



Les cosmétiques bio et naturels

Leviers de croissance et perspectives du marché à l'horizon 2020

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 acteurs. 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.



*Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com*

Avec le code étude 6DIS54

Cécile Schoenberg
Chargée d'études
Xerfi France

Les cosmétiques bio et naturels

Leviers de croissance et perspectives du marché à l'horizon 2020

Édition mars 2017
170 pages

Libérer le potentiel de croissance du marché

Rien ne semble entraver la croissance des ventes de cosmétiques bio et naturels. En hausse de plus de 5% par an depuis 2011, elles ont dépassé les 460 M€ en 2016. Un niveau somme toute limité eu égard aux ventes de cosmétiques dans leur ensemble mais qui laisse à penser que le potentiel de croissance du marché est encore immense. Pour le sortir de la confidentialité, les acteurs devront relever deux défis de taille. Il faudra d'abord lever la confusion persistante autour de l'offre, les consommateurs peinant à distinguer clairement les produits bio, naturels et d'origine naturelle. Une plus grande structuration de l'offre apparaît également nécessaire. Celle-ci passera par un positionnement plus franc et massif des géants des cosmétiques traditionnels et par un effort de la grande distribution dans la mise en valeur de l'offre et le développement de MDD dédiées. Dès lors, **sur quels leviers s'appuient les fabricants pour faire changer le marché d'échelle ? Et quelles sont les réelles perspectives de croissance des ventes à l'horizon 2020 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020**
Évolution du marché des cosmétiques bio et naturels jusqu'en 2016 et prévisions des ventes à l'horizon 2020, analyse des déterminants du marché, opportunités et menaces à moyen terme.
- **Le panorama des forces en présence et l'état des lieux du jeu concurrentiel**
Positionnement des acteurs par profil et par segment (bio et naturel), circuits de distribution privilégiés par les marques, analyse du jeu concurrentiel et de son évolution par segment, fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier des 77 premières sociétés du secteur.
- **Le décryptage des axes de développement des acteurs**
Innovation produit, diversification de l'offre et des cibles de clientèle, renforcement des stratégies marketing et de communication, plus grande structuration du marché, etc.
- **Toutes les clés pour comprendre la demande et ses mutations**
Motivations d'achat de cosmétiques bio et naturels, profil des acheteurs, produits les plus sollicités, moteurs et freins structurels de la demande.

« 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 PREVISIONS

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des producteurs de cosmétiques bio et naturels à l'horizon 2020. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (prise de conscience des menaces environnementales et sanitaires, hausse du pouvoir d'achat, etc.), le contexte concurrentiel (producteurs bio vs acteurs traditionnels) et les mutations de l'offre (multiplication des certifications, innovation permanente, 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. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

- Les principaux déterminants de l'activité sectorielle

2. LE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS JUSQU'EN 2016

- L'analyse de long terme
- L'évolution des déterminants du marché
- L'évolution du marché des cosmétiques bio depuis 2010
- L'évolution des parts de marché des cosmétiques bio par circuit de distribution

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2020

- L'évolution des déterminants du marché
- Le marché des cosmétiques bio et naturels
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

1. L'ANALYSE DES MOTEURS ET FREINS STRUCTURELS

- L'analyse PESTEL
- Focus sur l'évolution de la réglementation

2. L'ANALYSE DE LA DEMANDE

- Les principales motivations d'achat
- Le profil des acheteurs
- Les produits les plus sollicités
- Les circuits de distribution liés aux premiers achats

3. LES ENJEUX ET LES AXES DE DÉVELOPPEMENT DES ACTEURS

1. L'INNOVATION PRODUIT

- Les principaux objectifs
- Les principaux leviers d'action
- Quelques innovations des cosmétiques bio et naturels

2. LE RENFORCEMENT DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

- Les principaux enjeux
- Les principaux leviers d'action
- Focus sur la stratégie de marque et de communication du groupe Nuxe

3. LA DIVERSIFICATION DES CIBLES DE CLIENTÈLE

- Les principaux objectifs
- La tendance « vegan »

4. LA STRUCTURATION DU MARCHÉ

- Les principaux enjeux : produits bio vs produits naturels et d'origine naturelle, l'émergence d'acteurs de taille conséquente sur le segment du bio, les marques de distributeurs dans les cosmétiques bio et naturels

4. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- L'évolution des pressions concurrentielles sur le segment 100% bio
- L'évolution des pressions concurrentielles sur le segment naturel

2. LES MARQUES 100% BIO

- Les données clés
- L'offre
- Les circuits de distribution

3. LES MARQUES DE COSMÉTIQUES NATURELS

- Les données clés
- L'offre
- Les circuits de distribution

4. LES MARQUES DE DISTRIBUTEURS

- Les données clés
- L'offre

5. LES MARQUES DE COSMÉTIQUES GÉNÉRALISTES

- Les données clés
- L'offre
- Les circuits de distribution

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Selon Xerfi, les fabricants de cosmétiques bio devront faire face aux stratégies de plus en plus agressives des acteurs conséquents du segment des produits naturels (The Body Shop, Yves Rocher, L'Occitane, etc.) et conventionnels (L'Oréal, Beiersdorf, MDD de la grande distribution, etc.). Dans ce contexte, ils devront affirmer plus clairement leur promesse de valeur tandis que des rapprochements ne sont pas à exclure.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs des cosmétiques bio et naturels. La diversification des cibles de clients, l'innovation produit, le renforcement des stratégies de marketing et de communication, la restructuration du marché, notamment *via* l'intégration horizontale des producteurs bio, et l'incorporation des MDD des distributeurs traditionnels au marché font partie des principales pistes étudiées.

