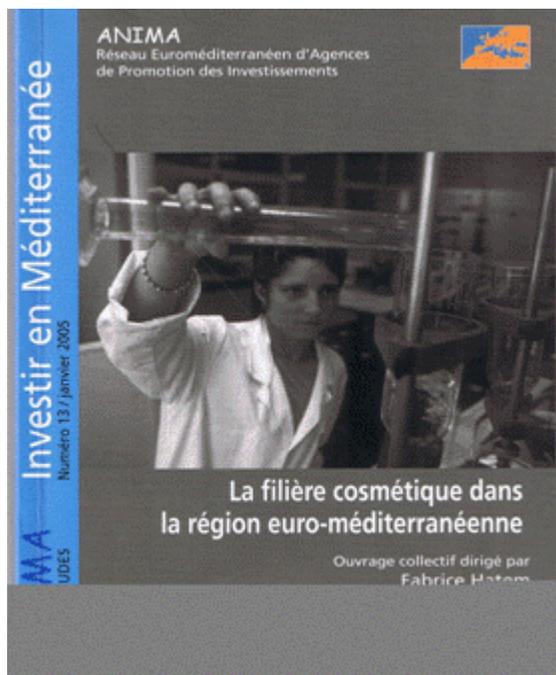


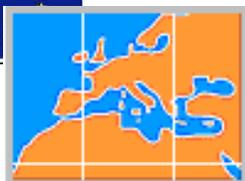
Investissements internationaux et développement de l'industrie des cosmétiques dans les pays Meda



Séminaire ASCAME

10 mars 2007

Fabrice Hatem, Anima



