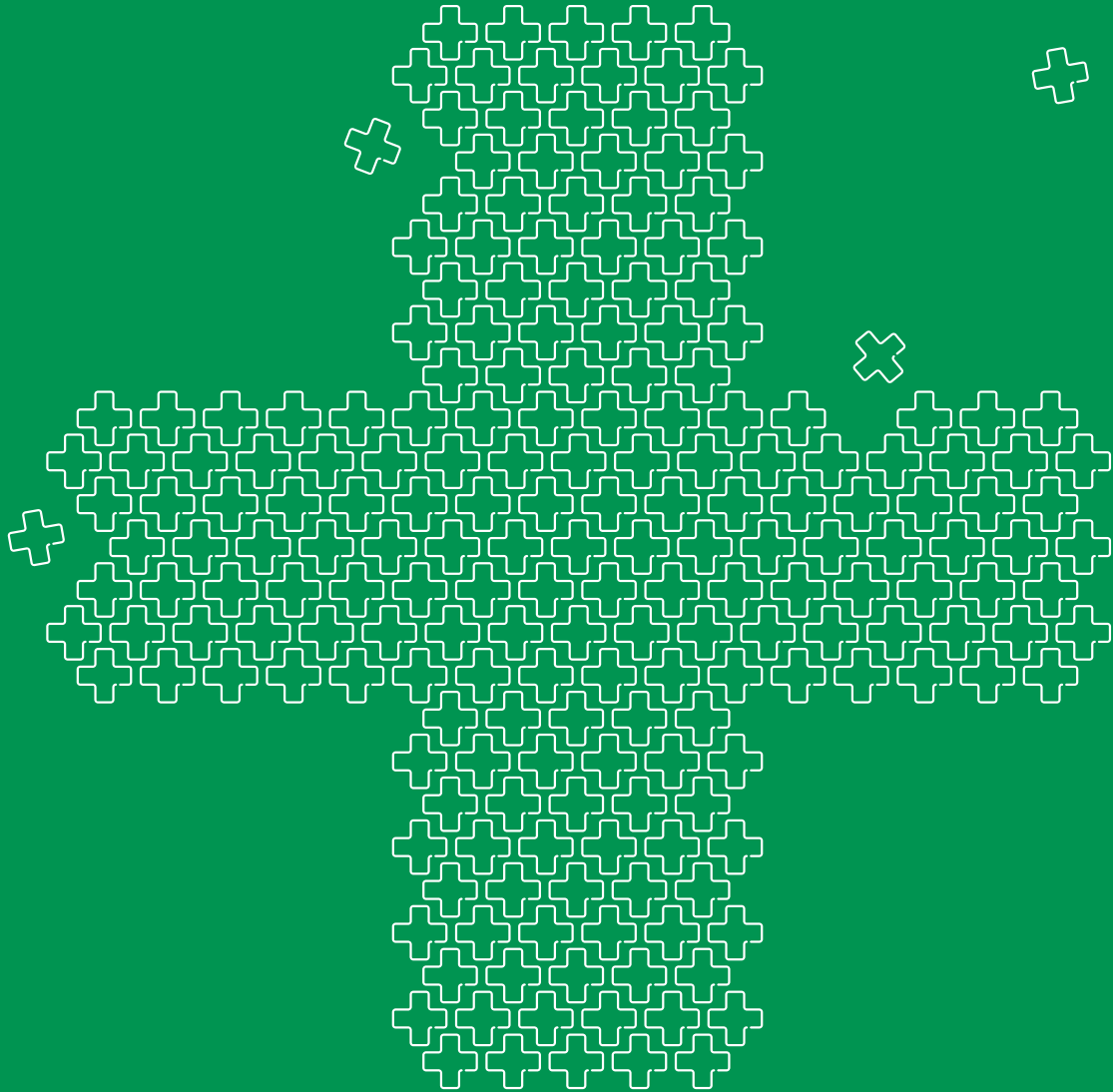


cosmétique*mag*

Décrypter l'industrie et le retail de la beauté édition pharmacie - Novembre 2018

ÉDITION SPÉCIALE
PHARMACIE



GROUPEMENTS

À l'heure de la consolidation

OCP (Pharmactiv) et PHR, Univers Pharmacie et Forum Santé, Anton & Willem et Objectif Pharma, la concentration a commencé dans le secteur très fragmenté des groupements de pharmacies.

