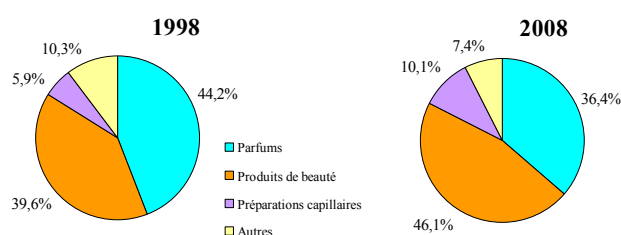




Cosmétiques : des ventes en forte croissance depuis 10 ans

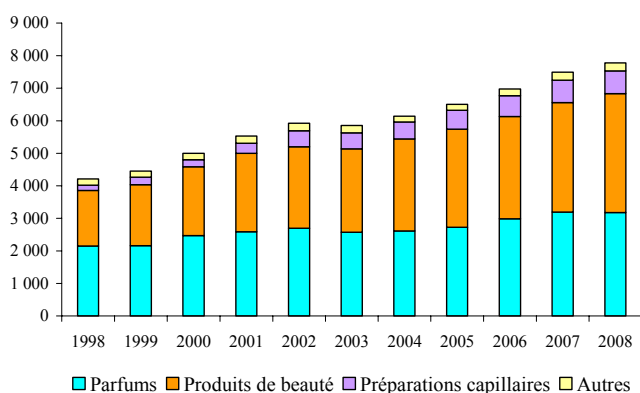
Malgré un fort recul à la fin 2008, les ventes de cosmétiques ont nettement moins souffert de la crise que l'ensemble des produits manufacturés. Leur dynamisme vient d'un redéploiement sur les marchés émergents à croissance rapide. Malgré une légère érosion de ses positions, la France reste ainsi l'un des leaders mondiaux de la cosmétique, avec 25% de parts de marché dans le monde. Si le nombre d'exportateurs de cosmétiques tend à s'accroître depuis 2005, le marché reste dominé par quelques très grandes entreprises.

Structure des exportations de cosmétiques en 1998 et 2008 en %



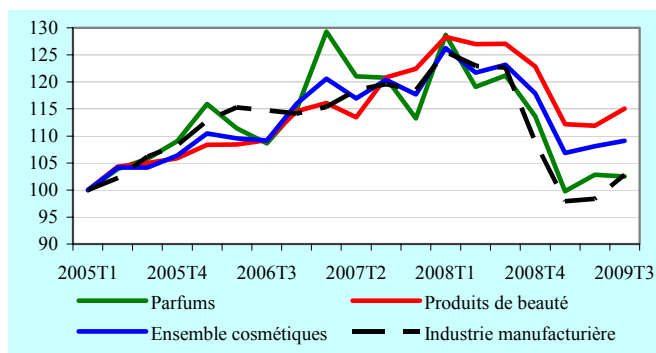
Source : Douanes – Données brutes FAB

Evolution annuelle du solde des cosmétiques depuis 1998 (millions d'euros)



Source : Douanes – Données brutes CAF/FAB

Evolution trimestrielle des exportations de cosmétiques (base 100 au 1^{er} trimestre 2005)



Source : Douanes – Données CVS-CJO FAB

Des exportations dynamiques, moins touchées par la crise

En 2008, les ventes de cosmétiques au sens large (parfums, produits de beauté, préparations capillaires, autres cosmétiques) s'élèvent à 9,6 milliards d'euros, et les achats à 1,8 milliard d'euros, soit un excédent commercial de 7,8 milliards d'euros. Cet excédent, le troisième après l'aéronautique et les boissons, a doublé en l'espace de dix ans.

Les exportations de cosmétiques, constituées à plus de 80% de parfums et de produits de beauté, ont en effet enregistré une croissance soutenue depuis 1998 (+6,2 % l'an en moyenne, contre +4,0 % pour l'ensemble des exportations). Les ventes de produits de beauté, qui ont connu la progression la plus rapide (+7,8 % l'an en moyenne), représentent la moitié des ventes de cosmétiques en 2008. Ce dynamisme résulte de plusieurs tendances lourdes : attrait pour les produits innovants ou de luxe, vieillissement de la population (soins anti-âge), élévation des niveaux de vie... En 2008, l'excédent des produits de beauté (3,7 milliards d'euros) dépasse ainsi celui des parfums (3,2 milliards).

Plus dynamiques que le reste des exportations, les ventes de cosmétiques ont aussi moins souffert de la crise (notamment les produits de beauté). Certes, elles reculent à partir du quatrième trimestre 2008, mais la baisse reste relativement modérée et limitée dans le temps puisqu'une reprise s'amorce dès le deuxième trimestre 2009 et se confirme au troisième trimestre.

Augmentation du nombre d'entreprises depuis 2005

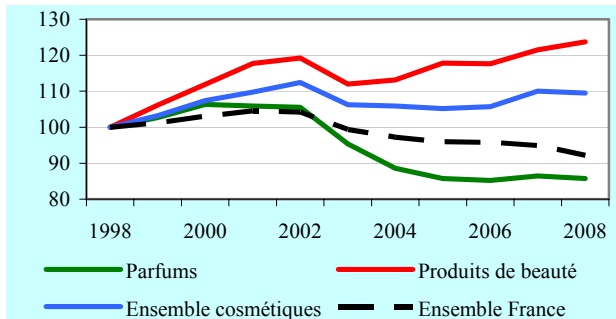
En augmentation jusqu'en 2002, le nombre d'exportateurs travaillant dans les cosmétiques fléchit par la suite, avant de repartir de l'avant à partir de 2005, alors que la baisse du nombre global des exportateurs français se poursuit. La situation est néanmoins contrastée au sein des cosmétiques. A l'exception d'une parenthèse en 2004, les entreprises sont de plus en plus nombreuses dans les produits de beauté, du fait notamment de la progression du nombre de distributeurs. En revanche, dans la parfumerie, le nombre d'entreprises se stabilise à un bas niveau.