Cosmétique MEDA

ANIMA

Réseau Euroméditerranéen d'Agences de Promotion des Investissements
Euromediterranean Network of Investment Promotion Agencies

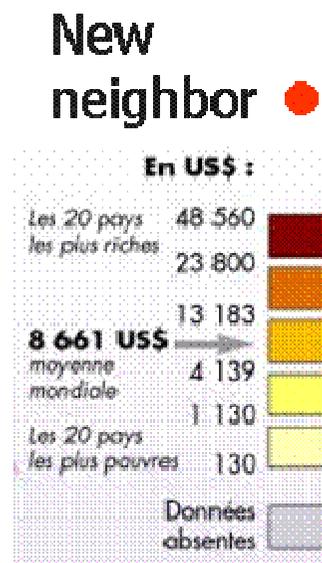
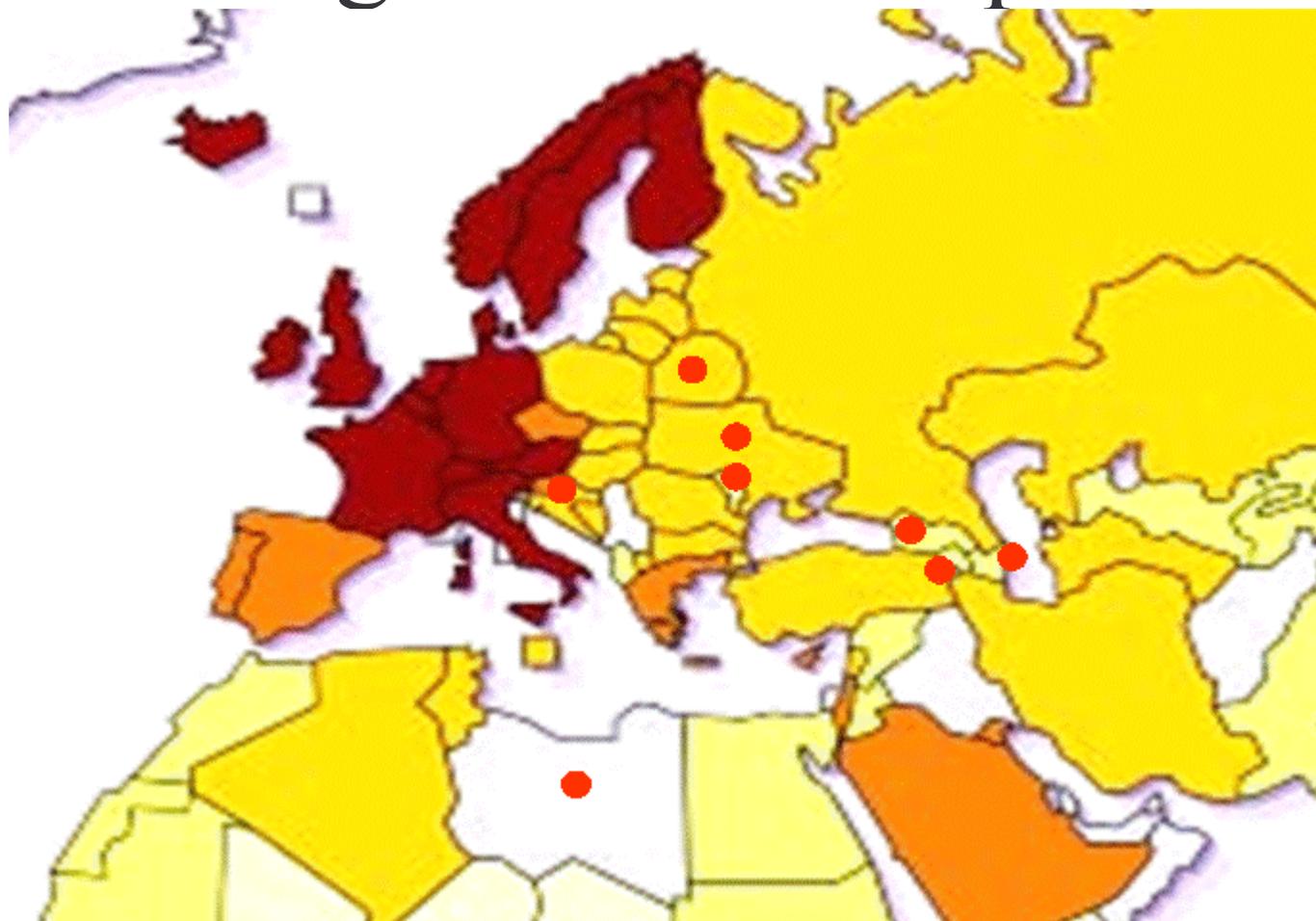
Ascame@Anima 2007

