

Produits cosmétiques



1355

Effectifs salariés



43

**Etablissements
employeurs**

PERIMETRE

Le marché des produits cosmétiques retenus dans cette étude concerne :

Les parfums, eaux de toilette/cologne

Le maquillage

Les produits de beauté et soins de peau

Des produits de toilette et d'hygiène personnelle

Les produits à base d'huiles essentielles

Il ne comprend pas les commerces et distributeurs.

Soit les codes NAF suivants:

20.42Z Fabrication de parfums et produits pour la toilette (cœur de l'étude)

20.53Z Fabrication d'huiles essentielles

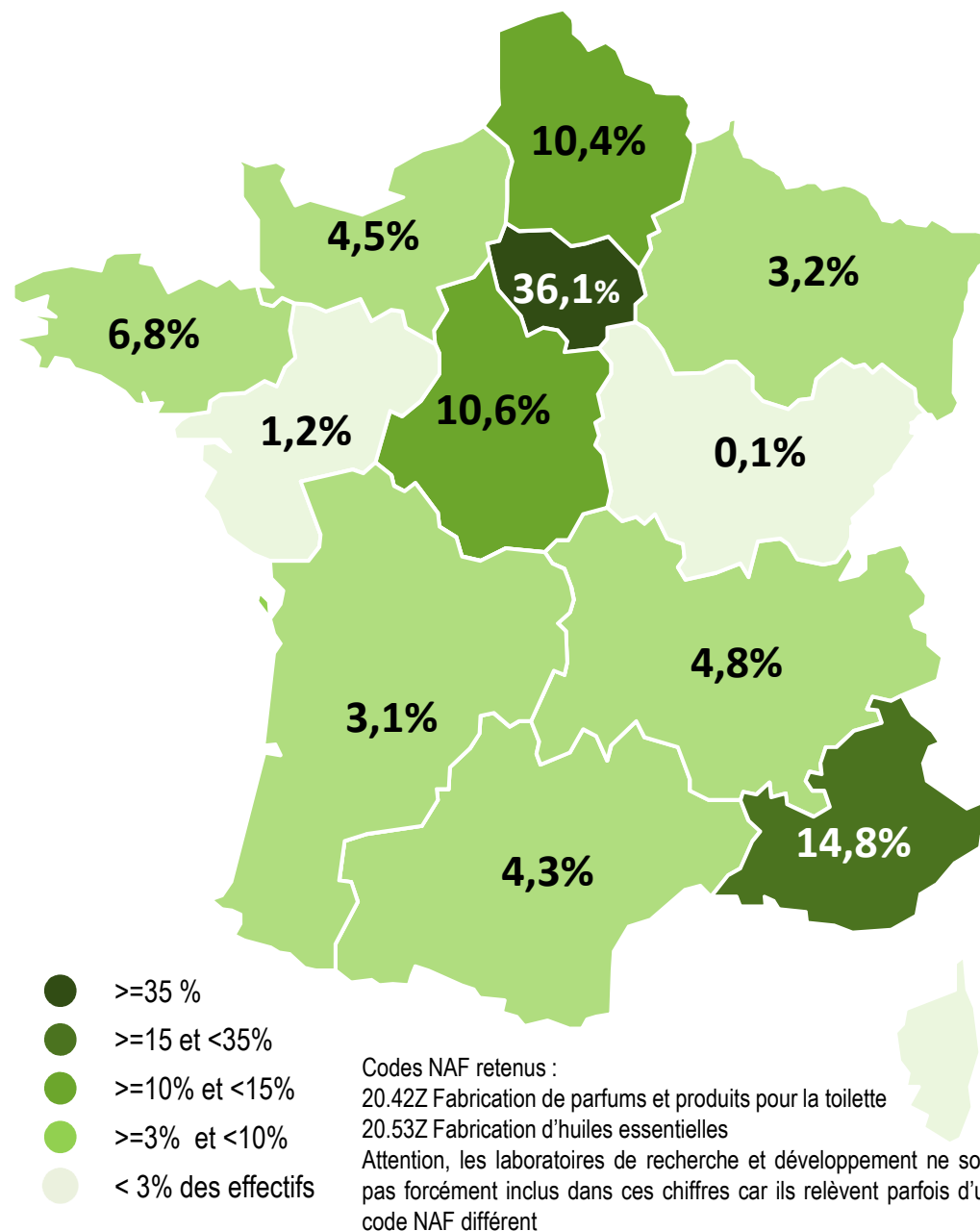
Attention, certains laboratoires de recherche et d'analyse appartenant à ce secteur sont parfois codifiées selon des codes NAF différents.

