

## Beauty HUB



# Spécial distribution

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 : 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 70373160  
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](http://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, Agnès Delcourt, Charlotte Nattier, Frédéric Therin.

## 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)

## PUBLICITÉ

### DIRECTRICE COMMERCIALE

SOPHIE MAGNILLAT (06 07 89 11 25) smagnillat@cosmetiquemag.fr

### DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING

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

**ANNONCES CLASSÉES** Patricia Demuyneck (01 84 25 95 13)

pdemuyneck@linkmediagroup.fr

## MARKETING - COMMUNICATION - DIFFUSION

### DIRECTRICE 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

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

## 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 : 0320 T 78973

ISSN 1297-4781

## AUTRES PUBLICATIONS

[www.cosmetiquemag.fr](http://www.cosmetiquemag.fr)

## Retail tech

Il y a deux ans, date du précédent hors-série Distribution *Cosmétique**mag***, on se demandait encore qui du e-commerce ou du magasin physique gagnerait la bataille du retail. La question ne se pose plus. Les deux ont trouvé leur place, voire des complémentarités puisque Monoprix a signé un partenariat avec Amazon Prime Now en France, Walmart avec Google aux États-Unis. Par ailleurs, les pure players ont commencé à ouvrir des

magasins en dur. Quand des enseignes intègrent toutes les nouvelles technologies – visual research, IA... – pour aller chercher le consommateur où qu'il soit, lui faciliter l'achat, lui proposer des offres et des services personnalisés. Preuve que le commerce de l'ancien monde sait s'adapter.

Il y a deux ans, on s'interrogeait aussi sur le potentiel des marques statutaires notamment de la beauté à devenir des retailers. Si celles-ci continuent à ouvrir des boutiques ou des pop-up, elles le font en très petit nombre, pour l'instant. Se défendant de placer les premières pierres d'un réseau, mais plutôt des vitrines et des lieux expérientiels. Il y a deux ans, les jeunes marques se lançaient sur le marché via un site marchand et un partenariat exclusif avec une chaîne ou un grand magasin. Désormais, certaines s'adressent « directement au consommateur » d'abord à travers leur e-shop, mais de plus en plus grâce à des magasins en propre ne ressemblant pas aux autres ce sont des espaces de vie, d'engagement autour de valeurs capables de fédérer une communauté. Les prochaines années s'annoncent donc riches en nouveaux modèles de commerce.



© J.B. Charles

MARYLINE LE THEUF, RÉDACTRICE EN CHEF

# sommaire



DR

## ÉDITORIAL

---

### ÉVÈNEMENT

---

**04** Le nouveau monde

### PURE PLAYERS

---

**06** L'autre offre beauté des géants du Net **08** Amazon poursuit sa conquête en France  
**09** Zalando arrive en force dans la beauté **10** Feelunique veut sortir de sa niche  
**11** Beautéprivée continue de croître

### NOUVEAU CIRCUIT

---

**12** Les marques ouvrent des boutiques

## RETAIL

---

**14** Louées soient les nouvelles méthodes de vente **36** Des magasins fédérateurs



© Adrian Wilson

## PARFUMERIES

---

**16** La parfumerie n'a pas dit son dernier mot **18** Sephora à l'offensive **19** Marionnaud se maintient dans le trio de tête **20** Nocibé, une ascension sans faire de bruit  
**21** Beauty Success Groupe multiplie les enseignes **22** Une Heure Pour Soi pour soi  
**23** Passion Beauté résiste **24** Le Printemps se spécialise ; Le Bon Marché proche du concept store  
**25** Les Galeries Lafayette au bonheur du lifestyle

## GMS

---

**26** La GMS dans la tourmente **28** Monoprix mise sur l'hygiène-beauté **29** Lidl surfe sur le succès de Cien **31** Carrefour gère sa reconstruction **32** Auchan rajeunit son rayon hygiène-beauté  
**33** E.Leclerc reste sur sa lancée **34** Système U stimule l'hygiène-beauté



DR

## PHARMACIES

---

**38** Le parti pris beauté des officines **40** Pharmabest le géant de l'Hexagone  
**41** Les promos percutantes de Boticinal **42** La beauté clé d'entrée d'Aprium ; Pharmavance marque la pharmacie  
**43** Leadersanté mise sur l'expérience client  
**44** Pharmacie Lafayette choisit les exclus **45** Anton & Willem la beauté au naturel  
**46** Pharmactiv booste sa MDD



DR

## INSTITUTS

---

**48** L'incontournable révolution **50** Body/Minute vers une beauté globale **51** Esthetic Center une dynamique renouvelée  
**52** Carlance le sans rendez-vous optimisé  
**53** Guinot-Mary Cohr l'envergure d'un leader européen



© Christophe Vaitin

## SALONS DE COIFFURE

---

**54** La coiffure veut retrouver du lustre

## VENTE DIRECTE

---

**56** La vente à domicile a le vent en poupe

## MARQUES ENSEIGNE

---

**58** Les marques font de la résistance **60** Yves Rocher reprend son souffle  
**61** L'Occitane la retail expérience comme moteur **62** Kiko Milano se réinvente  
**63** Adopt' poursuit son expansion **64** Lush multiplie les concepts **65** The Body Shop de nouveau l'âme militante  
**66** Kiehl's persiste et signe



© Dominique Rolland