

Le secteur du cosmétique au Costa Rica : un marché d'opportunités pour les entreprises françaises



Depuis l'entrée en vigueur du volet commercial (1^{er} octobre 2013) de l'Accord d'association entre l'Union européenne et les pays d'Amérique centrale, les barrières douanières des produits cosmétiques ont été partiellement diminuées¹, offrant ainsi de nouvelles opportunités pour les entreprises françaises sur les 7 différents marchés d'Amérique centrale. Le Costa Rica dispose du niveau de vie le plus élevé des pays centre-américains, avec un PIB par habitant supérieur à 12 000 dollars par an, soit plus du double relevés au Salvador et au Guatemala. Les entreprises françaises de ce secteur ont donc tout intérêt à s'intéresser au marché costaricien, en pleine évolution.

Grand attrait envers les produits cosmétiques

Les Costariciennes accordent une grande importance aux soins du visage et utilisent ainsi quotidiennement toutes sortes de crèmes hydratante, tonifiante et nettoyante. Le soin des yeux concerne un tiers des ventes d'hydratants. Cette consommation place le Costa Rica en troisième position des dépenses par habitant de ces produits pour toute l'Amérique latine². Les hommes costariciens sont également consommateurs de produits cosmétiques et se positionnent en sixième position en matière de dépenses en Amérique latine, avec un budget de 20\$ par an, soit davantage que les Mexicains (14\$), Colombiens et Péruviens (15\$)³.

Nouvelle tendance des produits naturels et biologiques

Les produits naturels et biologiques représentent la nouvelle tendance dans le monde du cosmétique. La demande mondiale pour ce type de produits, qui était de plus de 7,6 milliards de dollars en 2012, devrait atteindre 13,2 milliards de dollars en 2018, soit une croissance de 9,6% par an. En 2011, l'Amérique du Nord était le plus grand consommateur



de produits cosmétiques naturels et biologiques avec 34% de la consommation mondiale, suivi de l'Europe avec 29%⁴. Les Costariciennes ont pour coutume de suivre les tendances des Occidentales

¹ Pour le chapitre 33 (huiles essentielles et résinoïdes, produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques), certains produits (parfums, eau de toilette) bénéficient d'une suppression totale des barrières douanières alors que d'autres (maquillage, produits de manucure, déodorants) auront un dégrèvement sous 5, 10 à 13 ans.

² Euromonitor international, *las cinco principales tendencias en la industria de belleza y cuidado personal por país norte y Sudamérica*, 2013

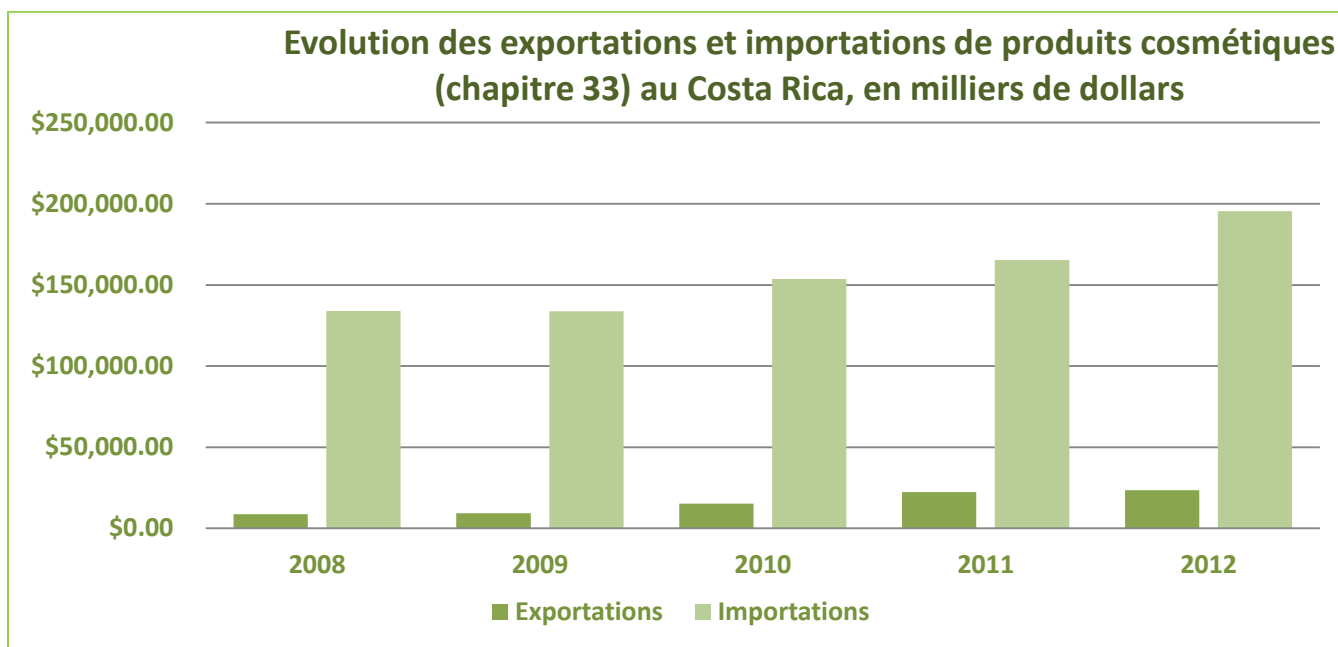
³ Euromonitor

⁴ Transparency Market Research, *Organic Personal Care Products Market for Skin Care, Hair Care, Oral Care and Cosmetics - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast, 2012 - 2018*

