

W Sense of Wellness

Le Magazine de l'Innovation Spa & Wellness à 360°

www.senseofwellness-mag.com

#20 Automne Autumn 2021 | 15€ 



DOSSIER

Haut de gamme & Luxe en Spa ?

Les clés pour trouver ses repères,
se positionner et clarifier son offre

News

ACCOR, SA VISION
DU BIEN-ÊTRE

Concept

SÉJOURS BIEN-ÊTRE
EN PROVENCE

Cosmetic

SLOW
COSMÉTIQUE

Design

PROJETS &
OUVERTURES SPAS



Wellness COSMETIC News

 PAR ISABELLE CHARRIER

Les recherches sur les mots « slow cosmétique » ont bondi sur le Net de +5000 % depuis mars 2020.

Slow Cosmétique

Un segment qui ne connaît pas la crise !

En mai 2021, 264 marques européennes portent le label Slow Cosmétique, soit 51 de plus qu'en mai 2020. La croissance importante du nombre de marques candidates à ce label s'explique par l'engouement du public pour une cosmétique plus transparente et honnête que jamais... Revue de détails en chiffres.

LES COSMÉTIQUES BIO NE CONNAISSENT PAS LA CRISE

La crise sanitaire a bousculé le marché de la cosmétique. Certains perdent, d'autres gagnent. L'attrait pour le maquillage a connu une forte baisse en 2020. Le marché global de la cosmétique, dominé par les grandes marques conventionnelles, a vu sa croissance stagner, avec des estimations de +5 à +6 % pour l'année⁽¹⁾. Pendant ce temps, le segment de la cosmétique bio et naturelle a décollé avec une croissance à deux chiffres en 2020. En mai 2021, les marques labellisées Slow Cosmétique quant à elles déclarent (en moyenne) avoir connu une croissance de 20 % de leur CA en 2020 par rapport à 2019. Et les perspectives sont bonnes : pour le segment bio et naturel, **les prévisions flirtent avec +30 % d'ici à 2024⁽²⁾**.

LA COVID-19, RÉVÉLATRICE DES CONSOMM'ACTEURS

La croissance forte du segment représenté par les marques labellisées Slow Cosmétique s'explique en plusieurs points ayant trait au comportement des consommateurs.

1- Engouement pour la cosmétique naturelle et écologique. Dès 2019, 89 % des Françaises déclaraient déjà partager les valeurs défendues par le mouvement Slow Cosmétique (écologie, santé, intelligence des formules, marketing raisonnable...). En 2020, le confinement a été l'occasion pour les Françaises qui se maquillent régulièrement, de revoir leur consommation de cosmétiques, en privilégiant plus de produits naturels (53 %) et des cosmétiques maison ou issus de producteurs locaux (34 %). La tendance se poursuit en 2021 avec une demande croissante des consommateurs de certifications par des labels clean qui vont stimuler le marché des cosmétiques biologiques partout dans le monde.

2- Réorganisation des canaux. Le confinement a renforcé le succès du e-commerce au détriment du commerce physique. La fermeture des parfumeries et magasins spécialisés pendant les confinements n'a quasiment pas eu d'impact sur les marques bio ou naturelles, très peu distribuées dans ces enseignes.

Le e-commerce de produits de consommation a crû de plus de 14 % en 2020, et c'est sur ce canal que les marques bio, naturelles et Slow Cosmétique sont les mieux distribuées.

3- Essor des marketplaces. Dès 2020, la marketplace s'est imposée comme un outil permettant aux « petits » de tenir le choc lié à la crise. Avec un investissement web et marketing négligeable, les petites marques ont accès à un marché gigantesque et inespéré sur ce genre de sites, le trafic étant apporté par le site qui est d'emblée plus efficace et populaire qu'un site mono-marque. D'une façon générale, les marketplaces protègent les petites marques et concourent à leur propre croissance. 75 % des achats indirects online seront réalisés sur des marketplaces d'ici à 2022. Le mouvement Slow Cosmétique dispose lui-même d'une marketplace à succès : le site slow-cosmetique.com héberge plus de 180 boutiques web animées par des marques Slow Cosmétique qui y vendent près de 5000 produits en direct. Ce site a connu en 2020 une croissance de près de 15 % et les recherches sur les mots « slow cosmetique » ont bondi sur le Net de +5000 % depuis mars 2020.

⁽¹⁾ Source Alloze.com, août 2020 / ⁽²⁾ Statistiques Statista, juillet 2016.



ZOOM SUR LE LABEL SLOW COSMÉTIQUE

Le label Slow Cosmétique valorise uniquement les « petits » : ces TPE et PME à contrôle familial qui font bouger les lignes de la beauté en proposant des innovations ancrées dans le terroir et l'artisanat local. Déjà reconnu par 1 Française sur 5 en décembre 2019, il touche encore plus de monde aujourd'hui : 80 k abonnés aux newsletters du Mouvement, 140 k fans sur les réseaux sociaux, 40 Corners Slow Cosmétique en France et Belgique et 45 marques déjà examinées depuis le 1^{er} janvier 2021.

> www.slow-cosmetique.org

Already recognised by 1 out of 5 French women in December 2019, today the label has increased its reach: 80k subscribers to the Movement's newsletter, 140k followers on social media, 40 Slow Cosmétique Corners in France and Belgium and 45 brands have already been examined since 1st January 2021.

Slow Cosmétique The rise of the slow beauty stance

In May 2021, the number of European brands carrying the Slow Cosmétique label was 264, that's 51 more brands compared to May 2020. The rising number of applications for this label is driven by consumers' thirst for transparency which matters now more than ever before. Read on for a summary of key findings...

THE ORGANIC SKINCARE MARKET IS UNAFFECTED BY THE CRISIS

The health crisis has shaken up the beauty industry. Overall demand for makeup significantly decreased in 2020. The global cosmetics market, dominated by beauty conglomerates, has hit a growth plateau, with estimations of +5 to +6% for the year⁽¹⁾. During this time, sales of organic and natural skincare surged. The organic and natural skincare segment recorded double digit growth in 2020 and is **predicted to grow +30% by the end of 2024⁽²⁾**.

COVID-19 PROMPTS INCREASED FOCUS ON CONSUM'ACTORS

The strong growth of the segment represented by the brands carrying the Slow Cosmétique label can be explained by several factors, all related to consumer behaviour.

1- Enthusiasm for natural and sustainable beauty. In 2020, for French women who would regularly wear makeup, lockdown created a forced opportunity to reconsider their beauty-product purchase decisions, leaning towards more natural products (53%), DIY beauty and locally manufactured products (34%). The trend will only continue to grow in 2021, with consumers increasingly attentive to "clean" beauty labels.

2- New rules of retail. Lockdown reinforced the success of e-commerce, to the detriment of brickandmortar operations. Ecommerce for consumer goods grew by over 14% in 2020 and it is via this sales channel that organic, natural and Slow Cosmétique brands are predominantly distributed.

3- The surge of online marketplaces. With minor investments in a website and marketing, small brands can access a gigantic market thanks to e-commerce marketplaces. By 2022, 75% of companies' indirect purchases will be made from a marketplace. The Slow Cosmétique movement also has its own successful marketplace. In 2020, this platform grew almost 15% and the search term "slow cosmetique" has grown 5,000% since March 2020.