

Étude de marché Esthétique

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

Introduction à l'étude de marché sectorielle

Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!

Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.

Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



101 400

ENTREPRISES
en 2023

3 491,7 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES

en 2019

17 550

IMMATRICULATIONS
en 2023



2 216

CESSATIONS
en 2022

77 %

**DES ENTREPRISES
DE SOINS DE BEAUTÉ
N'ONT PAS DE SALARIÉ**



26 785

**SALARIÉS
DANS LE SECTEUR
DE LA BEAUTÉ**

**Code APE / NAF
des soins
de beauté :
9602B**

Le code NAF des instituts de beauté, salons de beauté et d'esthétique **9602B**. Il couvre les conseils en beauté et les soins du visage et de la peau (maquillage, traitement anti-rides, massages faciaux à vocation esthétique, etc.) et les soins de manucure et les soins des pieds à vocation esthétique ainsi que l'épilation.

Il est attribué par l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) à toutes les entreprises qui exercent cette activité de manière artisanale ou industrielle.

Il existe également des codes NAF spécifiques pour d'autres activités proches du secteur de la beauté :

- **9602A** : salon de coiffure
- **9604Z** : entretien corporel

L'activité d'un institut de beauté ou d'un salon esthétique

Activités de service destinées aux particuliers, les soins de beauté se concentrent pour la **moitié sur l'épilation** (51%). Suivent les soins du visage (18%) et soins du corps (9%) puis la manucure, la pédicure et le maquillage permanent ou semi-permanent. La vente de produits représente 9% du chiffre d'affaires.

On distingue deux principaux types de prestations :

1 Les salons de beauté

En franchise ou en indépendant, les salons disposent du matériel et du savoir-faire pour proposer des services classiques ou des services spécialisés (lumière pulsée, radiofréquence, cryolipolyse, diagnostic de peau, dermabrasion, ionisation, etc.).

2 Les prestations de beauté à domicile

En plein développement, les soins de beauté à domicile permettent un investissement initial plus faible. Les prestations se limitent alors à des services de beauté traditionnels comme l'épilation, la manucure et la pédicure, les soins du visage et du corps.

L'ORGANISATION DE LA PROFESSION

Le marché de l'esthétique en France se caractérise par un grand nombre d'entreprises, essentiellement des petites structures. **77% des entreprises n'ont aucun salarié** (entreprise individuelle en micro-entreprise ou non). En 2022, 12 288 établissements comportent au moins un salarié dans le secteur des soins de beauté.

Le secteur emploie près de 26 785 salariés en 2019 mais le nombre d'acteurs dans le secteur de la beauté est bien plus élevé, compte tenu du nombre d'entreprises unipersonnelles. C'est un secteur quasi-exclusivement féminin et jeune : **92% des effectifs sont des femmes et 78% des salariés ont moins de 35 ans.**

LES FOURNISSEURS

Côté fournisseurs, les salons d'esthétique nouent souvent des partenariats avec des **marques de cosmétiques** pour les soins. Les fournisseurs d'appareils spécialisés offrent aussi l'avantage de proposer des **soins technologiques** dans de bonnes conditions financières (crédit-bail notamment).

LES SYNDICATS

La profession s'organise autour de la CNAIB (**Confédération nationale artisanale des instituts de Beauté et spas**) et de la CNEP (confédération nationale de l'esthétique et de la parfumerie). Ces organismes défendent les intérêts des salons de beauté, notamment en matière de réglementation et lors de la pandémie de Covid 19.

Le marché des instituts de beauté

LE CONTEXTE DU MARCHÉ

Depuis la pandémie de Covid-19, le secteur de la beauté souffre. L'inflation et les difficultés économiques en font un des premiers postes supprimés dans le budget familial.

Plus de 37 000 emplois sont menacés (21 800 dans les PME et 15 500 dans les TPE).