En 2008, on comptabilise 3000 entreprises exportatrices (+100 par rapport à 2005) dans les cosmétiques, dont 2000 dans les produits de beauté et 900 dans la parfumerie (dont 500 entreprises communes aux deux secteurs).

Evolution annuelle du nombre d'exportateurs (base 100 en 1998)

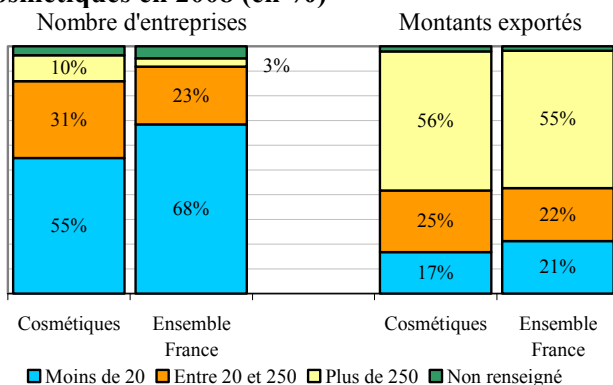


Source : Douanes.

Les entreprises exportatrices de cosmétiques restent moins concentrées que la moyenne nationale. Les entreprises de 20 à 250 salariés et celles de plus de 250 sont relativement plus nombreuses pour les cosmétiques que pour l'ensemble de l'économie (41 % des opérateurs contre 26 %) pour, dans les deux cas, environ 80 % des montants exportés.

Il reste que quelques très grosses entreprises dominent à l'exportation. La taille demeure en effet un déterminant important dans la capacité à se projeter à l'international, en raison notamment des coûts élevés à supporter (dépenses publicitaires, coûts d'innovation). Pour les parfums, les dix premiers exportateurs représentent près de 60 % des ventes, deux grands groupes étant à l'origine du quart des ventes. Pour les produits de beauté, les dix premiers exportateurs captent la moitié des ventes, dont un cinquième vient d'un seul grand groupe.

Structure par tranche de salariés des entreprises de cosmétiques en 2008 (en %)



Source : Douanes

Un marché émergent en forte croissance

Le dynamisme des ventes de cosmétiques s'explique pour partie par un positionnement favorable sur les marchés émergents à croissance rapide, alors que l'Union européenne occupe une moindre place que dans l'ensemble des exportations françaises (50 %, contre 64 %). Entre 1998 et 2008, la progression des ventes aux

pays émergents est deux fois plus rapide que celle de l'ensemble des exportations de cosmétiques.

Evolution par pays des exportations de cosmétiques entre 1998 et 2008 (en %)

Exportations	Part (en %)		Evolution moyenne 1998 à 2008 (en %)
	1998	2008	
Pays développés	76,0	68,0	5,0
dont Allemagne	15,7	13,8	4,8
Royaume-Uni	9,2	8,2	5,0
Italie	7,8	7,5	5,7
Etats-Unis	7,4	7,3	6,1
Espagne	6,8	7,2	6,7
Pays émergents*	14,9	24,6	11,6
dont Russie	2,3	5,6	16,2
Singapour	1,1	3,1	18,0
Emirats arabes unis	2,2	2,8	8,6
Chine	0,1	1,8	48,0
Pologne	0,8	1,6	14,3
Autres	9,1	7,4	4,0
Total	100,0	100,0	6,2

Source : Douanes – Données brutes FAB

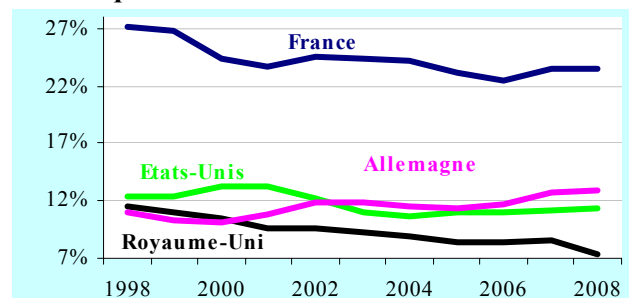
* Liste des pays émergents issue du CEPII

Les ventes de cosmétiques sont particulièrement soutenues vers la Chine, Singapour et la Russie. La part des pays émergents dans l'ensemble des ventes de cosmétiques passe ainsi de 14,9 % en 1998, à 24,6 % en 2008. Ce redéploiement s'effectue au détriment des pays développés matures. Il serait probablement encore plus marqué si l'on considérait en outre les investissements à l'étranger des entreprises françaises.

La France, leader mondial des cosmétiques

La France occupe une position dominante sur le marché des cosmétiques, avec près de 25 % des parts de marché mondiales. Depuis 1998, la France connaît cependant une érosion de ses positions au profit notamment des pays émergents, ainsi que l'Allemagne qui vient au deuxième rang, juste devant les Etats-Unis.

Evolution des parts de marché mondiales des cosmétiques



Sources : ONU.

Méthodologie et sources

Cette analyse s'appuie principalement sur les données douanières des SH4 3303 (parfums), 3304 (produits de beauté ou de maquillage), 3305 (préparations capillaires), 3306 (préparations pour l'hygiène buccale ou dentaire), et 3307 (autres produits cosmétiques).