

cosmétique mag

Décrypter l'industrie de la beauté | Cosmétique magazine n°193 - avril 2018

INTERVIEW

**Xavier Renard
et Quentin Bisch
(Givaudan)**

Lire p. 12

DOSSIER

**Parfums :
précieuse rareté**

Lire p. 26



Fusac: les promesses du 4.0

Les groupes commencent à racheter des entreprises spécialisées dans les nouvelles technologies appliquées au e-commerce, à la connaissance et au service client

est une publication de
Link Media Group
68 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris
Tél. : 01 84 25 48 48
SAS au capital de 2 960 000 €
RCS Paris : B82896158

LINK MEDIA GROUP
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Stéphane Demazure

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
Patricia Thouanel-Lorant
pthouanel@linkmediagroup.fr

SERVICE ABONNEMENTS
cosmétique**mag**

4 rue de Mouchy - 60438 Noailles Cedex - France
Tél.: 33 (0) 1 70 37 31 75
abonne@cosmetiquemag.fr

FORMULE PREMIUM
11 numéros + 1 supplément + le site en illimité
+ 2 hors-séries + l'appli iOS et Android
France métropolitaine : 175 €

FORMULE INTÉGRALE
11 numéros + 1 supplément + le site en illimité
+ l'appli iOS et Android
France métropolitaine : 135 €

TARIFS DOM-TOM ET ÉTRANGER : nous consulter.
Abonnez-vous en ligne : www.cosmetiquemag.fr

RÉDACTION

RÉDACTRICE EN CHEF Maryline Le Theuf

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE Sylvie Vaz

JOURNALISTES Anaïs Engler, Jessica Huynh

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

Georges-Eric Pernet

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO, Martine Carret, Caroline Crosdale, Laurence Férat, Christelle Magaud, Raphaëlle Maruchitch, Charlotte Nattier, Lionel Paillès.

CORRESPONDANTS RÉGIONAUX

LILLE : François Lecoq (03 20 42 05 93)

LIMOGES : Olivier Jacquinet (05 55 52 13 65)

MARSEILLE : Marie-Line Lybrecht (06 83 07 93 05)

NANTES : Frédéric Thual (02 40 69 07 22)

STRASBOURG : Anne-Sophie Martin (06 96 48 28 67)

CHEF DE SERVICE FABRICATION Anne Krouk (01 84 25 95 17)

CHEF DE STUDIO Olivier Grison (01 78 16 31 36)

ICONOGRAPHE Margaux Quesnel (01 75 60 40 87)

PUBLICITÉ

DIRECTRICE DE PUBLICITÉ Aurélie Gambillo (06 07 89 11 25)

agambillo@linkmediagroup.fr

DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING PÔLE BEAUTÉ Steve Custos

(06 18 77 38 58)

scustos@linkmediagroup.fr

ANNONCES CLASSÉES Patricia Demuyneck (01 84 25 95 13)

pdemuyneck@linkmediagroup.fr

MARKETING - COMMUNICATION - DIFFUSION

RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION Lyndia de Campos

(06 42 25 82 84)

ldcampos@linkmediagroup.fr

ASSISTANTE Patricia Demuyneck (01 84 25 95 13)

pdemuyneck@linkmediagroup.fr

ADMINISTRATION DES VENTES - TRAFIC

RESPONSABLE Hélène Antoine (01 84 25 95 09)

hantoine@linkmediagroup.fr

ÉVÈNEMENTS-PARTENARIATS

RESPONSABLE DES ÉVÈNEMENTS Delphine Gadret (01 84 25 63 33)

dgadret@linkmediagroup.fr

VENTE DU MAGAZINE AU NUMÉRO Métropole : 15 €

DOM-TOM et étranger : nous consulter.

IMPRIMERIE : Imprimerie Chirat,

744 rue de Sainte-Colombe, 42540 Saint-Just-la-Pendue

ROUTAGE : France Routage

ORIGINE DU PAPIER ITALIE - TAUX DE FIBRES RECYCLÉES 0%

CERTIFICATION PEFC 100% - EUTROPHISATION PTOT 0,036 KG/T

Dépôt légal : à parution
Commission paritaire : 0318 T 78973
ISSN 1297-4781

Les noms, prénoms et adresses de nos abonnés sont communiqués à nos services internes et aux organismes liés contractuellement avec le groupe Link Media Group. En cas d'opposition motivée, la communication sera limitée aux obligations découlant de l'abonnement. Les informations pourront faire l'objet d'un droit d'accès ou de rectification dans le cadre légal.

