

Nürnberg, Germany 14.–17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Janvier 2018

VIVANESS 2018 : produits cosmétiques naturels à l'ère du numérique

- **Marché allemand des produits cosmétiques naturels en pleine révolution numérique**
- **Grandes opportunités pour les nouveaux venus sur le marché et les marques internationales**

L'avenir est numérique. La numérisation fait son entrée dans tous les domaines de la vie quotidienne et de nouvelles perspectives s'ouvrent également au secteur des produits cosmétiques naturels et biologiques. Les cosmétiques font déjà partie des produits les plus demandés en ligne, les consommateurs allemands comptant, au niveau européen, parmi ceux qui effectuent beaucoup d'achats de cette manière. Un aspect auquel on consacrera une grande place lorsque la filière des produits cosmétiques naturels se retrouvera du 14 au 17 février à Nuremberg à l'occasion du VIVANESS, Salon International des Produits Cosmétiques Naturels. Cette plateforme internationale B2B devrait accueillir cette année plus de 250 exposants. « Grand effet à peu de frais : la communication à l'ère du numérique ». Tel est le nom d'un intéressant congrès tenu dans le hall 7A qui traitera des changements entraînés par la révolution numérique et des perspectives qu'elle offre dans le domaine de la relation avec le client. De nombreuses autres conférences proposées dans le cadre du Congrès VIVANESS transmettront des connaissances solides autour du thème des produits cosmétiques naturels.

La numérisation de la société est évidente. L'ère du smartphone et du commerce électronique sont des phénomènes globaux. On compte en effet plus de cinq milliards de smartphones dans le monde entier. Le commerce est également concerné. Les portails d'achat sur internet répondent au désir de commodité et à l'envie d'acheter de nombreux consommateurs.

Veranstalter

Organizer

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
info@vivaness.de
www.vivaness.de
www.vivaness.com

Vorsitzender des Aufsichtsrates

Chairman of the Supervisory Board

Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der
Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the
City of Nuremberg

Geschäftsführer

CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht

Registration Number

HRB 761 Nürnberg

Ideelle Träger

Supporting organizations

COSMOS

We are COSMOS

NATRUE



VIVANESS2018

into natural beauty



On commande de plus en plus souvent en ligne. Tant les fabricants que le commerce stationnaire doivent se mettre au diapason. Les produits de beauté font partie des articles les plus demandés sur internet. L'institut d'études de marché IRI Information Resources (Düsseldorf) a constaté au moyen d'une enquête sur le commerce électronique que 22 pour cent des consommateurs allemands ont acheté des produits de beauté en ligne lors des douze derniers mois. Ils se classent donc en tête du classement européen avec les Grecs et les Britanniques (étude IRI European Shopper Studie 2017). Christoph Knoke, directeur d'IRI, prédit une croissance dynamique et une part de marché de 7 à 10 pour cent d'ici 2020 (sur une base actuelle de 1 à 1,5 pour cent). Selon cet expert, « Même si le commerce en ligne est encore une plante fragile, il ne périra pas mais augmentera constamment ».

Numérisation dans le secteur des produits cosmétiques naturels et biologiques

Cette évolution concerne également la filière des cosmétiques naturels et biologiques. Comme le constate Harald Dittmar, directeur de l'association BDIH : « Les produits cosmétiques naturels et biologiques ne constituent pas une exception. La numérisation est un défi pour l'ensemble du marché des cosmétiques mais offre également de nouvelles opportunités ». C'est la raison pour laquelle l'association a, comme il l'explique, fortement recommandé à ses adhérents de mettre au point un bon concept pour s'adapter au marché numérique. Car, quel que soit le positionnement individuel des fabricants et distributeurs vis-à-vis du commerce en ligne, le changement de comportement des consommateurs doit absolument être pris en considération. « Les contacts personnels à tous les niveaux du commerce, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'aux conseils fournis au consommateur par des experts, ne perdront toutefois pas leur importance » a déclaré Dittmar. « Pour la BDIH, le VIVANESS est donc pour toute la branche le forum annuel incontournable qui gagne encore de l'importance en intégrant l'univers numérique » comme l'explique Dittmar.

Augmentation du nombre de fabricants et consommateurs sur le web

De nombreuses nouvelles marques grouillent sur internet, notamment sur le marché toujours en pleine croissance des produits cosmétiques naturels. Cela augmente l'attractivité de la gamme qui, souvent du fait du manque de

VIVANESS2018

into natural beauty



place, ne peut pas toujours être proposée dans le commerce stationnaire. Les jeunes groupes cibles qui sont particulièrement tentés par les expériences partent à la découverte de nouvelles marques inédites dans les webshops ou y trouvent des produits qu'ils cherchent en vain dans le commerce stationnaire.

