

LE SECTEUR DES COSMÉTIQUES : UNE RÉSILIENCE INÉGALE FACE À LA CRISE DU COVID-19



Etude économique

Septembre 2020

A S T E R *è* S
p r o d u c t e u r d ' i d é e s

PRÉAMBULE

Le cabinet ASTERES a été mandaté par la FEBEA pour travailler sur l'impact de la crise sanitaire et économique du Covid-19 sur le secteur des cosmétiques.

Les économistes d'ASTERES ont bénéficié d'une totale indépendance dans la conduite de cette étude. Les sources de l'ensemble des données utilisées sont disponibles dans l'étude.

Les propos tenus ici n'engagent que leurs auteurs. Le document a été rédigé par Sylvain Bersinger et Charles-Antoine Schwerer, économistes chez ASTERES.

SOMMAIRE

1 CONFINEMENT ET PREMIER SEMESTRE 2020 : LE SECTEUR DES COSMÉTIQUES EST PARTICULIÈREMENT IMPACTÉ

La consommation de cosmétiques a plongé au premier semestre
Les exportations et l'investissement dans les cosmétiques baissent moins que la moyenne nationale

2 PRÉVISION POUR FIN 2020 : LE SECTEUR DES COSMÉTIQUES DEVRAIT MIEUX RÉSISTER QUE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

La consommation de cosmétiques devrait moins souffrir que la consommation totale en 2020
Les exportations de cosmétiques devraient baisser moins que les exportations totales en 2020
La production de cosmétiques devrait mieux résister que le PIB en 2020

3 RISQUE DE FAILLITE : LES PETITES ENTREPRISES DE COSMÉTIQUES CONSTITUENT LE MAILLON FAIBLE DU SECTEUR

Le secteur des cosmétiques a abordé la crise dans une situation favorable
La crise dégrade la santé des entreprises de cosmétiques
Les TPE du secteur des cosmétiques sont particulièrement vulnérables
La distribution de cosmétiques est caractérisée par la fragilité des petites entreprises

4 ÉCONOMIE DES COSMÉTIQUES EN 2021 : LES POLITIQUES PUBLIQUES DEVRAIENT AIDER LE SECTEUR

Prévision économique : pas de retour à la normale pour les cosmétiques avant 2022

Consommation : un soutien atténue la crise du secteur des cosmétiques
Entreprises : la hausse des fonds propres et la baisse des impôts de production soutiennent les cosmétiques
Relocalisations : attention aux mesures de rétorsion envers les cosmétiques françaises

SYNTHÈSE

Le secteur des cosmétiques a fortement souffert au premier semestre, avec une contraction des ventes d'environ 10 % selon les estimations d'Asterès, soit une baisse sensiblement similaire à la celle de la consommation moyenne des ménages. La situation est très différente selon les marchés : les produits d'hygiène ont connu un bond de leur chiffre d'affaires d'environ 50 %, alors que les produits de beauté se sont contractés de 25 %. Les ventes de cosmétiques se sont effondrées de 37 % pendant le confinement d'après l'estimation d'Asterès, soit légèrement plus que la consommation moyenne, estimée par l'Insee à - 32 % au 7 mai. Ce plongeon, d'une ampleur exceptionnelle, aurait pu être pire sans les mesures de soutien prises par le gouvernement, comme le chômage partiel. Asterès estime que, sur les six premiers mois de l'année, les exportations de cosmétiques comme les investissements se sont contractées légèrement moins que la moyenne nationale. La baisse a été respectivement de 14 % et de 12 % pour les cosmétiques, alors qu'elle a été de 18 % et 16 % en moyenne nationale.

Sur l'ensemble de l'année 2020, le secteur des cosmétiques devrait moins souffrir que l'économie française. Le chiffre d'affaires du secteur en France serait en baisse de 5 %, contre 7 % pour la consommation totale des ménages selon les estimations d'Asterès. La hausse annuelle sera de 30 % pour les produits d'hygiène alors que les produits de beauté enregistreront une baisse de 17 %. Les instituts et salons ainsi que la distribution sélective, particulièrement impactés par la fermeture pendant le confinement, verront leurs ventes annuelles se replier de respectivement 25 % et 23 %. Les ventes en grandes surfaces et parapharmacies, bénéficiant pleinement de la hausse des produits d'hygiène, seront en hausse de 2 %. Les ventes en ligne exploseront quant à elles de 38 %, mais leur poids est trop faible pour impacter l'ensemble du secteur. Les exportations de cosmétiques baisseront de - 9 % selon Asterès, soit moins que les exportations totales françaises (- 17 %), traduisant la résilience habituelle du secteur. L'ensemble du continent américain, particulièrement touché par l'épidémie, enregistrera la plus forte chute (- 10 %), alors que la Chine sera le seul grand marché en croissance (+ 3 %). La production française de cosmétiques, en baisse de 7 %, résistera elle aussi mieux que le PIB français, qui se contractera de 11 % d'après Asterès. Ce retournement du marché des cosmétiques marque une rupture nette après des années de croissance soutenue.

Le secteur des cosmétiques, solide si on le considère dans sa totalité, se caractérise néanmoins par la fragilité des plus petites entreprises. Plusieurs éléments attestent de la bonne santé globale des entreprises de cosmétiques. Sur la décennie écoulée, le secteur s'est développé à un rythme pratiquement deux fois plus élevé que l'ensemble de l'économie française. Les entreprises de cosmétiques, souvent familiales et adoptant une vision de long terme, investissent particulièrement dans la recherche et le développement. La bonne santé du secteur se retrouve dans les ratios financiers de ses entreprises, qui sont plus favorables que les moyennes nationales. Si la crise du Covid-19 a porté un coup rude au secteur, le choc ne lui est pas spécifique et il est probable que le nombre de faillites d'entreprises de cosmétiques augmente moins que le nombre de faillites moyen. Cela est dû à la relative résistance des ventes de cosmétiques et à une situation structurellement meilleure des entreprises de ce secteur. Cependant, en dépit de la solidité globale du secteur, les petites entreprises industrielles de cosmétiques sont dans une situation délicate. Elles ont subi une chute de 54 % de leur chiffre d'affaires au printemps, contre une baisse moyenne d'environ 35 % pour les entreprises de plus grande taille. De plus, leurs ratios financiers sont structurellement plus dégradés que les grandes entreprises et que les petites

entreprises d'autres secteurs. Dans le secteur de la distribution de cosmétiques, les plus petites entreprises sont également les plus vulnérables.

La reprise dans le secteur des cosmétiques devrait bénéficier des décisions de politique économique. Sur le marché national, le retour à la situation d'avant-crise devrait se produire en 2022. À l'international, le rebond pourrait être plus lent du fait de la virulence de l'épidémie dans certaines régions (États-Unis, Inde, Brésil notamment) et le niveau de chiffre d'affaires de 2019 pourrait n'être réalisé qu'en 2023. Ces prévisions sont difficiles, car elles dépendent étroitement de l'évolution de l'épidémie, elle-même difficile à évaluer. Plusieurs politiques publiques peuvent influencer le secteur, de façon positive ou négative. Premièrement, un soutien à la consommation facilitera le rebond des ventes de cosmétiques. L'impact de ce soutien sera d'autant plus fort qu'il cible, dans une certaine mesure, les ménages les plus modestes, qui sont ceux qui épargnent le moins et qui dépensent le plus pour « se faire plaisir ». Deuxièmement, l'octroi de prêts à long terme dits « prêts participatifs » et l'incitation aux investissements en fonds propres aidera les entreprises en limitant leur endettement. Une baisse des impôts de production, actée par le Plan de relance, sera une aide appréciable pour l'industrie des cosmétiques, en concurrence directe avec des pays où ces impôts sont moins élevés. Enfin, des politiques ambitieuses en termes de relocalisations ou de préférence nationale pourraient faire du tort à l'industrie des cosmétiques, dont la production est déjà largement nationale. En effet, de telles politiques feraient peser le risque de mesures de rétorsion qui pourraient cibler les cosmétiques, alors même que le secteur est déjà visé par Donald Trump en représailles à la « taxe GAFA ». Miser sur la modularité de la production semble donc préférable à une politique ouvertement protectionniste. La fabrication rapide de gel hydroalcoolique par les entreprises de cosmétiques est un exemple de l'intérêt de la modularité de l'outil de production en période de crise.

CONFINEMENT ET PREMIER
SEMESTRE 2020 : LE SECTEUR
DES COSMÉTIQUES EST
PARTICULIÈREMENT IMPACTÉ



La consommation de cosmétiques s'est contractée de 37 % pendant le confinement d'après l'estimation d'Asterès, soit plus que la consommation totale. En revanche, sur l'ensemble du premier semestre, la baisse de consommation est limitée à 10 % sur le marché des cosmétiques, une contraction similaire à celle de la consommation totale des ménages. Il convient de distinguer le bond de 50 % de la consommation de produits d'hygiène au premier semestre, alors que les produits de beauté ont chuté de 25 %. Les ventes de cosmétiques avaient en effet particulièrement souffert de la fermeture des salons, instituts et magasins spécialisés pendant la période du confinement mais ont néanmoins été portées par une meilleure dynamique avant et après le confinement. Les mesures de soutien du gouvernement ont été incapables d'empêcher cette chute, puisque l'économie a été placée en « coma artificiel » pour contenir l'épidémie. Les exportations de cosmétiques, en baisse de 14 % sur les six premiers mois de l'année selon Asterès, résistent relativement mieux que l'ensemble des exportations françaises. La chute de l'investissement devrait également être moins marquée dans le secteur des cosmétiques que pour l'ensemble des entreprises au premier semestre.

Méthodologie

La baisse de la consommation de cosmétiques pendant le confinement a été estimée à partir de plusieurs sources. Nous avons pris en compte l'arrêt total de certains canaux de distribution (comme les salons et instituts) et estimé la variation des ventes des autres canaux de distribution (grande distribution, parapharmacies, ventes en ligne) à partir d'un sondage mené par la FEBEA, d'entretiens et de la dynamique économique globale. Cette dynamique économique globale a été estimée à partir d'études de l'Insee et des chiffres de PIB du premier et second trimestre publiés par l'Insee. Pour estimer le rebond de la consommation de cosmétiques à la sortie du confinement, nous avons à la fois basé notre analyse sur la consommation globale, ainsi que sur les spécificités du secteur et sur une estimation de la situation en Chine (qui est sortie plus tôt du confinement).

Pour estimer la dynamique des exportations sur le premier semestre, nous avons principalement utilisé les résultats de sondages et entretiens auprès de dirigeants d'entreprises de cosmétiques, ainsi que les chiffres du commerce extérieur du premier trimestre.

