

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

cosmétiquemag****
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

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)

jhuyh@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

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



P.04

DR



P.12

© Adrian Wilson



P.34

DR



P.40

DR



P.50

© Christophe Vaitin



P.60

© Dominique Rolland

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

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

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

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

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