

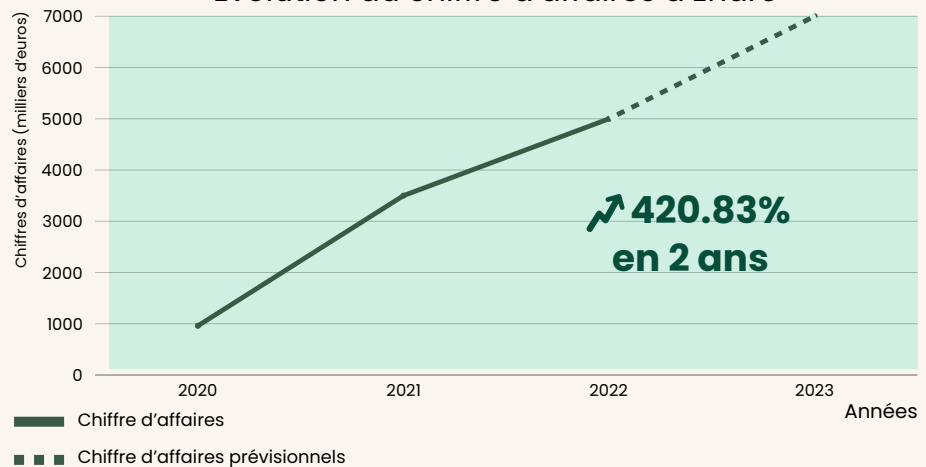


**Endro Cosmétiques** est une marque de produits d'hygiène corporelle fondée en 2019 par un couple de Lannionnais. Depuis leur ouverture, ils ont connu une évolution économique importante et ont su maintenir l'accent sur l'aspect bio et respectueux de la nature de leur commerce.



Employés en 2022

Évolution du chiffre d'affaires d'Endro

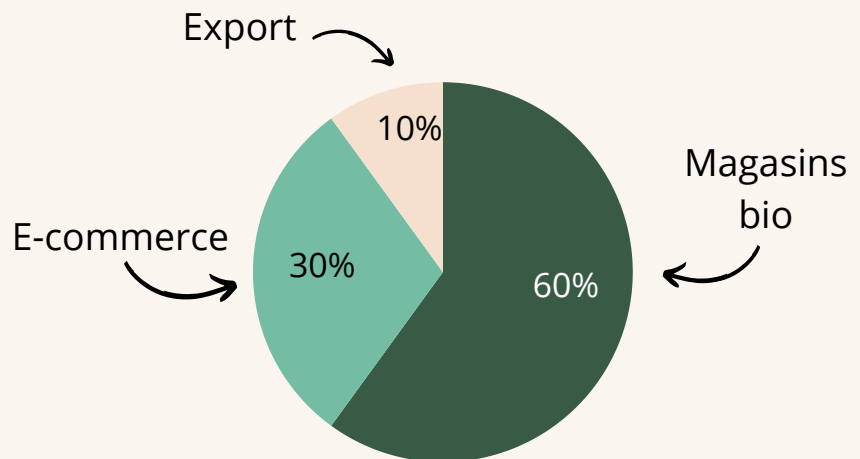


Sources : LinkedIn Bretagne économique



3000 points de vente en France (2023)

Sources : API communication (2023)




Sources : Bretagne économique (2023)

Répartition du chiffre d'affaires



## Politique


Conforme à la démarche RSE

 Financement de Région Bretagne et la technopole Anticipa

Libre échange Espace Schengen


## Économique

 CA de l'industrie → 3 679,4M €.  
 Secteur des cosmétiques dynamique


 Baisse du pouvoir d'achat des Français  
en 2022 (-0,2%)

## Socio-culturel

En 2019, 64% des français ont acheté un produit cosmétique naturel, bio ou végan.


 Recherche du "naturel" et la tendance du "mieux consommer"


## Technologique

 5e pays en dépôt de brevet technologique


Tendance des produits innovateurs :  
Gels douche hydratants,  
Shampoings et gels douche sans eau,  
Déodorants antimicrobiens...

## Écologique

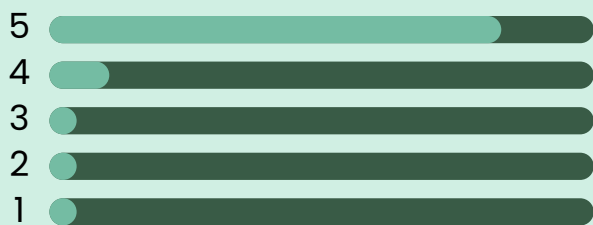
 Secteur de la cosmétique à l'origine de 0,5 à 1,5 % des émissions GES de la planète

 Interdiction du plastique dans les emballages ou produits à usage unique, selon l'article L541-10-5

