

AVRIL 2009

Table des matières - Version réduite

1. INTRODUCTION

Naturel, Bio et positionnements frontières	2
Le marché des cosmétiques en pharmacie	4
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 officielles

Bio ou naturel, quelle différence ?	25
Les labels – Les prix	26
Bio versus cosmétique traditionnelle	28

3.3. Mesure de la satisfaction

L'écoulement des produits	30
Le niveau de service	34

3.4. Les attentes des officinaux

Fidélité au circuit de la pharmacie ?	37
Information et formation	38
Crédibilité et preuves	41