



LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ EN FRANCE

Une étude **Joko**, basée sur l'analyse des transactions bancaires de 700 000 personnes

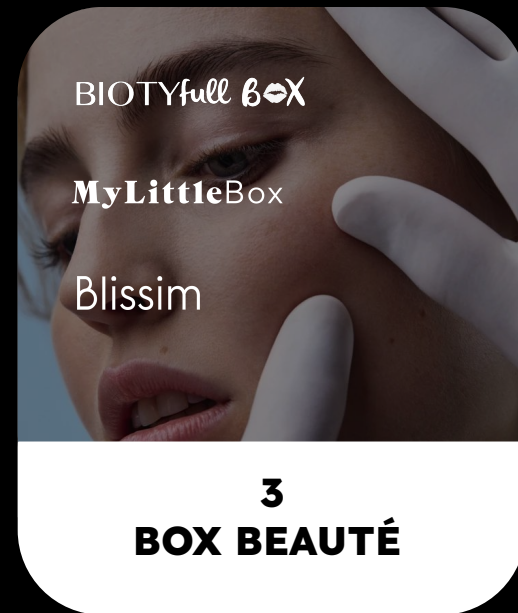
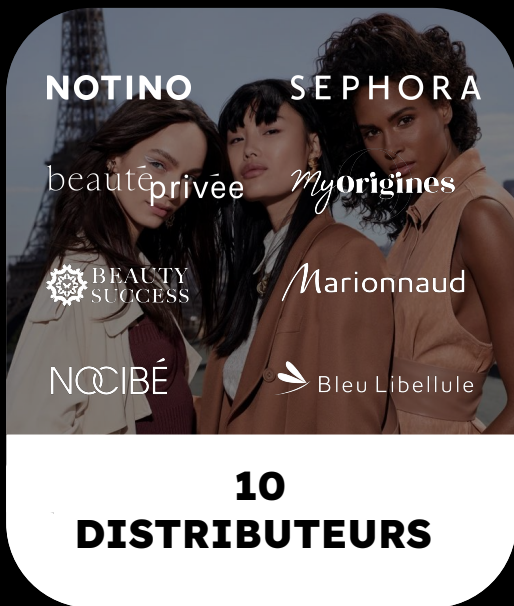
Les enseignes où les Français dépensent le plus

Zoom sur les acteurs de la beauté engagée

Les enseignes à la plus forte croissance en 2023

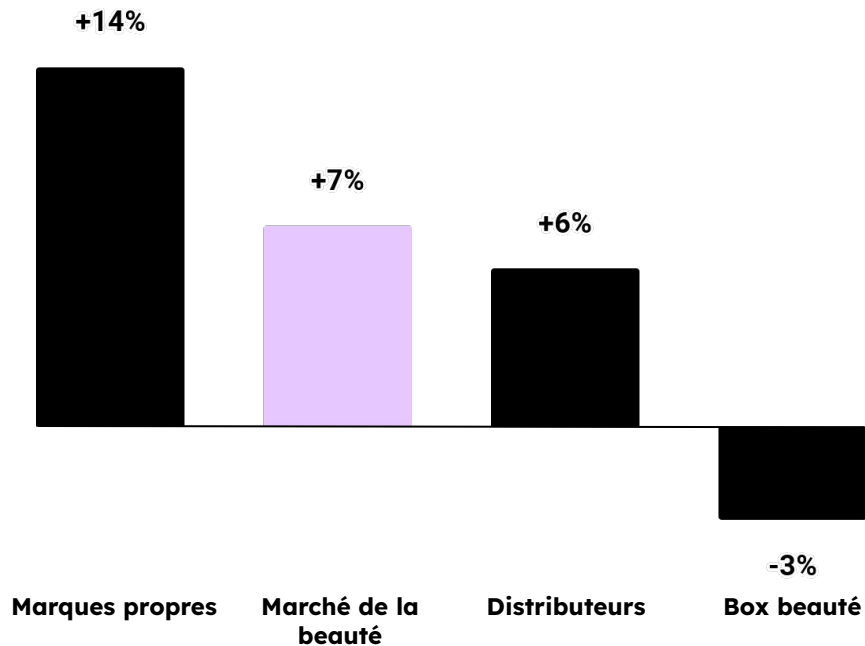
Focus Aroma Zone : l'étoile montante de la beauté engagée

