



Hong Kong

Beauté & Cosmétiques

Hong Kong est une zone franche et **il n'y pas de TVA ni taxe d'importation** pour les produits cosmétiques. En plus, **les formalités et le contrôle aux douanes sont très simples**. Si les produits correspondent déjà à la norme européenne, il n'y aura pas de contrainte pour être importé et commercialisé à Hong Kong.



LES MARCHÉ DES COSMÉTIQUES EN QUELQUES CHIFFRES EN 2017, 1 HKD ≈ 0,11 euro

- ✓ Valeur totale des importations de cosmétiques : **40 milliards HKD**, 11% en provenance de la France, soit en valeur **4,5 milliards HKD**.
- ✓ Taux de croissance des importations de 2017 à 2018 : **+1,3 %**.
- ✓ **47%** des produits cosmétiques importés à Hong Kong **sont réexportés par la suite**, dont 57% vers la Chine continentale et Macao.
- ✓ En moyenne, en 2018, un individu vivant à Hong Kong dépense **2 053 HKD en cosmétiques** par an.

LE POIDS DU MARCHÉ EXTÉRIEUR

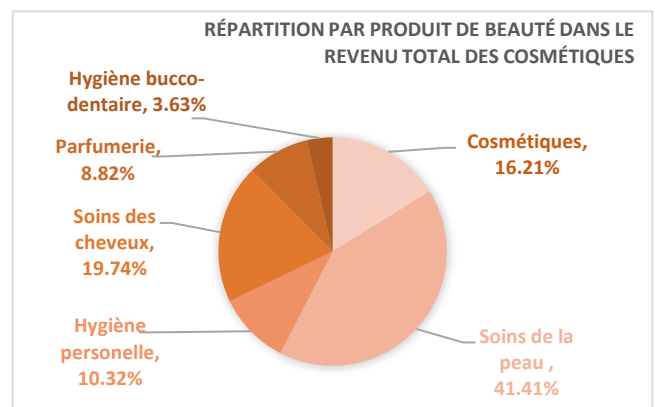
En 2018, la France est le **2^{ème} pays d'où Hong Kong importe ses produits cosmétiques (14% des parts de marché)**, derrière la Corée (16%), suivi du Japon (10%), des USA (6%) et de la Chine (4%).

Hong Kong est une **implantation idéale** pour les entreprises cosmétiques qui souhaitent pénétrer les marchés asiatiques et notamment chinois : ce hub est un grand importateur de produits cosmétiques et son marché sert de **tremplin** pour les autres marchés d'Asie. Il existe deux approches pour entrer sur le marché : une implantation en directe (sans intermédiaire, gestion du stockage et/ou de la distribution), ou par un importateur agent qui s'occupe de la distribution des produits sous le nom de sa marque (option la plus fréquente à Hong Kong).

UN MARCHÉ DE SOIN

Le chiffre d'affaires prévisionnel du marché des cosmétiques et des soins personnels à Hong Kong s'élèvera à **15,35 milliards d'HKD en 2018**. Le marché devrait croître de **2,5% par an** entre 2018 et 2021. (source : *statista.com*)

On distingue 6 catégories majeures de produits de beauté. La plus représentée est celle **des soins de la peau** dont les revenus s'élèvent à **2 644 millions de d'HKD** (suivis des soins de cheveux, du maquillage, de l'hygiène corporelle...)

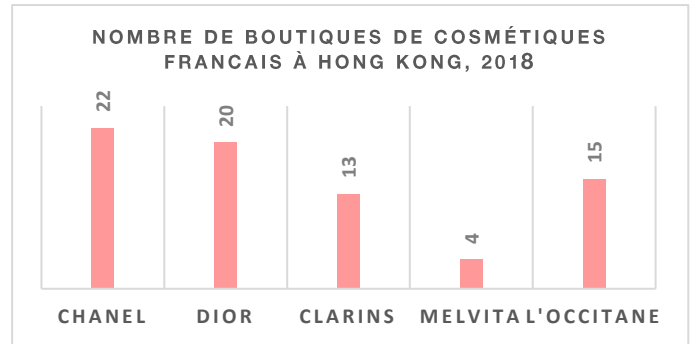


UN MARCHÉ DOMINÉ PAR UNE OFFRE INTERNATIONALE

Face à une industrie cosmétique hongkongaise de petite taille, orientée majoritairement vers des **produits d'entrée de gamme**, les marques de cosmétiques internationales prédominent sur le territoire.

