

cosmétique*mag*

Décrypter l'industrie de la beauté Exemple offert - avril 2018

ÉDITION SPÉCIALE
PHARMACIE



La pharmacie numérique

Pour répondre aux attentes de clients de plus en plus connectés,
les officines se mettent au digital (p.38).

ioma

PARIS



En 1 minute chrono

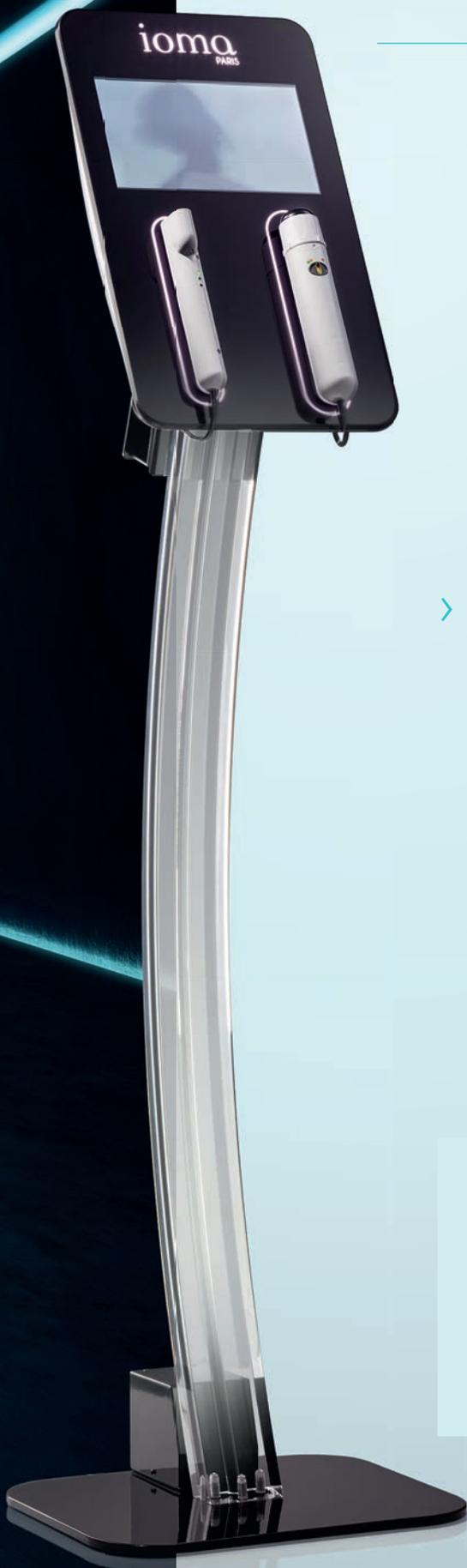
MA CRÈME

Votre soin visage
100% personnalisé
avec IOMA In.Lab.



Un soin sur-mesure
Une formulation automatisée
Un appareil high-tech miniaturisé

www.ioma-paris.com



IOMA Paris

N°1 de la Cosmétique Personnalisée*

- > Un diagnostic de peau haute technologie inégalé
- > Une efficacité prouvée avec des résultats mesurables
- > Des soins personnalisés ultra-performants dont **MA CRÈME**, **1 formule unique** parmi 40 257 formules possibles

Pour référencer IOMA Paris dans votre pharmacie, contactez **Nelly**, Responsable Commerciale Pharmacie :

✉ Nelly.DALLACASA@ioma-paris.com

☎ 06 19 67 16 73

+Pharmagora Plus

7-8 avril 2018 • Paris, Porte de Versailles, Hall 3

Le Futur de la Pharmacie

STAND
G90

Au Salon, retrouvez les équipes IOMA Paris

- **STAND G90**
- **Conférence le 8 avril à 10h50.**

* IOMA propose un diagnostic de peau haute technologie unique et la plus grande combinaison de formules pour ses soins visage sur-mesure.

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 : 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 + le site en illimité
+ 2 hors-séries + l'appli iOS et Android
France métropolitaine : 175 €

FORMULE INTÉGRALE
11 numéros + 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 Peggy Cardin-Changizi, Martine Carret, Christine Galimant, Raphaëlle Maruchitch, Charlotte Nattier.
CORRESPONDANTS RÉGIONAUX
LILLE : François Lecocq, 03 20 42 05 93
LIMOGES : Olivier Jacquinet, 05 55 52 13 65
MARSEILLE : Marie-Line Lybrecht, 06 83 07 93 05
NANTES : Frédéric Thuau, 02 40 69 07 22
STRASBOURG : Anne-Sophie Martin, 06 86 48 28 67
CHEF DE STUDIO Olivier Grison (01 78 16 31 36)
MAQUETTE Anne Krouk (01 84 25 95 17)
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 Demuyck (01 84 25 95 13)
pdemuyck@linkmediagroup.fr

MARKETING - COMMUNICATION - DIFFUSION
RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION Lyndia de Campos
(06 42 25 82 84)
ldcampos@linkmediagroup.fr
ASSISTANTE Patricia Demuyck (01 84 25 95 13)
pdemuyck@linkmediagroup.fr

