



© AFD France

La cosmétique régionale se met au vert

Secteur phare de l'économie française avec 24 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2018¹, la cosmétique est souvent l'apanage des grandes marques. Et pourtant, l'ancrage territorial y est historique puisque près de 80% de ses acteurs sont des TPE et PME et 67% des entreprises sont implantées en régions.

Par Amandine PINOT

Avec 757 millions de chiffre d'affaires (environ 13% du marché mondial de la cosmétique), la filière bio affiche une belle progression de 18% par an. Rien qu'en Hauts-de-France, la branche emploie près de 4 500 collaborateurs, forte de quatre gros leaders (L'Oréal, Chanel, LVMH Fragrance Brands et Colgate-Palmolive, tous dans l'Oise). En renouvellement constant des gammes, la filière est aussi dynamique qu'innovante et il suffit de regarder les

linéaires pour observer depuis de nombreuses années, la percée des produits naturels et bio, plébiscités des consommateurs. Les grandes marques s'y sont mises et surtout, des acteurs de taille plus modestes – mais tout aussi influents ! – ont fait de la cosmétique bio un pari sur l'avenir.

Les Hauts-de-France ne sont pas en reste avec une multitude d'acteurs, allant de la TPE à la PME en passant par l'auto-entreprise. C'est en métropole lilloise qu'un ancien de la grande distribution,

Alexis Dhellemmes, a imaginé Avril, marque notoirement connue pour son rapport qualité prix imbattable. Son secret ? Aucun budget dédié au marketing. Malgré un démarrage assez difficile, le réseau compte aujourd'hui une trentaine de boutiques, faisant la part belle aux produits fabriqués en France, « *les moins chers du marché* » selon son fondateur. Surfant sur la vague du bio accessible pour tous, Avril va même un peu plus loin dans la réduction de ses déchets, en proposant par

exemple des recharges de gel douche dans sa boutique lilloise ou en stoppant les promotions pour éviter la surconsommation. En croissance de 50% chaque année, l'entreprise compte près de 130 salariés.

DES CONSOMMATEURS DE PLUS EN PLUS AVERTIS

Pour fédérer l'ensemble des petits acteurs qui veulent percer sur le marché, certains entrepreneurs ont eu l'idée de créer des sites de vente spécifiques, à

l'image de My Bio Time, implantée à Blanchemaille, l'incubateur d'EuraTechnologies dédié au e-commerce. Son co-fondateur, Amine Chraïbi, explique tout l'enjeu de ce marché : « Certains produits sont équivalents en qualité à ceux avec certification bio mais ne peuvent tout simplement pas payer la certification (50 000€ par an). Les grandes marques sont, quant à elles, très dépendantes de certains segments. Prenez le cas de Nocibé et de Sephora : elles réalisent 50% de leur chiffre d'affaires avec le parfumierie. » Dès lors, difficile de céder un peu de place à d'autres produits sur les rayonnages, au risque de se voir s'envoler des parts de marché...

En 2020, le marché européen de la cosmétique naturelle a atteint les 5 milliards d'euros et doit faire face à des consommateurs de plus en plus informés et donc... exigeants. « Aujourd'hui, il est très facile de savoir si un produit est 'clean' ou non. Comme nous sélectionnons les marques avec lesquelles nous travaillons, nous pouvons accompagner nos clients. Nous avons fait des choix, en travaillant avec des petites marques françaises et mondiales. La cosmétique doit rester avant tout un plaisir, tout en étant efficace » poursuit-il. Avec ses 1 200 références, sa trentaine de marques et un marché masculin qui grimpe en flèche (15% du chiffre d'affaires), My Bio Time veut aussi lancer une marque propre sur le make-up. A l'identique de la mouvance alimentaire – manger mieux, de façon locale –, la prise de conscience sur la cosmétique change la donne sur les productions et les fabricants, pour proposer une offre accessible à tous.

DÉVELOPPER D'AUTRES CULTURES

Pour Julien Kaibeck, président

de l'association Slow Cosmétique née en 2015 – et qui récompense les entreprises familiales et à dimension artisanale pour leurs produits sains, écologiques et raisonnables –, les Hauts-de-France pourraient aller encore plus loin : « En région, la richesse vient plutôt du dynamisme commercial et de la technicité que de la multitude d'acteurs. Il est clair que le territoire n'est pas aussi fertile en oléagineux ou en plantes aromatiques que l'Occitanie ou l'Auvergne-Rhône-Alpes et que le climat ne nous gêne pas autant. Pourtant, on voit en Wallonie et en Bretagne, fleurir des champs de chanvre, possibles sur nos latitudes et qui servent à la production d'huile de chanvre ou de cameline. On peut aussi penser aux fruits rouges et à leur potentiel antioxydant, qui fonctionneraient bien en région. Il s'agit de vrais débouchés en terme d'emplois. »

