

## TURQUIE

### 1. Présentation du marché des cosmétiques en Turquie

Depuis une décennie, le marché turc des cosmétiques connaît une croissance annuelle de près de 10%. Les entreprises élargissent leur gamme et accroissent leurs investissements au niveau national et international. Le nombre de producteurs et entités enregistrées auprès du ministère turc de la Santé est supérieur à 3500<sup>1</sup>. Le secteur confirme son dynamisme en employant près de 70.000 personnes<sup>2</sup>.

La progression de l'industrie de la beauté en Turquie peut être attribuée à de nombreux facteurs :

- Le pays est un pôle d'attraction pour le marché mondial avec des investissements considérables ;
- La Turquie est la plus jeune et la deuxième population d'Europe (29 ans de moyenne et 80 millions d'habitants), avide de produits cosmétiques, biologiques et à base de plantes ;
- En matière de produits finis et de luxe, Istanbul est une plateforme d'approvisionnement importante pour les acheteurs de la CEI, d'Afrique du Nord et de certains pays du Moyen-Orient, ce qui incite les fabricants du monde entier à entrer sur le marché turc ;
- Pouvoir concurrentiel acquis par le développement des capacités de R&D et de production

La production locale est en forte progression. Ce sont les soins capillaires qui détiennent la plus grande part de marché, dont les shampooings représentent environ 59%.<sup>3</sup> Par contre, sur le marché du luxe et des dermo-cosmétiques, la production locale reste encore très limitée et la distribution est dominée par les produits importés.

#### 1.1. Production locale et exportations



Graphique : évolution des exportations. Source : Turkstat.

<sup>1</sup> TITCK

<sup>2</sup> TOBB

<sup>3</sup>République de Turquie, Ministère du Commerce

<sup>4</sup> TITCK

#### Bref aperçu

##### Taille du marché

2.3 millions d'euros

##### Rang dans les exportations mondiales

27

##### Produits enregistrés

154.000 en 2019  
dont 92.000 importés

En 2012, seulement 10% des produits cosmétiques et de bien-être présents sur le marché turc étaient fabriqués localement. Une politique de conscientisation fut mise en place pour favoriser les produits locaux.

En 2017, la production locale atteignait 47%<sup>4</sup> et les exportations affichaient une hausse de près de 10% par rapport à l'année précédente.

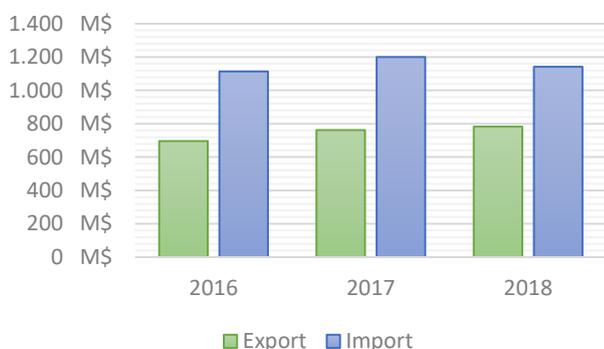
En 2018, malgré la crise politique et économique, la croissance s'est maintenue avec une hausse de 3%. Les catégories championnes sont les produits de beauté ou de maquillage, les préparations pour les rasages et déodorants corporels. L'Irak, le Royaume-Uni, l'Arabie Saoudite, la Russie et l'Ukraine entrent dans le top 5 des pays vers lesquels la Turquie exporte le plus.

## 1.2. Importations

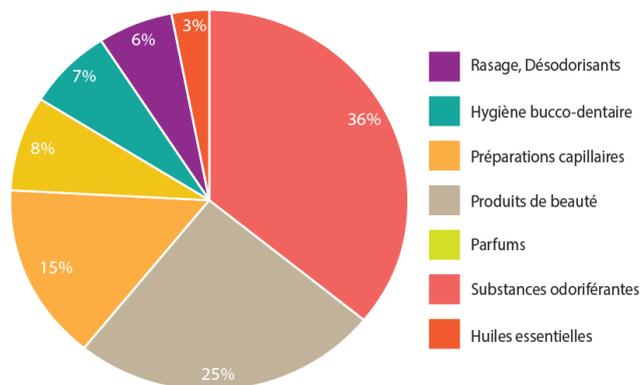
Bien que la Turquie développe sa capacité de production et mette l'accent sur la localisation, l'approvisionnement des produits cosmétiques repose en grande partie sur les importations.

