

# RAPPORT COSMED-SVP

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

2<sup>ème</sup> 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

### Trimestre marqué par les scrutins électoraux

Le trimestre qui s'achève, marqué par les scrutins européen (9 juin) et législatif (30 juin et 7 juillet), aura généré de nombreuses appréhensions chez les Français.

Ces derniers se sont notamment inquiétés de l'impact des élections législatives sur leur quotidien, et à terme sur leur pouvoir d'achat.

Cette instabilité politique a par ailleurs provoqué une forme d'attentisme des milieux d'affaires, face à cet horizon incertain.

Dans un sondage réalisé par la CPME, fin juin, près de la moitié des dirigeants de PME-ETI (47%) déclaraient craindre une baisse de leur activité au cours des mois à venir.

Suite à l'annonce des résultats du second tour des législatives et l'absence de majorité identifiée à l'Assemblée Nationale, la période qui s'ouvre pourrait encore être porteuse d'instabilité économique et réglementaire.

Or les entreprises françaises, notamment celles de la filière cosmétique, entendent bien conserver certaines dispositions acquises au cours des années précédentes (baisse des impôts de production, réduction de charges, crédit impôt recherche..) afin de rester compétitives.

Alors que les Jeux Olympiques de Paris (26 juillet – 11 août) approchent à grande vitesse, l'ensemble du tissu économique français suivra donc d'un œil avisé les futures tractations politiques qui seront annonciatrices de l'horizon économique du pays pour les mois à venir.

### Densification du cadre réglementaire

Le cadre réglementaire auquel doit faire face l'industrie cosmétique s'enrichit de manière notable, aussi bien au niveau européen que national.

- C'est notamment le cas avec la directive européenne *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) qui fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier. Applicable pour les grands groupes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, elle concernera à terme les grandes entreprises et les PME cotées en bourse.
- Le Parlement européen a approuvé, le 24 avril dernier, une nouvelle directive obligeant les entreprises à atténuer leur impact social et environnemental et notamment à prévenir le travail des enfants dans leur chaîne d'approvisionnement.
- Au niveau national, c'est l'interdiction des PFAS dans plusieurs produits de consommation, notamment les cosmétiques, qui était en cours d'adoption.

Mais après son passage devant le Sénat le 30 mai dernier, la navette législative a été mise en pause après la dissolution de l'Assemblée Nationale.

### Ventes en ligne de produits de beauté

Si la croissance des ventes en ligne de produits de grande consommation est régulière depuis de nombreuses années, le secteur cosmétique possède encore une marge de progression : les ventes de produits de beauté ne pèsent que 5,5% des ventes e-commerce.

Executive summary

**Environnement réglementaire**

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

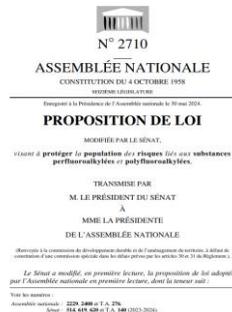
Actualités des acteurs

Perspectives

## PFAS : L'adoption du projet de loi, contrarié par la dissolution de l'AN

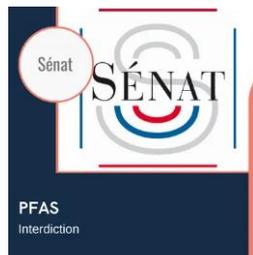
Après l'Assemblée nationale le 4 avril dernier, le Sénat s'est à son tour prononcé le 30 mai 2024, en faveur de l'interdiction des PFAS dans plusieurs produits de consommation, notamment les cosmétiques.

Alors que le texte devait ensuite être examiné en deuxième lecture à l'Assemblée Nationale, la dissolution de cette dernière met pour l'instant le processus législatif en pause.



**OBJECTIF DE LA PROPOSITION DE LOI :**

Au 1<sup>er</sup> Janvier 2026, interdire la fabrication, l'importation, l'exportation et la mise sur le marché à titre onéreux ou gratuit de plusieurs types de produits, notamment les cosmétiques, contenant des PFAS



Par rapport à la proposition de l'Assemblée nationale, le Sénat a adopté quelques ajustements, notamment l'exclusion de l'interdiction les produits contenant des traces résiduelles de PFAS.



Cosmed soutient cette interdiction, tout en appelant à des conditions claires (*communiqué de presse accessible sur [www.cosmed.fr](http://www.cosmed.fr)*):

- alignement réglementaire européen,
- distinction entre ajouts intentionnels de PFAS dans les formulations et traces de PFAS,
- définition d'un seuil rationnel, implémentable et vérifiable pour la teneur en PFAS

Les per et polyfluoroalkylées (PFAS), aussi appelés « polluants éternels » sont des molécules chimiques contenant une chaîne, plus ou moins longue, d'atomes de carbone sur lesquels sont fixés des atomes de fluor.

Ces molécules, utilisées dans de multiples secteurs industriels depuis les années 1950, se retrouvent désormais présentes dans l'environnement ainsi que dans les êtres vivants.

Ces substances présentent de nombreux risques sanitaires préoccupants parmi lesquels certains cancers, des maladies thyroïdiennes ou encore des taux élevés de cholestérol.

## Déploiement de la directive CSRD

**La directive européenne Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier. Applicable pour les grands groupes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, elle concernera les grandes entreprises et les PME cotées en bourse, notamment du secteur cosmétique.**

**Le reporting extra-financier porte sur les données ESG (Environnementaux, Sociaux et Gouvernance) de l'entreprise**



### Facteurs Environnementaux

atténuation et adaptation au changement climatique, biodiversité, utilisation des ressources.



### Facteurs Sociaux

égalité des chances, conditions de travail et respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales.



### Facteurs de gouvernance

rôle des organes d'administration, activités de lobbying, gestion des relations avec les partenaires commerciaux

Selon un sondage Pwc, une majorité d'entreprises identifie la CSRD comme une opportunité à saisir pour améliorer leurs processus internes.

# 57%

**Proportion des entrepreneurs identifiant la CSRD comme un levier d'amélioration de leur performance environnementale**

« Inscrire au bilan ces éléments extra-financiers pour leur donner une valeur comptable et valoriser ainsi le coût du bien-être nous aiderait dans les négociations.

