



Le marché des dermocosmétiques

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 dermocosmétiques. 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 César
Directrice d'études
Xerfi France

Edition : Octobre 2014 - 120 pages

Le marché des dermocosmétiques

Analyse et perspectives du marché à l'horizon 2016

Paysage concurrentiel et axes de développement

La vente en ligne offre de nouvelles opportunités aux marques

En hausse depuis une décennie, les ventes de dermocosmétiques ont atteint près de 2 milliards d'euros en 2014. Evolution des modes de vie (alimentation, stress, etc.), augmentation des troubles cutanés et inquiétudes quant aux substances chimiques utilisées dans les cosmétiques traditionnels sont autant d'éléments qui soutiennent le marché. Avec près d'un tiers des ventes assuré chaque année par les « nouveautés », ce sont aussi les innovations incessantes qui permettent aux acteurs de s'imposer. A grand renfort de campagnes marketing et de tests cliniques, les groupes pharmaceutiques et de cosmétiques sont à ce jeu-là les mieux armés. Enfin, le développement sur Internet des parapharmacies et des officines constitue une autre opportunité pour les marques. A condition toutefois que l'absence de conseils d'un pharmacien n'affaiblisse pas leur image et leur crédibilité. **Dans ce contexte, quelles sont les réelles perspectives de croissance du marché français des dermocosmétiques à l'horizon 2016 ?**

Les points clés de l'étude

- L'analyse du marché et le scénario prévisionnel**
 Baromètre d'activité Xerfi des spécialistes des dermocosmétiques jusqu'en 2016, évolution et répartition des ventes par segment, poids de l'innovation sur le marché, freins et moteurs à la croissance du marché, etc.
- L'étude détaillée de l'environnement et des axes de développement**
 Analyse des attentes des consommateurs, portraits types d'utilisateurs de dermocosmétiques, multiplication des innovations, internationalisation des marques, etc.
- Les principales marques et circuits de distribution**
 Positionnement des marques sur les segments des dermocosmétiques et des soins de la peau, parts de marché des pharmacies et des parapharmacies, chiffres clés des circuits de distribution, etc.
- Le panorama des forces en présence**
 Fiches d'identité de 8 acteurs clés (présentation du groupe et des marques de dermocosmétiques). Bilan économique et financier de 51 opérateurs du secteur.

Téléchargez
immédiatement
cette étude sur
www.xerfi.com

avec le code étude
4DIS60



« 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 le marché des dermocosmétiques à l'horizon 2016. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (profils et attentes des consommateurs, évolutions des modes de vie et des troubles cutanés), le contexte concurrentiel (*leadership* des grands groupes, offensive des petits laboratoires, etc.) et les mutations de l'offre (internationalisation des marques, déclinaison des gammes, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

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. ÉLÉMENTS 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, comparaisons internationales, etc.

1. Fondamentaux du secteur

- Chiffres clés du marché des dermocosmétiques
- Définition et catégories des dermocosmétiques
- Profils types des consommateurs

2. Comprendre le secteur

- Principaux sites de production en France
- Étapes du développement des produits dermocosmétiques
- Comparaisons internationales des circuits de distribution de dermocosmétiques

2. ANALYSE & PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. Environnement du marché

- Facteurs de développement des troubles cutanés en France
- Évolution des troubles cutanés affectant les Français

2. Marché des dermocosmétiques

- Évolution du marché des dermocosmétiques (2007-2014)
- Chiffre d'affaires des spécialistes des dermocosmétiques (2009-2014)
- Focus sur le poids de l'innovation dans les ventes de dermocosmétiques (2010-2013)
- Moteurs et freins à la croissance du marché
- Évolution du marché des dermocosmétiques à l'horizon 2016

3. Tendances et axes de développement

- Innovation et R&D
- Communication des marques
- Internationalisation des marques

- Accroissement des capacités de production

3. PRINCIPALES MARQUES ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

1. Marques de dermocosmétiques

- Parts de marché des principales marques
- Données clés et offre des marques : types de produits, nombre de références, etc.
- Focus sur l'offre de soins de peau
- Circuits de distribution des principales marques

2. Circuits de distribution

- Parts de marché des circuits de distribution de dermocosmétiques
- Focus sur les pharmacies : chiffres clés, forces et faiblesses, principaux opérateurs, etc.
- Focus sur les parapharmacies : chiffres clés, forces et faiblesses, principaux opérateurs, etc.
- Focus sur la vente en ligne : des exemples de marques distribuées sur les parapharmacies en ligne, étude du « cas Pierre Fabre »

4. FORCES EN PRESENCE

Cette partie vous présente les fiches d'identité de 8 opérateurs : chiffres clés, marque(s) de dermocosmétiques, site(s) de production en France, poids de l'innovation, faits marquants récents, etc.

1. Groupes pharmaceutiques

- Pierre Fabre
- Johnson & Johnson
- Laboratoires Expanscience

2. Groupes de cosmétiques

- L'Oréal
- Groupe Naos
- Alès Groupe

3. Groupe de l'industrie du luxe

- Puig

4. Laboratoire spécialisé en dermocosmétique

- Laboratoires SVR

Le jeu concurrentiel

Dans cette étude vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel. Les groupes pharmaceutiques et les spécialistes des cosmétiques, par le biais de leurs marques dédiées, s'arrogent une grande partie du marché. Elles interviennent le plus souvent sur l'ensemble des gammes de dermocosmétiques. Xerfi vous présente également une vue d'ensemble des principaux circuits de distribution : les pharmacies, les parapharmacies, mais aussi les sites de vente en ligne.