21 ENSEIGNES ANALYSÉES, DANS 3 BRANCHES DE LA BEAUTÉ



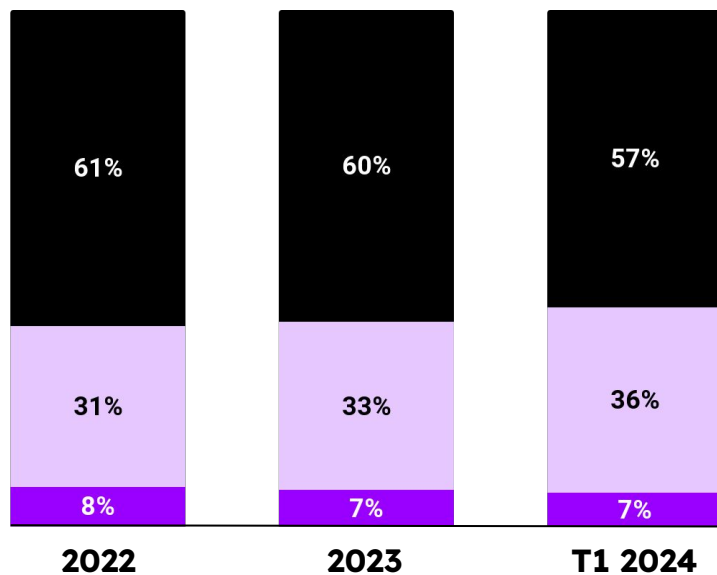
**LE MARCHÉ DE LA
BEAUTÉ EST EN
CROISSANCE EN 2023,
PORTÉ PAR LES
MARQUES PROPRES**

Évolution des ventes en valeur entre 2022 et 2023



LES DISTRIBUTEURS DOMINENT LE MARCHÉ, MAIS PERDENT DU TERRAIN FACE AUX MARQUES PROPRES



Évolution des parts de marché en valeur



- Distributeurs
- Marques propres
- Box beauté

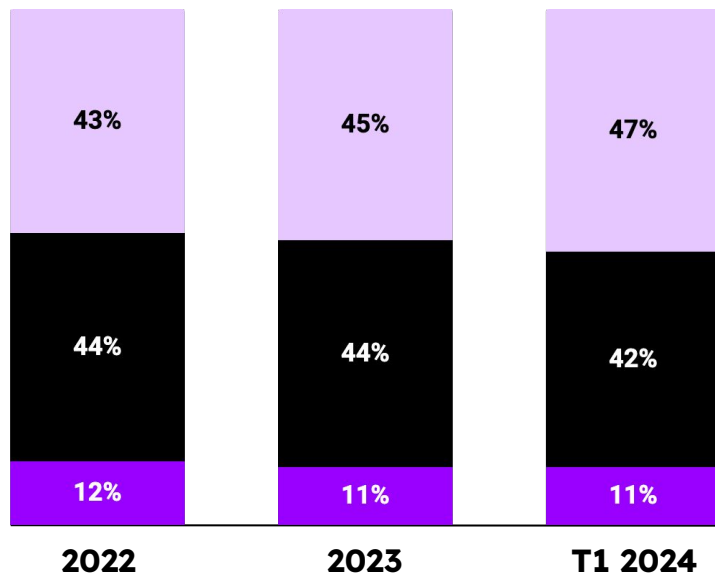
+5 points de parts de marché pour les marques propres entre 2022 et le premier trimestre 2024

LE PANIER MOYEN DES DISTRIBUTEURS EST PRÈS DE 2 FOIS PLUS ÉLEVÉ QUE CELUI DES MARQUES PROPRES

En 2023	Panier moyen	Fréquence d'achat
 Distributeurs	52€ / achat	2,9 / an
 Marques propres	28€ / achat	3,1 / an