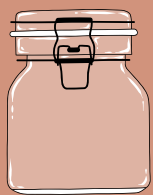
## Législatif

 Loi Agec  
Règlement (CE) 1223/2009 du parlement européen et du conseil

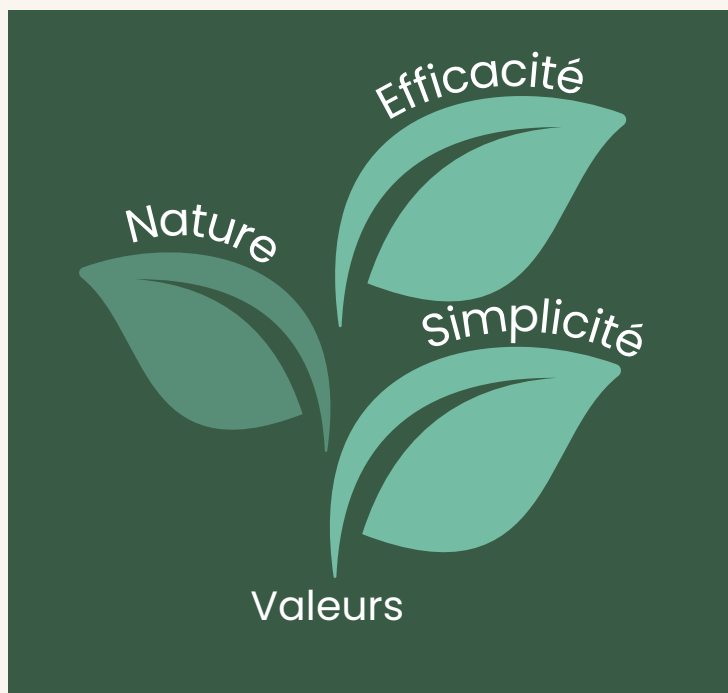
### Avis clients



Sources : CustomersReview Google (2023)



Système de consigne de bocaux pour l'emballage des produits



|                |   |
|----------------|---|
| <b>Interne</b> | <b>FORCES</b>   |
|                | <p><b>Communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 000 euros de budget mensuel consacré à la publicité sur les réseaux sociaux (2021) : publicité sponsorisée, newsletter hebdomadaire, concours en ligne organisés 2 fois par mois (8)</li> <li>• Collaboration avec des influenceurs : 1 000 euros consacrés par mois (2021) (8)</li> <li>• Communication et présence régulière sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Tiktok, Pinterest)</li> <li>• Plus de 100 000 abonnés sur les réseaux sociaux</li> <li>• Action de communication menée pour visibiliser la lutte écologique : action réalisée par les co-fondateurs de l'entreprise nommée "Un produit Endro acheté = 1m² de plage nettoyée"</li> </ul> |
|                | <b>FAIBLESSES</b>   |
|                | <p><b>Produits :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• production limitée, car un seul lieu de production en Bretagne</li> </ul>   |
|                | <p><b>Prix :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prix relativement élevé pour ce marché (exemple déodorant 9.80€ contre 4.50€ pour Ma kibell)</li> </ul>   |
|                | <p><b>Promotion :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• action d'abandon de la vente en ligne temporelle (pendant 1 semaine) pour privilégier la vente en point de vente (septembre 2022) : laisse la place aux marques concurrentes pour la vente en ligne (9)</li> </ul>   |

| Externe | OPPORTUNITÉS  |
|---------|---|
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Structure de l'entreprise :</b></li> <li>• Partenariat avec Emeraude ID pour l'embauche de nouveaux salariés en réinsertion professionnelle.</li> <li>• 40 collaborateurs</li> <li>• 20 recrutements en cours dans les pôles logistique, qualité et production (3)</li> <li>• En 2019, 64% des consommateurs français avaient acheté un produit cosmétique naturel, bio ou vegan au cours de l'année précédente (10)</li> </ul> <p>L'usine de 3500 m², dont 500 m² de salle blanche, n'est utilisée qu'à 40 % de sa capacité totale (6)</p> |
|         | <p><b>Prix :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace Schengen et libre échange</li> <li>• les magasins bio représentent 60% du chiffre d'affaires (6)</li> </ul> <p>Le chiffre d'affaires du panel Xerfi de fabricants de produits d'hygiène corporelle a progressé de l'ordre de 11% en 2022 (11)</p>  |
|         | <p><b>Distribution :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Activité de sous-traitance avec le laboratoire Kalon, qui a représenté 25% de son activité en 2022 (3)</li> <li>• Optimisation de leur système ERP via l'agence Apik pour permettre de suivre les demandes de production.(12)</li> </ul>  |
|         | <p><b>Communication :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariat avec des magasins de toute la France, exemple avec le magasin "Gaïa &amp; Nous" près de Marseille(13)</li> </ul>   |

# Annexes :

## Sources :

- (1) : Communauté Lannion-Trégor, 07/06/22
- (2) : Chaîne Youtube Endro Cosmétiques,  
18/07/23
- (3) : Agence API, 30/08/23
- (4) : Anticipa, 18/12/19
- (5) : Site web Endro Cosmétiques
- (6) : Bretagne Economique, 06/03/23
- (7) : LinkedIn Endro Cosmétiques
- (8) : Les Echos Entrepreneurs, 10/11/21
- (9) : Actu.fr , 10/11/21
- (10) : Alioze, 26/08/20
- (11) : Xerfi, 31/07/23
- (12) : LinkedIn Boris le Goffic, 16/11/23
- (13) : Facebook "Gaïa & Nous", 03/11/21
- (14) : Trustpilot Endro Cosmétiques
- (15) : Europa.eu, 01/22
- (16) : Bretagne.bzh
- (17) : Enseignementsup-recherche.gouv.fr
- (18) : greenly.earth.fr, 29/09/22
- (19) : cartoffset.com
- (20) : fashionnetwork.com, 06/07/23
- (21) : economie.gouv.fr, 23/01/23
  
- (30) : endro-cosmetiques.com, 21/11/23
  
- (40) : semrush.com, 18/11/23 (inscription  
nécessaire)