

## **Dermatologie Esthétique 2018**

**Quantification et potentiel du marché français :  
Soins en cabinet et Soins à domicile**

*2ème édition*

*Présentation de l'étude  
France, mars 2018*



- 824 femmes ayant déjà eu recours au moins une fois à la dermatologie esthétique interrogées
- 100 pages

# Présentation

---

Le scope de l'étude Dermatologie Esthétique 2018 s'articule autour des 2 grands domaines étudiés déjà en 2011, à savoir les soins en cabinet (dermatologues / médecins esthétiques) avec des solutions en douceur et peu invasives, et pour ce qui concerne les soins à domicile par des soins dermato-cosmétiques permettant une prise en charge avant, pendant et après la procédure médicale.

La première édition avait analysé de façon inédite et détaillée ces marchés. 7 ans après, afin de vous donner la feuille de route marketing la plus affûtée qui soit, nous avons actualisé l'ensemble des questions évoquées à savoir :

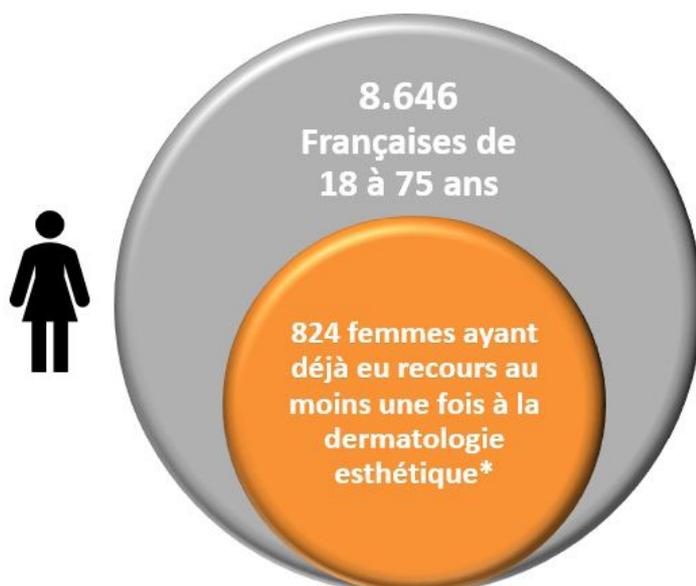
- Quelle est la prévalence des problèmes dermo-esthétiques dans la population française (femmes) ?
- Dans quelle mesure se développer sur le marché de la dermatologie esthétique ?
- Quelle est la taille du marché et des différents segments constitutifs (techniques, produits, profils sociodémographiques) ?
- Quels segments du marché des soins en cabinet prioriser ?
- Comment aborder efficacement le marché des soins pré/post-interventions ?
- Quels sont les profils de patientes les plus porteurs ?
- Comment les cibler efficacement ?
- Quels insights se dégagent particulièrement ?
- Quels circuits de distribution, quelles marques de soins cosmétiques anti-âge sont particulièrement bien positionnées chez les patientes de dermatologie anti-âge ?
- Quelles opportunités existent-ils en matière de compléments alimentaires à visée dermo-esthétique ?
- etc.

# Echantillon

---

**824 femmes Françaises âgées de 18 à 75 ans ayant déjà eu recours au moins une fois à la dermatologie esthétique**, interrogées par Internet, entre le 15 février et le 06 mars 2018.

Cette population est filtrée parmi une base de 8.646 Françaises représentatives de la population française âgée de 18 à 75 ans, en termes de tranches d'âge, de CSP, de régions d'habitation (UDA 5), et de composition du foyer.



Tous les répondants à l'enquête sont des membres de notre communauté de 60.000 panélistes (propriété ARCANÉ Research) : <http://www.panelia.fr>



# Sommaire du rapport

---

*Les évolutions sont présentées pour les questions à iso conditions.*



## Synthèse de l'étude

### 1. Prévalence des problèmes dermo-esthétiques chez les Françaises âgées de 18 à 75 ans

#### 1.1. Les problèmes de peau rencontrés par les Françaises

- 1.1.1. Type de peau du visage des Françaises
- 1.1.2. Part des Françaises estimant avoir une peau «à problème»
- 1.1.3. Problèmes de peau du visage rencontrés
- 1.1.4. Problèmes de peau du visage rencontrés selon l'âge

#### 1.2. Les problèmes esthétiques rencontrés par les Françaises

- 1.2.1. Part des Françaises rencontrant actuellement au moins un «problème esthétique»
- 1.2.2. Types de problèmes «anti-âge / jeunesse du visage» rencontrés
- 1.2.3. Types de problèmes «anti-âge / jeunesse du visage» rencontrés selon l'âge
- 1.2.4. Autres problèmes esthétiques rencontrés
- 1.2.5. Autres problèmes esthétiques rencontrés selon l'âge

