



Agence de **communication digitale 360°**

Suivez l'actualité et les dernières tendances du web sur notre

[blog](#)



LES CHIFFRES CLÉS DE LA BEAUTÉ ET MARCHÉ DES COSMÉTIQUES EN 2021-2022

31,3 %. C'est le pourcentage de consommateurs qui déclarent avoir acheté en ligne au moins un produit cosmétique au cours de l'année 2020, faisant du secteur de la beauté le 4ème marché e-commerce en termes de nombre de clients. Ce pourcentage devrait continuer de croître en 2021.

En France et à l'international, le **secteur de la beauté et des cosmétiques** est en plein essor depuis plusieurs années, et plus particulièrement sur le web. Tous les ans, les ventes de produits cosmétiques en boutique diminuent au profit des ventes en ligne.

Dynamisé notamment par des influenceurs populaires et très influents, l'innovation produit dont font preuve les marques et les nouvelles technologies digitales, le marché de la beauté est un secteur porteur auquel les consommateurs consacrent une bonne

partie de leur budget.

Afin de trouver votre place sur le marché des cosmétiques, et de mieux comprendre les enjeux rencontrés par les retailers et e-commerçants en 2022, voici quelques **tendances et chiffres clés du secteur de la beauté en 2021-2022.**

ÉTAT DU MARCHÉ DE LA BEAUTÉ EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL EN 2021-2022

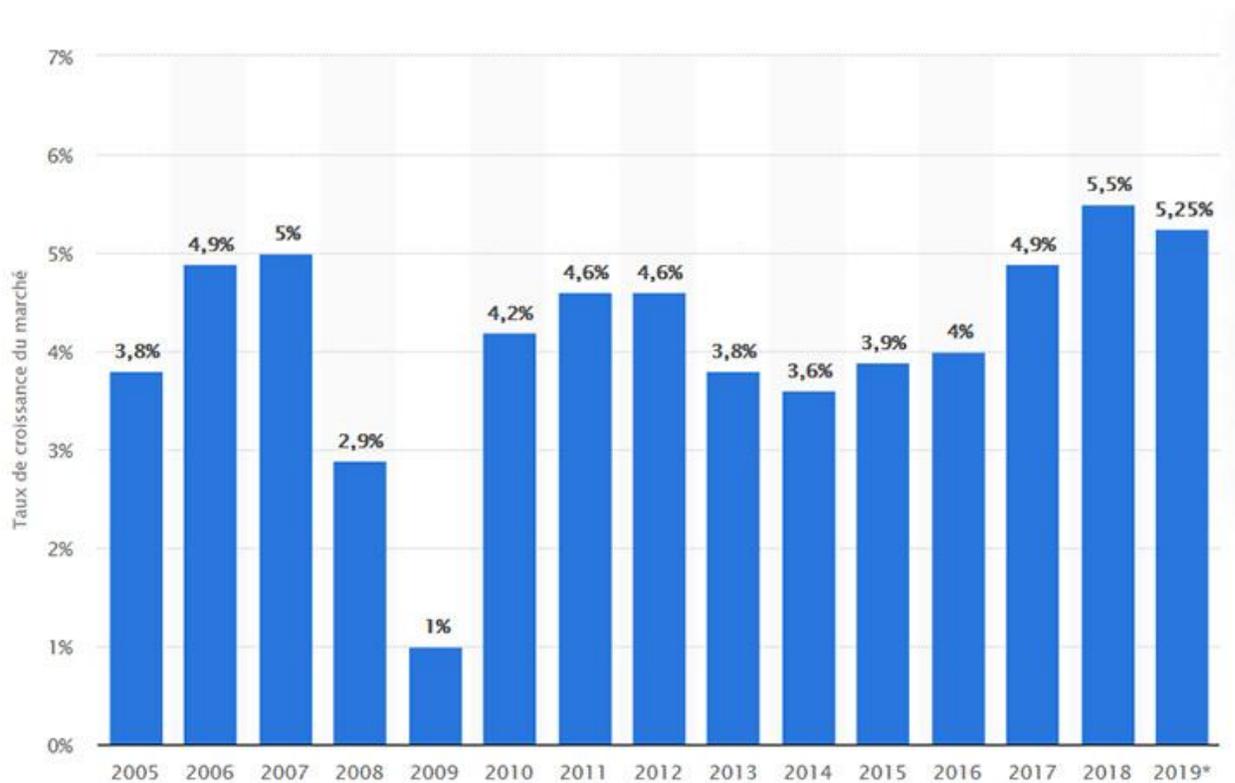
Le marché de la beauté englobe différentes catégories de produits servant au soin et à l'embellissement du visage, du corps, des cheveux ou encore de la dentition :

