



## CHIFFRES-CLÉS

Pop. en M	PIB/hab. (USD)	Croissance PIB (%) 2018	Croissance PIB (%) 2019	Note env <sup>t</sup> des affaires
<b>35,8</b>	<b>2 745</b>	<b>3</b>	<b>2,7</b>	<b>A4</b>

Sources :



## CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ (1/2)

### Taille du marché

#### Fondamentaux

- Estimé à 6 Mds MAD (564 M EUR), ce marché est caractérisé par une forte pénétration (90 %) des produits de maquillage et des shampoings.
- Une demande féminine et masculine de plus en plus croissante en raison de l'amélioration du pouvoir d'achat.
- Canaux de distribution : pharmacies, parapharmacies, grandes surfaces, instituts de beauté, spas, parfumeries, vente en ligne, etc.
- Un marché dominé par les grands acteurs internationaux : l'Oréal, Pierre Fabre, Avon, Procter & Gamble, Beiersdorf, Colgate Palmolive, Johnson & Johnson, Unilever, Yves Rocher, Oriflame,...
- Le Maroc est positionné au 7<sup>ème</sup> rang des exportateurs mondiaux de Plantes Aromatiques et Médicales non transformées (PAM) et au 23<sup>ème</sup> rang pour les huiles essentielles.
- Le Maroc dispose d'un avantage concurrentiel significatif dans la production et l'exportation de certains ingrédients naturels comme l'huile d'argan, l'huile de figue de barbarie, le ghassoul ou le savon noir.

#### Tendances et évolutions

- Le marché connaîtra une hausse soutenue au cours des prochaines années. Il atteindrait 1,93 Mds de dollars à l'horizon 2025, selon une recherche dévoilée par le cabinet irlandais Research & Markets, et sa croissance annuelle moyenne devrait se situer à 7,5 %.
- Création de l'Association Cosmétiques Maroc en 2017. Elle vise essentiellement l'organisation de ce secteur qui compte actuellement une centaine d'opérateurs et dont le développement est quelque peu bloqué par l'informel.

## CHIFFRES DU SECTEUR

Croissance annuelle	<b>10 à 15 %</b>
Emplois directs	<b>45 000</b> (et + de 100 00 emplois indirects)
Importation de produits de maquillage français en 2019	<b>1,08 M €</b> (soit 10,5% des importations)
Production annuelle des plantes aromatiques et médicinales (PAM)	<b>141 000 tonnes</b>
Nombre d'opérateurs	<b>+ 100</b>

## CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ (2/2)

### La concurrence et positionnement de la France

#### La concurrence locale / internationale

- De nombreux laboratoires internationaux commercialisent au Maroc des gammes complètes de produits dermo-cosmétiques par le biais de distributeurs locaux : Beric, Pellissard, Omnimerca, Health & Medecine Pharma...
- Quelques producteurs marocains : Azbane, Maparco, Beric, Laboratoire Biotol Cosmetics, Ircos Cosmetics...
- Groupes internationaux présents au Maroc : Avon (USA), Colgate Palmolive (USA), Oriflame (Suède), Unilever (Pays-Bas), The Body Shop (Angleterre), Bys Cosmetics (Australie)...
- Les nombreux spas et hammam sont des acteurs de l'offre cosmétique au Maroc, par leurs services et les produits qu'ils proposent.
- Marques locales de cosmétiques : Arganis Cosmetics, The Moroccans, Charmes du Maroc, Azhul Rituals...

#### Le positionnement de l'offre française

- Les produits dermo-cosmétiques commercialisés sur le marché marocain sont essentiellement importés. Une grande partie de ces produits est fabriquée par des laboratoires français qui offrent très souvent des gammes complètes de produits, incluant des crèmes hydratantes, solaires, des crèmes éclaircissantes, produits anti-âge, etc.
- Les consommateurs marocains ont une préférence pour les produits importés de pays occidentaux (Europe et Amérique du Nord). Le « made in France » constitue notamment un véritable atout pour les laboratoires français souhaitant exporter au Maroc. A l'inverse, les consommateurs marocains se méfient des produits fabriqués en Asie.
- Forte présence des laboratoires L'Oreal et Pierre Fabre ainsi que l'enseigne Yves Rocher (+60 points de vente).
- Autres enseignes présentes au Maroc :
  - Sephora ouvrira sa première boutique à Casablanca courant 2020 et ambitionne d'ouvrir d'autres corners.
  - Marionnaud spécialisé dans le parfum et le maquillage, la société détient une boutique à Casablanca
  - Beauty Success est implanté dans 10 boutiques réparties dans les grandes villes du Royaume.

### ATOUTS DE L'OFFRE FRANÇAISE

- Notoriété de la France dans le secteur de la cosmétique
- Image de prestige
- Garantie de la qualité
- Proximité géographique
- Les produits français proposent une technologie innovante et brevetée, reconnue par la communauté scientifique internationale.



## OPPORTUNITÉS POUR L'OFFRE FRANÇAISE

### Le potentiel des plantes aromatiques et médicinales (PAM)

- + 4 200 espèces de plantes aromatiques et médicinales (PAM), dont seulement 300 espèces exploitées.
- 7<sup>ème</sup> exportateur mondiale pour les PAM et 23<sup>ème</sup> pour les huiles essentielles en 2018.
- La production de PAM s'élève à 141 000 tonnes / an pour un CA de plus de 2 Mds MAD (180 M EUR) en 2018.
- La croissance du marché des PAM serait de 10 % pour les cinq prochaines années et améliorera, de ce fait, la place du Maroc parmi les exportateurs mondiaux.
- Création du cluster « Marrakech Health & Beauty Valley » en 2019, dont l'objectif principal est d'amener le taux de transformation à 60 % d'ici 2024. Le projet est financé par le gouvernement et la région de Marrakech à hauteur de 36 M EUR.