Répartition régionale des effectifs salariés dans le secteur des Produits cosmétiques

Malgré la présence de quelques acteurs clefs, avec moins de **1400 salariés** dans l'industrie des cosmétiques (soit 0,5% des effectifs industriels) et une **quarantaine d'établissements**, la nouvelle-Aquitaine fait figure de petit poucet et ne se positionne qu'au dixième rang national.

L'industrie cosmétique est très fortement concentrée. Si l'on excepte l'Île de France où se situent la plupart des grands groupes de parfumerie et cosmétiques, ce sont essentiellement les régions PACA (15%) avec le pôle PASS (Parfums, arômes, senteurs, saveurs) autour de Grasse et CENTRE (11%) avec la Cosmetic Valley (dont le périmètre déborde sur le nord de la métropole) qui concentrent plus d' ¼ des emplois.

La France comptait en 2015 environ 37 700 emplois salariés directs et 620 établissements employeurs dans le secteur des parfums et cosmétiques, et respectivement 140 et 5 600 dans la fabrication d'huiles essentielles. L'hexagone reste leader mondial dans ce domaine qui est également le 2^{ème} secteur exportateur français. Le secteur a souffert de la crise de 2009, et certains segments sont parvenus à maturité mais il bénéficie toujours de perspectives de croissance favorables. C'est une industrie qui délocalise peu, mais dont la pérennité est liée en grande partie à l'innovation.



CARACTERISTIQUES

1 355 salariés en 2015

dans produits cosmétiques

Un chiffre stable depuis 2008

0,5% de l'industrie régionale

43 établissements

+19% depuis 2008

Un secteur qui est resté globalement stable en Nouvelle Aquitaine, même si l'on constate une augmentation du nombre de structures (de petite taille pour la plupart).

4 établissements dépassent la centaine de salariés :

Interspray (24)

Biolandes (40) également 1^{er} exportateur du secteur (67^{ième} exportateur régional tous secteurs confondus en NAF 732)

La Roche-Posay (86)

Laboratoire Rivadis (79)



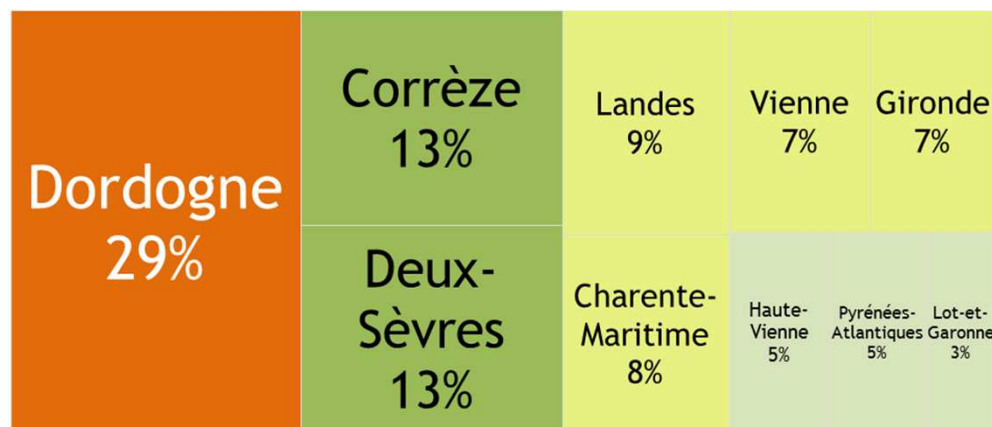
Parfums, maquillage, produits pour la toilette