en matière de mode ou de beauté, par conséquent ce phénomène est présent dans ce pays chez les femmes qui disposent d'un pouvoir d'achat plus élevé. Certaines marques locales sont déjà implantées sur ce secteur, comme par exemple la marque costaricienne BioLand, créée en 1982, qui utilise comme matières premières des extraits de plantes, de fruits et d'herbes.

Des opportunités à saisir auprès des industries et des consommateurs

Les exportations costariciennes entre 2008 et 2012 de produits cosmétiques⁵ sont faibles comparées aux importations de ces mêmes produits à la même période. La production locale de cosmétiques est minime face à la demande croissante du pays⁶. Il n'existe que quelques marques locales qui commercialisent des produits cosmétiques (LABINSA, BioLand, Centro Natural La Fuente), ce qui offre d'importantes opportunités pour les marques étrangères. Néanmoins, on constate que les marques costariciennes ont augmenté de 63% leurs exportations entre 2008 et 2012⁷, l'industrie locale a ainsi augmenté sa production, les laboratoires de cosmétiques français bénéficient également d'un marché en expansion.



Source: Procomer

⁵ Chapitre 33

⁶ Prochile, Estudio de Mercado de "Cremas para el cuidado de la piel" en Costa Rica, 2011

⁷ Procomer

Des exportations françaises et européennes en augmentation

Entre 2008 et 2012, le Costa Rica a augmenté ses importations de produits cosmétiques et a également diversifié son nombre de fournisseurs avec 40 pays importateurs du secteur cosmétique. Les pays européens (hormis l'Allemagne) affichent une hausse de leurs exportations de produits cosmétiques entre 2008 et 2012. La plus forte augmentation des produits européens revient à la France avec 35,5%. Cette augmentation s'explique par la volonté des importateurs de diversifier leurs offres ; ils se sont alors tournés davantage vers les marques françaises, connus pour la qualité de leurs produits, leurs avancées technologiques, leur savoir-faire marketing et pour la bonne image du « Made in France ».

Importation de produits cosmétiques (code 33) au Costa Rica entre 2008 et 2012, en milliers de dollars						
	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2008/2012
Allemagne	2,689.9	1,853.8	3,035.9	2,097.2	2,039.1	- 31,9%
Espagne	5,791.7	4,640.1	5,242.8	5,112.1	6,088.1	+ 4,7%
France	2,793.3	1,536.3	2,638.8	3,950.6	4,332.4	+35,5%
Italie	1,748.4	1,498.9	1,564.5	1,496.2	1,886.9	+7,34%
Union Européenne	17,724.9	14,279.7	19,179.4	19,928.6	23,997.5	+ 26,1%
Total importations	133,956.9	133,708.8	153,594.3	165,379.9	195,434.4	+31,4%

Source: Procomer

Une distribution plus diversifiée

Les produits cosmétiques au Costa Rica sont principalement distribués dans les salons de beauté, pharmacies, supermarchés et vente par catalogue. Depuis quelques années la vente par internet dans ce secteur s'est fortement démocratisée et permet ainsi de créer un dialogue direct entre le fabricant/importateur et le consommateur final.



De plus, le Costa Rica, principal destination touristique d'Amérique centrale, promeut la beauté de sa nature et souhaite devenir une destination idéale pour des vacances de repos et de bien-être. Le nombre de spa augmente chaque année ; en 2013, le premier congrès latino-américain de Spa avait d'ailleurs lieu au Costa Rica. Cette nouvelle

tendance offre un canal de distribution porteur pour les produits cosmétiques.

Le marché costaricien = une ouverture vers les autres marchés centroaméricains

Le marché costaricien, dans le cadre du système d'intégration centre-américain (SICA), représente une ouverture vers les autres marchés de la région (Guatemala, El Salvador, Nicaragua et Honduras)⁸. Cette intégration douanière permet ainsi de réaliser qu'une seule fois les démarches administratives tels que l'inscription sanitaire des produits cosmétiques. Le Costa Rica se présente alors comme une plateforme d'entrée au marché centre-américain, soit à 44 millions de consommateurs potentiels.



⁸ En juin 2012, les chefs d'Etats des pays de la SICA se sont réunis et ont approuvé l'adhésion du Panama au système. Le pays est en plein processus pour remplir les conditions et bénéficier du libre-échange en Amérique centrale.