

Les chiffres et données sur le marché de l'ongle



En 10 ans, le secteur de l'onglerie a connu un grand boom. De nombreux sites et blogs spécialisés sont apparus sur le web. Partout en France, les instituts spécialisés dans la beauté des ongles et les bars à ongles fleurissent.

Les prestations des prothésistes ongulaires sont, quant à elles, de plus en plus demandées. Le marché a le vent en poupe et les spécialistes tablent sur une belle croissance dans les prochaines années.

Selon une étude de Research and Markets, spécialiste des prévisions et de l'analyse de marché, le marché de l'onglerie représente en effet le segment des cosmétiques le plus prometteur.

Combien pèse ce marché ? Quels sont les profils des consommateurs et comment se porte actuellement le secteur ? Nos réponses en 9 chiffres.

Vous retrouverez également un rapport détaillé sur les données du secteur dans notre [modèle de business plan pour un prothésiste ongulair](#). Les chiffres dans ce modèle sont mis à jour tous les 6 mois.

Un marché d'une valeur de 13 milliards d'euros

Le marché international de l'ongle enregistre une croissance en valeur de 9,5 % et devrait atteindre en 2024, une valeur de 13 milliards d'euros.

L'Europe et notamment la France contribuent fortement à ce chiffre par le biais des produits pour les ongles qu'elle commercialise, mais aussi par le nombre important d'établissements spécialisés qui ont ouvert un peu partout dans le pays.

Sources : [CNEP](#) et [Profession Bien-Être](#)

150 000 € de chiffre d'affaires

L'onglerie est un secteur lucratif et la France compte en 2019 des milliers de bars à ongles et d'instituts spécialisés.

Avec une croissance moyenne de 9,5 % par an, on ne peut qu'assurer que la tendance va dans le positif.

L'onglerie, une des entreprises leaders dans le domaine fait par exemple 150 000 € de chiffre d'affaires annuel. De quoi donner des idées aux jeunes entrepreneurs.

Source : [Toute la Franchise](#)



L'onglerie constitue 15 % du marché de l'esthétique

Selon la confédération nationale artisanale des instituts de beauté, le marché de l'esthétique en France, l'onglerie compte pour 15 % du marché de l'esthétique.

D'après la CNEP, il y aurait 9 000 établissements spécialisés dans les ongles qui emploient près de 15 000 salariés en France.

Outre les marques leaders qui ont leurs propres salons de beauté et les grands établissements de renom, ce sont pour la plupart des indépendants (75 %) qui se sont lancés dans l'ouverture de bars à salons.

Sources : [CESAD](#), [Ouest-France](#) et [Toute la Franchise](#)

11,5 euros dédiés à l'achat de vernis à ongles

Un vernis se vend toutes les deux secondes en France.

Les Françaises achètent, en moyenne, 2,4 vernis par an, et consacrent 11,5 € de leur budget à cette fantaisie.

22 % des Françaises utilisent du vernis à ongles, de n'importe quelle marque. Elles sont également de plus en plus nombreuses à s'offrir des soins en instituts de beauté et dans les bars à ongles.

Source : [Planetoscope](#)



Prothésiste Ongulaire Business Plan

Sale price €39,90 Regular price

Un business plan pour prouver que votre projet d'onglerie est viable et rentable !

[En savoir plus](#)

25 % des Françaises sont adeptes des soins beauté

Les bars à ongles et les instituts de beauté enregistrent un bon taux de croissance.

25 % des Françaises s'y rendent régulièrement et 44 % d'entre elles s'y sont rendues ces 21 derniers mois.

12 % d'entre elles déclarent s'y rendre au moins 5 à 6 fois par an et la tranche d'âge qui s'y intéresse le plus est de 35 - 44 ans, talonnés de près par les 25 - 34 ans.

Sources : Ecole Thalgo et [France 3](#)

55 % des femmes se colorent les ongles chez elles

La crise sanitaire n'a épargné aucun secteur et celle de l'onglerie et de l'esthétique n'y a pas échappée.