Cosmétiques Meda :

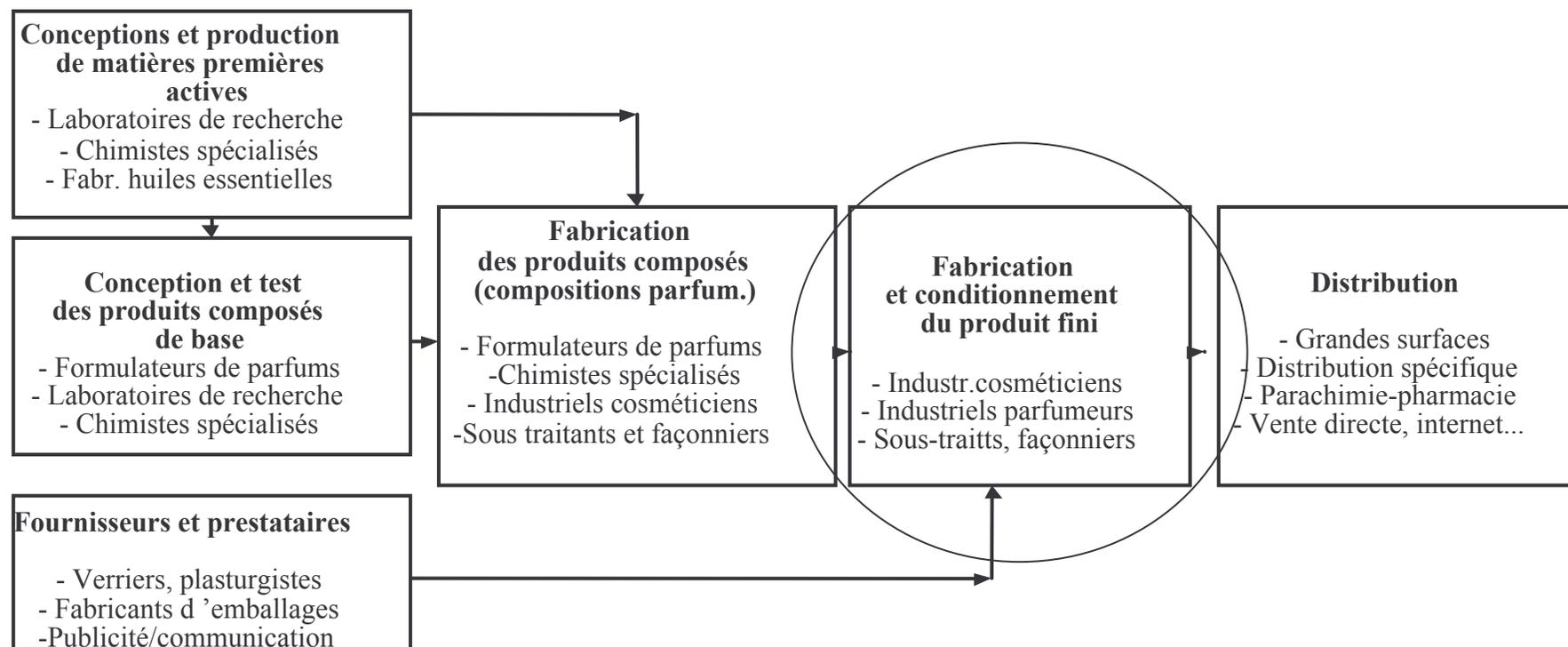
7 conditions de succès

- **Améliorer l'environnement local des affaires** : intégration et coopération régionale, amélioration de l'environnement réglementaire, fiscal, technique, faciliter le financement des PME, assurer la protection des marques, libéralisation maîtrisée (encore inégale selon les pays)...
- **Identifier et valoriser les niches de développement** potentielles (ressources naturelles, concepts de produits et de services, pôles de compétence techniques et industriels). Ex : Turquie spécialisée en essence de rose : potentiel pour les eaux de toilette.
- **Mise à niveau des PME** (normes), encouragement aux PME innovantes, amélioration du financement
- **Former main d'œuvre**, développer R&D, sécuriser amont filière