Sur les 207 marques labellisées par Slow Cosmétique, toutes sont des TPE, dont une quinzaine sur le territoire. Qu'il s'agisse d'APO France (savonnerie artisanale), de Fibao (textile écologique réutilisables) ou encore d'Antheya (savonnerie à froid, aromathérapie et réflexologie), Slow Cosmétique met à point d'honneur à labelliser les marques artisanales et naturelles. Le site dédié à la slow cosmétique, géré depuis Roubaix (et depuis Roncq pour la logistique d'envoi des produits) affiche une belle croissance annuelle de 18%. Si les Hauts-de-France ont encore des marges de manœuvre pour faire de la cosmétique bio, une filière à part entière génératrice d'emplois, il n'en reste pas moins que la région peut compter sur des acteurs reconnus, dont l'envie, au-delà de sublimer notre peau, est aussi de faire du bien à notre planète.

1. Source : Etude Asteres 2019.

ANALYSE

Jean-Christophe Hallynck,

FONDATEUR D'IPHÉOS



« Nous avons lancé notre marque il y a 5 ans lorsque le bio, le naturel et le « made in France » n'avaient aucune importance par rapport à aujourd'hui. Pour autant, nous étions précurseurs car cette démarche nous tenait déjà à cœur. Il est important pour nous de ne pas utiliser des produits toxiques, que l'efficacité des produits soit instantanée sans endommager la peau et de vendre des flacons sans packaging afin d'éviter les déchets inutiles, entre autre. Il ne suffit pas de vendre, nous voulons fidéliser nos clients grâce à une marque éthique et de qualité. Nous avons commencé par la vente aux particuliers, mais très vite les professionnels de la beauté sont venus régulièrement frapper à notre porte pour acheter nos produits. Finalement, nous avons donc élargi notre champ de compétences. Nous faisons attention à ce que notre marque soit à un prix abordable, mais en aucun cas au détriment de la qualité de nos produits. Je me rends compte aujourd'hui que les clients aiment découvrir de nouvelles marques surtout lorsqu'elles sont bio, naturelles et/ou locales. Il est vrai que de plus en plus de personnes fuient les grandes marques au profit en quelque sorte « d'artisans » de la cosmétique, comme nous. »

ANALYSE

Jean-Marc Vasseur,

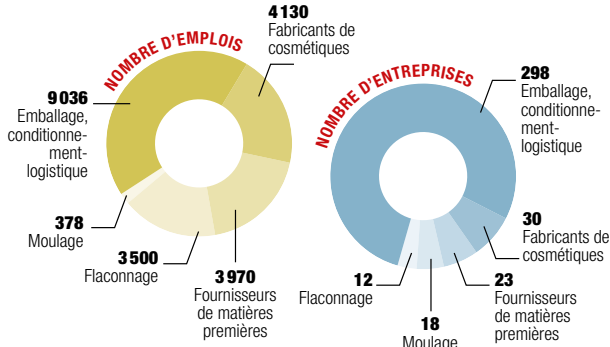
CO-FONDATEUR DE LA SAVONNERIE DES HAUTS-DE-FRANCE



« Mon passé d'électronicien m'amène à me servir de la technique pour améliorer nos procédés de fabrication de nos savons. Allier cela à un fort esprit artisanal et éthique de nos produits me conduit à penser que les clients de plus en plus nombreux et fidèles sont eux aussi en demande de ce retour à plus de simplicité et de bon sens. Nous sommes sans cesse en train de chercher à améliorer nos créations au sein de notre site de production à Salouël, qui se trouve juste à côté de la boutique. Cela se passe dans le choix des colorants, des parfums, des matières premières, des techniques. C'est un travail qui nous passionne et nous prend 7 jours sur 7. Nous sommes dans une si belle région que nous souhaitons la mettre en valeur. Muriel Héliès, qui a fait les Beaux-Arts, crée les packaging et leur design avec de beaux dessins dont elle a le talent. Le Manège à Savons est une deuxième gamme composée de 18 savons parfumés et colorés dont la délicieuse odeur de la betterave à sucre. La gamme Vive la Picardie remporte elle aussi un beau succès avec ses hommages aux différents sites que sont les hortillonnages, la cathédrale ou le cirque Jules Verne. La savon Baie de Somme arrive bientôt. Tous trouvent également place sur quelques marchés du terroir. »