Si la CRSD permet cela, nous serons attentifs au reporting. Dans le cas contraire, beaucoup d'entreprises se contenteront de bâcler leurs rapports »

**Eric Renard,**

Président-Fondateur de la Phocéenne de Cosmétique



01/01/2024

**1<sup>er</sup> Reporting 2025  
(pour l'année 2024)**

Entreprises remplissant deux de ces critères :  
plus de 500 salariés, plus de 50 M€ de CA,  
plus de 25 M€ de total de bilan



01/01/2025

**1<sup>er</sup> Reporting 2026  
(pour l'année 2025)**

Entreprises remplissant deux de ces critères :  
plus de 250 salariés, plus de 50 M€ de CA,  
plus de 25 M€ de total de bilan



01/01/2026

**1<sup>er</sup> Reporting 2027  
(pour l'année 2026)**

PME cotées en bourse

## Devoir de vigilance des entreprises

***Le Parlement européen a approuvé, le 24 avril dernier, une nouvelle directive obligeant les entreprises à atténuer leur impact social et environnemental.***

Les nouvelles règles s'appliqueront progressivement aux entreprises européennes (et aux entreprises non européennes atteignant les mêmes seuils de chiffre d'affaires dans l'UE) :

- à partir de 2027 pour les entreprises de plus de 5 000 employés et réalisant un chiffre d'affaires mondial de plus de 1 500 M€.
- à partir de 2028 pour les entreprises de plus de 3 000 employés et réalisant un chiffre d'affaires mondial de plus de 900 M€.
- à partir de 2029 pour toutes les autres entreprises relevant du champ d'application de la directive y compris celles de plus de 1 000 salariés et un chiffre d'affaires mondial supérieur à 450 M€.



Celles-ci devront élaborer un plan de transition conforme à l'Accord de Paris.

Elles seront responsables des dommages et pourront être condamnées à des amendes en cas de non-respect des règles.

Executive summary

Environnement macroéconomique

**Tendances**

- **Bretagne : Dynamisme de la filière Cosmétique**
- Marché cosmétique impacté par les contrefaçons dans la zone UE

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

## Bretagne : Dynamisme de la filière Cosmétique

*Le dynamisme du secteur cosmétique en France, régulièrement illustré par la bonne santé des chiffres de l'export, est assuré par de solides éco-systèmes régionaux. C'est notamment le cas de la région Bretagne dont le tissu industriel permet de générer une activité conséquente.*



1,8  
Md€



6000



200  
TPE et PME

*En Bretagne, la filière cosmétique, génère près de deux milliards d'euros de chiffre d'affaires par an.*

*Le secteur emploie 6 000 personnes, dont la moitié travaille pour le groupe Yves Rocher.*

*Le tissu des entreprises TPE et PME atteint de son côté 200 structures.*

### ➤ Organisation de manifestations

De nombreux évènements réunissant les acteurs de la sphère cosmétique sont organisés dans la région.

C'était notamment le cas du Cosmetopôle Grand-Ouest qui s'est déroulé à Rennes, le 23 mai dernier. Cet évènement a réuni une cinquantaine d'entreprises originaires des régions Bretagne, Normandie et Pays de Loire.

**23 MAI 2024 RENNES**

## La cosmétique essentielle

RENCONTRE COSMETOPOLE GRAND OUEST

9h30-10h30

**VISITE D'ENTREPRISE**

- **PREVOST LABORATORY CONCEPT**  
Fondé en 1992, Prevost Laboratory Concept s'est progressivement imposé comme un spécialiste de la formulation, mais en conformité réglementaire, production et conditionnement de produits liquides et semi-liquides cosmétiques et compléments alimentaires.  
Zone Artisanale de l'Ecotop, 55410 Neuvicourt
- OU
- **MAISON OSIRIS**  
Créée en 2010, Maison Osiris fabrique pour ses marques en formulation à froid et élargit ses activités à la fabrication à façon, en petites et moyennes séries, par des procédés artisanaux ou semi-industriels, des cosmétiques naturels et biologiques, des parfums et parfums d'ambiance.  
Zone de la Forge, 53 Rue Jean-Baptiste Guille, 35590 Saint-Gilles

10h30-10h45

**UNE COSMÉTIQUE « ESSENTIELLE » POUR LE CONSOMMATEUR ...**

- 10h50 : **Accueil**  
Sandrine Hamard, DDI-c, Pôle du Cosmetopôle Grand Ouest
- 10h45 : **Données et tendances du marché**  
Erwan Richard, Analyste-vendeur, SVP
- 10h45 : **Les dernières avancées en neuro-cosmétique**  
Alexandra Scandolera, Head of biological evaluation, Cluadran
- 10h45 : **L'hydratation, quels tests pour quelles allégations ?**  
Mélaine de launay, Ingénieure technico-commerciale, Cosmeapar

10h45-10h55

**... À IMPACT RÉDUIT SUR L'ENVIRONNEMENT**

- 10h45 : **Formuler avec moins d'ingrédients**  
Eva Lesagezou, Responsable innovation et réglementation, Prevost Laboratory Concept
- 10h45 : **Agriculture régénératrice : un sourcing d'avenir pour les cosmétiques**  
Priscille Charton, CEO et Cofondatrice, Eclo
- 10h45 : **Allégations environnementales : comment communiquer de façon responsable ?**  
Marjolaine Oussier, Responsable environnement, Cosmead

INSCRIPTION SUR [WWW.COSMAD.FR](http://WWW.COSMAD.FR)

Université de Rennes, Département Chimie ST, 5 rue de Clos Courtil, 35700 Rennes  
cosmetopole-grandouest@cosmad.fr [www.cosmad.fr](http://www.cosmad.fr)

Executive summary

Environnement macroéconomique

**Tendances**

- Bretagne : Dynamisme de la filière Cosmétique
- **Marques populaires sur Instagram en 2023**

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

Perspectives

## Marques populaires sur Instagram en 2023

La plateforme d'analyses de données Kolsquare a évalué les 300 000 publications de contenus Instagram, concernant l'univers beauté en France au cours de l'année 2023.

Ci-dessous les marques les plus mentionnées par catégories :



MAQUILLAGE	SOIN VISAGE	CAPILLAIRE	PARFUM
NYX COSMETICS	CELLUBLUE	GHD	PACO RABANNE
CHARLOTTE TILBURY	PIN UP SECRET	MAYBE PARIS	ADOPT PARFUMS
FENTY BEAUTY	YVES ROCHER	L'ORÉAL	EL NABIL
MAYBELLINE	CAUDALIE	KERASTASE	MUGLER
HUDA BEAUTY	TYPOLOGY	GISOU BY NEGIN MIRSALEHI	DIPTYQUE
RARE BEAUTY	AY'V FRANCE	ROYAL EXTENSION	PUIG (NINA RICCI...)
MAC COSMETICS	CLARINS	MYRIAM K PARIS	PANIER DES SENS
BENEFIT COSMETICS	MUSC INTIME	REDKEN FRANCE	LVMH FRAGRANCE
KIKO MILANO	L'OCCITANE	LES SECRETS DE LOLY	KILIAN PARIS
ROSEGOLD PARIS	WILD	SAINT ALGUE	

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



**27 000**

Nombre de verbatim traitant de la cosmétique

**16 000**

Nombre de verbatim programmés en juillet-août 2024

- Périmètre de la recherche :
  - Langue : verbatim rédigés en France, en langue française.
  - Période : 1<sup>er</sup> Avril au 30 Juin 2024
  - Prévisions : 1<sup>er</sup> Juillet au 31 Août 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 principalement positif avec un taux supérieur à 40%