- Les cosmétiques : maquillage, crèmes de soin, produits pour bébé, crèmes solaires, etc.
- Les produits d'hygiène et de toilette : savons, gels douche, déodorants, dentifrices, etc.
- Les produits capillaires : shampoings, laques, gels, mousses coiffantes, teintures, colorations, etc.
- La parfumerie : parfums, eaux de toilette, eau de Cologne, etc.

Marché clé pour l'économie française, la beauté est un secteur dynamique en pleine expansion. Presque quotidiennement, de nouvelles marques et entreprises cosmétiques voient le jour autour de concepts révolutionnaires et inédits.

- Selon les chiffres du cabinet d'analyse Zion Market Research, d'ici 2024, le marché mondial des cosmétiques devrait peser 863 milliards de dollars.
- Le marché mondial des produits cosmétiques affiche un taux de croissance annuel impressionnant : 4,9 % en 2017, 5,5 % en 2018 et 5,25 % en 2019. En

2020, son taux de croissance devrait de nouveau se situer entre 5 et 6 %.



Taux de croissance du marché mondial des produits cosmétiques entre 2005 et 2019 –

Statista.

- Les Asiatiques sont les plus gros consommateurs de produits cosmétiques (41 % du marché en 2019). Suivent les Nord Américains (24 %) et les Européens de l'Ouest (18 %).
- La France est le premier pays exportateur et domine le marché planétaire des produits cosmétiques, avec un chiffre d'affaires de près de 15 milliards d'euros.

La position de leader mondial de l'Hexagone s'appuie sur un imaginaire très fort autour

du mode de vie à la Française qui mêle prestige des marques, qualité du made in France, chic de la femme Française, patrimoine culturel et art de vivre.

- La France exporte pour 16 milliards d'euros de produits cosmétiques.
- La moitié des produits cosmétiques fabriqués en France sont vendus à l'étranger : le marché Européen est le premier exportateur de cosmétiques dans l'Hexagone, suivi des États-Unis et de la Chine.
- L'attractivité des cosmétiques Français est de plus en plus forte sur le marché asiatique : en 2019 les ventes ont augmenté de près de 50 % en Chine, et de 25 % en Corée.
- Les produits les plus prisés à l'exportation sont les soins de la peau, les parfums et les eaux de toilette.

Le marché de la beauté se répartie entre les grands acteurs historiques qui rayonnent au niveau mondial, et aux côtés desquels se développent de nombreuses PME :

- L'Oréal est le leader mondial du marché des produits cosmétiques, avec un chiffre d'affaires s'élevant à 31,8 milliards de dollars en 2019. Unilever et Estée Lauder se classent en deuxième et troisième position, avec respectivement un chiffre d'affaires de 22,4 et 14,2 milliards de dollars.
- Selon une étude menée en 2019 pour la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté), 82 % des entreprises du secteur de la beauté ont un actionnaire familial unique.
- Chaque année, la FEBEA compte 5 % d'adhérents supplémentaires.

**COSMÉTIQUES BIO, NATURELS ET VEGAN : UNE TENDANCE À
SURVEILLER EN 2021-2022**

Avec la naissance d'une véritable conscience écologique chez les consommateurs, les débats sur le parabène, les perturbateurs endocriniens et les ingrédients potentiellement cancérigènes, le marché de la beauté est l'un des secteurs les plus impactés par la vague du « naturel » et la tendance du « mieux consommer ».