Selon les chiffres partagés par Euromonitor, en 2020, plus de 55 % des femmes se vernissent les ongles, au moins une fois par mois, chez elles. Ce changement d'habitudes est notamment lié aux inquiétudes concernant les risques de contamination et la nécessité de faire des économies.

Source : [Premium Beauty News](#)

2 semaines de tenue

Si les vernis traditionnels restent des classiques, les Françaises sont également devenues de vraies adeptes de vernis semi-permanent.

Ces vernis ont pour particularité de sécher deux fois plus vite que les vernis classiques, mais tiennent deux fois mieux que ces derniers (2 semaines). Il se pose en 20 minutes et se sèche en 30 secondes.

Source : [Femme Actuelle](#)

45 € pour des ongles en gel

À part les vernis permanents, l'autre nouveauté qui suscite l'intérêt en France est le remplissage au gel.

Il faudra tout de même compter entre 45 et 50 € pour sa pose alors le prix va de 25 à 30 € pour une pose de vernis semi-permanent.

Pour la pose d'un vernis classique complété par un soin des ongles, il faudra payer entre 10 et 45 €.

Sources : [Profession Bien-Être](#) et [Institut Sun Prestige](#)

Depuis près de 10 ans le marché de l'esthétique, de la beauté et des cosmétiques connaît une croissance constante qui perdure malgré les perturbations, prouvant la vitalité du secteur et sa capacité à innover pour s'adapter aux nouvelles tendances. Tendances, justement, qui voient s'imposer le bio et, plus encore, le « clean » comme mot d'ordre d'un côté tandis que l'esthétique « réparatrice », ou onco-esthétique, se développe de manière considérable. Du côté des services, la beauté du regard, des ongles et le sur-mesure s'imposent comme les locomotives. Quel est l'état du marché de l'esthétique en France en 2019 ? Quelles sont les nouvelles tendances à adopter impérativement pour gagner des parts de marché ? Éléments de réponse.

Zoom sur le marché de la beauté et les nouvelles tendances

Ongles, regard, bio, clean, anti-pollution, onco-esthétique et tendances venues d'Asie !

Aurélien Desert

Publié le 21/06/2019 15:20



- [Etat du marché de l'esthétique](#)
- [Etat du marché des cosmétiques](#)
- [La beauté des ongles](#)
- [La beauté du regard](#)
- [Cosmétiques bio](#)
- [Tendance "clean"](#)
- [Cosmétiques anti-pollution](#)
- [onco-esthétique](#)
- [Tendances venues d'Asie](#)

Esthétique, beauté : état du marché en 2019

Selon la confédération nationale artisanale des instituts de beauté, le secteur comptait, en 2016

- 54 000 entreprises en France
- 75 000 emplois
- 2,7 milliards d'euros de CA

La répartition de l'activité se fait quant à elle comme suit :

- Epilation : 59%
- Onglerie : 15%
- Prestations corps : 10%
- Prestations visage : 8%
- Maquillage : 8%

Mais ces chiffres ne doivent pas effacer une donnée étonnante du secteur : toujours selon le syndicat professionnel, 80% des entreprises du secteur n'emploient aucun salarié. Les revenus des dirigeants d'entreprises spécialisées dans la beauté et l'esthétique, tous domaines confondus, sont par ailleurs globalement faibles. En effet, seuls 6,45% des dirigeants gagnent plus que 2 SMIC tandis que près de 70% ne gagnent que le SMIC ! Sur le secteur de la beauté comme dans bien d'autres secteurs, donc, la création d'entreprise en franchise apparaît comme une évidence pour bénéficier de la force d'une enseigne nationale, d'une grande notoriété, d'un modèle économique performant et éprouvé et, ainsi, d'une bonne rentabilité.