EN VOLUME, LES MARQUES PROPRES ONT DEVANCÉ LES DISTRIBUTEURS DEPUIS 2023

Évolution des parts de marché en volume



● Marques propres

● Distributeurs

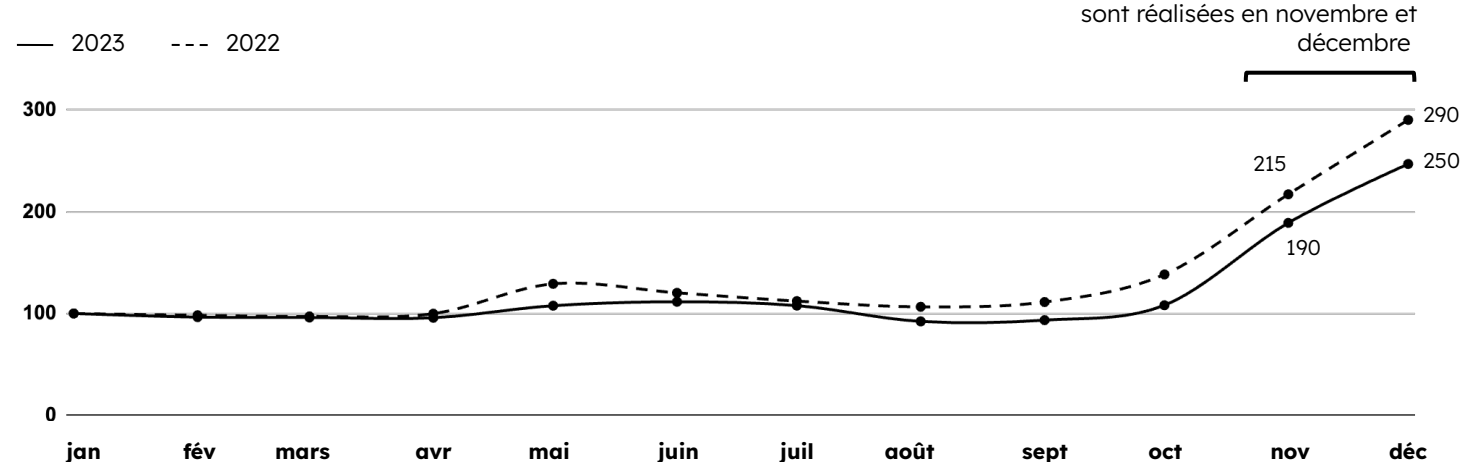
● Box beauté

+4 points de parts de marché en volume pour les marques propres entre 2022 et le premier trimestre 2024

LES VENTES DES ENSEIGNES BEAUTÉ SE CONCENTRENT AUTOUR DES DEUX DERNIERS MOIS DE L'ANNÉE






Évolution mensuelle des ventes en valeur en 2023

(en base 100)



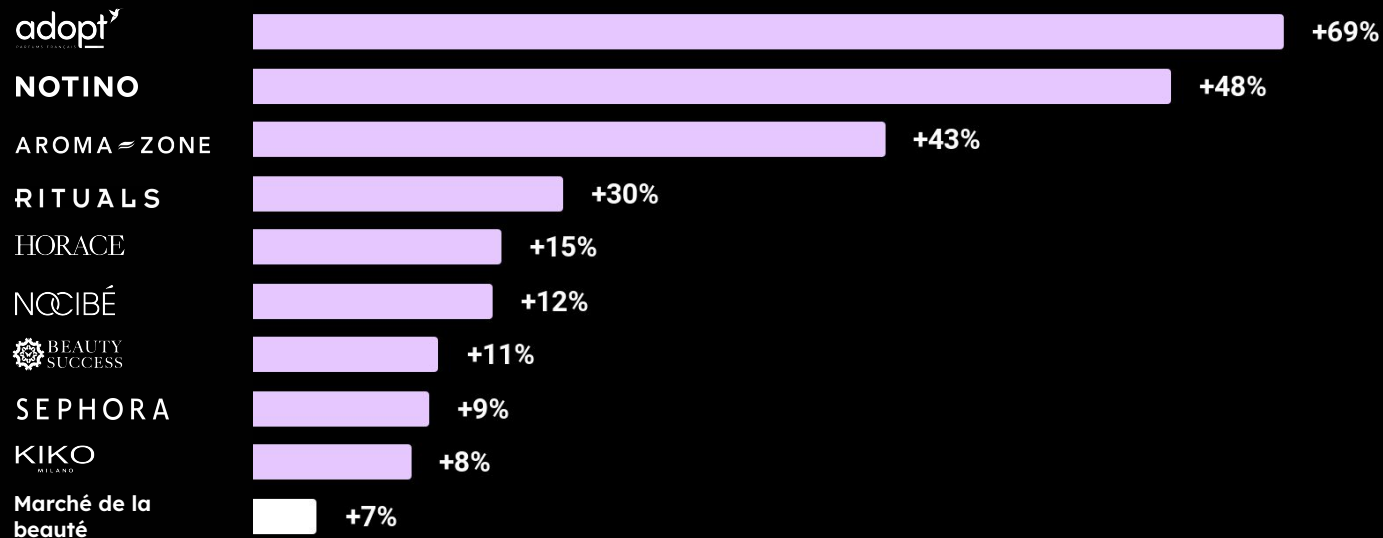
Interprétation : en 2023, les ventes de décembre ont été 2,5 fois plus élevées que celles de janvier.

TOP 10 DES ENSEIGNES BEAUTÉ OÙ LES FRANÇAIS DÉPENSENT LE PLUS : UN TOP 3 INCHANGÉ DEPUIS 2022

	2022	2023	Q1 2024
#1	SEPHORA	SEPHORA	SEPHORA
#2	NOCIBÉ	NOCIBÉ	NOCIBÉ
#3	 YVES ROCHER	 YVES ROCHER	 YVES ROCHER
#4	Marionnaud	Marionnaud	RITUALS ▲
#5	RITUALS	RITUALS	Marionnaud ▼
#6	Blissim	KIKO MILANO ▲	AROMA = ZONE ▲
#7	KIKO MILANO	Blissim ▼	KIKO MILANO ▼
#8	AROMA = ZONE	AROMA = ZONE	Blissim
#9	beautéprivée	adopt' ▲	adopt' ▼
#10	 Bleu Libellule	 BEAUTY SUCCESS ▲	beautéprivée ▲

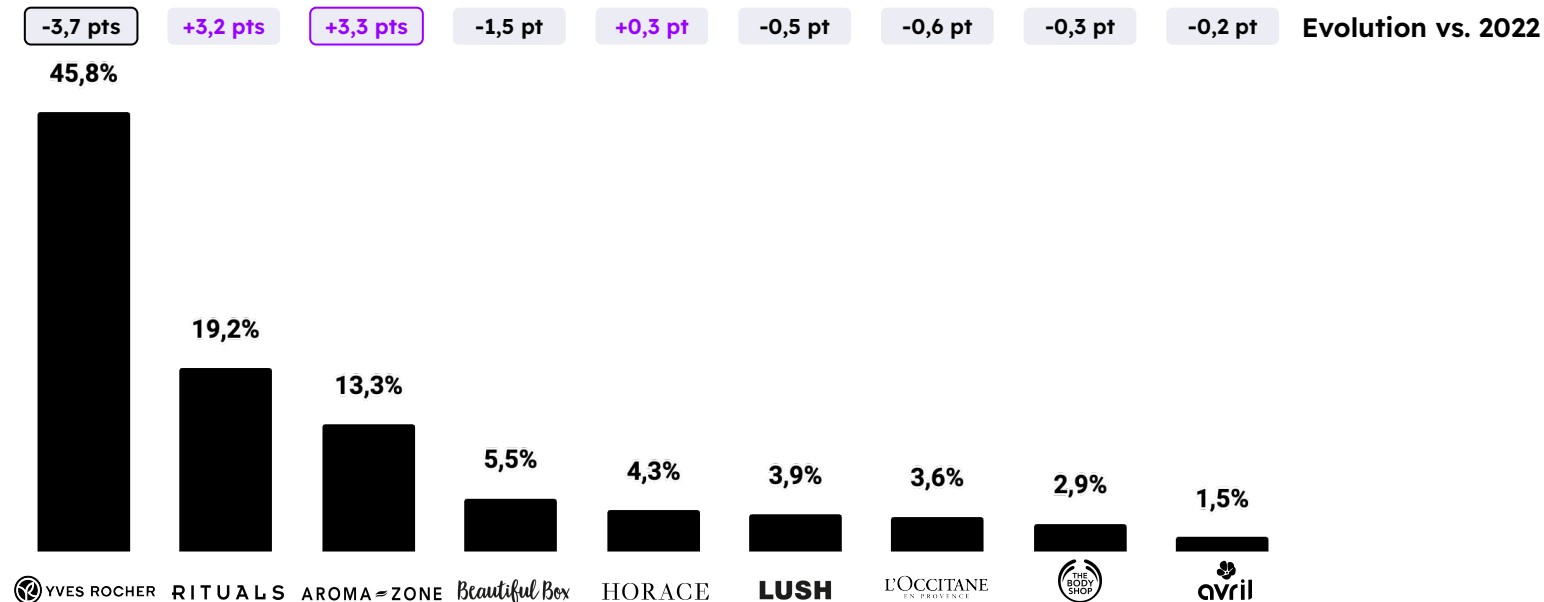
9 ENSEIGNES ONT EU UNE CROISSANCE SUPÉRIEURE À CELLE DU MARCHÉ EN 2023

Évolution des ventes en valeur en 2023, par rapport à 2022



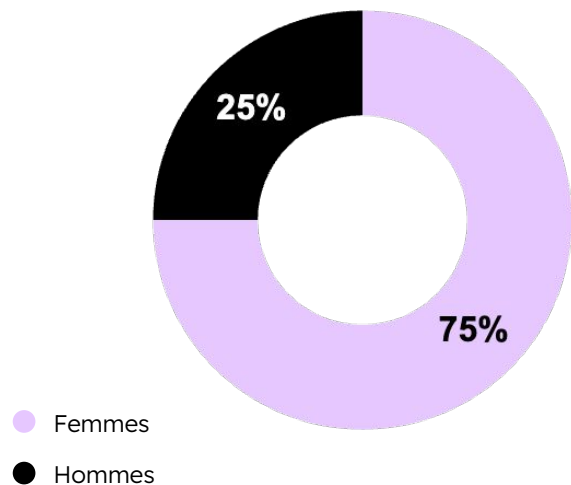
LA BEAUTÉ ENGAGÉE : AROMA ZONE EST L'ENSEIGNE QUI GAGNE LE PLUS DE PARTS DE MARCHÉ EN 2023

Parts de marché en valeur des enseignes engagées en 2023

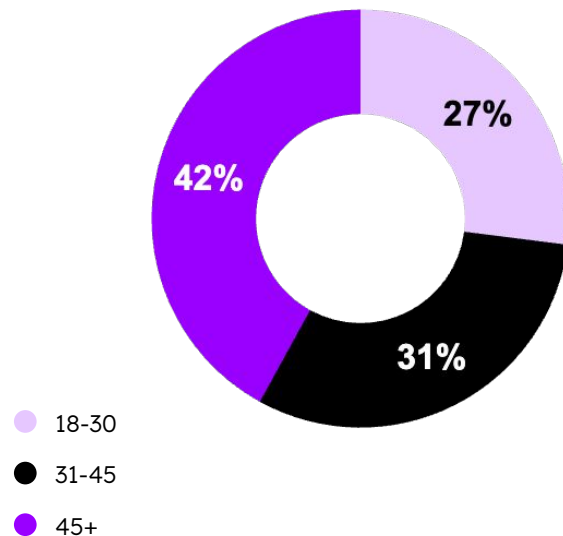


FOCUS AROMA ZONE : UNE CLIENTÈLE COMPOSÉE MAJORITAIREMENT DE FEMMES ET DE 45+

