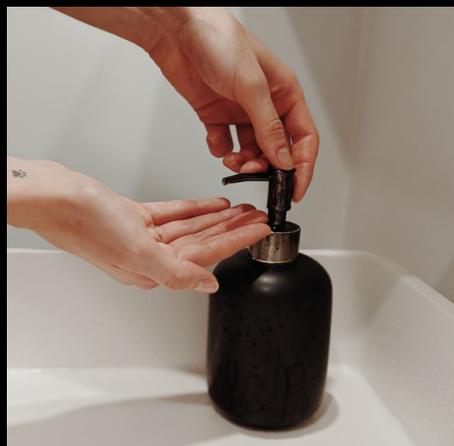




COVID-19: CRISE, TENDANCES ET SOLUTIONS



DATABOOK 2022

COVID-19 : CRISE, TENDANCES ET SOLUTIONS	p. 0
LE DATABOOK 2021	p. 0
TENDANCES ET ATTENTES DES CONSOMMATEURS	p. 4
Post-Covid : les défis de la filière cosmétique	p. 5
Les enjeux du déconfinement pour l'industrie cosmétique vus par Christophe Masson, DG de la Cosmetic Valley	p. 7
La Cosmetic Valley se projette dans l'après-Covid-19	p. 11
Qui sera le consommateur de 2030 ?	p. 12
Qui sont les nouveaux consommateurs de cosmétiques ?	p. 14
Comment les Français réagissent-ils à la crise sanitaire ?	p. 16
Covid-19 : comment avez-vous vécu la crise ?	p. 18
Après-Covid-19 : les perspectives du secteur cosmétique selon Euromonitor	p. 22
Covid-19 : comment les utilisateurs de beauté ont-ils évolué ?	p. 24
Qui sont les consommateurs beauté post-Covid 19 ?	p. 26
Cosmotrends : les tendances pendant et après Covid-19	p. 28
Prospectives et tendances post-Covid : l'analyse de Peclers	p. 33
Les nouvelles naturalités cosmétiques d'après-Covid	p. 35
L'humain et l'environnement : les valeurs exacerbées par le Covid-19	p. 38
De la clean beauty à la safe beauty	p. 40
L'hygiène de demain selon L'Oréal	p. 42
Déconfinement : tous chez le coiffeur !	p. 44
Covid-19 : comment l'industrie cosmétique chinoise va sortir de la crise	p. 45
Japon : Le marché cosmétique relativement épargné par le coronavirus	p. 47
Covid-19 : état des lieux du marché cosmétique sud-coréen	p. 49
Le rouge à lèvres à l'heure du coronavirus	p. 51
Post Covid-19 : les Français et l'environnement	p. 53
Les consommateurs face au coronavirus	p. 55
Covid-19 et industrie cosmétique : l'analyse de Veeva	p. 60
Post-Covid : comment se porte le marché du bio ?	p. 63
L'impact de la crise sanitaire sur le secteur cosmétique analysé par la FEBEA	p. 64
Post Covid 19 : à la recherche de la confiance perdue	p. 66
Les consommateurs et le Covid : l'analyse de l'IFOP	p. 68
Comment le Covid change le paysage de la distribution cosmétique	p. 70
Covid-19 : les consommateurs et l'hygiène du visage	p. 72
L'ère du Covid-19 : quelles sont les tendances qui vont perdurer ?	p. 74
Le Baromètre de la biodiversité à l'heure du Covid-19	p. 76
Covid-19 : l'effet du confinement sur les consommateurs	p. 78
Covid-19 et écoresponsabilité	p. 79
Consommateurs et Covid-19 : vers plus de valeurs et d'engagement	p. 81
Covid-19 : les tendances beauté en Asie	p. 82
Le phénomène "maskné" en Corée du Sud	p. 84
Tendances cosmétiques 2021: que prévoit Mintel ?	p. 87
Les prévisions d'Euromonitor pour 2021	p. 89
Bienvenue dans l'ère de l'hygiène	p. 91
Eczéma et coronavirus	p. 92
Marché cosmétique 2020 : Kantar World Panel dresse son bilan	p. 94

Performances du prestige en 2020 : l'heure est au bilan	p. 96
Packaging : les nouvelles attentes des consommateurs	p. 97
Les effets du Covid-19 sur les consommateurs	p. 100
Les cinq tendances beauté selon Cosmetics Inspiration & Creation	p. 101
Post Covid-19 : des cosmétiques pour soigner le corps... et l'esprit	p. 103
Post Covid-19 : les enjeux de la filière cosmétique	p. 105
AGIR ET RELANCER SON ACTIVITÉ	p. 107
La solidarité cosmétique à l'heure du coronavirus	p. 108
Covid-19 : l'heure de se préparer à la reprise	p. 110
Réouverture des salons et points de vente cosmétiques : les lignes directrices de la FEBEA	p. 112
Point sur la mise sur le marché des produits hydroalcooliques (actualisé)	p. 113
L'après-Covid : anticiper la fin des dérogations pour les produits hydroalcooliques	p. 120
Coronavirus : les conseils de la Commission européenne pour accélérer la production des protections essentielles	p. 125
Le coronavirus peut-il être transmis par les cosmétiques ?	p. 127
Distribution post Covid-19 : le grand chamboule-tout ?	p. 128
Comment réenchanter les magasins ?	p. 130
Tests de cosmétiques en magasins : nouvelles règles, nouveaux gestes	p. 132
Post-Covid : le digital au secours des marques cosmétiques	p. 135
L'Après-Covid : comment communiquer et fidéliser sa clientèle	p. 137
Après-Covid-19 : les événements cosmétiques resteront-ils digitaux ?	p. 139
Comment le Covid-19 redéfinit les contours des relations presse	p. 141
Covid-19 : Produits d'hygiène et DIY, produits stars pour Aroma-Zone	p. 143
Quand le coronavirus contrarie les jeunes marques	p. 145
Communication à l'heure du Covid : l'exemple de L'Occitane	p. 147
Les BPF en temps de Covid-19 : recommandations de la FDA	p. 149
Enquête Cosmed : la filière cosmétique face au Covid-19	p. 152
Covid-19 : plan de relance et aides à l'export	p. 153
30 propositions de la Cosmetic Valley pour une relance durable de la filière	p. 156
Covid-19 et distribution	p. 162
Sereni-Clean : le nouveau must pour les parfums en temps de Covid-19	p. 164
Covid-19 : comment faire du marketing d'influence ?	p. 165
Gels hydroalcooliques : ce qu'il faut vraiment savoir !	p. 167
Covid-19 : quels impacts à l'international ?	p. 171
Le e-commerce en temps de Covid-19	p. 175
L'objectivation des allégations liées au maskné et aux imperfections dues à l'acné	p. 176

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2022
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

115 €
ISBN : 979-10-92544-68-8



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com