

20 JUIN 2016 [Comptes-rendus Congrès](#)

## Le marché cosmétique canadien



Un vaste pays qui s'étend sur 6 fuseaux horaires, une excellente image des cosmétiques français auprès des consommateurs... Lors des Rencontres Internationales organisées par Cosmed le 10 juin 2016, Élodie Fayn, chargée de développement du Pôle Art de Vivre- Santé du bureau Business France USA, a présenté le marché cosmétique canadien et les points clés à connaître pour y exporter.

Le Canada a une superficie de 9 984 671 km<sup>2</sup>, plus importante que celle des États-Unis mais avec une population bien moins dense de 35,54 millions d'habitants en 2014 (soit 1/10e de celle de son voisin américain).

### L'économie canadienne

Le Canada est la 10e puissance mondiale, se place au 12e rang des exportateurs et au 11e des importateurs au niveau international.

Son PIB est de 1 793 milliards de dollars US, en croissance de 1,4 % en 2015 (contre 2,5 % en 2014).

Le taux d'inflation est estimé à 1,9 % et le taux de chômage à 6,8 %.

Et la situation économique paraît aujourd'hui contrastée.

### Les 5 atouts de l'économie canadienne

- Une démographie dynamique
- Un faible niveau de la dette extérieure
- Un secteur bancaire et financier solide
- Une gestion prudente des finances publiques
- Des ressources énergétiques abondantes

### Les 4 difficultés auxquelles elle fait face

- Un taux élevé d'endettement des ménages
- Une forte dépendance vis-à-vis des États-Unis
- La baisse des prix du pétrole depuis début 2015
- La chute du cours du dollar canadien par rapport au dollar américain

### Les 2 traités de libre-échange

- L'Accord de libre-échange nord-américain entre le Canada, les États-Unis et le Mexique permet, entre autres, d'éliminer les barrières douanières et de faciliter les échanges transfrontaliers des biens et des services.
- L'Accord Économique et Commercial Global Union Européenne-Canada (CETA) est de loin l'initiative commerciale la plus ambitieuse du Canada, plus vaste et plus approfondie que l'Accord de libre-échange nord-américain, qui était déjà sans précédent.

## Le marché cosmétique canadien

Les ventes annuelles de [produits cosmétiques](#) s'élèvent à environ 9,5 milliards de dollars canadiens, soit 6,5 milliards d'euros.

Le marché est très compétitif, mais est appelé à croître modérément. Le ralentissement économique, l'inflation et un effet de saturation pour certaines catégories de produits devraient impacter l'industrie dans les années à venir. Cependant, la population vieillissante devrait soutenir la croissance du marché, notamment pour les soins anti-âge.

## Les importations

80 % des [produits cosmétiques](#) vendus dans le pays sont importés des États-Unis.

### Parmi les produits les plus importés

- Les soins de la peau, le maquillage et les produits de manucure : 1,3 milliards de dollars US (258 888 dollars pour la France)
- Les parfums : 201 723 dollars US (77 876 pour la France)
- Les savons : 467 673 dollars US (9 137 pour la France)
- Les préparations capillaires : 529 477 dollars US (7 704 pour la France)
- Les préparations pour le rasage : 374 719 dollars US (8 749 pour la France)

## La place de la France

La France est le 2e fournisseur de produits cosmétiques, qui représentent 12 % du total des importations françaises vers le Canada. Les produits les plus importés sont les [parfums](#) et les produits de soin.

Les cosmétiques français jouissent d'une excellente image auprès des consommateurs canadiens, et sont souvent associés à un positionnement haut de gamme. Dans la catégorie des produits de beauté et de soins du corps "super premium", [L'Oréal](#) et [Chanel](#) sont leaders avec l'américain Coty.

## La distribution

Les drugstores (Shoppers, Rexall, London Drugs...) sont les premiers distributeurs de [produits cosmétiques](#) (40 %). Viennent ensuite les supermarchés (22 %), les instituts et salons de beauté (12 %), les Grands magasins (11 %)..

Les e-shops commencent à se développer, même si leur émergence est moins rapide que celle qu'on observe aux États-Unis. Le shopping en ligne attire particulièrement les plus jeunes consommateurs.

## Tendances et opportunités

Les consommateurs canadiens montrent un vif intérêt pour les produits aux ingrédients naturels et qui sont respectueux de l'environnement. Ils aiment savoir la façon dont ils ont été testés, et recherchent des cosmétiques de bonne qualité et à forte valeur ajoutée, avec la volonté pour chacun d'être unique.

Côté distribution, une tendance tend à se développer pour les marchés de niches : l'ouverture de magasins indépendants spécialisés dans les produits de soins haut de gamme.

## La demande

- Les produits multifonctionnels ont gagné en popularité, et particulièrement les BB et CC crèmes qui combinent les effets d'un maquillage et d'une crème de soin.
- La génération des "baby-boomers" étant actuellement vieillissante, une plus forte demande s'exprime pour les produits anti-âge.
- Il existe également une demande de produits de soin de la peau importés d'Asie du Pacifique, en partie impulsée par l'immigration importante en provenance de cette région.

## Les points de vigilance pour l'export

Sauf en cas d'implantation via une structure en propre, un distributeur local est indispensable pour la gestion des formalités d'importation et le développement de la distribution.

L'autorité de contrôle pour les cosmétiques est Santé Canada/Health Canada, ministère fédéral en charge d'aider les Canadiens à maintenir et améliorer leur santé. Elle veille notamment à ce que tous les [produits cosmétiques](#) destinés à être vendus dans le pays respectent les exigences réglementaires édictées par les textes suivants :

- Food and Drugs Act
- Cosmetics Regulations
- Consumer Packaging and Labelling Act
- Canadian Environmental Protection Act

Un Cruelty-Free Act a également été présenté au Sénat en décembre 2015 avec l'objectif d'interdire les tests de [produits cosmétiques](#) sur animaux.

## Pour aller plus loin sur la réglementation

- Voir l'article "La réglementation cosmétique canadienne" – *bientôt en ligne*.

© L'Observatoire des Cosmétiques