

www.sippo.tn

MARKET SCREENING
HUILE DE PÉPINS DE FIGUES DE BARBARIE



Tunis
Décembre 2019

Titre : Market Screening – Huile de Pépins de Figues de Barbarie

Langue : Français

Contenu du rapport : Dans le cadre de son nouveau mandat, le SIPPO soutient les activités de promotion des exportations des BSO du secteur des ingrédients naturels dans huit pays dont la Tunisie. Le mandat a pour objectif de réaliser une étude Screening du marché destinée aux BSO (APIA, CCIT, CEPEX), au PAMPAT et aux opérateurs économiques tunisiens de **l'huile de pépins de figues de barbarie** afin de les aider dans leurs démarches de développement sur les marchés internationaux.

Avec ses 600 000 hectares de cactus dont 5 000 hectares certifiés bio sont plantés, la Tunisie compte parmi les plus grands producteurs de figues de barbarie **biologique** dans le monde. Néanmoins, la valorisation du fruit n'est pas développée et les exportations d'huiles végétales de pépins de figues de barbarie sont relativement limitées. C'est dans cette perspective, que l'étude « Market Screening » présentée dans ce rapport s'attache, en étudiant les flux qui animent la filière des figues de barbarie à l'échelle mondiale, à pointer les débouchés potentiels pour diversifier et/ou consolider les exportations de la filière tunisienne. Les opportunités offertes sur le marché mondial représentent des facteurs qui incitent à accorder plus d'intérêt à ce segment de marché.

Cette étude s'appuie dans un premier temps, sur l'analyse des Indices d'Attractivité des Marchés (Market Attractiveness Index) en analysant les exportations, importations, les productions et les consommations des huiles végétales de spécialité à travers le monde grâce aux données enregistrées par différentes sources statistiques (TRADEMAP-ITC, MACMAP-ITC, FMI, BANQUE MONDIALE, CEPII, STANDARDMAP-ITC, UNCOMTRADE, DOUANES, TRADEHELPDESK, CBI, FAOSTAT...). Sur la base de ces éléments, un pays cible a été sélectionné pour une étude plus détaillée du marché parmi un panel d'environ 159 pays analysés.

Pour le pays cible sélectionné, l'identification des principales caractéristiques et des routes d'accès au marché a donné lieu à des analyses en profondeur menées pour corroborer les informations et comprendre l'organisation à l'aval au niveau de ces différentes destinations potentielles.

Auteur : Ouissem KRIFA, KWC CONSULT
37, Avenue 14 Janvier
4021, Sousse
Tunisia
wissem.krifa@topnet.tn
+216 22 78 62 23

Coordonnée par : SWISSCONTACT-SIPPO (Swiss Import Promotion Programm)
28, Avenue du Lac du Nord,
Les Jardins du Lac
Tunisia
info@sippo.tn
www.sippo.tn
+216 71 19 66 95

Index :

Partie 1 :	Description et classification du produit à exporter	4
1.1	Description du produit	4
1.2	Classification du produit	8
Partie 2 :	Screening du marché global et analyse de l'attractivité	26
2.1	Screening du marché global dans le monde (long list)	9
	2.1.1. Consommation mondiale du produit	9
	2.1.2. Production mondiale du produit	16
	2.1.3. Importations mondiales du produit	22
	2.1.4. Exportations mondiales du produit	24
2.2	Identification des marchés potentiels attrayants (short list)	26
	2.2.1. Evaluation de l'attractivité des marchés	26
	2.2.2. Choix du marché cible	27
Partie 3 :	Caractéristiques et routes d'accès au marché cible identifié	29
3.1	Aperçu du marché intérieur	29
	3.1.1. Consommation	29
	3.1.2. Production	32
	3.1.3. Importations	34
	3.1.4. Exportations	36
3.2	Identification et analyse des circuits de distribution existants	38
3.3	Identification des exigences des acheteurs ou exigences d'accès au marché	41
3.4	Identification de l'éventail des prix sur le marché	43
3.5	Identification et analyse des moyens de promotion sur le marché	45

Partie

1

Description et classification du produit à exporter

1.1. Description du produit

L'huile de pépins¹ de figue de barbarie, objet de notre étude, est obtenue directement par **première pression à froid** des pépins contenues à l'intérieur du fruit comestible, la figue de barbarie (**Opuntia ficus indica**). L'huile est extraite au cours d'une procédure très longue et laborieuse. La production d'un litre d'huile de figue de Barbarie nécessite environ 36 heures de travail manuel, et environ 1 million de pépins de figue de Barbarie sont nécessaires (environ 300 graines pour un fruit de 150g). Les pépins sont séparées de la pulpe, ensuite, elles sont soigneusement lavées, séchées à l'air sous les rayons du soleil et pressées à froid de manière très prudente (environ 450 kg de pâte sont nécessaires pour la production d'un litre d'huile de pépins de figue de Barbarie).



En suivant ce procédé, cette technique d'extraction à froid tente de préserver les nutriments et les bienfaits de l'huile en **renonçant aux rendements élevés** et en **priviliégiant la qualité supérieure**. En effet, la chaleur casse les molécules responsables de ses propriétés incroyables. Les pépins de la figue de barbarie sont si durs qu'il faut une machine de presse très puissante pour pouvoir en extraire l'élixir sans la faire chauffer. La plupart du temps, la presse chauffe en faisant son travail, mais comme les pépins ne sont pas chauffés pour l'extraction, la mention "**pressée à froid**" peut-être utilisée.

L'huile de pépins de figues de barbarie est très rare et son extraction a un très faible rendement puisque les petits pépins contiennent très peu d'huile de 3 à 6% d'huile seulement. En effet, cette huile nécessite entre 800 kg et 1 tonne de fruit de figues de barbarie et 30 à 50 kg de pépins pour extraire 1 litre d'huile (34 fl oz).



Il s'agit là de **l'huile végétale**², celle qui mérite toutes les propriétés qui lui sont attribuées et qui est différente du **macérât huileux** et des **huiles essentielles**. Contenant des vitamines et des acides gras, les huiles végétales possèdent des propriétés nutritives, protectrices, adoucissantes et régénératrices bénéfiques à la peau. **Elles sont donc prisées dans le domaine de la cosmétique où elles peuvent être employées sans contre-indication**. Parce que la production d'huile végétale de pépins de figue de barbarie prend beaucoup de temps et à rendement faible et que l'huile elle-même est très appréciée, des huiles de figues de barbarie mélangées à des **huiles simples** peuvent être trouvées très souvent sur le marché. Ces huiles de **qualité inférieure**, n'ont pas été obtenues à partir de pépins pressés à froid, mais par d'autres procédés tels que la macération et l'extraction chimique. *Attention donc, à ne pas confondre l'huile végétale de pépins de figues de Barbarie avec le macérât huileux et l'huile essentielle.*

- **Le macérât huileux** est obtenu par macération des fleurs de figuier dans une huile neutre, en général de l'huile de tournesol raffinée, alors que l'huile de pépins est obtenue par pression de ceux-ci. Les concentrations respectives en acides gras essentiels, stérols et tocopherols (composants ayant un effet régénérant et anti-âge) n'ont absolument rien à voir ayant des principes actifs et propriétés différents. Ce macérât (l'huile de fleurs de figues de Barbarie) est relativement **bon marché** et est vendu sous forme d'huile de figue de barbarie. Dans les deux cas, l'huile peut prendre l'appellation "Huile de figues de Barbarie" mais la **présence du mot "pépins" ou "graines" fait toute la différence**.

- **L'huile essentielle**, obtenue par extraction chimique, prend naissance lorsque les pépins de figue de Barbarie en poudre sont pulvérisés puis insérés dans un solvant comme l'hexane, par exemple. L'hexane a des effets néfastes sur la santé et est dangereux pour l'eau. Pour retirer à nouveau l'hexane de l'huile de figue de Barbarie, l'huile est chauffée, de sorte que l'hexane peut s'évaporer. Ce qui reste de cette procédure est l'huile de pépins de figue de barbarie avec des traces d'hexane. En raison de l'apport de chaleur, qui est nécessaire pendant le processus d'extraction chimique,

¹ Dans le langage courant, on utilise le terme « pépin » pour désigner des graines multiples, et « noyau » pour une graine unique. D'un point de vue botanique, ce n'est pas exact. Scientifiquement, on appelle « pépin » une graine nue. Il peut y en avoir une ou plusieurs dans un fruit, comme dans le raisin, la figue de barbarie ou la tomate. Ces fruits à pépins forment le groupe des baies. De son côté, le mot « noyau » définit une graine, souvent appelée amande, entourée d'une enveloppe dure en lignine (principal composant du bois). C'est le cas des abricots, des cerises ou des olives. Ces fruits à noyaux sont appelés des « drupes ».

² Le magazine français féminin « Marie Claire » a présenté les bienfaits de 26 huiles végétales dans la routine beauté dont l'huile de pépins de figues de barbarie (Huiles végétales : leurs utilisations beauté) : www.marieclaire.fr/les-huiles-vegetales-mode-d-emploi,782966.asp.

une partie non négligeable des ingrédients précieux de l'huile de figue de Barbarie est détruite, comme par exemple les acides gras insaturés, les antioxydants naturels ainsi que les vitamines. Pour éviter une oxydation des acides gras, certains producteurs ajoutent des antioxydants et d'ingrédients synthétiques. Le **rendement élevé**, la faible quantité d'ingrédients actifs et le reste de substances nocives placent ce type d'huile de pépins de figue de Barbarie dans la fourchette de **prix la plus basse**. Contrairement aux huiles végétales, il faut faire attention lors de l'usage de ces huiles car il existe des contre-indications à l'usage des huiles essentielles, certains de leurs composants chimiques pouvant se révéler dangereux.



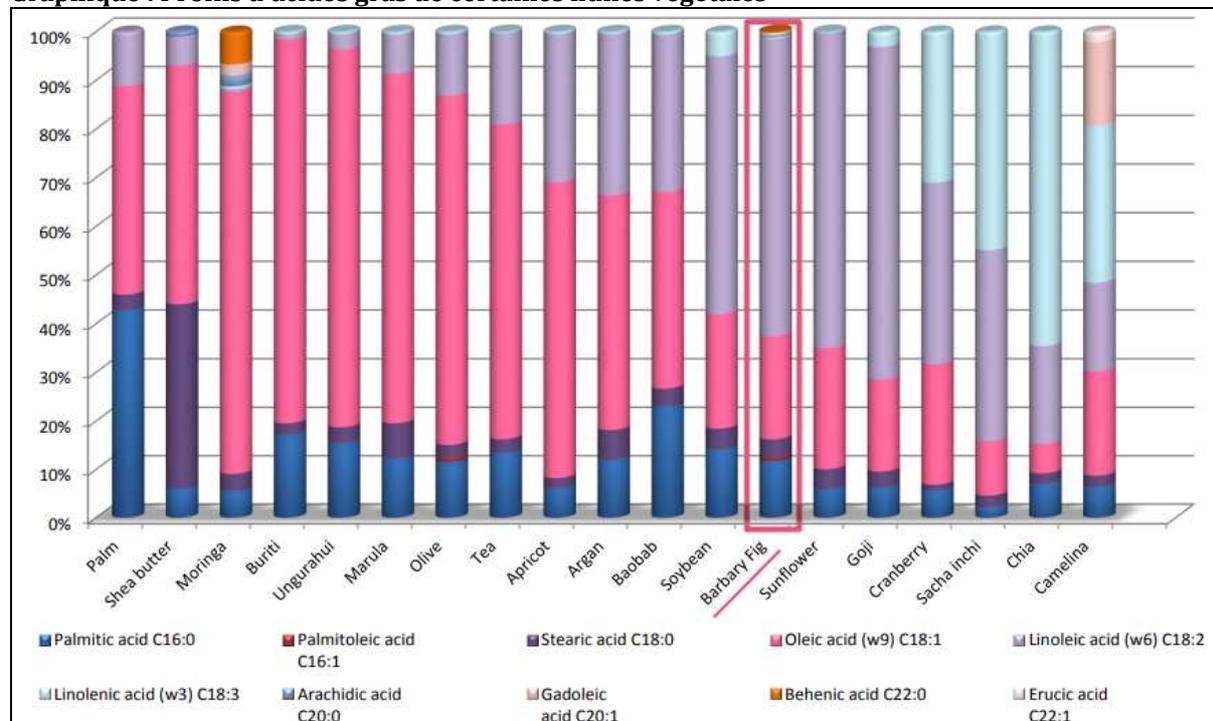
Si vous vous décidez d'exporter "l'huile de figue de barbarie" et afin de mieux positionner votre offre, mettez vous à la place des consommateurs étrangers (généralement assez informés et curieux) et demandez-vous bien :

- **Comment cette huile a-t-elle été extraite (extraction chimique ou pression à froid) ?**
- **De quelle partie de la plante?** Par exemple, l'huile extraite des raquettes (ou cladodes) du figuier de barbarie, est peu onéreuse, moins active sur la peau mais elle est produite à un très gros rendement.

D'une manière générale, la qualité de l'huile végétale dépend fortement de la méthode utilisée pour son extraction ainsi que de la partie de la plante au quelle est extraite. La plupart des huiles végétales vendues aujourd'hui en grande distribution sont raffinées. Les graines sont chauffées et mélangées à de l'hexane pour extraire le maximum d'huile, puis l'huile obtenue (impropre à la consommation) est raffinée (chauffée très fort) pour faire disparaître les résidus toxiques. Ainsi traitées, ces huiles végétales ne contiennent, plus aucune propriété pour la peau et la santé. Les 2 seules méthodes d'extraction qui garantissent une composition riche en **acides gras** et en **insaponifiables** sont l'extraction à froid et l'extraction au CO2 supercritique.

NATUREX, spécialiste des ingrédients naturels à base de plantes (voir profil de l'entreprise ci-dessous dans le texte), a mené plusieurs études cliniques pour démontrer l'efficacité de certaines huiles qu'elle fabrique dont l'huile de pépins de figues de barbarie. Chaque huile végétale³ a une composition unique en **acides gras** (mono-insaturés et essentiels) et en composés **insaponifiables** et offre **différents avantages pour les cheveux et les soins de la peau**. Le graphique présente les profils gras de certaines huiles végétales.

Graphique : Profils d'acides gras de certaines huiles végétales



Source : NATUREX-NATOLEIS

En particulier et selon les analyses menées par NATUREX, l'huile de pépins de figue de barbarie dispose d'une composition très spécifique riche en triglycérides et en insaponifiables (voir tableau ci-après) :

³ Les diverses propriétés et avantages du portefeuille complet NATOLEIS de NATUREX peuvent être découverts sur le lien : www.natoleis.com.

Tableau : Profils d'acides gras de l'huile de pépins de figue de barbarie

Triglycérides		Insaponifiables	
Niveau supérieur d'acides gras	<ul style="list-style-type: none"> Haute teneur en acide linoléique (oméga 6) avec 59-67%. Le deuxième acide gras principal est l'acide oléique (oméga 9) avec 15-25%. 	L'une des sources les plus riches de tocophérols (Vitamines E)	<ul style="list-style-type: none"> Contenu indicatif: 1000 mg / kg Les gamma-tocophérols sont les plus courants.
		Phytostérols	Niveau élevé (850 mg / 100 g) en particulier dans le bêta-sytostérol.

Source : NATUREX-NATOLEIS

Les professionnels du cosmétique s'intéresseront en particulier aux huiles végétales riches en AGPI (acides gras polyinsaturés) et en insaponifiables, car ce sont elles qui présentent le plus grand intérêt physiologique pour l'Homme, autant pour la peau que pour la santé :

- Or les huiles végétales contenant une forte proportion d'AGPI sont instables, car facilement oxydables. Ce qui n'est pas le cas pour les huiles de pépins de figues de barbarie, qui selon NATUREX, l'analyse du Rancimat montre que cette huile est **généralement stable** (Rancimat OSI: 8,3 h [110 ° C, 10L/ h]).
- Idem pour les huiles contenant une forte proportion d'insaponifiables, qui disparaissent lors d'un temps de stockage trop long. C'est pourquoi il est indispensable pour la qualité et la fraîcheur des produits, les huiles de pépins de figues de barbarie, doivent être sourcées (en circuit court), directement auprès de producteurs qui pressent les huiles «à la demande et à froid», afin d'éviter un temps de stockage trop long et ainsi conserver toutes les propriétés de ces huiles merveilleuses.

L'huile de pépins de figue de barbarie est reconnue pour ses effets antioxydant, restructurant, cicatrisant, hydratant, nourrissant et raffermissant, elle renforce le film hydrolipidique et donne du tonus à la peau. Elle a un effet lift profond grâce à ces omégas 3, 6, et 9.