Les produits cosmétiques naturels restent le moteur de la croissance

En Allemagne, ce sont de toute évidence les chaînes de drogueries qui sont les plus aptes à couvrir les besoins et elles restent de loin, avec plus de 40 %, l'endroit où les Allemands achètent le plus de produits cosmétiques naturels. Selon une analyse de l'Association allemande de l'industrie des produits de soins du corps, de lavage et de nettoyage (Industrieverband Körperpflege und Waschmittel, en abrégé IKW), ce canal de vente représentait, en 2017, 47,6 pour cent de l'ensemble du marché des cosmétiques, soit une augmentation de 2,5 pour cent par rapport à 2016. Les chiffres de l'IKW montrent également qu'avec une augmentation du chiffre d'affaires de 16,8 millions en 2017 les produits cosmétiques naturels restent le moteur de la croissance sur le marché allemand parmi les circuits de distribution analysés. La part de marché des produits cosmétiques naturels s'élève déjà à environ 9,7 pour cent. Les produits cosmétiques naturels jouissent également d'une très grande popularité dans de nombreux autres pays européens et à l'échelle mondiale : les taux de croissance y sont même en partie plus élevés que sur le marché allemand déjà mature. L'Allemagne reste toutefois le plus grand marché européen dans le domaine des produits cosmétiques naturels et biologiques.

La tendance verte et numérique est internationale

D'une manière générale, la tendance verte consistant à utiliser, dans le monde entier, des produits cosmétiques doux et naturels est un facteur favorisant le secteur des cosmétiques naturels et qui a de nouveau dopé la croissance en 2017. À cet égard, les marques de niche ne portant pas le label des cosmétiques naturels se classent d'ailleurs largement en tête à l'échelle internationale. Là aussi, le commerce électronique joue un rôle important comme le confirme Mark Smith, directeur général de NATRUE, institut de certification des produits cosmétiques naturels et biologiques qui délivre un label. « Le commerce électronique change les habitudes des consommateurs, notamment des millennials. » Selon lui, les acheteurs de

VIVANESS2018

into natural beauty



produits cosmétiques naturels sont très exigeants mais souhaitent eux aussi trouver rapidement et facilement les produits recherchés. Toujours d'après lui, la possibilité d'effectuer ses achats sur internet constitue donc une solution alternative qui implique certes un nouveau concurrent mais offre également aux marques la possibilité de se faire connaître. « Qu'il s'agisse de la vente en ligne ou hors ligne, toutes deux deviendront de plus en plus importantes dans les années à venir pour chaque point de vente, notamment du fait de l'augmentation attendue de la demande de produits cosmétiques naturels et biologiques » comme l'explique Smith. « La vente en ligne peut contribuer à soulager les marchés locaux, à booster la croissance de la branche et à offrir plus de choix aux consommateurs pour les produits qui ne sont pas disponibles dans les points de vente conventionnels. Cependant, le principe de base doit toujours être de permettre au consommateur d'avoir accès à des produits de qualité. Pour nous, les marques certifiées par NATRUE dans le monde entier font partie de cette révolution » a déclaré Smith.

La numérisation offre aussi des perspectives

Même si la numérisation impose de grands défis, elle offre dans le secteur du marketing des possibilités de commercialisation et de communication entièrement nouvelles comme l'explique également Georg Held, président der IKW. Les médias sociaux facilitent la prise de contact avec les consommateurs. Les blogueurs, les youtubeurs et autres influenceurs jouent d'après lui un rôle important, notamment pour la clientèle jeune. « Les médias sociaux sont le moyen de communication le plus important et la première source d'information pour les jeunes consommateurs » comme le souligne Held. Ramon Stroink, directeur de la division cosmétiques naturels chez Weleda responsable du marché allemand, autrichien et suisse juge les effets de la numérisation d'une manière réaliste : « À l'échelle mondiale, le commerce électronique est un bon circuit de commercialisation pour les marques d'envergure internationale. Pour de nombreux consommateurs, la commodité est devenue un facteur important lorsqu'ils effectuent leurs achats. C'est un fait que nous devons reconnaître. Les frontières entre les canaux de vente classiques sont nivelées par la numérisation ou disparaîtront à plus ou moins long terme. Les fabricants et le commerce stationnaire doivent se mettre au diapason. »

Nürnberg, Germany 14.– 17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



Contact presse et médias

Barbara Böck, Helen Kreisel, Marie-Claire Ritzer

Tél. 49 9 11. 86 06-86 46

Fax 49 9 11. 86 06-12 86 46

marie-claire.ritzer@nuernbergmesse.de

Tous les communiqués de presse ainsi que des informations complémentaires, des photos et des vidéos sont disponibles dans l'espace Newsroom : www.vivanness.de/en/news

Autres services pour les journalistes et les représentants des médias :
www.vivanness.de/press