1.1 LA CONSOMMATION DE COSMÉTIQUES A PLONGÉ AU PREMIER SEMESTRE

La consommation de cosmétiques a plongé de 10 % au premier semestre, soit une baisse similaire à celle de la consommation totale. La situation est fortement contrastée entre l'explosion des produits d'hygiène et la chute des produits de beauté. La chute de la consommation de cosmétiques s'explique notamment par la fermeture d'une partie des canaux de distribution pendant le confinement (salons, instituts et magasins spécialisés). Par rapport aux autres secteurs, l'ampleur de la baisse des ventes de cosmétiques a été globalement similaire à celle des ventes de vin. Le soutien apporté par le gouvernement (chômage partiel, aide aux ménages modestes notamment) a partiellement amorti l'impact de la crise sur la consommation des ménages.

- **La consommation intérieure de cosmétiques a chuté de 37 % pendant le confinement selon les estimations d'Asterès**, une contraction légèrement plus marquée que la consommation totale. Selon l'Insee, la chute de la consommation totale due au confinement était de 33 % le 9 avril¹ et de 31 % le 7 mai². La situation des cosmétiques est cependant très diverse : il faut en effet distinguer les produits d'hygiène et de toilette (20 % du total) dont la demande a bondi d'environ 80 % pendant le confinement, et les produits de beauté (80 % du total) qui ont vu leur demande s'effondrer d'environ 50 %³. Les ventes en ligne ont certes bondi d'environ 90 % pendant le confinement⁴, mais cette évolution ne permet pas de contrecarrer la tendance baissière globale. En effet, les centres de beauté et les boutiques de cosmétiques ont été fermés pendant cette période, et l'arrêt de la vie sociale a mécaniquement pesé sur la demande de produits de beauté. De plus, la paralysie du tourisme international a privé le marché domestique d'une clientèle étrangère représentant 20 % des ventes totales⁵.
- **Sur l'ensemble du premier semestre 2020, la baisse de la consommation de cosmétiques est limitée à -10 % selon les estimations d'Asterès.** La situation est très contrastée entre les produits d'hygiène dont la hausse de la consommation est estimée à 50 % au premier semestre, et les produits de beauté dont la contraction est estimée à -25 % par Asterès. La contraction de la consommation de cosmétiques est moins violente que la baisse de la consommation totale des ménages que l'Insee chiffre à -14% sur les six premiers mois de l'année. Pendant le confinement, les ventes de cosmétiques avaient été particulièrement impactées du fait de la fermeture des magasins de distribution sélective et monomarque, ainsi que des salons et instituts. Mais la dynamique du secteur des cosmétiques était meilleure que celle de l'économie française avant le confinement, comme c'est le cas depuis des années, et le rebond en sortie de confinement semble avoir été vigoureux. Les entretiens réalisés avec des dirigeants d'entreprises de cosmétiques confortent cette idée d'un bon début d'année (janvier et février) et d'un rebond marqué en mai et juin. Le plongeon de la consommation totale des ménages est une des principales causes de la chute du PIB, qui s'est contracté de 12 % au premier semestre.

¹ Point de conjoncture de l'Insee du 9 avril 2020

² Point de conjoncture de l'Insee du 27 mai 2020

³ D'après l'étude de McKinsey « How COVID-19 is changing the world of beauty », 5 mai 2020

⁴ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

⁵ « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019. Estimations d'Asterès pour le chiffre 2019.

- **Les ventes de cosmétiques ont baissé dans des proportions globalement similaires à celles du vin au premier semestre 2020.** La baisse de la consommation des ménages au premier semestre masque des situations très diverses. Par exemple, la consommation de produits agroalimentaires a augmenté de 4 %, du fait du confinement qui a contraint des personnes qui déjeunaient auparavant dans des cantines ou des restaurants à manger chez elles. À l'inverse, le secteur de l'hébergement-restauration a connu un effondrement de 40 % sur l'ensemble du premier semestre⁶. Les ventes de vin, un produit dont la dynamique des ventes est structurellement assez comparable à celle des cosmétiques puisque ces deux produits sont souvent liés aux interactions sociales, ont connu une chute estimée entre -40 % et -50 %⁷ pendant le confinement, soit une ampleur similaire à celle des cosmétiques de beauté.
- **Les mesures de soutien massives du gouvernement n'ont pas permis d'éviter la chute de la consommation de cosmétiques.** Face à la crise, le gouvernement a adopté des mesures inédites pour soutenir la consommation. Elles ont permis de limiter la baisse du revenu disponible brut des ménages à -0,1 % au premier trimestre, alors que le PIB se contractait de 5,9 % selon l'Insee. La principale mesure est le chômage partiel qui, financé par l'État pour un coût estimé 31 milliards d'euros⁸, a permis d'éviter une vague de licenciements et donc une chute encore plus brutale de la consommation. L'État a également soutenu la consommation par le biais de l'aide aux ménages modestes. 4,1 millions de foyers les plus dans le besoin ont reçu 150 € (plus 100 € par enfant à charge) pour un coût total de 900 millions d'euros pour les finances publiques⁹. Ces mesures ne se sont pas traduites par une stabilisation de la consommation, mais par un doublement du taux d'épargne. Selon les calculs d'Asterès, l'épargne des ménages a bondi de 61 milliards d'euros pendant les deux mois de confinement. Cela n'est pas surprenant, car, de nombreux magasins étant fermés, comme les salons de beauté, de coiffure et les magasins de produits de beauté, les ménages ne pouvaient simplement pas consommer certains biens ou services. Selon le prix Nobel d'économie Paul Krugman, l'économie a été plongée dans une sorte de coma artificiel le temps de contenir l'épidémie¹⁰. C'est ce « coma » qui explique l'effondrement de la consommation, contre lequel les mesures de politique économique manquent d'efficacité.

⁶ Insee

⁷ IRI, Nielsen et Comité national des interprofessions des vins, cités par : Le Figaro, « Le coronavirus fait chuter les ventes d'alcool, la filière viticole boit la tasse », 3 avril 2020

⁸ Sénat, Projet de loi de finances rectificative pour 2020, 31 juillet 2020.

⁹ Vie publique, « Loi du 25 avril 2020 de finances rectificative pour 2020 », 26 avril 2020.

¹⁰ Paul Krugman, « Will We Flunk Pandemic Economics? », The New York Times, 6 avril 2020. L'expression est utilisée par Paul Krugman pour désigner la situation américaine, mais un constat similaire peut être fait en France.

1.2 LES EXPORTATIONS ET L'INVESTISSEMENT DANS LES COSMÉTIQUES BAISSENT MOINS QUE LA MOYENNE NATIONALE

Les exportations de cosmétiques et l'investissement dans ce secteur ont moins chuté que la moyenne nationale. Les exportations de cosmétiques ont principalement subi une contrainte de demande, plus qu'une contrainte d'offre, ce qui n'a pas empêché une baisse de 14 % au premier semestre selon Asterès. Les exportations se sont donc plus contractées que la consommation domestique. L'investissement dans le secteur s'est également violemment contracté, mais Asterès estime que la chute a été de quatre points inférieure à celle de l'investissement moyen des entreprises françaises.

- **Les exportations de cosmétiques ont reculé de 14 % au premier semestre 2020 selon les estimations d'Asterès¹¹.** Un creux à environ -40 % a même été atteint en avril et mai. Ce plongeon s'explique notamment par une contraction brutale de la demande, l'ensemble des marchés mondiaux ayant été impactés par des mesures plus ou moins drastiques de confinement. Des contraintes d'offre ont également pu peser sur les entreprises. Le secteur des cosmétiques a été contraint par l'absentéisme du personnel (garde des enfants du fait des fermetures d'écoles par exemple), mais ne semble pas avoir été significativement impacté par des ruptures d'approvisionnement¹². La baisse des exportations totales de biens et services au premier semestre 2020 a été de -18 % selon l'Insee, soit 4 points supérieure à celle des cosmétiques. Cette relative résistance du secteur des cosmétiques peut s'expliquer par la forte demande des produits d'hygiène et par la demande structurellement dynamique pour les produits du secteur.
- **L'investissement des entreprises de cosmétiques a connu une contraction de 12 % au premier semestre selon les estimations d'Asterès.** L'investissement total des entreprises a quant à lui connu un décrochage estimé à -16 % sur les six premiers mois de l'année. La baisse moins forte dans les cosmétiques peut s'expliquer par la moindre contraction de ce secteur que celle de l'économie dans son ensemble et par sa dynamique structurellement plus favorable que celle de la croissance française. L'évolution négative de l'investissement dans son ensemble n'est pas surprenante puisqu'il est généralement la composante de l'économie qui réagit le plus brutalement aux variations conjoncturelles. En effet, l'investissement est simultanément pénalisé par la détérioration de la situation financière des entreprises et par l'assombrissement des perspectives commerciales futures. Selon Rexecode, au mois de mai, 37 % des dirigeants de PME et TPE envisageaient un report de leurs projets d'investissement, et 18 % une annulation¹³.

¹¹ Pour calculer les variations d'exportations, nous avons notamment utilisé les conclusions du sondage FEBEA/Asterès, juin 2020.

¹² Baromètre FEBEA, avril 2020

¹³ Rexecode, « L'impact de la crise du Covid-19 sur les PME », 13 mai 2020.

PRÉVISION POUR FIN 2020 : LE
SECTEUR DES COSMÉTIQUES
DEVRAIT MIEUX RÉSISTER QUE
L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

Sur l'ensemble de l'année, la consommation de cosmétiques est estimée en baisse de - 5 % par Asterès, une diminution moins forte que la moyenne nationale du fait de la hausse des produits d'hygiène. Les exportations de cosmétiques se contracteraient moins que les exportations totales. Elles devraient être en baisse cette année vers tous les grands marchés à l'exception de la Chine. La baisse de la consommation de cosmétiques sur l'année sera plus marquée dans les instituts, salons et magasins spécialisés qu'en grandes surfaces et parapharmacies du fait de leur fermeture pendant le confinement. Les ventes en ligne seront les seules à croître, avec un bond annuel estimé à 38% par Asterès. La production de cosmétique en France se contracterait de 7 % cette année, ce qui marquerait une rupture après des années de croissance soutenue.

Méthodologie

Estimer le rebond du marché des cosmétiques et de l'économie française dans son ensemble est un exercice délicat. En effet, la crise du Covid-19 est d'une violence et d'une ampleur inédite, tout comme les moyens mis en œuvre pour y faire face. De plus, les évolutions de l'épidémie semblent particulièrement difficiles à prévoir.

