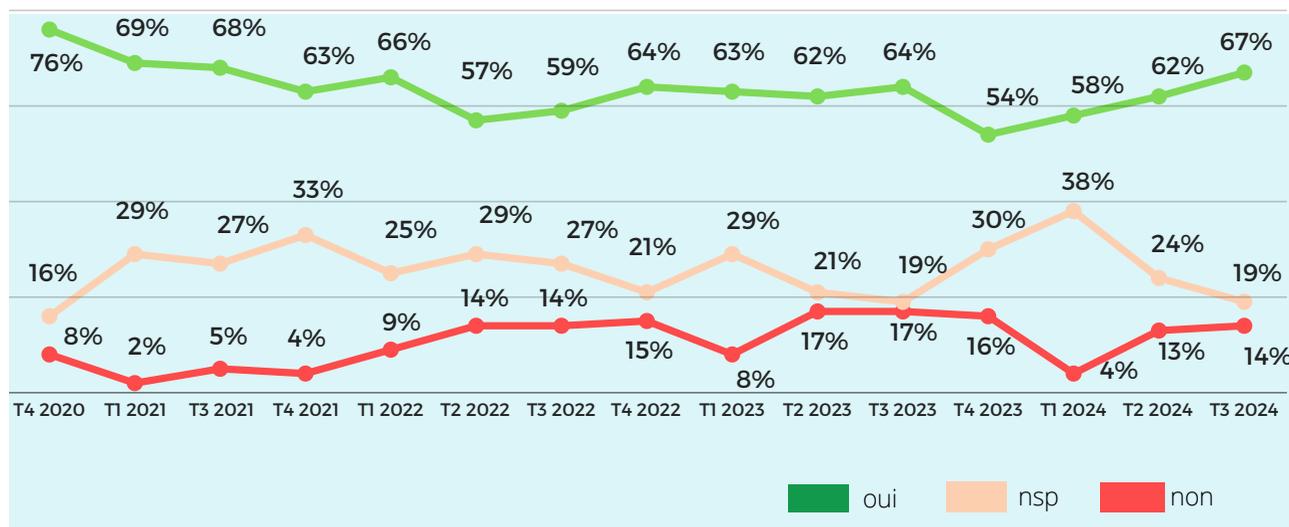
Une reprise des investissements est à noter sur ce trimestre.

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



Un marché de l'emploi qui tend à se contracter ce trimestre.

ECO-CONCEPTION : EFFECTUEZ-VOUS OU ENVISAGEZ-VOUS DES INVESTISSEMENTS ?



Les dirigeants estiment toujours, et davantage qu'au 2nd trimestre, que l'éco-conception est un atout important pour l'entreprise.

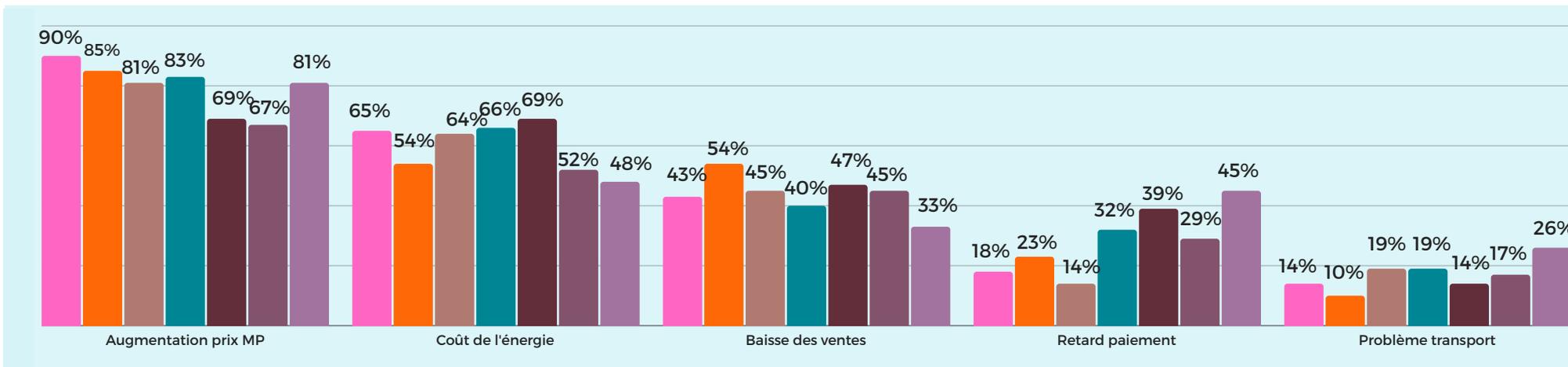
EXPORT : VOS PERSPECTIVES SONT...?