5. LES FICHES D'IDENTITE DES ACTEURS

Cette partie propose 12 fiches d'identité de fabricants positionnés sur le segment des cosmétiques bio et naturels. Pour chacun d'eux sont présentés leurs principaux chiffres clés, leurs activités en France ainsi que le positionnement produit et les circuits de distribution de leur(s) marque(s).

1. LES SPÉCIALISTES DES COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS

- Weleda
- Kneipp
- Cos
- Abeilles Santé
- Laboratoire Nuxe
- Sanoflore

2. LES GROUPES SPÉCIALISTES DU BIO

- Léa Nature
- Ekibio

3. LES LABORATOIRES DE COSMÉTIQUES

- Laboratoires Jérodia
- Laboratoire Sicobel
- Wala
- Laboratoires Biocos

6. L'OBSERVATOIRE DES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 77 entreprises 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 77 entreprises selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 51% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|---------------------|------------------------|---------------------|
| • ABEILLES SANTÉ | • FLEURANCE NATURE | • LE SECRET NATUREL |
| • AKANE | • GROUPE KNEIPP | • LES RELAIS |
| • ALLO'NATURE | • GROUPE LÉA NATURE | • DE FLORAME |
| • ANCCOSMETIQUE | • HUILLERIE EMILE NOEL | • LUSH FRANCE |
| • ARGANDIA | • HYTECK | • MARIONNAUD |
| • BEIERSDORF | • L'OCCITANE | • MONOPRIX |
| • BOURJOIS | • L'ORÉAL | • NATURA EUROPA |
| • CARREFOUR | • LEA NATURE | • NATURE.COS |
| • CAUDALIE | • LABORATOIRE | • NUXE |
| • CENTIFOLIA BIO | • ARGILETZ | • STÉ FAMILLE MARY |
| • PAR NATURE | • LABORATOIRE JÉRODIA | • TERRE D'OC |
| • CLARINS | • LABORATOIRE SICOBEL | • WALA |
| • COSMÉTIQUE ACTIVE | • LABORATOIRES BIOCOS | • WELEDA |
| • FRANCE | • LABORATOIRES BIOPHA | • YVES ROCHER |

LES PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|------------------------|---------------------------|-----------------------|
| • ABEILLES SANTE | • LABORATOIRE | • NATURA EUROPA |
| • ABSOLUTION | • DE COMBE D'ASE | • NATURE COS |
| • ARGANDIA | • LABORATOIRE GRAVIER | • NEOBIE |
| • BIOSEA | • LABORATOIRE NUXE | • NOOBELA |
| • BIOZOCAL | • LABORATOIRE ODYSUD | • PARIS EXCLUSIVE TO |
| • BRETAGNE BEAUTE BIO | • LABORATOIRE PHYTO-ACTIF | • PHYTEMA |
| • CENTIFOLIA BIO | • LABORATOIRE | • PHYTOBIOLAB |
| • PAR NATURE CBN | • SANOFLORE | • PIERRE CATTIER |
| • CLAIRJOIE | • LABORATOIRES BIOCOS | • PLANETE BLEUE |
| • COMPTOIR DES LYS | • LABORATOIRES BLC | • PLANTE & BEAUTE BIO |
| • DOG | • THALGO COSMETIC | • POWERDEM |
| • ECCE DONNA | • LABORATOIRES | • QUATRESSENCES |
| • EKIBIO | • DE BIOLOGIE VEGETALE | • RENE FURTERER |
| • E-LIQUIDE-BIOAROMES | • YVES ROCHER | • SENTEURS DU SUD |
| • EURO MARKETING | • LABORATOIRES | • SOLYVIA |
| • DISTRIBUTION | • PHYTOMEDICA | • STÉ LABORATOIRES |
| • EURONAT | • LABORATOIRES PHYT'S | • D'AROMATOLOGIE |
| • FLEUR DES MAUGES | • PRODUCTIONS | • APPLIQUEE |
| • FLEURANCE NATURE | • LABORATOIRES | • STÉ NOUVELLE |
| • FLORE ALPES | • SICOBEL | • DES LABORATOIRES |
| • GBC | • LCB COSMETIQUES | • E.V ROIG |
| • GROUPE LEA NATURE | • LE SECRET NATUREL | • SYMBIOSE COSMETICS |
| • HARAS DE LA VALLEE | • L'ELIXIR D'OR | • FRANCE |
| • DES HAFLINGER | • LES CABINES BLANCHES | • TESSIKA ENTREPRISE |
| • HUILLERIE EMILE NOEL | • LES DOUCES | • INTERNATIONAL |
| • HYTECK | • ANGEVINES | • THE BODY SHOP |
| • IFD'COSM | • LES LABORATOIRES | • FRANCE |
| • KARAWAN-AUTHENTIC | • DE BIARRITZ | • TULECOS |
| • LA BEAUTE NATURELLE | • LES RELAIS | • VERSION ORGANIQUE |
| • LA MIELLERIE | • DE FLORAME | • WALA FRANCE |
| • DES BUTINEUSES | • LUSH FRANCE | • WELEDA |
| • LA PHOCEENNE | • M&L DISTRIBUTION | |
| • DE COSMETIQUE | • MGS | |
| • LABORATOIRE | • MOUNICOU | |
| • ARGILETZ | • COSMETIQUES | |

(*) Liste non exhaustive

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

- ❶ Rentrez le code **6DIS54** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La fabrication de parfums et cosmétiques**
6CHE24 – Novembre 2016
- **L'industrie des produits d'hygiène corporelle**
6CHE14 – Mai 2016

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



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6DIS54 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

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.
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2018 (TVA 20,0%).

Les cosmétiques bio et naturels

Leviers de croissance et perspectives du marché à l'horizon 2020

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 800,00 € HT	1 800,00 € HT	2 200,00 € HT
1 899,00 € TTC	2 160,00 € TTC	2 640,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607