

# Les dermo-cosmétiques durables cartonnent au rayon soin et beauté !

L'officine est le circuit de vente numéro 1 pour les produits dermo-cosmétiques. En effet, dermatologie et cosmétologie font bon ménage en pharmacie. C'est un marché ultra dynamique, aux couleurs très françaises (7 sur 10 marques), qui plus que doublé en 15 ans . Face aux concurrents et à la mutation de la demande en quête de naturalité et de durabilité, quels sont vos atouts ? Comment valoriser votre rayon cosmétique ? Conseils en pharmacie, mise en valeur de vos haut-de-rayons, temps fort durant les fêtes... On vous aiguille.

## Quid du marché dermo-cosmétique en pharmacie : opportunité et menace

Fragilisé par la crise sanitaire, le marché dermo-cosmétique a repris des couleurs, boosté par les nouvelles tendances. Valorisé 2,7 milliards d'euros selon les chiffres de Cosmeticobs, il est même en pleine expansion : entre 2020/2023, le secteur a même enregistré une croissance estimée à 3,8 % par an.

Pourtant, le phénomène de déconsommation globale a bien failli impacter ce marché – englobant à la fois la beauté, le bien-être et les problématiques médicales – du fait de la mise en lumière par les médias des effets néfastes sur la santé de certaines substances indésirables...

« Alors que les routines de soins se simplifient, un sentiment de défiance a envahi les consommateurs, en attente de davantage de naturalité et de transparence sur les composants.» <sup>(1)</sup> Rémi Vicente, Directeur d'Études, Xerfi-

Precepta.



*Les marques de cosmétiques bio et naturels ont la cote*

## **La pharmacie circuit n°1 des ventes de dermo-cosmétiques**

A votre avantage, l'immense majorité des ventes se fait encore en pharmacies qui trustent 85,5% des ventes de dermo cosmétiques (2,1 milliards d'euros), tandis que les parapharmacies – dont 80% d'entre elles adossées à une grande enseigne – arrivent en seconde place (518 millions)<sup>(2)</sup>. Cependant, elles doivent faire face à la montée des e-pharmacies et e-parapharmacie (104 millions)<sup>(3)</sup>.

## **Le match : dix acteurs principaux se disputent le marché**

Le match est serré sur ce marché aux couleurs très françaises. En tout, dix marques dont sept sont françaises tiennent le haut du pavé (26% de PDM en valeur) : La Roche Posay et Vichy (L'Oréal), Avène (Pierre Fabre), Eucerin (Beiersdorf), Nuxe, Caudalie... alors qu'une myriade de petits laboratoires

d'envergure régionale<sup>(4)</sup> coexiste, au total près de 700 marques dermo-cosmétiques.

## Les nouvelles « stars » françaises des réseaux sociaux

Les produits phares sont très recherchés sur YouTube et portés par les ambassadeurs des marques dermo cosmétiques, captent l'imagination des fans sur les réseaux sociaux. En effet, les chiffres parlent d'eux-mêmes<sup>(5)</sup> :

- 60 millions de vidéos liées au terme « *skin care* » (soins pour la peau) sont disponibles sur YouTube ;
- 6 millions de personnes suivent les comptes La Roche Posay, Avène et Vichy sur Instagram ;
- 40 % de répondants déclarent avoir déjà acheté un produit recommandé par un influenceur.

En outre, le concept de « **la pharmacie française** » attire sur Tik Tok, le réseau social chinois de partage vidéo. Ainsi, le tag #FrenchPharmacy récolte plus de 125 millions de vues, porté par des influenceuses du monde entier qui s'émerveillent des vertus d'une huile prodigieuse de Nuxe<sup>(6)</sup> !

[@elizaseungun](#) [#skincareshopping](#) [#frenchskincare](#)  
[#skincareproducts](#) [#skincareroutine](#) [#skincarehaul](#)  
[#frenchpharmacy](#) [#frenchpharmacyskincare](#) [#bioderma](#)  
[#biodermafrance](#) [#caudalie](#) [#sunscreen](#) [#larocheposay](#)  
[#citypharmaparis](#) [#citypharma](#) [#skincaretiktok](#) [#whatibought](#)  
[#serum](#) [#comewithme](#) [#skincarehaul](#) [#nuxe](#) [#nuxebodyoil](#) [🎵 sonido original – yo](#)

## 71% des Français préfèrent privilégier les cosmétiques éco-

# responsables

Du côté des patients-consommateurs, une tendance de fond se généralise depuis la pandémie : le besoin de naturalité et de vivre de manière plus durable. En un mot, place à la sobriété !

