



2020

FRANCIA

Scheda di Settore

SPA e Benessere

Cure termali

Cosmetica

Complementi alimentari

ICE Agenzia - Ufficio di Parigi
44, rue Paul Valéry – 75116 Paris

Tel.: + 33 1 53 75 70 00 - Fax: + 33 1 45 63 40 34

e-mail: parigi@ice.it

www.ice.gov.it



Ottobre 2020

Settore Termale

Analisi del mercato e opportunità per le aziende italiane

Parte I:

Spa e benessere in Francia	3
il settore termale in Francia	8
Analisi della domanda	10
Principali Attori	12
Regolamentazione cure termali in Francia	13

Parte II

Cosmetica	17
Mercato e Distribuzione	
Impatto Covid sui consumatori	
Integratori alimentari	23
Mercato e Distribuzione	
Introduzione sul mercato	
Impatto Covid sui consumatori	

SPA e Benessere in Francia

Il benessere è diventato ormai un elemento costitutivo dei viaggi turistici e gli attori del settore fanno evolvere l'offerta di conseguenza e promuovono il benessere quale componente imperdibile, sia al mare che in montagna o in piena natura.

Le offerte sono adattate a adulti, senior e famiglie e declinate integrando un'alimentazione sana, la pratica di sport o rituali benessere (Yoga, Qi Gong), esperienze che integrano quiete e adrenalina... Alcuni centri propongono diagnosi e analisi per adattare l'offerta ai bisogni di ciascuno.

Negli ultimi anni l'offerta francese è nettamente salita in gamma e si è diversificata assumendo talvolta forme ibride (benessere/medicale/tempo libero) su un mercato sempre più segmentato.

La crescita avviene grazie ad investimenti in attrezzature specifiche e gli universi della talassoterapia, parchi acquatici, bagno turco e termalismo diventano porose per rispondere alle nuove esigenze della clientela che spesso è internazionale.

Il mercato delle Spa e dei centri Benessere in piena espansione

Nello spazio di qualche anno il mercato delle Spas è diventato uno dei protagonisti nel mondo del lusso.

Secondo Global Wellness Institute – GWI, il mercato mondiale del benessere ha raggiunto 3.400 miliardi di dollari di giro d'affari nel 2018 e quello delle **Spas** i **93,6 miliardi di dollari**.

Global Wellness Economy Highlights (2017)



Wellness Real Estate

Wellness Real Estate Market:
\$134.3 billion (6.4% CAGR from 2015-2017)

Wellness Lifestyle Real Estate (Residential) Project Pipeline:
over 740 projects in 34 countries



Workplace Wellness

Number of Workers with Access to Workplace Wellness Programs & Services:
321.7 million (9.8% of employed workers)

Expenditures on Workplace Wellness:
\$47.5 billion (4.8% CAGR from 2015-2017)



Wellness Tourism

Number of Wellness Trips:
830.0 million (9.6% CAGR from 2015-2017)

Wellness Tourism Expenditures:
\$639.4 billion (6.5% CAGR from 2015-2017)

Average Expenditure per Trip:
\$1,528 for intl./Inbound (53% premium);
\$609 for domestic (178% premium)



Spas

Number of Spas:
149,252 (10.8% CAGR from 2015-2017)

Spa Revenues:
\$93.6 billion (9.9% CAGR from 2015-2017)

Spa Employment:
2,594,507 (9.8% CAGR from 2015-2017)



Thermal/Mineral Springs

Number of Thermal/Mineral Springs Establishments:
34,057 (11.3% CAGR from 2015-2017)

Thermal/Mineral Springs Establishment Revenues:
\$56.2 billion (4.9% CAGR from 2015-2017)

Thermal/Mineral Springs Establishment Employment:
1,772,775 (13.1% CAGR from 2015-2017)

La Francia risulta è nella top ten dei mercati **wellness** in termini di spese dietro a Germania e Regno Unito e davanti all'Italia (pag 22) ed è il secondo mercato per giro d'affari, dietro Germania e davanti all'Italia (5° posizione).

Per le Spa l'Italia è in terza posizione in Europa con 3.954 Spa - in Francia sono 4.653 - e un giro d'affari di 3.239 M\$ (Francia 3.589 M\$), in testa la Germania con 7.060 Spa e un fatturato di 6.659 M\$.

Per le fonti termali in testa Germania e Russia (rispettivamente 1.265 stabilimenti e 7,15 Md\$ e 838 stabilimenti e 3.67 Md\$).

Secondo GWI, il mercato mondiale delle Spas è in piena espansione e gode di ottima salute in **Francia**, oltre a rappresentare una leva di crescita per gli hotel di lusso: la presenza di uno Spa è un criterio di qualità e una prestazione indispensabile per assicurarne l'attrattività presso a clientela.

In Francia sei hotel 5 stelle su dieci offrono l'accesso a uno Spa.

Gli Spas degli hotel francesi hanno registrato circa 1,5 milioni di visite nel 2018 e generato 150 milioni di euro di fatturato.

Europe Highlights (2017)



Wellness Real Estate

Wellness Real Estate Market:
\$31.7 billion (4.5% CAGR from 2015-2017)

Wellness Lifestyle Real Estate (Residential) Project Pipeline:
61 projects



Workplace Wellness

Number of Workers with Access to Workplace Wellness Programs & Services:
101.3 million (25.0% of employed workers)

Expenditures on Workplace Wellness:
\$17.7 billion (5.0% CAGR from 2015-2017)



Wellness Tourism

Number of Wellness Trips:
291.8 million (8.1% CAGR from 2015-2017)

Wellness Tourism Expenditures:
\$210.8 billion (4.4% CAGR from 2015-2017)

Average Expenditure per Trip:
\$1,209 for intl./inbound (65% premium);
\$594 for domestic (105% premium)



Spas

Number of Spas:
46,282 (11.2% CAGR from 2015-2017)

Spa Revenues:
\$33.3 billion (10.1% CAGR from 2015-2017)

Spa Employment:
883,352 (8.8% CAGR from 2015-2017)



Thermal/Mineral Springs

Number of Thermal/Mineral Springs Establishments:
5,967 (3.1% CAGR from 2015-2017)

Thermal/Mineral Springs Establishment Revenues:
\$21.7 billion (4.9% CAGR from 2015-2017)

Thermal/Mineral Springs Establishment Employment:
438,424 (2.6% CAGR from 2015-2017)

Top Ten Wellness Real Estate Markets in Europe, 2017

	Market Size (US\$ millions)
United Kingdom	\$9,016.4
Germany	\$6,439.9
France	\$5,814.5
Netherlands	\$1,850.5
Switzerland	\$1,607.0
Norway	\$1,216.7
Sweden	\$1,139.9
Austria	\$1,099.1
Italy	\$1,001.0
Finland	\$650.5