Nous avons effectué une estimation des ventes en France par canal de distribution. Nous avons utilisé le poids de chaque canal calculé par Asterès dans une précédente étude (« L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019). Nous avons ensuite décomposé l'évolution trimestrielle de façon à rendre compte plus précisément de la dynamique sur l'ensemble de l'année, plus précisément de l'impact du confinement et de l'ampleur du rebond qui a suivi. Comme cette crise est d'une nature et d'une ampleur inédite, il n'existe pas de données quantitatives historiques sur lesquelles baser les hypothèses de rebond. Nous avons donc utilisé plusieurs sources (dynamique macro-économique, spécificité de chaque canal de distribution, entretiens avec des dirigeants d'entreprise) de façon à estimer l'ampleur de la reprise.

Pour estimer les exportations de cosmétiques par zones géographiques, nous avons obtenu le poids de chaque région à l'aide de données de douanes. L'étude McKinsey auprès de consommateurs de chaque pays, les entretiens auprès de dirigeants, l'ampleur de l'épidémie et les prévisions de croissance d'organismes internationaux (Fonds monétaire international, OCDE) et l'évolution du *travel retail* ont servi de base à notre analyse.

Le rebond de l'économie française au second semestre a été estimé à partir d'une prévision pour les quatre trimestres de 2020 concernant chaque composant du produit intérieur brut (PIB). Pour effectuer ces prévisions nous avons analysé la dynamique des crises passées, le rebond en Chine suite à l'arrêt du confinement et des prévisions faites par d'autres économistes et institutions (FMI, OCDE, gouvernement par exemple).

2.1 LA CONSOMMATION DE COSMÉTIQUES DEVRAIT MOINS SOUFFRIR QUE LA CONSOMMATION TOTALE EN 2020

La consommation de cosmétiques devrait se contracter de – 5 % en 2020 d’après Asterès, soit une baisse moins forte que la consommation totale des ménages (- 7%). Les évolutions sont très contrastées selon les circuits de distribution. Les instituts, coiffeurs et la distribution sélective sont les plus touchés du fait du confinement. La grande distribution et la parapharmacie subissent quant à elles une baisse moindre, car ces commerces n’ont pas été fermés et ont bénéficié de la demande pour les produits d’hygiène.

- **La baisse des ventes de cosmétiques devrait être sensiblement moins forte que la baisse totale de la consommation des ménages cette année selon les prévisions d’Asterès.** Ainsi, le chiffre d’affaires total de la vente de cosmétiques s’établirait à 19,5 milliards d’euros cette année contre 20,6 milliards d’euros en 2019. Cette différence s’explique par le bond estimé de 30 % des produits d’hygiène sur l’année, qui représentent 20% des ventes totales. De plus, les cosmétiques ont par le passé bien résisté aux crises, comme cela a été le cas en 2008-2009 où les ventes de produits de beauté ont continué à croître malgré une baisse du PIB de 3%¹⁴.
- **Les ventes dans les instituts de beauté et les salons de coiffure devraient connaître une baisse de 25 %, et les ventes de la distribution sélective et monomarque se contracteraient quant à elles de 23 % cette année selon les estimations d’Asterès.** Le volume de ventes en 2020 serait respectivement de 0,9 et 4,4 milliards d’euros. Les instituts, salons de coiffure, distributeurs sélectifs et monomarques ont été totalement à l’arrêt pendant le confinement, ce qui explique ce plongeon particulièrement marqué. Au troisième et quatrième trimestres, le rebond ne serait pas suffisamment fort pour permettre un retour à la normale, et les ventes de ces secteurs devraient toujours enregistrer une baisse de 15 % pour les instituts et salon et de 9 % pour la distribution sélective en glissement annuel (c’est-à-dire par rapport à la même période de l’an dernier) au quatrième trimestre. La baisse légèrement plus forte sur l’année des ventes en instituts de beauté et salons de coiffure s’explique par les mesures de distanciation sociale qui vont continuer à pénaliser leurs activités.
- **Les grandes surfaces et la parapharmacie devraient enregistrer une hausse de ventes de cosmétiques de 2 % sur l’année.** Ils ont pleinement bénéficié de l’explosion de la consommation de produits d’hygiène et d’une partie du report de la consommation effectuée dans les magasins spécialisés qui étaient fermés pendant le confinement. Au dernier trimestre, leurs ventes retrouveraient leurs niveaux d’avant crise. Les ventes de beautés seraient toujours légèrement inférieures à une situation normale, mais le secteur de l’hygiène se maintiendrait au dessus de son niveau de 2019.
- **La vente en ligne de cosmétiques connaîtrait pour sa part une envolée de 38 % en 2020.** Le volume de vente pourrait ainsi atteindre 600 millions d’euros cette année (ce chiffre ne prend en compte que les distributeurs uniquement spécialisés dans la vente en ligne). Après une

¹⁴ Fashion Network, « Face à la crise, les Français ont réduit leurs dépenses beauté en 2008 », 12 février 2009

envolée d'environ 90 % des ventes en ligne pendant le confinement¹⁵, elles devraient ralentir sur la seconde partie de l'année, mais demeurer en hausse de 20 % en glissement annuel sur le troisième et quatrième trimestre. En effet, 59 % des entreprises du secteur pensent que les consommateurs vont privilégier la vente en ligne contre 41 % qui perçoivent l'attachement des consommateurs aux points de vente physique¹⁶.

2.2 LES EXPORTATIONS DE COSMÉTIQUES DEVRAIENT BAISSER MOINS QUE LES EXPORTATIONS TOTALES EN 2020

Cette année, les exportations de cosmétiques seraient en contraction de 9 %, alors que les exportations totales françaises seraient en recul de 17 % selon Asterès. Le marché mondial des cosmétiques s'est en effet montré particulièrement résistant aux crises antérieures. L'Union européenne, qui représente le plus grand marché à l'exportation, serait le plus impacté. La Chine serait un des rares pays vers lesquels les ventes de cosmétiques resteraient en croissance.

- **Les exportations de cosmétiques devraient enregistrer une contraction de 9 % en 2020 selon Asterès.** Les ventes à l'international baisseraient donc légèrement plus que les ventes en France. En effet, d'après un panel d'entreprises, les exportations se sont plus contractées ce printemps que les ventes en France (-42 % comparé à -37 %), et les carnets de commandes affichent baisse de -26 % à l'export contre -23% en France¹⁷. Ce sentiment a été confirmé par des entretiens avec des dirigeants d'entreprises, et pourrait indiquer une crise économique plus brutale qu'anticipée dans le reste du monde. Les exportations de cosmétiques résisteraient en revanche mieux que les exportations françaises totales (-17 %). Si le secteur a particulièrement souffert du confinement ce printemps, la crise de 2008-2009, qui n'avait pratiquement pas impacté le marché mondial des produits de beauté, montre que le secteur est résistant aux soubresauts de la conjoncture économique¹⁸.
- **Les exportations de cosmétiques devraient se contracter vers tous les continents. La plus forte baisse concernerait l'Amérique (-10 %), qui compte pour 14 % des exportations totales.** Cela s'explique par la virulence de l'épidémie sur l'ensemble du continent. Les exportations à destination de l'Asie et l'Océanie devraient diminuer de 7 %, principalement du fait de la baisse des marchés matures comme le Japon. La Chine, qui représente 6 % des exportations totales, devrait en revanche augmenter ses importations de cosmétiques françaises de 3 % cette année. En effet, les consommateurs chinois ont toujours l'intention d'augmenter leur consommation de cosmétiques malgré le brutal ralentissement de la croissance¹⁹. L'Afrique, qui représente 3 % des exportations totales, est moins touchée par l'épidémie et ses conséquences économiques que le reste du monde. Il serait le continent qui enregistrerait la plus faible contraction des exportations, avec -6 %. Les exportations souffrent également de la chute du transport aérien et donc de la baisse des ventes en

¹⁵ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

¹⁶ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

¹⁷ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

¹⁸ McKinsey « How COVID-19 is changing the world of beauty », 5 mai 2020

¹⁹ McKinsey « How COVID-19 is changing the world of beauty », 5 mai 2020

*travel retail*²⁰, qui représentent 6,6 % du marché mondial des produits de beauté²¹. Ce canal de distribution enregistre un recul des ventes de 60 % cette année²². Selon nos estimations, 65 % des achats qui ne seraient pas effectués en *travel retail* seraient effectués dans d'autres points de vente, et 35 % ne seraient pas reportés vers d'autres modes de distribution²³. Le plongeon des ventes en *travel retail* conduirait à une contraction des exportations de cosmétiques de 1,5 % selon les estimations d'Asterès.

Les exportations de cosmétiques françaises en 2020²⁴

	Part des exportations de cosmétiques en 2019 (en %)	Estimation de la variation des exportations de cosmétiques en 2020 (en %)
Amérique du Nord	11	-10
Amérique Latine	3	-10
Union Européenne	40	-9
Europe hors UE	14	-9
Asie et Océanie	23	-7
Proche et Moyen Orient	6	-7
Afrique	3	-6

2.3 LA PRODUCTION DE COSMÉTIQUES DEVRAIT MIEUX RÉSISTER QUE LE PIB EN 2020

La production de cosmétiques en France en 2020 devrait se contracter de 7 % selon Asterès. Il s'agirait d'un recul sensiblement inférieur à la production économique totale de la France. Le secteur des cosmétiques montre en effet un dynamisme structurellement supérieur à celui de l'économie française.

- **Le recul de la production de cosmétiques devrait être sensiblement inférieur à la crise que subira l'ensemble de l'économie française.** Selon Asterès, la production de cosmétiques en France devrait baisser de 7 % cette année, pour s'établir à 23 milliards d'euros. Cette estimation est basée sur le recul respectif des ventes de cosmétiques en France (43% du total) et à l'international (57% du total). Cette contraction est nettement inférieure à la contraction de

²⁰ Nous faisons l'hypothèse que la baisse du transport aérien et des ventes en *travel retail* sont répartis uniformément sur l'ensemble du monde.

²¹ Estimations à partir des données sur le marché mondial de la beauté (source Statista), des ventes mondiales du *travel retail* (source Allied Market Research) et de la part de la beauté dans le *travel retail* (source rapport l'Oréal). Plus d'explications en annexe.