En effet, la majorité des Français souhaitent consommer moins et mieux ce qui revient à privilégier des cosmétiques bio et naturels. D'après les études récentes, voilà l'objectif :

- 78% des Français souhaitent privilégier leur bien-être et leur santé à leur apparence ;
- 71% des Français souhaitent connaître l'impact sur l'environnement<sup>(7)</sup> de ces produits ;
- 75 % des acheteurs sont prêts à déboursier de 10 % à 30 % plus cher pour l'achat de produits justifiant de critères solides en matière de développement durable .

Enfin, pour 56 % d'entre eux, les preuves scientifiques ont un impact important sur le choix d'un produit dermo cosmétique. De surcroit, pour 49 % des personnes interrogées le caractère hypoallergénique du produit est essentiel.



***Les clients méfiants réclament davantage de transparence.***

## **Produits dermo cosmétiques : les opportunités pour vous**

Aujourd'hui, il ne suffit plus d'être bien implanté dans votre quartier. Face au succès d'autres circuits de distribution et l'explosion d'internet, il faut avoir les reins solides ! En être bien conscient pour adapter votre stratégie :

- d'une part les grandes enseignes et les parfumeries montent peu à peu en gamme. Elles adoptent les codes des produits vendus à l'origine en officine, ce qui constitue une concurrence.
- d'autre part, du fait de la démocratisation des achats en ligne, le déploiement de l'e-pharmacie attire avec à ses prix inférieur (env.56%), ses gammes plus étendues (43%), et la praticité des achats (33%).

## **Le pharmacien d'officine en première ligne pour relever le défi**

En effet, selon nous, vous avez plusieurs atouts en main pour tenir tête à la concurrence et vous adapter à ses mutations nécessaires :

- Les nouvelles stratégies des marques vendues en pharmacie enclenchées depuis deux ans ont bénéficié d'un écho positif dans les officine<sup>(8)</sup> : bio et naturalité, lancement de produits premium et élargissements des gammes ;
- Et de l'avis des patient-consommateurs vous avez bien d'autres atouts à mettre en avant : les informations sur le produits (62%), les conseils du pharmaciens (60%), les tests avec des échantillons (42%).

Enfin, 54% des acheteurs accordent une importance élevée aux recommandations des professionnels de santé.

# Garantir une santé et un bien-être optimal à vos patients-consommateurs

Ainsi, vous l'avez constaté sans doute, vos clients sont plus informés et plus exigeants qu'avant. Ils veillent à leur santé tout autant que leur bien-être. Pour cette raison, hydrater et soigner sa peau au quotidien, avoir une belle peau s'inscrit désormais dans une routine beauté plus globale. Sur internet, c'est la course à la meilleure routine de soin pour le visage. Pour répondre à leurs aspirations, vous avez tout intérêt à accompagner vos patients dans cette démarche : repenser votre offre, le choix et la disposition des produits en conséquence. Et pourquoi pas, [créer une vitrine qui attire le regard](#) en mettant en avant vos spécialités ?

## Haut de rayon : orientez la clientèle avec une signalétique efficace

Par ailleurs, la [signalétique intérieure](#) est indispensable pour orienter, informer et mieux communiquer au sein de votre officine. Grâce à des hauts de rayon et séparateurs de linéaire plus efficaces, le patient repère en un clin d'œil l'ensemble des produits et gagne un temps précieux. Vos produits dermo-cosmétiques sont valorisés et plus visibles. C'est aussi un moyen de vous démarquer de vos concurrents et d'attirer une nouvelle clientèle en quête de cosmétiques naturelles.

Désolé, votre navigateur ne supporte pas les vidéos embarquées.

### *Hauts de rayon pour renforcer votre attractivité*

Vous souhaitez aménager votre officine ? Découvrez [ici nos conseils en agencement](#) pour dynamisez vos ventes.

