



F I C H E C O N S E I L S

Le maquillage se pose en pharmacie

Face à une concurrence multicanale plus vive que jamais, la pharmacie répond à la crise de confiance des femmes et au besoin de conseils. Auréolé d'un savoir-faire scientifique rassurant, le circuit officinal bénéficie également d'un excellent rapport qualité/prix et d'une fréquentation régulière.

Objectif : développez un discours et une offre différenciante des autres circuits (GMS, sélectif, internet et boutiques) pour vous imposer.



MISER SUR LA TOLÉRANCE DES PRODUITS

Avec une offre qui associe à la fois un choix de teintes, des galéniques travaillées et des ingrédients pour une tolérance parfaite, votre officine pourra se différencier dans sa zone de chalandise et fidéliser une clientèle à la peau fragile et en quête de produits haute tolérance.

- Privilégiez les marques dermo-cosmétiques qui ont effectué des tests dermatologiques poussés, afin d'offrir une véritable caution santé et soin.
- Proposez des gammes courtes dédiées aux peaux les plus fragilisées, notamment les peaux sous traitements oncologique.



AVOIR DU CHOIX

Que ce soit pour les rouges à lèvres, les vernis, les fonds de teint ou les références destinées aux yeux, vous devez proposer à vos clientes plusieurs marques et une palette colorielle aussi large que possible, tout en veillant à la bonne rotation des teintes.

- Il y a de vrais besoins pour des produits plus 'Naturo-healthy' tout en étant glamour avec des textures fondantes et des couleurs éclatantes.
- Jouez sur les couleurs pour gagner des parts de marché et devenir un circuit incontournable en maquillage.



CONSEILLER UN RITUEL SUR MESURE

Depuis quelques années, les marques de cosmétique surfent sur la vague de la personnalisation des produits. Proposer un rituel personnalisé, c'est l'occasion pour vous d'apporter un conseil ultraciblé.

- Créez un espace conseil de diagnostic de peau dans une zone dédiée où les clientes peuvent s'asseoir tranquillement.
- Réalisez un diagnostic de peau grâce à une « skin machine » ou un questionnaire qui permettra de définir leurs besoins cutanés.
- Une fois le profil de peau établi, rédigez une « ordonnance beauté » avec plusieurs produits personnalisés dans leur texture (crème, sérum...) et leurs propriétés (hydratant, nourrissant, matifiant, apaisant...).



FORMER VOS ÉQUIPES

Le maquillage est un métier complexe qui nécessite du temps pour apprécier les textures, les couleurs, la tenue, la pigmentation, expliquer une routine selon le type de peau et les besoins de la consommatrice.

- Investissez dans la formation de l'équipe. Elle gagnera en professionnalisme.
- Le conseil est un vecteur de réussite plus que jamais légitime en matière de maquillage.



UN RAYON À FORT POTENTIEL

Face à des consommatrices exigeantes et à l'affut des dernières tendances, il est parfois difficile pour vous, futurs pharmaciens, de travailler ce rayon par manque de place. Mais cet investissement peut être rentable.

- Le maquillage vous permettra de rajouter un nouveau territoire à votre officine à moindres frais.
- Il est synonyme de recrutement de nouvelles clientes, de croissance de CA avec une marge additionnelle.
- Les références pour les yeux, notamment bio, peuvent être une porte d'entrée pour les autres produits de maquillage ou même vers le soin.



LES CHIFFRES CLÉS

Les chiffres du maquillage en pharmacie

Les produits de maquillage vendus en pharmacie ne représentent que

5% du business total du marché.

Mais ils pèsent quand même **63,4 M€** en valeur

pour **5,3 millions** d'unités vendues.

Répartition par typologie de produits :

Maquillage du visage (teint) :

36,9 M€ et **2,1 millions** d'unités vendues

Maquillage des yeux :

13,22 M€ et **1,25 million** d'unités vendues

Maquillage des ongles :

7,75 M€ et **1,5 million** d'unités vendues

Maquillage des lèvres :

5,52 M€ et **452 591** d'unités vendues