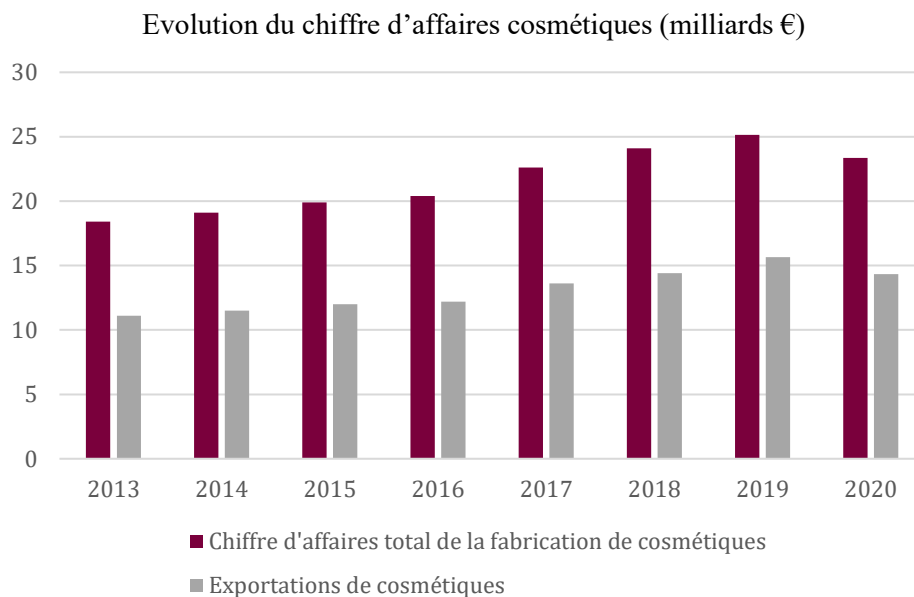
²² Estimations à partir de l'évolution du transport aérien (IATA)

²³ Estimations réalisées à partir de Paul Freathy et Frank O'Connell, « Spending time, spending money: passenger segmentation in an international airport », *The International Review of Retail*, 2012.

²⁴ Prévisions réalisées le 31 juillet 2020.

l'économie française dans son ensemble, mesurée par le produit intérieur brut (PIB). D'après les prévisions d'Asterès, le PIB français se contractera de 11 % en 2020²⁵.

- **La résistance des cosmétiques est cohérente avec l'évolution de la consommation domestique et étrangère ainsi qu'avec les caractéristiques structurelles du secteur.** En effet, comme la consommation et les exportations de cosmétiques subiront une baisse nettement inférieure à l'ensemble de l'économie française, il est logique que la baisse de la production soit également sensiblement inférieure à celle du PIB. De plus, cette prévision reflète le dynamisme structurel du secteur, qui a cru plus vite que l'économie française au cours des dernières années.



*Jusqu'en 2018, les chiffres sont issus de l'étude « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019. Après 2018, estimations et prévisions d'Asterès.

Les prévisions Asterès face aux prévisions du gouvernement, de l'OCDE, du FMI

La prévision de croissance économique pour 2020 est un exercice délicat étant donnée la particularité et la violence de la crise actuelle. Asterès anticipe une contraction du PIB français de 11 % cette année. L'OCDE, dans son estimation de juin, prévoit une récession comprise entre -11,4% et -14,1%. Le gouvernement a revu sa prévision à la baisse, de -8% à -11%. Quant au Fonds Monétaire International, il prévoit une chute du PIB de 12,5% en France en 2020 (prévision effectuée en juin, la prévision d'avril tablait sur une récession de « seulement » -7,2%).

²⁵ Le PIB désigne simultanément la somme de la demande, de la production et des revenus d'un pays, ajusté de ses échanges avec l'extérieur. Ainsi, la baisse du PIB de 13 % anticipée par Asterès cette année signifie que la demande, la production et les revenus devraient chacun se contracter de 13 %.

ENTREPRISES DE
COSMÉTIQUES : LES PETITES
STRUCTURES CONSTITUENT
LE MAILLON FAIBLE DU
SECTEUR



Le secteur des cosmétiques est structurellement plus dynamique que l'économie française dans son ensemble. Les entreprises du secteur, majoritairement familiales, sont particulièrement solides et innovantes. Cette solidité se constate notamment dans les ratios financiers, plus favorables pour les entreprises de cosmétiques que pour la moyenne nationale. Cependant, la crise actuelle porte un coup brutal aux entreprises de cosmétiques, comme en témoigne la hausse rapide de leur endettement. Une hausse des faillites est à prévoir, qui devrait être moins élevée dans le domaine des cosmétiques que dans l'économie française. L'industrie française ne semble cependant pas être dans une situation particulièrement alarmante relativement aux autres pays européens. La principale fragilité du secteur réside dans les petites entreprises de l'industrie cosmétique, qui affichent des ratios sensiblement plus dégradés que les grandes entreprises et que les entreprises de taille comparable dans d'autres secteurs. Dans la distribution de cosmétiques, les entreprises les plus petites semblent également les plus vulnérables.

Méthodologie

L'étude des entreprises de cosmétiques en fonction de leur taille a été effectuée *via* deux sources. La première est le sondage réalisé par la FEBEA et Asterès auprès d'entreprises du secteur. Les 27 entreprises ayant répondu ont pu être divisées en TPE (moins de 10 salariés soit 4 entreprises), PME (de 10 à 250 salariés soit 17 entreprises) et ETI et grandes entreprises (plus de 250 salariés soit 6 entreprises).

Nous avons également analysé les données de tribunaux de commerce (base de données Diane). À partir d'un retraitement des codes NAF et après n'avoir retenu que les entreprises pour lesquelles nous disposions de données exhaustives (les plus petites sont en moyenne les moins bien renseignées), nous avons réalisé une distinction entre les entreprises de production et de distribution de cosmétiques. Les entreprises de production ont été divisées en TPE (moins de 10 salariés soit 14 entreprises), PME (de 10 à 250 salariés soit 88 entreprises) et ETI et grandes entreprises (plus de 250 salariés soit 20 entreprises). Du fait de la répartition des entreprises de distribution de cosmétiques, nous avons choisi de les diviser en petites entreprises (moins de 10 salariés soit 57 entreprises), et grandes entreprises (plus de 10 salariés soit 46 entreprises).

Pour chacune de ces entreprises nous avons pu calculer le taux de marge brute d'exploitation (EBE sur chiffre d'affaires), la marge nette (résultat sur chiffre d'affaires), et le besoin en fonds de roulement exprimé en jours de chiffre d'affaires.

3.1 LE SECTEUR DES COSMÉTIQUES A — ABORDÉ LA CRISE DANS UNE SITUATION FAVORABLE

L'industrie des cosmétiques affichait des performances nettement supérieures à l'économie française dans les années qui ont précédé la crise du Covid-19. La hausse de la production comme des exportations a largement surperformé la moyenne nationale. Les entreprises de cosmétiques, souvent familiales, sont traditionnellement résilientes et misent comparativement plus que les autres secteurs sur la recherche et le développement.

- **La production française de cosmétiques a augmenté 54 % entre 2010 et 2019²⁶.** Il s'agit d'une progression pratiquement trois fois plus rapide que celle de l'économie française dans son ensemble, qui a cru de 20% sur la même période²⁷. Les exportations de cosmétiques ont également progressé plus vite que les exportations françaises : elles ont bondi de 60%²⁸ sur la période 2010-2019 quand les exportations totales progressaient de 45%²⁹.
- **Les entreprises de cosmétiques sont souvent familiales et affichent historiquement une forte résilience³⁰.** Elles ont un âge moyen de 16 ans, soit 4 ans de plus que la moyenne nationale. Cela peut s'expliquer par le fait que les entreprises familiales sont surreprésentées dans le secteur des cosmétiques. Ce type d'entreprises développent généralement une vision à plus long terme et dégagent de meilleures performances.
- **Le secteur des cosmétiques est particulièrement innovant³¹.** En 2017, 3,4 % de ses effectifs étaient dédiés à la recherche et au développement, contre 1,1% en moyenne dans les entreprises françaises. Cet effort consacré à l'innovation est perceptible dans la répartition de la main-d'œuvre qui comptait, en 2017, 33 % d'ingénieurs et cadres dans l'industrie cosmétique, soit environ le double de la moyenne nationale. Cela se traduit par des salaires en moyenne 19 % plus élevés dans l'industrie cosmétique que dans l'industrie en général.
- **La bonne santé des entreprises de cosmétiques se retrouve dans leurs ratios financiers.** À partir des données des tribunaux de commerce, Asterès a reconstruit le taux de marge brute d'exploitation (EBE sur chiffre d'affaires), la marge nette (résultat sur chiffre d'affaires) et le besoin en fonds de roulement en jour de chiffre d'affaires du secteur des cosmétiques. En 2017, la marge nette moyenne des entreprises de cosmétiques était de 13,8%, soit environ le double de la moyenne nationale (6,3%). Le BFR exprimé en jours de chiffre d'affaires était en moyenne de 30 jours ces dernières années contre 50 en moyenne dans l'industrie, indiquant que les entreprises de cosmétiques ont des besoins de financement à court terme moins élevés que la moyenne des autres secteurs. En revanche, le taux de marge brute d'exploitation moyen des

²⁶ « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019. Estimations d'Asterès pour le chiffre 2019.

²⁷ Variation du PIB nominal entre 2010 et 2019, chiffres du World Economic Outlook.

²⁸ « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019. Estimations d'Asterès pour le chiffre 2019.

²⁹ Insee

³⁰ Les informations de ce paragraphe sont extraites de « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019.

³¹ Les informations de ce paragraphe sont extraites de « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », Asterès, mai 2019.

entreprises de cosmétiques est sensiblement équivalent à celui de l'industrie française. En 2017, ils étaient respectivement de 22,6 % et 22,2%.

Le secteur des cosmétiques, un important pourvoyeur d'emplois qualifiés

En 2019, le secteur des cosmétiques employait 170 000 personnes, dont 54 000 dans l'industrie et 116 000 dans la distribution (estimations d'après l'étude FEBEA/Asterès, 2019). L'industrie des cosmétiques se caractérise par le niveau de qualification élevé de ses collaborateurs, répartis sur l'ensemble du territoire. Les ingénieurs et cadres représentent 33 % des effectifs (17 % en moyenne dans l'industrie française) et les ouvriers et employés 28 % (57 % en moyenne dans l'industrie française).

La crise déclenchée par l'épidémie de coronavirus se traduira vraisemblablement par des destructions d'emplois. Le chiffrage exact est extrêmement délicat du fait de la spécificité de chaque crise qui complique les comparaisons avec le passé et des mesures spécifiques adoptées lors de la crise actuelle (importance du chômage partiel notamment). Cependant, à partir de l'impact de la crise de 2008-2009 sur l'emploi, Asterès estime que l'emploi pourrait baisser d'environ 5 % dans le secteur des cosmétiques. Cela se traduirait par la perte de 9 100 emplois, dont 2 900 dans l'industrie et 6 200 dans la distribution.