En 2023, la hausse de défaillance est encore élevée pour les salons de beauté avec 614 entreprises, en hausse de 44,5%. 2023 aura été l'une des pires années :

- 1^{er} trimestre 2023 : 163 défaillances
- 2^e trimestre 2023 : 148 défaillances
- 3^e trimestre 2023 : 125 défaillances
- 4^e trimestre 2023 : 178 défaillances

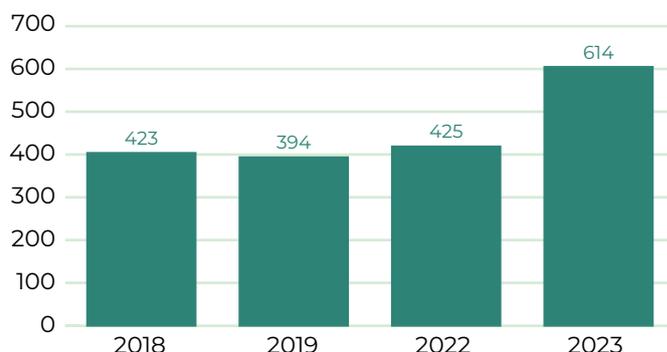
Quand l'augmentation générale des défaillances en France est de +23%, l'esthétique est à +44% en 2023.

Évolution du nombre de défaillances dans les instituts de beauté

2018	423
2019	394
2022	425
2023	614

Pour autant, le nombre de création d'entreprises reste très largement au-dessus. Ce secteur d'activité attire beaucoup d'entrepreneurs.

Évolution du nombre de défaillances dans les instituts de beauté



Le remboursement des PGE (prêts garantis par l'État) contractés pendant la pandémie explique en partie le rattrapage. Mais c'est surtout l'**inflation** et l'arbitrage sur les **habitudes de consommation** qui expliquent cette croissance des défaillances.

50% des Français déclarent avoir diminué leurs dépenses de beauté. Quand une personne effectuait une visite dans un salon de beauté tous les mois ou 2 fois par mois, elle ne s'y rend désormais peut-être qu'une fois par trimestre.



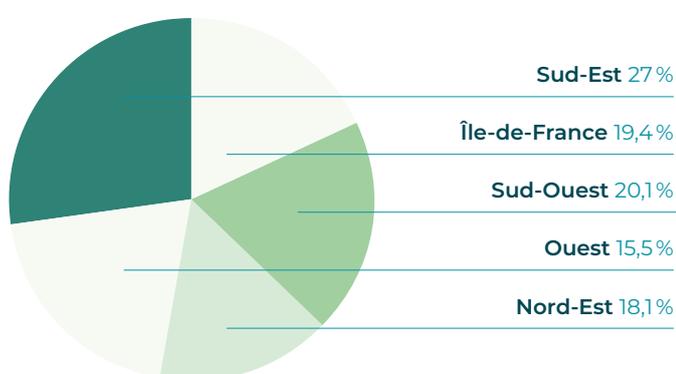
ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALONS

DE BEAUTÉ EN FRANCE

Le nombre de création d'institut de beauté croît de manière régulière. Malgré un repli en 2020 dû à la crise sanitaire et à ses répercussions, le nombre d'instituts de beauté **continue d'augmenter** en France.

Ainsi, nous sommes passés de 28 861 entreprises en 2013 à plus de 100 000 en 2023.

La **répartition géographique** des entreprises est relativement homogène :



ÉVOLUTION DU NOMBRE

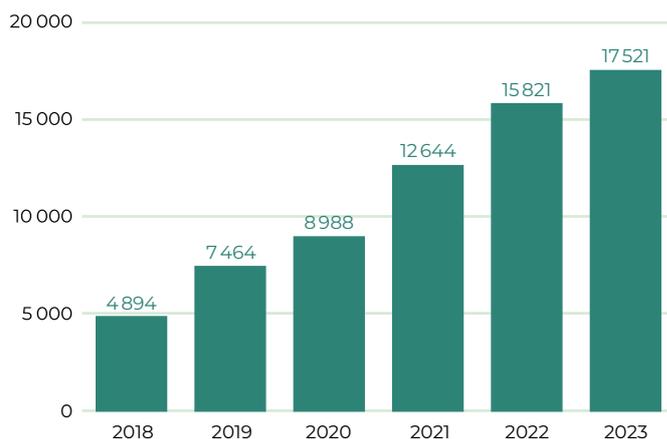
DE CRÉATIONS

Les créations d'entreprise sont aussi en croissance régulière depuis plusieurs années.