Source: Global Wellness Institute

Top Ten Workplace Wellness Markets in Europe, 2017

	# of Workers Covered (millions)	Expenditures (US\$ millions)
Germany	18.6	\$3,537.7
United Kingdom	14.5	\$2,546.1
France	12.0	\$2,275.3
Italy	9.3	\$1,671.6
Spain	7.1	\$1,357.9
Netherlands	3.8	\$716.7
Sweden	2.6	\$669.5
Switzerland	2.2	\$429.4
Austria	2.1	\$415.0
Belgium	2.1	\$407.0

Source: Global Wellness Institute

Top Ten Wellness Tourism Markets in Europe, 2017

	Number of Trips (millions)	Receipts/Expenditures (US\$ millions)
Germany	66.1	\$65,746.3
France	32.4	\$30,714.6
Austria	16.8	\$16,509.8
United Kingdom	23.2	\$13,478.1
Italy	13.1	\$13,428.4
Switzerland	9.7	\$12,571.3
Spain	18.8	\$9,885.6
Turkey	9.1	\$4,387.7
Russia	15.8	\$3,997.4
Portugal	4.6	\$3,405.2

Note: These figures combine both international/inbound and domestic wellness tourism spending, and also include both primary and secondary wellness trips. Source: Global Wellness Institute

Fonte : https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2019/06/GWI_Europe_WellnessEconomyMonitor2018.pdf

Le marche di lusso si interessano al mercato degli Spa

In Francia sono molteplici le case di moda e lusso che hanno già investito per aprire il loro proprio Spa. Già nel 2001 Clarins ha aperto il suo primo Spa by Clarins a Mauritius e attualmente possiede 31 Spa by Clarins. La marca ha sviluppato un'offerta esclusiva battezzata My Blend, dei prodotti di cura di alta gamma proposti in nove stabilimenti d'eccezione.

Sulla scia di Clarins, i marchi del gruppo LVMH, Guérlain e Dior, hanno aperto Spas per proporre cure di rilassamento e bellezza. Più recentemente Chanel ha inaugurato il suo primo Spa all’Hotel Ritz di Parigi, hotel intimamente legato alla storia della casa di moda.

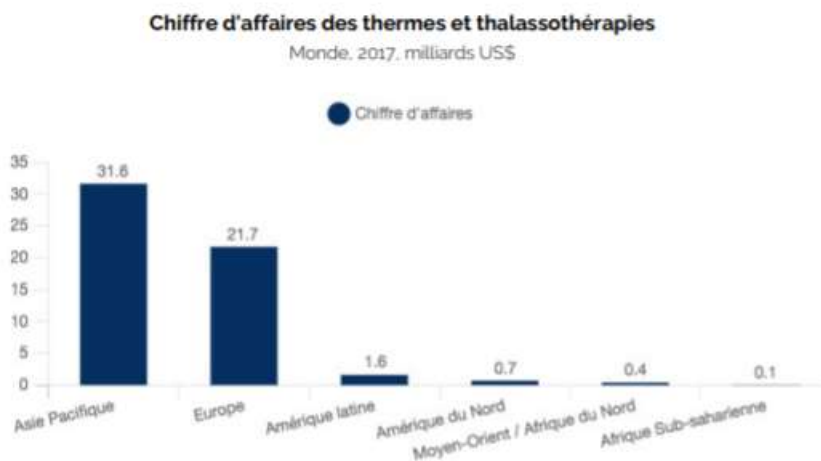
Tra le tendenze dell’offerta va ricordato che le Spas propongono una pletora di servizi e prodotti diversificati grazie all’espansione continua delle proposte che vanno dai consigli dietetici, alla sound e sleep therapy, nonché l’adozione di trattamenti e metodi tradizionali di varie culture: sauna finlandese, onsen giapponese, hammam turchi, medicina tradizionale cinese, ayurveda, ecc.

Oltre a ciò gli istituti specializzati in un solo tipo di trattamento sono anch’essi in aumento: trattamenti di bellezza, massaggi, riflessologia, coaching, reiki, vasche di galleggiamento, crioterapia, sale.

Per rispondere alla richiesta di benessere alcuni istituti ridisegnano le proprie attrezzature per offrire proposte ad hoc e creare atmosfere per fidelizzare la loro clientela (creazione di club, esperienze intergenerazionali, spas for kids, better aging).

Il settore termale

Il mercato mondiale delle **terme** (bagni termali, nuoto, servizi spa/wellness, trattamenti e attività ricreative connesse) vale **56,2 miliardi di dollari** di cui il 34% senza servizi spa (19,1 Md\$ e 25.241 stabilimenti) e il 66% con servizi spa (37,1 Md\$ e 8.816 stabilimenti). Il 94% degli stabilimenti termali è concentrato nella Asia-Pacifico e in Europa e riflette la storia del termalismo e delle cure termali. L’Europa rappresenta 21,7 Md\$ di giro d’affari (38,6% del totale) e 5.967 stabilimenti.



Source: [GWI](#)

In Europa, secondo la legislazione in vigore in ogni Paese, i soggiorni termali possono venir parzialmente o integralmente rimborsati, come è il caso in Francia, Italia, Germania o

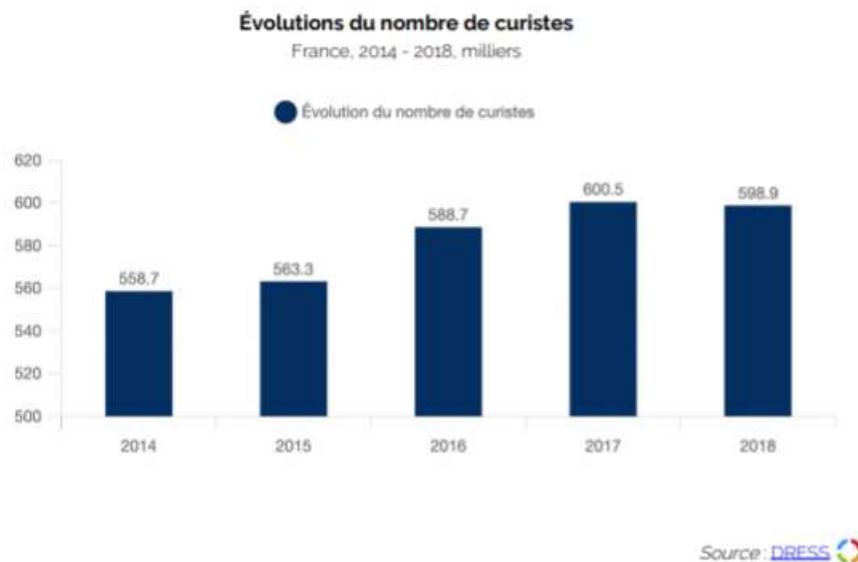
Islanda.