Ainsi, bien que la majorité des acheteuses continue d'utiliser des cosmétiques conventionnels, elles plébiscitent de plus en plus les produits écologiques, sains et naturels, ainsi que les différentes certifications (bio, végétal, etc.) qui n'existaient pas il y a encore 20 ans :

- Le chiffre d'affaires mondial des cosmétiques naturels a augmenté de 8,8 % entre 2018 et 2019.
- Le marché mondial des cosmétiques naturels pourrait atteindre 48 milliards de dollars en 2024.
- Yves Rocher et l'Occitane font partis des 5 leaders mondiaux de ce marché.
- Une étude menée en 2019 pour LSA conso révélait que 64 % de Françaises avaient déjà acheté un produit cosmétique naturel, bio ou végétal au cours de l'année.
- Selon Julien Kaibeck, président de l'Association Slow Cosmétique, 89 % des Françaises se sentent concernées par l'écologie et une consommation plus raisonnée, et 85 % déclarent que la slow cosmétique a de l'avenir.
- Au premier semestre 2019, les marques labellisées ont enregistré une croissance de 31 % de leurs ventes par rapport à la même période de l'année précédente.

Si la tendance du bio et du naturel s'enracine, elle n'en reste pas moins un marché de niche : actuellement, ce type de cosmétique ne représente encore que 10 % des ventes de produits de beauté en France. Cette tendance devrait se confirmer pour 2021.

LA ROUTINE BEAUTÉ DES FRANÇAISES EN CHIFFRES :

2021-2022

Afin de mieux comprendre l'état du marché de la beauté, voici quelques chiffres sur les habitudes de consommation des produits cosmétiques par les Françaises :

- 10 minutes : c'est le temps qu'elles accordent chaque matin au nettoyage de leur visage.
- 19 minutes et 11 minutes : c'est respectivement le temps passé à se maquiller, et à se démaquiller le soir.
- 9 : c'est le nombre de produits qu'elles utilisent chaque jour sur leur visage (deux fois moins que la moyenne mondiale).
- Le mascara et le soin hydratant sont respectivement le produit de maquillage et le produit cosmétique qu'elles utilisent le plus au quotidien.

Les chiffres d'un sondage réalisé en 2020 (post confinement) révèlent que les Françaises tendent à réduire le temps qu'elles consacrent à leur routine beauté. Cela s'explique notamment par leur désir de se maquiller de moins en moins :

- Aujourd'hui, 1 femme sur 5 se maquille tous les jours, alors qu'elles étaient 2 sur 5 en 2017.
- Ce phénomène du « no make-up » est particulièrement présent chez les moins de 30 ans : plus de 50 % d'entre elles déclarent avoir réduit la fréquence à laquelle elles portent du maquillage depuis la crise sanitaire.

Le volume de produits de maquillage vendus a d'ailleurs reculé de 5,5 % ces dernières années.

LA VENTE DE PRODUITS COSMÉTIQUES EN CHIFFRES :

2021-2022

La vente de produits cosmétiques se répartie comme telle :

- 40 % : soin de la peau.
- 21 % : soin du cheveu.
- 18 % : maquillage.
- 11 % : parfums.
- 10 % : produits d'hygiène.

En moyenne, les habitants de l'Hexagone achètent une cinquantaine de produits de beauté par an et consacrent 10 % de leur budget de consommation dans l'achat de produits cosmétiques :

- Chaque mois, les français dépensent en moyenne 31 euros pour des cosmétiques, et chaque année, les françaises dépensent environ 250 € rien que dans du maquillage.
- Les produits cosmétiques qui leur reviennent les plus chers sont le sérum et le fond de teint, pour lesquels elles dépensent en moyenne 24,83 euros.

Mais comment les consommateurs se procurent-ils leurs produits de beauté ? Ils achètent de moins en moins dans les magasins de grande distribution, et se tournent de plus en plus vers des produits « éthiques » et boutiques spécialisées :

- Les grandes surfaces représentent encore 40 % de part de marché, mais leur domination diminue au profit des boutiques spécialisées qui représentent, elles, 5 % de part de marché.

LA PLACE DU WEB DANS LE SECTEUR DE LA BEAUTÉ EN

2021-2022

Lorsque les magasins sont fermés ou que se déplacer en boutique n'est pas possible, les consommateurs se retranchent massivement vers le e-commerce. Ainsi, en plein confinement, le chiffre d'affaires de la beauté en ligne a augmenté de 73 % par rapport à l'année précédente, sur la même période.