Les statistiques liées à l'emploi salarié du secteur ne reflètent pas toute la réalité du marché de la beauté. Beaucoup d'entreprises créées ces dernières années sont des entreprises individuelles. 77 % n'ont aucun salarié.

2018	4 894
2019	7 464
2020	8 988
2021	12 644
2022	15 821
2023	17 521

Évolution du nombre de créations d'instituts de beauté

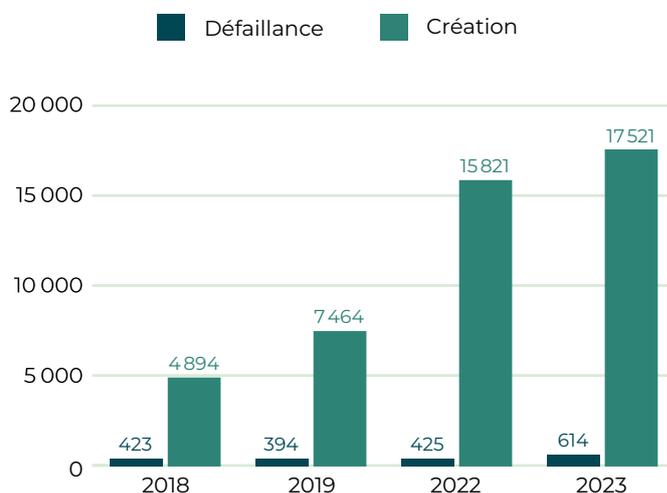


ÉVOLUTION DU NOMBRE

DE CRÉATION ET DE DÉFAILLANCE

En dépit de la croissance des défaillances depuis 2 ans, le solde net (créations - fermetures) est très positif! Cela signifie qu'il y a beaucoup plus d'ouvertures que de fermetures d'instituts de beauté!

Nombre de création et de défaillance



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

DES SALONS DE BEAUTÉ

81 300 € c'est le chiffre d'affaires moyen d'un salon de beauté.

Le secteur des instituts de beauté a connu une année 2020 particulièrement difficile et souffre depuis de l'inflation et des arbitrages des consommateurs. Les 42 950 entreprises des codes APE 9602B et 9604Z ont réalisé un chiffre d'affaires HT en 2019 de 3 491,7 M€. On peut en déduire un **chiffre d'affaires moyen de 81 300 € par entreprise**.

Le chiffre d'affaires est supérieur à 50 000 € pour 79 % des entreprises du secteur.

Entre 2015 et 2023, le chiffre d'affaires du secteur a **augmenté de 54,5 %**.

Évolution du chiffre d'affaires du secteur en valeur

2015	100
2016	107,3
2017	113,9
2018	119,8
2019	127,2
2020	105,6
2021	124,9
2022	149,1
2023	154,5

Source : Insee, *Indice de chiffre d'affaires base 100 en 2015, Soins de beauté*.

L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

La réglementation dans le secteur des instituts de beauté garantit la sécurité et la santé des clients. Les normes sont de plus en plus strictes notamment concernant :

- la formation initiale et continue du personnel
- les mesures strictes d'hygiène et de sécurité
- l'autorisation préalable de réaliser certains soins de beauté et d'utiliser certaines technologies
- l'obligation de souscrire une assurance responsabilité civile professionnelle



L'offre de soins de beauté

Le secteur des instituts de beauté en France est fragmenté entre les instituts indépendants (majoritaires) et des franchises de marques.

Le marché se renouvelle par plusieurs moyens :

- **hyper-spécialisation** : soins des ongles, épilation, maquillage semi-permanent des cils
- **digitalisation** : accueil sans rendez-vous, prise de rendez-vous sur des plateformes digitales, partenariat avec des influenceurs, exploitation des réseaux sociaux
- **positionnement prix agressif** : mise en place de forfait et d'abonnement, offres promotionnelles aux heures creuses, concept low cost.
- **personnalisation** : développement des soins à domicile ou sur le lieu de travail, avec une large amplitude horaire.