>> Lire aussi : [Découvrez les franchises esthétiques qui recrutent](#)

Cosmétiques : état du marché en 2019

Leader mondial du secteur avec un chiffre d'affaires de près de 15 milliards d'euros et une balance commerciale positive de plus de 10 milliards, la France est et reste la locomotive des cosmétiques. De fait, les Français.e allouent en moyenne 10% de leurs dépenses de consommation aux produits cosmétiques, avec une moyenne annuelle d'environ 250€ par femme, seulement pour du maquillage.

Mais la grande nouveauté sur le marché des cosmétiques, c'est le net recul de la grande distribution qui, si elle reste leader des ventes avec environ 40% de parts de marché, perd du terrain au profit des boutiques spécialisées qui représentent, elles, 5% de parts de marché.

Fait notable également, c'est majoritairement dans les réseaux de parfumeries que les femmes achètent leur maquillage (27% des achats) tandis que les grandes surfaces sont privilégiées pour les soins du visage (25%), loin devant les boutiques spécialisées (10%).

Compte tenu de cette tendance globale à la baisse de la prédominance de la grande distribution, y compris dans le secteur des cosmétiques, il y a donc un fort potentiel de développement pour les boutiques spécialisées, et donc de belles opportunités de business à créer son magasin de cosmétiques et parfums. Là encore, la franchise ou la commission-affiliation disposent d'atouts non négligeables pour séduire les porteurs de projets.

La beauté des ongles : une activité toujours très dynamique

D'après une étude américaine spécialisée sur le secteur, le marché de la beauté des ongles devrait atteindre plus de 15 milliards de dollars d'ici 2024, avec une croissance moyenne composée de 9,5% par an. Et la grande surprise de cette étude, c'est que l'Europe, talonnée par l'Amérique Latine, est la locomotive du secteur, puisqu'elle constitue le principal marché des produits pour les ongles.

De fait, depuis leur arrivée en France, en 2010, les bars à ongles et autres corners et instituts spécialisés dans la beauté des ongles fleurissent un peu partout dans l'Hexagone, en particulier dans les galeries marchandes et les centre-ville, et les points de vente affichent des résultats insolents ! A titre d'exemple, un point de vente [L'Onglerie](#), leader du secteur en France, génère en moyenne 150 000€ de CA.

2019 signe donc le maintien d'une tendance initiée il y a plusieurs années déjà : la beauté des ongles s'impose comme l'un des secteurs les plus porteurs du marché de l'esthétique en France.

La beauté du regard : l'autre spécialité qui monte

Toutes les études portant sur le marché de l'esthétique révèle qu'un nouveau segment représente une forte tendance de fond : la beauté du regard. Rentable pour les clientes comme pour les entrepreneurs, ces points de vente hyperspécialisés ont le vent en poupe. 2 enseignes ne s'y sont d'ailleurs pas trompées qui se développent en franchise justement sur ce segment : [Au comptoir du regard](#) et [BAB Bar à Beauté](#), qui annoncent respectivement des CA prévisionnels moyens, par point de vente, de 220 000€ et 170 000€ !

L'esthétique aussi se met au vert !

C'est une lame de fond qui touche tous les secteurs d'activités et l'esthétique, la beauté, le bien-être ne sont évidemment pas épargnés : le bio s'investit désormais massivement dans le domaine, sous l'impulsion de quelques marques, et des consommatrices, toujours plus en demande de produits respectueux de l'environnement. En 2019, donc, l'esthétique est écologique ou n'est pas !

>> Lire aussi : [Cosmétiques : les françaises plébiscitent le bio !](#)

Le clean : nouvelle tendance, encore plus verte

Mais au-delà du respect de l'environnement, c'est le respect de la santé des utilisatrices qui arrive au cœur des débats, notamment depuis que plusieurs études, dont une de l'association de consommateurs Que Choisir, ont enflammé la chronique en révélant qu'une part importante des cosmétiques, y compris bio, contenaient des produits potentiels nocifs pour la santé humaine. Parabènes, silicones, sulfates, notamment le SLS doivent donc être bannis des soins et autres produits distribués... et leur suppression doit être affichée clairement, pour bénéficier de la tendance !