L'huile de pépins de figue de barbarie est très riche en **acide gras essentiel** dont l'**acide linoléique** (oméga 6) et sa **vitamine E**. Elle permet de stimuler les **céramides**⁴ qui sont fréquemment utilisés pour lutter contre le vieillissement cutané et peuvent servir comme ingrédients de base pour créer les lignes les plus redoutables **d'anti-âge** et **d'antirides** par les plus grands laboratoires cosmétiques. Le tableau ci-dessous synthétise les vertus de cette huile par rapport aux types de peau :

Tableau : Vertus de l'huile de pépins de figues de barbarie par rapport aux types de peau

Types peau \ Vertus	Types peau					
	Acné	Peau sèche	Peau grasse	Peau sensible	Signes de l'âge	Hommes
Cicatrisante	+++					+++
Hydratante		+++				
Naturelle	+			+++		
Vitamine E					+++	
Régulatrice de sébum	+++		+++			++
Acide linoléique		++		++	+++	
Tonifiante		+++	++	+++	+++	

Source : EVER BIOCOSMETICS

⁴ Les céramides ont des propriétés anti-âges prouvées. Si on prend comme comparaison des briques et du ciment, les cellules de la peau sont les briques et les céramides le ciment. Les céramides maintiennent la cohésion des différents éléments de la peau et forment une couche protectrice pour l'aider à prévenir la déshydratation et à la protéger contre les agressions extérieures.

Selon EVER BIOCOSMETICS, cette huile présente plusieurs vertus et bénéfices dont on peut synthétiser comme suit :

Tableau : Bénéfices de l'huile de pépin de figes de barbarie

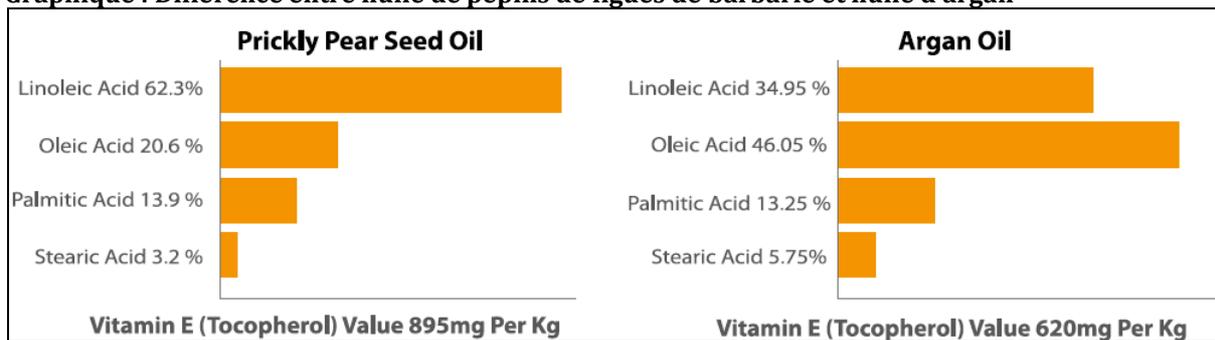
Bénéfices pour les signes de l'âge	Bénéfices pour la peau sensible/déshydratée	Bénéfices pour la peau grasse et l'acné
Grace à son grand capital en Vitamine E (pour le combat) et en acide linoléique (pour rendre l'élasticité et le tonus à la peau), l'huile est exceptionnelle en matière de combat contre les signes de l'âge. Cette huile est hautement tolérée par tous les types de peau, c'est de la cosmétique vegan, et elle est très économique dans la mesure où 6 à 8 gouttes suffiront amplement à prendre soin de l'intégralité du visage.	La peau sèche a besoin d'être nourrie en profondeur. L'huile a le pouvoir de protéger la barrière hydrolipidique, et de combler la peau en vitamines et minéraux qu'elle ne fabrique pas d'elle-même. Elle empêche la déshydratation et apporte un grand confort pour toute la journée.	Elle a la capacité de réguler le sébum. A mesure qu'on l'utilise, on notera une diminution de l'effet peau grasse. Pour parfaire le tout, l'huile resserre les pores et a des vertus cicatrisantes. L'acné est dûe à un excès de sébum sur des pores dilatés, l'huile de fige de barbarie est donc une réponse parfaite aux attentes de ces peaux.

Source : Synthèse KWC à partir de données EVER BIOCOSMETICS

L'utilisation d'ingrédients du figuier, comme l'huile de pépins de fige de Barbarie, dans les produits de soins personnels est une tendance qui prend de l'ampleur depuis quelques années et à mesure que l'huile gagne en popularité, les médias destinés aux consommateurs valorisent ses avantages/vertus. Victoria Dawson Hoff, écrivant pour le magazine « elle.com », l'a qualifiée dans son article publiée en mars 2015⁵, d'ingrédient naturel à la hausse qui fait tout ce que fait l'huile d'argan, mais en mieux".

En comparaison avec l'huile d'argan (voir graphique ci-dessous), l'huile de pépins de fige de barbarie contient presque le double d'acide linoléique et 70% plus de vitamines E.

Graphique : Différence entre huile de pépins de figes de barbarie et huile d'argan



Source : Magazine Agroligne N° 100 - Mai / Juin 2016, p8

Selon Victoria Dawson Hoff, le Dr Joshua Zeichner, dermatologue au Mont. Hôpital du Sinaï à New York », confirme que « l'huile de pépins de fige barbary, contient de plus grandes doses des mêmes vitamines et antioxydants qui rendent l'huile d'argan si populaire. Elle apaise, hydrate et réduit l'inflammation qui endommage le collagène, expliquant pourquoi elle est utilisée pour prévenir le vieillissement cutané».

⁵ <https://www.elle.com/beauty/makeup-skin-care/news/a27040/cactus-oil-for-skin/>

1.2. Classification du produit

La Nomenclature internationale des ingrédients cosmétiques (INCI) fait référence à la nomenclature commune pour l'étiquetage des ingrédients sur l'emballage des ingrédients cosmétiques. L'huile de pépins de figes de barbarie est enregistrée sous le nom INCI «**Opuntia Ficus-Indica Seed Oil**» et pour plus d'informations, veuillez vous référer à la base de données de la Commission européenne contenant des informations sur les substances et ingrédients cosmétiques (CosIng)⁶. Elle est décrite comme « l'huile exprimée à partir des pépins d'Opuntia Ficus-Indica » et ayant pour fonction d'**émollient**⁷. Son numéro de registre au Chemical Abstract Service (CAS⁸) est le « **90082-21-6** » et son numéro CE est le « **290-109-1** » qui est utilisé pour les substances chimiques sur le marché de l'UE. Ces codes et noms d'ingrédients sont utilisés pour identifier le produit dans la documentation.

Cette huile, extraite des pépins de la fige de barbarie, est également appelée :

Tableau : Différentes appellations recensées pour l'huile de pépins de figes de barbarie

Français	Anglais	Arabe	Autres appellations du fruit
Huile de pépins de figes de barbarie Huile de graines de figes de barbarie Huile de graines de cactus Huile de figes de barbarie Huile de cactus Huile de poire de cactus Huile de nopal	Prickly pear seed oil Cactus seed oil Barbary fig seed oil Indian fig seed oil Prickly cactus seed oil Prickly pear cactus seed oil Opuntia Ficus Indica Oil Nopal oil	زيت التين الشوكي زيت الصبار زيت الهندي زيت التين الهندي زيت التين البربري زيت البرشومي	Tazart niromine (figes des Romains en berbère), Higo chumbo, Spineless Cactus, Mission Cactus, Mission Prickly Pear, Smooth Mountain Prickly Pear, Smooth Prickly Pear, Sweet Prickly Pear, Tuberos Prickly Pear, Tuna Cactus Opuntia ficus-indica, Palma forrageira, Feigenkaktus, Fruit du paradis, Fruit du diable, Gargamboose...

Source : Traitements KWC à partir de différentes sources d'information (FAO, Cosmetics Design USA, Virtual Market Places, etc...)

L'huile de pépins de figes de barbarie n'est pas classée sous un code spécifique⁹ du Système harmonisé (SH), mais elle peut être incluse avec d'autres produits sous :

- «Autres graisses et huiles végétales et leurs fractions, fixes, même raffinées, mais non chimiquement modifiées» de code SH **151590** en tant que « huile végétale » ou;
- «Autres huiles essentielles, déterpénées ou non, y.c. celles dites 'concrètes' ou 'absolues'» de code SH 330129 en tant que «huile essentielle», ou ;
- «Autres graines et fruits oléagineux, même concassés» de code SH 120799 en tant que « matière première ».

Le tableau ci-après présente les codes SH aussi détaillés que possible, mais parfois elles peuvent être distinguées en fonction de la déclaration d'exportation spécifique au produit :

⁶ https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/cosing/index.cfm?fuseaction=search.details_v2&id=89820

⁷ Les émoullients sont des traitements hydratants appliqués directement sur la peau pour l'apaiser et l'hydrater. Ils couvrent la peau d'un film protecteur pour emprisonner l'humidité. Les émoullients sont souvent utilisés pour aider à gérer les affections cutanées sèches, prurigineuses ou squameuses telles que l'eczéma, le psoriasis et l'ichtyose. Ils aident à prévenir les taches d'inflammation et les poussées de ces conditions.

⁸ Le numéro de registre CAS fonctionne comme un numéro d'identification international pour les substances chimiques.

⁹ Il en est de même du fruit comestible lui-même (fige de barbarie) qui n'est pas classé sous n'est pas classée sous un code spécifique du Système harmonisé (SH), mais il peut être classé sous le code SH 081090.XX-Autres fruits comestibles frais. Exp: (081090.95.90- Kaktusové fíky/opuncie (Opuntia ficus - indica) / République Tchèque) / 081090.30-Prickly pear صبيير تين شوكي أو برشومي (Kuwait, Qatar).

Tableau : Les codes du Système Harmonisé (SH) relatifs aux « huiles de pépins de figues de barbarie »

Chapitre	Code SH 06	Désignation	Remarque/détails
15	151590	Graisses et huiles végétales et leurs fractions, fixes, même raffinées, mais non chimiquement modifiées.	<p>Huiles exclues : les huiles de soja, d'arachide, d'olive, de palme, de tournesol, de carthame, de coton, de coco [coprah], de palmiste, de babassu, de navette, de colza, de moutarde, de lin, de maïs, de ricin ou de sésame.</p> <p>Huiles incluses dans cette catégorie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • huile de pépins de figues de barbarie, • huile de pépins de raisin; • huile d'argan ; • huile de marula ; • beurre de mangue; • huile de graines de papaye; • huiles de graines de fruits rouges comme la framboise et la fraise; • huile de noyau d'abricot; • huile de graines de baobab; • Huile de sacha inchi, etc...
12	120799	Graines et fruits oléagineux, n.d.a., même concassés	Fruits/graines exclus : les fruits à coques comestibles, les olives, les fèves de soja, les arachides, le coprah et les graines de lin, de navette, de colza, de tournesol, de coton, de ricin, de sésame, de moutarde, d'œillette, de melon ou de pavot, ainsi que des noix et amandes de palmiste.
33	330129	Huiles essentielles, déterpénées ou non, y.c. celles dites 'concrètes' ou 'absolues'	<p>Huiles exclues : les huiles essentielles d'agrumes ou de menthes.</p> <p>Exemple de description selon les pays (code SH 33012990) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prickly pear oil RS (COMP.) REF. NO.-0501402- Australia • Pear fantasy fragrance oil- Czech Republic • Essential oil prickly pear seed oil- Romania • Essential oil PPS RS (COMP.) REF.NO. R000XIV16 (prickly pear seed)- Romania • Essential oil prickly pear oil-Romania • Essential prickly pear oil (non edible grade-above item doesn't contain saffrole)- United Kingdom • Essential oil PP RS (COMP.) REF. NO.R100XIV02 (prickly pear)-United Kingdom

Source: COMTRADE, TRADEMAP, EXPORT HELPDESK, DOUANES, ZAUBA

Etant donné que l'huile de pépins de figues de barbarie est un produit nouveau qui n'a pas gagné en maturité sur le marché et que les statistiques commerciales spécifiques sont indisponibles, les analyses ci-dessous seront en partie basées sur les données du groupe de produits **d'huiles végétales dites de spécialité** de code SH **151590**.

Partie

2

Screening du marché global et analyse de l'attractivité

2.1. Screening du marché global dans le monde (long list)

2.1.1. Consommation mondiale du produit

Comme les huiles de pépins de figues de barbarie sont "**nouvelles**" en termes de commercialisation, il n'existe pas de statistiques spécifiques sur la consommation de ces huiles dans le monde. On connaît surtout son fruit, la figue de barbarie (ou le hindi), qui est importée par les colons depuis l'actuel Mexique et s'est répandue depuis des siècles dans le pourtour méditerranéen. Utilisée à des fins curatives et culinaires pendant des siècles, la polyvalence de la figue de barbarie est vraiment extraordinaire: les Aztèques l'ont utilisée pour traiter les brûlures, les Chinois l'ont utilisée pour habiller les abcès, les femmes Berbères l'ont utilisé pour repousser les effets de la sécheresse du désert et les Amérindiens ont mangé le fruit et en ont fait du sirop pour traiter la coqueluche et asthme.

L'huile de pépins de figue de barbarie fait partie des huiles végétales naturelles qui sont utilisées dans un large éventail d'industries. Selon l'étude du CBI (Centre for the Promotion of Imports from developing countries) sur les huiles de graines de fruits en général, les professionnels de l'industrie indiquent que ces huiles végétales dites de spécialité, sont principalement utilisées dans les **cosmétiques**¹⁰. Avec la montée de la culture de **consommer du bio** et le **retour en force vers la nature**, les enseignes de cosmétique se sont orientées vers de nouveaux **ingrédients naturels** qui ajoutent **une histoire aux origines de leurs produits ou à leur éthique**.

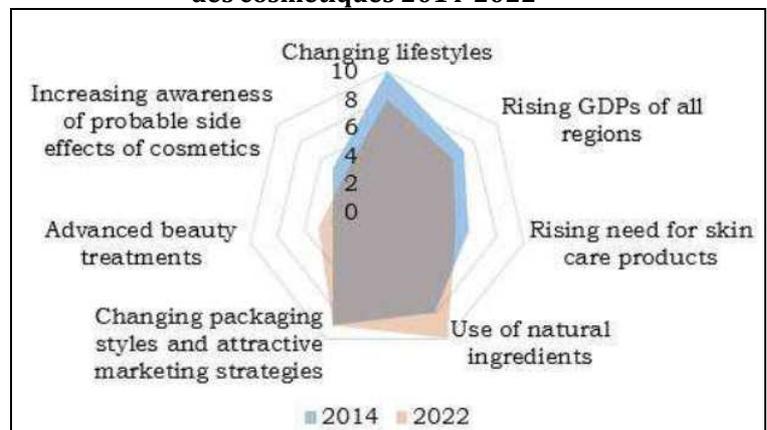
Selon le magazine LSA, au-delà du **bio**, la **naturalité** est une tendance de fond en hygiène-beauté à laquelle les soins du visage n'échappent pas. Cela se traduit de deux manières: **par des cosmétiques inspirés de la nature** qui contiennent des **extraits naturels** et par des produits qui revendiquent un pourcentage **d'ingrédients naturels**.

Selon l'étude d'ALLIED MARKET RESEARCH, une tendance à la hausse de l'utilisation **d'ingrédients naturels** dans les produits cosmétiques est de plus en plus observée chez divers fabricants et compte parmi les principaux facteurs affectant le marché mondial des cosmétiques (voir graphique ci-après).

Cette tendance répond à la demande toujours croissante de produits cosmétiques naturels ou biologiques chez les clients.

En effet, l'utilisation de produits cosmétiques à base **d'extraits et d'ingrédients naturels** minimise les risques d'effets secondaires possibles du produit. Cela augmente finalement l'utilisation des cosmétiques chez les individus.

