xerfi | Research

Décrypter le marché et la concurrence

Le marché des cosmétiques bio et naturels

Analyse et perspectives du marché à l'horizon 2016
Paysage concurrentiel et axes de développement

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché des cosmétiques bio et naturels. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Anne Césard
Directrice d'études
Xerfi France

xerfi | Research

Décrypter le marché et la concurrence

www.xerfi.com

Edition : Juillet 2014 - 120 pages

Le marché des cosmétiques bio et naturels

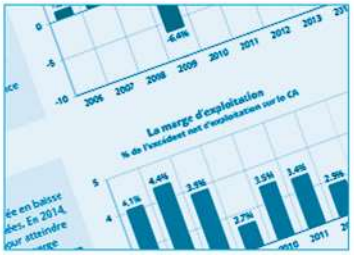
Analyse et perspectives du marché à l'horizon 2016
Paysage concurrentiel et axes de développement

Téléchargez immédiatement cette étude sur www.xerfi.com

avec le code étude 4DIS54

Les cosmétiques bio et naturels continuent de séduire

L'engouement des consommateurs français pour les cosmétiques bio et naturels est indéniable. Consommation engagée, crainte des dangers éventuels de certaines substances et prise de conscience environnementale sont autant d'éléments qui soutiennent les ventes. Le développement rapide de l'offre, notamment dans la grande distribution, a également permis de démocratiser l'accès à ces produits. Pour autant, la pénétration du bio sur le marché des cosmétiques reste encore limitée. Les moyens marketing limités de certains acteurs spécialisés pour promouvoir leurs références et le manque de clarté des multiples labels et certifications pénalisent en effet la croissance des ventes. **Dès lors, quelles sont les réelles perspectives du marché des cosmétiques bio et naturels à moyen terme ? Comment les acteurs spécialisés tentent-ils de dynamiser leur activité ?**



Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et le scénario prévisionnel**
  Baromètre d'activité Xerfi des spécialistes des cosmétiques bio et naturels jusqu'en 2016, évolution du nombre de marques bio, répartition des ventes de cosmétiques bio par type, freins et moteurs à la croissance du marché, etc.
- **L'étude détaillée de l'environnement et des axes de développement**
  Analyse des attentes et des motivations des consommateurs, portraits types d'utilisateurs de cosmétiques bio, évolution de la réglementation, élargissement de la cible de clientèle, pistes d'innovation, etc.
- **Les principales marques et circuits de distribution**
  Données clés et circuits de distribution des principales marques 100% bio, des marques de cosmétiques naturels, des marques de distributeurs, des marques généralistes, etc.
- **Les fiches d'identité de spécialistes des cosmétiques bio et naturels**
  Fiches d'identité de 10 acteurs clés et bilan économique et financier de 83 opérateurs du secteur.

xerfi | Research

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Nos prévisions

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des spécialistes français des cosmétiques bio et naturels à l'horizon 2016. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande, le contexte concurrentiel et les mutations de l'offre. Pour mesurer l'impact de ces différents éléments, Xerfi a construit un baromètre d'activité exclusif sur la base d'un échantillon représentatif de spécialistes français des cosmétiques bio et naturels.

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHESE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. ELEMENTS DE CADRAGE

Cette section présente le périmètre du marché étudié. Elle permet d'assimiler les fondamentaux préalables à sa compréhension : principales définitions, caractéristiques de l'offre, réglementation, etc.

1. **Fondamentaux du secteur**
   - Chiffres clés du marché des cosmétiques bio et naturels
   - Définition des cosmétiques
   - Profils type des consommateurs et motivations d'achat
   - Comparaisons européennes du marché des cosmétiques bio et naturels
2. **Comprendre le secteur**
   - Réglementation : les différents labels français de cosmétiques bio

2. ANALYSE & PERSPECTIVES DU MARCHE

1. **Environnement du marché**
   - Evolution des attentes des consommateurs
   - Evolution de la réglementation
2. **Marché des cosmétiques bio et naturels**
   - Nombre de marques de cosmétiques bio (2002-2012)
   - Répartition des ventes de cosmétiques bio par type de produits en 2012
   - Historique du marché des cosmétiques bio et naturels
   - Moteurs et freins à la croissance du marché des cosmétiques bio et naturels
   - Chiffre d'affaires des spécialistes des cosmétiques bio et naturels (2008-2013) et tendances 2014-2016
3. **Tendances et axes de développement**
   - Diversification de la cible de clientèle
   - Vers un retour au naturel
   - Pistes d'innovation sur le marché