Les produits anti-pollution arrivent !

Dans la même veine healthy, ce sont les produits et traitements anti-pollution qui vont devenir une des grandes tendances 2019-2020 dans le secteur de l'esthétique et des cosmétiques. En effet, depuis que de nombreuses études ont identifié la pollution atmosphérique comme responsable d'un vieillissement prématuré de la peau, les femmes sont en demande de produits permettant de protéger leur épiderme de toutes sortes d'agressions extérieures. Il y a donc indéniablement un marché à saisir avec des produits bio, clean et anti-pollution.

L'onco-esthétique : une tendance à forte utilité sociale

D'ailleurs, plus que d'une tendance, on devrait parler de prise de conscience globale : les professionnels de santé ont réussi à promouvoir les soins esthétiques et de bien-être au service des personnes atteintes d'un cancer, sous traitement ou en rémission.

Perte de cheveux, de sourcils, de cils, dessèchement de la peau, douleurs musculaires, cicatrices éventuelles, etc. Il n'est pas anodin que L'Oréal se soit lancée, depuis plusieurs années déjà, dans une campagne, en partenariat avec des associations, pour apporter des soins esthétiques et bien-être aux malades.

Développer des soins et prestations adaptées aux personnes sous traitement ou en rémission apparaît donc comme une superbe initiative à la fois pertinente sur le plan économique, et indispensable sur le plan moral et social.

« J-Beauty », « K-Beauty » : ces tendances venues d'Asie

Enfin, face à la tendance montant de la « K-Beauty », ces maquillages venus de Corée, misant notamment sur l'effet « glass skin » (peau de verre en français), qui consiste à maquiller son visage pour avoir une peau à l'apparence « translucide et lumineuse », la « J-Beauty » devrait gagner en puissance dans les mois qui viennent.

Au menu, les principes esthétiques japonais traditionnels (kanso, shibui, seijaku) vont s'imposer pour des maquillages misant sur la simplicité, la beauté discrète et une tranquillité énergisante.

<https://www.professionbienetre.fr/esthetique/gestion/instituts-comment-profiter-des-evolutions-du-marche-de-longle/>

Instituts : comment profiter des évolutions du marché de l'ongle



- 11 mai, 2021
- [ESTHÉTIQUE, GÉRER SON INSTITUT](#)
- Siska von Saxenburg

Malgré les rumeurs annonçant un nail art en berne, le marché de l'ongle affiche une santé insolente. L'avènement du vernis semi-permanent permet aux instituts de beauté de surfer sur la vague.

En fait, il n'existe pas un seul marché global de l'ongle, mais deux univers bien séparés. Le succès de la compétition internationale Inja, lors du salon marseillais Beauty Prof's, en 2019, et du [salon virtuel E-beauty](#), en 2020, a démontré avec éclat l'impact «artistique» du nail art sur les esthéticiennes passionnées par les ongles.

Créativité débridée, effets matières, superpositions d'accessoires : avec cette discipline particulière, l'ongle accède au statut de création à part entière, gratifiante pour l'artiste qui la réalise. Certaines nail artists sont ainsi devenues des stars à part entière. Mais le marché de l'ongle ne se limite pas au seul nail art.

Au cours des dix dernières années, les ventes ont explosé. Le marché international de l'ongle devait croître à un taux annuel de 9,5% pour atteindre la valeur de 15,55 milliards de dollars d'ici 2024 (environ 13 milliards d'euros), prédisait Research and Markets dans un rapport publié avant la crise sanitaire.