3.2 LA CRISE DÉGRADE LA SANTÉ DES ENTREPRISES DE COSMÉTIQUES

La violence de la crise a un impact indéniable sur la santé des entreprises de cosmétiques. Les faillites d'entreprises devraient augmenter une fois les mesures de soutien levées, mais la hausse devrait être relativement moins brutale dans le secteur des cosmétiques. La crise a notamment conduit à une envolée de l'endettement, qui se constate aussi bien dans le secteur des cosmétiques que dans le reste de l'économie. En revanche, la hausse du fonds de roulement des entreprises de cosmétiques est plutôt un facteur d'optimisme. La crainte d'un décrochage industriel brutal de la France par rapport à ses voisins du fait du confinement n'est pas confirmée par les statistiques de production industrielle du printemps. L'industrie américaine a quant à elle moins souffert que l'industrie européenne en avril et mai.

- **Les faillites d'entreprises devraient moins augmenter dans le secteur des cosmétiques que dans l'ensemble de l'économie.** Les entreprises de cosmétiques sont entrées dans la crise dans une situation plus favorable que la moyenne nationale et subissent un choc moins violent que l'économie française. Jusqu'à présent, les mesures de soutien (prêts garantis par l'État, report de charges, chômage partiel notamment) ont permis d'éviter une envolée des défaillances et un bond parallèle du chômage. Ainsi, 72 % des entreprises de cosmétiques ont eu recours au dispositif d'activité partielle³². Au fur et à mesure que le soutien de l'État va s'estomper alors que l'activité va rester déprimée, l'augmentation des faillites sera progressive, mais il est

³² Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

compliqué d'avancer un chiffre précis³³. Les défaillances pourraient augmenter de 18% en Europe et de 15% en France³⁴. Entre l'automne 2008 et l'automne 2009, au plus fort de la crise dite des « subprimes », le nombre de faillites avait bondi de 18%³⁵. En comparaison, la violence de la crise actuelle serait atténuée par l'ensemble des mesures de soutien déployées par le gouvernement. Pour l'instant, les premiers chiffres du printemps montrent une division par plus de trois du nombre de défaillances entre janvier et mars 2020, mais cette chute est tout simplement due à la fermeture des tribunaux de commerce pendant le confinement³⁶.

- **L'endettement des entreprises de cosmétiques a augmenté de 61 % ce printemps³⁷.** Cette évolution n'est pas propre au secteur des cosmétiques. Selon la Banque de France, le taux de croissance de tous les modes de financement, notamment du crédit bancaire, a brusquement accéléré en mai³⁸. Par exemple, les crédits bancaires augmentaient de 5,1 % sur un an en février, et de 10,8 % en mai. Cette hausse de l'endettement a été favorisée par l'environnement de taux bas et les garanties apportées par l'État (PGE). L'augmentation globale de l'endettement des entreprises devrait se poursuivre. En mai, l'encours de dette des sociétés non-financières atteignait 1 834 milliards d'euros. Ce montant pourrait atteindre les 2 000 milliards d'euros dans quelques mois³⁹.
- **La hausse du fonds de roulement des entreprises cosmétiques, qui a augmenté de 5 % pendant la crise⁴⁰, apporte une lueur d'optimisme.** En effet, selon Ben Jabeur et Fahmi⁴¹, la couverture du chiffre d'affaires par le fonds de roulement et par le besoin en fonds de roulement sont les ratios les plus à même de prévoir la faillite d'une entreprise un an à l'avance. Cependant, l'évolution globale du fonds de roulement recouvre des situations très diverses selon les entreprises et la faiblesse de l'échantillon limite la portée des conclusions.

Comparaison de la production industrielle et France et à l'étranger au printemps 2020

Les sites de productions français ne semblent pas fortement pénalisés par rapport aux autres pays européens. Le confinement drastique en France a fait naître la crainte que l'industrie française souffre particulièrement, laissant les entreprises plus vulnérables par rapport à leurs concurrentes européennes. La baisse de la production industrielle en France n'a été que faiblement plus forte que dans les autres pays européens : - 37 % en glissement annuel en avril et - 24 % en mai, contre - 28 % et - 21 % dans l'Union européenne (données Eurostat). La contraction a été plus violente en Italie, d'une amplitude comparable en Espagne et légèrement moins marquée en Allemagne. La contraction de la production industrielle a cependant été moins forte aux États-Unis, avec respectivement - 16 % et - 15 % en avril et mai (données FRED).

³³ Éric Heyer, économiste à l'OFCE, interrogé par L'express, « La France va devoir faire face à son tour aux faillites et licenciements », 22 mai 2020

³⁴ Baromètre Coface : COVID-19 - vers une montée soudaine et mondiale des défaillances

³⁵ Banque de France, Défaillances d'entreprises, avr 2020

³⁶ Banque de France, Défaillances d'entreprises, avr 2020

³⁷ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

³⁸ Banque de France, Crédits par taille d'entreprises, mai 2020

³⁹ Les Echos, « La dette des entreprises françaises s'approche des 2.000 milliards d'euros », 10 juin 2020

⁴⁰ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

⁴¹ Ben Jabeur et Fahmi (2014), « Les modèles de prévision de la défaillance des entreprises françaises : une approche comparative », Working Paper, Ipag Business School

3.3 LES TPE DU SECTEUR DES COSMÉTIQUES SONT PARTICULIÈREMENT VULNÉRABLES

Les plus petites entreprises industrielles de cosmétiques sont celles qui ont été le plus durement impactées par la crise du printemps 2020. Ce sont ces TPE qui présentaient aussi les ratios les plus dégradés, que ce soit en termes marge brute d'exploitation, de marge nette ou de besoin en fonds de roulement.

- **La baisse de chiffre d'affaires a été particulièrement violente pour les petites entreprises industrielles de cosmétiques.** Au printemps 2020, les TPE du secteur des cosmétiques (moins de 10 salariés) ont vu leur chiffre d'affaires baisser de 54% en moyenne⁴². Pour les PME (10 à 250 salariés), la baisse est respectivement de 36 %, quant aux ETI et grandes entreprises de cosmétiques (plus de 250 salariés), leur chiffre d'affaires a chuté de 33%.
- **Le taux de marge brute d'exploitation des TPE fabricant des cosmétiques est sensiblement inférieur à celui des autres TPE industrielles.** En 2018, ce ratio comparant l'excédent brut d'exploitation au chiffre d'affaires (le taux de marge brute d'exploitation) était de 7 % pour les TPE du secteur des cosmétiques⁴³, alors qu'il était de 23 % en moyenne pour les petites entreprises⁴⁴. Le taux de marge brute d'exploitation a néanmoins augmenté pour les TPE du secteur des cosmétiques puisqu'il n'était que de 5 % en 2015, d'après les ratios calculés par Asterès à partir des données des tribunaux de commerce.
- **La marge nette (résultat divisé par le chiffre d'affaires) des TPE de l'industrie des cosmétiques est également inférieure à aux entreprises des autres secteurs.** En 2018, la marge nette moyenne des PME industrielles françaises était de 3,9 %⁴⁵, soit un niveau supérieur aux TPE des cosmétiques (3,2%), mais inférieur aux PME de ce secteur (4,6%).
- **En termes de besoin en fonds de roulement, les petites entreprises industrielles de cosmétiques sont dans une situation sensiblement similaire à la moyenne des autres secteurs.** Exprimé en nombre de jours de chiffre d'affaires, le besoin en fonds de roulement des petites entreprises de cosmétiques était de 94 jours pour les TPE en 2018 et de 64 jours en 2015. Cela correspond la moyenne tous secteurs confondus qui s'élevait à 63 jours de chiffre d'affaires⁴⁶.

⁴² Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

⁴³ Calculs Asterès d'après les chiffres des tribunaux de commerce

⁴⁴ Définition d'une TPE sur la base d'un chiffre d'affaires inférieur à 299 365 €, (Le Guide de la TPE, « Études de marché, chiffres-clés et valeurs de fonds de commerce »)

⁴⁵ Observatoire ATH, « Zoom 2019 sur la santé financière des PME et des ETI », 2019

⁴⁶ Observatoire ATH, « Zoom sur la santé financière de 15 000 PME », 2016

3.4 LA DISTRIBUTION DE COSMÉTIQUES — CARACTÉRISÉE PAR LA FRAGILITÉ DES PETITES ENTREPRISES

Dans le secteur de la distribution de cosmétiques, les plus petites entreprises semblent également les plus vulnérables au vu du taux de marge brute d'exploitation et du besoin en fonds de roulement. La marge nette nuance cependant cette fragilité.

- **Le taux de marge brute d'exploitation et le besoin en fonds de roulement font ressortir la fragilité des petites entreprises de distribution de cosmétiques.** Cette vulnérabilité pourrait devenir un problème si des faillites de distributeurs venaient à compliquer l'accès du consommateur aux cosmétiques. À partir des données des tribunaux de commerce, nous avons pu calculer plusieurs ratios pour les petites entreprises de distribution de cosmétiques (moins de 10 salariés) et les grandes (10 salariés ou plus)⁴⁷. Le taux de marge brut d'exploitation des petites entreprises était en 2018 de 5,3 %, contre 5,8 % pour les grandes. Leur besoin en fonds de roulement était également plus lourd pour les petites entreprises (30 jours de chiffre d'affaires), que pour les grandes (5 jours de chiffre d'affaires).
- **En revanche, la marge nette des petites entreprises de distribution de cosmétiques (0,8% en 2018) était supérieure à celle des grandes (0,1%).** Pour autant, la marge nette des petites entreprises de distribution de cosmétiques est inférieure à la moyenne des PME commerciales. En 2018, elle était de 0,8% dans le secteur des cosmétiques contre 2,6%⁴⁸ tous secteurs confondus.

⁴⁷ Pour des raisons de répartition des entreprises dans la base de données, il nous a paru plus instructif de ne distinguer que deux niveaux d'entreprises dans le cas des distributeurs.

⁴⁸ Observatoire ATH, « Zoom 2019 sur la santé financière des PME et des ETI », 2019

ECONOMIE DES COSMÉTIQUES
EN 2021 : LES POLITIQUES
PUBLIQUES DEVRAIENT AIDER
LE SECTEUR



Le secteur des cosmétiques devrait retrouver sa situation d'avant-crise en 2022 en France, et environ un an plus tard à l'étranger. Le retour à la normale dépendra des conditions sanitaires et devrait être facilité par les politiques publiques engagées sur la consommation, la dette des entreprises et les relocalisations. Côté consommation, le soutien aux ménages les plus modestes va stimuler le secteur des cosmétiques, dont les ventes totales sont orientées à 42 % vers le marché domestique. La baisse des impôts de production et le soutien en fonds propres vont lutter contre le surendettement des entreprises, notamment des plus petites dans le cas des cosmétiques. Côté relocalisation, une politique industrielle agressive ferait peser un risque de rétorsion sur le secteur des cosmétiques, qui est déjà visé par les États-Unis en représailles de la « taxe GAFA ». Une politique de modularité de la production serait optimale, comme lorsque l'industrie cosmétique a produit du gel hydroalcoolique au cœur de la crise sanitaire.