Il settore termale in Francia

Il termalismo in Francia rappresenta un settore particolarmente importante, sia in termini di numero di curisti che intermini di giro d'affari e effetti economici connessi.

Nel 2018 più di **10 milioni di giornate** di cure termali sono state effettuate nelle stazioni termali francesi da parte di circa **600.000 curisti**.

Il giro d'affari in Francia, che tiene conto delle spese dirette (cure) e indirette (alloggio, alimentazione, cure complementari), è stimato a **1,03 miliardi di €** nel 2018 (di cui spese indirette dei curisti 690 M€ - La Medecine Thermale – e 335,4 M€ = 560 € per 598.931 curisti – secondo i dati DREES).



Fonti:

<https://www.medecinethermale.fr/curistes/la-medecine-thermale-aujourd'hui/cest-quoi-la-medecine-thermale.html>

<https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/etudes-et-statistiques/publications/panoramas-de-la-drees/article/les-depenses-de-sante-en-2018-resultats-des-comptes-de-la-sante-edition-2019>

<https://cms.europeanspas.eu/storage/uploads/2019/07/14/5d2b4bbe12dc3Balneotherapy-Brochure.pdf>

BusinessCoot – Le Marché du Thermalisme - France

La Filiera SPA in Francia Talassoterapia, SPAs e Terme

La Francia beneficia di una lunga tradizione di cure per mezzo dell'acqua (SPA - salus per aqua) e figura tra le principali destinazioni mondiali del "turismo benessere": 4° destinazione mondiale in termini di introiti e 5° per la frequentazione.

L'offerta francese è unica in Europa e comprende Talassoterapia, Spa e Terme di posizionamento alta gamma.

I centri sono situati su tutto il territorio nazionale e in siti di grande diversità: mare, montagna, campagna, città. Alcuni beneficiano di notorietà mondiale come la Bretagna, le Alpi e il Monte Bianco o la Provenza.

Talassoterapia: la Francia è la 1° destinazione mondiale per la talassoterapia con 56 centri ripartiti sulle tre coste (mediterraneo, atlantico e manica).

Principali attori: Thalazur (8 siti in Francia), gruppo Phéliepeau (4 stabilimenti), Accor Thalassa Sea&Spa (13 centri), Thalacap (5).

SPAs: circa 4.500 Spas in un settore che cresce ogni anno del 8/12% e una parte del quale è integrata a numerosi istituti di talassoterapia in complemento alle cure marine.

Principali attori: con circa 200 stabilimenti la rete Spas de France è il primo gruppo del settore centri benessere e bellezza, seguito da Spa A (53 stabilimenti in Francia).

Terme: alcune acque termali francesi sono reputate sin dall'antichità e esistono circa 89 stazioni termali e 109 stabilimenti termali in attività. Numerosi dei quali hanno creato delle spas termali orientate benessere a complemento delle loro attività tradizionali.

Principali attori: France Thermes (marchi B'O resort e Aiga), La Chaine Thermale du Solei (20 stazioni).

Le terme sono situate principalmente nelle regioni Occitania (188.000 curisti – 31 centri), Nuova Aquitania (150.000 curisti e 15 centri) e Auvergne Rhone Alpes (130.000 curisti e 24 centri) che puntano su mini-cure non rimborsate dal servizio sanitario per diversificare la loro offerta e attirare nuova clientela.

L'offerta è completata da una cucina di qualità, a base di prodotti freschi e locali che risponde al successo attuale della gastronomia.

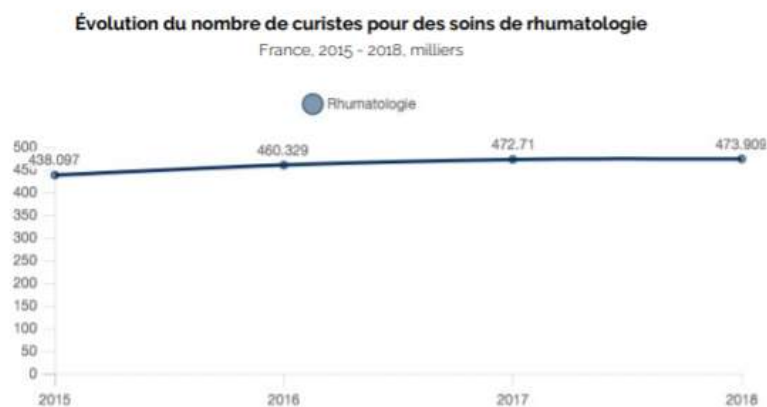
Fonte : L'Officiel du Thermalisme

Analisi della Domanda

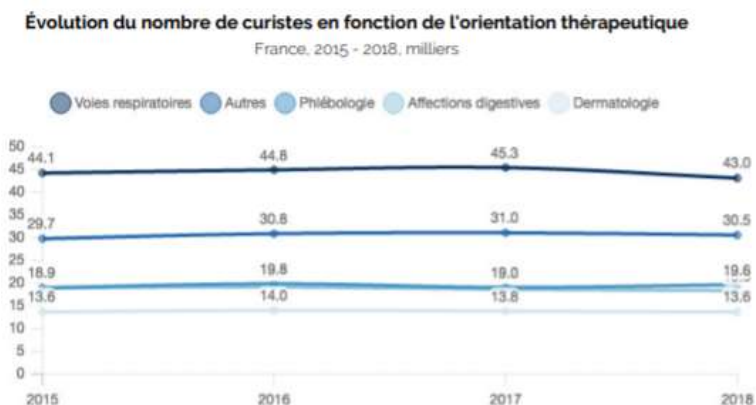
I soggiorni termali in Francia hanno tutti uno scopo terapeutico volto a curare disfunzioni grazie alle proprietà delle acque termali, i principali orientamenti terapeutici sono nell'ordine:

- Reumatologia
- Vie Respiratorie
- Flebologia
- Problemi digestivi
- Dermatologia
- Altri

I curisti più numerosi sono quelli che desiderano una terapia termale per curare problemi reumatologici.



Source: DBESS



Source: DBESS

Profilo dei Curisti francesi

Secondo i dati della Médecine Thermale, nonostante un ringiovanimento della clientela legato alla diversificazione dell'offerta la maggioranza dei clienti sono donne (65%) e i 2/3 hanno più di 60 anni (69% tra 55 e 74 anni), si tratta quindi di una clientela prossima all'età della pensione.