Graphique : Principaux facteurs affectant le marché mondial des cosmétiques 2014-2022



Source : ALLIED MARKET RESEARCH

Cette **tendance dans les habitudes de consommation** qui prend de plus en plus d'ampleur est largement favorisée par le **changement des modes de vie**, la **croissance soutenue du PIB** dans les différentes régions du monde et le **besoin croissant des produits de soin de la peau boosté par les changements climatiques** :

- Les **conditions climatiques variables**, encouragent la **demande de produits de soins de la peau** et les produits solaires. En effet, les changements drastiques de température peuvent avoir des conséquences néfastes sur la peau, les cheveux et le cuir chevelu. L'air froid et sec, les rafales de vent, ainsi que le chauffage, la sécheresse et la baisse d'humidité ont tous un effet desséchant sur la peau qui entraîne parfois des démangeaisons cutanées et la **déshydratation** de la peau et des cheveux. Notre peau est recouverte d'une mince couche protectrice composée d'huile (le sébum), de lipides, de protéines et d'eau. La sécheresse se

¹⁰ La définition du produit cosmétique est commune à l'ensemble des Etats membres de l'Union européenne selon l'Article 2 du règlement cosmétique: "Un produit cosmétique est une « substance ou un mélange destiné à être mis en contact avec les parties superficielles du corps humain (l'épiderme, les systèmes pileux et capillaire, les ongles, les lèvres et les organes génitaux externes) ou avec les dents et les muqueuses buccales, en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles".

produit lorsque la barrière naturelle manque d'humidité en surface, au niveau de l'épiderme. Bien que la peau sèche puisse être causée par des affections cutanées chroniques et atopiques comme la dermatite ou l'eczéma, certains facteurs externes comme les **polluants environnementaux**¹¹, les **changements drastiques de température** et une **baisse du niveau d'humidité** peuvent tous avoir un impact négatif sur l'équilibre naturel de la peau. Les besoins de la peau varient selon le climat et la saison et il est essentiel d'optimiser son hydratation pour prévenir et minimiser les dommages et les irritations. Un hydratant riche est essentiel pour apaiser la peau, la rendre plus souple, minimiser l'irritation tout au long de la journée et combattre efficacement les éléments extérieurs. Un bon hydratant agira en effet comme une barrière pour empêcher la perte d'humidité et maintenir les cellules hydratées, d'où l'intérêt de **bonifier la routine de soins de la peau** en recourant à des **huiles nourrissantes naturelles (émollients)** à l'instar de **l'huile de pépins de figes de barbarie** abondante en **antioxydants** et en **acides gras** permettant de protéger, réparer et apaiser profondément la peau sèche et procurer aux cheveux une sensation de douceur et de souplesse (voir ses bienfaits ci-haut dans le texte).

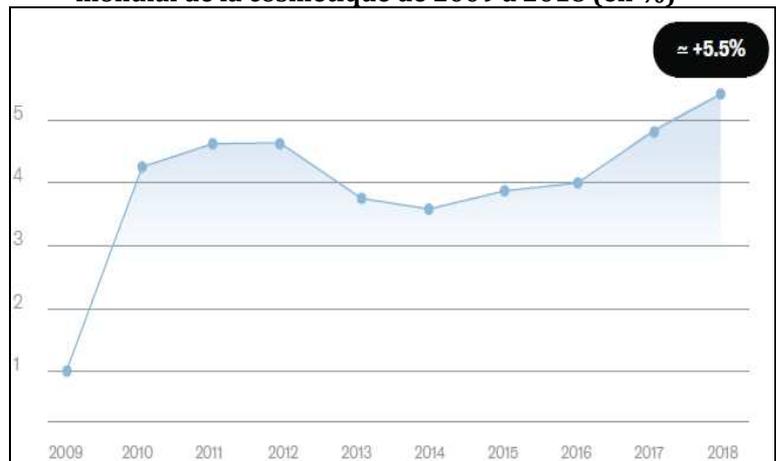
- L'amélioration des **modes de vie** actuels des individus affecte fortement le marché des cosmétiques. Les consommateurs sont maintenant devenus **plus conscients** de l'utilisation des cosmétiques dans leur vie quotidienne dans le but **d'augmenter leur quotient de style et leur personnalité globale**. Les cosmétiques jouent un rôle important dans l'amélioration de la beauté et des caractéristiques physiques inhérentes. Les hommes utilisent également de plus en plus de cosmétiques dans leur routine quotidienne, y compris divers types d'huiles, de parfums, de déodorants, de produits pour le rasage et après rasage. Selon L'OREAL, le marché mondial des cosmétiques a continué de croître régulièrement, stimulé par la **diversité illimitée des aspirations des consommateurs** et par l'innovation. Cette croissance constante s'explique par la nature même du secteur cosmétique, qui répond à un besoin qui existe depuis le début de l'histoire humaine: **la quête de la beauté**. La croissance du marché est ainsi accélérée grâce à un **INSATIABLE DÉSIR** de beauté (plaisir, bien-être, bonheur, confiance en soi et assurance) et à la **PREMIUMISATION** où les consommateurs sont prêts à acheter des produits plus valorisés (nouveaux bénéfiques, meilleure performance, qualité supérieure).
- Actuellement, l'augmentation du PIB de divers pays affecte positivement le marché mondial des cosmétiques. L'augmentation continue du PIB a amélioré les économies de divers pays et a augmenté les capacités de dépenses des particuliers (**pouvoir d'achat**). L'augmentation du revenu disponible des individus dans diverses régions les pousse à acheter des **produits de luxe personnels**, ce qui, à son tour, influence positivement la **croissance du marché mondial des cosmétiques** boostée par le changement de préférence vers les **produits de beauté naturels et biologiques**, notamment aux **États-Unis et en Europe**. L'huile de pépins de figes de barbarie, très appréciée pour ses vertus protectrice et antioxydante, a un faible rendement (voir ci-haut dans le texte) et son prix sur le marché est généralement très élevé et, qui peut varier selon les conditions de cueillette entre **800 et 1200 euro le litre** selon différentes sources. Ce qui en fait l'une des huiles végétales les plus onéreuses au monde et qui **peut être bien adaptée aux consommateurs des pays à fort pouvoir d'achat** pouvant se procurer des produits « hauts de gammes », voir de « luxe ». Selon l'étude de « ETUDES&ANALYSES » sur le « marché des cosmétiques spécialisés dans les produits anti-âge », plus le produit est **haut de gamme** et plus il est vendu tel un **objet unique** et pour se positionner sur ce segment de marché d'anti-âge:
 - ✓ les investissements en R&D sont nécessaires pour se positionner en tant qu'expert;
 - ✓ les produits sont davantage composés d'ingrédients naturels rares et précieux justifiant le prix ;
 - ✓ la distribution est sélective afin de respecter l'image de la marque;
 - ✓ l'utilisation d'égéries et l'originalité du packaging permettent de créer une personnalité à la marque et de créer du rêve.

Ainsi développé, l'inclinaison vers un **mode de vie plus sain** devrait déclencher la demande de **COSMETIQUES NATURELS ET BIOLOGIQUES**. La sensibilisation des consommateurs aux produits cosmétiques pour prévenir la probabilité d'infection combinée à l'accent mis sur les soins de la peau, des cheveux et de l'hygiène peut stimuler la **croissance du marché des cosmétiques à travers le monde et en particulier le segment des produits naturels de soin de la peau**.

¹¹ Selon L'OREAL, leader mondial du cosmétique, les problèmes liés au réchauffement climatique deviennent une attente de plus en plus forte des consommateurs et consommatrices et pour répondre à cette demande, voire "la susciter", au-delà de la biodiversité, le groupe s'oriente aussi vers des projets d'approvisionnement durable. Cette problématique de réchauffement climatique a un impact direct sur ses activités puisque **54% des matières premières du groupe sont d'origine naturelle et proviennent de 350 espèces végétales**. L'Oréal, engagée dans la lutte contre le changement climatique depuis des années, s'est fixée comme objectif de réduire de 60% ses émissions de CO2 d'ici 2020. En 2016, le groupe les a réduites de 52%, alors que, dans le même temps, sa production a augmenté de 30%.

Avec une croissance d'environ 5,5% (voir graphique ci-après), le marché mondial des cosmétiques a été estimé à plus de 200 milliards d'euros par L'OREAL en 2018. Ce marché est soutenu par la croissance continue des dépenses de beauté en ligne, l'expansion des réseaux sociaux, l'intérêt des consommateurs pour des produits nouveaux, différents et premium, l'accélération de l'urbanisation, l'augmentation du nombre de seniors dans le monde et la croissance des classes moyennes supérieures. Selon l'étude d'ALLIED MARKET RESEARCH (Global Cosmetics Market, Forecast, 2014–2022, Juillet 2016), le marché mondial des cosmétiques devrait recueillir 429,8 milliards d'USD d'ici 2022, enregistrant un TCAC de 4,3% au cours de la période de prévision 2016-2022).

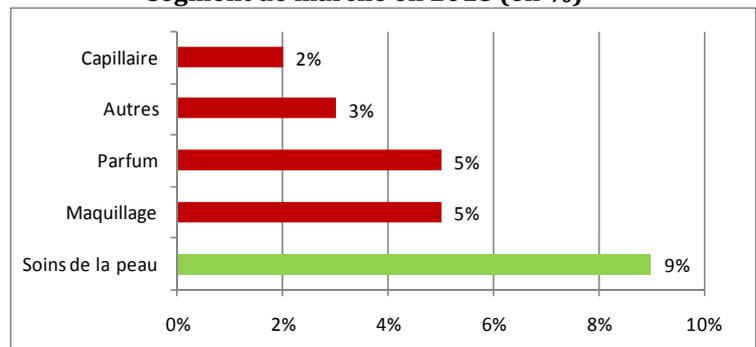
Graphique : Evolution du taux de croissance du marché mondial de la cosmétique de 2009 à 2018 (en %)



Source : Rapport Annuel 2018 L'OREAL¹².

Représentant environ 40% du marché mondial de la cosmétique, le segment de marché des soins de la peau (skincare market) s'est fortement accéléré en 2018, soit environ +9%, contre +5% pour le segment des capillaires et parfums, +3% pour les autres et +2% le segment des capillaires (voir graphique ci-après).

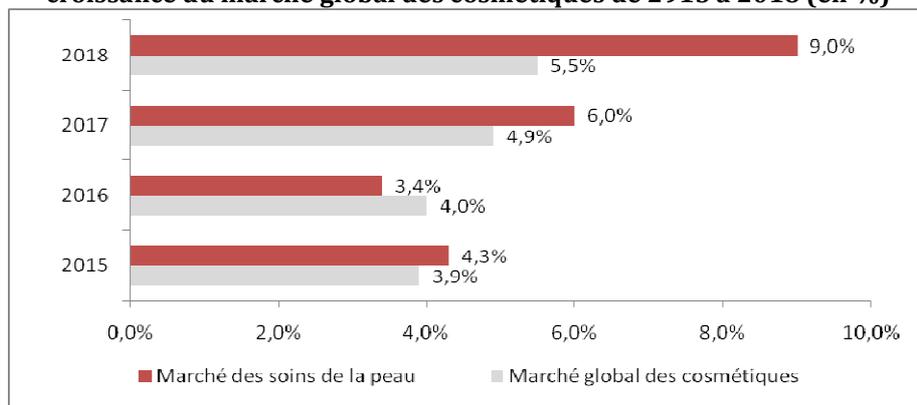
Graphique : Croissance du marché global des cosmétiques par segment de marché en 2018 (en %)



Source : Rapport Annuel 2018 L'OREAL.

Comme l'attestent les données du graphique ci-dessous, à part l'année 2016, la croissance du segment de marché des soins de la peau a été supérieure à la croissance du marché global des cosmétiques.

Graphique : Croissance du marché des soins de la peau par rapport à la croissance du marché global des cosmétiques de 2015 à 2018 (en %)



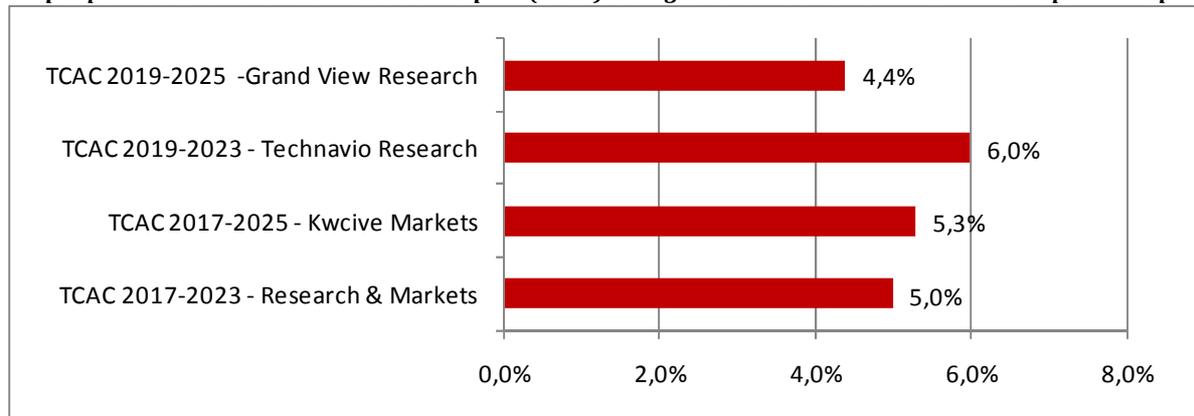
Source : Rapport Annuel 2018 L'OREAL.

Cette croissance du segment de marché des soins de la peau a été dopée par l'expansion des classes moyennes supérieures à travers le monde et notamment en Asie, où les consommateurs sont à la fois informés et enthousiastes pour cette catégorie de produits.

¹² Rapport Annuel 2018 L'OREAL : estimation de L'Oréal du marché mondial des cosmétiques en 2018 sur la base des prix nets des fabricants, hors savons, hygiène buccale, rasoirs et lames et hors effets de change.

Le recoupement de données issues de différentes études menées sur le marché mondial, confirment la tendance à la hausse du **segment du marché des soins cosmétiques de la peau** (voir graphique ci-dessous).

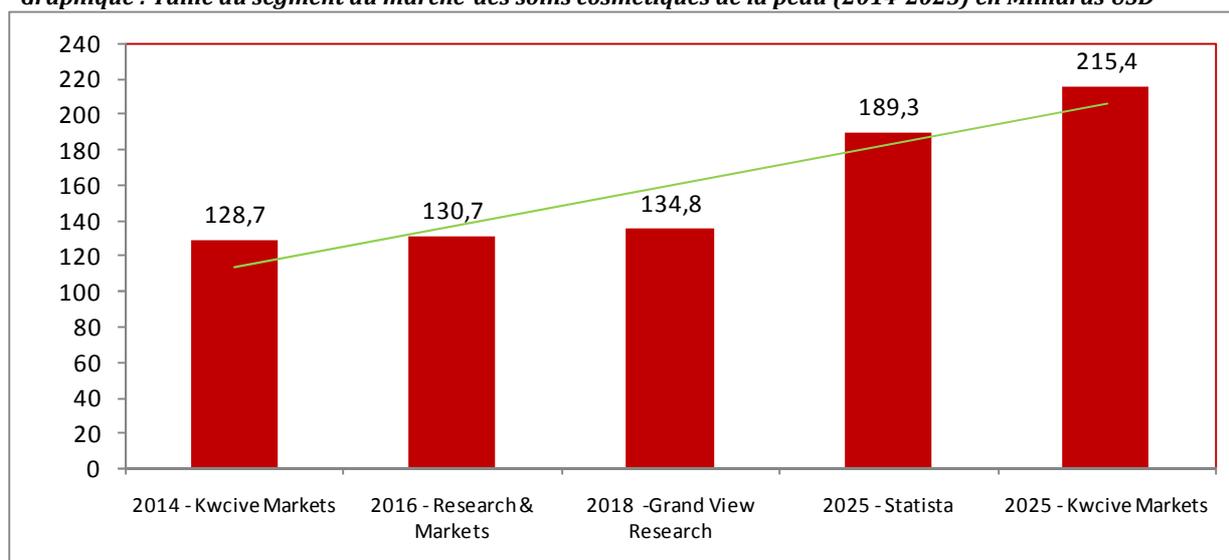
Graphique : Taux de croissance annuel composé (TCAC) du segment de marché des soins cosmétiques de la peau



Source: Traitements KWC à partir de données KWCIVE MARKETS, RESEARCHANDMARKETS, GRAND VIEW RESEARCH et TECHNAVIO RESEARCH.

Selon les différentes sources citées ci-dessus, le taux de croissance annuel composé (TCAC) du segment de marché des soins cosmétiques de la peau variera de 4,4% à 6% durant la période prévisionnelle 2017-2025. Le marché mondial des soins cosmétiques de la peau devrait générer entre 189,3 et 215,4 milliards d’USD d’ici 2025 selon différentes sources (voir graphique ci-dessous).

Graphique : Taille du segment du marché des soins cosmétiques de la peau (2014-2025) en Milliards USD



Source: Traitements KWC à partir de données KWCIVE MARKETS, RESEARCHANDMARKETS, GRAND VIEW RESEARCH et STATISTA.

Le tableau synthétise les résultats relatifs aux différentes études menées sur le segment du marché des soins cosmétiques de la peau.