4.1 PRÉVISION ÉCONOMIQUE : PAS DE RETOUR À LA NORMALE POUR LES COSMÉTIQUES AVANT 2022

Le secteur des cosmétiques ne devrait retrouver son niveau d'activité de 2019 qu'en 2022 d'après Asterès. Cette date de retour à la situation d'avant crise serait sensiblement identique pour l'économie dans son ensemble. Les exportations devraient également être revenues à un niveau « normal » dans environ deux ans. Cette prévision est marquée par une double incertitude liée à l'évolution de l'épidémie et aux politiques de soutien supplémentaires qui pourraient être déployées.

- **Selon Asterès, la consommation de cosmétiques en France devrait retrouver son niveau d'avant-crise en 2022.** L'estimation d'un retour à la situation d'avant-crise dans deux ans rejoint les prévisions formulées par les dirigeants d'entreprises de cosmétiques que nous avons interrogés. Le rebond serait rapide sur la deuxième moitié de l'année, avec une hausse des ventes de 32 % au troisième trimestre. Mais cette hausse, qui peut sembler impressionnante, ne compense pas la chute du printemps. Un retour à la situation d'avant crise semble peu probable tant que l'économie dans son ensemble n'a pas retrouvé sa vitesse de croisière. Sur l'année 2021, la dégradation de la santé des entreprises pèsera sur l'investissement et la hausse du chômage sur la consommation. De plus, tant que la crainte entourant le virus n'a pas totalement disparu les salons et instituts continueront à être pénalisés. Selon la Banque de France, le PIB pourrait revenir à son niveau de 2019 en 2022⁴⁹. Il s'agirait alors d'un rebond particulièrement rapide en comparaison de l'expérience de la crise de 2008-2009. Le retour au PIB d'avant-crise avait alors pris sept ans en zone euro⁵⁰. La situation d'un rebond plus rapide que lors de la précédente crise est crédible car le choc actuel est d'une nature très particulière. Il s'agit d'une paralysie volontaire de l'économie pour des raisons sanitaires, ce qui permet d'anticiper un rattrapage plus rapide lorsque les contraintes pesant sur l'économie sont levées.
- **La prévision concernant le rebond des exportations de cosmétiques est entachée d'une plus grande incertitude du fait de l'évolution différente du virus selon les continents.** La Federal Reserve (la banque centrale américaine) a notamment souligné la difficulté à prévoir

⁴⁹ Banque de France, Projections macroéconomiques – Juin 2020

⁵⁰ Patrick Artus : "Il va falloir s'habituer à la déconnexion entre les fondamentaux économiques et les marchés financiers !", Ecorama, 19 juin 2020

le rythme de la reprise⁵¹. Selon les dernières statistiques⁵², l'épidémie paraît gagner en intensité en France, bien que cela ne conduise pas à une hausse rapide des hospitalisations. Le virus est toujours très actif dans de nombreux pays (aux États-Unis, en Inde, en Australie et en Afrique ou encore Amérique latine). Le retour des exportations à la situation d'avant-crise pourrait ainsi être plus lent, et ne se réaliser qu'en 2023.

4.2 CONSOMMATION : UN SOUTIEN — ATTÉNUÉ LA CRISE DU SECTEUR DES COSMÉTIQUES

Le chiffre d'affaires du secteur des cosmétiques bénéficie du soutien à la consommation des ménages via un creusement du déficit public. L'aide aux ménages les plus modestes représente une opportunité pour le secteur car ceux-ci consomment en moyenne la plus grande part de leurs revenus et cherchent plus souvent à se « faire plaisir » que les ménages aisés. Le soutien de la consommation à l'international représente également une aide indirecte à l'exportation de cosmétiques françaises.

- **La stimulation de la consommation des ménages par le gouvernement sera bénéfique au secteur des cosmétiques.** Plusieurs dirigeants d'entreprises de cosmétiques ont souligné leur souhait d'une politique plus active de soutien au pouvoir d'achat lors de nos entretiens. Le Medef, qui soutient traditionnellement plutôt des mesures d'offre s'est prononcé en faveur d'un soutien global de la consommation⁵³. Le troisième projet de loi de finances rectificative pour 2020, contient des aides pour les ménages précaires et les étudiants (notamment une aide de 200 € à 400 000 jeunes précaires)⁵⁴. Le Plan de relance prévoit également des aides à destination des ménages précaires. Ce type d'aide pourrait être utile au secteur des cosmétiques, comme à l'économie dans son ensemble, puisque les ménages les plus pauvres sont ceux ayant la propension marginale à consommer la plus élevée⁵⁵. Les ménages modestes sont également ceux qui désirent le plus consommer pour « se faire plaisir » et qui comporte une part statistiquement plus élevée de production nationale⁵⁶ alors que les personnes disposant de plus de moyen privilégient plutôt l'épargne⁵⁷. Les ménages ont augmenté leur épargne d'environ 61 milliards d'euros suite au confinement selon Asterès, probablement du fait des ménages les plus aisés qui exercent des emplois moins impactés par la crise et plus facilement réalisables en télétravail⁵⁸. La propension marginale à consommer des ménages les plus aisés a donc diminué. Un ciblage accentué dans le futur sur les populations les plus vulnérables, qui ont été les plus touchées par

⁵¹ Jerome H. Powell, « Semiannual Monetary Policy Report to the Congress », 16 juin 2020

⁵² Organisation Mondiale de la Santé

⁵³ Pour une « prise de confiance », propositions du Medef pour une relance durable, 28 mai 2020

⁵⁴ Vie publique, « Loi du 30 juillet 2020 de finances rectificative pour 2020 », 31 juillet 2020

⁵⁵ C'est-à-dire que les ménages modestes consomment en moyenne une proportion plus grande d'un revenu supplémentaire que les ménages plus aisés

⁵⁶ Rapport du Sénat, « La relation entre consommation des ménages et importations : relancer la consommation pour relancer la croissance ? », 2009

⁵⁷ Marie Anguis, « Les structures de consommation des ménages à bas revenus », Les Travaux de l'Observatoire

⁵⁸ OFCE, « Évaluation au 6 mai 2020 de l'impact économique de la pandémie de COVID-19 et des mesures de confinement sur le marché du travail en France », 6 mai 2020

la crise économique, aurait donc un effet d'entraînement plus fort sur la consommation, notamment de cosmétiques.

- **Les exportations de cosmétiques devraient bénéficier des mesures de soutien à la consommation décidées dans le monde entier.** Par exemple, le gouvernement américain a donné de l'argent directement à la population au printemps (1 200 dollars à toute personne seule gagnant moins de 99 000 dollars par an et 198 000 dollars pour une famille, plus 500 dollars par enfants) et de nouvelles aides sont à l'étude⁵⁹. Ce type d'aide a même conduit à une accélération de la hausse du revenu disponible moyen des ménages américains pendant le confinement, ce qui peut sembler paradoxal⁶⁰. Un autre exemple concerne l'Allemagne, qui a décidé une baisse momentanée de la TVA. Entre le 1er juin et le 31 décembre de cette année, cette taxe est passée, de 19 % à 16 % pour le taux normal, et de 7 % à 5 % pour le taux réduit. L'objectif de cette mesure est d'inciter les ménages à consommer avant la fin de l'année, et donc de stimuler la consommation alors que l'économie est en plein marasme.

4.3 ENTREPRISES : LA HAUSSE DES FONDS PROPRES ET LA BAISSÉ DES IMPÔTS DE PRODUCTION SOUTIENNENT LES COSMÉTIQUES

De façon à limiter le poids de l'endettement des entreprises, notamment de cosmétiques, le financement par fonds propres est privilégié. Cela passera par la possibilité de contracter des dettes à long terme assimilables à des quasi-fonds propres et par l'encouragement par l'État du financement en fonds propres via le label « France Relance ». Une baisse des impôts de production apportera une aide appréciable au secteur des cosmétiques exposé à la concurrence internationale.

- **Les entreprises, notamment cosmétiques, pourront bénéficier de dette à long terme assimilables à des quasi-fonds propres pour limiter les risques de faillite.** Depuis le début de la crise, l'endettement des entreprises de cosmétiques a bondi de 61%⁶¹. D'après les entretiens réalisés auprès de dirigeants d'entreprises de cosmétiques, la hausse de l'endettement est un sujet majeur de préoccupation. Le financement du besoin en fonds de roulement lors de la reprise d'activité est également source d'inquiétude. La situation des TPE semble particulièrement sensible, puisque ce sont elles qui ont connu la plus forte baisse d'activité et qui ont structurellement le besoin en fonds de roulement le plus lourd. Cette hausse de l'endettement ne soulève pas d'inquiétude à très court terme puisqu'il a été facilité par la garantie apportée par l'État (PGE). Cependant, pour limiter l'endettement dans les mois et années à venir, les entreprises pourront contracter des « prêts participatifs » dans le cadre du Plan de relance. Il s'agit de dettes à long terme assimilables à des quasi-fonds propres, qui ne déséquilibreront pas le ratio d'endettement des entreprises.

⁵⁹ L'opinion, « États-Unis: le Sénat pourrait voter jeudi un plan de relance économique », 9 septembre 2020

⁶⁰ Patrick Artus : "Il va falloir s'habituer à la déconnexion entre les fondamentaux économiques et les marchés financiers !", Ecorama, 19 juin 2020

⁶¹ Sondage FEBEA/Asterès, juin 2020

- **Les aides aux entreprises, notamment de cosmétiques, se feront davantage via l'investissement en fonds propres de façon à limiter leur endettement.** Concernant les entreprises viables à long terme, mais faisant face à des difficultés ponctuelles liées à la crise, l'apport de fonds propres sera aidé directement par l'État⁶². Dans le cadre du Plan de relance, le gouvernement a mis en place un label « France relance » qui permettra d'accorder une garantie publique pour les investissements en fonds propres dans les entreprises les plus pertinentes pour une reprise durable de l'économie. Certains secteurs particulièrement touchés par la crise, comme l'automobile et l'aéronautique, bénéficient d'investissements en fonds propres de la part de l'État via des plans de soutien spécifiques. De telles mesures bénéficieraient grandement aux entreprises de cosmétique dont l'endettement a fortement augmenté, bien que le secteur ne semble pas faire l'objet de mesures particulières.
- **Un allègement des impôts de production renforcera la compétitivité des entreprises de cosmétiques, très ouvertes sur la concurrence internationale.** Une baisse des impôts de production de 10 milliards d'euros a été décidée dans le Plan de relance. Le souhait de voir baisser les impôts et charges ressortait très nettement dans les entretiens et les réponses au sondage mené conjointement par la FEBEA et Asterès. Les impôts portant sur la production, comme la Contribution sociale de solidarité des sociétés (C3S), sont particulièrement décriés. La baisse des impôts de production, notamment défendue par le Medef, renforcera la compétitivité de l'industrie française par rapport aux concurrents européens. Cela sera d'autant plus vrai dans le secteur des cosmétiques, fortement tourné vers l'international et donc directement exposé à la concurrence d'entreprises étrangères bénéficiant d'un cadre fiscal plus favorable. Les petites entreprises sont également celles qui sont les plus pénalisées par les impôts de production⁶³. Le secteur des cosmétiques bénéficiera donc particulièrement de ces baisses d'impôts puisque les petites entreprises y sont particulièrement vulnérables.

