

actualités **TENDANCE**

Jamais sans ma crème solaire

Vacances, j'oublie tout... sauf ma crème! Mais laquelle choisir cet hiver? La riche texture pour le visage adaptée aux sports d'hiver ou le spray corporel dévolu au soleil des îles? Deux études lèvent le voile sur les destinations élues cette année par les adeptes du tourisme hivernal.

L'année commence à peine qu'une cruciale question s'impose à tous... Où nos crèmes vont-elles se rendre pour leurs vacances d'hiver? Choisiront-elles de surfer sur les cimes enneigées de quelques spots de snowboard fort bien fréquentés? À moins qu'elles ne succombent au charme du clapotis des vagues, leur bouchon négligemment dévissé sur une plage de fin et miroitant siliçium surchauffé aux UV tropicaux? Tout cela, bien sûr, n'est qu'une transposition totalement imaginaire – et un peu farfelue – d'une tendance qui, quant à elle, est bien concrète. Car chaque tube de crème – solaire, hydratante – utilisé entre décembre 2011 et mars 2012 révèle plus ou moins la présence d'un touriste potentiel. Ce qui, par voie de conséquence, porte à

s'interroger sur la destination choisie par les Français pour passer leurs vacances d'hiver. Mais où se rendent nos concitoyens en cette froide saison? Partent-ils tout d'abord en vacances? C'est par un « oui » mitigé que répond le cabinet de conseil Protourisme sur la base d'une enquête réalisée en décembre dernier qui révèle que 17 % des Français envisagent de partir pour un séjour d'au moins quatre nuits durant l'hiver 2011-2012. Soit 11,4 millions d'individus, un chiffre en baisse de 7 % par rapport à l'année précédente où les adeptes du break hivernal dépassaient les 12 millions d'âmes. Une chute dont les causes sont, pour la majorité des interviewés, d'ordre financier. Les autres, heureux détenteurs d'un titre de transport par terre, mer ou air, ont désigné l'Hexa-

En rayon

En pharmacie, les gammes solaires proposent les plus hauts niveaux de protection : Soleil Biafine (Johnson & Johnson), Soleil Protexion Plus (Roc), gamme solaire de SVR, ligne solaire à l'eau thermale d'Avène, les Solaires enfant (Klorane), Photoderm (Bioderma), Bariésun (Uriage), Anthélios (La Roche-Posay) qui abrite des références pour enfants (Anthelios Dermo-Pediatrics) tout comme Mustela Solaires (Expanscience), Sun Pass, Capital Soleil (Vichy), Soladerm (Noreva LED), Bergasol (Omega Pharma)...

Protection solaire : négligée en hiver

Si, dans un contexte estival, les vacanciers suivent sagement les conseils liés à la protection solaire ou, tout du moins, leur réservent une place plus ou moins importante dans leur sphère de conscience, qu'en est-il aux sports d'hiver? La vigilance face aux rayonnements UV est-elle la même lorsque l'on offre son visage des heures durant au froid soleil des cimes? Pour Victor Georgescu, dermatologue, « les vacanciers font sans doute moins attention à la protection solaire et aux agressions du froid en conditions d'exposition "hivernale" que dans les voyages en région chaude et ensoleillée ». Les raisons de cette apparente insouciance sont multiples. D'une part, le discours tenu par les professionnels de santé et les médias sur les risques solaires, est généralement lié à une situation géographique estivale comme la plage. D'autre part, en été, le corps est exposé en grande partie voire dans sa totalité alors qu'en hiver, il n'y a pratiquement que le visage et le dos des mains. D'où une prise de

gone comme lieu privilégié pour leur séjour. Choisie par 78 % des personnes interrogées, la douce France semble s'imposer dans le cœur de nos compatriotes puisqu'ils n'étaient que 72 % à l'avoir élue l'an passé.

Mer ou montagne ?