- **Développer réseaux de coopération intra-professionnels** (pour innovation, formation, prospection et exportation) et inter-professionnels (avec industriels du tourisme notamment)
- **Effort de promotion et de création d'image** : campagnes de promotion (si possible coordonnée entre plusieurs pays) valorisant l'image de la Méditerranée et faisant appel à l'imaginaire du consommateur occidental ; utilisation du web comme outil de notoriété.
- **Appel aux compétences et capitaux étrangers** sous différentes formes : sous-traitance, licensing, implantation directe, partenariats pour la commercialisation des productions locales)

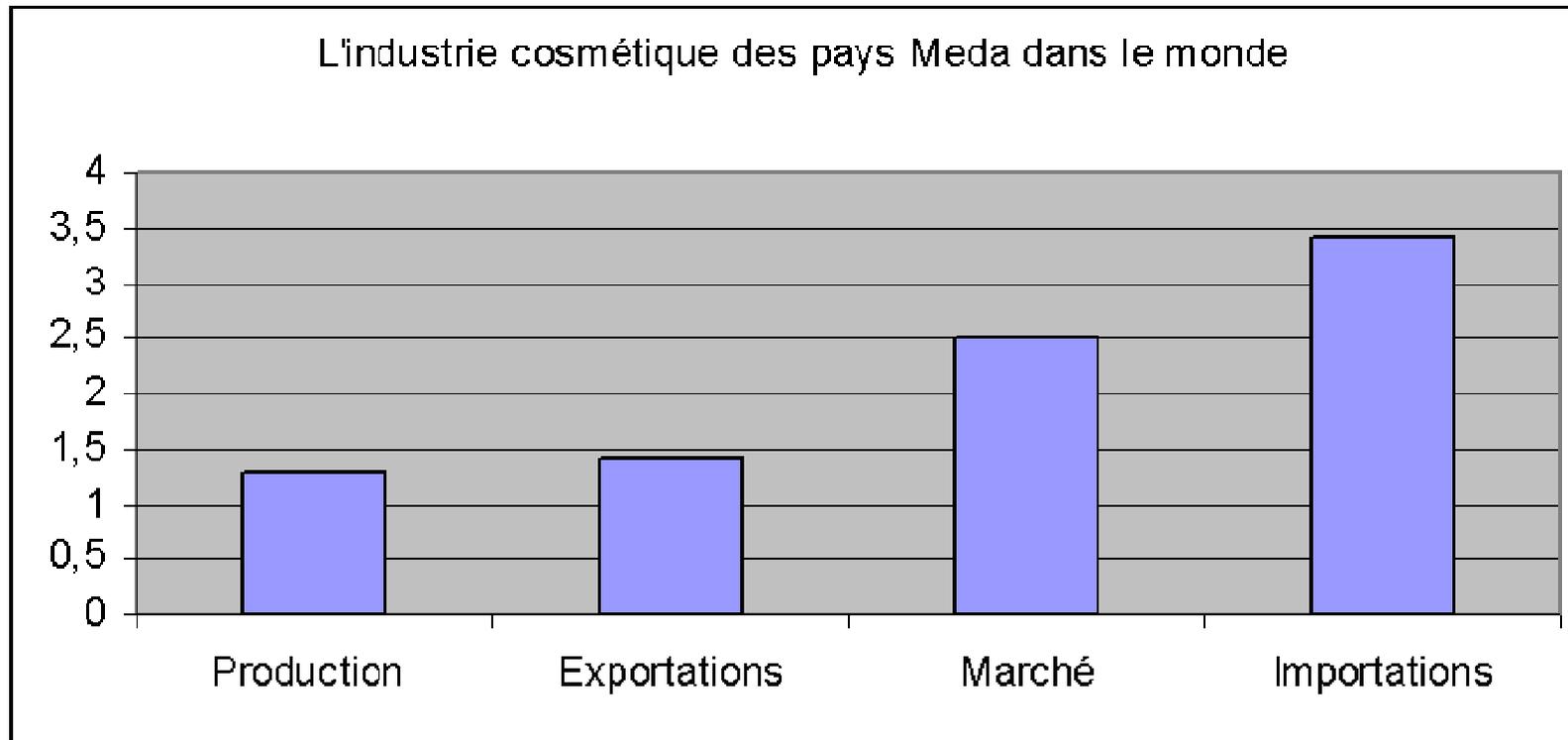
Euroméditerranée : 1^{ère} région économique du monde