LA FILIÈRE COSMÉTIQUE DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

En 2017

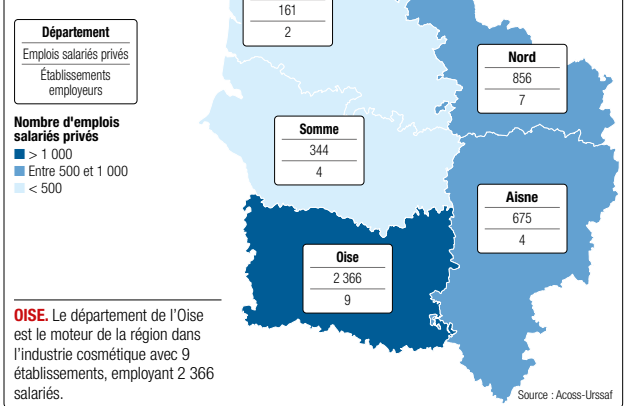


Source : CCI Hauts-de-France

RÉPARTITION. La filière cosmétique est portée dans la région par l'activité d'emballage, de conditionnement et de logistique. Elle concerne 298 entreprises et 9 036 salariés.

L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

En 2018



OISE. Le département de l'Oise est le moteur de la région dans l'industrie cosmétique avec 9 établissements, employant 2 366 salariés.

Source : Acoess-Urssaf

LES PRINCIPAUX EMPLOYEURS DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

En 2017

ENTREPRISE	COMMUNE	EFFECTIFS
Beauté Recherche & Industries (L'Oréal)	Lassigny (60)	490
Colgate-Palmolive Industriel	Compiègne (60)	460
Sicos et Cie (L'Oréal)	Caudry (59)	420
Chanel Parfums Beauté	Compiègne (60)	375
Chanel Parfums Beauté	Chamant (60)	370
LVMH Fragrance Brands	Beauvais (60)	330
Laboratoires Sarbec	Neuville-en-Ferrain (59)	270
SAS Soprococ (L'Oréal)	Gauchy (02)	250
SNC Papagau et Cie (L'Oréal)	Gauchy (02)	250
Alkos Cosmétiques	Hesdin-l'Abbé (62)	105

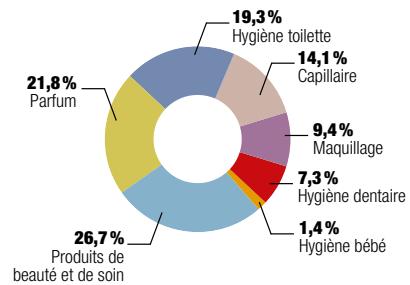
Source : CCI Hauts-de-France

LEADER. L'Oréal est le plus gros employeur de la région dans le secteur de la cosmétique avec 4 entreprises sur le territoire et 1 410 salariés.

RÉPARTITION DES VENTES DE PRODUITS COSMÉTIQUES EN FRANCE

En 2017

24 Mds € de CA en France

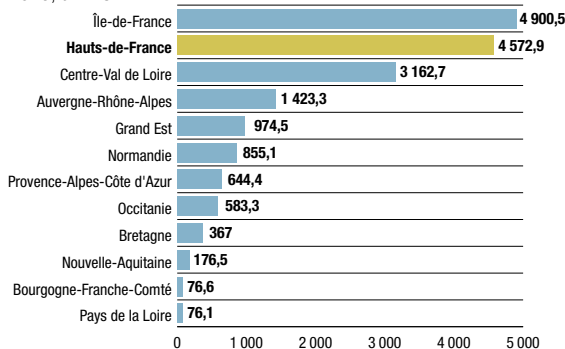


Source : Fédération des Entreprises de la Beauté

ESTHÉTIQUE. Les parfums, produits de beauté et soins concentrent près de la moitié des ventes de produits cosmétiques en France.

RÉPARTITION DES EXPORTATIONS DE PRODUITS COSMÉTIQUES ET D'ENTRETIEN

En 2019, en M€

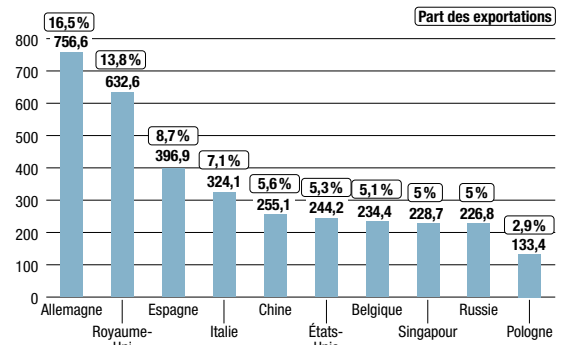


Source : Douanes

PODIUM. En 2019, l'Île-de-France a détrôné les Hauts-de-France qui passent en seconde position des régions les plus exportatrices de produits cosmétiques et d'entretien.

EXPORTATIONS DE PRODUITS COSMÉTIQUES ET D'ENTRETIEN DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

Principaux clients en 2019, en M€



Source : Douanes

EUROPE. Les pays de l'Union européenne sont les principaux destinataires des produits cosmétiques fabriqués en Hauts-de-France. L'Allemagne est la plus grande consommatrice.