Gli attivi rappresentano il 23% dei curisti.



Effetti ricercati

I principali effetti ricercati oltre alle cure per dolori fisici sono il relax (fisico e psicologico) e la diminuzione dell'utilizzo di medicine.

Invecchiamento della popolazione francese

Nel 2018 in Francia la quota della popolazione di più di 60 anni è pari al 25% (era del 20,6% nel 2000). Secondo l'INSEE gli over 60 dovrebbero essere il 28% nel 2025 e il 30,7% nel 2035. Tale tendenza dovrebbe implicare spese per la salute più elevate per mantenere in buona salute le persone anziane. Tale fenomeno dovrebbe beneficiare anche alle stazioni termali. Tuttavia l'invecchiamento della popolazione dovrebbe implicare riforme del regime di Assurance Maladie (copertura sanitaria) e potrebbe tradursi in un minor rimborso delle spese termali.

Principali Attori

Secondo il CNET (Consil National des Etablissements Thermaux) i principali attori del termalismo in Francia sono:

Attore	Numero stabilimenti
Chaine Thermale du Soleil www.chainethermale.fr	20
ValVital www.valvital.fr	11
ArenaDour www.thermes-dax.com	6
EuroThermes www.eurothermes.com	4
France Thermes www.france-thermes.com	3

Nuovi protagonisti si sono manifestati negli ultimi anni via acquisizioni di stabilimenti esistenti: il gruppo L'Oréal ha acquisito le Thermes de Saint gervais e la Caisse de Dépôts ha investito con BO resort nella stazione termale di Chatel Guyon.

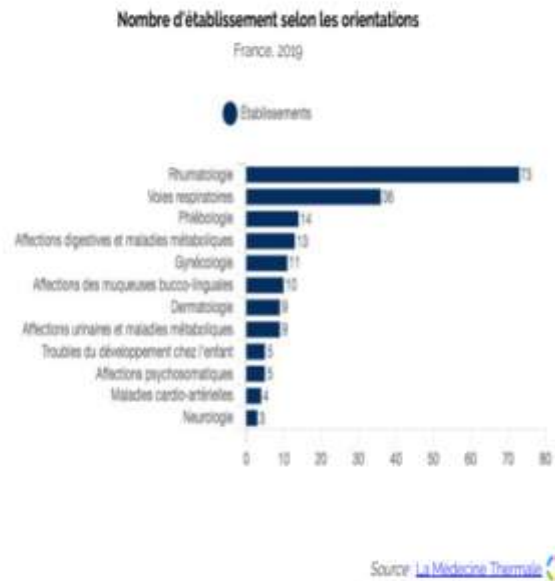
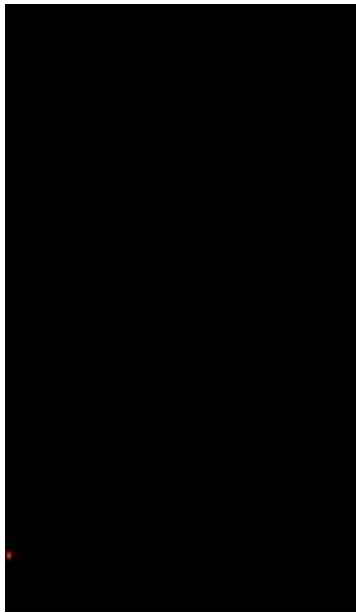
Geograficamente la maggior parte delle stazioni termali francesi sono localizzate nel Sud Ovest e il Sud est della Francia siti in cui si situano le fonti di acqua termale. Gli stabilimenti termali sono suddivisi secondo il loro orientamento terapeutico, uno stabilimento può avere più orientamenti (esistono ad esempio 29 stazioni termali specializzate in reumatologia e vie respiratorie).

Le stazioni termali più numerose sono quelle che prendono in carico i **problemi reumatologici** (73) e delle **vie respiratorie** (36).

Tra 2016 e 2021 gli **investimenti** delle stazioni termali programmati sono pari a 825 M€ (circa 10/15% del fatturato) che dovrebbero permettere di

- Sviluppare le infrastrutture
- Diversificare l'offerta
- Investire in R&D

La tendenza è al miglioramento delle condizioni di accoglienza dei curisti e uno spostamento verso proposte di servizio di più alta gamma accompagnate da attività complementari (passeggiate, giri in bicicletta, acquagym, ristorazione gastronomica).



La Regolamentazione cure termali in Francia

In caso di prescrizione di cure termali da parte del medico condotto l'Assurance maladie può prendere in carico, a certe condizioni, le spese mediche, di trasporto e di alloggio.

La cura deve essere oggetto di una prescrizione medica e riguardare una delle seguenti patologie:

- Patologie digestive
- Patologie psicosomatiche
- Patologie urinarie
- Dermatologia
- Ginecologia
- Malattie cardio-arteriali
- Neurologia
- Flebologia
- Reumatologia
- Problemi di sviluppo nei bambini
- Disturbi delle vie respiratorie
- Patologie delle mucose bucco-linguali

Lo stabilimento termale deve essere riconosciuto e approvato dall'Assurance maladie.

La durata della cura è di 18 giorni di trattamento effettivo.

Va effettuata una domanda di presa in carico (prise en charge) da parte del medico che prescrive la cura accompagnata da una dichiarazione del reddito (con documenti giustificativi).

La CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie) dà il suo accordo.

Ogni paziente ha diritto ad una cura all'anno per patologia.

Rimborso delle cure termali in Francia

Le cure in talassoterapia non sono più rimborsate in Francia dal 1998, mentre le cure termali lo sono a certe condizioni:

- essere prescritte da un medico e riguardare una patologia che figura nella lista dei 12 orientamenti terapeutici presi in carico dall'Assurance Maladie
- essere riconosciute e convenzionate dall'Assurance Maladie, la durata è fissata a 18 giorni e la cura può essere rimborsata una sola volta all'anno.

Il forfait termale di 560 € è rimborsato dopo l'iter amministrativo al 65%.

In caso di redditi inferiori a 14.700 € nell'anno precedente le cure per una persona singola o di 22.000 € per una coppia, si può ottenere il rimborso del trasporto e dell'alloggio al 65% sulla base di un ammontare forfettario di 150 €.

Le spese complementari e le prestazioni di confort non vengono prese in carico.

Fonte : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F751>

In Francia il prezzo delle cure termali può venir scomposto in Tarif Forfaitaire de Responsabilité - TFR, base per il calcolo dei rimborsi da parte dell'Assurance Maladie, e Prix Limite de Facturation che sottratto al TFR dà l'ammontare che rimane a carico del curista e della sua assicurazione complementare (ticket moderatore).