Cosmétologie –parfumerie : une approche par filière



Une position encore marginale au niveau mondial



Un développement industriel réel, quoiqu'inégal



Azbane



Socopar



Luna

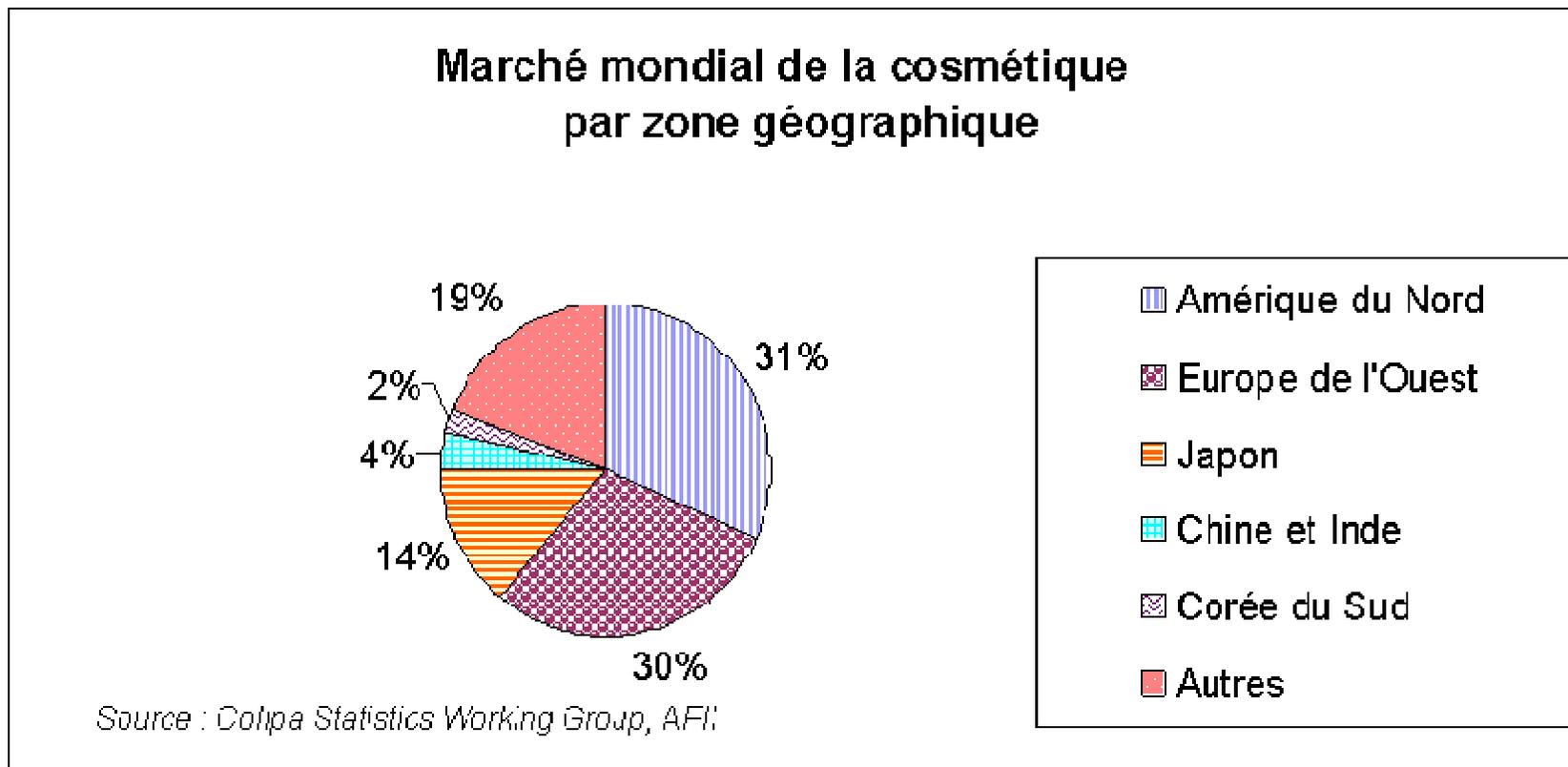


Hlavin

La libéralisation des échanges : menaces pour les PME locales...

- **Concurrence croissante des firmes multinationales** sur le marché intérieur des pays MEDA (pression sur prix, ouverture marchés, image auprès du consommateur). Concurrence déséquilibrée avec PME locales.
- **Dépendance par rapport aux approvisionnements** en matières premières et composants actifs (taux de change, droits de douane, prix du pétrole). Cf Egypte, Maroc...
- **Faibles capacités en R&D** limitent la sophistication des produits offerts aux consommateurs : ne peuvent viser que segment bas et moyen de gamme (ou production sous licence).
- **- Accès difficile aux marchés du nord** : absence de réseaux de distribution, adaptation nécessaire des produits aux normes européennes, image de marque faible, etc.
- **Nécessité de modernisation et mise à niveau**, mais freiné par accès difficile aux financements.

... et opportunités : un marché mondial au potentiel important



Quelques success stories fondées sur l'exploitation du potentiel local

- Maison de l'Argan (Bordeaux) : fabrication d'huile d'arganier marocain à partir de la matière première fournie par coopératives du Haut Atlas marocain. Exemple de partenariat France/Maroc.



- Industries israéliennes des boues de la mer morte : Dead Sea laboratories, Hlavin cosmetics, Natural Sea beauty, Mineral care Dead Sea products. Il s'agit souvent de sociétés avec participations américaines.



- Lignes turques de parfums à l'eau de rose : Alfas, Pintas, Aromel, Evyap (crème Arko), qui fait de la R&D et se développe à l'international



Aller au devant des attentes du consommateur occidental : l'exemple de la Maison de l'Argan