3. PRINCIPALES MARQUES ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

1. **Marques 100% bio**
   - Données clés et offre (nombre de références, labels)
   - Principaux circuits de distribution
2. **Marques de cosmétiques naturels**
   - Données clés et offre (nombre de références, labels)
   - Principaux circuits de distribution
3. **Marques de distributeurs**
   - Données clés et offre (nombre de références, labels)
4. **Marques de cosmétiques historiques**
   - Données clés et offre (nombre de références, labels)
   - Principaux circuits de distribution
5. **Circuits de distribution**
   - Panorama des principaux circuits de distribution
   - Forces et faiblesses des principaux circuits de distribution
   - Focus sur les magasins bio
   - Focus sur les parfumeries sélectives et les spécialistes des cosmétiques bio
   - Focus sur les *pure players*

4. FICHES D'IDENTITE DES PRINCIPAUX ACTEURS

- Weleda
- Cos
- Pierre Cattier
- Wala France
- Groupe Léa Nature
- Euro-Nat
- Laboratoires Phyt's Productions
- Laboratoire Sicobel
- Abeilles Santé
- Laboratoires biocos

Le jeu concurrentiel

Dans cette étude, vous trouverez également une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel. Plusieurs catégories d'acteurs interviennent sur le marché des cosmétiques bio et naturels : les marques 100% bio, les marques de cosmétiques naturels, les marques de distributeurs et les déclinaisons des marques de cosmétiques généralistes. Xerfi vous présente également une vue d'ensemble des principaux circuits de distribution : magasins spécialisés, grandes surfaces alimentaires, magasins sélectifs ou encore pharmacies.

Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les tendances et axes de développement suivis par les acteurs des cosmétiques bio et naturels : la diversification des cibles de clientèle (vers les hommes et les bébés notamment), le positionnement renforcé des marques sur les cosmétiques naturels (parfois au détriment du bio) ou encore les différentes pistes d'innovation (actifs dits « verts », ressources marines, etc.) et d'amélioration de l'offre.

5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 83 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 83 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2008-2012, selon la disponibilité des comptes. 75% des comptes non consolidés 2012 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

6. LES PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

T1 *Les chiffres clés du marché des cosmétiques bio et naturels*
T2 *L'évolution du nombre de marques bio adhérentes de Cosmébio (2002-2012)*
T3 *La répartition des ventes des produits labellisés par Cosmébio en 2012*
T4 *Les chiffres et données clés des principales marques de cosmétiques 100% bio*
T5 *Les circuits de distribution des principales marques de cosmétiques 100% bio*
T6 *Les chiffres et données clés des principales marques de cosmétiques naturels*
T7 *Les circuits de distribution des principales marques de cosmétiques naturels*
T8 *Les gammes de cosmétiques bio naturels de marques de distributeurs dans la parfumerie sélective*
T9 *Les gammes de cosmétiques bio naturels de marques de distributeurs dans les magasins bio*
T10 *Les gammes de cosmétiques bio naturels de marques de distributeurs dans les grandes surfaces alimentaires*
T11 *Les chiffres et informations clés des gammes de cosmétiques bio et naturels de marques généralistes*

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- CAUDALIE
- CLARINS
- COSMETIQUE ACTIVE FRANCE
- EURO-NAT
- FLEURANCE NATURE
- GROUPE EKIBIO
- GROUPE LEA NATURE
- L'OCCITANE EN PROVENCE
- LABORATOIRE NUXE
- LABORATOIRE SICOBEL
- LABORATOIRES BIOCOS
- LABORATOIRE PHYT'S
- LUSH FRANCE
- MELVITA
- NATURE.COS
- PIERRE CATTIER
- WELEDA
- YVES ROCHER

