

## **SYNTHESE DE LA JOURNEE E-BEAUTE CCM BENCHMARK 23 Juin 2016**



Partenaire de cette journée à la Maison de l'Amérique Latine, le CEW vous présente un « digest » des différentes interventions portant sur le rapport entre mondes de la Beauté et Digital.

### Carlin – Tendances beauté 2017/2018

Ce « bureau d'anticipation créative » évoque 4 tendances : Hors-Piste, Terra, Apparat, Rhapsody, et développe les 2 premières.

- Hors piste : the bling ring. Beauté carrossée, rutilante, brillante. Couleurs de cocktail frappé avec regard polaire.
- Terra : beauté naturelle, retour au terroir. Terre nourricière > laits végétaux, graines, céréales, miel. Couleurs nouveau Nude. Beauté fertile.

### Table ronde – Une présence digitale multi-facettes

Intervenants : V.Abehsera de Balinea - S.Delteil de Youcam Makeup (Perfect Corp Europ) – F. Lapierre de Simone

- YouCam makeUp. Une appli à 150 millions d'utilisatrices en 2 ans dans le monde. Permet d'essayer à partir d'une photo tous les maquillages possibles, toutes les couleurs, et les partager avec sa communauté. Cette appli touche les Y (vont beaucoup moins dans les magasins). Ce qui est important pour les marques dans le digital, c'est l'utilisation de la data.
- Balinea. Plateforme de réservation en ligne de rdv dans les établissements beauté (instituts, coiffeurs, spas). 200 000 clientes régulières. Répond aussi à une attente des instituts qui ont une visibilité digitale réduite.

- Simone. Appli de commande de service beauté à domicile > gain de temps. Comme Balinea, a acquis une grande partie de sa clientèle grâce aux avis et recommandations des utilisatrices.

### Carlin - L'homme et la Beauté, un nouvel eldorado

#### Décryptages sociétaux

- Un nouvel équilibre vie professionnelle/vie privée. Génération Y plus sensible à la parité homme/femme. Emergence des matriarches.
- Un homme hyperconnecté et hyper visible : storytelling de soi.

Conséquences : l'homme veut affirmer son identité et assumer sa part de féminité.

Focus marché de la beauté masculine : 3 grands profils : urban lumber, spornosexuel, techno élégant.

Attentes beauté : moi en mieux

### Table ronde Beauty et Data, une big revolution ?

Intervenants : X.Chauvin Beauté Privée, A.Barbier Litvak Glossybox, MAtallah Zettafox

- Qu'est ce que la donnée ? C'est une matière brute, qu'il faut identifier, extraire, traiter puis seulement on peut l'utiliser.
- Comment les utiliser ? Pour renforcer la relation client en proposant la meilleure offre à la bonne personne, pour améliorer le produit, pour créer du trafic, pour mieux connaître le client.

### CCM Benchmark Beauté et Digital, le point de vue des clientes

- 58% des femmes ont déjà acheté des cosmétiques sur le web.
- 43% suivent au moins une marque beauté sur les réseaux sociaux, et 20% une blogueuse beauté.
- Expérience d'achat web : les critères les mieux notés sont la facilité de navigation, de commande, et trouver le produit.
- 80% des femmes font attention à la composition du produit.

### Table ronde Le magasin se refait une beauté

Intervenants : N. Alahyane Rogeon, Avocat, D. Beer Gabel, KLépierre, C. Grange, Make up for ever, P. Mangeol, Sentinelo

- Présentation de l'opération « les Reines du Shopping, réalisée avec Marionnaud dans les centres commerciaux Klépierre.
- Sentinelo : accompagne les entreprises du retail à se digitaliser, et à identifier les « quick win avec ROI élevé ».
- Avocat : Loi Cnil 1978 : celui qui collecte les données est responsable du traitement et doit remplir certaines obligations (loyal et licite, finalité, en lien avec activité, pas excessive, confidentialité et sécurité).

### Carlin Agence 79C Comment allier réseaux sociaux et story telling ?

- Story telling : la plus ancienne forme de communication connue. L'histoire fédère le groupe, recrée un lien émotionnel, donne du sens.
- Défiance envers les marques : étude Havas : 79 % des consommateurs ne seraient pas affectés si des marques disparaissaient.
- Permet d'émerger au milieu du flux : il y a 43,9 contacts media et multi media par jour et par personne !
- Comment raconter ? Choisir le bon écosystème, adopter une approche cross media des réseaux sociaux, utiliser le visuel-photos et vidéos, raconter l'histoire produit via des influenceurs, en live stream, une histoire inspirante, alimenter avec du User Generative Content.
- Ex de You Tube : 33 millions de web spectateurs par mois, audience égale à la TNT !

### Panorama des Youtubeuses Beauté

JM Druesne, Octoly : intermédiaire entre marques et blogueuses.

32 000 chaines beauté You Tube aux USA, 27 000 en France.

Depuis janvier 2016 en France, 14 000 vidéos générées et 900 millions de vues ! 2 sortes : vidéo très centrée produit et vidéo vlog (on rentre dans son intimité).

### La e-beauté, facteur de croissance dans un environnement instable

F. Lefret Confédération Nationale de l'Esthétique et de la Parfumerie

Filière beauté-bien être en France : 3,4 milliards € CA, 2<sup>ème</sup> place à l'exportation (après aéronautique).

Environnement juridique très instable. La France a encore durci le règlement de cosméto-vigilance de l'Union Européenne de juillet 2013, au nom du principe de précaution. Ainsi, l'utilisation de la cosmétique instrumentale peut tomber sous la réglementation de la santé, et plus de l'esthétique : procès avec la plateforme Groupon, condamnée pour exercice illégal de la médecine car ceux qui diffusent le message sont complices ! Les termes massage et diagnostic sont interdits ... On arrive à la dictature du consommateur : en projet un Tripadvisor de la beauté.

### Les produits de beauté bios et naturels

D.Thévenin - Melvita, ML Serrier Deglaire-Sanoflore, F. Kessler-Weleda

Les 3 marques nous ont présenté un panorama de la cosmétique bio.

Selon Weleda, il y a eu 3 vagues : les militantes pour sauver la planète, puis les consommatrices venues après les alertes médiatiques, et enfin le glam green (bio oui, mais avec efficacité et plaisir).

Ce sont des consommatrices très exigeantes et informées, elles veulent connaître la comparaison vs les molécules de synthèse en termes d'efficacité.

Odile Polette-Compain

6 juillet 2016