Affection / pathologie traitée	Tarif Forfaitaire de Responsabilité (TFR)	Prix Limite de Facturation (PLF)
Rhumatologie	510,51 €	542,12 €
Voies respiratoires	449,95 €	477,81 €
Phlébologie	472,80 €	502,08 €

Le spese mediche legate alla cura termale comprendono un forfait di sorveglianza medica e un forfait termale.

Il forfait medico corrisponde alla sorveglianza da parte del medico termale durante la cura ed è rimborsato al 70%.

Il forfait termale corrisponde alle cure termali realizzate e viene rimborsato al 65% del Tarif

forfaitaire.

Alcuni stabilimenti fatturano inoltre un complemento tariffario il cui prezzo è limitato da una convenzione e che può essere rimborsato dall'assicurazione complementare.

Cure termali all'estero

Le cure termali effettuate all'estero dai Francesi all'interno dell'Unione europea possono essere prese in carico seguendo la procedura descritta per le cure termali in Francia.

Va effettuata una richiesta secondo la regolamentazione francese via il formulario di presa in carico (Formulario S3185) che va completato dal medico curante.

Formulario : <https://www.ameli.fr/sites/default/files/formualires/127/s3185.pdf>

La Direttiva europea sull'Assistenza sanitaria

I cittadini dell'UE godono del diritto di accesso all'assistenza sanitaria in tutti i paesi dell'UE e del diritto di rimborso da parte del loro paese di residenza dei costi delle cure ricevute all'estero.

La direttiva 2011/24/UE concernente l'applicazione dei diritti dei pazienti relativi all'assistenza sanitaria transfrontaliera definisce sia le condizioni per cui un paziente può recarsi in un altro paese dell'UE per ricevere cure mediche che le condizioni per il rimborso delle spese. Illustra i costi dell'assistenza sanitaria, nonché le prescrizioni e la fornitura di medicinali e dispositivi medici.

L'assicurazione sanitaria copre direttamente tutte le spese:

- Questo sistema si applica alle **strutture sanitarie pubbliche** e non copre le cure private.
- Va richiesta l'**autorizzazione preventiva all'ente assicurativo prima di recarsi all'estero per ricevere le cure**. Una volta ottenuta, si riceverà un apposito modulo di richiesta di autorizzazione (modulo S2)
- Il costo delle cure mediche sarà rimborsato dall'ente assicurativo in base alle tariffe applicate nel paese dove ricevi il trattamento.
- Non si dovrà pagare nulla, poiché gli enti interessati gestiranno tra di loro le procedure di rimborso.

l'ente assicurativo non può respingere la richiesta di autorizzazione se:

- la cura specifica non è disponibile nel paese di appartenenza, ma è coperta dal regime di assicurazione sanitaria obbligatoria, e
- non si può ricevere il trattamento di cui si ha bisogno in tempi ragionevoli nel paese di appartenenza, considerando l'attuale stato di salute e il corso della malattia.

Fonti : https://ec.europa.eu/health/cross_border_care/overview_it
https://europa.eu/youreurope/citizens/health/index_it.htm
<https://www.pensionoggi.it/notizie/lavoro/cure-termali-chi-ha-diritto-al-rimborso-dall-inps-12312312>

COSMETICA Il Mercato

Il mercato della bellezza è uno dei più importanti settori dell'economia francese. A livello mondiale la Francia detiene, grazie al gruppo L'OREAL (leader mondiale del settore), a Chanel e Guerlain, ma anche al concorso di una miriade di piccole e medie imprese (l'82% delle imprese del settore sono PMI), circa il **23% delle quote di mercato mondiali** e risulta essere il **principale Paese esportatore della cosmetica** davanti a Stati Uniti e Germania.

Il mercato europeo della cosmetica è valutato a 78,6 miliardi di € di consumi nel 2019 (fonte: Cosmetic Valley). Mentre i principali gruppi europei sono principalmente centrati sui mercati di largo consumo, la Francia si distingue per un posizionamento di più alta gamma meno sensibile alla concorrenza internazionale e trainato dall'immagine di Parigi, capitale del glamour. Il settore è poco toccato dalla delocalizzazione.

Le imprese francesi effettuano circa il 60% del loro giro d'affari all'estero, così come i loro fornitori francesi di materie prime.

Il settore della cosmetica e igiene del corpo rappresenta uno dei principali settori in termini di **export con 15,5 miliardi di € nel 2019** (in aumento rispetto al 2018 dell'8,7%), di cui 7,2 miliardi di € verso l'UE.

La quota mondiale della Francia nell'export di cosmetici è del 13,35% (fonte ONU 2018).

Per quanto riguarda il saldo della bilancia commerciale, la cosmetica ha registrato un **avanzo di 12,2 miliardi di €** nel 2019, in aumento dell'8,6% rispetto al 2018. In termini di bilancia commerciale tale risultato situa il settore della cosmetica al **secondo posto in termini di avanzo commerciale** dietro ad aeronautica (29,4 miliardi di €) e davanti a vini e bevande (13,1 miliardi di €).

Nel 2018 (ultimi dati disponibili) il mercato nazionale dei prodotti cosmetici ha registrato un fatturato globale di circa **12 miliardi di euro** con un tasso medio di crescita annuale del 3%, risultando uno dei più importanti d'Europa, dietro a quello tedesco (13,6 miliardi di €), ma davanti a Regno Unito (11,1 miliardi) e Italia (10,1 miliardi).

Valore produzione: Vendite sul Mercato nazionale + Export = **24,08 Md€ nel 2018** (22,62 Md€ nel 2017).

A ciò si aggiungono 3 miliardi di euro di giro d'affari per le materie prime e 19,4 miliardi di euro per la distribuzione.

I tre principali fabbricati francesi (L'Oréal, Pierre Fabre e LVMH) e le loro filiali concentrano il 55% del giro d'affari della produzione francese.
(Fonte Febea).

Il settore di produzione impiega direttamente più di **55.000 persone** alle quali si aggiungono circa **25.000** posti di lavoro nella subfornitura (flaconi, artigiani vetro, piante e oli...).

Sono inoltre **164.000 gli impieghi indiretti** legati all'universo dei prodotti cosmetici: estetisti, distributori, parrucchieri, manicure, ecc., di cui il 65% sono donne, e che operano in 79.000 stabilimenti, di cui 8.000 istituti di bellezza e 60.000 parrucchieri.