1 355 salariés

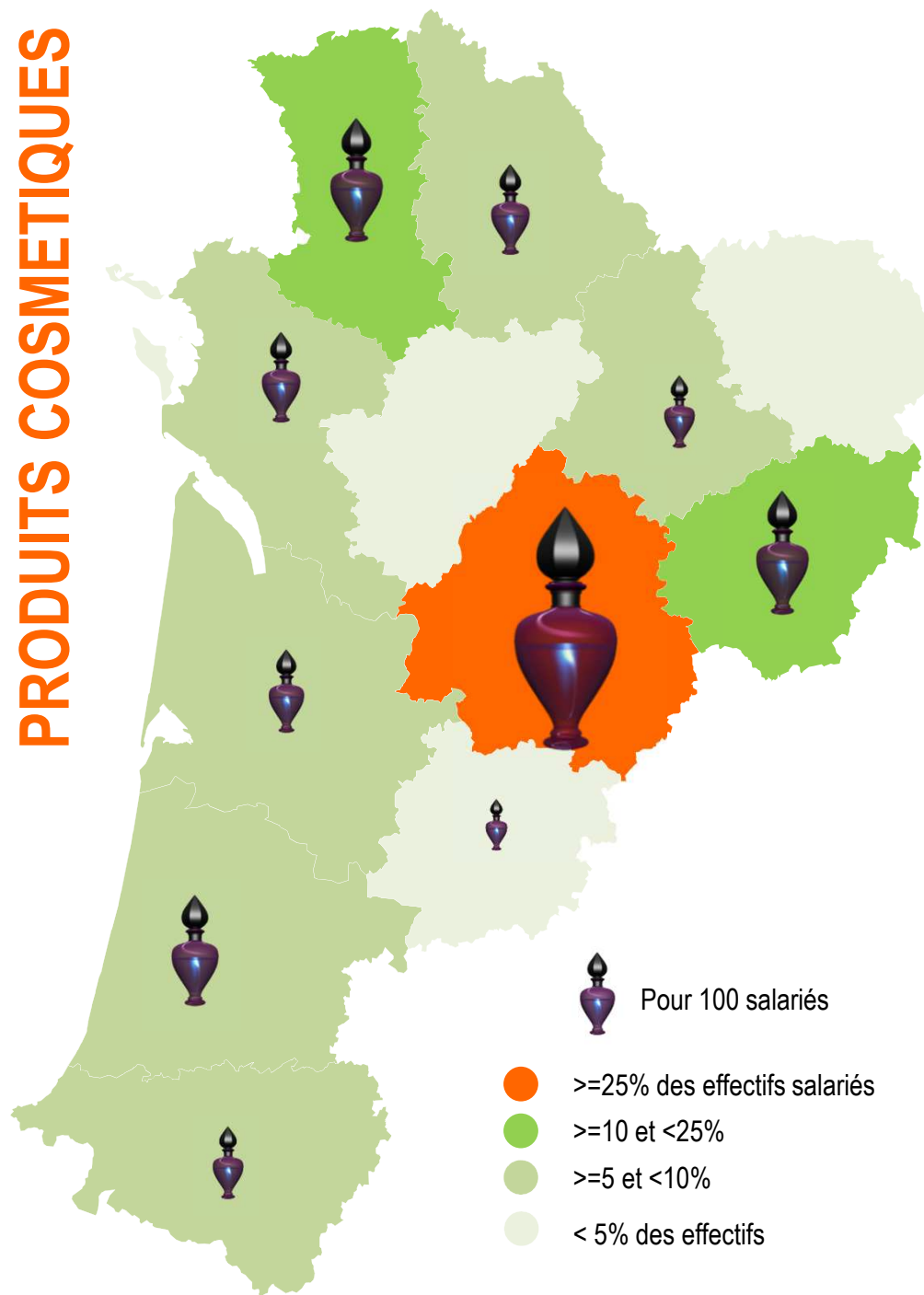


Dont **132** salariés dans les huiles essentielles

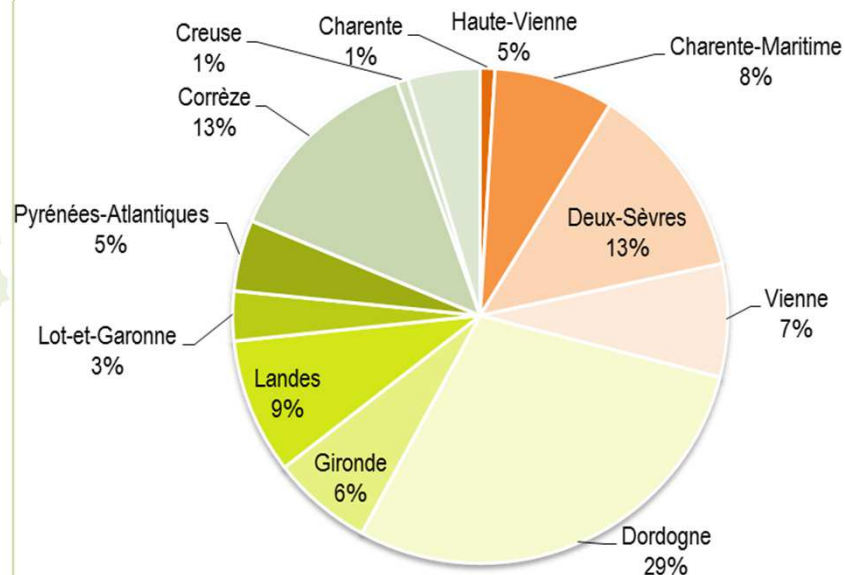
Une forte concentration : 3 emploi sur 10 sur le seul département de la Dordogne



PRODUITS COSMETIQUES



REPARTITION TERRITORIALE



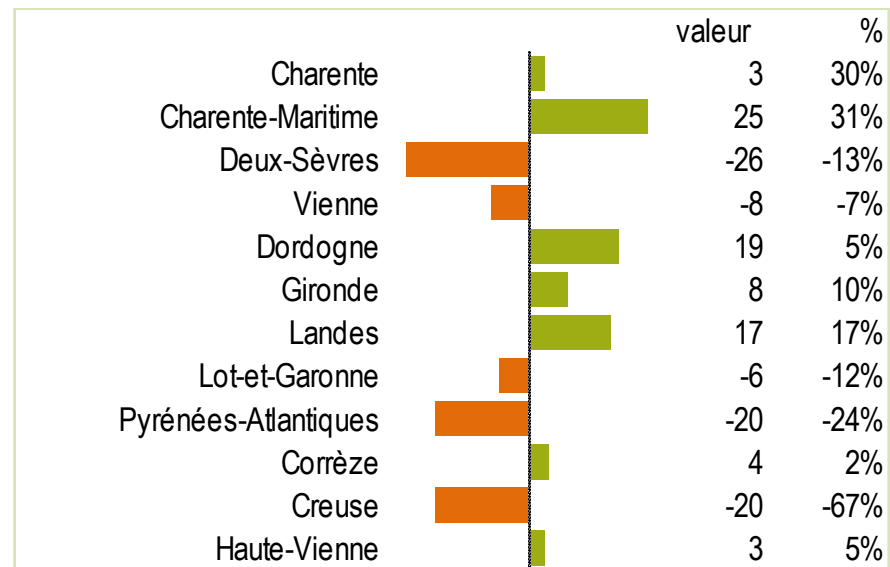
département	effectif 2015	evolution sur cinq ans	part dans l'industrie
Charente	13	30%	0,1%
Charente-Maritime	106	31%	0,5%
Deux-Sèvres	174	-13%	0,9%
Vienne	100	-7%	0,5%
Dordogne	392	5%	2,4%
Gironde	89	10%	0,2%
Landes	120	17%	0,6%
Lot-et-Garonne	44	-12%	0,3%
Pyrénées-Atlantiques	63	-24%	0,2%
Corrèze	180	2%	1,5%
Creuse	10	-67%	0,3%
Haute-Vienne	64	5%	0,4%
Total	1355	0%	0,5%

EVOLUTION DU SECTEUR

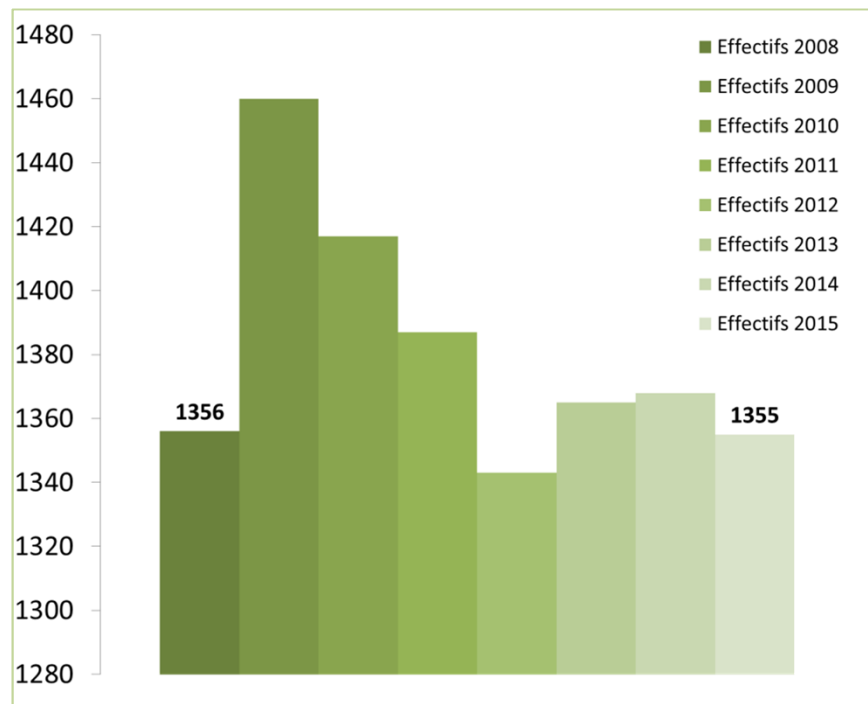
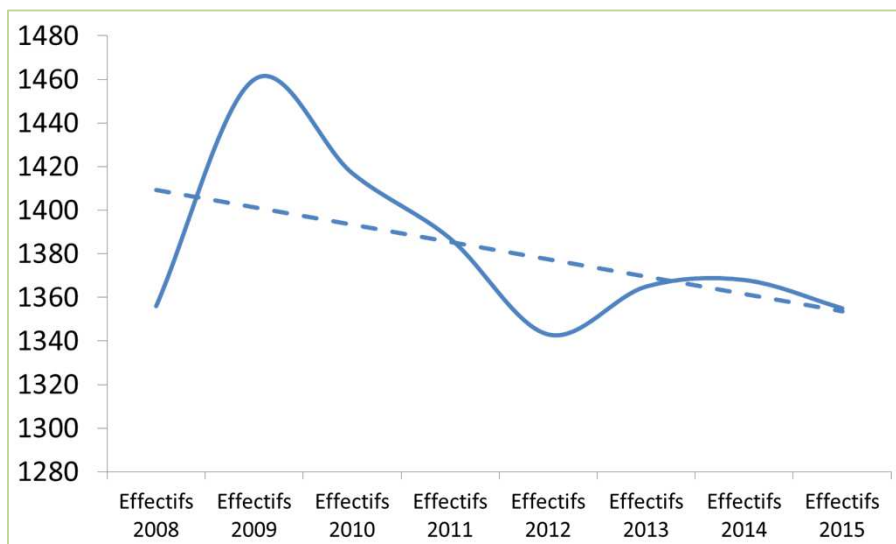
entre 2008 et 2015

Pas de gains ou pertes de postes en moyenne sur la période mais une évolution un peu chaotique des effectifs, dans le temps et selon les territoires.

Gain/perte de postes salariés par département entre 2008 et 2015



HISTORIQUE ET COURBES DE TENDANCES



COMMERCE EXTERIEUR

153 M€ export en 2016

Dont 37% dans les huiles essentielles
(valeur du flux de marchandises)

71 M€ import en 2016






Dont 45% dans les huiles essentielles

82 M€ solde commercial

Les exportations représentent 1% des exportations françaises du secteur et moins de 1% des exportations régionales tous secteurs confondus. L'indice de spécificité est négatif.

27% des exportations sont le fait du département des Landes, mais presque exclusivement sur le créneau des huiles essentielles (Biolandes, 1^{er} exportateur régional du secteur).

Les principaux exportateurs dont le siège est en région*

- 1 Biolandes - 40 
- 2 Chomadurlin - 24 
- 3 Interspray -24 
- 4 Arsène Valère -87 
- 5 Lea nature -17 
- 6 Laboratoire Odysud -47 
- 7 Laboration du bain -24 
- 8 Laboratoire Laurence Dumont -47 
- 9 Parfum et logistique - 19 
- 10 Laboratoire Rivadis -79

Hors siège en région, on peut ajouter Sothys, Cosmétique active production (Roche-posay), groupe Panther et Simone Mahler

La Nouvelle-Aquitaine c'est 1% des exportations en France et la 10^{ième} région exportatrice