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 dermocosmétiques : l'innovation produit (nouveaux principes actifs, processus de production, etc.), l'internationalisation des marques (création de filiales dédiées par exemple), l'accroissement des capacités de production, ou encore la diversification des cibles de clientèle (hommes, enfants, bébés) et des produits proposés (solaires, maquillage, etc.).

5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 51 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 51 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes. 49% des comptes non consolidés 2013 et 92% des comptes non consolidés 2012 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

- T1 *Les chiffres clés du marché des dermocosmétiques*
- T2 *Les différentes catégories de dermocosmétiques*
- T3 *Les étapes du développement des produits dermocosmétiques*
- T4 *Comparaison internationale des circuits de distribution de dermocosmétiques*
- T5 *Les principaux facteurs internes et externes de troubles cutanés en France*
- T6 *Le marché des dermocosmétiques en France (2007-2014)*
- T7 *Le poids de l'innovation dans le marché des dermocosmétiques (2010-2012)*
- T8 *Moteurs et freins à la croissance du secteur des dermocosmétiques*
- T9 *Les principaux axes de développement et tendances du marché des dermocosmétiques*
- T10 *Les parts de marché des principales marques de dermocosmétiques en 2013*
- T11 *Les données clés et l'offre des principales marques de dermocosmétiques*
- T12 *Les types de soins de peau des principales marques de dermocosmétiques*
- T13 *Les circuits de distribution des principales marques de dermocosmétiques*
- T14 *Parts de marché des différents circuits de distribution de dermocosmétiques en 2013*

LES PRINCIPAUX GROUPES ET MARQUES CITES DANS L'ETUDE

- ALES GROUPE
- BEIERSDORF
- BOLTON GROUP
- CAUDALIE
- DELAROM
- ESTEE LAUDER
- GROUPE NAOS
- JOHNSON & JOHNSON
- L'OREAL
- LABORATOIRE NUXE
- LABORATOIRES OMEGA PHARMA
- LABORATOIRE PRENYL
- LABORATOIRES EXPANSCIENCE
- LABORATOIRES FILORGA
- LABORATOIRES NOREVA
- LABORATOIRES SVR
- LABORATOIRES WELEDA
- MA PEAU CHERIE GROUP
- PIERRE FABRE
- PUIG

LES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE

- AP
- ACM
- ADVANCE BEAUTY
- ALES GROUPE
- ALES GROUPE INDUSTRIE
- ALLEGRE PUERICULTURE
- ALPOL COSMETIQUE
- AXIMED INTERNATIONAL
- BAYER HEALTHCARE
- BEIERSDORF
- BEIERSDORF HOLDING FRANCE
- BIOPHA
- CAUDALIE
- COSMETIQUE ACTIVE PRODUCTION
- DIRECT PLANTES
- ELCO
- EXPANSCIENCE
- GALDERMA INTERNATIONAL
- GROUPEMENT DES LABORATOIRES FRANCAIS SORAS
- INSTITUT ESTHEDERM FRANCE
- IXXI
- JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE
- LA ROCHE POSAY LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE
- LABORATOIRE PRENYL B COSMETIQUE
- LABORATOIRE SANOFLORE
- LABORATOIRE SICOBEL
- LABORATOIRES ABC PHARMACARE
- LABORATOIRES ARKOPHARMA
- LABORATOIRES CYTOLNAT FRANCE
- LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES AVENE
- LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES DUCRAY
- LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES D'URIAGE
- LABORATOIRES DERPHA
- LABORATOIRES DR NG PAYOT
- LABORATOIRES EXPANSCIENCE
- LABORATOIRES GALENIC
- LABORATOIRES GILBERT
- LABORATOIRES IPRAD SANTE
- LABORATOIRES KLORANE
- LABORATOIRES LIERAC
- LABORATOIRES NIGY
- LABORATOIRES OMEGA PHARMA FRANCE
- LABORATOIRES RIVADIS
- LABORATOIRES SVR
- L'OREAL
- OCEAN TERRE
- BIOTECHNOLOGIE
- PIERRE FABRE
- DERMO-COSMETIQUE
- PLANTER'S FRANCE
- RENE FURTERER
- ROGE CAVAILLES
- WELEDA

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

- **Le marché des cosmétiques bio et naturels**
Analyse et perspectives du marché à l'horizon 2016. Paysage concurrentiel et axes de développement - 4DIS54 – Août 2014
- **La distribution de parfums et cosmétiques à l'horizon 2016**
Les services et le numérique pour revaloriser l'offre et l'expérience client – 4DIS45 – 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 Renseignez le **code 4DIS60** 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 boîte mail

BON DE COMMANDE

Réf : 4DIS60 / 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 dermocosmétiques

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) :

<input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	1 000 EUR HT	1 055,00 TTC
<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	1 200 EUR HT	1 440,00 TTC
<input type="checkbox"/> 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 : _____

Siret : _____

TVA intracommunautaire pour les achats hors de France : _____

Tarifs valables jusqu'au 31/10/2015. 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.

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :