

AVRIL 2009

Table des matières - Version intégrale

1. INTRODUCTION

Naturel, Bio et positionnements frontières	2
Le marché des cosmétiques en pharmacie	5
Contexte et objectifs de l'enquête	7

2. METHODOLOGIE

Organisation de l'enquête	9
Méthode des quotas	9
Echantillon	10
Contrôle statistique	11

3. SYNTHÈSE DES RESULTATS

3.1. Implantation des acteurs

Typologie des répondants	13
Recensement des marques	15
Pharmacies mono et multimarques	19
Les motivations des officinaux	21

3.2. Perception des équipes officinales

Bio ou naturel, quelle différence ?	26
Les labels – Les prix	27
Bio versus cosmétique traditionnelle	30

3.3. Mesure de la satisfaction

L'écoulement des produits	33
Le niveau de service	38

3.4. Les attentes des officinaux

Fidélité au circuit de la pharmacie ?	40
Information et formation	41
Crédibilité et preuves	45

4. POTENTIEL DE CROISSANCE ET PROJECTIONS 2009-2011

46

5. PISTES DE REFLEXION

53

6. FICHES D'IDENTITE DES MARQUES

56

7. TABLEAUX DE SYNTHÈSE

79