

Introduction : Le marché de la cosmétique au Brésil

[Télécharger en PDF](#)

/

Mis à jour le 08/07/2021

/

Selon Euromonitor International, le Brésil est le 4^{ème} plus grand marché de beauté et de soins personnels au monde derrière les États-Unis, la Chine et le Japon. Dans la catégorie des parfums et des produits pour homme, les Brésiliens arrivent en deuxième position.

Cinq entreprises concentrent 47,8% du marché brésilien, selon le même rapport : [Natura & Co](#), suivi du [groupe Boticário](#), du [groupe Unilever](#), du [groupe L'Oréal](#) et de la société [Colgate-Palmolive](#). Le marché de la beauté et des soins personnels au Brésil et dans le monde a été agité par le mouvement des géants, comme l'acquisition d'[Avon](#) par [Natura & Co](#). En parallèle, il y a une activité bouillonnante de petites marques qui se positionnent dans des niches et s'appuient sur l'environnement numérique – et parfois seulement sur lui – pour dialoguer avec le public. Les grandes et les petites marques s'engagent à accompagner les transformations de la société qui se reflètent dans la consommation, comme la recherche de produits plus naturels et personnalisés qui communiquent des valeurs.

Sources : [CosmeticInnovation](#) / [Euromonitor International](#)

Le secteur représente plus de 3 000 entreprises (99% de PME) locales qui exportent vers 174 pays, et affiche une croissance de 4,2% en 2019. Le pays se classe en 3^{ème} position mondiale après les USA et la Chine en termes de lancement de nouveaux produits mais sans réelle innovation technologique.

Source : ABIHPEC

Exports Brésil : Top 15 pays

Cumul Sept 2019/2020

Pays	2019 en M USD FOB	2020 en M USD FOB
Argentine	106,8	113,2
Mexique	41,6	44,5
Chili	33,4	41,8
Colombie	54,1	39,5
Paraguay	35,3	37,0
Pérou	26,5	25,3
Uruguay	19,0	21,0
USA	14,1	15,9
Bolivie	14,9	12,8
Venezuela	9,3	11,4
Equateur	10,9	8,8
Portugal	8,0	5,0
Pays Bas	1,3	5,0
E.A.U.	5,6	4,0
Cuba	3,1	4,0
Total top15	383,9	389,0
Total Exports	441,5	444,3

Source : [SECEX](#), [Ministère de l'Economie Brésil](#), [ABIHPEC](#) (Association des Industries Hygiène et cosmétiques Brésil)

Imports Brésil : Top 15 pays

Cumul Sept 2019/2020

Pays	2019 en M USD FOB	2020 en M USD FOB
France	92,8	63,9
Chine	86,0	63,3
USA	65,2	46,8
Argentine	42,7	30,8
Inde	16,3	26,1
Mexique	23,1	25,6
Espagne	31,3	24,2
Colombie	18,9	17,7
Allemagne	20,1	13,7
Suisse	18,1	11,7
Italie	14,7	10,5
Chili	8,3	9,7
Suède	8,2	8,8
Thaïlande	6,2	7,2
Malaisie	9,9	6,8
Total top15	461,9	366,6
Total Imports	543,9	441,9

Source : [SECEX](#), [Ministère de l'Economie Brésil](#), [ABIHPEC](#) (Association des Industries Hygiène et cosmétiques B)

Accords commerciaux internationaux

Accords Mercosul : UE-Canada-Singapour-Corée du Sud-EFTA-Liban

Accord Brésil-Mexique

Des freins tarifaires et réglementaires

Le Brésil reste un pays relativement fermé, avec un taux d'ouverture ((Exports + Imports)/2/PIB) de seulement 14% entre le T4 2018 et le T3 2019. Le Brésil, pays de tradition protectionniste, est marqué par la persistance de droits de douanes moyens élevés (entre 10 et 35% pour les produits cosmétiques), de pics tarifaires et de barrières non-tarifaires multiples, en plus de règles locales contraignantes dans plusieurs secteurs (impliquant un pourcentage élevé de la valeur ajoutée produite localement). Pour contourner ces barrières, les grands groupes internationaux sont ainsi fortement incités à investir et produire localement.

