

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

Depuis l'entrée en vigueur du volet commercial (1er octobre 2013) de l'Accord 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 plus de 5 millions d'habitants disposent du niveau de vie le plus élevé des pays centre-américains, avec un PIB par habitant supérieur à 13 000 dollars par an en 2022, 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. Elles utilisent quotidiennement toutes sortes de crèmes hydratantes, tonifiantes et nettoyantes. En 2022, le Costa Rica était le 79e importateur de cosmétiques du monde, avec un total de 55,4 millions de dollars dépensés. Il est important de noter que les hommes costariciens sont également de grands consommateurs de produits cosmétiques.

De nouvelles tendances de consommation

Au Costa Rica, le secteur des cosmétiques a connu une croissance stable sur la période 2022. Par ailleurs, les acteurs du marché ont observé des changements dans le comportement des consommateurs, notamment dus à l'effet de la pandémie du COVID-19. En effet, le consommateur costaricien recherche désormais des produits plus sûrs, minimisant le risque de contamination². L'innovation est donc essentielle, tout comme l'identification de nouvelles formules ou nouveaux ingrédients qui respectent davantage les préoccupations des consommateurs.

Cependant, le paysage concurrentiel s'est complexifié au cours des années. Effectivement, le Costa Rica, avec son économie forte et stable, a attiré de nombreuses marques étrangères, comme Yves Rocher depuis 2022. Ces marques ont investi pour développer des offres attractives pour le consommateur final.

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 [procomer](#)

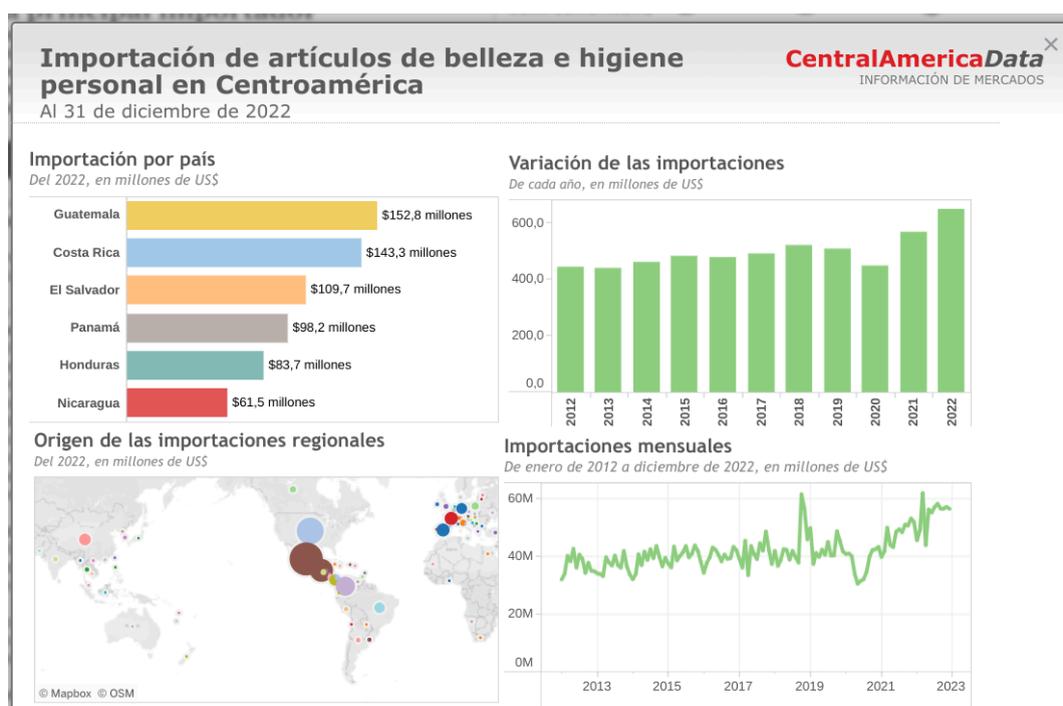
De plus, l'industrie cosmétique s'est concentrée avec succès sur le marché des spas depuis quelques années. Le nombre de salons de beauté a augmenté considérablement dans tout le pays, en particulier dans la capitale San José (Gran Area Metropolitana). Des franchises nationales et internationales sont présentes dans le secteur du bien-être et de la beauté. En 2016, elles représentaient respectivement 3% et 6%. Grâce à ce marché, les produits tels que les huiles (et huiles essentielles) et les extraits de plantes ont connu une forte croissance depuis la même année.

Des opportunités à saisir auprès des industries et des consommateurs

Malgré une baisse des exportations costariciennes de produits cosmétiques, celles-ci représentaient tout de même 10 millions de dollars en 2021, principalement vers le Panama (43%), Guatemala (30%) et El Salvador (11%).

Cependant, la production locale de cosmétiques est minime face à la demande du pays. 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, car 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 143.3 millions de dollars d'importations en 2022, derrière le Guatemala (voir graphique ci-dessous). En 2022, la majorité de la valeur importée provenait des Etats-Unis, de la Colombie, du Mexique, de la France et de l'Espagne.



En 2022, la France a exporté pour un total de 106 millions de dollars vers le Costa Rica. Les principaux produits exportés étaient les médicaments conditionnés (15,3 millions de dollars), les vaccins, les antitoxines et les cultures (5,1 millions de dollars), et les produits de beauté (4,04 millions de dollars).

Une distribution plus diversifiée

Au Costa Rica, les produits cosmétiques sont principalement distribués dans les salons de beauté, les pharmacies et les supermarchés. Depuis quelques années, la vente par internet s'est fortement démocratisée dans ce secteur 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), offre une ouverture vers les autres marchés de la région (Belize, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, en plus de la République Dominicaine dans les Caraïbes). Cette intégration douanière permet ainsi de ne réaliser qu'une seule fois les démarches administratives, comme l'inscription sanitaire des produits cosmétiques. Le Costa Rica se présente ainsi comme une plateforme d'entrée au marché centre-américain, soit plus de 50 millions de consommateurs potentiels.

