

Arabes : L'essor du secteur de la parfumerie et cosmétique au Maroc

19/10/2004

Cette "évolution visible est due notamment aux exigences croissantes des consommateurs à l'innovation du style des parfumeries et à l'ouverture de nouveaux espaces", explique le magazine, faisant remarquer que c'est dans ce contexte que "se positionnent des marques connues qui se sont canalisées à travers les circuits de distribution" (l'Oréal, Yves Rocher, Avon).

Pour "Arabes", la concurrence grandissante, avec l'arrivée de certains grands distributeurs tel "Marrionnaud", et l'annonce de l'installation prochaine de "Sephora" à Casablanca ne peuvent qu'avoir des effets positifs sur les réseaux en place.

"Si les produits français occupent toujours le haut du pavé, il a été constaté, depuis quelques temps, que les marques européennes et américaines (Giorgio de Bervely Hills) commencent à envahir le marché marocain", ajoute-t-il, faisant savoir que les Marocains sont chaque jour plus nombreux à se laisser séduire par les parfums et les cosmétiques, au point qu'ils sont désormais partagés entre les produits de grande consommation et le sélectif dit "de luxe".

Si l'année 2003 a été significative pour le marché des parfums et cosmétiques, 2004 sera, selon les prévisions, une année "phare", relève le mensuel pour qui l'arrivée de nouvelles marques sur le marché donnera lieu à de nombreuses ouvertures de centres spécialisés, allant de la remise en forme jusqu'à l'amincissement en passant par le diagnostic de la peau ou des cheveux et les espaces de bien-être.

Ce phénomène de diversification de l'offre ne peut qu'entraîner une plus grande consommation des produits de soins et de beauté, ce qui explique que toutes les marques de notoriété internationale sont présentes à travers leurs agents ou leurs distributeurs, conclut le magazine.

Source : MAP

<http://www.yabiladi.com/article.php?cat=economie&id=113>