



Téléchargez la nouvelle
application Android RTBF !



RTBF.BE INFO SPORT CULTURE OUVRIER TV RADIO VIDÉO

NEWSLETTER:

email

Je m'abonne

Voir la newsletter



16° 28°

Vendredi 17 août
Météo Belgique >



sur RTBF Info Web

Google™



Services: Info trafic, Bourse, Lotto, Teletexte

Monde

Monde

Accueil

Europe

Moyen-Orient

Amérique du Nord

Amérique centrale

Amérique du Sud

Afrique

Asie

Océanie

Brésil: les nouvelles clientes font exploser le marché de la beauté

MONDE | Ms à jour le mercredi 8 août 2012 à 10h53

Article

Images (2)

Commentaires



ENVOYER



IMPRIMER



+1

0



Tweeter

3

Monde

Plus vus

Plus commentés

- 1 Syrie: la Russie lance un appel international pour la fin...
- 2 Grande-Bretagne: nouvelle alerte pour le prince Philip,...



Téléchargez
la nouvelle
application
Android
RTBF !



Images (2)



Une femme montre ses ongles lors de la "Nails Fashion Week" (Semaine de la mode des ongles), le 6 août 2012 à Sao Paulo

Mots clés

Brésil, Mode, Crédit, Sao Paulo, Ongles, Nails Fashion Week, Luciana Medeiros, Manucure, Vernis à ongle

Le commerce des produits de beauté est en plein essor au Brésil, où ongles colorés, parfums raffinés et maquillage sophistiqué font recette auprès de nouvelles clientes qui ont hissé le marché brésilien au troisième rang mondial du secteur.

Avec pour slogan *"La mode est démocratique"*, la *"Nails Fashion Week"* (NFW), ou *"Semaine de la mode des ongles"*, a ouvert ses portes cette semaine dans un entrepôt de Sao Paulo. Talons hauts, maquillage, lunettes, vernis à ongles: une dizaine de marques brésiliennes et étrangères y rivalisent d'inventivité pour séduire les Brésiliennes.

"Nous avons créé cet événement pour lancer de nouvelles tendances et nouer des partenariats. Certaines marques participent mais beaucoup d'autres sont venues pour prendre la température. L'idée est de continuer à grandir", explique à l'AFP Luciana Medeiros, une des créatrices de ce salon qui pour la première fois propose d'autres

produits que ceux consacrés à la manucure.

L'expansion de la classe moyenne dope les ventes

Organisateurs et exposants ont conscience du fait que le marché brésilien est en pleine expansion, avec pas moins de 40 millions de personnes ayant grossi les rangs de la classe moyenne ces dix dernières années.

L'entreprise américaine de vente directe Avon illustre le fort intérêt pour le Brésil. Ce marché *"croît dans des proportions très intéressantes. Les consommateurs ont davantage de pouvoir d'achat et s'ouvrent à de nouvelles catégories de produits"*, affirme Ricardo Patrocinio, chef marketing d'Avon.

10% du marché mondial en 2011

Selon une étude de l'institut Euromonitor publiée récemment par l'Association brésilienne de l'industrie de l'hygiène personnelle, de la parfumerie et des cosmétiques (Abihpec), le secteur a généré 43 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2011 (19% de plus que l'année précédente).

Avec 10% du marché mondial, le Brésil est aujourd'hui seulement devancé par les Etats-Unis et le Japon.

Cherchez la femme

Abihpec attribue cette croissance à plusieurs facteurs: une présence accrue des femmes sur le marché du travail, une meilleure productivité acquise grâce aux nouvelles technologies ainsi que la multiplication des lancements de nouveaux produits.

A ce contexte s'ajoutent des paramètres socio-économiques, estime l'économiste Marcelo Neri, de la Fondation Getulio Vargas.

"La femme travaille davantage, gagne plus d'argent et fait moins d'enfants; ce qui lui permet d'augmenter ses revenus. Entre 2001 et 2009 les revenus des femmes ont augmenté de 38%, contre 16% pour les hommes", détaille M. Neri à l'AFP.

"Au Brésil, ceux qui prospèrent sont ceux qui appartiennent à la base (de la pyramide sociale), qui peuvent commencer à consommer des produits auxquels ils n'avaient pas accès auparavant. Ils sont 40 millions", poursuit l'économiste.

"Nous avons affaire à des consommateurs des classes C et D -les plus modestes- aux classes les plus hautes", confirme Renata Leite, responsable marketing de Colorama, une marque de vernis à ongles rachetée il y a une décennie par le groupe français L'Oréal.

"Nous souhaitons faire jouer au Brésil un rôle d'avant-garde, qui établit les tendances. Ce marché peut le faire", assure-t-elle.

Alexandre Zolko, chausseur qui a créé la marque My Shoes voici trois ans, compte aussi sur cette *"classe moyenne (qui) ne cesse d'augmenter"*. Son credo? *"Le luxe accessible"*.

"Mes produits sont destinés à ceux qui paient à crédit", déclare-t-il en marge de la *"Nails Fashion Week"*.

AFP

3 Afrique du Sud: affrontements entre mineurs et policiers,...

4 USA: le virus du Nil occidental fait 17 morts au Texas

5 Syrie: des civils pris au piège dans la ville d'Al Tal,...

6 Après des années d'exil, les Allemands de l'Est...

7 Candidat aux Pays-Bas, Emile Roemer critique l'UE et Van...



Dans l'actualité



Europe, l'été de tous les dangers ?
Toutes les infos



La Syrie déchirée
Les Syriens défient la dictature

Dernière Minute

Monde

- 15:29** Le défi d'un écolo: défendre le requin en nageant là où il attaque...
- 10:44** Deux soldats américains tués dans une nouvelle attaque de policier a...
- 09:29** Syrie: Lakhdar Brahimi, probable nouveau médiateur de l'ONU
- 09:13** Syrie: des civils pris au piège dans la ville d'Al Tal, témoignage e...
- 08:14** Après des années d'exil, les Allemands de l'Est reviennent en ex-RDA
- 08:08** Afrique du Sud: affrontements entre mineurs et policiers, plus de 30 m...
- 07:54** Procès de Gu Kailai en Chine: le verdict sera annoncé lundi

S'abonner au Flux RSS



ENVOYER | IMPRIMER | +1 0 | Tweeter 3

[Voir tous les commentaires >](#)

Faire un commentaire

- Merci de respecter la [charte des commentaires](#), sans quoi, nous nous réservons le droit de supprimer votre réaction.
- Les commentaires sont fermés après quatre jours.

Commentez :