



PRINCIPAUX INDICATEURS

Population : 32,2 M d'habitants
PIB : 163 Mds € / 202 Mds US\$
Taux de croissance : 2,7 %
Taux d'inflation : 2 %
Exportations françaises vers le Pérou : 276 M €
Importations françaises depuis le Pérou: 416 M €
Position de la France : 23^e fournisseur
Stock IDE du pays: 22,2 Mds €
Flux IDE du pays: 207 M €

Sources: INEI, BCR, Promperu, Proinversion, Douanes françaises, Minag

LE SECTEUR DES COSMÉTIQUES ET DE L'HYGIÈNE

- Secteur au fort potentiel et en croissance constante, notamment le marché de luxe.
- **L'Équateur, la Bolivie et la Colombie** ont pour leader du marché une entreprise péruvienne.
- Le secteur générerait environ **600 000 emplois**.
- **200 millions de produits** (unités) ont été **distribués** aux consommateurs en 2017.
- Le principal client et fournisseur du Pérou en cosmétique est la **Colombie**.
- 30% des entreprises sont péruviennes, 70% sont étrangères.

LES CARACTERISTIQUES DU MARCHÉ

➤ Taille et évolution du marché

En 2017, le taux de croissance du secteur des cosmétiques et de l'hygiène personnelle a augmenté de 4% en soles et de 8% en dollars par rapport à 2016 dû à la chute du taux de change. Le secteur aurait totalisé un chiffre d'affaires de 7,162 Mds de soles selon les statistiques de la **COPECOH** (*Syndicat péruvien des professionnels des cosmétiques et de l'hygiène*). Une augmentation entre 6 et 8% serait attendue en 2018 avec un total de 7,762 Mds de soles. En 2019 cette augmentation devrait passer à 10% et même jusqu'à 14% d'ici 2022 avec un total de 12,210 Mds de soles.

La production annuelle était de 25% et l'importation de 75% en 2017. Les importations de cosmétiques au Pérou ont totalisé 425 M USD en 2016. La France perd en parts de marchés, avec 3,3% des importations du secteur provenant de France, contre 7% en 2014 par exemple. Près de 33% des produits sont nouveaux sur le marché, c'est à dire qu'ils ont moins de 3 ans.

Selon une étude menée par la **COPECOH** (*El Estudio de Inteligencia Comercial de Cosméticos e Higiene Personal*), les principales tendances dans l'industrie de la cosmétique, conformément à l'évolution des goûts des consommateurs, seraient les produits anti-âge, les ingrédients naturels et la neuroscience. Parmi les principaux motifs de consommation de cosmétiques, l'organisme a identifié que les facteurs déterminants seraient la qualité du produit, la marque et son origine avant le prix.

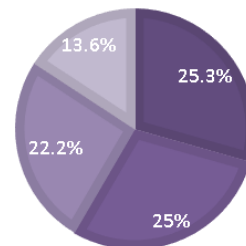
Le marché de la cosmétique de luxe est en croissance depuis 7 ans au Pérou. Les marques dites « Premium » représentent 56% de la vente par catalogue de soins personnels. Selon **Kantar Worldpanel (KWP)** la

consommation de marques de luxe à travers la vente par catalogue augmentera cette année de 1% après avoir chuté de 26% en 2017. La part de marché des parfums dans ce secteur du luxe est de 60%.

Il y a 3 grandes catégories qui composent 75% du marché : l'hygiène personnelle, les produits capillaires et les fragrances (voir graphique pour la répartition des ventes par catégorie le premier trimestre de 2017). Les catégories qui stimulent le marché sont le maquillage (12% de croissance) et les fragrances (8%), suivi par l'hygiène personnelle (6%). Le Pérou est le pays qui consomme le plus de fragrances dans la région (parfum, eau de Cologne...) avec 25% des parts, contre 17% en moyenne en Amérique latine.

VENTES PAR CATÉGORIE EN 2017

■ Produits capillaires ■ Parfums ■ Hygiène personnelle ■ Maquillage



Source: Copecoh (Syndicat péruvien des professionnels des cosmétiques et de l'hygiène)

En ce qui concerne le pouvoir d'achat au sein du marché des cosmétiques, le Pérou se situe à la 4ème place en Amérique latine avec 525 USD par an et par personne. Les ménages péruviens consacrent une part importante de leurs revenus dans les produits d'hygiène, de beauté et de soins personnels.

En moyenne, les femmes de 15 à 40 ans habitant en ville dépensent 540 USD par an en produits cosmétiques et d'hygiène, soit 10 à 15% de leur salaire. Pour les femmes cadres supérieures, les dépenses en soins capillaires atteignent jusqu'à 400 soles (125 USD) mensuels. La consommation de produits de beauté par les femmes péruviennes augmentera cette année, passant de 14 à 16 produits par an et par personne. Ainsi plus de 200 millions de produits seront vendus en 2018 soit 10% de plus qu'en 2017.

Il y aurait à Lima environ 15 000 salons de coiffure et de beauté indépendants, parmi lesquels 25% sont informels. Cinq franchises complètent le marché de ces petites boutiques.

Le marché des cosmétiques bénéficie aussi de l'augmentation de la part de marché du public masculin et des jeunes. Le secteur des parfums est le plus touché par cette mutation, la part de marché masculine est passée de 10% à 50% de la production totale.