La réputation des marques internationales ainsi que la qualité et la sécurité de leurs formulations augmentent la tendance de consommation des produits importés. Les importations ont enregistré une hausse de 8% à 1.2 milliards de dollars en 2017 tandis qu'elles ont essuyé un recul de 5% à 1.1 milliards de dollars en 2018 suite à l'instabilité politique et à la chute de la livre turque.

Contrairement à la diversité des pays vers lesquels la Turquie exporte, les consommateurs turcs préfèrent utiliser des produits d'origine européenne. Le pays importe principalement des produits français, allemands, italiens et polonais.



Graphique : importations et exportations. Source : Turkstat.



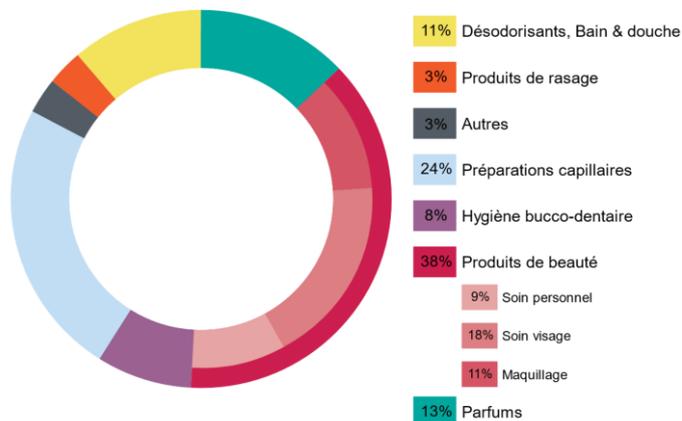
Graphique : ventilation des importations. Source : Turkstat.

## 1.3. Tendances de consommation

Comme mentionné précédemment, le secteur cosmétique et de bien-être en Turquie a connu une croissance significative sous l'influence des facteurs suivants :

- Une population jeune. Plus de la moitié de la population a moins de vingt-neuf ans.
- La transition vers la vie moderne et urbaine
- La hausse du taux d'activité féminine, ce qui a augmenté le budget consacré à la cosmétique
- Le développement des médias sociaux et l'importance croissante attachée à l'apparence
- L'augmentation de l'espérance de vie, ce qui suscite l'intérêt des consommateurs pour les produits anti-aging
- L'utilisation croissante des cartes de crédit
- L'essor du e-commerce et des applications mobile d'achat en ligne

Contrairement à la perception générale, la cosmétique n'est pas seulement réservée aux femmes. La pression sociale liée au culte de la beauté pousse également les hommes à faire plus d'attention à eux et à prendre soin de leur corps. Les produits les plus achetés par les hommes sont des parfums, des préparations capillaires et des produits de santé sexuelle tandis que les femmes préfèrent acheter des produits de maquillage et de soin corporel. Les turcs dépensent 26 € (femmes : 39 €, hommes : 13 €) en moyenne annuelle par habitant pour les produits cosmétiques et de soin alors que les européens dépensent près de 100 €. Les chiffres de consommation indiquent également que l'achat des produits bucco-dentaires en Turquie est encore très limité. Seulement 45% des foyers turcs ont acheté des brosses à dents en 2018. Ce taux est loin derrière les pays européens.