#### SENTIMENT

**42.1%** POSITIF **13.5%** NÉGATIF

Le taux d'engagement des verbatims est deux fois plus élevé qu'au cours de la période précédente étudiée : presque 400 000 interactions contre environ 200 000

#### ENGAGEMENT

**394.2K**

## Cosmétique : Verbatim collectés (2/3)

### Thématiques associées aux cosmétiques

(Avril 2024 – Juin 2024)

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

#### Thèmes croissants

cosmétiques et parfums

trousse de maquillage

mise à jour

sac de rangement

sac à main

articles de toilette

rouge à lèvres

mise en place

produits de soin

produits d'entretien

#### Nouveaux thèmes

crème solaire

huiles essentielles

ingrédients naturels

dernières années

développement durable

rentrée scolaire

#### Thèmes décroissants

peau sèche

peaux sensibles

beauté asiatiques

Au cours du deuxième trimestre 2024, les mentions de maquillage, rouge à lèvres et trousse de toilette ont été omniprésentes dans les discussions portant sur les routines beauté.

Parmi les nouveaux termes on note l'apparition des thématiques concernant les crèmes solaires, les huiles essentielles et les ingrédients naturels.

En terme de saisonnalité on voit également apparaître les mentions de « rentrée scolaire »

Avec l'arrivée du printemps, les mentions de peau sèche et peaux sensibles ont été moins nombreuses qu'au cours du premier trimestre de l'année. Toutefois la protection de la peau reste mentionnée en lien avec l'exposition au soleil.



## Cosmétique : Verbatim collectés (3/3)

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

### HUILES ESSENTIELLES

**1569 RESULTATS**  
19 publications quotidiennes



- De nombreux articles mettent en évidence les avantages de l'utilisation d'huiles essentielles dans les cosmétiques et fournissent des recettes pour fabriquer des produits maison tels que le gel d'aloé vera.
- Des vidéos viennent illustrer cette fabrication de produits de beauté maison tels que des gels, lotions, crèmes et shampooings, en utilisant des ingrédients naturels comme les huiles essentielles.

### CREME SOLAIRE

**882 RESULTATS**  
9 publications quotidiennes



- Plusieurs verbatims fournissent des informations sur l'importance de personnaliser son programme de soins en fonction de son type de peau. Il s'agit notamment de recommander des produits et des techniques spécifiques en fonction de l'état de la peau, par exemple en cas de sensibilité ou d'excès de sébum.
- Certains articles mettent l'accent sur l'importance de la protection solaire et sur la manière dont elle peut contribuer à prévenir le cancer de la peau. Il s'agit notamment de conseils sur l'utilisation de la crème solaire, l'évitement d'une exposition prolongée au soleil et le port de vêtements de protection.

### DEVELOPPEMENT DURABLE

**399 RESULTATS**  
4 publications quotidiennes



- Plusieurs verbatims traitent du projet de loi visant à interdire les PFAS, examiné par l'Assemblée nationale et par le Sénat. Plusieurs articles soulignent l'importance de restreindre la fabrication et la vente de produits contenant des PFAS en raison de leur long cycle de vie et de leurs effets potentiels sur la santé.
- Des verbatims relaient les investissements de L'Oréal qui a mobilisé, en cinq ans, plus de 500 millions d'euros dans ses usines françaises. C'est notamment le cas sur le site de Caudry dans le Nord où est réalisée la fabrication de fonds de teint et soins de la peau de la division l'Oréal Luxe.

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

**Chiffres clés**

Actualités des acteurs

Perspectives

## Dynamisme des ventes en ligne

Les ventes en ligne de produits de grande consommation (PGC) affichent en Europe et en France une croissance soutenue

Ces dernières sont soutenues par plusieurs leviers : Market Places, DtoC, seconde main, diversification géants mode

Croissance entre 2022 et 2023

**+12%**

En France les ventes e-commerce ont progressé de 12%

### PREMIER TRIMESTRE 2024

Croissance du nombre d'acheteurs

 **+8,8%**

Augmentation du Panier moyen en ligne

**+9,6%**

Les ventes de produits de beauté représentent 5,5% du total des produits vendus en ligne.

Elles sont toutefois les plus dynamiques avec une hausse en moyenne de 10% du panier moyen (+70€)

Sources : Fevad - Nielsen - LSA

### ➤ Market places

- Les market places contribuent à étoffer l'offre proposée au consommateur et continuent de gagner des parts de marché.

#### CAPTATION DES VENTES ONLINE PAR LES MARKET PLACES



- La France reste toutefois en retrait par rapport à ses voisins européens, notamment l'Allemagne où près de la moitié des ventes en ligne sont réalisées sur ce type de plateformes.

### ➤ Direct To Consumer

- Le Direct to Consumer (DtoC), modèle de vente permettant à une entreprise d'atteindre directement son consommateur final sans l'aide d'intermédiaires, affiche un certain dynamisme.

CA en France en 2023

**221 M€**

+20%

#### TOP 5 DES MARCHANDS BEAUTE

Aroma Zone,  
Typology,  
Horace,  
Yves Rocher  
Caudalie.

### ➤ Diversification des géants de la mode

- Les grands industriels de la mode entendent également se positionner sur le marché de la beauté.
- En effet ces derniers diversifient leur offre et proposent des produits de soins, des cosmétiques ou des parfums.

	SHEIN	ZARA
	5.3% (+1.6p)	1.6% (+0.1p)

- Shein, le spécialiste de la fast-fashion, pèse de plus en plus dans le secteur de la beauté. En mai 2024, le poids de la beauté dans les ventes du géant chinois représentait 5,3 % (+1,6 point).
- Concernant Zara, cette part atteint 1,6% (+0,1 point).

### ➤ Réseaux sociaux

- De nouveaux acteurs se positionnent sur le e-commerce, notamment le réseau social Tik Tok Shop en Chine, aux Etats-Unis et au Royaume-Uni.
- TikTok Shop propose un spectre de produits plus large que Shein, lui permettant de capter très rapidement 7,8% des ventes online de friandises et 8,5% des ventes de papier toilette.
- TikTok Shop pourrait être déployé cet été en Europe.



Les « nouveaux acteurs » du e-commerce bouleversent les rapports de force. TikTok Shop y a rapidement dépassé Shein tant en termes de part de marché que de taille de clientèle, avant d'être à son tour dépassé par Temu deux mois après le lancement de ce dernier »

Daniel Ducrocq, VP Distribution Europe, Nielsen

- Si l'industrie de la beauté arrive à activer tous ces leviers additionnels, un potentiel de développement est à constater.