Plus de 88% des péruviens préfèrent des produits de beauté à base d'ingrédients naturels.

➤ Canaux de distribution

Il existe trois grands groupes : la vente au détail, la vente directe et le e-commerce. Selon une étude menée par la **COPECOH** le Pérou est le pays d'Amérique latine ayant le plus grand pourcentage de ventes directes (46%) suivi par la Bolivie (39%) et l'Equateur (38%). Selon la **Chambre Péruvienne de Vente Directe (CAPEVEDI)**, la vente directe de cosmétiques a augmenté de 0.7% à la fin du premier trimestre 2017, avec des ventes s'élevant à 633 M de soles. Selon une étude menée par **IPSOS** en janvier 2017, 84% des personnes interrogées déclarent que leur dernier achat en vente directe a principalement été des produits de cosmétiques et d'hygiène personnelle.

L'innovation a renforcé le secteur et le nombre de points de vente dans les zones urbaines a augmenté, notamment grâce à l'entrée des chaînes de magasins spécialisés tels que Perfumerias Unidas, qui a triplé son portefeuille de produits pour le marché péruvien.

Cependant, le canal moderne n'a pas fait diminuer le canal traditionnel. En effet, le canal moderne représenterait 19% du total du marché et le canal traditionnel 34%. Ce dernier est représenté par les drogueries (bodegas) et marchés (23,5%), les pharmacies (5,5%), et les salons et spa (5%). Il comprendrait plus de 35% des 50% qui représenteraient la vente au détail.

Quant au classement des départements dans lesquels ce secteur est le plus dynamique, Lima se place en première position suivie par Arequipa avec une consommation représentant 6.5% du total national, puis La Libertad (4.8%), Cusco (4.5%), Piura (4.1%), Junin (3.5%), Ica (3.3%) et Áncash (2.8%).

ASPECTS REGLEMENTAIRES ET DOUANIERS

Le seul prérequis pour l'importation de produits cosmétiques sur le marché péruvien est **le registre sanitaire** exigé par le Ministère de la Santé au travers du décret suprême No. 010 – 97 – SA mise en place depuis le 01-04-2007 et qui s'obtient auprès de la **Direction Générale des Médicaments, Intrants et Drogues – DIGEMID** (<http://www.digemid.minsa.gob.pe/>). Cette procédure dure en général 3 à 4 mois et requiert les services d'un Pharmacien-Chimiste.

Les coûts d'enregistrement sont variables si votre partenaire dispose ou non d'un pharmacien chimiste au sein de son équipe. Les frais administratifs à payer à la Digemid sont d'**environ 140 USD par produit**.

Honoraires d'un pharmacien chimiste pour la mise en conformité de l'entrepôt de stockage des produits : environ 300 USD.


L'enregistrement est valable pour une durée de 5 ans.

Les cosmétiques sont assujettis à des droits de douane allant de 0% à 8% grâce à l'Accord de libre-échange avec l'Union Européenne, entré en vigueur en Mars 2013. S'ajoute à ces droits l'Impôt Général sur les Ventes de 18 % (équivalent à la TVA).

CLES D'ENTREE SUR LE MARCHÉ

 **Opportunités spécifiques pour l'offre française :**

- Les produits français bénéficient d'une image de marque et sont synonymes de qualité.
- Les produits dermo-cosmétiques et les produits naturels se développent fortement.
- Le marché des cosmétiques pour homme est également une opportunité.

 **Relais locaux de l'offre française :** Aucun opérateur français dans la grande distribution mais des importateurs/distributeurs/filiales. On peut citer les marques L'Oréal, l'Occitane, Uriage, Avène et La Roche-Posay, qui sont présents sur le marché.

 **Principaux décideurs :**

- Entreprises péruviennes : Yanbal, Belcorp.
- Multinationales : Natura, Avon, Unilever, Johnson & Johnson.


 **Réseaux de commercialisation et implantation locale :**

- Indispensable de disposer d'un réseau local : au minimum un distributeur capable de réaliser l'importation, l'installation et le service après-vente.
- Importance des chaînes de pharmacies pour les produits dermo-cosmétiques.

 **Nouveaux entrants sur le marché :**

- **Aruma**, qui compte 7 établissements et projette de les augmenter au nombre de 56 magasins d'ici 2019.
- **Pichara**, entreprise chilienne et associée de Cencosud, qui est entrée sur le marché en mars 2018 avec le même principe de magasins spécialisés. Elle possède environ 40 marques et en 2 mois elle aurait importé 4 millions de dollars en produits qui seront proposés au public en mars de cette année. Elle prévoit l'ouverture de 150 magasins spécialisés.

AGENDA

-  **Cosmo Beauty Professional**, 7ème édition au Pérou, Salon de beauté COSMOBEAUTY PROFESIONAL LATINOAMÉRICA, à Lima les 26 et 27 mai 2019.

Pour plus d'informations, contactez :

La Chambre de Commerce Française au Pérou
Camino Real 479, San Isidro - Lima 27, Pérou
Tél : +51 1 421 4050 - Fax : +51 1 421 9093
@: comercial@ccipf.com – Site : www.ccipf.com