Il settore investe nella **ricerca e sviluppo** e ogni anno circa 650 milioni di € sono destinati alla R&D. Circa 1.500 brevetti vengono depositati ogni anno. In media i grandi gruppi del settore investono tra il 3% e il 3,5% del loro giro d'affari in R&D.

Esiste un polo di competenze/competitività del settore, la **Cosmetic Valley** (www.cosmetic-valley.com) che riunisce in rete gli attori della filiera e coordina l'ecosistema nazionale della cosmetica francese. Fanno parte della Cosmetic Valley 3.200 imprese della filiera profumeria e cosmetica ripartite sull'intero territorio nazionale
(Fonte FEBEA – www.febea.fr)

Al livello dei consumi, il **budget medio delle famiglie** francesi per articoli di profumeria, igiene e bellezza è in continuo aumento negli ultimi anni e raggiunge i **3.000 € l'anno**.

La Francia è il paese di origine di alcuni tra i principali produttori mondiali come L'OREAL, CLARINS, CAUDALIE, CHANEL, DIOR, GUERLAIN, LVMH, VICHY, ROGER et GALLET, AVENE, NUXE, L'OCCITANE, COTY-LANCASTER ... e dei principali laboratori: ROC, LA ROCHE POSAY, PIERRE FABRE, URIAGE, NUXE, PHYTO, YVES ROCHER, VENDOME....

I cosmetici biologici

Tra i segmenti più dinamici, vanno ricordati i prodotti di bellezza e cosmetici **biologici**, le cui vendite registrate nel 2018 sono pari a **757 milioni di euro**, con un incremento del 18,7% rispetto all'anno precedente.

La quota di mercato dei prodotti cosmetici biologici in Francia è del 6,4%.

La Francia è il terzo mercato per i prodotti cosmetici biologici, dietro a Germania (1,34 Md€) e USA (4,32 Md€).

In Europa il mercato dei prodotti di igiene e cura naturali ha registrato una crescita media di 7% l'anno negli ultimi 5 anni e il mercato vale nel 2018 3,82 Md€ (+7,2% vs 2017).

Le previsioni per il futuro sono rosee e il ritmo di crescita dovrebbe rimanere elevato (+6,3%).

(Fonte: CosmeBio – www.cosmebio.org).

Tale comparto gode infatti di un dinamismo legato alla ricerca di **naturalità** e di prodotti sani, caratteristiche sempre più importanti per i consumatori francesi. Secondo una ricerca di Harris Interactive il 67% dei francesi si dichiara attento alla sostenibilità dei prodotti cosmetici e il 54% è disposto a comprare prodotti naturali e bio anche se più costosi.

La riduzione **dell'impatto ambientale**, il **rispetto del pianeta** e la **sicurezza** dei prodotti sono le tematiche di riferimento del settore in termini di responsabilità e impegno al fine di rispondere alle attese degli utilizzatori. In tale tendenza si inseriscono i **prodotti a base di soli ingredienti vegetali** (Clarins), i **"cruelty-free"** e **vegan** (So Bio Etic, Aesop, Luscious Cosmetics, Kate Von D e Zao). Anche il leader L'Oréal ha sviluppato un'offerta naturale e etica con Botanicals, Dop e Garnier.

Buoni risultati sono ottenuti anche dai prodotti venduti in **farmacie e para farmacie** che incontrano sempre di più il favore dei consumatori come Avène, La Roche Posay, Caudalie e Nuxe che hanno sviluppato gamme naturali.

I consumatori non sono più rappresentati principalmente dalle donne, ormai anche gli uomini sono diventati attori del mercato e utilizzano prodotti specifici e mirati.

Circa la **presenza italiana** nel mercato francese, sono presenti alcune importanti imprese come **Somatoline Cosmetics**, **Kiko make up**, **Deborah**, **Orlane SA** (di proprietà di Giraudi), e tutte le principali case di moda, quali Gucci, Bulgari, Prada, commercializzano i loro profumi e make up nella distribuzione specializzata.

La Distribuzione

La distribuzione di cosmetici e prodotti di bellezza e igiene in Francia rappresenta nel 2018 un giro d'affari di 19,4 miliardi di euro così ripartiti:

Giro d'affari (in Md€) e Quote di mercato:

GDO:	8,7 Md€	45%
Distribuzione selettiva:	3,7 Md€	19%
Farmacie e Para-Farmacie :	3,1 Md€	16%
Insegne monomarca:	1,7 Md€	8%
Istituti di bellezza e Parrucchieri:	1,2 Md€	6%
e-Commerce	400 M€	2%
Altri canali	600 M€	3%

I PRINCIPALI CANALI DISTRIBUTIVI

Distribuzione selettiva e Profumerie

Sephora, Marionnaud, Nocibé, Douglas, Body Shop,
Yves Rocher, L'Occitane...

Farmacie e Parafarmacie

Euro Santé Beauté, Parashop, Parapharmacie Auchan,
Parapharmacie Leclerc, Parapharmacie Carrefour...

Grande Distribuzione - GDO

E-commerce

Saloni di bellezza e parrucchieri

Vendita diretta e per corrispondenza

Créateurs de Beauté, Dr Pierre Richard...

LA RIPARTIZIONE DELLE VENDITE

Vendite di prodotti per categoria in % del fatturato

Prodotti di bellezza e cura 26,7%	Igiene Baby 1,4%
Profumi 21,8%	Igiene dentaria 7,3%
Igiene del corpo 19,3%	Cosmetica 9,4%
Igiene capillare 14,1%	

Fonti: Nielsen, Farmacie, Profumerie selettive, Parrucchieri

[https://www.febea.fr/sites/default/files/media/asteres - etude febea -](https://www.febea.fr/sites/default/files/media/asteres_-_etude_febea_-)



[version imprimeur aout 2019 vweb.pdf](#)

Impatto Covid 19

I nuovi comportamenti di consumo dei prodotti cosmetici

Fortemente impattata dalla crisi sanitaria legata al covid 19, l'industria della profumeria e cosmetica vede l'apparire di nuovi comportamenti di consumo che mettono in luce il carattere essenziale dei prodotti cosmetici. Contrariamente ai pregiudizi che associano la cosmetica ad una relativa futilità, i prodotti cosmetici e di igiene e bellezza si sono rivelati indispensabili nel quotidiano dei consumatori.

Le tendenze emerse sono le seguenti:

Ricerca di benessere e cura di sé

Durante il confinamento l'impossibilità di accedere ai circuiti tradizionali ha riportato le vendite nelle farmacie e e-commerce. Il benessere procurato dai prodotti cosmetici ha portato conforto ai consumatori confinati alla ricerca di combattere lo stress.