La course aux techno

Les acquisitions d'indies du maquillage touchent à leur fin. Les mastodontes de la beauté s'intéressent désormais aux nouvelles technologies appliquées au e-commerce et au social commerce, à la connaissance et au service client. L'Oréal a acheté, mi-mars, ModiFace, une société canadienne leader dans la réalité augmentée et

l'intelligence artificielle. Les compétences

high-tech sont devenues stratégiques pour

la pérennité des business. La sanction

du consommateur est rapide et sans

appel pour les entreprises qui ne suivent

pas l'évolution numérique. On a pu,

de nouveau, le constater il y a quelques

semaines, avec la faillite du géant du jouet,

Toys'R'Us. Même ceux que l'on croit intou-

chable sont malmenés. Walmart était le premier

distributeur au monde, avec un CA de 187 Md\$,

il y a douze ans. Carrefour figurait, pour sa part,

à la 8^e place. Aujourd'hui, l'enseigne française est

sortie du top 10 dans lequel Amazon et Alibaba

sont respectivement 1^{er} et 2^e, devant Walmart.

Ce dernier n'a pas lésiné sur les moyens pour

rester dans le peloton de tête. Il a investi 5,6 Md\$

dans les nouvelles technologies - acquisitions et

développement. Quand Amazon met sur la table

plus de 16 Md\$ par an. À défaut de pouvoir rivaliser,

les industriels et les distributeurs multiplient

les alliances : Walmart avec Google, Chanel avec la

plate-forme de luxe Farfetch, Sephora avec Tmall

(Alibaba), Amazon France avec Système U... des

partenariats improbables il y a dix ans, quand

pure players et marques étaient présentés comme

des frères ennemis.



MARYLINE LE THEUF, RÉDACTRICE EN CHEF



SHISEIDO

Essential Energy
Moisturizing Cream
Crème Hydratante

Activateur d'hydratation, révélateur d'éclat. Une nouvelle ère pour le soin.

Shiseido créé la **ReNeura Technology™**, une innovation née de la neuroscience, qui aide la peau à interagir avec son environnement et à se régénérer.

Comme rechargée en énergie, la peau est plus réceptive aux actifs.

Elle est visiblement hydratée (95%*), lumineuse (92%*).

#EssentialEnergy. Powered by neuroscience. **Made with soul.**

NOUVEAU Essential Energy Crème Hydratante

*Test consommateur - 100 femmes - 4 semaines - Essential Energy Crème Hydratante

SHISEIDO
GINZA TOKYO

sommaire



P.26



P.70



ÉDITORIAL

À SUIVRE

BUSINESS

- 8 (ENJEUX) Fusac : les promesses du 4.0
- 12 (PRESTATAIRES) « Givaudan prépare les classiques de demain »
- 16 (COMMUNICATION) Micro-influenceuses, maxi-engagement
- 18 (MARCHÉS) 2017 : année sombre
- 22 Le sélectif se met au parfum de la synchronisation des données
- 24 (BAROMÈTRES) Février dans le rouge

DOSSIER PARFUM

26 Précieuse rareté ; 28 La créativité tire le marché ; 30 La parfumerie sort de sa niche ; 32 Les États-Unis en quête de singularité ; 34 le Brésil, terre de prédilection ; 35 Le Moyen-Orient et la culture du parfum

TENDANCES

- 36 (INSPIRATIONS) Coup de chaud
- 38 (INGRÉDIENTS) In-Cosmetics fait étape à Amsterdam
- 40 Le tabac fait (presque) long feu
- 42 (PACKAGING) Le design gagne l'industrie

PRODUITS

- 44 (PROTECTION) Des solaires sensibles et sensoriels
- 46 (PARFUM) L'horizon olfactif de Proenza Schouler
- 50 (SOIN) Corine de Farme se lance dans le bio
- 51 (MAQUILLAGE) La couleur selon Dior
- 53 L'hologramme haut en couleur
- 55 (SOIN) CeraVe arrive en France
- 58 (CAPILLAIRE) Phyto repigmente
- 59 (SOIN) Qiriness se renforce sur l'homme
- 61 (MAQUILLAGE) Guerlain personnalise le G
- 63 (CHOIX DE LA RÉDACTION) Sanoflore exalte le sens
- 64 (LUMIÈRE SUR) La Bouche Rouge

LES ACTEURS

- 66 (MÉTIERS) Fabrication : veiller à la bonne pratique
- 68 (CARTE BLANCHE) Morgane Martini
- 69 (SAGA) Laurence et Christophe Therme, Académie Scientifique de Beauté
- 70 (INFLUENCEURS) Ashley Graham, le top qui voit grand