Source : [Direction générale du Trésor](#)

Pour exporter des produits cosmétiques au Brésil, il faut obtenir une licence auprès du ministère de la Santé et son organisme de contrôle, [l'Agence Nationale de Surveillance de la Santé](#) (ANVISA). Tous ces produits ne peuvent être importés et vendus au Brésil que si l'entreprise étrangère a créé une entité locale au Brésil ou si elle a désigné un distributeur brésilien ayant lui-même obtenu des autorités brésiliennes l'autorisation d'importer et de distribuer des produits médicaux.

La concurrence sur le marché se joue sur la qualité et l'exclusivité, aspects plus faibles pour les productions brésiliennes. Toutefois, il ne faut pas oublier la charge fiscale élevée (droits de douane) qui pèse sur ces produits importés, ce qui rend très difficile la concurrence des entreprises étrangères sur le marché brésilien.

Les acteurs majeurs de la beauté au Brésil en 2019

Acteur	% de marché
Natura & co	11,9
Grupo Boticario	11,8
Unilever	11,5
Colgate-Palmolive	6,1
L'Oréal	6,1
Procter & Gamble	5,9
Coty	4,6
Avon Products (Groupe AVON racheté par Natura en janvier 2020)	4,1
Johnson & Johnson	3,7
Beiersdorf	3,2

[CosmeticInnovation / Euromonitor International](#)

Natura & co

Entreprise brésilienne leader dans le segment des produits de traitement pour le visage, le corps, les savons, les barbes, les déodorants, les huiles corporelles, le maquillage, la parfumerie, les soins capillaires, la protection solaire et les produits pour enfants. Fondée en 1969, elle est aujourd'hui présente directement en Argentine, au Brésil, au Chili, en Colombie, aux États-Unis, en France, au Mexique et au Pérou, et indirectement dans 63 autres pays. Elle compte plus de 7 000 travailleurs et plus de 1,7 million de magasins. Elle a traditionnellement développé son activité par la vente directe dans tout le pays.

En 2012, d'une plateforme numérique où les clients peuvent faire leurs achats en ligne, avec extension au Brésil et au Chili en 2015. En 2016, rachat de la marque de cosmétiques australienne [Aesop](#) et en 2017, rachat de [The Body Shop](#) à L'Oréal, augmentant ainsi de manière significative sa présence internationale et son chiffre d'affaires mondial. Le groupe Natura & Co ainsi formé en 2017, est le résultat de la fusion de Natura, Aesop et The Body Shop. Natura propose une large gamme de produits, mettant en avant les marques suivantes : #Urbano, Água, AMÓ, Aquarela, Biografia, Chronos, Crer para Ver, Ekos, Mamãe e Bebê, Naturé, Sève, Tododia et Una.

Grupo Boticario

Fondé en 2017, Boticario est présent dans 10 pays : Brésil, Portugal, Venezuela, Paraguay, Colombie, Mozambique, Angola, Arabie Saoudite, Japon et États-Unis avec une centaine de magasins internationaux exclusifs, 180 points de vente, vente par catalogue au Portugal et boutique en ligne au Portugal et en Colombie.

Les marques du groupe :

- **O Boticario**: la marque principale du groupe, et l'un des principaux réseaux brésiliens de franchise de cosmétiques et de parfums. Elle a été fondée en 1977 et a actuellement son siège dans l'État du Paraná. Ses principaux produits sont des parfums, des crèmes et des produits de maquillage. Elle est l'un des principaux distributeurs du pays et compte plus de 3 700 établissements franchisés. Boticario est également l'un des principaux réseaux de franchise dans le monde.
- **Eudora**: fondée en 2011, compte plus de 1 000 produits de parfumerie, maquillage, capillaires, corps, bain et accessoires. Cette marque de cosmétiques est principalement commercialisée par la vente directe, bien qu'elle dispose également de ses propres concours et d'une participation modeste au commerce en ligne.
- **Quem Disse, Berenice ?**: marque créée en 2012 qui opère sur le segment du maquillage. Elle compte actuellement plus de 500 produits et plus de 100 magasins dans différentes régions du Brésil. Cette marque se veut porteuse d'un message aux femmes : elle amplifie les concepts de beauté, inspirant les femmes à être libres et à ne pas avoir peur de se sentir belles.
- **The Beauty Box** : division du groupe qui commercialise des produits d'autres marques et entreprises. Elle compte dans son catalogue plus de 7 000 produits de plus de 100 marques nationales et internationales.

