

Nürnberg, Germany 14.–17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Août 2017

VIVANESS 2018: produits cosmétiques naturels toujours sur la voie du succès

- **Tendance mondiale: « Green & Clean »**
- **Demande croissante à l'échelle mondiale**

Le développement de la filière des produits cosmétiques naturels et biologiques s'accélère de plus en plus. Sur les marchés européens des cosmétiques qui sont en grande partie saturés, des taux de croissance stables de 5 pour cent et plus révèlent une nette tendance: les produits de beauté naturels sont plus demandés que jamais. Sur le marché allemand déjà mature, on constate une évolution rapide et dynamique. D'après les premières estimations, ce marché numéro un dans le secteur des produits cosmétiques naturels et biologiques progressera probablement moins en 2017 au niveau du chiffre d'affaires, à savoir environ 5 pour cent, mais le nombre de produits écoulés sera beaucoup plus élevé que l'an dernier. Cela est le résultat d'une concurrence très intense dans le commerce. Mais l'Allemagne restera en tête du classement européen. Outre l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne et l'Italie comptent parmi les plus grandes nations européennes dans le domaine des produits cosmétiques naturels. La branche se présentera sous toutes ses facettes à l'occasion du VIVANESS, Salon International des Produits Cosmétiques Naturels, qui se tiendra du 14 au 17 février 2018 à Nuremberg.

Des concepts tels que « Green & Clean » résument parfaitement la tendance mondiale dans le domaine de la beauté. Selon les spécialistes des études de marché, les consommateurs sont le moteur de cette évolution positive à l'échelle internationale. Ils recherchent des produits plus doux et naturels, sont mieux informés et effectuent leur sélection de manière encore plus responsable. « De nos jours, l'éthique et le développement durable occupent une place absolument prioritaire » a déclaré l'experte de la branche Elfriede Dambacher, propriétaire de l'agence naturkosmetik konzepte à Dortmund (GER) qui édite également le

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



rapport sur le secteur des produits cosmétiques naturels. Pour ce groupe d'acheteurs, les produits doivent avoir une histoire équitable et crédible et être fabriqués non seulement en tenant des principes du développement durable mais également avec une grande transparence tout au long de la chaîne de valeur. En outre, le thème des emballages de produits cosmétiques joue un rôle grandissant du fait de la pollution des mers par les déchets plastiques. « Les fabricants et les marques doivent de nos jours répondre à de hautes exigences pour satisfaire les clients » comme l'explique Dambacher.

Demande croissante à l'échelle mondiale

Les produits cosmétiques naturels sont très diversifiés à l'échelle mondiale. Les observateurs internationaux se basent, pour les principaux marchés des produits cosmétiques, sur une croissance annuelle de 8 à 10 pour cent, à l'heure actuelle et dans les prochaines années. Les USA qui constituent le plus grand marché des produits cosmétiques naturels, oscillent entre « organic » (bio) et « nature-inspired » (quasi-naturel). La part des cosmétiques naturels certifiés atteint 20 pour cent. Sur la base d'un chiffre d'affaires annuel s'élevant actuellement à 19 milliards d'USD, l'entreprise américaine Persistence Market Research (PMR) de New York (USA), pronostique une hausse de plus de 430 millions d'USD par an pour les sept années à venir.

Au niveau international, les marchés porteurs d'avenir se trouvent en Asie et en Amérique du Sud. Notamment la Corée du Sud, Singapour, le Japon et l'Inde se lancent à la conquête de l'univers des produits cosmétiques naturels et biologiques. On peut être curieux de savoir comment sera l'évolution au Brésil où le marché des produits cosmétiques naturels est actuellement en passe de se restructurer. Le succès des produits cosmétiques biologiques et naturels vaut tant pour les marchés d'outre-mer qu'en Europe où les marques scandinaves lancent par exemple de nouvelles tendances. Après une phase de développement durant laquelle elles se sont concentrées sur le marché national, celles-ci s'internationalisent de plus en plus.

Du fait de la numérisation, le « Customer Journey » est redéfini. Grâce à la disponibilité croissante des produits sur tous les canaux de distribution en ligne et hors ligne, à la présence médiatique renforcée, aux blogs beauté bio et à de nouvelles marques innovantes, la branche touche de plus en

VIVANESS2018

into natural beauty



plus de consommateurs. En Allemagne, leur nombre avait augmenté en 2016 d'environ 500 000 par rapport à 2015 selon l'institut d'études de marché Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) de Nuremberg (GER). De multiples événements s'adressant directement au consommateur ou à d'autres groupes cibles tels que les ambassadeurs de marque ou les influenceurs attirent dans toute l'Europe l'attention sur les avantages des produits cosmétiques naturels. La semaine Organic Beauty & Wellbeing Week, une initiative lancée par l'association britannique du secteur bio et organisme de certification Soil Association Limited de Bristol (GB) qui est membre du groupe COSMOS a par exemple déclenché en mai dans ce pays une véritable « fièvre de la beauté bio ». L'idée qui se cache derrière cela : faire découvrir les produits et véhiculer les informations sur les cosmétiques naturels et biologiques certifiés dans une ambiance romantique générée par des photos et avec des offres attrayantes. Cela a rendu cet événement intéressant pour les fabricants concernés et pour le commerce qui a réalisé d'excellents chiffres d'affaires. Cette semaine promotionnelle qui s'accompagne notamment d'activités dans les médias sociaux et de nombreux événements dans des magasins spécialisés a donné à la « filière de la beauté bio » en Grande-Bretagne un élan indéniable. Pour les membres de la Soil Association Limited, le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 20 pour cent en 2015 et de 13 pour cent en 2016.

