

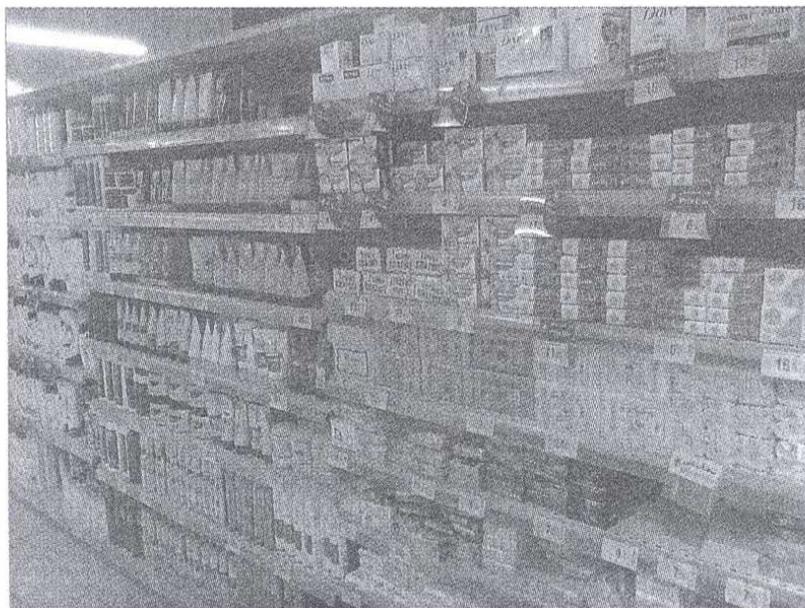
Hygiène corporelle, un marché estimé à 1 milliard de DH par an

■ Dominé par des acteurs internationaux, le marché compte trois segments : savons durs, gels douche et shampoings ■ Il renoue avec la croissance en 2014 après une baisse de 10% en 2013 ■ Le savon en barre représente 78% de la demande.

Le marché de l'hygiène corporelle devrait progresser de 4,8% en moyenne annuelle entre 2014 et 2020. La confirmation de cette prévision, établie par les professionnels du secteur, est fonction de deux éléments : la croissance annuelle de 1,7% de la population marocaine âgée de plus de 25 ans et l'amélioration progressive de la consommation qui devrait atteindre 5,78% en 2020 contre 5,28% en 2013. Cette hypothèse, poursuivent les opérateurs, résulte «du

changement des habitudes de consommation des Marocains qui favorisent un usage plus important des savons liquides et des gels douche». Les shampoings ont, quant à eux, déjà enregistré cette amélioration puisque leur taux de pénétration est actuellement estimé à 100% par les professionnels du secteur.

Estimé à un milliard de DH, le secteur de l'hygiène corporelle a augmenté de 8% depuis le début de l'année, compensant ainsi la régression de 10% enregistrée en 2013. Un recul sur lequel les



opérateurs sont divisés. Pour les uns, la baisse est due à la crise économique qui a impacté le pouvoir d'achat et entraîné une réduction des dépenses hors alimentaires. Pour les autres, elle résulte du retour à des produits naturels à base de ghassoul, de henné et autres huiles d'olive ou d'argane fabriqués de façon artisanale par des coopératives. Globalement, ce segment représente 46% du marché des cosmétiques devant le parfum et le maquillage qui représentent chacun 14% du marché.

En l'absence de statistiques fiables, les opérateurs n'avancent aucune estimation du circuit parallèle. Toutefois, ils soutiennent unanimement que les importations illégales touchent dans une grande proportion et en premier lieu les produits capillaires (shampoings et dé-môleurs) suivis des savons et gels douche.

Les shampoings Palmolive vendus localement proviennent de la contrebande !

Pour souligner l'importance du phénomène, on signale chez Colgate Palmolive que les shampoings Palmolive commercialisés localement proviennent du circuit informel -les produits sont frauduleusement importés d'Algérie et d'Espagne. Colgate-Palmolive, leader sur le marché des shampoings, ne fabrique et distribue que Cadum, sa marque phare et historique. Autre marque touchée par la contrebande, Dove, Nivea et

Head & Shoulders, qui sont largement commercialisés à Derb Ghallef ainsi que dans certaines parfumeries. Les savons et autres gels douche ne sont pas épargnés par les importations illégales. A ce sujet, les responsables d'Yves Rocher soulignent en substance que l'adhésion des opérateurs à la Fédération de la chimie et de parachimie permet d'être mieux informés sur le phénomène. «Nous avons tiré la sonnette d'alarme et les pouvoirs publics ont décidé en août 2012 de mettre en place des mesures adéquates», précisent-ils. Il s'agit de l'enregistrement obligatoire de toutes les sociétés, qu'elles soient importatrices ou productrices, auprès de la direction du médicament et de la pharmacie et de la validation des factures avant chaque importation. Ce sont là les deux conditions *sine qua non* pour dédouaner la marchandise sans oublier que celle-ci fait l'objet d'un recensement et d'une homologation. Par

ailleurs, un comité de médecins spécialisés procède au contrôle des produits.

«Dissuasif pour certains importateurs, ce contrôle n'a pas mis fin au phénomène de la contrebande. Les importations illégales continuent à prendre des parts de marché grâce à des prix cassés», déplore-t-on du côté des professionnels qui disent *«continuer à croire en ce marché qu'ils entendent développer au prix de l'innovation et de la qualité».*

La politique de prix est similaire

Ce marché est constitué de trois segments : les gels douche et savons liquides, les savons en barre et les shampoings. D'après les statistiques de la profession, le savon dur représente 78% du marché en 2014. Cette part diminuera à l'horizon 2020 pour passer à 57% au profit des gels douche, de plus en plus prisés, dont la part atteindra 25% contre 13% actuellement. Sur le segment

savons et gels, il y a Lesieur cristal, leader local sur le savon en barre et liquide avec la marque Taouss et les acteurs internationaux Colgate Palmolive (Palmolive), Unilever (Dove) et Biersdorff (Nivea).

Le marché est concurrentiel et les opérateurs s'alignent, le plus souvent, sur la même fourchette de prix. Soit 2 à 17 DH ou 1,50 DH pour les produits économiques. Et lorsque des hausses de prix sont décidées, elles ne dépassent pas 1,5% par an.

Pour ce qui est du segment shampoings, estimé à 11 millions de litres par an, on note que les acteurs internationaux sont omniprésents sur le shampoing antipelluculaire (40%), le shampoing soins (35%) et le cosmétique (9%).

Les produits pour enfants représentent 4% de la demande. Des fabricants locaux, on retiendra Azbane qui se positionne dans l'entrée de gamme. La répartition par marque révèle que Cadum,

marque historique sur le marché des shampoings, détient une part de 60%. Arrivent ensuite Head & Shoulders, Pantène (P&G), Clear (l'Oréal), Pert Plus (P&G). Les ventes augmentent de 10% en été, signalent les responsables de Colgate-Palmolive. La fourchette des prix toutes marques confondues va de 1,50 DH pour un sachet de 10 ml à 36,50 DH pour des flacons de 50 ml et plus. Sans compter bien entendu les shampoings soins haut de gamme commercialisés dans les parfumeries agréées ou les instituts et salons de coiffure spécialisés, dont le prix atteint les 400 DH.

Globalement, le secteur est porté par la modernisation de la population marocaine et l'amélioration du pouvoir d'achat. La stratégie de développement du secteur cosmétique incluant donc le segment de l'hygiène corporelle que préparent les pouvoirs publics devrait encore donner plus de tonus à l'activité ■

A.B.