

Hygiène beauté Les produits bucco- dentaires parmi les meilleures pénétrations

► Parmi les meilleures pénétrations 2023 au rayon de l'hygiène beauté en magasin bio, la catégorie des dentifrices se trouve sur-représentée avec pas moins de six références présentes au sein du top 20 établi par Biotopia. On retrouve même deux d'entre elles (le dentifrice fraîcheur menthol de Coslys et la recette ayurvédique de la marque Kerala) dans le top 3 (voir ci-dessous). Un constat qui n'étonne pas Alexandre Fantuz de Biotopia Insight, tant ce marché génère des volumes dans le réseau spécialisé. « Sans compter, explique-t-il, que la concurrence des produits bio en pharmacie et en grande distribution est à ce jour encore limitée ».

En matière de parts de marché, Coslys, la marque de Nature & Stratégie se classe au premier rang, suivie par Tidoo, la signature de Naturopera archi leader sur le marché des couches en magasin bio. Les MDD pèsent en revanche moins au rayon de l'hygiène qu'au sein de l'entretien (lire ci-contre). En dépit d'un fort taux de pénétration (en augmentation de 3,5 points par rapport à 2022), elles ne représentent que 3,2 % de parts de marché. ● Erwan Le Fur

Classement des marques
selon la part de marché valeur en 2023

	PDM	Evol. N-1	Pénétration	Evol. N-1
Coslys	6,4 %	+0,6 pt	15 %	+0,7 pt
Tidoo	5,5 %	+0,5 pt	3 %	+0,2 pt
Jonzac	3,6 %	+0,6 pt	7 %	+0,4 pt
Weleda	3,5 %	+0,6 pt	9 %	+1,3 pt
MDD	3,2 %	+1,5 pt	16 %	+3,5 pts

Source : Biotopia Insight

Coslys (Nature & Stratégie) Dentifrice fraîcheur menthol

PVC moyen : 2,61 € le tube de 100 g

Pénétration : 5,38 %



Grazie Natural Mouchoirs de poche

PVC moyen : 1,75 € le paquet de 10 étuis

Pénétration : 4,75 %



Kerala Nature Dentifrice ayurvédique Meswak

PVC moyen : 4,74 € le tube de 100 g

Pénétration : 3,38 %



Entretien Les marques propres en forte progression dans le réseau bio

► Les marques propres ont la côte au rayon de l'entretien. L'année dernière elles ont progressé de 6,2 points en part de marché et de 5,2 points en pénétration, selon les données que Biotopia Insight nous a fournies. A noter aussi que parmi les 40 meilleurs taux de pénétration enregistrés par Biotopia en 2023, une dizaine sont le fait de marques de distributeurs. Exemple avec le liquide vaisselle citron Biocoop (6^e meilleure pénétration) ou encore la lessive liquide en format 1,5 litre de La Fourche (21^e position).

Corollaire de cette dynamique, la part de marché des signatures nationales marque le pas. La Droguerie écologique fait exception et résiste, forte de son ancrage historique. La marque d'Ecodis place pas moins de 9 références parmi les 20 qui affichent les meilleures pénétrations en 2023. Avec un tropisme fort pour les ingrédients bruts (percarbonate de soude, vinaigre blanc, etc.), un marché particulièrement dynamique nous l'écrivions dans notre dernier numéro. Challenge par la concurrence, le grossiste breton reste le leader incontesté du segment. ● ELF

Classement des marques
selon la part de marché valeur en 2023

	PDM	Evol. N-1	Pénétration	Evol. N-1
MDD	14,2 %	+6,2 pts	20 %	+5,2 pts
La Droguerie écologique	12,1 %	+0,1 pt	20 %	+2,3 pts
Etamine du lys	8,9 %	-0,7 pt	11 %	-0,2 pt
Ecodoo	7,6 %	-0,8 pt	11 %	=
L'Artisan Savonnier	4,5 %	-0,8 pt	8 %	+0,4 pt

Source : Biotopia Insight

La Droguerie Ecologique (Ecodis) Percarbonate de soude

PVC moyen : 5,98 € le sachet de 1 kg

Pénétration : 5,59 %



Papeço Papier toilette 100 % recyclé

PVC moyen : 3,97 € le paquet de 6 rouleaux

Pénétration : 5,28 %



L'Artisan savonnier (Laboratoire Gravier) Liquide vaisselle concentré

PVC moyen : 2,46 € le flacon de 1 l

Pénétration : 3,48 %





Nouvelle gamme produits vaisselle

La droguerie écologique® et La droguerie écopratique® comptent plus de 170 références écoconçues, efficaces, concentrées, multi-usages, à prix et formats économiques.