Tableau : Taille et croissance du marché des soins cosmétiques de la peau

Taille du marché & croissance	Source
Le marché mondial des soins de la peau est estimé à 189,3 milliards USD d’ici 2025.	Global Skin Care Market Size 2012-2025 (STATISTA, Septembre 2019)
La taille du marché mondial des produits de soins de la peau s’est évaluée à 134,8 milliards USD en 2018 et devrait croître à un TCAC de 4,4% de 2019 à 2025 en raison de l’expansion rapide de l’industrie mondiale des cosmétiques.	Skin Care Products Market Size, Share & Trends Analysis Report, & Segment Forecasts, 2019-2025 (GRAND VIEW RESEARCH, Mars 2019)

Le marché des soins cosmétiques de la peau augmentera de 45,48 milliards USD, soit un TCAC de près de 6% au cours de la période de prévision 2019-2023.	Global Cosmetic Skin Care Market 2019-2023 (TECHNAVIO RESEARCH, Décembre 2018)
Le marché mondial des soins cosmétiques de la peau s'est évalué à 130,7 milliards USD en 2016. L'étude prédit que le marché mondial devrait croître avec un TCAC entre 4,7% et 5,3% de 2017 à 2023 (soit 5% en moyenne).	Cosmetic Skin Care Market: Global Industry Analysis, Trends, Market Size & Forecasts to 2023 (RESEARCHANDMARKETS, Septembre 2017)
Le marché mondial des soins cosmétiques de la peau s'est évalué à environ 128,7 milliards USD en 2014. Le marché mondial devrait générer environ 215,4 milliards USD en 2025, avec un TCAC de 5,3% au cours de la période de prévision 2017-2025.	Cosmetic Skin Care Market - Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2014 - 2025 (KWCIVE MARKETS, Avril 2017)

Source: Traitements KWC à partir de données KWCIVE MARKETS, RESEARCHANDMARKETS, GRAND VIEW RESEARCH, TECHNAVIO RESEARCH et STATISTA.



En particulier, la demande croissante de produits de **soins de la peau naturels, biologiques** et à base **d'ingrédients naturels**, crée des opportunités potentielles pour les fabricants d'innover et de développer de nouveaux produits conformément aux préférences des consommateurs sensibles aux effets secondaires du contenu chimique. **L'huile de pépins de figes de barbarie doit se positionner sur ce segment de marché des cosmétiques naturels pour le soin de la peau et tirer profit de cette tendance de marché.**

Selon TECHNAVIO RESEARCH¹³, le marché mondial des **produits de soin biologiques** croîtra à un TCAC stable d'environ 10% au cours de la période 2016-2020. La taille du marché mondial des **cosmétiques naturels** a été estimée à 34,12 milliards d'USD en 2018 et devrait enregistrer un TCAC de 5,01% de 2019 à 2025 pour atteindre 48,04 milliards d'USD, selon les prévisions de GRAND VIEW RESEARCH¹⁴. L'**Europe** a dominé le marché des cosmétiques naturels en 2018 avec une valeur de l'ordre de 13,06 milliards d'USD (38,28%).

En 2018, le segment de marché des **cosmétiques naturels pour le soin de la peau** s'est estimé à 10,31 milliards d'USD et s'est taillé la part de lion avec 30,22% de part de marché juste devant le segment des soins capillaires qui s'est classé en 2^{ème} position en termes de volumes de ventes. Selon les pronostics de GRAND VIEW RESEARCH, le segment de marché des **cosmétiques naturels pour le soin de la peau** devraient enregistrer une croissance régulière sur la période de prévision 2019-2025. La prise de conscience croissante des consommateurs et la popularité des cosmétiques naturels constituent les principaux facteurs clés de la demande.

Les **médias sociaux** ont joué un rôle majeur pour stimuler la demande sur le **marché des cosmétiques naturels et biologiques** selon l'étude de MARKET RESEARCH FUTURE¹⁵. Cela peut être attribué à un grand nombre d'utilisateurs sur les canaux de médias sociaux, couplé au grand nombre de célébrités et de fabricants de produits de beauté sur ces canaux « digitaux ». De plus, ils interagissent avec les clients afin de vérifier leurs habitudes d'achat et de créer des annonces ciblées pour réaliser des ventes. Dans un monde de plus en plus numérique, où les applications de médias sociaux gagnent en importance, de nombreuses personnes ressentent le besoin d'être toujours prêtes pour le selfie. Les produits de soins personnels, en particulier les cosmétiques ayant des effets sur la peau (anti-âge, antirides...), sont essentiels pour répondre aux besoins de ces groupes de consommateurs.

L'huile de pépins de figes de barbarie en tant que huile végétale à base d'ingrédients naturels et biologiques, peut tirer profit de cette tendance à la hausse dans la demande du marché des cosmétiques en particulier pour le segment des soins de la peau. Cette huile végétale naturelle aux multiples vertus, est de plus en plus vantée par les magazines de mode européens et américains, par les recherches scientifiques et par l'industrie cosmétique. Selon le magazine « COSMETICS DESIGN USA¹⁶», l'utilisation d'ingrédients du cactus, comme l'huile de pépins de fige de barbarie, dans les produits de soins personnels est une tendance qui prend de l'ampleur depuis plusieurs années. Les applications idéales pour l'huile des pépins de figes de barbarie, sont dans les produits anti-âges, capillaires, solaires et hydratants.

Selon le magazine AGROLINE, c'est l'huile de pépins de fige de barbarie qui se fait demander par les grandes firmes de cosmétologie moderne. S'inspirant des recettes des femmes berbères du Maghreb, ces grands laboratoires ont en fait des produits (crèmes, lotions,...), essentiellement antirides et antiâges, et un véritable allié quotidien de la beauté

¹³ Global Organic Skincare Products Market 2016-2020, TECHNAVIO RESEARCH, Août 2016.

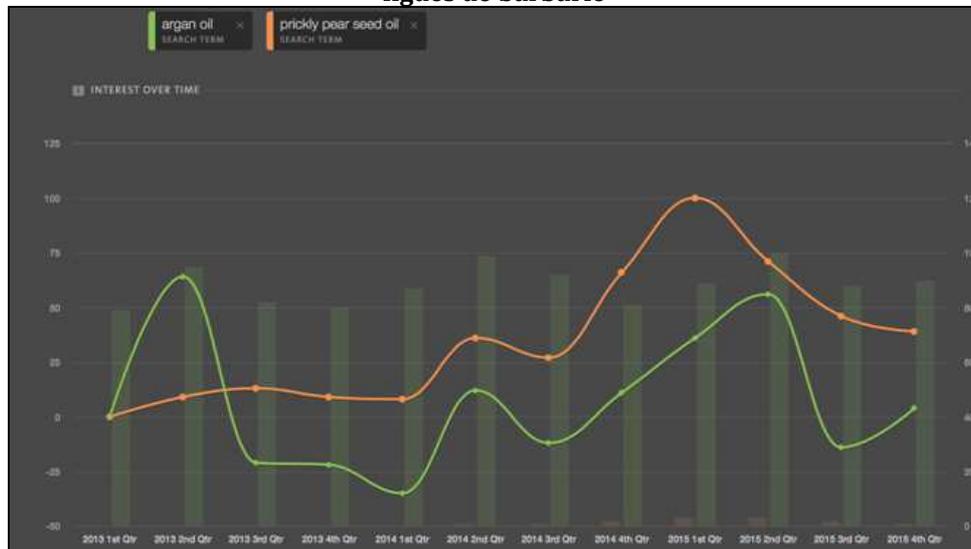
¹⁴ Natural Cosmetics Market Size Analysis Report 2019-2025, GRAND VIEW RESEARCH, Avril 2019.

¹⁵ Natural and Organic Cosmetics Market Research Report, Forecast to 2023, MARKET RESEARCH FUTURE, Janvier 2019.

¹⁶ www.cosmeticsdesign.com/Article/2016/02/29/Is-cactus-from-Mexico-the-next-big-personal-care-ingredient?nocount

naturelle. Elle détrône même la fameuse huile d'argan. En effet, avec autant d'avantages, il est facile de voir pourquoi l'huile de pépins de figues de barbarie est un concurrent digne de l'huile d'argan, une huile naturelle avec des avantages et des applications similaires. En fait, les données tirées d'INDUSTRY ANALYTICS illustrant les tendances de recherche mondiales dans le moteur de recherche PROSPECTOR¹⁷ d'UL indiquent que l'huile de pépins de figue de barbarie a battu l'huile d'argan en termes d'intérêt pour les formulateurs depuis le troisième trimestre de 2013.

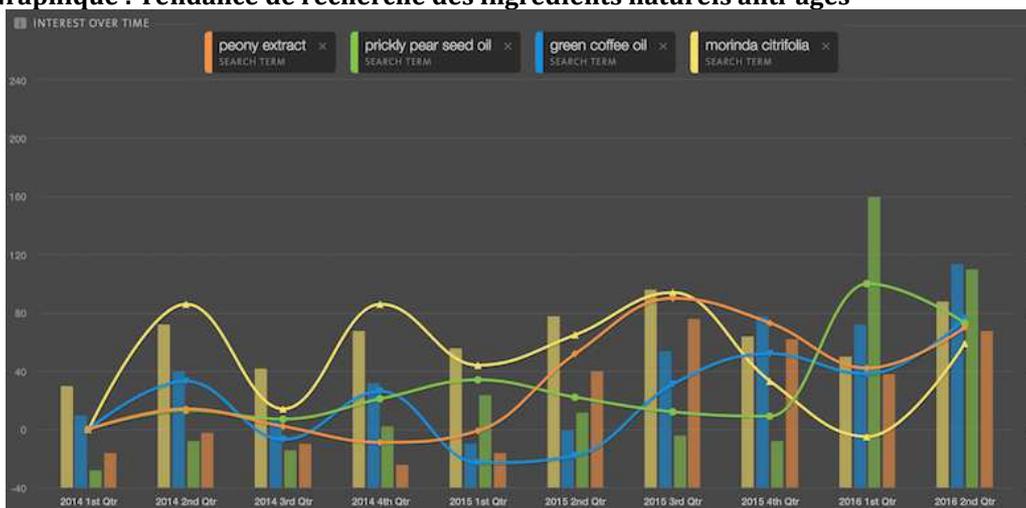
Graphique : Tendence de recherche-analyse comparée argan vs huile pépins figues de barbarie



Source : Beth Politsch (2016) – PROSPECTOR UL : News Brief: Cactus Is Making Its Mark in Personal Care Products

Selon PROSPECTOR, les experts en soins personnels suivent de près l'alignement de deux tendances passionnantes de l'industrie cosmétique: les **formulations anti-âges** et les **ingrédients naturels**. Les formulateurs qui recherchent ces deux tendances beauté recherchent des ingrédients naturels aux bienfaits anti-âges prouvés. Comme le rapporte Cosmetics Design Asia, «les fabricants continuent de cibler simultanément ces catégories avec des solutions de plus en plus sophistiquées conçues pour fournir des formulations efficaces pour les soins de la peau, les suppléments et les produits de soins capillaires». Parmi les quatre ingrédients **anti-âges naturels de niche** qui sont récemment apparus (voir graphique ci-après), les recherches d'huile de pépins de figue de Barbarie (un antioxydant) ont bondi depuis le début de l'année 2016.

Graphique : Tendence de recherche des ingrédients naturels anti-âges



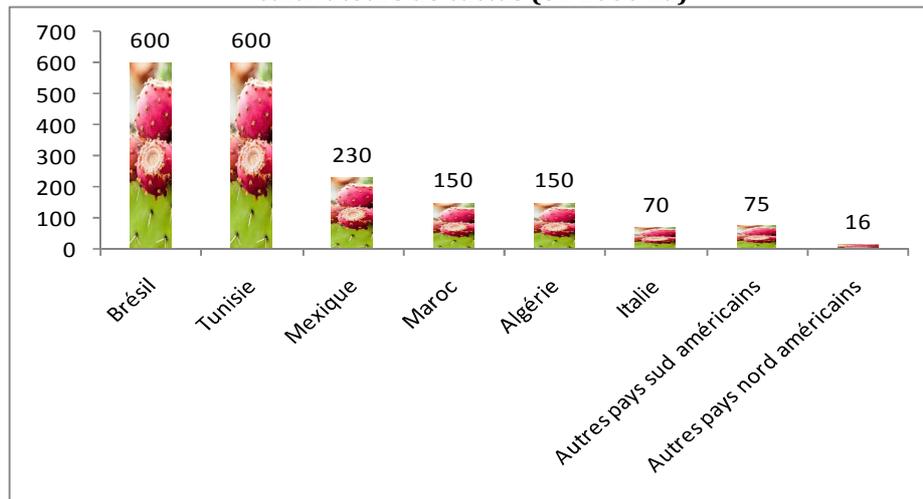
Source : PROSPECTOR UL (2016): Natural Anti-Aging Ingredients Combine Personal-Care Trends.

¹⁷ Le moteur de recherche Prospecto[®] d'UL combine deux sources d'informations spécialisées sur les matières premières et les ingrédients, INNOVADEX et IDEAS. C'est un moteur de recherche puissant pour les développeurs de produits et les ingénieurs pour rechercher et analyser les informations techniques sur les produits.

2.1.2. Production mondiale du produit

Comme pour la consommation mondiale, il n'existe pas de données spécifiques à la production mondiale d'huiles de pépins de figues de barbarie. Cette huile, est extraite des pépins de la **figue de barbarie** qui est un fruit exotique cultivé dans différents pays dans le monde : au Mexique, à Malte, en Espagne, en Italie, en Grèce, en Libye, en Tunisie, au Maroc, en Algérie, au Liban, en Syrie, en Égypte, en Arabie saoudite, au Yémen, en Israël, au Chili, au Brésil, en Turquie, en France, en Bulgarie, au Portugal, en Albanie, en Chypre, aux États-Unis d'Amérique et d'autres pays africains (Afrique du Sud, Éthiopie, Madagascar,...). La répartition de la superficie couverte par la culture des cactus est présentée dans le tableau ci-dessous.

Graphique : Répartition de la superficie cultivée pour les principaux pays cultivateurs de cactus (en 1000 ha)



Source: International Cactus Pear Workshop: Development of a cactus pear agro-industry for the sub-Sahara Africa Region Bloemfontein, South Africa, 27-28 January 2015.

Selon la FAO, comme le cactus (figuier) est capable de pousser sur des terres pauvres "où aucune autre culture" ne le peut, «cette humble plante» continue silencieusement mais fermement à gagner une place de premier plan" face au changement climatique et aux risques accrus de sécheresse. Faisant l'objet de plusieurs études, afin de connaître d'avantage ses vertus, le figuier trouve ses clients dans le secteur médical, cosmétique, l'agriculture et dans l'industrie selon AGROLINE. En effet, à l'exception des épines dont on ne tire rien pour le moment, la plante peut être entièrement utilisée et valorisée en :

- **Huile végétale** à partir des pépins pressés à froid. Etant donné le faible rendement en huile des pépins, elle n'est ni économique ni attractive en tant qu'huile de consommation et est destinée essentiellement à l'industrie cosmétique ;
- **Macérât huileux et huiles essentielles** (voir ci-dessus dans le texte) ;
- **Huile extraite des raquettes** (ou cladodes) du figuier de barbarie. Moins active sur la peau mais elle est produite à un très gros rendement.
- **Tisanes** à partir des fleurs, riches notamment en vitamine C, calcium et magnésium. Elles constituent également un traitement naturel de l'hypertrophie bénigne de la prostate et sont utilisées en tant qu'un anti-inflammatoire et antihémorroïde ;
- **Farine de figues** à partir du résidu, une fois l'huile extraite, broyé puis séché. Cette poudre blanchâtre, riche en protéines, peut être utilisée dans la confection des pâtisseries enrichir des soupes et employée dans le domaine des cosmétiques ;
- **Farine/Poudre de raquettes de cactus.** Les extrémités de la plante sont découpées, séchées puis broyées pour en faire de la farine aussi. Il faut environ 10kg de raquettes fraîches pour en tirer 1kg. Cette poudre est verdâtre et peut être ajoutée aux préparations culinaires et même à la semoule de couscous.
- **La pulpe de figue** servant de base juteuse, parfumée et sucrée pour l'industrie agroalimentaire, notamment dans la réalisation de confitures, de jus et de sorbets ;
- **Vinaigre d'opuntia**, extrait de la pulpe de figue, gastronomique avec son arôme riche, savoureux et fruité, sa légère acidité et son goût très raffiné, a plusieurs vertus nutritives et cosmétiques. Outre les propriétés amincissantes, anti oxydantes et cicatrisantes du figuier de barbarie et de son fruit, ce vinaigre stimule la flore intestinale, améliore la digestion et renforce les défenses naturelles.

- **Teinture pour différents supports** (textile par exemple) à partir des parasites naturels des figuiers (Cochenille). Aujourd'hui, il est exploité par l'industrie agroalimentaire comme colorant naturel connu sous le nom E120.
- **Alimentation pour bétail** à partir des raquettes qui constituent une banque fourragère disponible tout au long de l'année ;
- **Fertilisant** à partir des résidus des raquettes et de fruits aidant à la régénération des sols épuisés.
- **Matière collante et antirouille** utilisés dans le domaine pétrolier à partir du jus de la plante de cactus qui est un facteur qui empêchant le fer de s'user, de s'oxyder et de se rouiller;
- **Biogaz (gaz vital)** à partir de la fermentation naturelle des raquettes;
- **Produits pour l'industrie pharmaceutique ;**
- Etc ...

