

# **cosmétique**maq

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 3 010 500 € RCS Paris: B828986158

> 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

RÉDACTRICE EN CHEF Maryline Le Theuf (06 45 98 01 40) mletheuf@cosmetiquemag.fr RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE Sylvie Vaz (06 45 98 46 52)

svaz@cosmetiquemag.fr
JOURNALISTES Anaïs Engler 06 45 99 59 55)

aengler@cosmetiquemag.fr Jessica Huynh (06 45 99 68 28)

jhuynh@cosmetiquemag.fr

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION Georges-Eric Pernet
ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO Peggy Cardin-Changizi, Martine
Carret, Caroline Crosdale, Agnès Delcourt, Stéphane Frachet,
Marie Guerre, Johann Harscoët, François Lecocq, Danièle Licata, Lionel Paillès, Kevin Rozario.

CORRESPONDANTS RÉGIONAUX

LILLE: François Lecocq (03 20 42 05 93) LIMOGES: Olivier Jacquinot (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 86 48 28 67)

CHEFFE DE SERVICE PRODUCTION Anne Krouk (01 84 25 95 17) CHEF DE STUDIO Olivier Grison (01 78 16 31 36) ICONOGRAPHE Margaux Quesnel (01 84 25 95 11)

DIRECTRICE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL (LINK MEDIA GROUP)

CLAIRE GARNIER-WEILL (07 50 64 99 14)

DIRECTRICE COMMERCIALE COSMÉTIQUES-PARFUMS SOPHIE MAGNILLAT (06 07 89 11 25) smagnillat@cosmetiquemag.fr DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING PÔLE BEAUTÉ
Steve Custos (06 18 77 38 58) scustos@cosmetiquemaq.fr

ANNONCES CLASSÉES Patricia Demuynck (01 84 25 95 13) pdemuynck@linkmediagroup.fr

#### MARKETING - COMMUNICATION - DIFFUSION

RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION
Lyndia de Campos (06 42 25 82 84) Idcampos@linkmediagroup.fr ASSISTANTE Patricia Demuynck (01 84 25 95 13)

pdemuynck@linkmediagroup.fr Responsable diffusion-abonnements-fabrication : Virginie Poiron

(01 84 25 95 13) vpoiron@linkmediagroup.fr

ADMINISTRATION DES VENTES - TRAFIC RESPONSABLE Hélène Antoine (01 84 25 95 09)

#### hantoine@linkmediagroup.fr

RESPONSABLE DES ÉVÉNEMENTS Delphine Gadret (01 84 25 63 33) dgadret@linkmediagroup.fr

**VENTE DU MAGAZINE AU NUMÉRO** Métropole : 15€

DOM-TOM et étranger : nous consulter.

ÉVÉNEMENTS - PARTENARIATS

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  $0{,}036\,\text{kg/t}$ 



Commission paritaire: 0320 T 78973 ISSN 1297-4781

AUTRES PUBLICATIONS www.cosmetiquemag.fr

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



# Le grand magasin du XXIe siècle

Souvent qualifiés de géants aux pieds d'argile, ils ont montré à maintes reprises qu'ils pouvaient tenir debout face à l'arrivée de formats comme les hypermarchés dans les années 1970, les chaînes spécialisées dans les années 1990. Une fois de plus, les grands magasins sont mis à l'épreuve par

de nouveaux acteurs venus du digital, surtout puissants aux États-Unis et au Royaume-

Uni où les department stores sont les principaux circuits de diffusion des produits de beauté. Pour l'instant, la réponse apportée par la majorité des enseignes anglo-saxonnes a été d'élargir

leur offre en produits exclusifs, à l'image des spécialistes, voire à intégrer carrément ces derniers dans leurs magasins. D'autres comme Nordstrom sont passés au digital et commencent à récolter les fruits de leurs investissements. Prouvant par là même que le department store peut être un redoutable e-commerçant. En France, le commerce électronique reste marginal – environ 7% – sur le marché des produits de beauté. Mais il progresse. Les Galeries Lafayette qui ont repris La Redoute, Le Printemps avec placedestendances, et Le Bon Marché avec 24 Sèvres amorcent le virage de l'omnicanalité. Bref, les grands magasins n'ont pas dit leur dernier mot. Ces centenaires sont prêts à prouver une fois de plus qu'ils peuvent traverser les époques en s'adaptant aux modes de consommation du XXIe siècle.

MARYLINE LE TEUF





Depuis plus de 70 ans, Carita fonde son expertise professionnelle sur l'équilibre entre intelligence manuelle, exigence formulatoire et sensibilité instrumentale.

Pour repousser toujours plus loin les limites de la cosmétique, Carita a créé My C.L.E.,

1er appareil de beauté à domicile qui combine l'énergie des LED et des micro-courants associé aux sérums,
pour prolonger l'expérience cabine au quotidien et amplifier ainsi l'efficacité de chaque routine soin.



# sommaire





#### ÉDITORIAL

#### À SUIVRE

#### ÉVÉNEMENT

8 Les grands magasins à l'heure des choix
10 Les américains contre-attaquent
12 Les britanniques à l'épreuve de la crise
14 Les français résistent

#### **BUSINESS**

- 16 (MARQUES) Les licences enfants jouent des coudes pour rester dans le jeu
- 18 Le très cher marché de la cosmétique sur-mesure
- **20** Interview de Vincent Thilloy, Senior Vice President Prestige Designers and Alternative Brands de Puig
- 22 (DISTRIBUTION) Série e-commerce, épisode 1 : Lookfantastic
- 24 (BAROMÈTRE) Un si joli mois d'août

#### START-UP

**26** (SOIN) Eclypse, le tatouage sympathique



### D 2 Q

## DOSSIER ETHNO-COSMÉTIQUE

28 United colors of beauty 30 Visibilité et marques prennent des couleurs 32 Le soin se met dans la peau de la diversité 34 Maquillage, le défaut plutôt que la carnation 35 Capillaires, le naturel décoiffe

#### **TENDANCES**

- 36 (INSPIRATIONS) Tout montrer, tout voir
- 38 (RETAIL) Plus que de la vente... du lifestyle
- **40** Le duty free 4.0 de Dufry
- 43 Naissance d'un baby-store
- 44 (INGRÉDIENTS) Capillaires, des formules « sans »... reproches ?
- 46 Interview de Sumit Bhasin, Senior Vice President R&D de Coty
- 48 (PACKAGING) Les verriers cassent les codes







#### **PRODUITS**

50 (NOËL) Twist chez Santa Claus 52 (CADEAUX) Crackers craquants 53 (PARFUM) Jacomo vit la nuit (SOIN) Thalgo apaise les rougeurs (MAQUILLAGE) Armani fait son cinéma 56 (PARFUM) Lolita Lempicka au pays des merveilles 57 (SOIN) L'Oréal Paris met la gomme 58 (LE CHOIX DE LA RÉDACTION) La Provençale de L'Oréal 59 (LUMIÈRE SUR) Sæve

#### LES ACTEURS

- **60** (PORTRAIT) Daniel Buchinger, le prescripteur
- **62** (RH) Quand le groupe d'individus devient une équipe
- 64 (SAGA) Juliette Levy, Oh My Cream
- 65 (CARTE BLANCHE) Olivier Cresp (Firmenich)
- 66 (INFLUENCEURS) Kylie Jenner