Chiffre d'affaires additionnel  
potentiel pour l'industrie de la  
beauté en France

**800 M€**

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

**Actualités**

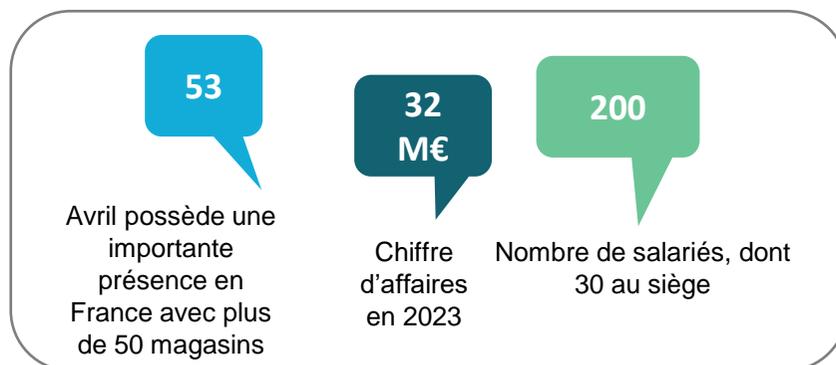
Perspectives

## Avril poursuit son déploiement à l'international

- La marque de cosmétiques bio Avril, poursuit son déploiement à l'international avec l'ouverture d'une boutique à Madrid programmée courant juillet.



- Cette ouverture, s'inscrit dans la stratégie d'internationalisation d'Avril qui a récemment inauguré des magasins en Belgique, au Maroc et à l'île Maurice.



- Avril a pour objectif de réduire au maximum son empreinte carbone : recharges pour blush et fards à paupières, gamme de pastilles sèches...

Sources : Avril, Les Echos

## Body Shop vers une liquidation judiciaire

### ➤ Dernière offre de reprise refusée

- Suite à son placement en redressement judiciaire en avril dernier, le tribunal de commerce de Paris avait fixé au 4 juillet la date pour trouver un repreneur.
- Deux repreneurs potentiels s'étaient initialement manifestés : Berger International et Horizon Pharma

### Deux offres proposées

MAISON  
**BERGER**  
PARIS

Reprise de 21 salariés

Reprise de 17 points de vente

200 000 euros

Objectif :  
Vente de ses produits  
en parapharmacie

**H** HORIZON  
P H A R M A

Reprise de 105 salariés

Reprise de 28 points de vente

150 000 euros

Objectif :  
Transformation des magasins en  
points de vente multimarques  
(Maison Berger Paris, My Jolie  
Candle)

- Après le retrait du groupe Horizon Pharma, la proposition de Berger International a été jugée insuffisante par le tribunal de commerce de Paris le 3 juillet dernier.
- Body Shop France attend désormais le délibéré du 17 juillet qui prononcera certainement la liquidation judiciaire de l'enseigne.

Sources : LSA, Body Shop, E-Commerce Mag

## Réduction des déchets plastiques

### ➤ L'entreprise 900.care se mobilise

- 900.care a annoncé avoir réaliser l'économie de cinq millions de bouteilles en plastique à usage unique.
- Cette communication, réalisée à l'occasion de la Journée de l'Environnement, organisée le 5 juin dernier, visait à souligner l'engagement écologique de la marque.



« Depuis notre création, 900.care s'est fixé pour objectif de révolutionner l'industrie de la cosmétique en proposant des produits innovants et respectueux de l'environnement »

Aymeric Grange,  
PDG et Cofondateur de 900.care

## DÉCRET INTERDISANT LA FOURNITURE D'ÉCHANTILLONS



- Ce décret relatif aux conditions et modalités d'application du V de l'article L.541-15-10 du code de l'environnement, interdit de fournir à un consommateur, sans demande de sa part, un échantillon de produit dans le cadre d'une démarche commerciale.

## OBJECTIF :

Eviter le gaspillage provenant d'échantillons non demandés

- Le professionnel peut informer, par tout moyen, le consommateur que l'échantillon ne peut lui être remis qu'à sa demande.
- Si cette information est communiquée à distance (mail, téléphone, sms...), la première demande exprimée par le consommateur mènera à la remise successive d'échantillons jusqu'à renonciation.

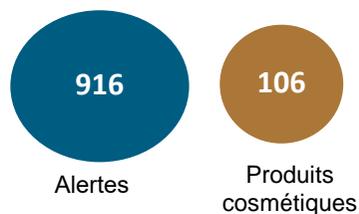
## DGCCRF sur le marché des cosmétiques

A l'occasion de la présentation, début mai, de son bilan d'activité 2023 et de ses perspectives 2024, la DGCCRF a pu mettre en avant son périmètre d'intervention en matière de cosmétiques.



### DISPOSITIF SIGNAL CONSO

- Le contrôle de la sécurité des produits non alimentaires, notamment sur les market places, représente une part importante de l'activité de la DGCCRF.



Sur les 916 alertes recensées, un peu plus d'une centaine concernaient des produits cosmétiques et articles d'hygiène.

- L'entrée en application du règlement européen sur la sécurité générale des produits va renforcer les obligations des market places à compter de décembre 2024, tandis qu'une prochaine loi devrait renforcer les sanctions.

Source : DGCCRF

### CERTIFICATION À L'EXPORT

- La DGCCRF a entamé au cours des dernières semaines, un travail avec l'autorité chinoise en charge de la réglementation des produits cosmétiques.
- L'objectif étant de poser un cadre à la certification à l'export des produits cosmétiques français en Chine.



## ENGAGEMENT RSE

### ➤ Ressenti des Français face à l'engagement des marques

- Plusieurs acteurs cosmétiques entrent dans le baromètre BrandGagement qui mesure le ressenti des Français face à l'engagement des marques (8<sup>ème</sup> édition)



Dans le top 5 des industriels beauté contribuant à offrir du bien-être aux consommateurs.

- 1) AROMAZONE
- 2) YVES ROCHER
- 3) NIVEA

- Autre enseignement du baromètre : les Français ne veulent plus arbitrer entre leurs finances et le facteur environnemental.

«Les français ne souhaitent plus payer plus cher pour ce qu'ils considèrent comme les grandes priorités des entreprises en 2024, à savoir le Made In France (61 %), le respect de l'environnement (58 %) et la transparence (54 %).» »

Baromètre Brand Engagement

### ➤ Laboratoires Pierre Fabre récompensés

- Le projet "Green Bioplastics" des Laboratoires Pierre Fabre, vient de remporter un prix prestigieux

« Projet Green Bioplastics »  
remporte le 1er prix des  
Trophées de la Fondation  
Maud Fontenoy

12 juin 2024

- Cette fondation a pour objectif de soutenir les chercheurs mobilisés sur la recherche et le développement de solutions pour l'Océan.
- Ce projet vise à utiliser des microalgues pour capturer le CO<sub>2</sub> et le transformer en bioplastique, destiné à la fabrication de packagings dermo-cosmétiques biosourcés et biodégradables.