### Tourisme du bien-être : une industrie en pleine croissance

- Le Maroc occupe la 2<sup>ème</sup> place au sein de la zone MENA, avec près de 2,4 millions MAD de rentrées financières.
- 11 stations thermales + 1785 spas dont la majorité est implantée dans les hôtels de luxe. Le Sofitel Agadir Thalassa Sea & Spa a été sacré meilleur hôtel de luxe bien-être en Afrique, pour l'année 2018.
- Le marché aurait généré plus de 1,3 Md EUR de chiffre d'affaire et 2,5 M de voyages en 2018.

### Le Maroc, destination prisée du tourisme esthétique mondial

- Le Maroc constitue un pays attractif pour les touristes étrangers car les opérations de chirurgie y sont 30 à 40 % moins onéreuses.
- Le nombre de médecins soignant et opérant des patients étrangers est actuellement estimé à 100 praticiens. Les interventions les plus pratiquées sont la liposuction, la gynécomastie, l'augmentation mammaire et le lifting.

### Importation de matières premières :

- Bien qu'elle ait été dépassée par l'Allemagne à la tête des importations de matières premières servant à la fabrication de cosmétiques en 2018, la France demeure le second plus gros fournisseur d'extraits végétaux dans le royaume, constituant près de 26 % du total des importations, soit 2,395 M MAD en 2018.

## SECTEURS PORTEURS

- Produits finis
- Equipements industriels
- Expertise technique dans le domaine de l'extraction
- Laboratoires d'analyse
- R & D
- Matières premières et intrants



## CLÉS D'ACCÈS

### Le profil des partenaires commerciaux / Approche commerciale à privilégier

- Au Maroc, le contact humain constitue un élément important et il est vivement conseillé de rencontrer régulièrement ses contacts professionnels.
- Les entreprises marocaines ont une structure pyramidale très hiérarchisée. Privilégier un contact avec la direction générale.
- Bien préparer son rendez-vous car le Maroc est une destination prisée des entreprises et la concurrence est rude.
- La société exportatrice devra approcher de préférence un importateur disposant d'un portefeuille restreint de marques. Celui-ci disposera de plus de temps, d'implication et de motivation pour investir dans la promotion d'une nouvelle gamme de produits, qu'un leader de la distribution de produits cosmétiques.
- Dans les actions d'exportation vers le Maroc, il est nécessaire d'identifier un partenaire qui se chargera des démarches administratives, des autorisations de mise sur le marché et du développement commercial. Il est également utile d'envisager une implantation locale pour la représentation des produits.

### La réglementation spécifique

- L'essentiel de la législation relative au secteur cosmétique est régulé par la circulaire n°48 DMP/20 relative à l'enregistrement des produits cosmétiques et d'hygiène corporelle.
- Similarités entre la circulaire N° 48 DMP/20 du Ministère de la santé et la Directive Européenne 76/768/CEE.
- Les produits cosmétiques doivent être enregistrés auprès de la Direction du Médicament et de la Pharmacie dépendant du ministère de la santé. L'enregistrement doit être fait obligatoirement par une société de droit marocain.
- Il est aussi envisageable d'obtenir des certifications ISO via l'Institut Marocain de normalisation (IMANOR) de manière à renforcer la crédibilité et confiance auprès des prospects.

### NIVEAU DE TAXATION

- La durée d'enregistrement d'un produit est 5 ans.
- L'autorisation de mise sur le marché (AMM) est octroyée par la Direction du Médicament et de la Pharmacie.
- Pour les parfums et eaux de toilette qui contiennent de l'alcool, il faut ajouter la Taxe Intérieure de Consommation ( TIC ) : 200 DH / HECTOLITRE ALCOOL PUR
- Exonération des droits de douanes des produits européens.
- TVA : 20 %
- Taxe parafiscale : 0,25 %

## POUR ALLER PLUS LOIN

### Procurez-vous les Guides des affaires Business France

Pour comprendre les spécificités commerciales des différents pays et vous aider à faire les bons choix : de l'information très opérationnelle assortie de conseils précieux. Commandez-les...

<https://www.businessfrance.fr/export-s-informer-tous-les-guides-des-affaires>

### Retrouvez toutes les publications Business France sur le Maroc en suivant ce lien :

<https://www.businessfrance.fr/export-s-informer>

## LES ÉVÉNEMENTS À NE PAS MANQUER

### Pour connaître les grands RDV sur le secteur de la cosmétique et du bien-être :

Cosmetista Expo – 17 au 20 octobre 2020

Mission collective – 19 et 20 octobre 2020

<https://www.businessfrance.fr/export-agenda>



**LES TALENTS, VOTRE MEILLEUR ATOUT  
À L'INTERNATIONAL !**  
[businessfrance.fr/vie-home](https://businessfrance.fr/vie-home)

**VIE**



@BF\_VIE  
N° Violet 0810 659 659

## NOUS CONTACTER

Chambre de Commerce et d'Industrie  
Française au Maroc

15 avenue Mers Sultan

20130 Casablanca

Maroc

[www.cfcim.org](http://www.cfcim.org)

Nadia DAHBI, Chargée de Filière ADVS

Tél. : +212 (0) 522 43 96 07

[ndahbi@cfcim.org](mailto:ndahbi@cfcim.org)



© CFCIM - Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Maroc,  
Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de la CFCIM, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité  
La CFCIM ne peut en aucun cas être tenue pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. La CFCIM ne saurait en aucun cas être tenue pour responsable d'éventuels changements.