L'industrie cosmétique et les nouveaux débouchés ont dopé la production du figuier ces dernières années, alors qu'il était jusque-là cultivé surtout pour son fruit à la chair goûteuse et sucrée. La FAO lui porte une attention particulière et œuvre, par le biais de son réseau international «**CactusNet**», à développer une expertise mondiale de la culture du figuier de barbarie, à améliorer les techniques de production, et à réglementer son commerce. Le Mexique, la Tunisie et le Maroc ont déjà bien compris l'intérêt du figuier de barbarie. Appuyés par l'ONU, ils ont développé depuis plusieurs années une filière de transformation de cette plante.

Sur les 300 espèces de figuiers de barbarie qui existent dans le monde, le Mexique en détient 107 espèces. La culture du cactus occupe au Mexique plus de 230 000 hectares pour une production annuelle d'environ 825 000 tonnes. La principale destination du Nopal mexicain est les Etats-Unis et y est **exporté déshydraté et réduit en poudre**. L'Italie, leader européen (≈ 90% du marché communautaire) dans la production de figue de barbarie, produit environ 750 000 tonnes de figues par an. La production annuelle de figues de Barbarie au Maroc est d'environ 1,2 million de tonnes sur 150 000 hectares de plantations, principalement dans les régions du sud.

Le cactus, introduit en Tunisie au début de XVI^{ème} siècle, couvre actuellement quelque 600 000 hectares. Malgré l'importance de cette superficie globale, elle pose un sérieux problème de rentabilité. Contrairement à d'autres pays où l'hectare produit 20 tonnes en Italie et 40 tonnes au Mexique, l'hectare tunisien n'arrive à produire qu'une (1) à trois (3) tonnes. La région de Kasserine étant réputée pour être la capitale de la figue de barbarie. La superficie qui lui est consacrée couvre 83 000 hectares dont 25 000 sont situés dans la seule zone de Zelfen (délégation de Thala). Selon le quotidien «**Le Temps**¹⁸», la Tunisie produit chaque année 22 924 tonnes de figues de barbarie.

Comme il a été précisé ci-haut, il n'existe pas de statistiques sur la **part transformée en produits valorisés** à partir des figues de barbarie produites dans le monde. L'huile de figue de barbarie est obtenue à partir de la transformation du fruit et plus particulièrement de ses pépins. Les rendements d'extraction sont très faibles puisqu'il n'y a que 5% d'huile dans la petite graine, d'où son coût très élevé. C'est ainsi une tonne de fruits (1 000 kilos) qu'il faudra cueillir pour espérer obtenir, suivant les années, un litre d'huile (un kilo de figue de barbarie donnera environ 30 gouttes d'huile). L'extraction de l'huile de pépins de figues de barbarie est délicate et pour obtenir à une huile biologique, pure, naturelle, concentrée en principes actifs, et donc suractive pour la peau, plusieurs étapes de la production doivent être respectées avec soin à savoir:

- **La cueillette des figues de barbarie** : Les figues de barbarie poussent sur un arbre en forme de cactus à raquettes, situé généralement dans des zones arides ou semi-arides, ce qui rend la récolte assez éprouvante. Les figuiers de barbarie poussent généralement de manière assez dense, et les nombreuses épines rendent les fruits difficiles d'accès au cueilleur. Pour obtenir une huile hautement qualitative, il ne faut pas cueillir les fruits à n'importe quel moment, mais lorsqu'ils sont à **parfaite maturité**. Faute de quoi, l'huile obtenue sera dépourvue de principes actifs puisque l'huile extraite à partir de fruits verts (non encore mature) est faiblement qualitative et risque de tromper le consommateur et les laboratoires achetant cette huile à prix d'or. La cueillette est généralement assurée manuellement par les communautés rurales et la saison de récolte diffère d'un pays à un autre. Une fois cueillies, les fruits sont ensuite transportés jusqu'à des entrepôts rapidement afin de conserver un maximum de fraîcheur, et être soumis à la deuxième étape.
- **L'épluchage des figues de barbarie** : Les figues de barbarie une fois récoltées seront préalablement lavées avec soin et ensuite épluchées à la main. Ce n'est pas une condition obligatoire puisqu'il existe des machines qui s'en chargent. Mais cette mécanisation, privera les pays producteurs d'emplois locaux. Sur le plan éthique, l'épluchage à la main fournira un emploi aux régions les plus démunies où il n'y a que peu de travail.
- **L'égrainage des figues de barbarie** : Une fois épluchées, l'étape d'égrainage permet de séparer le fruit et sa pulpe d'un côté grâce à des machines ou à une moulinette, et en récupérer les pépins d'autre part. Sur la

¹⁸ www.letemps.com.tn/article/102482/l'huile-de-cactus-le-nouveau-fer-de-lance-de-la-cosmétique

tonne de fruits passés par ce procédé, on récupèrera au final 25kg de pépins, qui seront par la suite également lavés et séchés au soleil.

- **Le séchage des pépins :** Le séchage est une étape primordiale, car la graine doit rester souple tout en étant débarrassée de son humidité, ceci afin d'obtenir l'huile de la meilleure qualité possible. Suite au séchage, les pépins de figue de barbarie sont stockés à l'abri de la lumière et de l'humidité en attendant la prochaine étape de la production de l'huile.
- **La presse de l'huile :** C'est l'étape la plus délicate du processus d'extraction de l'huile de pépins de figues de barbarie. Elle doit absolument être réalisée à froid, à partir de graines saines. Ces graines étant très dures, il est nécessaire d'utiliser une presse puissante spécialement étudiée pour ne pas chauffer lors de l'extraction afin d'obtenir l'huile 100% pure et vierge tout en préservant sa concentration en principes actifs à un niveau maximum. Non dénaturée par l'industrie chimique (extraction par solvants¹⁹), l'huile végétale vierge et de première pression à froid ainsi obtenue, est riche en acides gras (dont les précieux polyinsaturés) et en insaponifiables (dont les précieuses vitamines E). Les pépins de figue de barbarie doivent donc être pressés à froid, en suivant un cahier des charges précis, respectant les méthodes d'extraction des produits de l'agriculture biologique. L'huile obtenue est ensuite filtrée pour en éliminer les résidus, et est analysée afin de vérifier qu'aucune contamination n'a eu lieu durant le processus.
- **Le conditionnement de l'huile :** L'huile de pépins de figue de barbarie pure ainsi obtenue doit être conditionnée par la suite dans des flacons en verre, qui seront conservés à température constante et à l'abri de la lumière. Cela empêchera l'oxydation de l'huile et ne lui transférera aucun contenu nocif. Ce n'est pas le cas si l'huile était conditionnée dans un récipient en plastique ou en aluminium. Néanmoins, un flacon en verre fabriqué en Europe coûte le double voire le triple d'un flacon en plastique.

Le chemin entre la **cueillette** des figues de barbarie et la **mise sur le marché** d'huiles de pépins peut être plus ou moins long selon le **sourcing**, la **logistique** et le **lieu/pays d'extraction** de cette huile. Lors d'un circuit trop long, certaines qualités d'huiles végétales peuvent être altérées (oxydation causée par la forte proportion d'AGPI et disparitions des insaponifiables par exemples). Le tableau ci-dessous synthétise les différentes étapes du processus de fabrication de l'huile de pépins de figues de barbarie.

Tableau : Etapes du processus de transformation, valeur ajoutée et longueur du circuit

Circuit	Fabrication d'huile à partir du fruit comestible	Fabrication d'huile à partir de pépins	Conditionnement d'huile à partir d'huiles en vrac
Etapes du processus et valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> • Sourcing du fruit frais (local ou international). • Epluchage et égrainage des fruits. • Séchage des pépins. • Presse des pépins. • Stockage et analyse de l'huile. • Conditionnement de l'huile. • Mise sur le marché (local ou international). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sourcing des pépins séchés (local ou international). • Presse des pépins. • Stockage et analyse de l'huile. • Conditionnement de l'huile. • Mise sur le marché (local ou international). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sourcing de l'huile en vrac (local ou international). • Stockage et analyse de l'huile. • Conditionnement de l'huile. • Mise sur le marché (local ou international).

Source: Traitements KWC

Ainsi, pour préserver la qualité et la fraîcheur des huiles, des grands fabricants tels NATUREX et AKK (voir encadré ci-dessous) misent non seulement sur les **ingrédients naturels et biologiques**, mais aussi sur des **stratégies productives délocalisées** dans les pays producteurs de plantes et de fruits (pour réduire le cycle de production, optimiser le sourcing et y garantir la **traçabilité**).

En effet, pour répondre aux attentes des consommateurs, les industriels ont intégré une dimension environnementale à leurs stratégies, par exemple en créant des partenariats durables avec les producteurs locaux ou en fournissant à leurs consommateurs l'origine et la qualité de leurs matières premières.

¹⁹ Les pépins sont broyés jusqu'à former une poudre, puis on extrait l'huile de figue de barbarie de cette poudre à l'aide d'un solvant (l'hexane), à l'aide d'un procédé se rapprochant d'une distillation. Le solvant est ensuite éliminé au rotavapor. Cette technique d'extraction a l'avantage de permettre de récolter davantage d'huile de figue de barbarie, mais le procédé utilisé en diminue la teneur en principes actifs, et pose des questions d'ordre écologique.

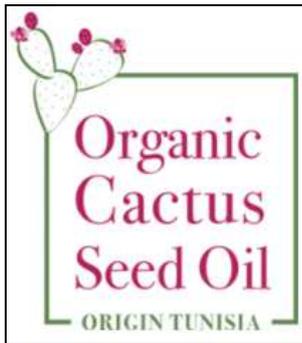


Environ 5 000 hectares de figues de barbarie **certifiées bio** sont plantés en Tunisie et le pays peut tirer profit des avantages de sa proximité à l'un des plus grands marchés consommateurs de **produits cosmétiques anti-âge naturels**, qu'est l'Europe (circuit court). En termes de traçabilité, le fait de pouvoir donner le nom du producteur tunisien à l'origine de l'huile, c'est énorme par rapport à ce qui est proposé sur le marché international.

En effet, la plupart des marques qui vendent de l'huile font appel à des laboratoires, qui se fournissent eux-mêmes auprès de fournisseurs d'huiles, qui eux-mêmes se fournissent à l'international, etc. Résultat : la marque ou le laboratoire ont en leur possession une fiche technique de l'huile, assez vague la plupart du temps, qui indique certes le pays d'origine (parfois plusieurs...), car c'est une obligation pour être en accord avec la réglementation européenne, mais ils ne savent pas précisément comment la plante a été cultivée, ni quand elle a été récoltée... Sans compter les différences entre les cahiers des charges « bio » qui diffèrent d'un pays à un autre.

La culture de la figue de barbarie nécessite un climat chaud et une exposition bien ensoleillée, des conditions que remplit la Tunisie à la perfection. Le pays, qui mise depuis quelques années sur son agriculture biologique, a développé un plan d'action rigoureux et ambitieux pour soutenir la **filière de l'huile de figue de barbarie biologique** de la main de la Direction Générale de l'Agriculture Biologique (DGAB) et avec l'appui du projet PAMPAT (Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir) financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO) et mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUUDI).

Ils sont quelques 800 agriculteurs qui produisent environ **2 500 tonnes de figues de barbarie biologiques** pour une dizaine de sociétés spécialisées dans la production de l'huile de pépins de figues de barbarie en Tunisie. D'une manière générale, c'est au niveau du gouvernorat du Kasserine, qu'**on trouve une forte concentration d'entreprises de transformation**.



Une initiative nationale de promotion de l'huile des pépins de figue de Barbarie biologique tunisienne aux caractéristiques biologiques et naturelles certifiées a démarré en 2017 sous le logo «**Organic Cactus Seed Oil - Origin Tunisia**». Une vingtaine d'entreprises collaborent ensemble dans le cadre de ce programme national qui constitue la première initiative institutionnelle de promotion du secteur cosmétique tunisien. Le logo a été lancé par l'Etat tunisien en collaboration avec les entreprises tunisiennes opérantes dans le secteur cosmétique biologique. Cette initiative a pour but de faire connaître les vertus et les spécificités de cette huile prodigieuse d'une part et de promouvoir la large gamme de produits cosmétiques développée à base de cette huile miraculeuse notamment des sérums, des crèmes, des shampooings, des savons, des huiles de massage et bien d'autres produits d'autre part.

Les entreprises tunisiennes opérantes dans le secteur cosmétique biologique et spécialisées dans la production d'huiles de pépins de figues de barbarie sont répertoriées au niveau du site web de l'initiative «Organic Cactus Seed Oil²⁰». Parmi ces entreprises on cite BIO NOPAL, BIO ORIENT, BIO THALA, BIO ZELFENE, CACTUS KAIROUANAIS, HERBÉOS, NAKAWABIO, NOPAL TUNISIE, OMEGA, ORGANICA et TUNISIAN BIOFRESH.

Selon le site FLEHETNA²¹, la Tunisie compte parmi les plus grands producteurs et exportateurs d'huile de figue de barbarie biologique dans le monde. 90% de sa production est destinée à l'exportation (80% vers l'Europe et 10% vers l'Amérique). L'huile de figue de barbarie biologique se vend dans des flacons de 10 et 30ml dans les pharmacies et parapharmacies. Elle est de plus en plus présente dans les offres de soins et protocoles de mises en beauté dans les hôtels, centres de thalassothérapie et spa.

Le prix de l'huile de figue sur le marché tunisien est de 1800 dinars le litre et plus de 1000 euros le litre sur les marchés internationaux. Une huile biologique, pressée de manière artisanale, donne une huile « premium » dont le coût de revient est beaucoup plus élevé que les huiles que l'on trouve actuellement sur le marché, et dont la qualité est prouvée, c'est-à-dire dont la composition en acides gras et insaponifiables est connue. La différence de prix s'explique aussi par rapport aux ingrédients utilisés et à la complexité d'extraction : il y a très peu d'huile dans les pépins de figues de barbarie. Ainsi il faut beaucoup de graines de ces fruits pour un petit rendement: c'est normal que ces huiles soient plus chères. En revanche, il faut faire attention à la fraude puisque de nombreuses marques jouent sur la rareté,

²⁰ www.tunisianorganic-cactus.com/companie

²¹ www.flehetna.com/fr/lhuile-de-figue-de-barbarie-biologique-conquiert-le-marche-tunisien

et commercialisent sur le marché des huiles végétales de pépins de figue de barbarie à prix élevé alors qu'elles sont diluées dans de l'huile de tournesol par exemple.



Afin de rassurer les consommateurs, eux-mêmes de plus en plus conscients et informés, les producteurs tunisiens doivent miser sur la transparence surtout sur la composition naturelle des produits qu'ils offrent et valoriser les qualités intrinsèques de ses derniers et faciliter la reconnaissance des cosmétiques naturels.

Plusieurs éléments doivent être pris en considération pour reconnaître les cosmétiques naturels parmi une infinité de produits proposés sur le marché. Parmi ces éléments, on cite :

- **La composition de l'huile:** Les huiles ne doivent pas contenir de substances classées CMR (cancérogène, mutagène, reprotoxique) nocives pour l'organisme et la peau. Il n'est jamais facile de comprendre les noms latins répertoriés dans la description des ingrédients obligatoires sur chaque emballage cosmétique. Parmi la liste des ingrédients qui doivent figurer sur l'emballage, on cite le nom des principes actifs des végétaux naturels avec le nom botanique latin de la plante dont ils sont extraits. C'est la preuve de son originalité.
- **Les normes auxquelles les sont soumises :** Pour une neutralité totale, les tests des huiles naturelles avant de les mettre sur le marché, dans un laboratoire indépendant et de renommé, garantit une sécurité d'utilisation maximale.
- **Le conditionnement de l'huile :** L'huile de figue de barbarie doit être conditionnée dans une bouteille en verre pour empêcher l'oxydation de l'huile et garantir le non transfert d'aucun contenu nocif. Il faut absolument qu'il y ait marqué « huile vierge, de première pression à froid » sur la bouteille.