- En France, les ventes de produits de beauté en ligne représentent plus de 7 % du marché. C'est moins qu'aux États-Unis et au Royaume-Uni où le e-commerce représente environ 15 % des ventes.
- Entre 2016 et 2017, les ventes de produits de maquillage sur Internet ont bondi de 44 %, de 29 % pour les soins de beauté et de 22% pour les parfums.
- 58 % des femmes affirment avoir commandé des cosmétiques sur le web. Parmi elles, plus de la moitié effectuent leurs achats sur leur smartphone.
- D'après une étude consacrée au marché cosmétique réalisée en 2020 par SEMrush, les internautes visitent les sites de beauté très majoritairement en utilisant leur smartphone :
 - 94 % du trafic du site de Yves Rocher provient d'un appareil mobile.
 - 93 % du trafic du site de L'Oréal provient d'un appareil mobile.
 - 85 % du trafic du site de L'Occitane provient d'un appareil mobile.

Si les consommateurs, et plus particulièrement les « millenials » (18 – 34 ans), se tournent de plus en plus vers le e-commerce pour acheter des cosmétiques, l'expérience en magasin est encore privilégiée car elle offre la possibilité de tester les produits sur place. Ainsi, 80,7 % des ventes mondiales de produits de beauté sont encore effectuées en boutique.

Toutefois, parce qu'elle permet un choix plus large, évite l'attente en caisse ou d'avoir à se déplacer, la vente en ligne, mais aussi et surtout l'influence du web sur les décisions

d'achat, tend à progresser encore davantage dans les années à venir, risquant bien de cannibaliser les achats en magasin.

Ainsi, une étude réalisée en 2017 pour Facebook révélait que 72 % des femmes qui achètent un produit de beauté sont influencées par leur « expérience en ligne », c'est à dire par l'ensemble des canaux marketing et de communication digitaux : site e-commerce, blog et réseaux sociaux (Instagram et YouTube en tête).

En 2020, les cyber acheteurs ont privilégié l'achat en ligne de produits de beauté chez un géant du commerce en ligne : Amazon (25,1 % des e-acheteurs y ont passé commande d'un cosmétique). Yves Rocher talonne de près l'entreprise de Jeff Bezos, avec 24,4 % d'acheteurs, suivi de près par Sephora et Nocibé.



Classement 2020 des sites e-commerce beauté en nombre de clients – [FEVAD](#).

Toutefois, les rapports de force entre les acteurs traditionnels et les petites marques

indépendantes diffèrent fortement sur Internet et en point de vente. Ainsi, les pure players (entreprises exerçant uniquement sur le web) ne manquent pas de concurrencer les mastodontes de l'industrie de la beauté :

- En boutique, les 20 marques leaders du secteur se partagent 96 % des ventes de cosmétiques. Sur le web, elles ne représentent plus que 14 % des transactions, les 86 % restants se répartissant entre les marques indépendantes.

Parmi les consommateurs de produits cosmétiques, les blogueuses à l'affût de nouveautés représentent un segment privilégié pour les marques de beauté. Ainsi, une étude réalisée auprès de 500 blogueuses influentes révèle des chiffres intéressants :

- 13 % d'entre elles achètent uniquement sur Internet, alors qu'elles sont 29 % à n'acheter qu'en magasin.
- Une grande majorité d'entre elles (56%) réalisent à la fois des achats sur le web et en magasin.
- 30 % des consommateurs consultent systématiquement les commentaires et avis à propos d'un produit ; ce chiffre grimpe à 78 % en ce qui concerne les blogueuses.
- 80 % aimeraient que le système de click & collect se développe davantage en boutique.