France: les produits cosmétiques naturels profitent du boom du bio

Le bio connaît un grand essor en France, ce dont profite également la « filière de la beauté bio ». Selon l'association Cosmebio de Valence (F), les entreprises membres ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 16 pour cent en moyenne en 2016. L'année précédente, l'ensemble du marché des produits cosmétiques naturels et biologiques avait progressé de 6 pour cent à peine. Les multiples marques sont vendues tant dans les quelque 2 600 magasins bio qui génèrent 25 pour cent des plus 450 millions d'euros de chiffre d'affaires que par le biais d'autres canaux de distribution. Selon les données de Cosmebio, le commerce par correspondance et les boutiques en ligne jouent un rôle important avec une part de marché de 12 pour cent. Les concepts « Click & Collect » permettent d'établir le lien avec le commerce stationnaire.

Italie: avenir vert dans le secteur des produits cosmétiques

VIVANESS2018

into natural beauty



L'économie se redresse en Italie. Le secteur des produits biologiques y enregistre une croissance supérieure à la moyenne, ce dont profitent les produits cosmétiques naturels et biologiques. Selon l'Association Cosmetica Italia de Milan (I), le marché des produits cosmétiques dans son ensemble a réalisé un chiffre d'affaires de 9,9 milliards d'euros en 2016, ce qui représente une hausse de 0,5 pour cent. Les concepts commerciaux basés sur les produits cosmétiques naturels tels que les herboristeries connaissent une plus forte croissance. Ces magasins spécialisés dans les plantes ont enregistré une hausse de 1 pour cent. Selon l'association, « les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux produits naturels et verts ». La croissance du « secteur de la beauté bio » dans les autres canaux de distribution est encore beaucoup plus élevée et ceci depuis longtemps déjà. Entre 2013 et 2015, le nombre des parfumeries proposant des produits cosmétiques naturels et biologiques a par exemple progressé de plus de 200 pour cent et le secteur du commerce électronique de plus de 100 pour cent. C'est ce que révèle le rapport « Rapporto Bio Bank 2016 » édité par la BioBank, une société spécialisée dans le secteur bio dont le siège se trouve à Forlì (I).

Allemagne: les produits naturels sont le moteur du secteur cosmétique

Le marché allemand des produits cosmétiques biologiques et naturels est de loin le plus grand d'Europe avec une part de 8,5 pour cent de l'ensemble du marché allemand des cosmétiques dont le volume s'élève à 13,6 milliards d'euros. Avec plus de 1,15 milliard d'euros, il génère un chiffre d'affaires surpassant de loin celui d'autres importants marchés des produits cosmétiques naturels. Les analystes qualifient souvent la branche de moteur pour l'ensemble du secteur. Et ceci, comme le souligne l'experte Elfriede Dambacher, bien qu'il ne soit facile, ni pour les marques connues ni pour les nouveaux venus, de satisfaire aux exigences du marché allemand mature. La politique de prix pratiquée par les chaînes de droguerie qui, avec une part d'environ 40 pour cent, constituent le plus important canal de distribution de même que des concepts réussis de vente au détail de marques quasi-naturelles influencent de plus en plus le marché. Cela permet de gagner un nombre croissant de consommateurs. « Le fait que beaucoup plus de clients mettent des produits cosmétiques naturels dans leur panier à provisions et une augmentation du chiffre d'affaires d'environ 5 pour cent en 2017 constituent un bon résultat

Nürnberg, Germany 14.– 17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



montrant que ces produits sont de plus en plus demandés » comme l'explique Elfriede Dambacher. Du fait de la taille du marché et de l'environnement concurrentiel, ceci souligne également pour tous les acteurs du marché la nécessité de s'adapter aux exigences actuelles grâce à des concepts porteurs d'avenir.

Mais ce grand boom à l'échelle mondiale a également des retombées néfastes. C'est ainsi que Elfriede Dambacher constate que les multinationales revendiquent naturellement elles aussi une part du gâteau : « Ce grand dynamisme du marché mondial conduit à une forte montée du greenwashing dans l'ombre de la croissance. Selon l'experte, de nouvelles lignes de produits viseraient une clientèle qui se laisse influencer par une présentation naturelle et l'utilisation de quelques ingrédients botaniques. Il est donc d'autant plus important de souligner encore davantage les différences par rapport aux véritables produits cosmétiques naturels, également dans le commerce.

Rencontre de la branche: VIVANESS

Danila Brunner, chef de service responsable des salons BIOFACH et VIVANESS : « Avec ses critères transparents concernant les produits exposés, le VIVANESS, Salon International des Produits Cosmétiques Naturels, dont la prochaine édition aura lieu du 14 au 17 février 2018 offre à l'ensemble du commerce un outil d'orientation optimal et une sécurité absolue et constitue donc une plateforme idéale pour se forger un profil. L'exposition spéciale BREEZE destinée aux marques de niche, le pavillon des nouveaux venus allemands de même que le stand des nouveautés avec les Best New Product Awards du VIVANESS comptent parmi les événements phares du salon. »

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

Vous trouverez tous les communiqués de presse ainsi que des informations complémentaires et des photos sur les sites:

www.biofach.de/press et www.vivaness.de/press