LABORATOIRES

**Pierre Fabre**



« Ce projet illustre notre volonté de repenser l'emballage pour un avenir plus durable. »

Franck Legendre  
Directeur Innovation et Développement Durable Packaging, Laboratoires Pierre Fabre

## SOMMAIRE

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

### Perspectives

- Déploiement de l'IA au sein du secteur de la beauté
- Le Reverse aging au service de la beauté préventive

## Déploiement de l'IA au sein du secteur de la beauté

A l'occasion du salon Vivatech, qui s'est déroulé du 22 au 25 mai 2024, de nombreuses applications ont été présentées en matière d'expérience d'achat dans le secteur de la beauté

### KIEHL'S - Groupe l'Oréal

Outil d'analyse en ligne d'une dizaine de caractéristiques cutanées, permettant de réaliser un diagnostic de peau et ainsi de recommander des produits au consommateur.

### SEPHORA - LVMH

Au sein des magasins Sephora basés en Chine, il est possible de scanner son visage afin d'obtenir un rapport beauté détaillé sur lequel le consommateur pourra échanger avec un conseiller afin de se voir émettre des recommandations.

### CHATBOT CLARA - Clarins

Chat-Bot permettant aux clients de recevoir directement des réponses aux questions lors des heures de fermeture du service client. Disponible sur le site américain, il devrait bientôt être déployé dans le reste du monde.

### CREALATECH - Groupe l'Oréal

Outil d'aide à la création d'images s'appuyant sur plusieurs modèles de langage (LLM). Cette technologie permet d'imaginer des images respectant les codes et l'esprit de chaque marque du groupe.

### ASTRA – Groupe Dior

Plateforme basée sur l'IA traitant l'ensemble des verbatims clients recueillis sur de différents canaux (pages produit, avis clients, enquêtes de satisfaction, sessions de live shopping) afin d'identifier et comprendre l'évolution des besoins clients.

### NEW CODES OF BEAUTY CREATOR PROGRAM – Groupe l'Oréal

Programme de partenariats, principalement, avec des influenceurs, pour créer des visuels 3D et en réalité augmentée.

## SOMMAIRE

Executive summary

Environnement macroéconomique

Tendances

Réseaux sociaux

Chiffres clés

Actualités des acteurs

### Perspectives

- Déploiement de l'IA au sein du secteur de la beauté
- Le Reverse aging au service de la beauté préventive

## Le Reverse aging au service de la beauté préventive

Le « reverse aging », terminologie popularisée par le prix Nobel de médecine en 2012, dépeint la capacité de la science à corriger les effets du vieillissement cellulaire. Ces travaux sont vecteurs d'immenses opportunités pour l'industrie cosmétique, qui entre ainsi dans l'air de la beauté préventive.

- Le Reverse aging s'inscrit dans le courant toujours plus prégnant d'une cosmétique au service à la fois de la beauté, mais également de la santé.
- Cette approche scientifique, visant à « soigner la vieillesse » devrait permettre de développer des produits plus ciblés et plus efficaces.



« On ne peut pas arrêter le temps qui passe et qui rajoute des années à notre vie, c'est notre âge chronologique. Mais on peut jouer sur l'âge biologique de nos cellules en les rendant plus performantes »

Virginie Couturaud,  
Directrice de la communication scientifique de Dior

- Au-delà de l'univers cosmétique, le reverse-aging offre de nouvelles perspectives pour les nombreuses maladies liées à l'âge (diabète, Parkinson, Alzheimer)

### Marché mondial du soin de la peau

172,9 Mds\$  
2022

→

256 Mds\$  
2031

### LES ACTEURS QUI SE MOBILISENT

#### DIOR

Création d'un « board »  
dédié au reverse aging

#### ESTEE LAUDER

Longevity Collective :  
regroupement d'experts travaillant  
sur les biomarqueurs de  
vieillesse

De nombreuses marques travaillent avec des experts de renom en matière de reprogrammation cellulaire, ou de senescence sur la peau : Esthederm, Caudalie, Chanel, Biologique Recherche, Dior, Filorga, Guinot, Helena Rubinstein, Orveda



Des premiers essais cliniques sur les humains sont prévus d'ici 2025



COSMED est la 1<sup>ère</sup> Association professionnelle de la filière cosmétique en France fédérant 990 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](http://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](http://www.svp.com)**

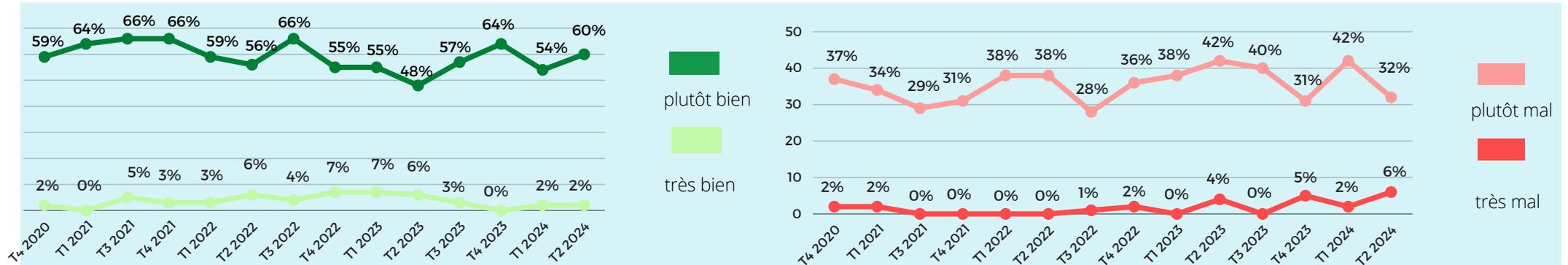
# INDICATEURS CLÉS DES TPE-PME-ETI DE LA FILIÈRE COSMÉTIQUE



**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 ?

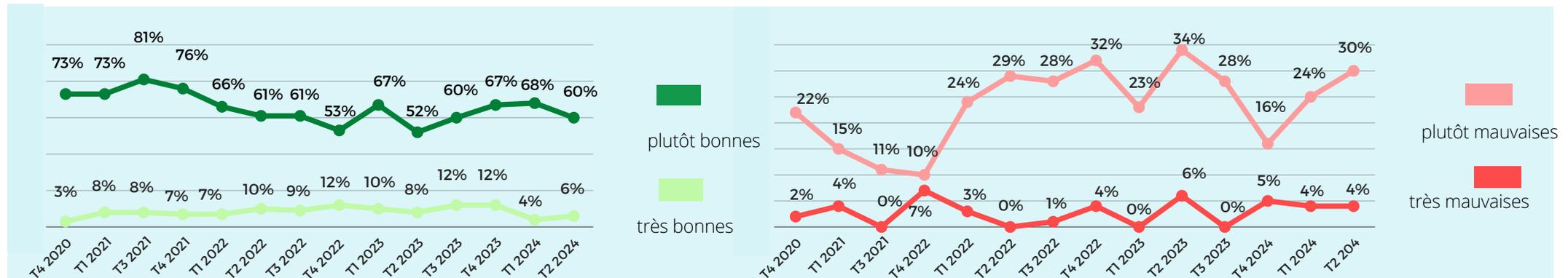


**Une perception positive pour ce trimestre en hausse de 6% chez les dirigeants d'entreprise.**

Une reprise de la demande est constatée sur la période qui fait suite aux lancements de nombreuses nouveautés produits et ce malgré la baisse constatée du pouvoir d'achat.