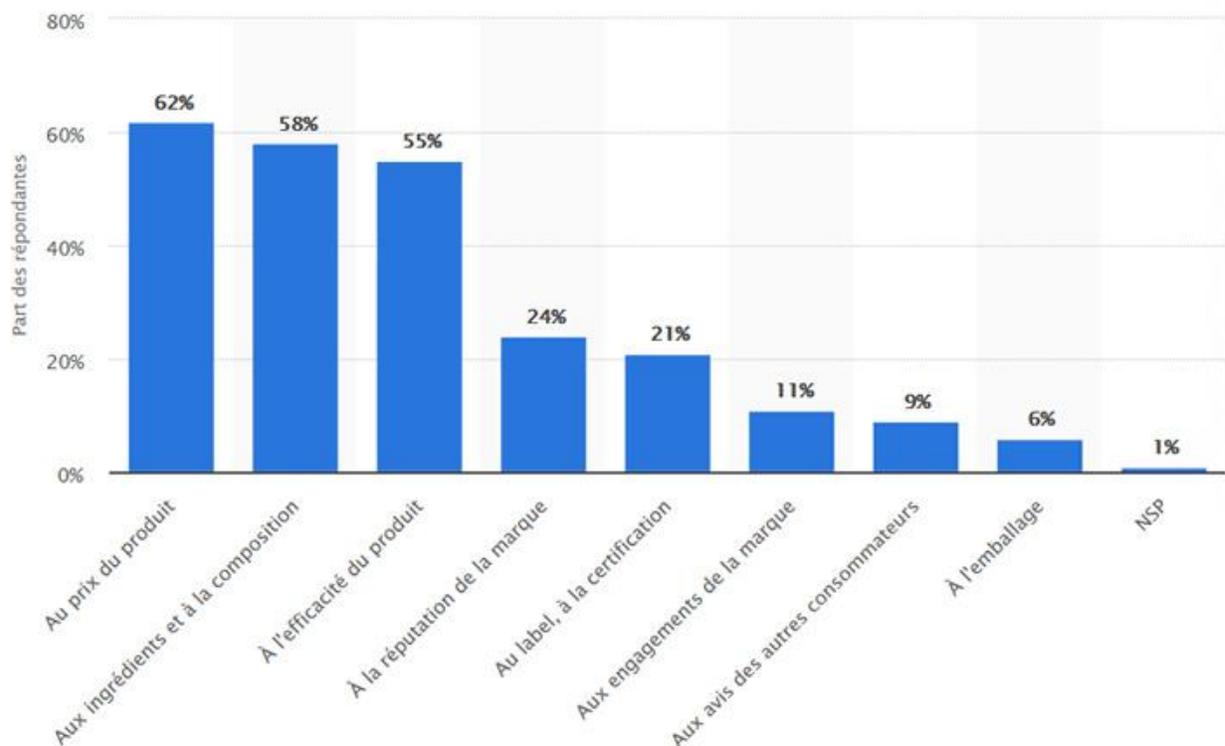
TENDANCES ET CRITÈRES D'ACHAT DES PRODUITS DE BEAUTÉ POUR 2021-2022

Les produits de beauté les plus achetés sur Internet par les Européennes sont : la crème de jour, le vernis à ongle et le mascara.

Les cyber acheteuses prennent en compte plusieurs critères avant d'acheter un produit cosmétique :

- 62 % font attention au prix du produit.
- 58 % vérifient la composition et les ingrédients.
- 55 % s'intéressent à l'efficacité du produit.

Parmi les autres critères de choix, on peut citer : la réputation et les engagements de la marque, le label / certification, les avis des autres consommateurs et l'emballage.



Aujourd'hui, à quoi faites-vous attention avant d'acheter un produit cosmétique (savon, shampoing, maquillage, crème...) ? – [Statista](#)

Toutefois, pour acquérir un produit efficace et de qualité, les consommatrices sont aussi prêtes à mettre le prix puisque 23 % d'entre elles s'autorisent à déboursier plus de 60 € pour un soin du visage, et 11 % pour du maquillage.

D'après une étude réalisée pour LSA, les consommatrices de produits de beauté naturels privilégient, quant à elles, d'autres critères :

- 70 % d'entre elles veulent en priorité des produits non testés sur les animaux (depuis l'entrée en vigueur d'un règlement européen en 2013, tous les produits mis sur le marché Européens ne peuvent, de toute façon, plus avoir été testé sur les animaux).
- 66 % désirent des emballages écoconçus.
- 63 % préfèrent des ingrédients végans.

Les consommatrices qui se détournent des produits naturels le font principalement à cause du prix : 51 % les jugent trop chers.

LE SECTEUR DE LA BEAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2021-2022

D'après la plateforme d'influence Hivency, 4 consommateurs sur 5 achètent un produit après avoir vu une recommandation sur les réseaux sociaux.

Ainsi, dans l'industrie de la beauté et des cosmétiques, les réseaux sociaux et leurs influenceurs occupent une place de plus en plus prépondérante, surtout auprès de la génération des « millenials », accro à leurs smartphones, à Instagram et à YouTube :

- 56 % de la gente féminine suit des influenceurs beauté.
- Les « beauty addict » passent plus de deux heures sur les réseaux sociaux à la

recherche des nouveautés du secteur.