LES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE

- ABEILLES SANTE
- ABSOLUTION
- ALLISTERE
- ALLO'NATURE
- ARGANDIA
- BIO PROVENCE
- BIOZOCAL
- CENTIFOLIA BIO PAR NATURE
- CLARINS
- COMPTOIR DES LYS
- ECCE DONNA
- E-LIQUIDE-BIOAROMES
- ETHIC CREATION
- EURO-NAT
- EXOZEN
- FLEUR DES MAUGES
- FLEURANCE NATURE
- FLORE ALPES
- GBC
- GROUPE LEA NATURE
- HARAS DE LA VALLEE DES HAFLINGER
- HUILERIE EMILE NOEL
- HYTECK
- IFD'COSM
- ISSAHRA
- KARAWAN-AUTHENTIC
- L'ELIXIR D'OR
- LA BEAUTE NATURELLE
- LA MIELLERIE DES BUTINEUSES
- LA PHOCEENNE DE COSMETIQUE
- LABORATOIRE ARCANA
- LABORATOIRE ARGILETZ
- LABORATOIRE ARILAND
- LABORATOIRE AROMASSILIA
- NEOBIE
- NOOBELA
- PARIS EXCLUSIVE TO
- PHYTEMA
- PIERRE CATTIER
- PLANETE BLEUE
- LABORATOIRE GRAVIER
- LABORATOIRE ODYSUD
- LABORATOIRE PHYTO-ACTIF
- LABORATOIRE SICOBEL
- LABORATOIRES BIOCOS
- LABORATOIRES BLC THALGO COSMETIC
- LABORATOIRES D'AROMATOLOGIE APPLIQUEE
- LABORATOIRES DE BIOLOGIE VEGETALE YVES ROCHER
- LABORATOIRES EV ROIG
- LABORATOIRES PHYTOMEDICA
- LABORATOIRES PHYT'S PRODUCTIONS
- LE SECRET NATUREL
- LES ARTISTES DE NATURE
- LES CABINES BLANCHES
- LES DOUCES ANGEVINES
- LES LABORATOIRES DE BIARRITZ
- LES RELAIS DE FLORAME
- LMS
- LUSH FRANCE
- M&L DISTRIBUTION
- MGS
- MOUNICOU COSMETIQUES
- NATURA EUROPA
- NATURECOS
- PLANTE & BEAUTE BIO
- POWERDEM
- QUATRESSENCES
- RELAIS L'OCCITANE
- RENE FURTERER
- SAVOIRS DES PEUPLES
- SENTEURS DU SUD
- SERP
- SOLYVIA
- SYMBIOSE COSMETICS FRANCE
- TESSIKA ENTREPRISE INTERNATIONAL
- THE BODY SHOP FRANCE
- THE DONKEY COMPANY
- TOPIQUE
- TULECOS
- VERSION ORGANIQUE
- WALA FRANCE
- WELEDA
- YMALIA

Groupe xerfi

Le médiateur du monde économique

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La distribution de parfums et cosmétiques à l'horizon 2016**
  (4DIS45 – mars 2014)
  Les services et le numérique pour revaloriser l'offre et l'expérience client

- **La fabrication de parfums et cosmétiques**
  (3CHE24 – avril 2014)

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, **COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

❶ Rentrez **le code 4DIS54** dans la barre de recherche pour la retrouver
❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf dans votre boite mail

BON DE COMMANDE
Réf : **4DIS54 / MSPE / INT**

A renvoyer à
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris
Mail : commande@xerfi.fr - Fax: 01 42 81 42 14

Le marché des cosmétiques bio et naturels

Analyse et perspectives du marché à l'horizon 2016
Paysage concurrentiel et axes de développement

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

o en version papier-classeur (envoi par la poste) :	**1 000 EUR HT**	*1 055,00 TTC*
o en version électronique (fichier pdf) :	**1 200 EUR HT**	*1 440,00 TTC*
o les deux versions (électronique + classeur) :	**1 400 EUR HT**	*1 680,00 TTC*

(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)

A renseigner (en majuscules) :

Société : Fonction :

Nom & prénom :

Adresse :

Code postal : Ville :

Téléphone : Télécopie :

E-Mail :

TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :

Tarifs valables jusqu'au 31/07/2015. Facture avec la livraison.
Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.
En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Date, Signature et Cachet :

Mode de règlement choisi :
o chèque ci-joint
o dès réception de l'étude et de la facture