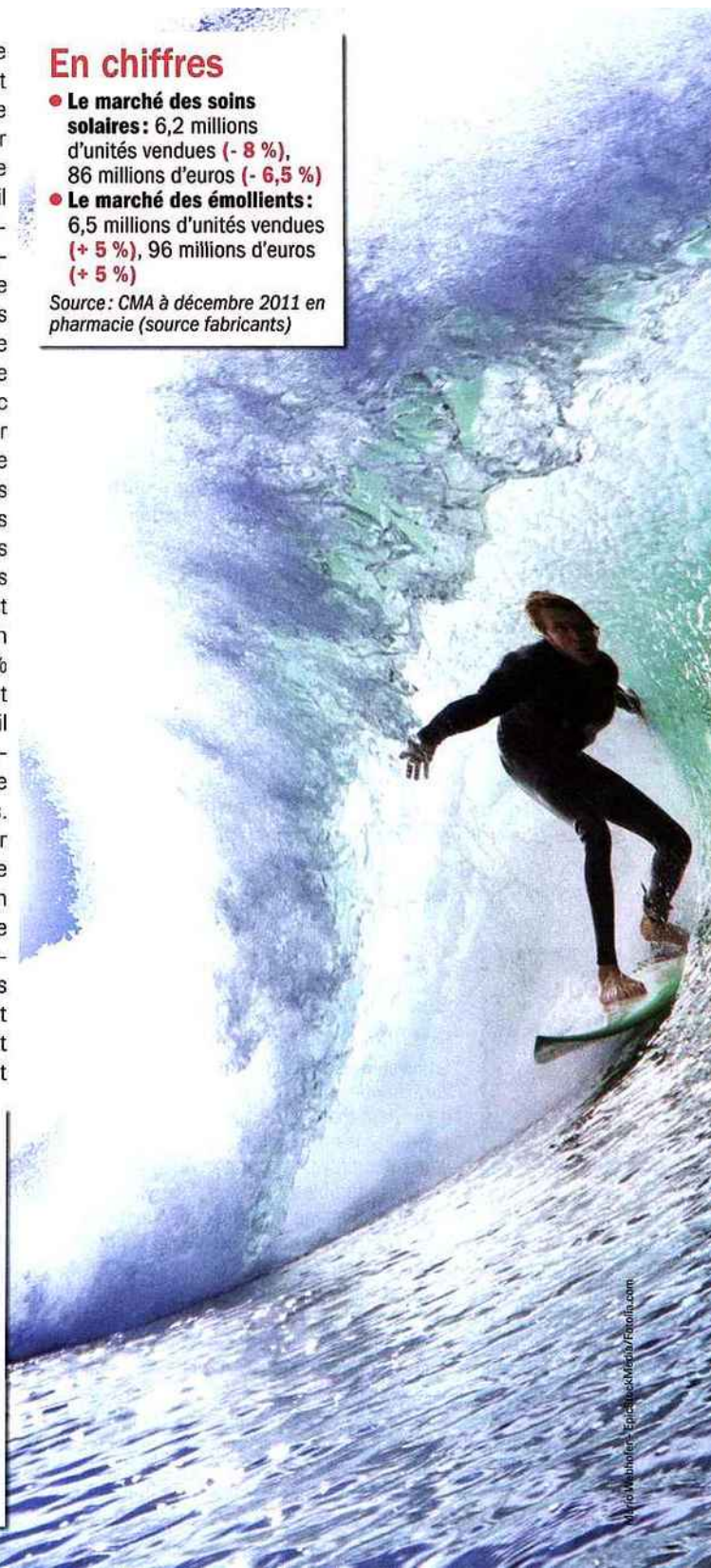
Quant aux vacances choisies, c'est vers une autre étude qu'il faut se pencher, celle réalisée par CCM Benchmark au cours des mois d'octobre et novembre derniers, portant également sur les vacances d'hiver 2011-2012 des Français. Au palmarès de la villégiature rêvée c'est, sans surprise aucune, le soleil qui arrive en tête. Si l'astre emporte 34 % des suffrages, il est talonné par la neige, son air vif, ses paysages immaculés et ses sports de glisse, qui concentrent 31 % des voix. En troisième position, arrivent famille et amis (23 % des déclarations) précédant de peu les vacances urbaines (visites de villes) mais largement les séjours champêtres (13 % des interviewés). Les croisières, l'écotourisme et les thématiques humanitaires ne

cumulent, pour leur part, que quelques voix. Pour ce qui est de la distance, la majorité de nos vacanciers pensent partir aussi loin qu'ils l'ont fait l'année précédente. Toutefois –faut-il y voir un effet de la crise ?– 31% des personnes interrogées prévoient de rejoindre des destinations plus proches de leurs lieux de vie. La durée des séjours, quant à elle, reste quasiment inchangée avec une préférence affichée pour les départs d'une semaine et ceux de deux à trois semaines. Enfin, au menu des zones géographiques les plus demandées pour les vacances d'hiver et de printemps, c'est le pourtour méditerranéen qui s'impose. Il cumule 22 % des intentions de séjours et coiffe au poteau un éventail de destinations pourtant fortement plébiscitées : Europe de l'Ouest, Maghreb, Caraïbes. Un dernier choix qui, à l'instar de l'Amérique du Nord, de l'Asie du Sud-Est et de l'océan Indien, a le vent en poupe cette année. À l'opposé thermique, les stations françaises de sports d'hiver ne suscitent pas moins d'engouement. Et cette année encore, ce sont

En chiffres

- **Le marché des soins solaires :** 6,2 millions d'unités vendues (- 8 %), 86 millions d'euros (- 6,5 %)
- **Le marché des émoullients :** 6,5 millions d'unités vendues (+ 5 %), 96 millions d'euros (+ 5 %)

Source : CMA à décembre 2011 en pharmacie (source fabricants)