Encadré : Profil de la société AAK AB et NATUREX

AAK AB	NATUREX
<p>L'entreprise, anciennement connue sous le nom d'AarhusKarlshamn, a été fondée en 2005 par la fusion de Karlshamns AB (fondée en 1918 à Karlshamn, Suède) et d'Aarhus United A/S (fondée en 1871 à Aarhus, Danemark). En 2018, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires total de 27 592 millions de couronnes suédoises, un bénéfice d'exploitation de 1 956 millions de couronnes suédoises et employait 3609 employés dans plus de 20 sites de production dans le monde (le Royaume-Uni, la Colombie, les États-Unis d'Amérique, le Brésil, la Chine, l'Inde, le Danemark, la Suède, l'Uruguay, le Mexique, les Pays-Bas, et la Belgique). La répartition géographique du CA est la suivante : Suède (7,8%), Danemark (1,7%), Pays nordiques (2,5%), Europe (31,5%), Amériques (39,1%), Asie (15,4%) et autres (2%). AAK AB figure parmi les 1^{ers} fabricants mondiaux d'huiles végétales et de matières grasses. Le CA par marché se répartit comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ingrédients alimentaires (66,9%) : fabrication d'huiles transformées destinées aux fabricants de produits laitiers et de produits de boulangerie, aux secteurs de la restauration et de la nutrition spéciale ; • chocolaterie et confiserie (27,6%) : fabrication de graisses de chocolat et de confiserie, d'équivalents, d'améliorants et de substituts de beurre de cacao ; • cosmétique (5,5%) : fabrication d'acides gras et de glycérides. Le groupe propose également des protéines et des graisses pour l'alimentation animale. <p>AAK met son savoir-faire technique et son expertise au service du développement d'émollients fonctionnels performants pour l'industrie cosmétique. Ses émollissants d'origine végétale, distincts des matières premières synthétiques, animales ou fossiles, sont principalement utilisés pour les applications de soins de la peau, y compris les soins du visage, du corps, du bébé et du soleil; mais sont également utilisés dans les soins capillaires, le maquillage, les déodorants et les lingettes humides. La gamme de produits est appréciée pour les propriétés hydratantes et les attributs sensoriels qu'elle apporte aux formulations cosmétiques finales.</p> <p>2018 a marqué le 30^{ème} anniversaire, ayant initialement commencé en 1988 pour développer des solutions personnalisées pour le géant cosmétique L'Oréal. Aujourd'hui, AAK desservent toutes les catégories de clients, des marques de niche locales aux leaders de marques multinationales.</p> <p>Nouveaux produits et croissance future</p> <p>L'industrie cosmétique est constamment à la recherche de nouvelles textures ou ingrédients donnant une sensation de peau surprenante. En réponse à cela, Lipex SMP a été lancé en avril 2018. La transition du produit du solide au liquide se déroule dans une plage de température très étroite, ce qui signifie que ce produit solide fond immédiatement au contact de la peau. Cela donne une «sensation de peau rafraîchissante» qui est très attrayante après-rasage, après le soleil et d'autres produits de lissage de la peau.</p> <p>Bien que l'industrie cosmétique soit mondiale, ce sont toujours les marchés occidentaux matures (Europe et Amérique du Nord) qui consomment la majorité des émollissants d'origine végétale. Cela est dû au fait que ces régions sont les plus grands fabricants et consommateurs de produits de soins de la peau et la plus grande demande des consommateurs pour les alternatives naturelles. La Chine et le Brésil devraient emboîter le pas à mesure que leurs marchés mûrissent.</p>	<p>NATUREX : le leader mondial des ingrédients naturels spécialisés à base de plantes.</p> <p>A travers ses business units dédiées, le Groupe répond aux besoins spécifiques de 3 marchés stratégiques: Food & Beverage, Nutrition & Health et Personal Care. L'entreprise offre à ses clients une gamme complète d'ingrédients de haute qualité, provenant de manière responsable de la nature pour des applications alimentaires, pharmaceutiques, nutraceutiques et cosmétiques.</p> <p>Le siège social de Naturex est à Avignon, en France. La société emploie plus de 1 400 personnes et bénéficie de 8 bureaux d'approvisionnement dans le monde. Ses 15 sites de production implantés en Europe (France (2), Italie, Espagne, Royaume-Uni et Suisse (2), Pologne), au Maroc, aux États-Unis (2), au Brésil, en Australie et en Inde, permettent à NATUREX, non seulement d'accroître ses capacités de production mais également d'acquérir un avantage concurrentiel non négligeable tant en termes de produits ou de marchés, que de savoir-faire et de potentiel d'innovation (sites pharmaceutiques homologués en France, en Espagne et en Italie, plus haute tour de séchage au monde en Suisse...). Il a également une présence commerciale mondiale grâce à un réseau dédié de bureaux de vente dans plus de 20 pays.</p> <p>Le spécialiste des ingrédients naturels à base de plantes dispose d'une gamme de 15 huiles botaniques Nat Oleis à savoir: Huile de Tsubaki, Huile d'Ungurahui, Huile de noyau d'abricot, Huile d'Argan, Huile de Baobab, Huile de Figue de Barbarie, Huile de Buriti, Huile de Camelina, Huile de Chia, Huile de Canneberge, Huile de Kukui, Huile de Marula, Huile de Moringa, Huile de Tamanu, Huile de Camellia.</p> <p>Destinées en premier lieu à l'industrie cosmétique, ces huiles sont garanties par NATUREX en termes de qualité, de provenance, de gestion environnementale et de responsabilité sociale. Les huiles NAT OLEIS sont obtenues à partir de noyaux ou des fruits via un procédé d'extraction par pression à froid. Cette technique écologique ne nécessite pas l'emploi de solvants organiques, et permet de préserver les ingrédients actifs. Chaque huile botanique a une composition unique en acides gras (mono-insaturés et essentiels). NATUREX s'assure de la provenance des huiles en travaillant en étroite collaboration avec les producteurs locaux, afin de mener à bien des contrôles stricts lors du procédé, et d'établir des documents de traçabilité des cultures utilisées.</p> <p>Selon Stéphanie Puel, directeur de l'activité Personal Care de NATUREX, l'entreprise a développé de forts partenariats dans le but de préserver, d'encourager la biodiversité, et de garantir des revenus équitables aux populations locales à travers ses organisations. Pour aller encore plus loin dans l'engagement environnemental et sociétal, la société prévoit que 1 % des revenus générés par la gamme NAT OLEIS soit redistribué à des communautés d'où proviennent les huiles. «Choisir une huile de notre gamme n'est pas juste un achat, c'est également une réelle contribution à l'environnement et aux populations locales », affirme Stéphanie Puel. Les fonds collectés pourront ainsi aider par exemple «à investir dans de nouvelles presses à froid dans des villages isolés en Afrique, ou encore à replanter des arbres dans la forêt amazonienne». Les industriels de la cosmétique recherchent des ingrédients naturels performants, faciles à intégrer dans leurs formulations et source d'inspiration et d'émotion. Pour répondre à ces challenges, l'entreprise est en interface constante avec ses partenaires en recherche pré-clinique, afin d'identifier de nouvelles voies métaboliques et de prédire l'orientation des molécules les unes par rapport aux autres.</p> <p>Le programme de recherche veille également à maîtriser l'impact sensoriel des ingrédients naturels dans des applications variées. Parmi les sujets importants qui animent le travail des équipes de NATUREX, on peut citer la fermeté de la peau, un focus sur la densité capillaire et l'antichute, ainsi que des thématiques sur l'anti-âge et la cicatrisation cellulaire.</p>

Source : Traitements KWC à partir de différentes sources de données

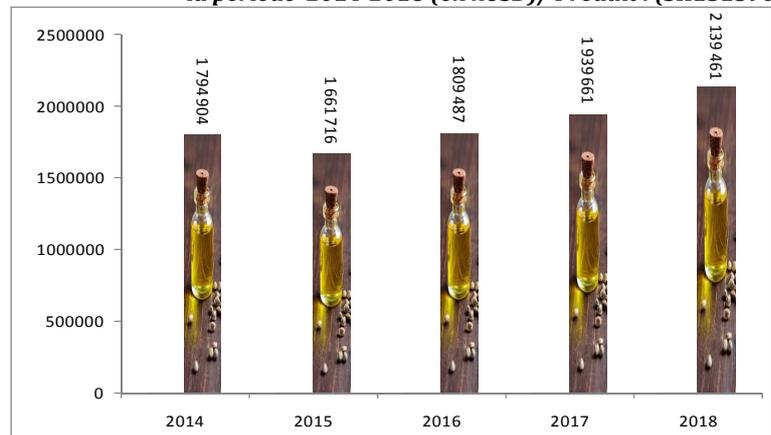
2.1.3. Importations mondiales du produit

Comme il a été mentionné, il n'y a pas de données commerciales spécifiques sur les huiles végétales issues des pépins de figues de barbarie. Cette huile dite de spécialité, qui est commercialisée en plus petites quantités, n'est pas spécifiée ailleurs dans les statistiques commerciales et est couverte par le Code du Système harmonisé **151590** qui couvre les « graisses et huiles végétales et leurs fractions, fixes, même raffinées, mais non chimiquement modifiées » à l'exclusion des huiles de soja, d'arachide, d'olive, de palme, de tournesol, de carthame, de coton, de coco [coprah], de palmiste, de babassu, de navette, de colza, de moutarde, de lin, de maïs, de ricin ou de sésame.

Les importations mondiales de ces « huiles végétales de spécialité » ont augmenté en volume de 4% par an de 2014 à 2018 et de 5% par an en valeur. En 2018, les importations se sont élevées à 873 430 tonnes à environ 2,14 milliards d'USD (voir graphique ci-après).

Les « huiles végétales de spécialité » sont utilisées dans un large éventail d'industries dont l'industrie cosmétique. Cependant, il n'est pas possible de spécifier la part des importations utilisées dans les produits cosmétiques.

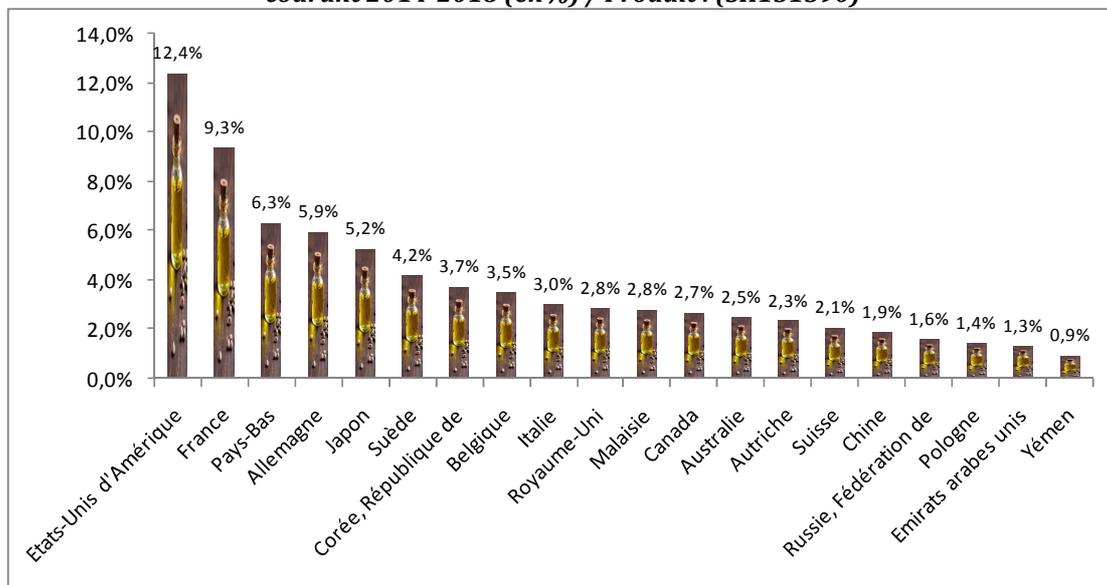
Graphique : Evolution des importations mondiales en valeur courant la période 2014-2018 (en kUSD) / Produit : (SH151590)



Source : Traitement KWC à partir de données TradeMap.

Courant la période 2014-2018, en moyenne 50,6% des importations mondiales « d'huiles végétales de spécialité » sont réalisées par 8 pays : 12,4% réalisées par les Etats Unis d'Amérique, contre 9,3% par la France, 6,3% par les Pays-Bas, 5,9% par l'Allemagne, 5,2% par le Japon, 4,2% par la Suède, 3,7% par la Corée et 3,5% par la Belgique (voir graphique ci-dessous).

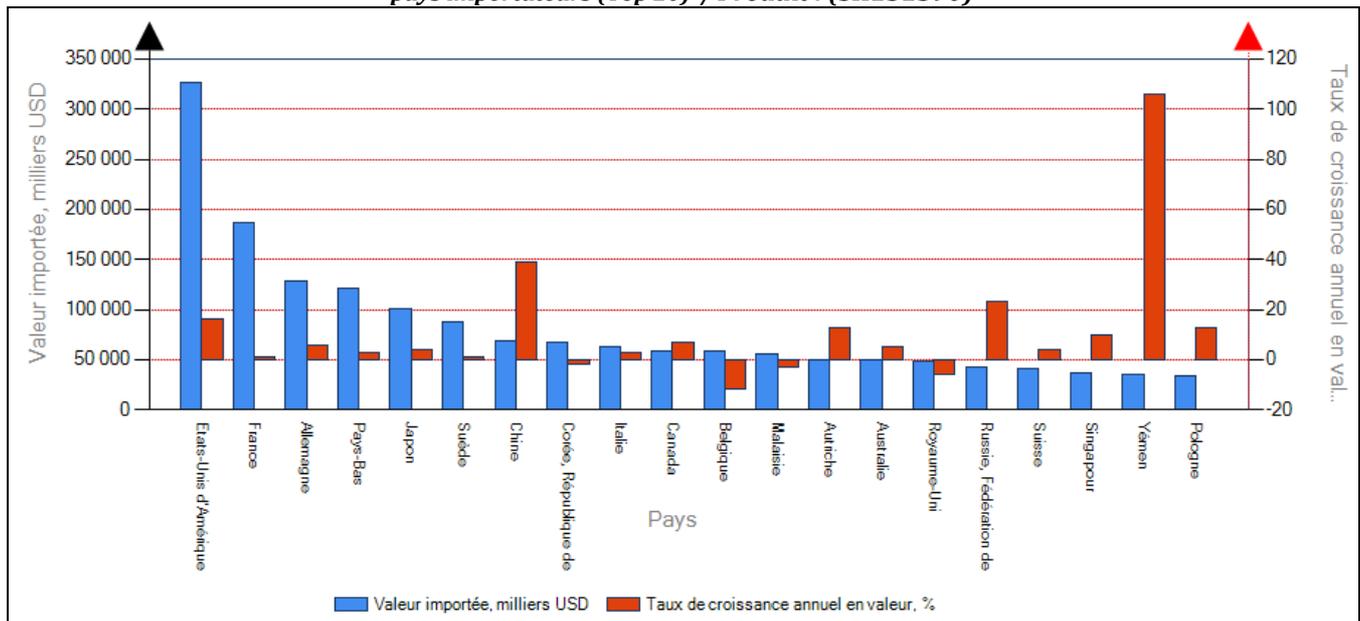
Graphique : Part moyenne dans les importations mondiales (Top 20 des pays importateurs) courant 2014-2018 (en%) / Produit : (SH151590)



Source : Traitement KWC à partir de données TradeMap.

Parmi les principaux pays importateurs « d'huiles végétales de spécialité » analysés (voir graphique ci-dessous), les importations du Yémen ont affiché la plus grande progression entre 2014 et 2018 avec un taux de croissance annuel de 106% en valeur, suivie par la Chine (+39%), la Russie (+23%), les Etats Unis d'Amérique (+16%) et +13% pour l'Autriche et la Pologne. En revanche, les importations en provenance de la Belgique et le Royaume-Uni ont accusé une baisse respective de -12% et -6% durant la même période de référence.

Graphique : Valeur importée (2018) et taux de croissance annuel des importations en valeur (2014-2018) des principaux pays importateurs (Top 20) / Produit : (SH151590)

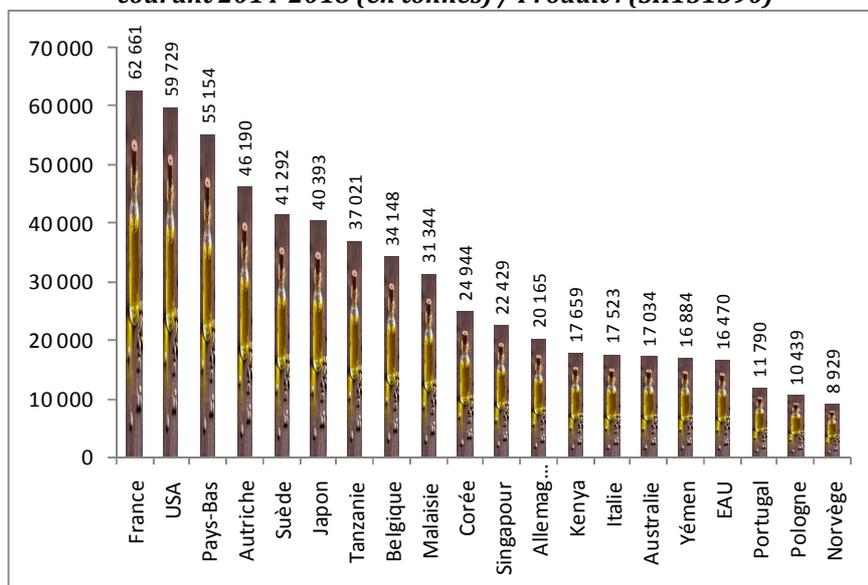


Source : Calculs de l'ITC basés sur les statistiques de UN COMTRADE et de l'ITC.