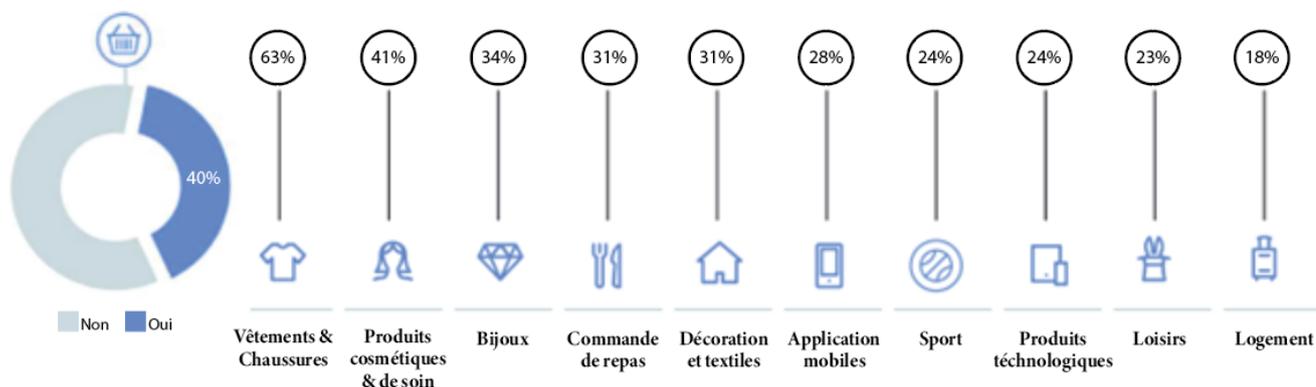


Consumer profile- Source : TOBB

## Importance du commerce électronique

Au cours des 5 dernières années, le e-commerce en Turquie a connu une croissance annuelle de 31%. En 2017, les ventes en ligne ont augmenté de 24% ce qui correspond à environ 9% de la part totale des ventes sur le marché intérieur.<sup>5</sup> Cette augmentation a, d'une part, permis à de nouveaux secteurs d'émerger et a, d'autre part, changé les habitudes de consommation des Turcs. Grâce à l'accessibilité des produits cosmétiques en un seul clic, le consommateur n'a plus besoin de se déplacer en magasin. Si les achats en ligne suscitent une certaine méfiance, il est toutefois observé les femmes ont recouru à l'e-commerce principalement pour des achats cosmétiques et vestimentaires alors que les hommes préfèrent acheter des produits automobiles et électroniques. Au classement général, le secteur cosmétique et de bien être arrive à la 6<sup>ème</sup> place, derrière l'habillement, l'électronique, la restauration, le logement et les livres.<sup>6</sup>

## Taux d'achat des consommateurs après la visualisation des publicités Facebook



Source : TUSIAD & Deloitte, Rapport du commerce électronique, 2019

<sup>5</sup> Agence Anadolu, Turquie: le commerce électronique prisé par le marché du luxe, Musab Turan, 5.4.18

<sup>6</sup> Twentify- Rapport du commerce électronique en Turquie, Septembre 2018

## 2. Grands acteurs du marché



## 3. Réglementation

Les producteurs turcs de produits cosmétiques et de soins corporels suivent de près les récents développements nationaux et internationaux relatifs aux questions environnementales et respectent les règlements et la législation en vigueur. La réglementation en matière d'enregistrement et de vente de produits cosmétiques et de soins corporels en Turquie est harmonisée avec les directives de l'UE. La législation du secteur adaptée à la directive « Cosmétiques » de l'UE (76/768/EEC) est en vigueur sur le marché turc depuis 2005. Des études relatives à l'adoption de la nouvelle directive européenne sur les cosmétiques 1223/2009 (entrée en vigueur en juillet 2013) par la législation turque se poursuivent. <sup>7</sup>

<sup>7</sup> République de Turquie – Ministère du commerce, 2019

## Liens Utiles

- Association des fabricants de produits chimiques turcs : [www.tksd.org.tr](http://www.tksd.org.tr)
- Association des industriels des cosmétiques et produits de nettoyage : [www.ktsd.org.tr](http://www.ktsd.org.tr)
- Association des exportateurs de métaux et de minéraux d'Istanbul : [www.immib.org.tr](http://www.immib.org.tr)
- Turkish Cosmetics Cluster : [www.turkishcosmetics.org](http://www.turkishcosmetics.org)
- Association des exportateurs des produits chimiques : [www.ikmib.org.tr](http://www.ikmib.org.tr)
- Ministry of Health, Medicines and Medical Devices Agency : [www.titck.gov.tr](http://www.titck.gov.tr)

## Salons Principaux

- [Beauty & Care Expo](#)
- [Beauty Eurasia](#)
- [Beauty Istanbul](#)
- [Cosmetics & Home Care](#)
- [Exponatura](#)

## Sources

Ministry of Health, Medicines and Medical Devices Agency ([TITCK](#))

[Sociology Journal](#), The Consumption of Cosmetic Products in the Context of Popular Culture and Network Marketing as a New Way of Sales Channel, İpek Akçadağ, 2017

The Union of Chambers & Commodity Exchanges of Turkey (TOBB), Cosmetics and Cleaning Products [Report](#), 2017

Turkish Statistical Institute (TurkStat)

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

[www.twentify.com](http://www.twentify.com)

Fiche rédigée par le bureau commercial d'Istanbul

Août 2019.