

## ÉTUDE EXCLUSIVE SUR LES INDIE BRANDS

### LA FEBEA EXPLORE LE DÉVELOPPEMENT DES JEUNES MARQUES CHAMPIONNES DE L'INNOVATION COSMÉTIQUE À LA FRANÇAISE

*Les Indie Brands, ou marques de cosmétique indépendantes, ont connu un fort développement ces dernières années en France mais leurs spécificités sont parfois mal connues. Pour mieux comprendre, valoriser et accompagner ces jeunes marques, la FEBEA a mené la première étude scientifique qui leur est consacrée. Dynamiques, inventives et très tôt tournées vers l'export, les Indie Brands n'en demeurent pas moins exposées à divers enjeux : émergence, développement et pérennisation. La FEBEA s'engage à leurs côtés pour soutenir ces acteurs essentiels, porteurs de dynamisme entrepreneurial et d'innovation pour tout le secteur cosmétique.*

Contraction de « independent » et de « brand » (marque), l'Indie Brand se définit comme **une alternative aux grands groupes et marques historiques**. A la suite de la croissance exponentielle du phénomène des Indies de ces dernières années, la FEBEA a lancé **la première étude de référence** sur le sujet, menée **sous la direction d'Anne-Laure Boncori, docteur en sciences sociales et de gestion**, professeure associée à l'Insec Grande Ecole. Au total, près de **200 fondateur.rices et dirigeant.e.s d'Indie Brands ont été interrogés**, à travers 34 entretiens qualitatifs et une enquête quantitative auprès de 158 marques grâce au soutien de CosmétiqueMag.

L'étude a révélé les principaux enseignements suivants :

#### LES INDIE BRANDS : UNE IDENTITÉ ET DES VALEURS FORTES, INCARNÉES PAR LEUR FONDATEUR / FONDATRICE

Si les dernières années ont vu globalement le nombre d'Indie Brands progresser, la **période Covid (2020-2021)** s'est avérée particulièrement féconde avec **36%** des marques citées dans l'étude qui ont alors vu le jour. Conséquence de cette jeunesse, **70%** de ces entreprises comptent **moins de 9 salariés** et réalisent **moins d'1M€ de chiffre d'affaires**. Les fondateurs/fondatrices détiennent majoritairement le capital de leur entreprise et ont en commun la volonté de développer une structure agile, à taille humaine, inspirée par la créativité et des valeurs centrales.

Ces marques proposent un **nombre mesuré de références produits**, principalement positionnés premium ou milieu de gamme, et mettant en avant le « **Made in France** », leur naturalité, l'expertise scientifique, et l'éco-responsabilité de leur démarche.



*French touch oblige, nous avons vu naître en France depuis une quinzaine d'années des marques indépendantes de la beauté qui ont été dès le début omnicanales, contrairement au modèle américain des DNVB, commente **Anne-Laure Boncori**. Elles ont fait de leur créativité, de leur engagement et de l'excellence française leurs marques de fabrique. Leur entrée sur la scène cosmétique française s'explique par la conjonction de six facteurs : l'avènement des réseaux sociaux croisé à celui des plateformes de financement participatif et de commerce électronique, l'ouverture de la filière à la production en petites séries, l'introduction des box beauté et l'essor des boutiques en ligne multimarques et des applications de ventes privées*



#### DES MARQUES INTERNATIONALES ET OMNICALES

En matière de distribution, **57%** de ces marques ont choisi un **modèle omnicanal**, alliant web et points de vente physiques, notamment les pharmacies. Elles constituent en cela une **exception sectorielle française**, puisque la majorité des Digital Native Vertical Brands (DNVB) américaines a opté pour une distribution 100% digitale. Autre point fort des Indie Brands : elles réalisent **40%** de leur chiffre d'affaires à l'**export**... preuve

# 40%

**des ventes des Indies sont réalisées à l'exportation.**  $\frac{2}{3}$  de ces marques déclarent être présentes à l'export.

que le Made in France constitue un argument de poids ! Cette implantation en France facilite non seulement leur rayonnement à l'international mais aussi leur développement, en bénéficiant du terreau propice de l'écosystème cosmétique, en particulier : d'une **filière industrielle française d'excellence**, soutenue par un **savoir-faire historique**, et de **faibles barrières à l'entrée**.



*Pour la première fois, une étude socio-économique permet de mettre en lumière le rôle-clé des Indie Brands au sein du secteur cosmétique français, affirme **Emmanuel Guichard, Délégué Général de la FEBEA**. À la fois innovantes et attachées aux valeurs et à un savoir-faire reconnu, elles contribuent à façonner et à diffuser le modèle du « Made in France », attractif pour les consommateurs et porteur pour l'économie française.*



## UN FORT BESOIN DE SOUTIEN DURANT LEURS CINQ PREMIÈRES ANNÉES D'EXISTENCE

Malgré leur dynamisme, ces marques révèlent en même temps une certaine fragilité : selon les répondants, **5 à 7 ans s'avèrent nécessaires** pour atteindre une taille critique, estimée à 5 M€ de chiffre d'affaires. Pour se hisser à ce niveau, les Indies brands doivent affronter **de nombreux défis durant les premières années** de leur existence : naviguer dans un environnement ultra-compétitif, accéder aux financements, définir une politique de prix rentable et pérenne, élargir leurs canaux de distribution, en France comme à l'international.

En tant que représentante des entreprises cosmétiques, la FEBEA s'engage aujourd'hui résolument aux côtés de ces jeunes pousses françaises de la beauté et entend contribuer à la poursuite de leur développement, en mobilisant l'écosystème et en favorisant une meilleure reconnaissance de ces marques par les pouvoirs publics.



*Cet engagement de la FEBEA auprès des Indie Brands bénéficie à l'ensemble du secteur, souligne **Emmanuel Guichard** : soutenir ces marques permet en effet de faire rayonner dans le monde entier le dynamisme et la capacité d'innovation de la cosmétique française.*



L'ÉTUDE COMPLÈTE À TÉLÉCHARGER ICI

### À PROPOS DE LA FEBEA

La FEBEA – Fédération des Entreprises de la Beauté, est le syndicat professionnel des entreprises du secteur cosmétique (parfumerie, maquillage, produits de soin, d'hygiène, de toilette ou capillaires). Elle rassemble près de 350 entreprises françaises de la beauté et du bien-être, dont 82% de TPE et PME réparties sur l'ensemble du territoire.

### CONTACTS PRESSE

FEBEA : Audrey Peauger – responsable de la communication – [apeauger@febea.fr](mailto:apeauger@febea.fr) – 01 56 69 67 21  
THE DESK – Guillaume Bourg – [guillaume@agencethedesk.com](mailto:guillaume@agencethedesk.com) – 06 10 61 62 50