ADMINISTRATION DES VENTES - TRAFIC

RESPONSABLE Héléne Antoine (01 84 25 95 09)
hantoine@linkmediagroup.fr

ÉVÈNEMENTS-PARTENARIATS

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

ÉDITION SPÉCIALE PHARMACIE : EXEMPLAIRE OFFERT

IMPRIMERIE : Imprimerie Chirat,
744 rue de Sainte-Colombe, 42540 Saint-Just-la-Pendue
ROUTAGE : Imprimerie Chirat

ORIGINE DU PAPIER ITALIE - TAUX DE FIBRES RECYCLÉES 0%
CERTIFICATION PEFC 100 % - EUTROPHISATION PTOT 0,036 KG/T

 Dépôt légal : à parution
ISSN en cours

AUTRES PUBLICATIONS
www.cosmetiquemag.fr

Les noms, prénoms et adresses de nos abonnés sont communiqués à nos services internes et aux organismes liés contractuellement avec 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.

édito

À l'ère du digital

Le numérique se développe dans tous les secteurs, en priorité dans ceux qui sont directement en contact avec des clients. La pharmacie ne peut donc pas y échapper. Mais le sujet est suffisamment vaste pour dérouter. Qu'est-ce que la digitalisation ? Quels services sont concernés ? Comment mettre en place les outils ? etc. Si les bonnes questions ne sont pas posées dès le début, le digital risque fort de devenir un gadget. Il ne suffit pas de placer une tablette dans un linéaire pour être connecté. Encore faut-il qu'elle soit utile aux équipes officinales et aux clients. Le numérique doit être vu comme une aide à la vente et



au service à l'image de la dématérialisation de l'ordonnance, des applications pour les suivis de traitement ou pour les prises de rendez-vous pour des conseils beauté... Même si elle est protégée par un monopole, l'officine n'est pas à l'abri de l'évolution des consommateurs. Aux États-Unis, Amazon, après s'être attaqué aux livres, à l'alimentation..., aurait désormais la santé dans sa ligne de mire. Il vend déjà des produits d'OTC, mais les ambitions du pure player ne s'arrêteront pas là. Même si cela semble loin du marché français, on connaît son influence sur les comportements d'achat.

MARYLINE LE THEUF

LABORATOIRES
FILORGA
PARIS

EFFET LIFTING
DÈS 7 JOURS⁽¹⁾
LIFT-STRUCTURE®



CONTIENT DES
ACTIFS UTILISÉS
EN INJECTION⁽²⁾

1^{ER} LABORATOIRE FRANÇAIS⁽³⁾ DE MÉDECINE ESTHÉTIQUE

En pharmacies, parapharmacies, parfumeries et sur filorga.com

(1) Effet liftant. Étude clinique - auto-évaluation - application quotidienne de la crème LIFT-STRUCTURE® pendant 7 jours sur 22 sujets.

(2) De la même famille d'actifs que ceux utilisés en cabinet - à concentration cosmétique. (3) Fondé en 1978.

sommaire

P.12



ÉDITORIAL

PRODUITS

- 8 **PROTECTION** Les solaires brillent par l'innovation
- 10 **DÉMAQUILLANT** Caudalie Mix & Match
- 12 **SOIN** Ioma et l'anti-âge connecté
- 13 Klorane à corps perdu
- 14 CeraVe en France
- 15 Elancyl double action
- 16 Vichy revoit Aqualia Thermal
- 18 **LUMIÈRE SUR** Dr Bronner's
- 20 **PANORAMA** Faire peau neuve avec les gommages
- 22 **SAGA** Klorane cultive la beauté
- 23 La magie de Garancia

P.8



MARCHÉS

- 24 **DISTRIBUTION** Le bio naturellement en officine
- 26 Le maquillage fait pâle figure
- 28 La beauté en boîte
- 30 **DOSSIER SOIN DU VISAGE** Les trois promesses, La beauté fait fi des années, Objectif millennials, L'antipollution (presque) à l'âge mature

@ puhhal/stock adobe

P.30



RETAIL

- 38 La révolution numérique
- 40 Un petit air de parfumerie à la pharmacie
- 42 Leadersanté se refait une beauté
- 44 Les sens de l'envie d'acheter

BUSINESS / CONSOMMATION

- 46 Didier Tabary, président des Laboratoires Filorga : « Nous continuons à grandir »
- 48 De mieux en moins
- 50 **DOSSIER NOUVELLES TENDANCES** Mieux consommer, La beauté libère la femme, Personnalisation grata, Dans la peau du nouveau consommateur
- 58 Bien choisir son centre commercial

© Thomas Cogy pour Cosmetiquemag



P.46

P.40



P.66

© DR



SCIENCES

- 60 L'aude des offres anti-lumière bleue
- 62 Faire texture neuve
- 64 Les bactéries au service de la beauté
- 66 Mathilde Clément (La Grande Pharmacie Bailly à Paris), les temps modernes