### 2. Le marché des actes de dermatologie esthétique (Soins en cabinet)

#### 2.1. Dimensionnement et valorisation du marché des soins en cabinet

- 2.1.1. Taux d'emprise des actes de dermatologie auprès des Françaises
- 2.1.2. Répartition globale du marché volume des actes de dermatologie esthétique
- 2.1.3. Répartition globale du marché valeur des actes de dermatologie esthétique
- 2.1.4. Structure détaillée (par type d'acte) du marché valeur / volume de la dermatologie esthétique «anti-âge»
- 2.1.5. Les problèmes liés à l'âge et au vieillissement du visage les plus traités par la dermatologie esthétique
- 2.1.6. Les autres problèmes esthétique (visage/corps) les plus traités par la dermatologie esthétique (hors anti-âge)

#### 2.2. Profiling des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge

- 2.2.1. Age des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.2. CSP des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.3. Composition du foyer des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.4. Régions UDA5 des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.5. Type de peau des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.6. Couleur de peau des patientes ayant eu recours à la dermatologie esthétique anti-âge
- 2.2.7. Recours aux techniques selon l'âge des patientes



## **2.3. Perspectives de croissance du marché de la dermatologie esthétique (Soins en cabinet)**

- 2.3.1. Potentiel de la dermatologie esthétique au cours des 12 prochains mois
- 2.3.2. Techniques de dermatologie esthétique envisagées par les intentionnistes
- 2.3.3. Potentiel commercial de la dermatologie esthétique à visée « anti-âge / rajeunissement du visage »
- 2.3.4. Matrice stratégique (BCG) de la dermatologie esthétique à visée « anti-âge / rajeunissement du visage »
- 2.3.5. Age moyen des patientes potentielles selon les problèmes « anti-âge / rajeunissement du visage » qu'elles souhaitent corriger
- 2.3.6. Potentiel commercial de la dermatologie esthétique à visée « beauté visage / corps » (hors segment anti-âge)
- 2.3.7. Matrice stratégique (BCG) de la dermatologie esthétique à visée « beauté visage / corps » (hors segment anti-âge)
- 2.3.8. Age moyen des patientes potentielles selon les problèmes « beauté visage / corps » (hors anti-âge) qu'elles souhaitent corriger

## **2.4. Analyse détaillée des caractéristiques et des drivers du marché des actes esthétiques (peeling, injections, lasers)**

- 2.4.1. Part de marché volume (nombre de séances) des différents « circuits » sur le marché des actes esthétiques
- 2.4.2. Fidélité aux différents « circuits » sur le marché des actes esthétiques
- 2.4.3. Motivations de recours aux actes esthétiques en cabinet
- 2.4.4. Critères décisifs dans le choix du dernier centre fréquenté selon le circuit
- 2.4.5. Critères décisifs dans le choix du dernier centre fréquenté selon l'acte esthétique réalisé
- 2.4.6. Processus de choix des actes esthétiques en cabinet
- 2.4.7. Connaissance préalable du dernier acte esthétique en cabinet
- 2.4.8. Points de contact (médias / hors médias) clés dans la connaissance du dernier acte esthétique en cabinet
- 2.4.9. Magazines féminins lus en 2017
- 2.4.10. Caractéristiques décisives dans le choix de finalement recourir à un acte esthétique
- 2.4.11. Degré de satisfaction des patientes concernant les actes esthétiques effectués
- 2.4.12. Identification des regrets de réalisation des actes esthétiques
- 2.4.13. Recommandation des actes esthétiques à l'entourage

# **3. Le marché des soins pré/post intervention (Soins à domicile)**

## **3.1. Vue transversale du marché des soins pré/post intervention**

- 3.1.1. Taille du marché et des différents segments de soins pré/post-intervention
- 3.1.2. Taux de mixité entre les différents segments de soins pré/post intervention
- 3.1.3. Marché volume (nombre de boîtes) des soins pré/post intervention
- 3.1.4. Marché valeur des soins pré/post intervention
- 3.1.5. Répartition des acheteuses de soins pré/post-intervention selon les actes esthétiques concernés
- 3.1.6. Répartition des acheteuses de soins pré/post-intervention selon les circuits d'achats



- 3.1.7. Notoriété des principales marques sur le marché des soins pré et post-intervention
- 3.1.8. Poids en volume des principales marques sur le marché des soins pré et post-intervention
- 3.1.9. Poids en volume des différentes formes galéniques sur le marché des soins pré et post-intervention
- 3.1.10. Les drivers des achats sur le marché des soins pré/post-intervention
- 3.1.11. Bénéfices recherchés dans les soins pré-intervention au global
- 3.1.12. Bénéfices recherchés dans les soins de convalescence au global
- 3.1.13. Bénéfices recherchés dans les soins d'optimisation post-intervention au global