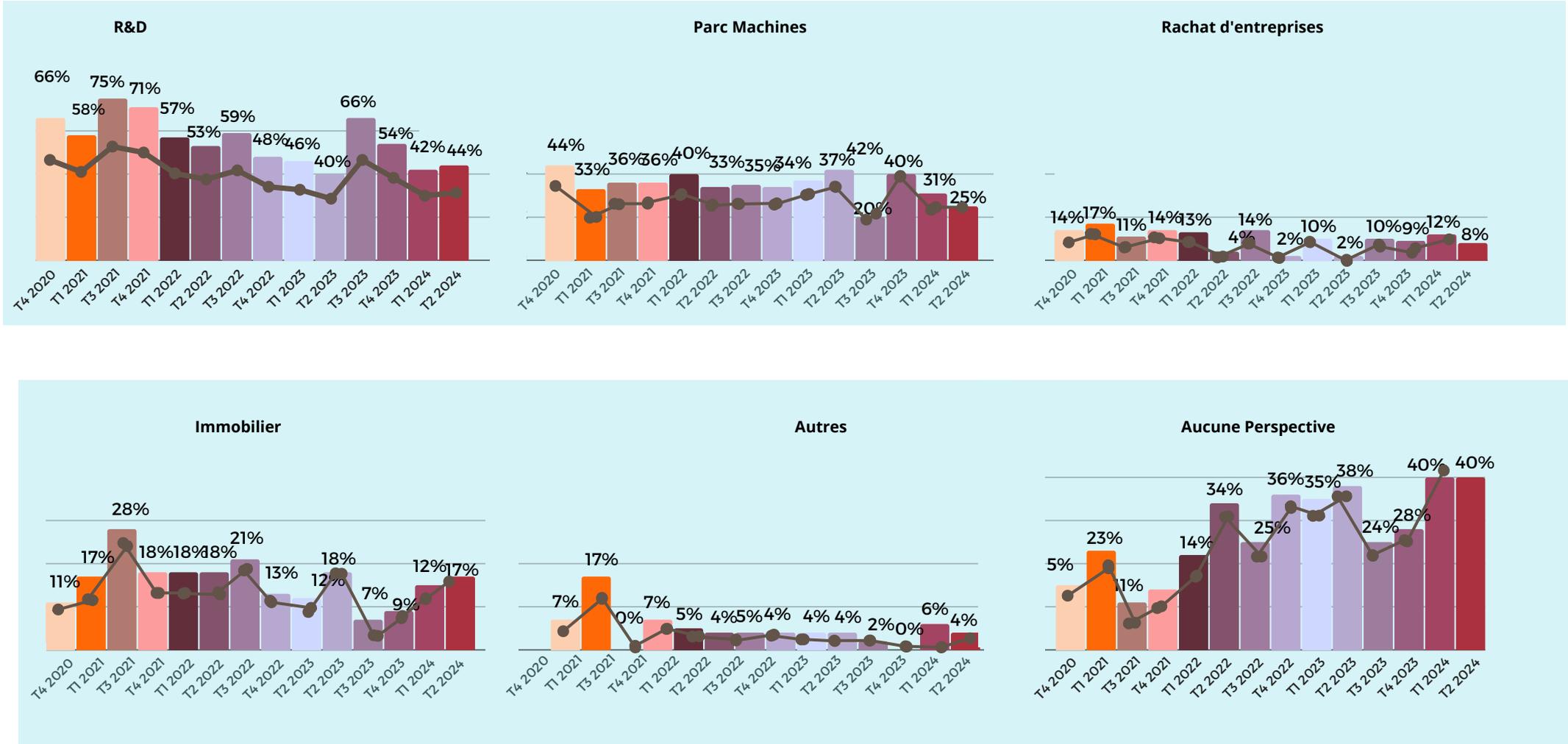
## PERSPECTIVES EN ENTREPRISE

ET QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DANS VOTRE ENTREPRISE ?



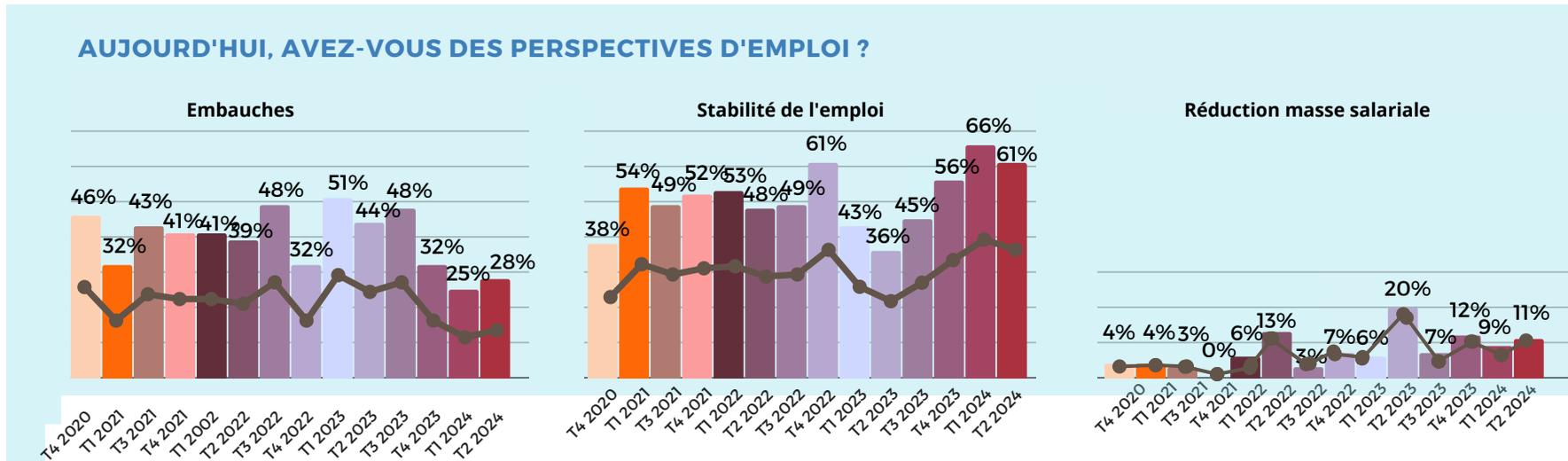
**Paradoxalement des perspectives en berne dans les entreprises.**