- Dans le top 10 des marques les plus efficaces sur les réseaux sociaux, seule Dior est un acteur traditionnel ; les autres sont soit des marques créées par des célébrités comme Kylie Jenner et Rihanna (respectivement avec Kylie Cosmetics et Fenty Beauty), soit des marques cosmétiques indépendantes qui se sont initialement lancées sur Internet avant d'être distribuées dans des points de vente physiques.
- La France compte 3 000 influenceurs beauté, le Royaume-Uni 5 900. 6 % d'entre eux sont suivis par plus de 100 000 followers.



La beauté sur Instagram : une des industries les plus représentée par les influenceurs –

La Réclame

- Le format le plus engageant pour les marques est la story Instagram.

Les influenceuses beauté ont une influence telle que certaines d'entre elles lancent leur propre marque, à l'instar d'Enjoy Phoenix (l'influenceuse française la plus suivie sur Instagram avec 4,5 millions d'abonnés).

En conclusion, les chiffres du secteur de la beauté prouvent que le marché a encore de beaux jours devant lui.

Portées par des influenceurs très actifs et écoutés sur les réseaux sociaux, mais aussi parce qu'elles permettent de gagner du temps et de l'énergie, les transactions en ligne de produits cosmétiques tendent à se généraliser. L'achat en magasin reste tout de même la norme, en ce qu'il permet de tester un produit avant de l'acheter. Mais les nouvelles technologies telle que la réalité augmentée, qui permet d'essayer virtuellement un produit, pourraient bien contribuer à inverser la tendance.

Outre le e-commerce, on dénombre plusieurs moteurs de croissance pour le marché de la beauté. D'abord, la demande montante de produits bio et naturels. Ensuite, la personnalisation qui permet d'adapter un produit cosmétique en fonction du type de peau, de la météo ou de l'état de fatigue de la consommatrice ; une tendance fortement liée à l'essor des cosmétiques « fait maison ». Des critères qui incitent les marques à faire preuve de plus de transparence et de traçabilité dans la composition de leurs produits.

Il est certain que seuls ceux qui sauront s'adapter aux nouvelles technologies et habitudes des consommateurs arriveront à tirer leur épingle du jeu. Si vous souhaitez en savoir plus sur les stratégies de communication et marketing à adopter pour valoriser votre entreprise ou marque cosmétique, notre agence [Alioze](#) est spécialisée dans la [communication beauté](#).

Retrouvez aussi notre article sur les [chiffres clés du secteur de la beauté et des cosmétiques en 2020](#)

Découvrez aussi :

- [Les chiffres clés du secteur de la beauté](#)
- [Les chiffres clés du secteur du luxe](#)
- [Les chiffres clés du secteur du tourisme](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la food](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la santé](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'immobilier](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'horlogerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'éducation et de l'enseignement](#)
- [Les chiffres clés du secteur des avocats](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la culture](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'automobile](#)
- [Les chiffres clés du secteur des vins et spiritueux](#)
- [Les chiffres clés du secteur des enfants et de la jeunesse](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'hôtellerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la joaillerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la restauration](#)

Sources :

- isa-conso.fr :
 - Le marché mondial des cosmétiques naturels pourrait atteindre 48 milliards de dollars en 2024
 - Yves Rocher et l'Occitane parmi les 5 leaders mondiaux du marché des cosmétiques naturels
 - Que comprennent les Françaises aux cosmétiques naturels ?
- FEBEA :
 - La cosmétique, un secteur porteur pour la France (PDF)

- Étude sur l'attractivité de la Cosmétique Française (PDF)
- premiumbeautynews.com :
 - France : un marché cosmétique toujours fragile
 - France : hausse des ventes en ligne de cosmétiques au profit du soin
- frenchweb.fr
- toute-la-franchise.com
- forbes.fr
- avise-info.fr
- lesechos.fr
- mariefrance.fr
- professionbienetre.com
- loreal-finance.com
- pricecomparator.pro
- lemonde.fr
- mbamci.com
- semrush.com
- linkinfluence.com
- magazine-avantages.fr
- newsroom-publicismedia.fr
- journalducsm.com