### **3.2. Satisfaction et fidélité des acheteuses et opportunités stratégiques sur le marché des soins à domicile (pré/post-intervention)**

- 3.2.1. Satisfaction des acheteuses concernant les soins pré/post-intervention
- 3.2.2. Satisfaction des acheteuses concernant selon les types de soins pré/post-intervention achetés
- 3.2.3. Identification des éléments du mix-produit qui contribuent le plus à la satisfaction des acheteuses
- 3.2.4. Mapping stratégique du marché des soins pré/post-intervention
- 3.2.5. Influence de la présence d'acide hyaluronique dans l'achat de soins
- 3.2.6. Fidélité aux marques / références de soins

## **4. Les opportunités de développement auprès de la cible « dermato-esthétique »**

### **4.1. Affinités de la cible « dermato-esthétique » en matière de soins du visage / corps et chirurgie esthétique**

- 4.1.1. Identification de la cible dermato-esthétique
- 4.1.1. Identification des femmes de la cible dermato-esthétique ayant réalisé des soins du visage / corps en 2017 et types de soins
- 4.1.1. Identification des femmes de la cible dermato-esthétique ayant eu recours à la chirurgie esthétique et types d'actes réalisés

### **4.2. Affinités de la cible « dermato-esthétique » en matière de compléments alimentaires**

- 4.2.1. Identification des femmes de la cible dermato-esthétique ayant eu recours aux compléments alimentaires en 2017 et types de compléments achetés
- 4.2.1. Degré d'intérêt vis-à-vis des compléments alimentaires à visée dermo-esthétique
- 4.2.1. Degré d'intérêt vis-à-vis des compléments alimentaires à visée dermo-esthétique selon l'âge
- 4.2.1. Degré d'intérêt pour chaque type de complément alimentaire à visée dermo-esthétique selon les autres catégories de compléments alimentaires achetées

### **4.3. Habitudes d'achat de cosmétique anti-âge des femmes ayant déjà eu recours ou tentées par la dermatologie anti-âge**

- 4.3.1. Identification des soins cosmétiques utilisés en 2017 par la cible dermato-esthétique
- 4.3.1. Circuits d'achats des soins anti-âge utilisés en 2017
- 4.3.1. Marques de soins anti-âge achetés en 2017
- 4.3.1. Modifications des habitudes d'achats depuis le recours à la dermatologie esthétique



## Livrables

### Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point.

### Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible et cela sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimez utiles (présentation orale en option).

## Vos contacts



### Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

herve.guingant@arcane-research.com

Direct : 02.41.60.37.68



### Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

coline.lebihan@arcane-research.com

Direct : 02.41.20.08.76

## arcane research

Expert en montage d'études multi-clients et en études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

### Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études thématiques sur des marchés connus et maîtrisés,
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

### La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

### [www.arcane-research.com](http://www.arcane-research.com)

arcane research est un institut d'études indépendant spécialisé depuis 1993 dans les études quantitatives.



### Références Santé & Pharmacie

3M – ABBOTT – ALCONLABS – ALES GROUPE – ALLERGAN – AMDIPHARM – ASTRA ZENECA – BAUSCH&LOMB – BAYER – BAYER PHARMA – BEIERSDORF – BIOCDEX – BIODERMA – BIOGARAN – BIORGA – BOEHRINGER-INGELHEIM – BOIRON – BROTHIER – BSN MEDICAL – CEPHALON – COOPER – DIAFARM-NPC – EA-PHARMA – EFFIK – EUCERIN – EXPANSCIENCE – GABA – GEDEON RICHTER – GENEVRIER – GSK – HRA – INNOTHERA – INTERVET – IPRAD SANTE – IPSEN – JANSSEN CILAG – LABORATOIRE DE LA MER – LEHNING – LEVER FABERGE – MAYOLY SPINDLER – MEDA PHARMA – MENARINI – MERCK MEDICATION FAMILIALE – Merial – NEGMA-WOCKARDT – NOVARTIS – OENOBIO – OMEGA PHARMA – PAUL HARTMANN – PFIZER – PICOT – PIERRE FABRE Dermo Cosmétique – PIERRE FABRE MEDICAMENT – PIERRE FABRE ORAL CARE – PIERRE FABRE SANTE – PROCTER GAMBLE – RECKITT BENCKISER – ROGE CAVAILLES – ROTTAPHARM – SANOFI-AVENTIS – SARBE – SCA – SCHOLL – SEMES MARQUE VERTE – SERVIER – SIGVARIS – SMITH & NEPHEW – SOGIPHAR – STALLERGENES – STIEFEL – SUN STAR – SVR – TEOXANE – TERRA SANTE – TEVA – THUASNE – TOP PHARM – UPSA – URGO – VANIA – VENDOME – WELEDA – WINTHROP,...