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



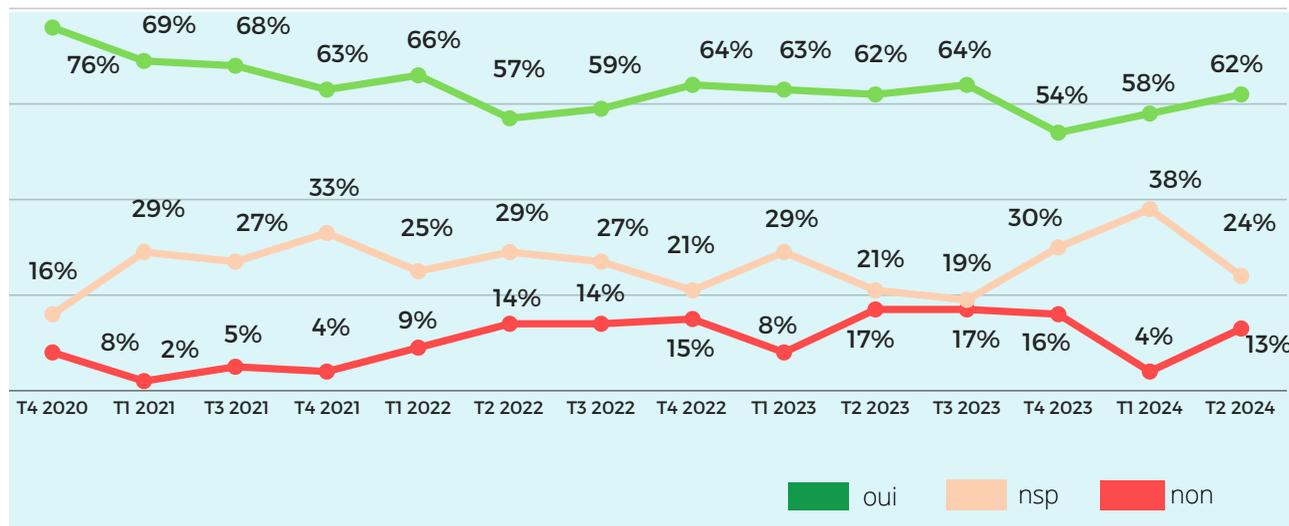
Comme au dernier trimestre, 40% des répondants sont non concernés par des perspectives d'investissement. A noter une baisse des investissements dans le parc machines et dans le rachat d'entreprises.

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



Un marché plus dynamique ce trimestre avec une stabilité de l'emploi qui reste majoritaire à 61%.

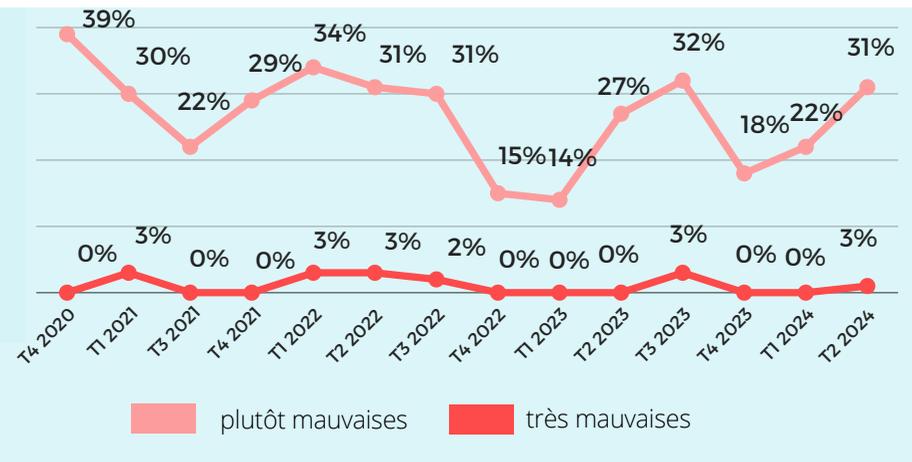
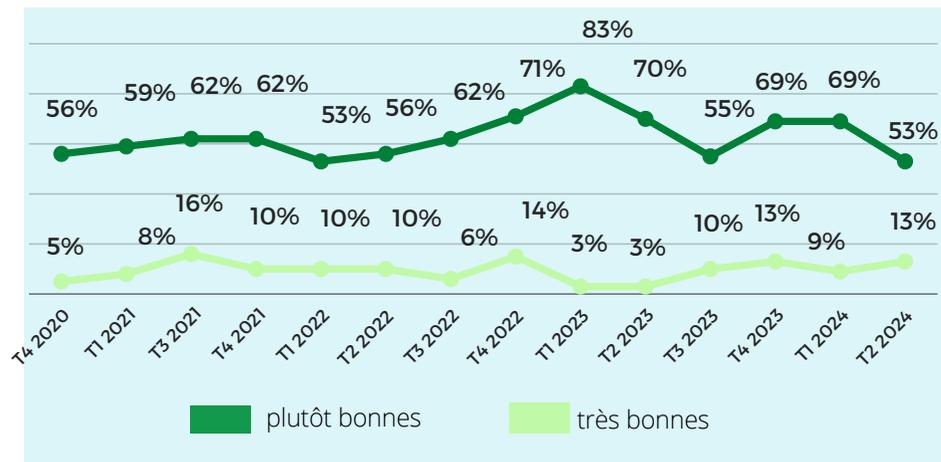
ECO-CONCEPTION : EFFECTUEZ-VOUS OU ENVISAGEZ-VOUS DES INVESTISSEMENTS ?



L'éco-conception est plus que jamais une priorité pour la majorité des dirigeants.

L'incertitude (nsp) des entreprises sur ce sujet, après une très forte hausse le trimestre précédent, revient dans la moyenne de 2023.

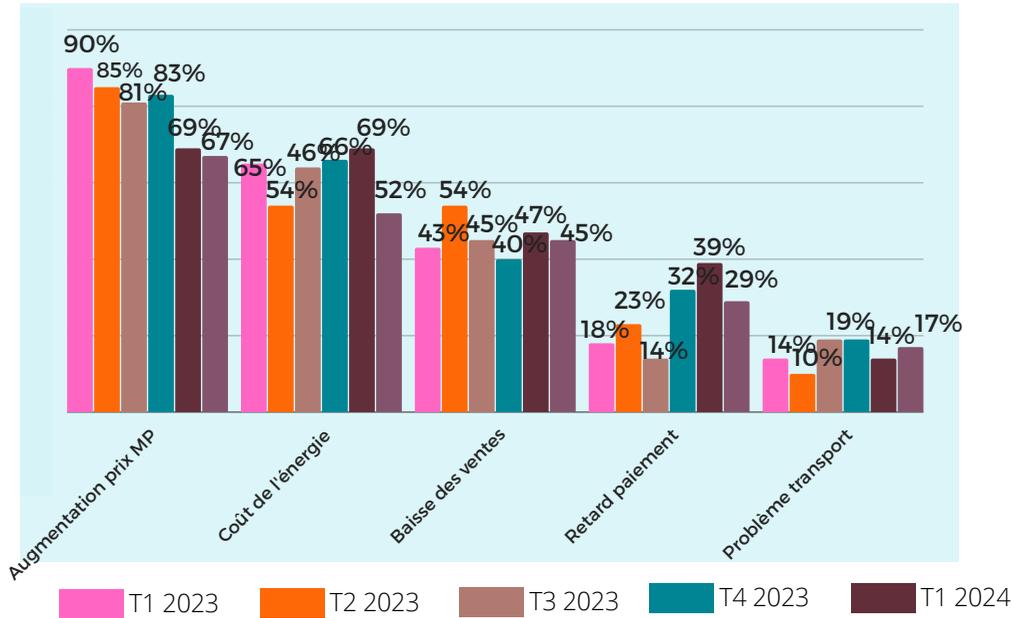
EXPORT : VOS PERSPECTIVES SONT...?