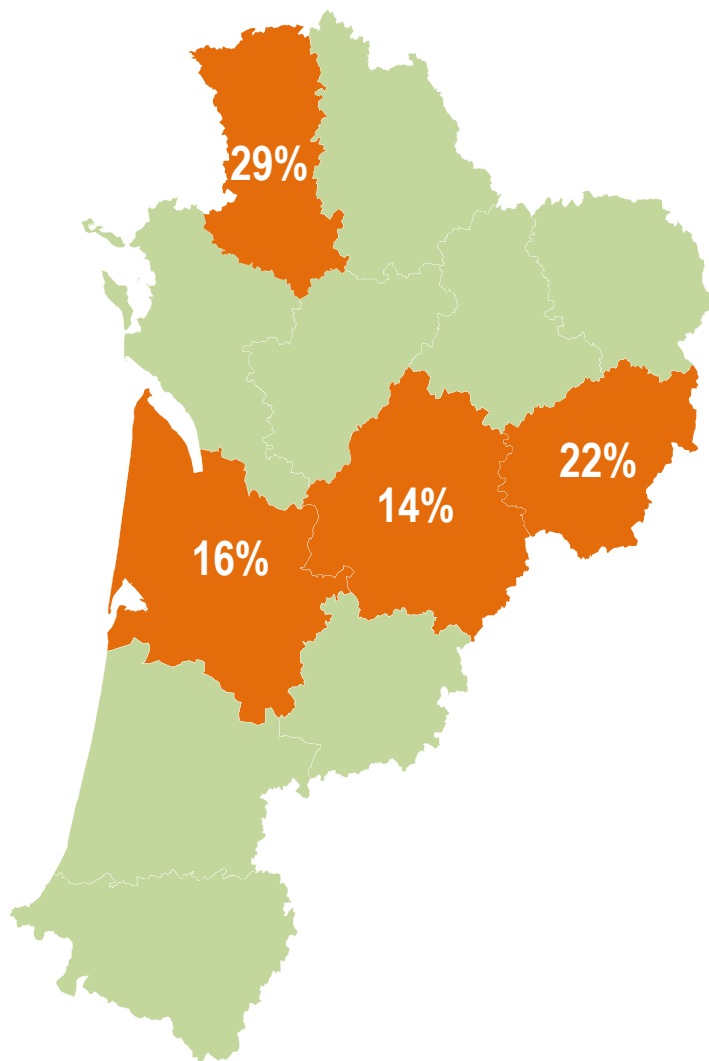
Les quatre premiers exportateurs sont :

L'île de France
Les Hauts de France
Le Centre
PACA

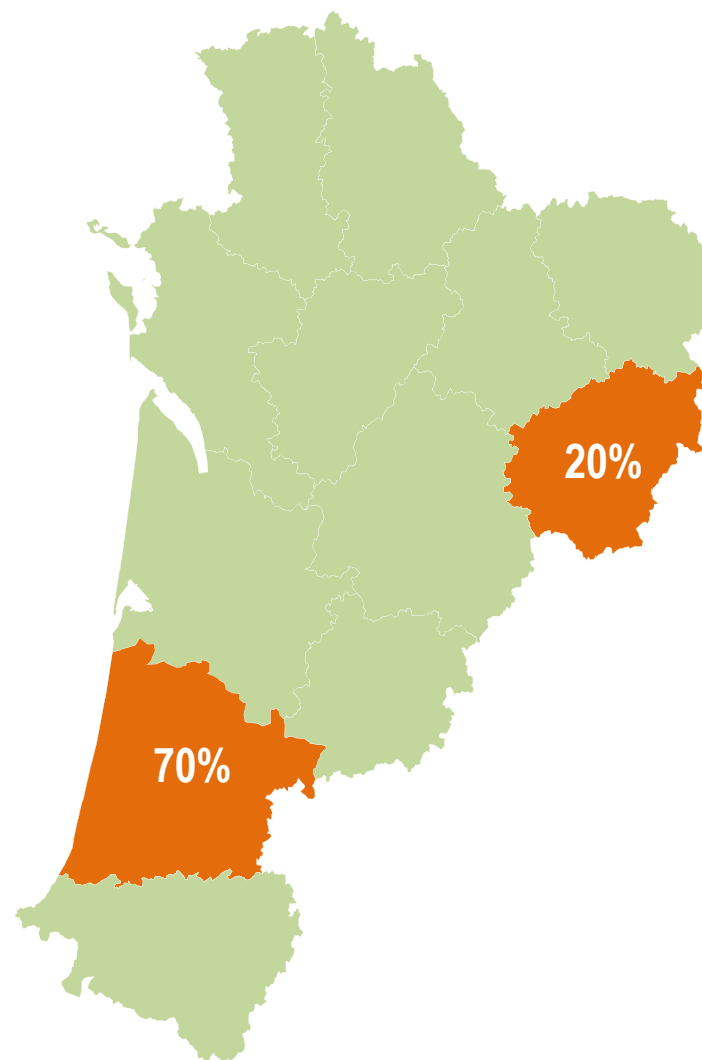
*Palmares élaboré en fonction des lieux en valeur à l'exportation, suivant la localisation du siège des entreprises alors que les statistiques sont calculés à partir du département de départ des marchandises. Certaines entreprises dont le siège est hors région sont absentes du palmarès, alors que le département de départ des produits exportés est en Région (et donc dans les statistiques de flux d'export/import)