Cosmétique MEDA

ASCAMIE@AMMIA 2007

Connexions possibles avec l'activité touristique

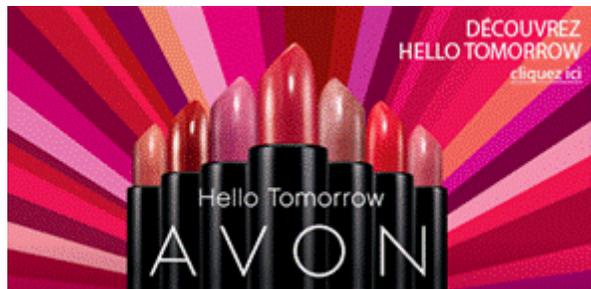


Cosmétique MEDA

Ascame@Anima 2007

Apport potentiel des investisseurs étrangers

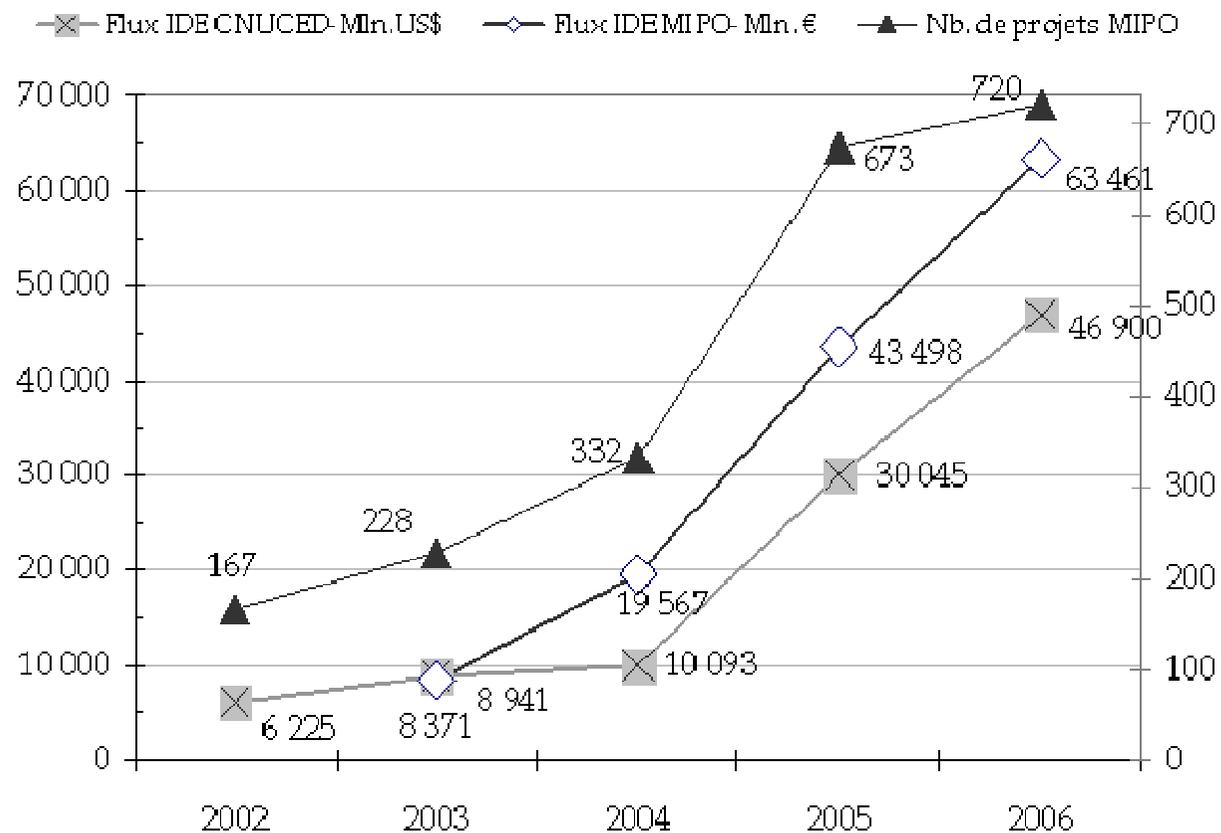
- Veulent d'internationaliser : accès au marché (production et distribution), mais aussi délocalisations, accès à ressources rares (produits nouveaux)
- Grands groupes, mais aussi PME
- Apport de technologies et savoir faire, mise à niveau, normes : nécessaire car montée en contenu en innovation et technicité des productions
- Intégration dans réseaux internationaux
- Apport de capitaux
- Ne pas oublier pays émergents et investissements sud-sud.