CONTACT

Ainsi, le marché des cosmétiques a longtemps été dominé par des **géants** tels que le groupe L'Oréal, Estée Lauder, Procter & Gamble, Unilever et Shiseido. Les **10 plus grandes enseignes** possèdent **70% du marché**. Leurs marques, bien connues à l'**échelle internationale**, l'emportent sur le segment du marché haut de gamme. **Des marques françaises** bien connues pénètrent le marché de Hong Kong avec un nombre de boutiques élevé (voir graphe ci-contre).



DES HABITUDES DE CONSOMMATION SPÉCIFIQUES

L'**adaptabilité est un facteur clé** du succès d'une marque de cosmétique. La plupart des marques de cosmétique élaborent une ligne spéciale pour les consommateurs asiatiques ou ajustent leur communication pour ce marché.

Par ailleurs, il faut faire preuve d'un **esprit d'innovation permanent** afin d'attiser l'intérêt de la clientèle et d'élargir leur cible de consommateurs. Si le **marché hongkongais s'ouvre largement aux cosmétiques bios**, les cosmétiques naturels n'ont pas encore vu leurs vertus reconnues du grand public. Leur présence timide face aux géants de la cosmétique de luxe montre cependant **une brèche à exploiter**.

DES CANNEAUX DE DISTRIBUTION DIVERSIFIÉS

Le circuit physique comme les **grands magasins, les chaînes pharmaceutiques (Mannings, Watsons) et la distribution sélective** (Sasa, Bonjour, Colourmix) demeurent les principaux canaux de distribution des marques étrangères moyenne et haut de gamme importées, qui correspond à 88% de la vente retail en 2018.

La majorité des commerçants spécialisés dans le domaine de la beauté est située dans les **zones urbaines qui sont très accessibles** par les touristes et les consommateurs locaux. Au sein des centres commerciaux, **environ 15% des boutiques sont spécialisées dans les produits cosmétiques**, présence à l'image de la demande importante des consommateurs locaux et des touristes pour les cosmétiques.

Néanmoins, on note une légère baisse de leur vente en raison de la concurrence des autres circuits et notamment de l'e-commerce, qui génère 12% de la vente retail en 2018.

SE DÉVELOPPER À HONG KONG

Créée en 1986, la CCI française à Hong Kong (i.e. la FCCIHK) est aujourd'hui la première chambre européenne en Asie. Elle accompagne de A à Z les entreprises françaises dans leur développement à Hong Kong.

La FCCIHK dispose près de 1000 membres dont 600 entreprises issues de secteurs variés, dont la cosmétique : **CAUDALIE, CHANEL, CLARINS, JEAN LOUIS DAVID, LEA NATURE, L'OREAL, NUXE, PIERRE FABRE...**

La FCCIHK accompagne plus de 120 sociétés par an, dans toutes les phases de développement : création de votre filiale local, domiciliation, étude de marché, mission de prospection pour la recherche de partenariat local, service VISA et recrutement...

Quelques références* d'entreprises du secteur ayant bénéficié des services de la FCCIHK pour se développer sur le marché hongkongais :



- ✓ **SENS & SPIRIT PARIS** (soins) - service accompagnement au salon, mission suivi
- ✓ **JOSIANE LAURE PARIS** (soins) - mission de prospection, mission suivi
- ✓ **HISTORIAE** (parfum) - pop-up store collective, mission de prospection

*Liste non exhaustive

CONTACT

FRENCH CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY IN HONG KONG – WWW.FCCIHK.COM
 MS. JING LEI, HEAD OF BUSINESS CONSULTING – (852) 2294 7734 – BUSINESS@FCCIHK.COM
 Ver. Jan. 2017 – Sources Hong Kong Census & Statistics Department, HKTDC, Invest HK – Copyright UCCIFE / FCCIHK