4.4 RELOCALISATIONS : ATTENTION AUX MESURES DE RÉTORSION ENVERS LES COSMÉTIQUES FRANÇAISES

Des politiques publiques en faveur des relocalisations ou d'un soutien explicite à certains secteurs pourraient pénaliser indirectement les entreprises de cosmétique. Ces effets négatifs indirects passeraient par une captation des ressources par d'autres secteurs ou par des mesures de rétorsion commerciales. C'est pourquoi il semble préférable de miser sur la modularité de l'outil de production, dont l'importance est devenue évidente lorsque les entreprises de cosmétiques ont massivement produit du gel hydroalcoolique.

- **Le secteur des cosmétiques ne devrait pas être directement concerné par d'éventuelles mesures favorisant la relocalisation d'usines.** La crise sanitaire a mis en lumière la dépendance de la France à certains produits stratégiques. Cela s'est notamment vu dans le domaine de la santé, où l'importance des importations de médicaments, masques et équipements de protection a pu entraîner des ruptures d'approvisionnements. La dépendance est notamment forte vis-à-vis de la Chine, qui représente par exemple 40 % de la production mondiale de

⁶² Terra Nova, « Coronavirus : regards sur une crise », 19 mai 2020

⁶³ « Taxes de production : préservons les entreprises dans les territoires », Asterès, octobre 2019

principes actifs utilisés pour la fabrication de médicaments⁶⁴. Les relocalisations devraient principalement concerner des produits cruciaux dans le secteur de la santé ou des hautes technologies. Les cosmétiques ne seraient pas directement concernés puisqu'elles ne rentrent pas dans cette catégorie et qu'elles sont déjà massivement produites en France (l'excédent de la balance commerciale des cosmétiques devrait être de 11 milliards d'euros en 2020 selon Asterès). Les relocalisations doivent être réfléchies pour éviter un coût économique trop élevé. Si la France importe de nombreux médicaments et équipements de protection, c'est pour bénéficier de coûts de production favorables à l'étranger. Un retour massif de la production sur le sol national pourrait s'accompagner d'une stimulation de l'inflation, ce qui serait préjudiciable à tous les secteurs dans un contexte de chômage élevé et de pouvoir d'achat en berne. De plus, la relocalisation d'activités à faible contenu technologique, comme la fabrication de masques, pourrait faire baisser le niveau de gamme de l'industrie française⁶⁵.

- **Le secteur des cosmétiques pourrait être pénalisé par la captation des ressources par d'autres secteurs aidés ou subventionnés.** Le gouvernement peut utiliser plusieurs leviers pour aider les entreprises à produire sur le sol national, comme des subventions, des quotas instaurant une part minimum de production française, un ciblage de la commande publique ou des contreparties aux plans d'aides impliquant une production nationale. Les secteurs ne bénéficiant pas directement de ces mesures, dont les cosmétiques feraient vraisemblablement partie, pourraient se retrouver indirectement pénalisés. En effet, les secteurs bénéficiant d'aides à la relocalisation capteraient des fonds publics et des ressources humaines qui pourraient faire défaut aux autres secteurs, dont les cosmétiques.
- **Des mesures de rétorsion risquent de concerner les exportations de cosmétiques.** Toute mesure protectionniste, même indirecte, fait porter le risque de représailles de la part des partenaires commerciaux. La « guerre commerciale » lancée par Donald Trump contre la Chine fait la une des journaux depuis plusieurs années. Les États-Unis ont déjà augmenté les droits de douane sur des produits français en 2019, comme le vin ou l'aéronautique⁶⁶. Les cosmétiques françaises sont actuellement visées par Donald Trump suite à l'adoption d'une « taxe GAFAM » en France. En représailles, les droits de douane américains sur les importations de cosmétiques françaises pourraient augmenter de 25 %⁶⁷ début 2021.
- **La modularité de l'industrie cosmétique s'est révélée essentielle pendant l'épidémie de Covid-19.** Ce secteur s'est montré particulièrement réactif pour produire du gel hydroalcoolique en plein cœur de la crise sanitaire. D'une manière plus générale, la modularité de l'industrie est un facteur clé de résistance aux crises. En effet, rien ne permet de prévoir que les produits qui ont fait défaut pendant l'épidémie de Covid-19 seront ceux qui manqueront lors de la prochaine crise. La modularité des entreprises passerait notamment par une robotisation poussée qui permettrait une production flexible et entièrement reconfigurable. L'imprimante 3D est un exemple typique de ce type d'industrie parfois appelé « industrie 4.0 ».

⁶⁴ DG Trésor, « Bulletin d'analyse économique Chine (mars 2020) », 11 mars 2020

⁶⁵ Patrick Artus, « Quelles préconisations de politique économique après la crise du Covid ? », Flash économie 2 juin 2020

⁶⁶ Le MOCI, « États-Unis / UE : l'augmentation des droits de douane frappe des secteurs divers », 22 octobre 2019

⁶⁷ Reuters, « U.S. slaps French goods with 25% duties in digital tax row, but delays effective date », 10 juillet 2020

ANNEXE MÉTHODOLOGIQUE
ET BIBLIOGRAPHIE



ANNEXE

I. Méthode de calcul pour la prévision de croissance française

Nous avons repris la décomposition des différents postes du produit intérieur brut (PIB) telle que présentée par l'Insee (à prix constants et présentés sous l'angle de la demande finale).

Les chiffres du premier et second trimestre 2020 ont déjà été publiés par l'Insee. Pour le troisième et quatrième trimestre, nous avons mené une réflexion pour chaque composante du PIB. L'expérience de la crise de 2008-2009 et les estimations de l'Insee nous ont notamment aidés à estimer l'ampleur du rebond.

Notre analyse ne prend pas en compte la variation des stocks, que nous estimons trop difficile à prévoir et dont les effets tendent à s'annuler sur plusieurs trimestres.

Les chiffres sont donnés en milliards d'euros, ou en pourcentages dans le cas des évolutions.

	total 2019	2020				total 2020
		T1	T2	T3	T4	
Produit intérieur brut	2316,7	546,5	471,0	519,4	535,7	2072,5
en évolution	1,3	-5,9	-13,8	10,3	3,1	-10,5
Importations	778,0	188,3	155,8	180,8	189,3	714,2
en évolution	2,3	-5,5	-17,3	16,1	4,7	-8,2
Dépenses de consommation des ménages	1201,3	285,3	254,0	284,9	292,5	1116,7
en évolution	1,3	-5,8	-11,0	12,1	2,7	-7,0
Dépenses de consommation des APU	550,7	134,4	123,6	135,0	138,7	531,6
en évolution	1,3	-3,5	-8,0	9,2	2,7	-3,5
dont dépenses individualisables	361,1	87,9	80,5	89,0	90,9	348,3
en évolution	1,2	-3,8	-8,3	10,5	2,1	-3,6
dépenses collectives	189,6	46,5	43,0	46,0	47,8	183,3
en évolution	1,7	-2,8	-7,5	6,9	3,9	-3,3
Dépenses de consommation des ISBLSM	48,1	11,2	9,2	11,0	11,5	43,0
en évolution	1,3	-6,6	-18,0	19,4	4,5	-10,7
FBCF	543,6	124,4	102,3	116,0	120,0	462,8
en évolution	3,7	-10,3	-17,8	13,4	3,4	-14,9
dont ENF	310,6	71,3	59,9	70,0	72,0	273,3
en évolution	4,3	-8,9	-16,0	16,8	2,9	-12,0
Ménages	123,2	26,5	21,1	27,0	28,0	102,6
en évolution	2,0	-13,4	-20,4	27,9	3,7	-16,7
APU	81,4	19,1	15,2	19,0	20,0	73,2
en évolution	4,2	-10,9	-20,4	25,2	5,3	-10,0
Exportations	745,3	175,6	130,8	153,3	162,3	622,1
en évolution	2,0	-6,1	-25,5	17,2	5,9	-16,5

II. Méthode de calcul pour les ratios financiers

Pour le calcul des ratios financiers, nous avons utilisé les comptes déposés aux tribunaux de commerce par les entreprises de la filière cosmétiques (base de données Diane). Asterès a effectué une recherche en utilisant principalement les quatre codes NAF suivants pour les entreprises de plus de un salarié :

- 0128 : culture de plantes à épices, aromatiques, médicinales et pharmaceutiques
- 2042 : fabrication de parfums et de produits pour la toilette
- 4645 : commerce de gros de parfumerie et de produits de beauté
- 4775 : commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé

Nous avons ensuite effectué une vérification pour enlever des entreprises mal renseignées et pour en ajouter d'autres qui appartiennent au secteur des cosmétiques, bien que ne correspondant à aucun des quatre code NAF précédents. Nous avons ajouté manuellement les chiffres pour l'Oréal à partir de rapports annuels de l'entreprise. En effet, les données des tribunaux de commerce ne correspondaient qu'à la holding financière et ne rendaient pas pleinement compte de l'activité de l'entreprise. Concernant Hermès, nous n'avons retenu que l'activité parfumerie de l'entreprise (5% du total).

Les entreprises ont ensuite été divisées en entreprises de production et de distribution de cosmétiques. Les entreprises de fabrication ont été réparties en trois catégories : TPE (moins de 10 salariés), PME (10 à 250 salariés) et ETI et grands groupes (plus de 250 salariés). Concernant les entreprises de distribution, nous avons opté pour une division plus simple entre petites et grandes entreprises en fixant la limite à plus ou moins dix salariés. En effet, dans la distribution de cosmétiques, les entreprises de plus de 250 salariés ne sont pratiquement pas représentées.

Pour chaque catégorie d'entreprises, nous avons pu calculer trois ratios : Taux de marge brute d'exploitation (excédent brut d'exploitation / chiffre d'affaires), la marge nette (résultat / chiffre d'affaires) et le besoin en fonds de roulement exprimé en jours de chiffre d'affaires. Ces ratios ont pu être calculés entre 2015 et 2018 (les données 2019 n'étaient pas encore disponibles).