Onda igienista

L'emergenza di una reazione igienista di notevole importanza è stata portata dalla paura delle contaminazioni e si è tradotta da un'esplosione dei consumi di prodotti d'igiene e di cura delle mani che secondo alcuni studi dovrebbe proseguire fino al 2025. L'obbligo di portare la mascherina ha indotto nuove abitudini per il maquillage e la crisi ha provocato nei punti vendita una mutazione del retail (accoglienza e circolazione).

Rafforzamento del digitale

Ripercussione più evidente del confinamento, lo sviluppo del digitale ha assunto forme multiple: l'e-commerce ha beneficiato del rifiuto di interazione nei punti vendita e la realtà aumentata è stata spinta favorevolmente dalla crisi. Il successo dei video live streaming annuncia una trasformazione digitale del modello di raccomandazione/consiglio e quindi di consumo.

CONTATTI UTILI

SALONI SPECIALIZZATI

e-COSMETIC 360°

Salone internazionale dell'innovazione della filiera profumeria-cosmetica
12 e 13 Ottobre 2020 – Evento digitale
www.cosmetic-360.com

Stati generali della Filiera cosmetica – Cosmetic Valley

15 ottobre 2020 - Parigi
<https://eg2020.cosmetic-valley.com>

UP BEAUTY SUMMIT by WABEL

Incontri BtoB – Focus Brands & Emerging Brands
26 e 27 Ottobre 2020 - On Line Summit
www.wabel.com/summits/up-beauty/

BEAUTY & PERSONAL CARE SUMMIT by WABEL

Incontri BtoB – Focus Private Label
28 e 29 Ottobre 2020 - On Line Summit
www.wabel.com/summits/beauty-personal-care

BEAUTY FORUM PARIS by Cosmoprof

Appuntamento dei professionisti dell'estetica, benessere e SPA
3 e 4 Ottobre 2021 - Palais des Congrès de Paris (edizione 2020 riportata)
www.beauty-forum.fr

RIVISTE PROFESSIONALI E STAMPA SPECIALIZZATA

Auparfum.com
CosmeticNews.com
Cosmétique Magazine
Cosmétique News
Expression Cosmétique
Fashion Mag
LSA
Moniteur des Pharmacies
Point de Vente

FEDERAZIONE

FEDERATION DES ENTREPRISES DE LA BEAUTE



www.febea.fr

Integratori e Complementi alimentari

In questo periodo di crisi sanitaria senza precedenti per la nostra generazione, diventa ancora più importante il riequilibrio dei nostri modi di consumo con una priorità da accordare all'alimentazione quale strategia preventiva.

I complementi alimentari, già plebiscitati dai Francesi, potrebbero giocare un ruolo importante e vedere il loro ritmo di crescita accelerare ancora.

I complementi e integratori alimentari conoscono già da qualche anno in Francia un vivo interesse e a fronte della pandemia attuale i consumatori sono tentati di fare cure di vitamine, probiotici e altri complementi alimentari per sostenere e rafforzare il loro sistema immunitario e premunirsi contro l'infezione.

Synadiet – organizzazione professionale indipendente che raggruppa più di 250 imprese specializzate nel settore di complementi alimentari – www.synadiet.org) ha appena pubblicato il suo Rapporto di attività relativo al 2019.

Il rapporto è centrato su 3 assi:

Prevenzione salute – salute attiva, complementi alimentari per invecchiare bene, informazione e formazione. La popolazione francese conosce attualmente l'invecchiamento più radicale della sua storia: tra 2010 e 2050 la proporzione della popolazione di più di 65 anni passerà dal 17% al 26%.

Salute naturale – bio, prodotti naturali, piante, canapa, oli essenziali, prodotti dell'alveare. In un contesto in trasformazione, i Francesi ricercano del senso e vogliono dei prodotti rispettosi del pianeta, della loro salute e delle persone che li producono.

Salute responsabile – origine, probiotici, sicurezza, dosaggio.

Tendenze ed evoluzione del Settore

Il Rapporto rivela che il mercato dei complementi alimentari progredisce ad un **ritmo regolare (+1,3% nel 2018)**, sostenuto in particolare dal successo dei **complementi alimentari naturali** a base di piante o dai **complementi alimentari biologici**.

I consumatori francesi si rivolgono sempre più spesso verso prodotti e soluzioni naturali per migliorare il loro benessere e salute o per compensare un'alimentazione che giudicano loro stessi disequilibrata e povera in nutrienti.

Più della metà dei complementi alimentari venduti in Francia contiene un attivo naturale quale ingrediente principale: oli essenziali, super-alimenti, piante, prodotti dell'alveare...

La quota del Biologico

La quota dei prodotti biologici nei complementi alimentari progredisce del 15% in parafarmacia e del 13% in farmacia. I prodotti biologici rispondono alle problematiche di

vitalità, sonno, stress, digestione e invecchiare bene (problemi cognitivi, articolazioni...) con un interesse particolare per i complementi contenenti della luteina (carotenoide, antiossidante, salute degli occhi), della glucosamina (cartilagini articolari) o degli acidi grassi omega 3.

Complementi alimentari: nuove opportunità

Il Cannabidiol (CBD), presente nella canapa, è riconosciuto come ingrediente “Novel Food” e una modifica della regolamentazione europea potrebbe permettere di mettere in evidenza i benefici sulla salute di tale composto.

I Probiotici, che attualmente non beneficiano dell’”allegation de santé”, presentano sviluppi possibili per il loro utilizzo in favore della flora intestinale e Synadet difende un’evoluzione della regolamentazione per meglio inquadrare il loro utilizzo.

Vendite Complementi alimentari* Per circuito distributivo

	Fatturato 2017 M€	Fatturato 2018 M€	Quota di mercato (%)	Crescita in valore (%)
Farmacie	921	925,5	49,6%	+3,4%
Parafarmacia	109	113,5	5,9%	+4,2%
GDO	202	198	10,3%	-2,3%
Circuiti specializzati (bio, dietetica, franchising)	326 di cui bio: 155	297,6 di cui bio: 159,65	15,5% 8,3%	-8,7% +3,0%
Vendita diretta e Vendite a distanza (vendite per corrispondenza, e- commerce)	338 di cui e- commerce: 145	395,5 di cui e- commerce: 159,5	18,7% 8,3%	+6,3% +10%
TOTALE	1.896	1.921	100%	+1,3%

Fonte : Synadiet - Rapporto Annuale 2019 - 2020

* Complementi alimentari e assimilati, prodotti senza AMM (Autorization de Mise sur le Marché), che presentano una promessa salutistica e senza apporto calorico.