80% des exportations de parfums et cosmétiques réalisés par 4 départements



90% des exportations de d'huiles essentielles réalisés par 2 départements





Produits cosmétiques – principaux établissements

DORDOGNE

Interspray (groupe Fareva) ●
Neuic

Chroma Durlin (groupe Fareva) ●
Bergerac, Creysse

Le laboratoire du bain (groupe Fareva) ●
Nontron

ELP ●
Montrem, Saint Astier

GIRONDE

Groupe Panther (marque Institut Arnaud)
Gradignan ●

Simone Mahler ●
Bordeaux

LANDES

Biolandes ●
Le Sen

PYRENEES ATLANTIQUES

Sas SFFC (groupe Bogart) ●
Mourenx

LOT ET GARONNE

Laboratoire Laurence Dumont/ ●
Laboratoire Odysud
Estillac

DEUX SEVRES

Laboratoire Rivadis ●
Louzy

VIENNE

Cosmétique Active Production ●
(groupe l'Oréal)
La Roche Posay

CHARENTE MARITIME

Laboratoire Lea Nature ●
Périgny, Jonzac

CREUSE

Evaux laboratoire ●
Evaux les bains

Laboratoire Soniam
Flayat

HAUTE-VIENNE

Arsène Valère ●
Limoges

Laboratoire de Cosmétologie moderne
Limoges ●

CORREZE

Sothys international ●
Brive

Simah (groupe Sothys) ●
Brive, Ussac

Parfum et Logistique (groupe Balmain) ●
Chamberet

SILAB* ●
Recherche et développement
Saint-Viance

LEGENDE

- Plus de 250 salariés
- Entre 100 et 249 salariés
- Entre 50 et 99 salariés
- De 10 Jusqu'à 49 salariés

Produits cosmétiques - synthèse

Dynamisés par les grandes marques des groupes de luxe, les parfums et cosmétiques français confortent leur position de deuxième poste de la balance commerciale française, derrière l'aéronautique. L'industrie cosmétique française conjugue à la fois une forte concentration (avec quelques groupes qui captent la majorité du marché) et plus de 80% de PME (À elles seules, les entreprises de la Cosmetic Valley produisent un cosmétique sur dix vendus dans le monde*).

Les PME se caractérisent essentiellement par l'innovation tant au niveau des formules, de la fabrication que du packaging (nouvelles origines botaniques, les molécules issues des biotechnologies et de la chimie verte...). Elles peuvent avoir leur marque propre ou être fournisseur, façonnier, ou laboratoire d'expertise. Les grandes marques optent de plus en plus pour le « sans-usine », et travaillent avec des sous-traitants cosmétiques (façonniers cosmétiques). L'effet taille devient alors un élément décisif dans la sélection des prestataires, ce qui peut favoriser une nouvelle concentration-rapprochement des façonniers. Le marché des PME innovantes est également très fortement concurrentiel et doit faire face à une distribution très fortement centralisée sur le brick and mortar et à la nécessité de développer leur visibilité et le e-commerce.

Les caractéristiques du secteur



Un tissu de PME innovantes
(procédés, produits,
packaging, réseaux de vente)

**Stratégies de
différenciation/innovation**



Poids de
certains
acteurs

Barrières importantes à l'entrée



Un coût
élevé en
R&D



Réglemen-
tation



Une forte
intensité
concurrentielle

Un marché mondial



L'exportation,
un passage
obligé

Produits cosmétiques - synthèse

Quelles sont les perspectives pour la filière ?