Les réserves du début d'année sur l'export se confirment : les mauvaises perspectives sont en hausse de 12%. Les principales zones à surveiller sont l'Europe, l'Asie et le Moyen-Orient.

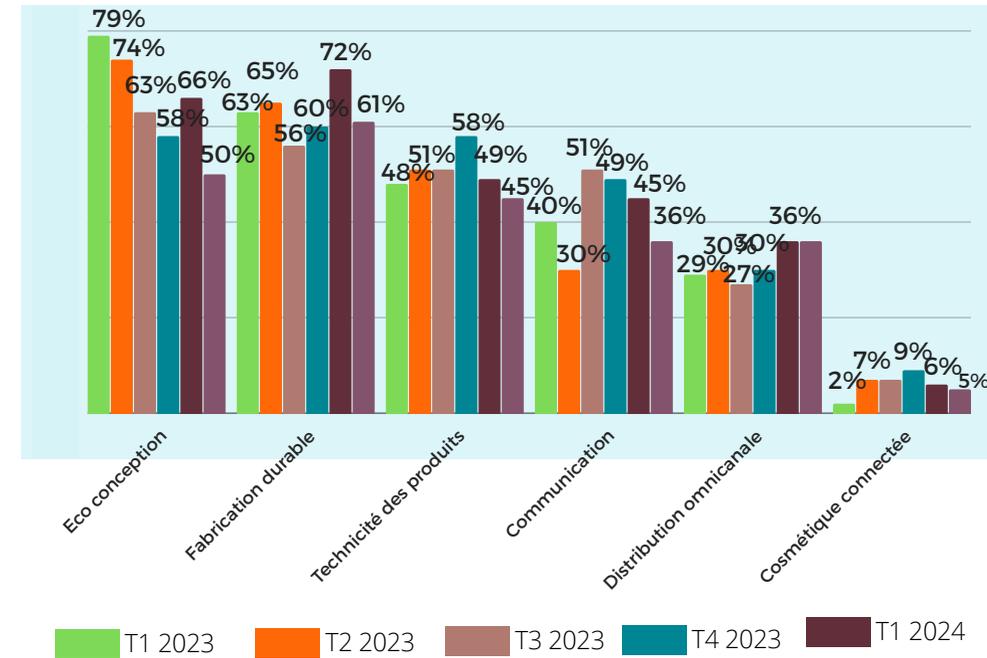
## PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - QUESTIONS D'ACTUALITÉ

### QUELLES DIFFICULTÉS IMPACTENT AUJOURD'HUI VOTRE ENTREPRISE ?



Les coûts et retards de livraison liés aux transport sont des difficultés en croissance sur ce second trimestre.

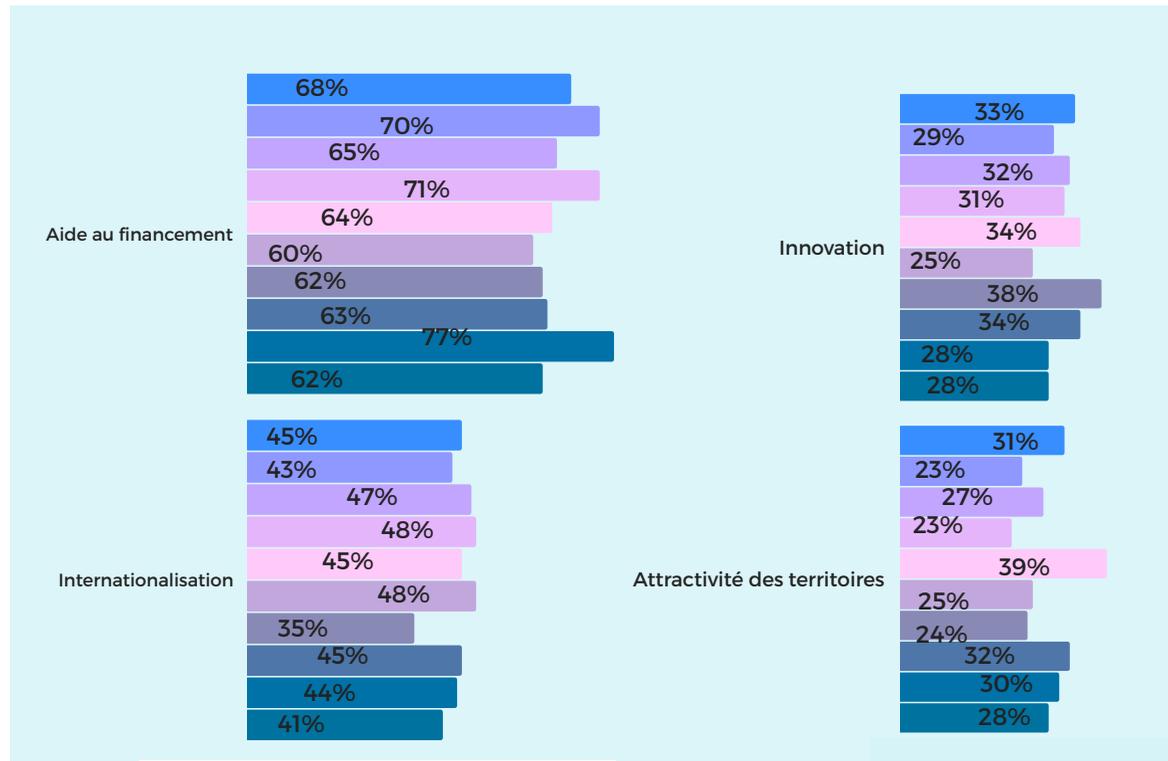
### SUR QUEL DOMAINE INNOVER POUR SE DÉVELOPPER ?



La fabrication durable, même si elle perd 11%, confirme son avantage dans les leviers de développement des entreprises.

## PERSPECTIVES EN ENTREPRISE - QUESTIONS D'ACTUALITÉ

### AIDES DE VOTRE RÉGION : QUELS LEVIERS POURRAIENT ÊTRE ACTIONNÉS ?



L'aide au financement reste un besoin important pour les dirigeants d'entreprise.



# MORAL DES DIRIGEANTS

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



Un moral en berne sur ce trimestre.