

Le secteur 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, et ses presque 5 millions d'habitants, disposent du niveau de vie le plus élevé des pays centre-américains, avec un PIB par habitant supérieur à 11 000 dollars par an, soit plus du double relevé 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 aux cosmétiques et utilisent quotidiennement toutes sortes de crèmes hydratantes, tonifiantes et nettoyantes. 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.

De nouvelles tendances de consommation

Au Costa Rica, à l'image de l'économie du pays, la période 2015 s'est caractérisée par une croissance stable du secteur des cosmétiques. Par ailleurs, les acteurs du marché ont observé l'apparition de nouveaux comportements d'achats chez le consommateur final. En effet, le consommateur costaricien, auparavant attiré par les fonctionnalités et la qualité du produit, s'oriente dorénavant vers les réductions et les promotions (toutes formes de rabais, jeu promotionnel, cadeau...). Par conséquent, le prix unitaire des cosmétiques est resté inchangé en 2015, limitant les marges des entreprises implantées sur le marché.

Cette nouvelle tendance favorise clairement les acteurs majeurs du marché, qui, déjà bien implantés, peuvent se permettre de réduire leurs dépenses en marketing et communication de masse. Ceci dans le but d'accroître leurs marges et de proposer des prix plus attractifs.

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*, 2014

³ Euromonitor

De plus, le paysage concurrentiel s'est complexifié au cours des années. Effectivement, le Costa Rica, avec son économie forte et stable, a attiré une grande quantité de marques étrangères qui ont investi pour développer des offres séduisantes pour le consommateur final. Aussi, la grande distribution continue d'augmenter son pouvoir de négociation avec les acteurs du marché en devenant le principal importateur / distributeur de marques étrangères et en favorisant les lignes de produits à forte rotation.

Enfin, on observe un intérêt grandissant pour les produits innovants grâce à l'ajout d'ingrédients fonctionnels. Le consommateur costaricien est intéressé par les produits aux bénéfices multiples (concept multifonction), pratiques et conçus à partir d'ingrédients naturels.

De plus, l'industrie des cosmétiques a commencé depuis quelques années maintenant à se concentrer sur le marché des Spas, avec grand succès. En cinq ans, le nombre de salons de beauté a augmenté de 236%, passant de 5000 à 16.000 pour la seule zone de San José (Gran Área Metropolitana). 3% des franchises nationales et 6% des franchises internationales présentes au Costa Rica sont dans le secteur du bien-être et de la beauté. Grâce à ce marché, les produits tels que les huiles (et huiles essentielles) et extraits de plantes, ont représenté une forte croissance depuis 2016.

Des opportunités à saisir auprès des industries et des consommateurs

Le total des exportations costariciennes de produits cosmétiques s'est élevé à 20 millions de dollars en 2016, ce qui représente une augmentation de 20% par rapport à 2015, année durant laquelle le montant des exportations était de 16,8 millions de dollars.

Cependant, la production locale de cosmétiques est minime face à la demande croissante du pays⁴. 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.

Le Costa Rica importe donc énormément puisque la production locale ne suffit pas. C'est le deuxième pays de la zone qui importe le plus d'articles de beauté et d'hygiène avec 103.9 millions de dollars d'importations en 2017, derrière le Guatemala. (Voir le graphique ci-dessous). 31% de la valeur importée en 2017 provenait du Mexique, 19% des Etats-Unis, 10% de Colombie et 3% de France (contre 1,6% en 2016). En 2017, les exportations de cosmétiques de la France étaient égales à 13,6 milliards d'euros, dont 535 millions ont été exportés vers l'Amérique Centrale et du Sud. On note cependant que les exportations de la France vers cette zone connaissent une forte diminution.

⁴ Prochile, Estudio de Mercado de "Cremas para el cuidado de la piel" en Costa Rica

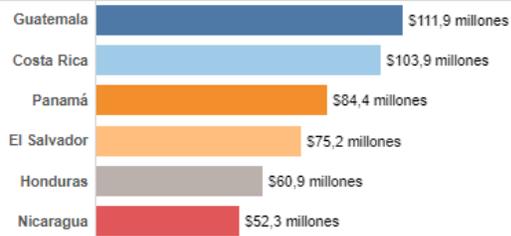
Importación de artículos de belleza e higiene personal en Centroamérica

Al 31 de diciembre de 2017

CentralAmericaData
INFORMACIÓN DE MERCADOS

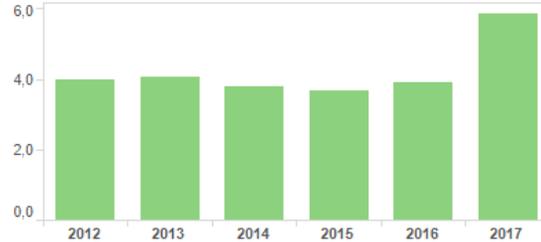
Importación por país

Durante 2017, en millones de US\$



Variación de las importaciones

De cada año, en millones de US\$



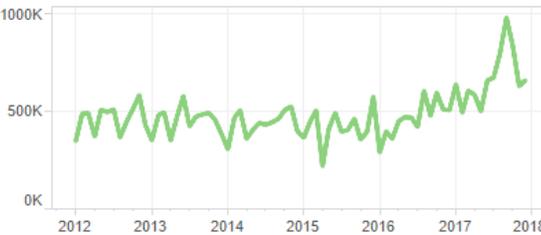
Origen de las importaciones regionales

Durante 2017, en millones de US\$



Importaciones mensuales

De enero de 2012 a diciembre 2017, en millones de US\$



Source : Central America Data

Principaux produits importés au Costa Rica depuis la France en 2016 :

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS | 2016

DESCRIPCIÓN	PART. REL.
Medicamentos	22,4%
Vacunas para medicina humana	7,6%
Automóviles para el turismo o para el transporte de personas, incluidos los del tipo familiar	5,7%
Insecticidas y fungicidas	4,0%
Productos laminados de hierro o acero	2,6%
Materiales eléctricos	2,1%
Aparatos para la recepción, conversión, emisión y transmisión o regeneración de voz, imagen u otros datos	2,1%
Perfumes y aguas de tocador	1,7%
Alimento para animales	1,7%
Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incl. las preparaciones antisolares y las bronceadoras	1,6%
Otros	48,4%

Fuente: BCCR.

Une distribution plus diversifiée

Les produits cosmétiques au Costa Rica sont principalement distribués dans les salons de beauté, pharmacies et supermarchés. 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.

Le marché costaricien = une ouverture vers les autres marchés centraméricains

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, Panama et Honduras). Cette intégration douanière permet ainsi de ne réaliser qu'une seule fois les démarches administratives telles 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.