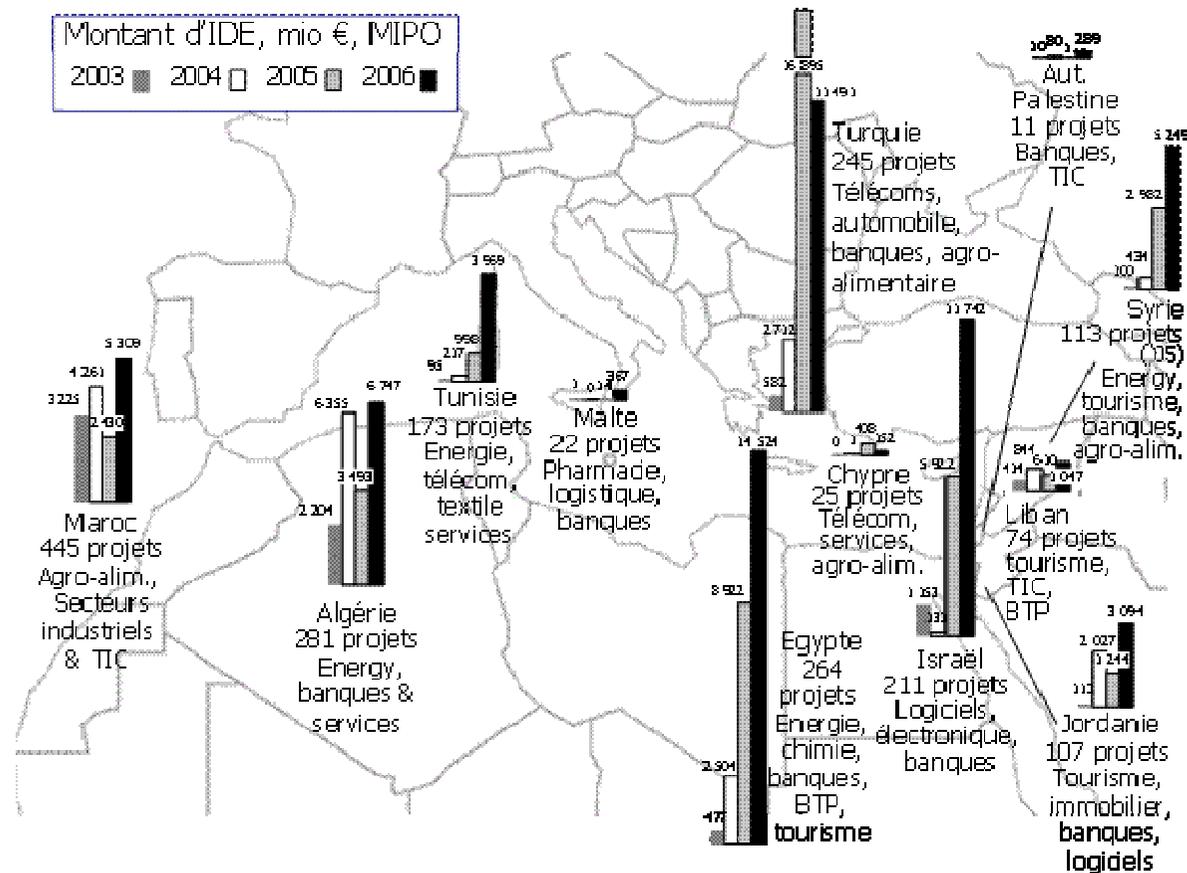
Ascame@Anima 2007



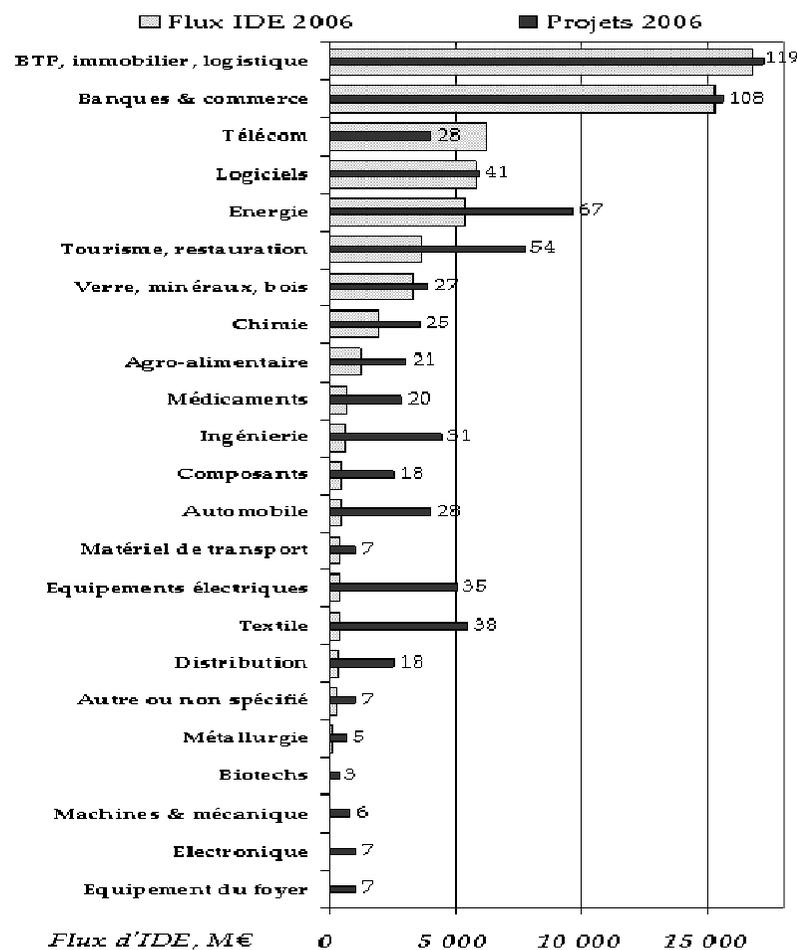
Montée des investissements étrangers dans la région MEDA