# Routine bien-être : dispensez vos conseils en dermo-cosmétique

Pour les soins du visage et du corps, la démarche consiste à guider votre client au fil d'un parcours de type « routine beauté bien-être » par étape. Elle présente l'avantage de créer de nouvelles opportunités d'achat tout en s'adaptant aux nouvelles attentes des patients<sup>(9)</sup> :

1. Le nettoyage du visage pour éliminer les impuretés (pollution, poussières, sébum, etc.)
2. Les soins ciblés pour traiter les problèmes spécifiques (rougeurs, imperfections, peau terne)
3. La crème hydratante à choisir selon le type de peau
4. La protection solaire en cas d'exposition prolongée
5. Les eaux micellaires, huiles ou laits démaquillantes
6. Les crèmes de nuit, souvent plus riche que les crèmes de jour, pour nourrir la peau et prévenir du vieillissement prématuré



## ***Routine beauté et packaging éco-conçus. La Rosée***

A titre d'exemple, [La Rosée](#) , marque de cosmétiques naturelles délibérément engagée, propose une routine beauté en fonction

du type de peau et des préoccupations de chacun. Conçue par deux pharmaciennes et exclusivement implantée en officine, cette marque a su renverser les codes de la cosmétique traditionnelle avec ses produits de qualité et ses packaging éco-conçus.

## **Les ventes coffrets cadeaux à l'approche des fêtes dynamisent vos ventes**

Un autre axe de développement pour favoriser la vente de produits cosmétiques est de développer les actions favorisant les achats spontanés et plaisir. A l'occasion des fêtes, Noël approche, [les idées d'animation](#) en pharmacie ne manquent pas ! De même, **les coffrets cadeaux** viennent la rescousse des clients en panne d'idées. Découvrez notre sélection 2023 pour vous guider :

Proposés par Nuxe, Roger Gallet, Lierac, Biortherm etc. il en existe pour tous les goûts (crème hydratante, produits solaires, homme/femme), tous les âges et tous les types de peau... C'est aussi l'occasion de toucher une nouvelle clientèle peu habituée du rayon beauté-hygiène.





***Caudalie Les Essentiels Eclat 2023***



***NUXE La collection prodigieuse 2023***



*Roger&Gallet, Coffret de Noël homme*

## **Quel emballage choisir pour sublimer vos cadeaux de Noël ?**

Pour les fêtes de fin d'année, n'oubliez pas de vous équiper en pharmacie ! Nous vous proposons plusieurs modèles de sacs cadeaux personnalisables au nom de votre pharmacie.

- Le sac boîte 2 en 1 ultra pratique : il fait office de boîte cadeau et de sac (cordelette en ruban noir élégante).
- Le sac papier en satin blanc est spécialement conçu pour transporter vos coffrets produits (fond plat et larges

soufflets)

Découvrez nos différents sacs cadeaux pour toutes les occasions.

[CONTACTEZ NOUS >](#)

*Demande sans engagement !*

**Lire aussi :**

[8 idées pour booster l'animation de votre officine en 2023](#)

[Médecine par les plantes : quel avenir pour la pharmacie naturelle ?](#)

[7 actions pour dynamiser votre rayon diététique en pharmacie](#)

Sources et références :

<sup>(1)</sup><sup>(2)</sup><sup>(9)</sup> Premium Beauty News – 26/11/2019 : [«Le marché des dermocosmétiques s'oriente vers une reprise durable»](#)

<sup>(3)</sup> CosmeticsObs – 30/03/2022 : [Bilan du marché dermocosmétique en France](#)

<sup>(4)</sup><sup>(5)</sup><sup>(8)</sup> Iqvia – 22/07/2022 : [« A fleur de peau », dermocosmétiques 2022](#)

<sup>(6)</sup> UffPost – 12/08/2023 : [La parapharmacie française, star de TikTok](#)

<sup>(7)</sup> PharmacosMedia.fr – 17/05/2022 : [Cosmétique / pharmaceutique: Bien-être, durabilité et naturalité, des tendances de fond qui se confirment](#)

<sup>(10)</sup> Doctisssimo – 25/07/2023 : [Les meilleures crèmes hydratantes pour le visage](#)