III. Méthode de calcul pour la production et la consommation de cosmétiques

Notre source de départ a été l'étude réalisée par Asterès en 2019 « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », qui donnait notamment le poids de chaque canal de distribution dans les ventes totales. Nous avons effectué une estimation des ventes de cosmétiques par trimestre et par canal de distribution, en regroupant les différents canaux en fonction de la manière dont ils ont été impactés par l'épidémie (la grande distribution et la parapharmacie, qui n'ont pas été fermées pendant le confinement, ont par exemple été regroupées). Pour estimer tant l'ampleur de la contraction pendant le confinement que le rebond, nous avons croisé différentes sources : entretien auprès de dirigeants, sondage réalisé auprès d'entreprises, impact connu du confinement sur la consommation globale, données et prévisions macro-économiques, réaction attendue du comportement des consommateurs, évolution possible de l'épidémie, impact des crises passées. Une distinction a également été faite entre les produits d'hygiène et les produits de beauté, puisque chacun de ces produits a connu des trajectoires différentes. La part totale des produits d'hygiène estimée par la FEBEA est de 19,3%, pour la commodité des calculs, nous avons retenu une part de 20%.

Pour évaluer la production de cosmétiques, notre base a également été l'étude d'Asterès « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international ». Les anticipations de production se basent sur nos prévisions de consommation domestique et d'exportations de cosmétiques, pondérées par leur part respective.

IV. Méthode de calcul pour les exportations de cosmétiques

La décomposition des exportations par région a été calculée à partir des données des douanes. Comme ces données recouvrent un champ plus large que les seules cosmétiques, nous avons utilisé l'étude d'Asterès « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international » pour obtenir des chiffres plus précis. Nous avons estimé la variation des exportations pour chaque zone géographique à partir des prévisions de croissance du FMI, ainsi que de la situation sanitaire, de l'impact des crises passées sur les ventes de cosmétiques, de McKinsey « How COVID-19 is changing the world of beauty » qui comporte des sondages effectués dans de nombreux pays et de l'évolution des ventes en *travel retail*.

Concernant l'estimation des ventes en *travel retail*, nous avons pu obtenir leur part dans les ventes totales mondiale de produits de beauté (6,6 %), ainsi qu'une estimation de l'évolution du trafic aérien à partir de l'IATA (le *travel retail* concerne aussi d'autres modes de transport, mais nous avons simplifié en ne retenant que le transport aérien). Les ventes en *travel retail* représentaient 90 milliards de dollars en 2019 (source Allied Research Market) et la beauté en représentaient 36,9 % (source rapport L'Oréal), soit 33,5 milliards de dollars. Le marché total de la cosmétique était en 2019 de 507 milliards de dollars (source Statista). Les ventes en *travel retail* représentent donc 6,6 % du total des ventes de cosmétiques. Ce chiffre est cohérent avec les statistiques de L'Oréal, pour qui le *travel retail* représente 9 % des ventes (interview de Jean-Paul Agon, Les Echos Executive, 19 juin 2020). Comme L'Oréal est une grande entreprise internationalisée, il est cohérent qu'elle vende plus en *travel retail* que la moyenne du secteur. Concernant le secteur du luxe, les ventes en aéroport représentent 5 % des ventes totales (source Econsultancy), un chiffre globalement comparable à celui des cosmétiques. La difficulté est ensuite d'estimer la part des achats de cosmétiques qui ne sont pas effectués en *travel retail* qui seront reportés vers d'autres modes de distribution. À partir de Paul Freathy et Frank O'Connell, « Spending time, spending money: passenger segmentation in an international airport », nous estimons que 65 % des cosmétiques qui ne sont pas achetées en *travel retail* sont achetées dans d'autres points de vente, et 35 % correspondent à une perte pour l'industrie cosmétique. Nous avons fait l'hypothèse que la baisse des ventes en *travel retail* est identique dans le monde entier.

V. Le sondage FEBEA/Asterès

Pour réaliser cette étude nous avons, avec l'aide de la FEBEA, effectué un sondage auprès d'entreprises de cosmétiques au début du mois de juin 2020. 27 entreprises ont répondu à 17 questions (parfois divisées en sous-question) portant principalement sur l'impact de la crise sur leur activité.

Les entreprises répondantes ont été divisées en TPE (moins de 10 salariés soit 4 entreprises), PME (de 10 à 250 salariés soit 17 entreprises) et ETI et grandes entreprises (plus de 250 salariés soit 6 entreprises).

VI. Interviews avec des dirigeants d'entreprises

Avec l'aide de la FEBEA, nous avons discuté par téléphone avec trois chefs d'entreprises du domaine des cosmétiques en juin 2020. Les entretiens, d'environ 30 minutes chacun, ont principalement concerné l'impact de la crise sur l'activité et les perspectives de rebond.

BIBLIOGRAPHIE

SOURCES INSTITUTIONNELLES

Banque de France, Défaillances d'entreprises, avril 2020

Banque de France, Crédits par taille d'entreprises, mai 2020

Banque de France, Projections macroéconomiques – Juin 2020

DG Trésor, « Bulletin d'analyse économique Chine (mars 2020) », 11 mars 2020

Douanes, données produits en nomenclature agrégée : C20B - Parfums, cosmétiques et produits d'entretien

Eurostat

Federal Reserve Economic Data (FRED)

International Air Transport Association, IATA

Insee

Jerome H. Powell, « Semiannual Monetary Policy Report to the Congress », 16 juin 2020

Ministère de l'économie, des finances et de la relance, « France relance », dossier de presse, 3 septembre 2020

Organisation Mondiale de la Santé

Point de conjoncture de l'Insee du 27 mai 2020

Point de conjoncture de l'Insee du 9 avril 2020

Rapport du Sénat, « La relation entre consommation des ménages et importations : relancer la consommation pour relancer la croissance ? », 2009

Sénat, Projet de loi de finances rectificative pour 2020, 31 juillet 2020

Vie publique, « Loi du 25 avril 2020 de finances rectificative pour 2020 », 26 avril 2020

Vie publique, « Loi du 30 juillet 2020 de finances rectificative pour 2020 », 31 juillet 2020

World Economic Outlook

SOURCES ACADÉMIQUES ET D'ENTREPRISES

Asterès, « L'économie des cosmétiques : innovation, dynamisme territorial et rayonnement international », mai 2019

Allied Market Research, « Global Travel Retail Market Expected to Reach \$153.7 Billion by 2025 »

Baromètre Coface : COVID-19 - vers une montée soudaine et mondiale des défaillances

Ben Jabeur et Fahmi (2014), « Les modèles de prévision de la défaillance des entreprises françaises : une approche comparative », Working Paper, Ipag Business School

Econsultancy, ikki Gilliland, « Why travel retail is big business for beauty brands », 4 octobre 2016

Le Guide de la TPE, « Études de marché, chiffres-clés et valeurs de fonds de commerce »

Les Gracques, « Proposition de plan de relance post COVID pour préserver l'outil de production et sauvegarder l'emploi en France, Pour une stratégie de fonds propres », 3 avril 2020

L'Oréal, « Le marché des voyageurs, un essor continu », Rapport annuel, 2018

Marie Anguis, « Les structures de consommation des ménages à bas revenus », Les Travaux de l'Observatoire

McKinsey « How COVID-19 is changing the world of beauty », 5 mai 2020

Observatoire ATH, « Zoom 2019 sur la santé financière des PME et des ETI », 2019

Observatoire ATH, « Zoom sur la santé financière de 15 000 PME », 2016

OFCE, « Évaluation au 6 mai 2020 de l'impact économique de la pandémie de COVID-19 et des mesures de confinement sur le marché du travail en France », 6 mai 2020

Paul Freathy et Frank O'Connell, « Spending time, spending money: passenger segmentation in an international airport », The International Review of Retail, 2012

Philippe Martina et Alain Trannoy, « Les impôts sur (ou contre) la production », Conseil d'analyse économique, juin 2019

Pour une « prise de confiance », propositions du Medef pour une relance durable, 28 mai 2020

Reuters, « U.S. slaps French goods with 25% duties in digital tax row, but delays effective date », 10 juillet 2020

Rexecode « Des prêts participatifs, une mesure concrète pour aider nos entreprises sans creuser les déficits publics », 19 mai 2020

Rexecode, « L'impact de la crise du Covid-19 sur les PME », 13 mai 2020

Site internet de la FEBEA

Statista, « Value of the cosmetics market worldwide from 2018 to 2025 »

Terra Nova, « Coronavirus : regards sur une crise », 19 mai 2020

ARTICLES DE PRESSE

Éric Heyer, économiste à l'OFCE, interrogé par L'express, « La France va devoir faire face à son tour aux faillites et licenciements », 22 mai 2020

Fashion Network, « Face à la crise, les Français ont réduit leurs dépenses beauté en 2008 », 12 février 2009

Jacques Lesieur, « Votre BFR dépend de votre métier », L'express gestion/fiscalité, 12 avril 2006. La date de cette étude invite à considérer la comparaison avec les statistiques plus récentes avec prudence.

Le Figaro, « Le coronavirus fait chuter les ventes d'alcool, la filière viticole boit la tasse », 3 avril 2020

Les Echos, « Coronavirus : Bruno Le Maire presse pour un déconfinement rapide de l'économie », 29 avril 2020

Les Echos, « La dette des entreprises françaises s'approche des 2.000 milliards d'euros », 10 juin 2020

Les Echos, « Le plan de la place financière pour soutenir la reprise », 2 juin 2020

Les Echos, « L'exécutif va bien baisser les impôts de production, mais de seulement 10 milliards d'euros », 16 juillet 2020

Les Echos Executive, « Jean-Paul Agon : « L'Oréal s'est renforcé pendant la crise », 19 juin 2020

Le MOCI, « États-Unis / UE : l'augmentation des droits de douane frappe des secteurs divers », 22 octobre 2019

L'opinion, « Etats-Unis: le Sénat pourrait voter jeudi un plan de relance économique », 9 septembre 2020

LSA entreprises, « Consommation en confinement: poussée de la préoccupation hygiéniste », 4 mai 2020

Patrick Artus : "Il va falloir s'habituer à la déconnexion entre les fondamentaux économiques et les marchés financiers !", Ecorama, 19 juin 2020

Patrick Artus : "Il va falloir s'habituer à la déconnexion entre les fondamentaux économiques et les marchés financiers !", Ecorama, 19 juin 2020

Paul Krugman, « Will We Flunk Pandemic Economics? », The New York Times, 6 avril 2020