Les points de vigilance proviennent de la **concurrence des secteurs connexes** :

- les salons de coiffure développent des offres de manucure,
- les parfumeries proposent des soins du visage,
- les spas offrent des soins dédiés.

En quête de relais de croissance, elles s'inscrivent dans la tendance à la **globalisation du bien-être et de la santé** (soins, nutrition, santé, développement personnel).

Autre risque important : **l'essor du DIY** (do it yourself) est porté par les innovations technologiques sur le petit électroménager (épilateur à lumière pulsée, appareil de manucure, appareil anti-cellulite), le nombre de tutoriels en ligne et sur les réseaux sociaux pour prendre soin de soi. A cela s'ajoute la fabrication de cosmétiques maison supposés plus naturels, le plaisir de faire soi-même et le coût moins important.

Les **atouts** pour résister dans le secteur de la beauté résident dans l'innovation, la qualité du service pour fidéliser la clientèle, le positionnement prix pour une prestation qualitative.

INSTITUT DE BEAUTÉ PAR TYPE

DE FONCTIONNEMENT

- Les **instituts indépendants non rattachés à un réseau** : ils sont fortement majoritaires dans le secteur et représentent 2/3 des entreprises du secteur. Il s'agit essentiellement de petites structures sans salarié.
- Les **réseaux sous enseigne** : ils se sont beaucoup développés ces dernières années et fédèrent aujourd'hui 1/3 des entreprises du secteur.

Les concepts **low cost** sont les plus représentés. Leur principe repose sur une offre tarifaire très attractive (abonnement mensuel) et des services adaptés aux nouvelles attentes des clients : sans rendez-vous, soins express, etc.

Les principaux leaders du secteur sont Body Minute (4800 unités) et Esthetic Center (180 unités). La plupart des enseignes de parfumeries et/ou de cosmétiques ont développé une activité d'institut de beauté contribuant à exacerber les pressions concurrentielles. C'est le cas de Beauty Success (310 unités) ou de Yves Rocher (680 unités).

PAR NIVEAU DE SPÉCIALISATION

- Les **instituts généralistes** : ces instituts proposent tous types de soins à la personne.
- Les **instituts spécialisés** : la spécialisation des prestations de soins est une tendance de fond dans le secteur. Ainsi, les **beauty bar** prolifèrent : bar à ongles, bar à sourcils, bar à sourire, bar à maquillage etc. Ces concepts allient rapidité, praticité (sans rendez-vous) et positionnement prix attractifs (abonnements, forfaits).

PAR TYPE DE PRESTATIONS

92% des entreprises ont comme activité les soins du visage devant l'épilation (90%), les soins du corps secs (67%), les soins de manucure et de beauté des pieds (65%) et la vente de parfums et de produits de beauté (65%).

- Déterminez les forces et les faiblesses de vos concurrents en utilisant la **matrice SWOT**.



L'étude de la demande

BESOINS ET ATTENTES DES CLIENTS

Le secteur de la beauté fait appel au bien-être et au plaisir. Activité essentielle ou pas, le débat a eu lieu en 2020.

Le **développement des soins à domicile** correspond à une clientèle urbaine et pressée, en quête de solutions gain de temps.

Les attentes se polarisent entre une **offre de soins accessibles et rapides et une offre de soins luxueux dotés d'une véritable expertise.**

L'épilation reste la première prestation : les marques fortes rassurent une clientèle qui tente l'épilation durable ailleurs que chez un dermatologue ! Le marché est important : 98 % des femmes entre 16 et 55 ans s'épilent et parmi elles, 85 % sont intéressées par une méthode radicale qui permet d'éliminer durablement le poil.