Répartition de la clientèle par genre



Répartition de la clientèle par âge



FOCUS AROMA ZONE : SA CLIENTÈLE MASCULINE DÉPENSE D'AVANTAGE QUE SA CLIENTÈLE FÉMININE

Fréquence moyenne d'achat et montants dépensés en 2023



Hommes

3,1

**...achat(s) en
2023 pour un
total annuel
de...**

90€



Femmes

1,2

35€

FOCUS AROMA ZONE : SA BASE CLIENTS A AUGMENTÉ DE 42% EN 2023

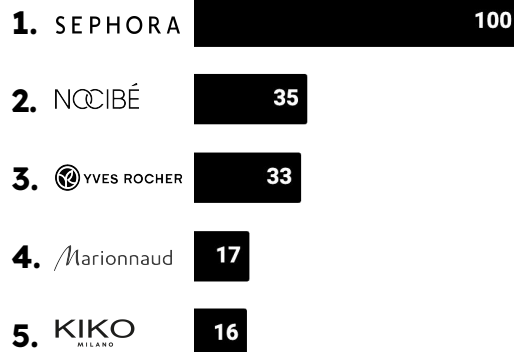


+42%
d'augmentation de la
base clients en 2023, par
rapport à 2022

Top 5 enseignes beauté où les clients acquis par Aroma Zone en 2023 dépensent le plus

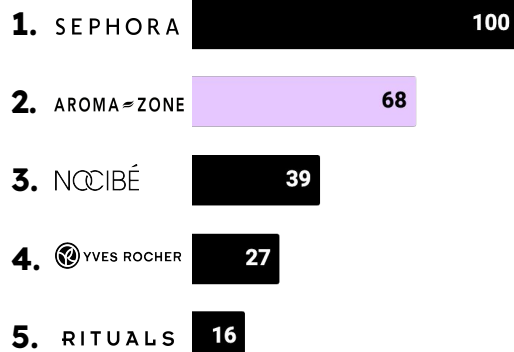
Classement 2022

En base 100



Classement 2023

En base 100



Interprétation : En 2023, Aroma Zone devient la 2ème enseigne beauté où ses nouveaux clients dépensent le plus, et ils y dépensent près de 70% du montant total alloué à Sephora.

THANK
YOU



JOKO

Nous contacter : partnerships@joko.com