Répartition des flux par pays d'accueil



Cosmétiques encore peu représentés



Un flux de projets étrangers encore limité, mais en croissance

Record year	Welcoming country	Origin	Company /Investor	Projet / Titre de l'article en français	Type de projet
2006	Turkey	Germany	Douglas	Avec l'ouverture d'une nouvelle parfumerie en Turquie, le groupe Douglas poursuit son expansion à l'étranger	Création
2006	Israel	France	L'Oreal	Le français L'Oréal va ouvrir son premier magasin en Israel	Filiale, succursale
2006	Turkey	USA	Estee Lauder Companies	Le fabricant de cosmétique Estee Lauder Companies Inc s'est installé en Turquie	Filiale, succursale
2006	Morocco	France	Paraland	La franchise française Paraland-Beautéland, spécialisée en parapharmacie et soins de beauté, étend son réseau à Agadir	Filiale, succursale
2006	Egypt	India	Marico	Le fabricant indien Marico de produits de beauté a acquis Fiancée, le leader égyptien du marché des produits de soin de cheveux	Prise de participation
2006	Egypt	India	Marico	Marico achète HairCode, une marque égyptienne leader dans les gels et crèmes pour cheveux	Prise de participation
2006	Algeria	UK	Unilever	Unilever Algérie envisage de développer ses investissements, jugeant l'expérience de l'usine de détergent et de cosmétique d'Oran positive	Pré-projet
2006	Tunisia	France	General Mediterranean Holding	Le groupe General Mediterranean Holding envisage la réalisation d'une clinique de beauté de 1 million de dinars à Hammamet	Création
2005	Morocco	USA	Avon Beauty Products	Avon, le leader mondial des produits de beauté, injecte 4 millions d'euros dans sa filiale marocaine	Extension
2005	Turkey	France	Laboratoires Expanscience	Les laboratoires ont signé un partenariat avec la société Dharma Ilaç et ont lancé la marque Mustela en Turquie	Partenariat, joint-venture

Cosmétiques Meda :

7 conditions de succès

- **Améliorer l'environnement local des affaires** : intégration et coopération régionale, amélioration de l'environnement réglementaire, fiscal, technique, faciliter le financement des PME, assurer la protection des marques, libéralisation maîtrisée (encore inégale selon les pays)...
- **Identifier et valoriser les niches de développement** potentielles (ressources naturelles, concepts de produits et de services, pôles de compétence techniques et industriels). Ex : Turquie spécialisée en essence de rose : potentiel pour les eaux de toilette.
- **Mise à niveau des PME** (normes), encouragement aux PME innovantes, amélioration du financement
- **Former main d'œuvre**, développer R&D, sécuriser amont filière
- **Développer réseaux de coopération intra-professionnels** (pour innovation, formation, prospection et exportation) et inter-professionnels (avec industriels du tourisme notamment)
- **Effort de promotion et de création d'image** : campagnes de promotion (si possible coordonnée entre plusieurs pays) valorisant l'image de la Méditerranée et faisant appel à l'imaginaire du consommateur occidental ; utilisation du web comme outil de notoriété.
- **Appel aux compétences et capitaux étrangers** sous différentes formes : sous-traitance, licensing, implantation directe, partenariats pour la commercialisation des productions locales)



ANIMA



A project sponsored by the European Union, MEDA programme

Merci ! Contactez-nous

- ANIMA Coordination (French desk) : Fabrice Hatem and Bénédict de Saint-Laurent, Invest in France T: + 33 4 96 11 67 62 Mailto : bdsl@afii.fr
- Italian desk: Raffaella Di Emidio, ICE, Italy T: + 39 06 59 92 68 89 Mailto : cooperazione@ice.it
- Moroccan desk: Laïla Sbiti, Direction des Investissements, Morocco T: + 212 37 67 35 06 Mailto : lailas@invest-in-morocco.gov.ma