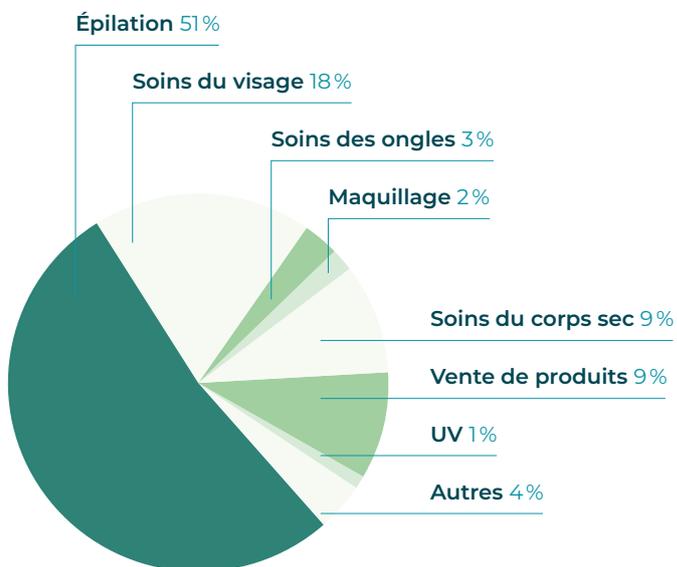
COMPORTEMENTS DE LA CLIENTÈLE

Près d'une femme française sur deux a fréquenté un institut de beauté au cours de l'année 2023. Sur 10 ans, ce chiffre a légèrement augmenté. Il montre l'importance accordée aux soins corporels. La nouveauté concerne la **fréquentation des hommes** qui a doublé et représente aujourd'hui 12 % des clients.

En 2018, 50 % des femmes qui fréquentent un institut de beauté réalisent des soins du visage.

Les tranches d'âge les plus actives sont les **35-44 ans**, suivie par les 25-34 ans.

Répartition de l'activité principale en institut de beauté (2019)



MONTANT DES PRESTATIONS

Un quart des femmes se rend régulièrement dans un institut de beauté au cours d'une année, 44 % ponctuellement et 12 % au moins 6 fois par an.

Sans surprise pour 86 % des femmes, le premier frein à la consommation de prestations ou de produits bien-être réside dans le prix, d'où le succès des offres low cost.

Près d'une consommatrice sur 2 achète un produit de beauté en institut. Pourtant cela ne représente que 9 % du chiffre d'affaires.

Les clients dépensent un budget global de 20 à 60 € par visite en salon de beauté. Toutefois, on observe une différence entre les sexes :

- les femmes dépensent entre 26 et 50 €,
- les hommes dépensent entre 51 et 100 €.

L'analyse des canaux de distribution

INSTITUT DE BEAUTÉ

L'institut de beauté reste le principal canal de prestation de services pour le secteur. Il permet à une clientèle urbaine de se faire plaisir à tout moment.

L'**emplacement du salon de beauté** est donc primordial pour attirer sa clientèle, ainsi que l'amplitude horaire. La taille moyenne d'un salon est de **45 m²**.

La vente directe en institut permet aussi de compléter l'offre, avec des produits recommandés et testés lors du soin.

BEAUTÉ À DOMICILE

La beauté à domicile se développe pour certains soins ne nécessitant pas un matériel trop important : épilation, soin du visage, etc.

Elle se développe grâce à des **plateformes digitales** de prise de rendez-vous. Les réseaux sociaux et le bouche à oreille constituent les principaux moyens de développer sa clientèle.



Les tendances du secteur des instituts de beauté

En résumé :

- Le secteur de la beauté s'adapte aux **évolutions des modes de vie et des attentes** des consommateurs.
- Les **difficultés économiques** influencent les choix des consommateurs avec l'essor des soins rapides à bas prix.
- La **digitalisation et la technicité** des soins apportent des innovations nécessaires pour se démarquer.
- La **marque, l'expertise et la qualité** demeurent des critères importants pour les clients.

LES GRANDES TENDANCES

Le **pouvoir d'achat** pèse sur la consommation de soins de beauté. Pour autant, c'est un moment de plaisir personnel que certains s'offrent encore.

Le marché devrait donc continuer à grandir avec une **concurrence accrue sur l'offre** et le **positionnement prix agressif** (forfait et d'abonnement, offres promotionnelles aux heures creuses, concept low cost).

Les superficies des instituts devraient être revues à la baisse, ce qui peut freiner la vente de produits de beauté, lors du passage en institut, faute de stocks. Certains services (bar à ongles) nécessitent peu d'espace et permettent d'améliorer la rentabilité par rapport aux charges en croissance (loyer, énergie).