SERVICE ABONNEMENTS

cosmétiquemag****
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 (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, Laurence

Férat, Marie-Françoise Dubillon, Audrey Fréel, Charlotte Nattier

CORRESPONDANTS RÉGIONAUX

LILLE : François Lecoq (03 20 42 05 93)

LIMOGES : Olivier Jacquimot (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 SERVICE PRODUCTION 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

DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING PÔLE BEAUTÉ

Steve Custos (06 18 77 38 58) scustos@cosmetiquemag.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) ldcampos@linkmediagroup.fr

ASSISTANTE Patricia Demuynck (01 84 25 95 13)

pdemuynck@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

ÉDITION SPÉCIALE PHARMACIE : EXEMPLAIRE OFFERT

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
ISSN en cours

AUTRES PUBLICATIONS

www.cosmetiquemag.fr

COURRIER ABONNEMENT SUR DIFFUSION PARTIELLE ABONNÉ

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.

Consolidation

Qui seront les prochains ? Le paysage très fragmenté des groupements d'officines commence à se structurer. L'OCP – 1 800 membres – (groupe McKesson Europe) a acquis PHR (1 500 pharmacies adhérentes) en début d'année ; Univers Pharmacie s'est offert Forum Santé ; Objectif Pharma a pris une participation majoritaire dans Anton & Willem. D'autres ont ouvert leur capital à des investisseurs financiers. Par ailleurs,



DR

l'année dernière, six groupes (Apsara, Evolupharm, Giropharm, Objectif Pharma, Optipharm, Népentès) ont fondé une structure commune : C6 pour négocier les achats de quelque 6 000 pharmacies, soit près d'un tiers du parc officinal français, auprès de laboratoires. L'efficacité des rapprochements est néanmoins conditionnée à l'engagement des pharmaciens membres. Or si la plupart reconnaît avoir besoin d'aide pour améliorer la rentabilité de leur officine, il est très attaché à son indépendance. Déléguer une partie de ses achats est encore loin d'être acquis, quelle que soit la structure.

MARYLINE LE THEUF

LABORATOIRES
Embryolisse.
Culte depuis 1950.

Un **PRODUIT**
CULTE,
vendu aujourd'hui
par millions
dans le monde :
le **LAIT-CRÈME**
CONCENTRÉ.

Une **GAMME DE SOINS** née de l'expertise et
de l'exigence des professionnels de la peau :
dermatologues et maquilleurs professionnels.

EMBRYOLISSE est une marque
de **soins dermo-cosmétiques**,
complice de tous les moments
de la vie.

Complice de la peau avec son concept de soins : la **PHYSIO-COSMÉTOLOGIE®**.
Des **actifs sélectionnés d'origine naturelle au juste dosage** pour ne pas sur-sensibiliser
et sur-solliciter la peau. Des **formules courtes** pour minimiser le risque d'allergies.

*La Physio-cosmétologie Embryolisse, l'expertise pharmaceutique pour révéler et sublimer
la beauté naturelle de la peau.*

Complice de la beauté au quotidien : des routines simples, des soins multi-fonctions,
et des textures « *Doudou* » pour un confort immédiat.

Notre service client est à votre disposition du lundi au vendredi
De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 18h00

PRENONS RENDEZ-VOUS !

0 806 110 218

Service gratuit
+ prix appel



sommaire



ÉDITORIAL

PRODUITS

- 6 (NOËL) Les coffrets à la fête
- 8 (CAPILLAIRES) Oenobiol la solution antichute pour tous
- 10 (MAQUILLAGE) Filorga illumine le teint
- 11 (SOIN) Avène et les seniors
- 12 Comment prendre soin des signes de l'âge ?
- 14 (LUMIÈRE SUR) Les extraits de Cologne Roger & Gallet
- 15 (PANORAMA) Faire peau nette !
- 16 (SAGA) Nuxe, une marque dans son temps
- 18 Cattier, un demi-siècle au service du bio
- 20 (RÉGLEMENTATION) Des ingrédients à listes ouvertes

MARCHÉS

- 22 Vous avez dit millennials ?
- 24 Plus que de simples consommateurs
- 26 Les entreprises pourront leur dire merci
- 28 Le senior est d'or
- 32 Les marques prennent la vieillesse en marche
- 34 Les groupements se concentrent
- 36 Haut la main
- 38 Les soins sur-mesure entrent en officines

TENDANCES

- 40 (INSPIRATIONS) Belle dedans, belle dehors
- 42 La pierre s'incruste dans le bien-être
- 44 Promenons-nous dans le bois
- 46 (INGRÉDIENTS) L'homme (presque) une femme comme les autres
- 48 (RETAIL) Synergiphar voit jaune
- 50 Imagine-moi l'officine de demain
- 52 La parfumerie comme modèle

LES ACTEURS

- 54 (PORTRAIT) Daniel Buchinger, le prescripteur
- 56 (RH) La génération Y bouleverse le management
- 58 (FORMATION) Grasse à l'école du parfum
- 60 (SAGA) La famille Gédouin, Phytomer

START-UP

- 62 Du beau linge dans L'Armoire à Beauté
- 63 Gallinée couve les peaux sensibles