L'export est toujours une source de développement pour les entreprises même si des craintes sont évoquées notamment sur le marché chinois.

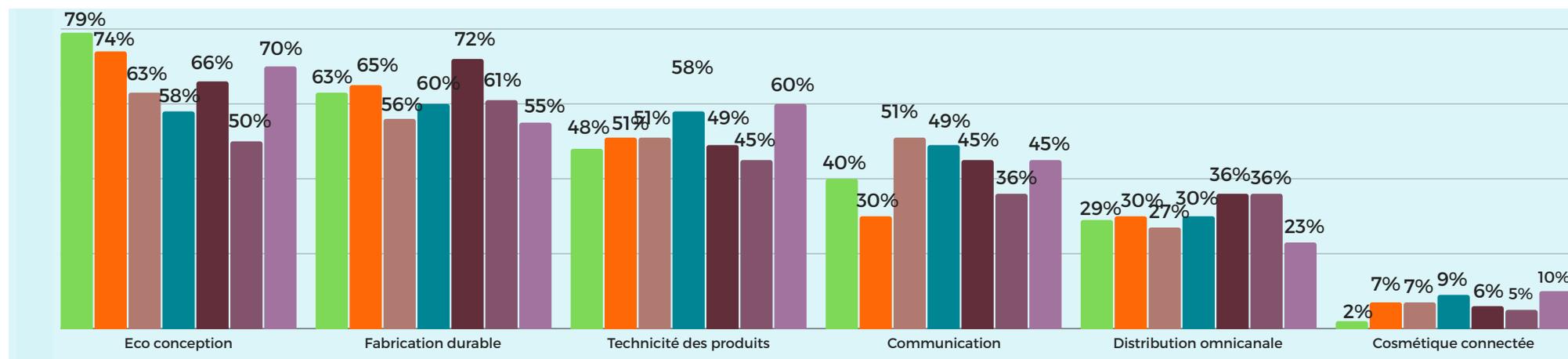
PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - QUESTIONS D'ACTUALITÉ

QUELLES DIFFICULTÉS IMPACTENT AUJOURD'HUI VOTRE ENTREPRISE ?



Le coût d'approvisionnement des matières premières est toujours source de difficulté pour les entreprises.