Savon solide vaisselle main



100% d'origine naturelle
Fabrication bretonne en circuit-court
Huile bio pressée chez nous
Tensioactif dégraissant d'origine végétale doux



150 g = 3 x 500 ml

Poudre lave-vaisselle concentrée



Performante dès 50°C
Enrichie en percarbonate de soude
Contient un agent anticalcaire d'origine naturelle
Facile à utiliser
Juste dosage selon le degré de salissure



1 kg = Jusqu'à 65 lavages Dosage : 1 à 2 C à S



Fabrication France (Bretagne)

La droguerie écologique® by écodis - Z.A. de Kerboulard - 56250 Saint-Nolff - France - +33 (0)2 97 48 40 59 - www.la-droguerie-eco.com

Top vente Meswak

87,4%
des testeurs
estiment avoir des
gencives protégées.*



et aussi
Nouveau goût menthe
Disponible en avril

Kerala Nature c'est aussi...



*Basé sur les réponses d'une étude d'un mois, réalisée auprès de 71 testeurs.

Hygiène, beauté & bien-être

L'entretien reprend des couleurs après plusieurs années douloureuses

Attractivité prix et innovation sont les moteurs de la dynamique



Sur le segment de la droguerie d'antan, le numéro un Ecodis avec sa marque La Droguerie écologique va devoir faire avec l'arrivée d'Etamine du Lys et ses 14 références à partir de 2025. Au même moment il lance un savon détachant à la terre de Sommières.



La poudre à diluer fait toujours parler d'elle. Love & Green l'a choisi pour se lancer sur le marché de l'entretien, quand Another Way tente de la rendre plus compréhensible avec ses kits de démarrage.

L'embellie est là. Au même titre que l'ensemble du non alimentaire, l'entretien a souffert de la crise du bio. « Les consommateurs se sont tournés vers d'autres circuits plus accessibles en prix, en particulier les GMS », analyse Marion Poulat, cheffe de gamme non alimentaire pour Ekibio. Ajoutez à cela les arbitrages côté distributeurs qui ont réduit leurs gammes et vous obtenez une désertion des rayons.

Mais le vent tourne. L'entretien en MSB parvient en 2024 à stabiliser ses ventes, dopées par un panier moyen plus rempli (7,50 € à + 0,47€) et une fréquentation qui repart doucement (à 4,4 actes par an) selon Biotopia Insight (à fin juin 2024).

Avec sa marque L'Artisan savonnier au positionnement plus abordable, Laboratoire Gravier a su passer au travers de la crise et bas des records. « Nous enregistrons une croissance à deux chiffres en 2024 après deux belles années », se réjouit Sophie Boutheloup, directrice commerciale et marketing. Son liquide vaisselle concentré citron (3 € le litre) se classe deuxième meilleur produit du rayon entretien en pénétration selon Biotopia Insight (lire Top 5 références page 62). Il a d'ailleurs été complété par une version framboise au printemps. Tout comme la lessive lavande a été rejoint par un parfum pivoine-cerise. Les performances de la marque premium du même groupe, Lerutan, ne sont malheureusement pas aussi bonnes.

Chez Another Way, la croissance de chiffre d'affaires atteint 55 % cette année mais pour une autre raison. Elle doit notamment sa performance grâce au succès de ses tablettes lave-vaisselle sans emballage, dont les ventes ont été multipliées par douze en un an pour atteindre

Hygiène, beauté & bien-être

60 000 packs (de 24). « Il faut mener les consommateurs progressivement vers des solutions plus écologiques, estime Margaux Dauce, responsable communication chez Another Way. Le gros des ventes reste réalisé sur les produits liquides emballés, mais l'avenir se trouve autour des poudres à diluer, du vrac, du solide. »

Distributeurs et fournisseurs s'efforcent de donner des raisons aux clients de faire leurs achats de produits d'entretien en MSB. La certification est un premier pas. La lutte contre les emballages en constitue un autre. Ekibio, à sa marque Ecodoo, a lancé ses poudres à diluer au printemps (à seulement 2,30 € le sachet) et prévoit d'investir le solide, hors droguerie, en 2025.

Love & Green frappe à la porte de l'entretien en magasins bio

Afin de lever les freins à l'achat, Another Way a inauguré cet automne un kit de démarrage pour son produit à diluer multi-usage. Il comporte un flacon vide, une dose et un guide. La marque mène aussi des réflexions sur une autre formule à diluer sur la lessive.