Et cela ne s'est pas démenti. Juste après le premier confinement, les vernis à ongles ont ainsi bénéficié d'un surprenant engouement. «Eux qui s'étaient endormis se sont réveillés pendant la période. Sans doute car on avait plus de temps pour le faire, et une envie de couleur, de légèreté», [déclarait à l'AFP Hervé Navellou](#), directeur général de L'Oréal France, en juin 2020.

Un must pour toutes les clientes

Aujourd'hui, pas question de sortir les ongles nus, même si la tendance actuelle est au naturel à tout crin. De produit de luxe, destiné aux beautystas sophistiquées, le vernis s'est transformé en objet de consommation

ordinaire. D'où la création de nouvelles marques et la multiplication de références des pionniers historiques, qui déclinent leurs teintes aujourd'hui par centaines, avec des couleurs destinées à séduire une clientèle avide de nouveauté.

Sans oublier les marques de niche, comme les vernis bio (des formulations allégées, puisque le vrai vernis bio reste à inventer) ou vegan, le semi-permanent pelliculable ou encore le vernis hallal... Une telle diversité a fait exploser les diktats de la mode. Toutes les tendances se confondent avec bonheur, que ce soit dans la forme, le coloris ou la technique employée.

L'ongle est devenu le dernier détail qui soigne une tenue, quitte à changer de manucure tous les jours. Une habitude vite prise par les plus jeunes, ferventes consommatrices de teintes inédites. Les marques historiques l'intègrent dans leur stratégie, comme Essie ou OPI, qui baptisent leurs produits d'appellations extravagantes ou soignent la forme de leurs flacons pour créer des collections éphémères : cela fait partie du jeu.

Une chance pour l'institut de beauté ?

Si le marché du nail art créatif est souvent hors de portée de l'institut moyen, car il faut une prothésiste onguilaire expérimentée et habile, l'avènement du vernis semi-permanent a changé la donne. Prestation facile à réaliser, avec une tenue de deux semaines à l'instar du gel, il a tout pour plaire. C'est un compromis abordable pour séduire les consommatrices : prix moyen 25 euros pour 20 minutes de pose.

Alors que le gel est un produit aujourd'hui arrivé à maturité, le vernis semi-permanent est un produit innovant que les fabricants ne cessent d'améliorer. Les innovations se succèdent : protocoles simplifiés, avec des poses sans base et sans top coat, vernis sans lampe ou encore pelliculables, dans le sillage du fameux Striplack d'Alessandro.

Comment l'institut peut-il bénéficier de cet effet d'opportunité, face à la concurrence des grandes surfaces, des marques professionnelles et des marques low cost, comme Kiko ? Votre meilleure arme, pour vendre un nouveau vernis, c'est votre proximité avec votre cliente. En portant vous-même cette nouvelle teinte et en l'affichant sur Facebook avec une légende pleine d'allant, vous allez intéresser votre cliente. Elle repèrera ainsi les nouveautés et aura envie de vous emboîter le pas.

Différenciez-vous ! Prenez exemple sur OPI, qui joue à fond la carte de l'édition limitée. Ou misez sur le côté clean cosmétique avec des vernis «5 free» voire «7 free», dépourvus d'ingrédients toxiques, qui sécuriseront vos clientes adeptes de naturalité. Faites vos calculs. La demande est forte : pouvez-vous vous permettre de négliger cette source de revenu ? C'est une activité que vous pouvez proposer toute l'année, avec un pic avant les vacances d'été et les fêtes de fin d'année.

En plus, la prestation est accessible. Même vos clientes à petit budget peuvent opter pour une pose ou à défaut, pour l'achat d'un vernis. Certaines peuvent même trouver séduisante l'idée de pouvoir retirer elles-mêmes leurs vernis à domicile. Enfin, la prestation est rentable ! Il suffit de comparer un remplissage au gel (45 euros environ pour une prestation de 90 minutes, soit 0,50 euros la minute) à une pose de vernis semi-permanent (25 euros les 20 minutes, soit 1,25 euros la minute) pour comprendre tout l'intérêt de l'opération...