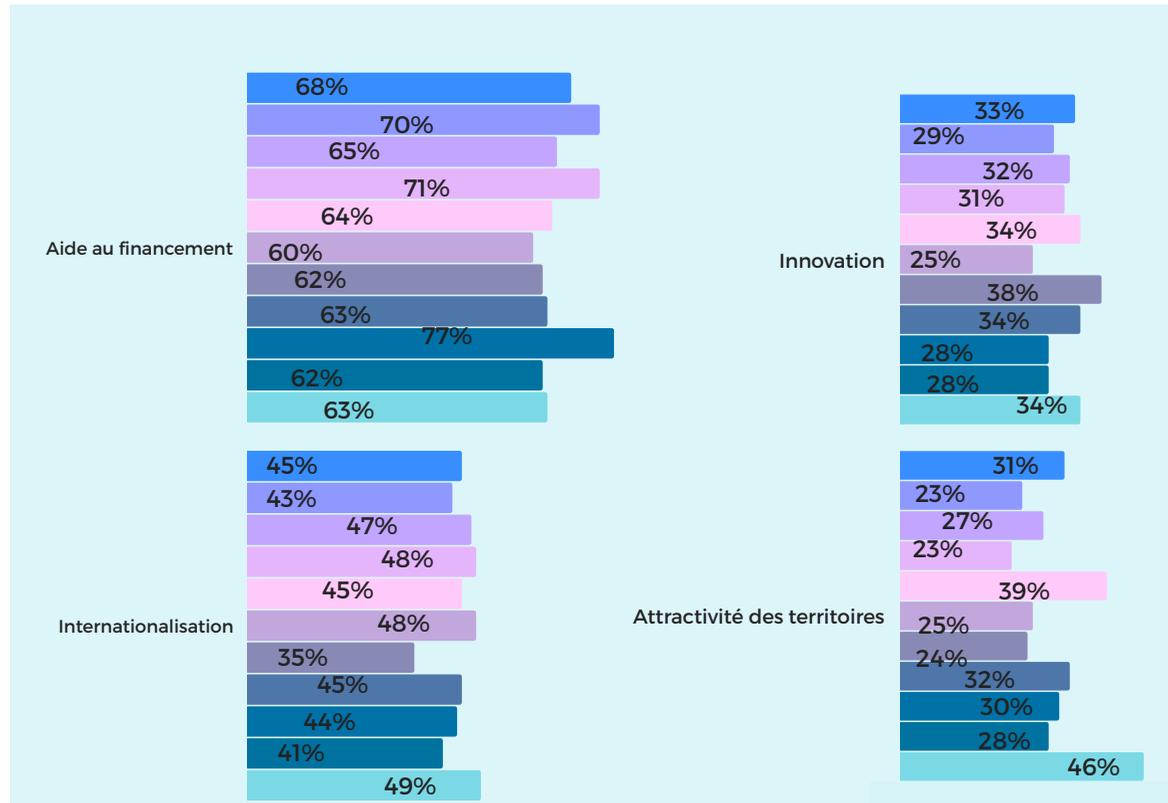
SUR QUEL DOMAINE INNOVER POUR SE DÉVELOPPER ?



La transition environnementale est un levier de croissance pour les entreprises.

PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - QUESTIONS D'ACTUALITÉ

AIDES DE VOTRE RÉGION : QUELS LEVIERS POURRAIENT ÊTRE ACTIONNÉS ?

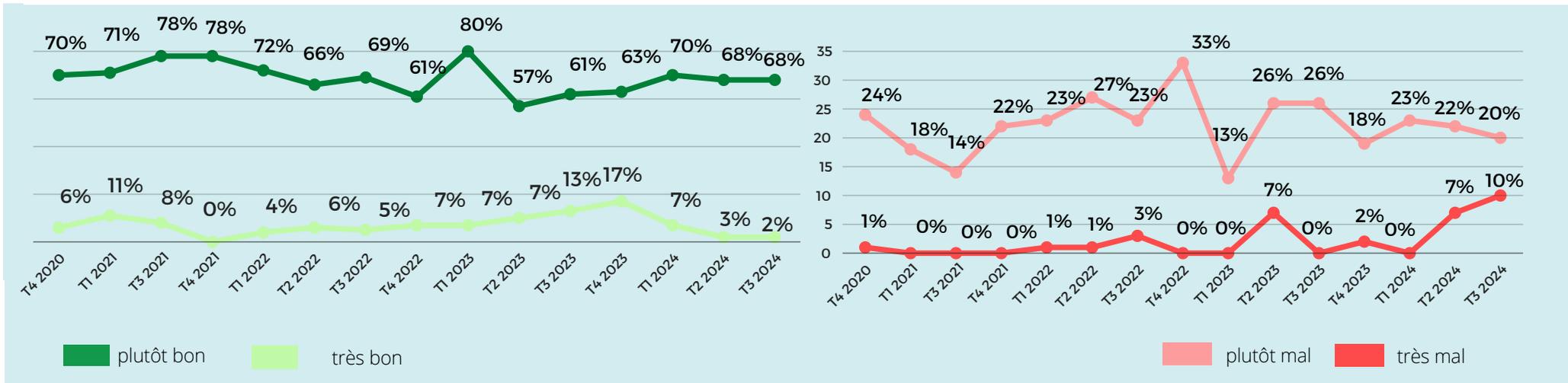


L'aide au financement est un besoin prioritaire pour les entreprises. L'accompagnement à l'internationalisation et à l'innovation comme l'attractivité des territoires sont des attentes qui se développent sur ce trimestre.



MORAL DES DIRIGEANTS

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



Un moral qui demeure positif même si les inquiétudes sont en croissance constante depuis le début de l'année.