Le cifre per 2019 danno un giro d'affari di poco meno di **2 miliardi di euro** e una crescita del **+3%** rispetto al 2018.

498 M €

Nel 2017 13.110 casi di demenza avrebbero potuto essere evitati grazie alla

presa di Omega 3 e permesso di economizzare fino a 498 milioni di euro in spese di salute.

1,23 M€

Nel 2017 1,23 milioni di persone avrebbero potuto beneficiare di un effetto positivo sulle articolazioni grazie alla glucosamina e alla chondroitina e permesso di economizzare 1,6 miliardi di € in spese di salute.

46.000

La presa di luteina e zeaxantina avrebbe potuto evitare 46.000 casi di problemi di visione in Francia e permesso di economizzare 1,7 miliardi di euro di spese di salute.

Fonte:

https://www.synadiet.org/sites/default/files/news/files/synadiet_rapport_activite_2019.pdf

Impatto Covid 19 sui Complementi alimentari

Secondo un'indagine dell'Osservatorio annuale dei complementi alimentari di Synadiet in collaborazione con OpinionWay, in un contesto sanitario dominato dalle preoccupazioni legate alla crisi sanitaria, i Francesi sono sempre più all'ascolto della loro salute.

L'82% dei Francesi dichiara aver fatto evolvere le proprie abitudini nel corso dei 12 ultimi mesi (giugno 2020) per mantenere la propria salute e quella dei loro cari e per tenersi in forma.

Tale tendenza già forte prima della pandemia, si è accentuata con la crisi sanitaria e il 62% dichiara di fare più attenzione dopo l'inizio della pandemia e sono numerosi i Francesi che hanno messo in atto azioni per rafforzare il proprio sistema immunitario: migliore alimentazione (53%), migliore igiene di vita (53%), consumo di complementi alimentari e prodotti di salute naturali (36%).

La crisi sanitaria ha accelerato alcune tendenze già presenti: rivedere le proprie priorità, interrogarsi sul nostro impatto sul pianeta e sul nostro rapporto alle cure e al benessere.

In tale contesto di cambiamento di abitudini i complementi alimentari e i prodotti naturali prendono un posto crescente: 68% dichiara aver consumato un prodotto di tale tipo durante gli ultimi 12 mesi: vitamine e minerali (37%), prodotti dell'alveare (34%), oli essenziali (32%); e il 62% pensa acquistarne nei prossimi mesi.

Cosa si aspettano i Francesi dai Complementi alimentari

dei prodotti naturali (naturalità, evitare di prendere medicine se non necessario, pochi effetti indesiderati),

che rispondano alle attese (immunità, vitalità, sonno, stress, digestione) il 92% degli intervistati li utilizzano per rispondere alle loro attese nel mantenimento della loro salute e forma.

e beneficiano di una buona immagine (81% dei Francesi dichiara che i complementi alimentari hanno buona immagine e il 77% riconosce la loro utilità in particolare in certi periodi dell'anno e per limitare/evitare i piccoli malesseri).

Forte implicazione dei professionisti della salute

Il 60% dei consumatori dichiara che l'ultimo acquisto di complementi alimentari è stato motivato dal consiglio di un professionista della salute.

Un mercato che si consolida

Con circa 3% di crescita nel 2019 il mercato dei complementi alimentari si rafforza e genera circa 2 miliardi di giro d'affari. Prima rete di vendita le farmacie generano il 60% della crescita. Le indicazioni dominanti sono digestione, sonno/stress e vitalità.

Le principali indicazioni per gli Integratori alimentari in Francia sono:

Sonno/Stress

Digestione

Vitalità



Esse concentrano il 50% delle vendite in Farmacia, il 36% in Parafarmacia e il 45% in GDO.

Registrazione in Francia di integratori alimentari

In Francia la distribuzione degli integratori alimentari (“compléments alimentaires” in francese) risulta abbastanza complessa. I prodotti vengono principalmente venduti tramite le farmacie e le parafarmacie, i negozi specializzati in prodotti dietetici e biologici e nei punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata che hanno un reparto dedicato.

A livello europeo i “compléments alimentaires” sono soggetti alla Direttiva 2002/46/CE del 10 giugno 2002.

A livello nazionale essi devono rispondere alle disposizioni specifiche del decreto 2006/352 del 20 marzo 2006 che recepisce la Direttiva europea di cui sopra e ai decreti applicativi corrispondenti.

Per poter essere commercializzati sul territorio francese, gli integratori alimentari devono essere dichiarati presso la DGCCRF (Direzione Generale del Consumo, della Concorrenza e della Repressione delle Frodi) per via telematica utilizzando il servizio dedicato [Téléicare](#) :

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/complements-alimentaires-declarer-produits-avec-teleicare>

La dichiarazione deve essere effettuata dal produttore, dall’importatore o dal responsabile nominato per la messa in vendita.

Devono essere indicati la formula del prodotto, come viene presentato (pillole, in goccia...), il nome sotto il quale verrà commercializzato, il nome del produttore. Dovrà ugualmente essere prodotta una documentazione che ne menzioni tutti gli ingredienti utilizzati nell’elaborazione dell’integratore alimentare.

Un’etichetta del prodotto in lingua francese dovrà accompagnare il dossier insieme ad una campionatura dei prodotti. I documenti in lingua straniera devono essere tradotti in inglese o in francese.

Se il prodotto riguarda un dispositivo medico, questi prodotti devono ricevere un’autorizzazione specifica chiamata AMM – Autorisation de Mise sur le Marché – per rendere possibile la sua distribuzione sul territorio nazionale.

Detta autorizzazione si ottiene presso l’ANSM (Agence Nationale de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé) - www.ansm.sante.fr - ex AFSSAPS (Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé).

Una volta ottenuta l’AMM, il prodotto può essere commercializzato tramite i distributori specializzati del settore denominati “grossiste répartiteur”.

Per eventuali approfondimenti, si segnala il link al sito del Ministero dell'Economia francese :

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/sécurité/produits-alimentaires/complements-alimentaires>

Per **verificare o cercare un prodotto registrato nel sistema Télécare** si può utilizzare il link seguente:

<https://teleicare.dgccrf.finances.gouv.fr/Home/ConsulterAttestation>

e cercare il prodotto per mezzo del nome, marca o nome dell'impresa che figurano sull'etichettatura.

PRINCIPALI SALONI

NATEXPO – Salone internazionale dei Prodotti Biologici

21 e 22 Settembre 2020 - Eurexpo Lione

24-26 Ottobre 2021 - Parigi

www.natexpo.com

NUTREVENT – Innovation in Food, Feed, Nutrition and Health

26 e 27 Gennaio 2021 - Lille

www.nutrevent.com