

17/08/2012 15:32 GMT



"EUR/USD" ou "BNP Paribas"

Paris
 New York
 Tokyo

[Bourse](#) ▾ [Graphiques](#) [Actualités](#) [Opinions](#) [Technique](#) [Trading Social](#) [Brokers](#) [Annuaire](#) [Outils](#) [Devises](#) [Plus](#) ▾

Devises | Matières Premières et Futures | Actions | Indicateurs Economiques



Automatisez votre trading sur le Forex et Regardez vos profits augmenter !

Au Brésil, l'essor de la classe moyenne fait exploser le marché de la beauté

Par AFP | [Devises](#) | 08/08/2012 08:35 GMT | [Ajouter un Commentaire](#)



AFP

Article

Like 0
 +1 0
 Tweeter 0

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 évènement 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.

Car 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.

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.

Indices [Mat prem](#) [Devises](#) [Oblig.](#)



Cotations CFD

CAC 40	3483.80	+3.31	+0.10%	
CAC 40 Futures	3477.80	-5.40	-0.16%	
SPX 500 Futures	1413.15	+0.15	+0.01%	
US 30	13255.50	+5.39	+0.04%	
DAX	7030.30	+34.01	+0.49%	
EU Stoxx 50	2467.00	+10.47	+0.43%	
Indice USD	82.75	+0.31	+0.38%	

Activité Récente

[Sign Up](#) Create an account or [log in](#) to see what you

Zone euro: l'économie s'est contractée de 0
4 people recommend this.

Forex - La fièvre EUR/USD retombe avant le s
3 people recommend this.

Les banques pourraient devoir rembourser
5 people recommend this.

Facebook social plugin

Suivez-nous sur Twitter
1298 abonnés

Forexpros Actualités RSS Feed
85 lecteurs

"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".

Selon des statistiques officielles, la classe moyenne brésilienne compte aujourd'hui quelque 95 millions de personnes, soit environ la moitié de la population du pays.



Disclaimer: Fusion Media would like to remind you that the data contained in this website is not necessarily real-time nor accurate. All CFDs (stocks, indexes, futures) and Forex prices are not provided by exchanges but rather by market makers, and so prices may not be accurate and may differ from the actual market price, meaning prices are indicative and not appropriate for trading purposes. Therefore Fusion

Ajouter un Commentaire

[Instructions pour les Commentaires](#)

Exprimez-vous

Connectez-vous à Forexpros

Like 1031 likes. [Sign Up](#) to see what your friend

We're on [Follow](#)

Follow @ForexActualites 1,298 followers

Trouvez un Broker »

[Devises](#) | [CFDs](#) | [Options Binaires](#) | [Auto Trading](#) | [Spread Betting](#) | [Actions](#) | [Futures](#)