Les entrepreneurs indépendants pourraient **rejoindre les réseaux en franchise**, pour être mieux armés face aux nouvelles attentes des consommateurs. La consolidation du tissu commercial a tendance à s'accélérer avec le développement de grands réseaux sous enseigne (Yves Rocher, Body'Minute, Esthetic Center, etc.).

La concurrence reste rude face à de **nombreux acteurs** dont le cœur de métier relève de la beauté et du bien-être (coiffeurs, parfumeries sélectives, spas hôteliers, etc.).

LES PERSPECTIVES DU SECTEUR

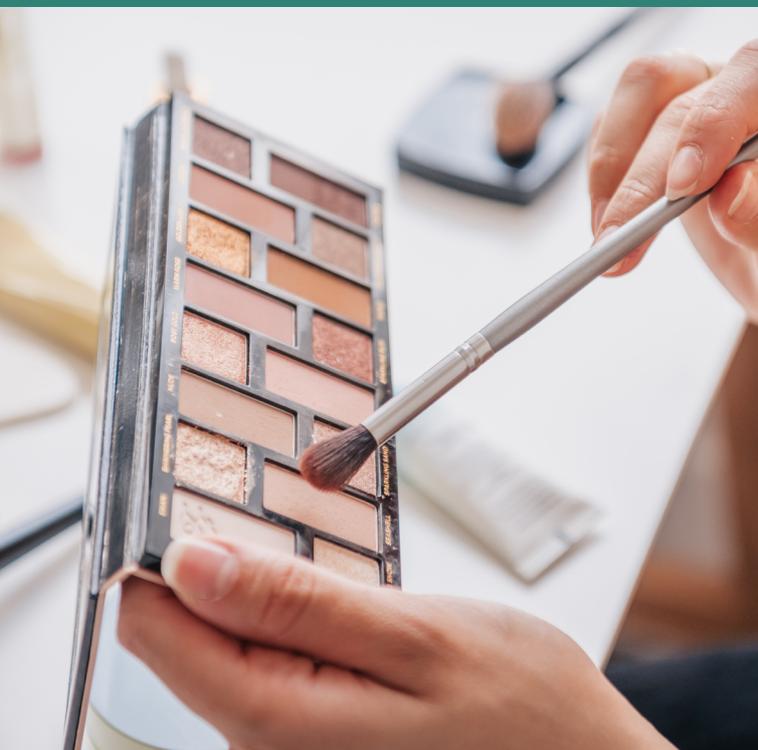
Le secteur de la beauté reste solide mais se transforme de diverses manières.

La **spécialisation** devient importante (bars à ongles, maquillage semi-permanent des cils).

La **digitalisation** du secteur permet de répondre aux attentes : accueil sans rendez-vous, prise de rendez-vous sur des plateformes digitales, partenariat avec des influenceurs, exploitation des réseaux sociaux.

La **personnalisation** avec le développement des soins à domicile ou sur le lieu de travail et une large amplitude horaire.

Conclusion



La grande majorité des instituts de beauté sont de **petites structures indépendantes** sans salarié.

Le développement des instituts sous enseigne (Yves Rocher, Body minute, etc.) reste minoritaire face aux indépendants mais capte un chiffre d'affaires croissant, porté par des marques fortes.

Ainsi, le marché déjà fragmenté des instituts de beauté est de plus en plus atomisé.

L'année 2020 a marqué un recul logique du marché en raison de la fermeture des instituts. Lors de leur réouverture, les habitudes avaient changé et l'arbitrage des ménages face à l'inflation a porté sur ces soins non essentiels. Depuis, le secteur se redresse sous l'effet de leviers de croissance tels que la digitalisation, l'innovation et la spécialisation.

La clientèle peut se montrer fidèle à une marque ou à une personne. Toutefois, l'arrivée d'un concurrent ou la déception peut vite inciter à changer d'institut. La vigilance s'impose à chaque client.

Le prix de vente reste une donnée importante, tandis que la vente de produits complémentaires nécessite des stocks.

Enfin, les enjeux de développement durable, de bien-être autour de produits bio, peuvent impacter le secteur, qui doit convaincre les nouvelles générations de prendre l'habitude de franchir la porte d'un institut de beauté.

N'attendez plus

POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