- 👉 Le marché des produits cosmétiques (hors parfums) est dynamique, cette situation est liée entre autres à la place accrue des réseaux sociaux, à la mise en scène de soi (génération « selfie ») et au règne des blogueuses/vlogueuses beauté (la beauté est la 3ème catégorie la plus populaire sur YouTube). Le secteur des produits naturels et bio, de la cosmétique active, (vendus dans les circuits de pharmacies et parapharmacies), des produits masculins et ceux liés au vieillissement sont des segments en croissance qu'il faut accompagner.
- 👉 Le marché du parfum est plus atone, du fait d'une consommation morose, d'une offre pléthorique et peu différenciée, d'une inflation de lancements, d'un manque d'innovation. L'industrie des parfums doit se réinventer et donc innover en permanence. Les « best-sellers » pérennes sont liés à une image de marque.
- 👉 La croissance du secteur est indissociable d'une stratégie de développement national mais également international, ce qui suppose de bénéficier d'un soutien à l'export
- 👉 Le marché des façonniers doit se consolider. Selon une étude du groupe Xerfi, le marché du façonnage entre 1997 et 2015 a été multiplié par 6 et continue à croître malgré une rentabilité qui s'érode dans un contexte de bataille tarifaire. Le marché se concentre, afin de toucher les grands donneurs d'ordre et de permettre des économies d'échelle. D'autres stratégies sont mises en place : spécialisation des différents sites de production, croissance externe avec acquisition d'usines ou rachat de façonniers, partenariats technologiques etc...)

Produits cosmétiques - synthèse

La place de la Nouvelle Aquitaine

L'industrie cosmétique est une filière à effectifs restreints en Nouvelle-Aquitaine: 1400 salariés dans l'industrie des parfums, produits de soin et maquillage (soit 0,5% des effectifs industriels), une quarantaine d'établissements employeurs (dont une douzaine d'ET), et quelques grands noms de la cosmétique ou de la sous-traitance (Le Groupe L'Oréal sur le site de la Roche-Posay, le groupe Bogart, le façonnier (ardéchois) Fareva, le laboratoire Lea nature, le groupe Rivadis, l'entreprise Biolandes. En Limousin, on citera le groupe Sothys, les laboratoires Arsène Valère, les laboratoires Evaux, la société Parfum et Logistique à Chamberet (groupe Balmain), et dans la recherche et développement le groupe Silab.

La filière est également très disparate en termes de bassins d'emplois, avec une forte concentration. Les trois établissements du groupe Fareva -Interspray à Neuvic, les vernis Chromadurlin à Bergerac, le laboratoire du bain à Nontron- contribue fortement à la première place de la Dordogne, qui comptabilise près de 3 salariés régionaux sur 10. Le groupe Sothys (site de production de Meyssac) permet de placer la Corrèze, en seconde position. Les Deux-Sèvres n'ont qu'un établissement employeur, le groupe Rivadis, qui permet au département d'être le troisième plus gros employeur de la région.

La place de la région est donc modeste, sur un secteur à l'intensité concurrentielle élevée, dominé par de grandes marques, alors que d'autres régions françaises plus spécialisées bénéficient d'un écosystème favorable (périmètre de la cosmétique valley notamment). Si l'on excepte les filiales de grands groupes, les entreprises néo-aquitaines sont de petite taille, d'une visibilité insuffisante, ce qui les freine en matière de développement commercial et d'export. Il n'existe pas de pôle de formation dédiée à la cosmétique même si la filière chimie-pharmacie est bien représentée universitairement.

Produits cosmétiques - synthèse

Malgré tout, la nouvelle-aquitaine a des atouts à faire valoir :

- 👉 une filière complète allant de la recherche-développement jusqu'à la mise en marché des produits (industriels commercialisant leur marque propre ou non), une filière conjuguant façonniers, spécialistes de la chimie verte synthétisant des principes actifs, producteurs de plantes et d'huiles essentielles, fabricants de produits cosmétiques positionnés sur des créneaux variés (produits bébé, cosmétologie active....)
- 👉 des positionnements sur des produits à haute valeur ajoutée
- 👉 un lien important avec le territoire (une majorité d'entreprises a son siège en région), une main d'œuvre plutôt qualifiée, un domaine d'excellence stratégique territorial autour de

Il serait nécessaire de fédérer les différents acteurs autour d'un pôle de type cluster