Les importations tunisiennes « d'huiles végétales de spécialité » ont atteint 555 kUSD en 2018 (97 tonnes). La part de ces importations dans les importations mondiales est quasi-négligeable et le pays occupe le 104^{ème} rang parmi les pays importateurs de ce produit.

En termes de volumes importés, la France se taille la part de lion dans les importations mondiales avec une moyenne annuelle de l'ordre de 62 661 tonnes courant la période 2014-2018 (voir graphique ci-dessous), suivie par les Etats Unis d'Amérique (59 729 tonnes), les Pays-Bas (55 154 tonnes), l'Autriche (46 190 tonnes), la Suède (41 292 tonnes) et le Japon (40 393 tonnes).

Graphique : Importations moyennes en volume (Top 20 des pays importateurs) courant 2014-2018 (en tonnes) / Produit : (SH151590)



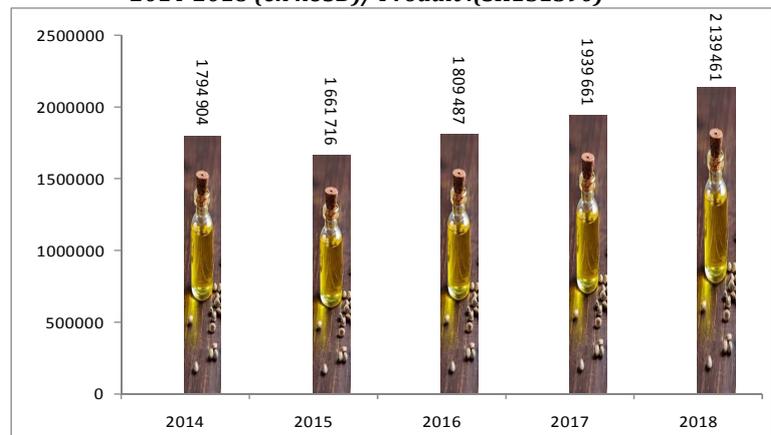
Source : Traitement KWC à partir de données TradeMap.

2.1.4. Exportations mondiales du produit

Les exportations mondiales des «huiles végétales de spécialité» ont affiché une évolution variable courant la période d'analyse 2014-2018 pour passer d'environ 1,8 milliards d'USD en 2014 à environ 2,14 milliards d'USD en 2018 (voir graphique ci-après).

Les exportations ont augmenté en volume de 10% par an de 2014 à 2018 et de 6% par an en valeur. En 2018, les importations se sont élevées à 724 905 tonnes.

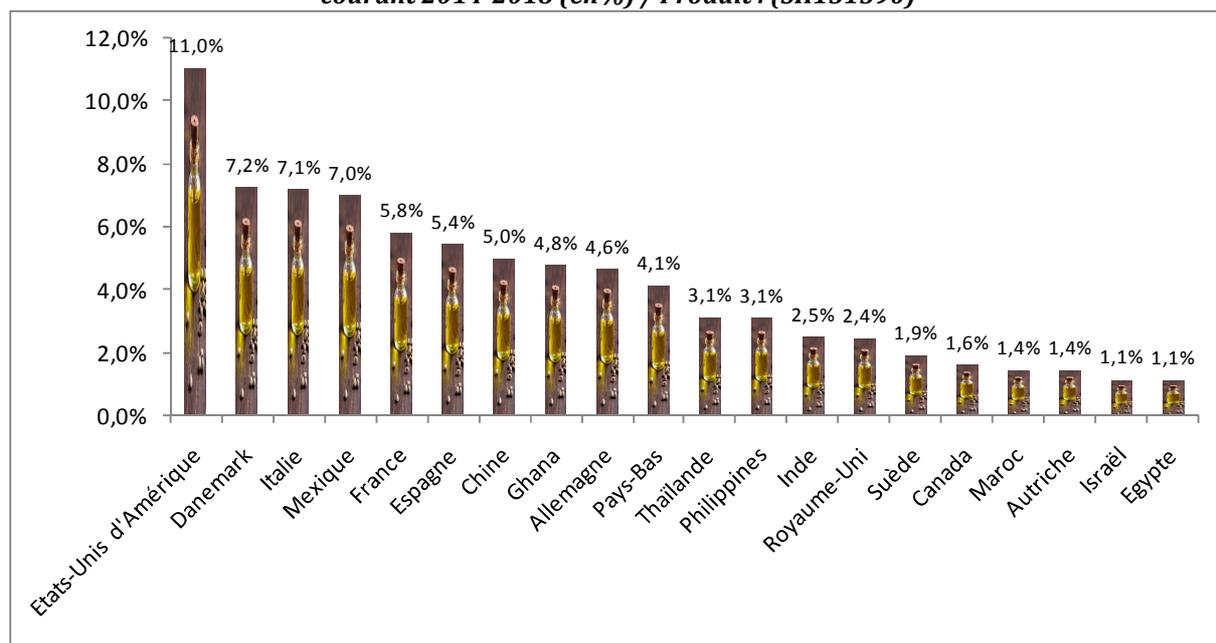
Graphique : Evolution des exportations mondiales courant la période 2014-2018 (en kUSD) / Produit : (SH151590)



Source : Traitement KWC à partir de données TradeMap.

Courant la période 2014-2018, en moyenne 52% des importations mondiales «d'huiles végétales de spécialité» sont réalisées par 8 pays : 11% exportées par les Etats Unis d'Amérique, contre 7,2% par le Danemark, 7,1% par l'Italie, 7% par le Mexique, 5,8% par la France, 5,4% par l'Espagne et 5% par la Chine (voir graphique ci-dessous).

Graphique : Part moyenne dans les exportations mondiales (Top 20 des pays exportateurs) courant 2014-2018 (en%) / Produit : (SH151590)

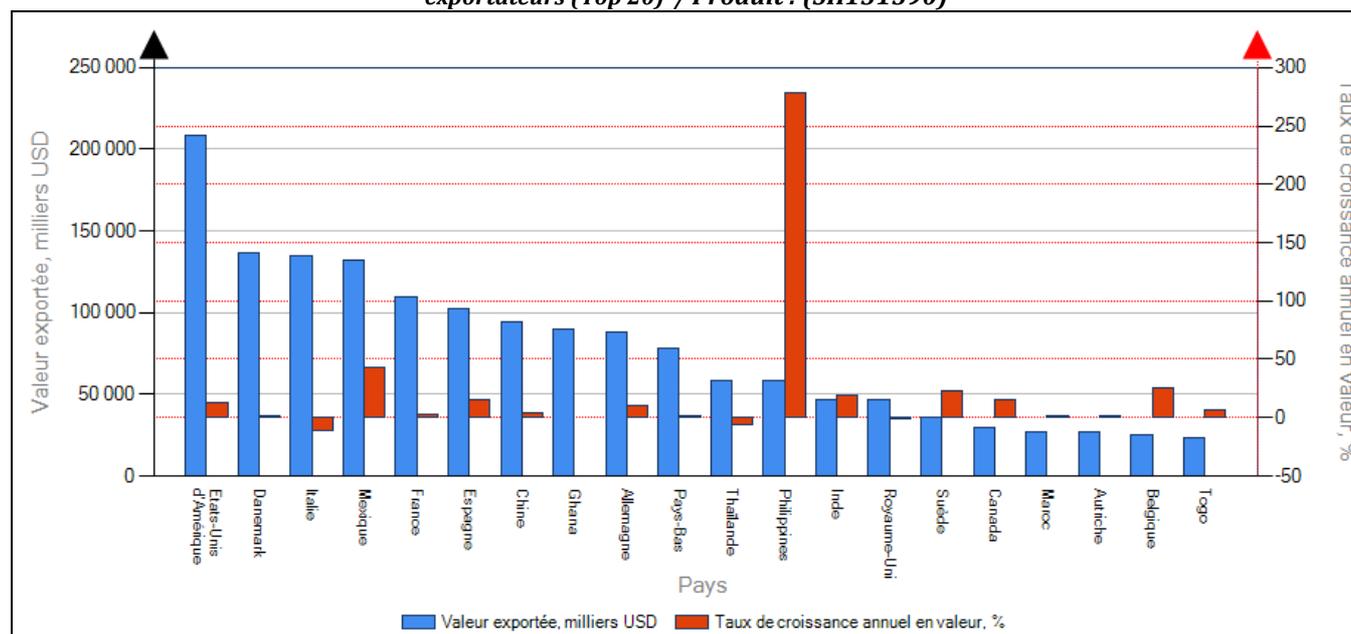


Source : Traitement KWC à partir de données TradeMap.

Parmi les principaux pays exportateurs «d'huiles végétales de spécialité» analysés (voir graphique ci-dessous), les exportations du Philippines ont affiché la plus grande progression entre 2014 et 2018 avec un taux de croissance annuel de 278% en valeur, suivie par le Mexique (+43%), la Belgique (+25%), la Suède (+23%), l'Inde (+19%) et +15% pour l'Espagne et le Canada.

En revanche, les exportations de l'Italie, la Thaïlande et le Royaume-Uni affiché des régressions respectives de -11%, -6% et -1% durant la même période de référence.

Graphique : Valeur exportée (2018) et taux de croissance annuel des exportations en valeur (2014-2018) des principaux pays exportateurs (Top 20) / Produit : (SH151590)



Source : Calculs de l'ITC basés sur les statistiques de UN COMTRADE et de l'ITC.

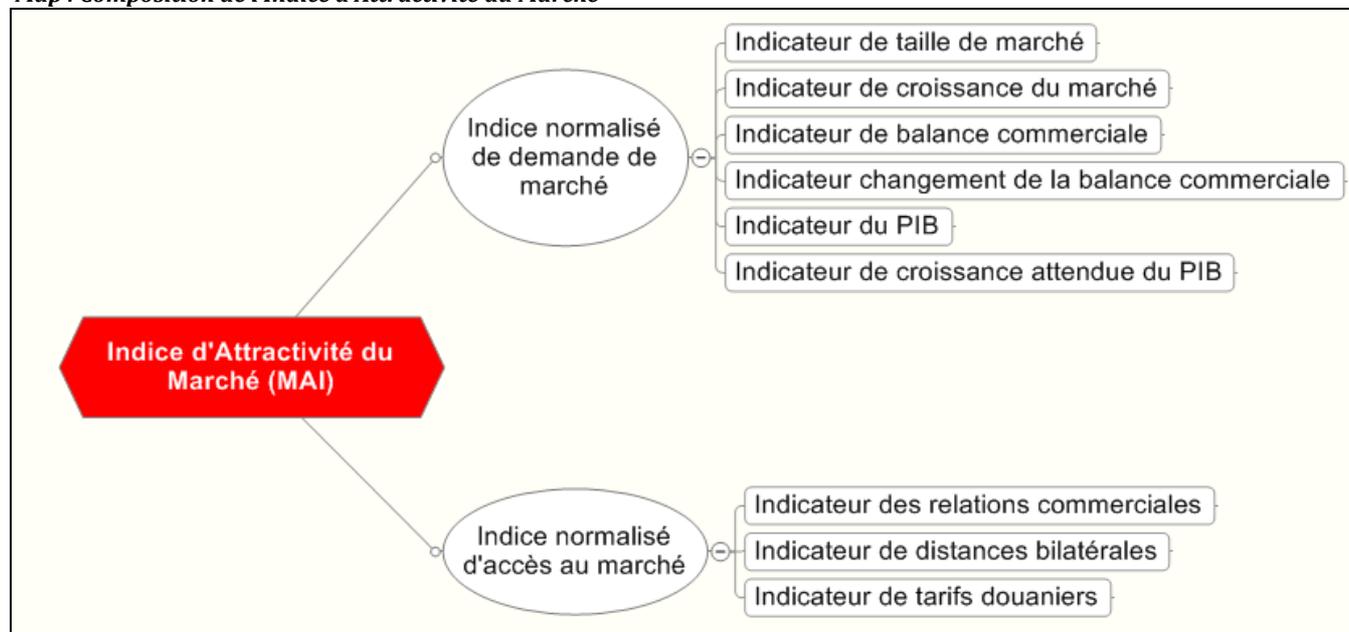
Les exportations tunisiennes « d'huiles végétales de spécialité » ont atteint 1 072 kUSD en 2018 (132 tonnes). La part de ses exportations dans les exportations mondiales est d'environ 0,1% et le pays occupe le 61^{ème} rang parmi les pays exportateurs de ces produits.

2.2. Identification des marchés potentiels attrayants (short list)

2.2.1. Evaluation de l'attractivité des marchés

L'identification des marchés porteurs pour les « huiles végétales de spécialité » (dont l'huile de pépins de figues de barbarie) de code SH151590 de la Tunisie s'est basée sur le calcul et l'analyse (quantitative) comparative de **l'Indice d'Attractivité des Marchés (MAI)** qui est un indice²² agrégé (voir Map ci-après) composé d'indicateurs de **Demande des marchés** (6 indicateurs) et d'indicateurs **d'Accès au marchés** (3 indicateurs).

Map : Composition de l'Indice d'Attractivité du Marché



Source : Traitements KWC à partir de diverses sources de données

Pour des considérations de disponibilité et de homogénéité des données, 159 pays (long list) parmi 224 ont été retenus pour le calcul de l'Indice d'Attractivité des Marchés (Market Attractiveness Index : MAI). Pour chacun des pays étudiés, 9 indicateurs ont été déterminés. Les résultats de cette première phase d'analyse ont permis de présélectionner un ensemble de pays potentiels pour l'exportation de « huiles végétales de spécialité » dont l'huile de pépins de figues de barbarie de la Tunisie. Pour l'ensemble des 159 pays étudiés, l'Indice d'Attractivité du Marché (MAI) varie de 12 à 88 sur une échelle de 100 avec une moyenne de l'ordre de 53,7. Les résultats relatifs aux 15 marchés (short-list) les plus attractifs pour l'exportation de l'huile végétale de spécialité de la Tunisie sont synthétisés dans le tableau ci après :

Tableau : Analyse comparative de l'attractivité des marchés (top 15)

Pays Importateurs potentiels	Market Attractiveness Index (MAI)	Market Access index (INAM)	Market Demand Index (INDM)
Etats-Unis d'Amérique	88	57	92
France	87	71	88
Pays-Bas	85	73	86
Allemagne	84	70	85
Suède	81	58	83
Japon	81	60	83
Belgique	80	71	81
République de Corée	80	56	83
Malaisie	80	63	82
Suisse	79	83	79
Royaume-Uni	79	72	80
Chine	79	65	80
Italie	79	77	79
Canada	78	59	80
Autriche	78	63	79

Source : Traitements KWC à partir de données TRADEMAP-ITC, UNCOMTRADE, MACMAP-ITC, FMI, CEPII

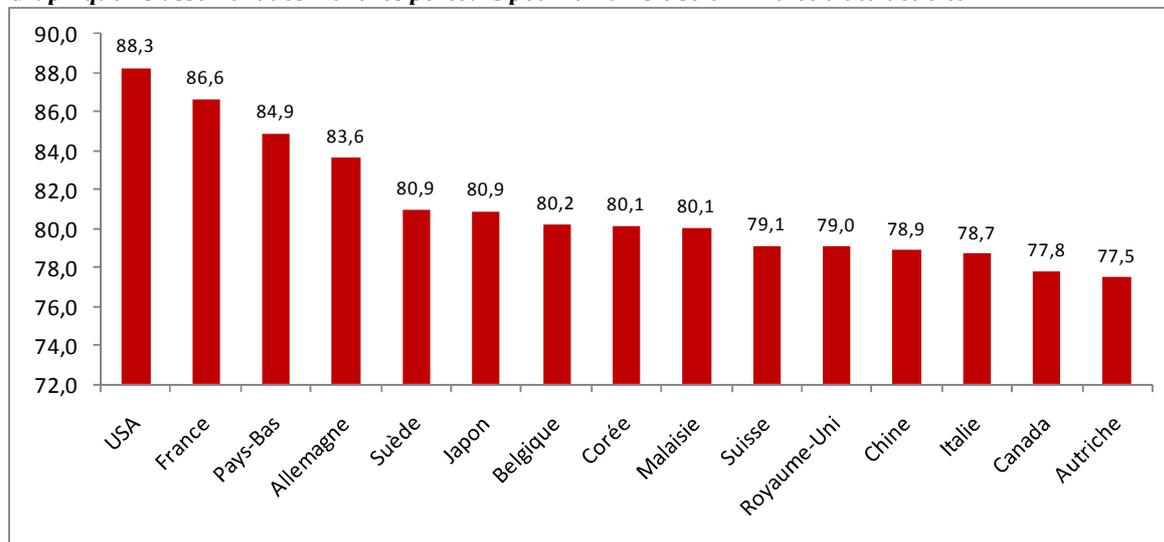
²² Il s'agit d'un indice normalisé qui varie de 0 à 100 pour pouvoir faire des analyses comparatives entre les différents marchés.