W. H. Websters - Epi.chuckmedia/Photo.com

cons conscience moindre des dangers du rayonnement, pourtant bien réels. « D'autant qu'il faut considérer l'augmentation de l'irradiation. Elle est de 4 % tous les 300 m d'altitude supplémentaires, cela équivaut à un ensoleillement supplémentaire de 40 % si on fait du ski à une altitude de 3 000 mètres. Si nous ajoutons la réflexion nettement supérieure des UV sur la neige (entre 50 et 90 %) par rapport au sable de la plage (de 15 à 20 %), nous comprenons pourquoi les brûlures solaires sont assez fréquentes, même en hiver. » Pour éviter ces désagréments, il suffit d'appliquer une protection solaire avant l'exposition, en quantité généreuse sur toute la surface de peau exposée, de renouveler le geste toutes les deux ou trois heures. « Veillez à utiliser un indice adapté à votre phototype avec un spectre qui protège des UVA et des UVB et préférez des textures riches aux sports d'hiver, plus légères sous un climat chaud et humide. »

les grandes stations qui contiennent d'attirer les vacanciers.

Les solaires en berne

Cet élan vers les étendues immaculées se traduit aussi en terme de marché. Solaire, tout d'abord, car les ventes de crèmes protectrices révèlent le comportement des vacanciers. Si l'été concentre bien sûr le plus grand nombre d'achats en la matière, l'hiver marque un « rebond » plus qu'un « pic » dans les chiffres d'affaires des gammes solaires. Ainsi, les mois de janvier à mars représentent de 10 % à 15 % des ventes annuelles, les meilleurs résultats étant réalisés entre les mois d'avril et d'août. En 2011, la saison hivernale n'aura en tout cas pas permis au marché annuel de décoller... Avec 6,2 millions d'unités vendues pour 86 millions d'euros, c'est à nouveau une baisse des ventes (8 % en volume) qu'enregistre le rayon des solaires cette année, 2010

ayant déjà accusé un recul de 7 % en volume. Pourtant, les amoureux de la neige ont des besoins bien identifiés en termes de produits solaires : très hauts indices de protection (SPF 50+) – qui, pour certaines marques, emportent 70 % des ventes de la gamme en hiver – essentiellement à l'œuvre dans des crèmes pour le visage (plus de 50 % des ventes). La préférence des utilisateurs distingue aussi les textures riches et nourrissantes permettant le renforcement de la barrière cutanée et labiale (sticks dédiés aux zones sensibles que forment lèvres, pommettes, nez et oreilles) ainsi que les soins nomades, faciles à utiliser en déplacement et à manipuler : produits deux en un de type stick/crème, sticks extra-larges... En matière d'hydratation et de protection, les besoins des peaux soumises au grand froid sont tout autant définis. Les épidermes

agressés puisent leur réponse au sein d'une offre relativement hétéroclite réunissant des sticks et baumes pour les lèvres, des formules nutritives et réparatrices pour les mains mais aussi des crèmes protectrices et apaisantes pour le visage. Autant de soins qui appartiennent à un marché très dynamique, celui des émoullients hydratants qui, en pharmacie, enregistre depuis plusieurs années des progressions comprises entre 5 % et 10 %. En 2011, le rayon n'a pas dérogé à la règle en affichant une hausse de 5 % avec un volume de vente dépassant les 6 millions d'unités pour un chiffre d'affaires de 96 millions d'euros. Reste à souhaiter que nos 11,4 millions d'heureux vacanciers, entre deux pistes ou deux îles, n'oublient ni leur protection solaire ni leur crème émoullissante et qu'ils pensent bien, en les utilisant, à tous les sédentaires de l'hiver !

Flora DONNET



L'œil de l'expert

Joëlle Hermouet, directrice de la société de conseil et formation Formaplus

En hiver, que doit faire l'officine de ses solaires ? Il convient tout d'abord de regrouper les produits au sein d'un même rayon saisonnier.

Ils doivent être facilement repérables par la clientèle et satisfaire tout de suite sa recherche d'une protection solaire. Cette répartition permet également de faciliter la gestion des stocks entrant en début de saison, puisqu'ils sont regroupés sur un seul rayon, celui des solaires, et non répartis sur les rayons des différentes gammes de soins visage et corps ! La plupart du temps, ce sont les produits solaires qui n'ont pas été vendus en été qui vont servir de base pour créer le rayon d'hiver. L'idéal est de regrouper, hors saison, l'offre avec celle des répulsifs antimoustiques, ce qui permet de reconstituer

un rayon important en volume tout en répondant aux différentes attentes des vacanciers, les adeptes du ski comme les amateurs de plage et de chaleur. Selon votre type de clientèle, privilégiez les indices de protection élevés (sports d'hiver) ou une sélection de laits et crèmes corps et visage (destinations chaudes). Les formules spécifiquement dédiées aux adeptes de la montagne peuvent être réunies et leur spécificité signalée par un stop rayon qui accroche le regard. Le linéaire peut ainsi être conservé de septembre à avril mais l'animation saisonnière, elle, doit être mise en place quinze jours avant le début des vacances de février (période traditionnelle de grands départs). Avec, bien sûr, pour objet le thème des sports d'hiver et de la protection solaire et pourra durer deux à trois semaines.