Pour sa conquête du marché de l'entretien certifié cette année, Love & Green a retenu le concentré à diluer pour son spray nettoyant (PMC : 3,95 € le flacon de 75 cl et 3,45 € la recharge) et sa lessive (9,95 € pour 1,5 l et 8,95 € la recharge). Le liquide vaisselle est lui en concentré simple (PMC : 2,95 € les 500 ml). Initialement positionnée en GMS, la marque s'est fait référencer chez Naturalia.

D'après Etamine du Lys, « l'écorecharge tire le marché sur les poids lourds que sont la vaisselle et le linge », abonde Perrine Meunier, responsable marketing chez Comptoir des Lys. Trois ans après s'être positionné sur ce créneau, le fabricant a décliné cette présentation à l'automne sur ses best-sellers en soin du linge : la lessive au lavandin pour blanc et couleur, ainsi que celle pour linge délicat (en version écorecharge 1 litre). « Cette solution en Doypack mono matériau et recyclable avec bouchon évite l'usage de 77 % de plastique et réduit de 97 % le volume de déchet », argumente Perrine Meunier.

Etamine du Lys débarque sur la droguerie

Alors que la mode du Do it Yourself (DIY) retombe après son envolée pendant le covid, les produits de droguerie multi-usages d'antan (carbonates, vinaigre blanc, savon noir, acides, etc.) performant toujours très bien. Le percarbonate de soude en 1 kg de La Droguerie écologique (Ecodis) reste le produit du rayon avec la clientèle la plus large (lire ci-contre). La marque du groupe Ecodis truste 44 % des ventes de produits bruts. Mais elle devra compter, en 2025, avec l'arrivée d'un acteur de taille. Etamine du Lys oppose sa marque sur une large gamme de 14 références. Acide citrique concentré, bicarbonate, percarbonate et cristaux de soude, copeaux de savon ainsi qu'un gel de vinaigre composent l'offre. Elle est complétée par les vinaigres (1 l et 5 l) et les trois codes de savons noirs déjà existants dans d'autres gammes. Jusqu'à présent, le groupe Nature et Stratégie opérait sur ce marché sous la marque Galopoli. Celle-ci s'arrête au profit d'Etamine du Lys en magasins physiques, mais perdure en e-commerce.

Les dépenses repartent

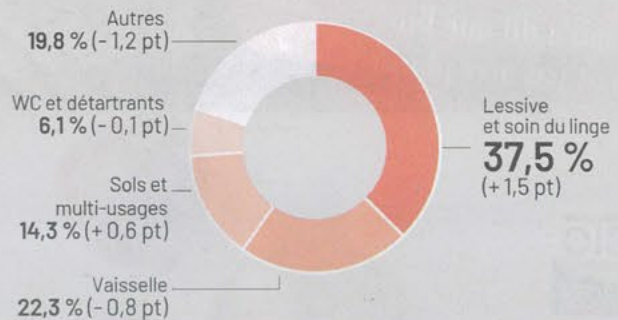
Sans atteindre le niveau de 2021, les sommes dépensées par an en produits d'entretien ont significativement augmenté cette année de plus de 9 %, soit 2,77 €.

33,11 €

Sommes dépensées par an en moyenne par un foyer en produits d'entretien en magasins bio.

Le pilier de l'entretien se renforce

Captant 37,5 % du chiffre d'affaires de l'entretien, les produits pour le linge gagnent encore des parts de marché.



Part de marché valeur des principaux segments de l'entretien en magasins bio.

Top 5 références

- 1 **Percarbonate de soude (1 kg)**
La Droguerie écologique (Ecodis)
- 2 **Liquide vaisselle concentré (1 l)**
L'Artisan savonnier (Laboratoire Gravier)
- 3 **Liquide vaisselle citron (1 l)** Biocoop
- 4 **Bicarbonate de soude technique (1kg)**
La Droguerie écologique (Ecodis)
- 5 **Bicarbonate de soude alimentaire (500 g)**
Ah ! Table ! (Ecodis)

Classement des cinq meilleures ventes du rayon entretien en pénétration.

Données sur douze mois arrêtés à juin 2024.
Source : Biotopia Insight.

Le lancement est prévu pour janvier avec un positionnement prix « compétitif ». Pour sa part, La Droguerie écologique poursuit le travail de rénovation de ses emballages pour mieux communiquer sur l'usage de chaque produit. Elle sortira également en début d'année un savon solide détachant à la terre de Sommières. ● Amaury Beautru