2.2.2. Choix du marché cible

2.2 .2.1. Classification selon l'indice d'attractivité

Le graphique ci-dessous classe les 15 marchés présélectionnés selon un ordre décroissant de l'Indice d'Attractivité du Marché :

Graphique : Classement des marchés porteurs pour la Tunisie selon l'indice d'attractivité



Source : Traitements KWC à partir de données TRADEMAP-ITC, MACMAP-ITC, FMI, CEPII

L'analyse de l'attractivité des marchés a permis de mettre en exergue 3 zones d'approches à savoir : l'Europe avec 9 pays cibles, l'Asie avec 4 pays cibles et l'Amérique du Nord avec 2 pays cibles (voir tableau ci-dessous).

Graphique : Classement des marchés cibles pour la Tunisie par zone d'approche

Zone d'approche	Nombre de Pays par zone	Poids	Pays cibles par zone
Europe	9	60%	La France, les Pays-Bas, l'Allemagne, la Suède, la Belgique, la Suisse, le Royaume-Uni, l'Italie et l'Autriche
Asie	4	27%	Le Japon, la Corée, la Malaisie et la Chine
Amérique du Nord	2	13%	Les Etats-Unis d'Amérique et le Canada
Total	15	100%	

Sur les 15 pays short-listés, 9 pays (60%) appartiennent à l'Europe, ce qui confirme l'attrait de ce marché pour le segment des huiles végétales de spécialité dont l'huile de pépins de figues de barbarie. Avec 38,28% de part en 2018, l'Europe s'est taillée la part de lion dans le marché des **cosmétiques naturels** avec une valeur de l'ordre de 13,06 milliards d'USD (cf. section sur la consommation mondiale du produit).

En tant que huile végétale et comme il a été présenté ci-dessus dans le texte (cf. section sur la production mondiale du produit), lors d'un circuit trop long, certaines qualités d'huiles végétales peuvent être altérées (oxydation causée par la forte proportion d'AGPI et disparitions des insaponifiables par exemples).

C'est dans cette perspective que la Tunisie peut tirer profit des avantages de sa **proximité à l'Europe**, un des plus grands marchés consommateurs de **produits cosmétiques anti-âge naturels**.

2.2 .2.2. Analyse multicritères et choix du marché cible

L'analyse multicritères des **9 marchés européens** sélectionnés et à fort potentiel de développement pour la Tunisie est synthétisée dans le tableau qui suit.

Tableau : Analyse comparative multicritères des marchés potentiels short-listés

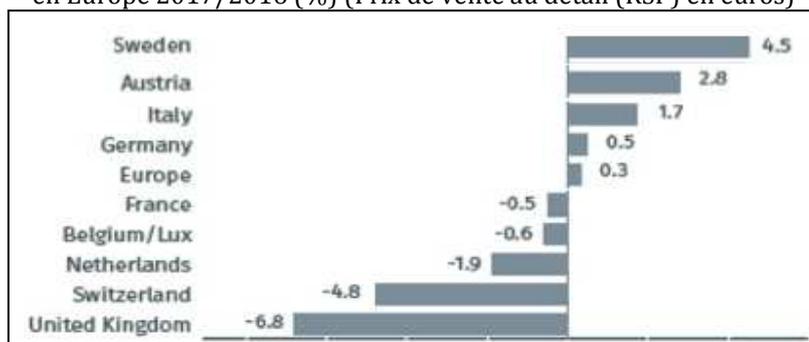
Marchés potentiels	Pays Producteur de Figues de barbarie	Indice d'Attractivité du Marché		Importations moyennes d'huiles de végétales de spécialité 2014-2018 (en Tonnes)		Taux de croissance annuelle des importations en valeur entre 2017-2018 (%)		Expérience d'importation d'huiles végétales en provenance de la Tunisie (2015-2018)	PIB/habitant moyen 2014-2018 (en USD)		Population (2018)	Poids des personnes âgées de 25 à 69 ans (en %)	Indice Mondial Bonheur (2019)		Evolution du marché C&T (Cosmétique et Toilette 2017) 2016-2017 (%)	
		Val	Rang	Val	Rang	Val	Rang		Val	Rang			Val	Rang	Val	Rang
France	Oui	87	1	54 426	1	+10%	3	Oui	39 345	8	64 990 511	56,6%	6,592	8	-0,5%	5
Pays-Bas	Non	85	2	48 223	3	-6%	8	Non	49 118	3	1 705 956	59,5%	7,488	1	-1,9%	7
Allemagne	Non	84	3	18 844	6	+9%	4	Oui	44 608	5	83 124 418	60,7%	6,985	6	+0,5%	4
Suède	Non	81	4	37 720	4	+13%	2	Non	54 314	2	9 971 638	57,6%	7,343	3	+4,5%	1
Belgique	Non	80	5	27 156	5	+19%	1	Oui	44 489	6	11 482 178	58,2%	6,923	7	-0,6%	6
Suisse	Non	79	6	1 857	9	-4%	7	Très faible	82 421	1	8 525 611	60,6%	7,480	2	-4,8%	8
Royaume-Uni	Non	79	7	6 339	8	-1%	6	Non	43 353	7	67 141 684	57,6%	7,054	5	-6,8%	9
Italie	Oui	79	8	14 172	7	+8%	5	Non	32 699	9	60 627 291	60,8%	6,223	9	+1,7%	3
Autriche	Non	78	9	50 672	2	-8%	9	Non	48 005	4	8 891 388	60,8%	7,246	4	+2,8%	2

Source : Traitements KWC à partir diverses sources (FMI, Banque Mondiale, TradeMap, FAO, World Happiness Report, Cosmetics Europe)

De cette analyse comparée, notre choix s'est penché sur la Suède en tant que marché à très fort potentiel de développement pour l'exportation des huiles de pépins de figues de barbarie tunisienne, et ce, pour diverses raisons :

- Parmi les 9 pays européens short-listés, la Suède se positionne au 1^{er} rang avec une croissance positive du marché de la cosmétique et toilette (C&T) de l'ordre de +4,5% de 2016 à 2017, suivie par l'Autriche (+2,8%), l'Italie (+1,7%) et l'Allemagne (+0,5%), selon COSMETICS EUROPE. En revanche, les ventes réalisées sur les autres marchés ont affiché une régression courant la même période d'analyse (voir graphique ci-dessous).

Graphique : Evolution du marché de la cosmétique et la toilette (C&T) en Europe 2017/2016 (%) (Prix de vente au détail (RSP) en euros)



Source : Cosmetic Europe

- La Suède importe un volume assez considérable d'huiles végétale de spécialité et se positionne au 4^{ème} rang parmi les pays short-listés : 37 720 tonnes en moyenne par an sur la période 2014-2018. En termes de dynamique, le pays se classe au 2^{ème} rang en termes de croissance des importations en valeur de 2017-2018 (+13%).
- Avec un PIB par habitant assez consistant (54 314 USD en moyenne par an 2014-2018), le pays se classe au 2^{ème} rang parmi les pays short-listés. L'huile de pépins de figues de barbarie est relativement chère et est normalement sollicitée par les consommateurs à hauts revenus (pouvoir d'achat).
- La Suède n'est pas un pays **producteur de figues de barbarie**, contrairement à l'Italie et dans une certaine mesure la France.

Partie

3

Caractéristiques et routes d'accès au marché cible identifié

3.1. Aperçu du marché intérieur

La Suède est le 8^{ème} pays le plus compétitif au monde sur 140 pays classés dans l'édition 2018 du Rapport sur la compétitivité mondiale publié par le Forum Economique Mondial. Le pays est classé 10^{ème} sur 190 économies pour la facilité de faire des affaires, selon les dernières notations annuelles de la Banque mondiale. Le classement de la Suède s'est amélioré, passant de 12 en 2018 à 10 en 2019. La Suède est connue pour ses infrastructures de pointe, ses télécommunications, ses transport et logistique efficaces ainsi que pour sa société aisée. C'est l'un des pays nordiques qui font figure d'eldorado, promesse d'une vie plus douce et authentique. La Suède se classe d'ailleurs, selon le rapport mondial du bonheur (avec un indice de 7,343), dans le top 10 des pays où les habitants sont les plus heureux (7^{ème} rang).

3.1.1. Consommation

Le marché Suédois compte environ 10,12 millions d'habitants en 2018 (EUROSTAT) et il y a environ autant d'hommes que de femmes en Suède (50,2% sont de sexe masculin, contre 49,8% de sexe féminin) avec 87,4% de la population vivant dans les zones urbaines. Comme le reste du monde occidental, la démographie du Suède évolue vers une population vieillissante croissante et le segment des « **55 ans et plus** » représente un tiers de la population (selon le CIA World Factbook) mais la moitié du revenu brut total.



S'agissant d'une population vieillissante, la recherche d'une apparence jeune et naturelle est de plus en plus importante et ouvre la voie à la consommation de produits d'anti-âge qui affichent les taux de vente les plus élevés, ce qui en fait un segment extrêmement lucratif.

Les revenus du marché suédois des **soins de la peau**²³ se sont évalués à une moyenne de 410 millions USD par an courant la période 2011 et 2015 (voir tableau ci-dessous). En moyenne, ce segment de soins de la peau a représenté 23% du marché global suédois de beauté et des soins personnels et a affiché une croissance soutenue courant la période de référence (TCAC ≈ 13,1%).

Tableau : Evolution des ventes du marché suédois de beauté et des soins personnels 2011-2015 par catégorie (valeur RSP en 1 000 USD)

Désignation	2011	2012	2013	2014	2015	Moyenne 2011-2015	Poids Moyen (2011-2015)	Taux de croissance 2014/2015	TCAC 2011/2015	Evol.
Parfum	133 760	145 310	156 625	141 903	262 627	168 045	10%	85,1%	18,4%	↗
Cosmétiques de couleur	409 200	454 740	477 463	524 009	517 554	476 593	27%	-1,2%	6,0%	↗
Soins de la peau	329 340	345 070	401 699	436 127	537 939	410 035	23%	23,3%	13,1%	↗
Soin des cheveux	235 400	248 710	256 172	264 100	355 606	271 998	15%	34,6%	10,9%	↗
Articles d'hygiène (toiletterie)	390 940	458 480	465 572	491 166	353 341	431 900	25%	-28,1%	-2,5%	↘
Total:	1 498 640	1 652 310	1 757 531	1 857 305	2 027 067	1 758 571	100%	9,1%	7,8%	↗

Population	9 415 570	9 482 855	9 555 893	9 644 864	9 747 355	9 569 307
Dépenses/habitant cosmétique (en USD)	159,17	174,24	183,92	192,57	207,96	183,77
Dépenses/habitant soins de la peau (en USD)	34,98	36,39	42,04	45,22	55,19	42,85
Poids dépenses en soins de la peau (%)	22%	21%	23%	23%	27%	23%

Source : Traitements KWC à partir de données KTF Association et EUROSTAT.

²³ Le marché des soins de la peau comprend la vente au détail de soins du visage, du corps, des mains, des dépilatoires et des produits démaquillants.

Selon le rapport « Market Performance 2018 » de COSMETICS EUROPE, les ventes du **segment des soins de la peau** a cru de +4,7% de 2017 à 2018. En 2018, les revenus de ce segment se sont élevés à 543 millions USD (STATISTA, 2018), et le marché devrait croître annuellement de 2,6% (TCAC) durant la période 2018-2021. Le chiffre d'affaires du segment soins de la peau s'élèvera à 555,8 millions USD en 2020 et le marché devrait croître de 3,5% par an (TCAC 2020-2023) selon les pronostics de STATISTA.

Les soins de la peau ont stimulé la croissance de la beauté et des soins personnels en 2018, car ils ont repris le rôle de la catégorie «tendance» des « cosmétiques de couleur ». Les cosmétiques de couleurs ont connu une croissance plus modeste en 2018, la **beauté naturelle** étant plus populaire, en raison des influences de la Corée du Sud et du Japon (K-beauty et J-beauty). Selon l'étude de l'EUROMONITOR, les masques en feuille, les essences, les produits nettoyants pour le visage et les sérums figurent parmi les produits qui ont affiché de très bonnes performances au cours de l'année 2018.

La Suède compte parmi les économies les plus riches du monde, en termes de revenu disponible par habitant. A l'instar des pays nordiques, les consommateurs suédois dépensent plus chaque année en produits cosmétiques que leurs voisins de l'UE. En termes de consommation par habitant de produits cosmétiques, la Suède se classait 4^{ème} en Europe en 2015. Les dépenses par habitant en produits de soins de la peau ont représenté une moyenne de 23% des dépenses totales de « beauté et de soins personnels » durant la période 2011-2015 et se sont évaluées à une moyenne annuelle de 42,85 USD. En 2018, les dépenses par habitant en produits de soins de la peau se sont élevées à 53,65 USD et les prévisions de STATISTA estiment que ces dépenses croîtront à 55,03 USD en 2020. La reprise économique a renforcé la confiance des consommateurs, de sorte que les consommateurs ont dépensé davantage pour le soin et l'apparence, ce qui a finalement boosté le marché des soins de la peau.

En ce concerne le profil des consommateurs, le suédois est très réceptif aux nouveautés et aux produits innovants et il considère les cosmétiques et les articles de toilette comme essentiels. La majorité de la population suédoise a la peau claire, les cheveux fins et les yeux bleus ou verts. Le climat de la région pouvant parfois être assez rigoureux, les consommateurs sont **très conscients** de l'adéquation ou non d'un produit à leur type de peau et de cheveux.

L'augmentation des revenus disponibles des suédois et l'intérêt croissant pour la beauté et les soins personnels ont contribué à stimuler les ventes de « **marques haut de gamme** » en 2018 (EUROMONITOR). Les « marques de masse » internationales dominent, car elles sont généralement largement distribuées et disponibles à des prix abordables. Les consommateurs sont devenus plus sensibles aux prix et les préférences se sont légèrement déplacées du segment premium vers le marché de masse, avec le lancement de nombreux produits multifonctionnels, tandis que le secteur des cosmétiques naturels a augmenté son chiffre d'affaires.

Les suédois manifestent un intérêt croissant pour les produits de beauté et de soins personnels **premium** ainsi que pour les soins de beauté **super premium** grâce à une priorité croissante accordée à la qualité plutôt qu'à la quantité. La Suède continue de connaître une croissance dans le segment premium, en particulier dans les produits **respectueux de l'environnement**. Bien que le marché soit très mature, une croissance continue est attendue. En outre, l'attrait du marché suédois provient de l'intérêt accru pour la **chirurgie esthétique et la chirurgie mini-invasive**, où les **produits de pré et post-traitement** sont populaires, créant une solide opportunité pour les produits de post-traitement.

Une sensibilisation croissante des consommateurs à la santé et à l'environnement alimente la demande de produits naturels et biologiques en Suède. Pendant des années, la Suède a été un des pays précurseur dans l'arène naturelle et biologique, et les consommateurs sont habitués à acheter des produits biologiques qui peuvent être trouvés sur les étagères des magasins de santé et de beauté aux hypermarchés. **L'argument en faveur des produits biologiques est passé d'une préoccupation principalement environnementale à une focalisation sur la santé des consommateurs et la prévention des ingrédients nocifs.** Ce changement est en partie dû à une augmentation du nombre de personnes souffrant d'allergies et d'eczéma et à une sensibilisation générale accrue aux éventuelles ramifications de la santé des produits de beauté. Les consommateurs ont un «état d'esprit de qualité plutôt que de quantité» avec une préférence pour les produits avec peu mais **des ingrédients naturels puissants**.

Dans ce sens, la première enquête²⁴ sur le segment suédois des cosmétiques naturels et biologiques a confirmé le changement constant du comportement des consommateurs suédois vers des **produits plus respectueux de l'environnement et de la santé**. Selon Henrik Olténg, fondateur de « NOC SWEDEN » et coordinateur de l'enquête, la valeur totale du marché suédois des **cosmétiques naturels et biologiques (NOC)**, la taille absolue de ce marché est plus difficile à estimer que sa croissance car toutes les marques ne sont pas incluses et il y a aussi une problématique

²⁴ L'enquête menée auprès de 60 marques, est une initiative conjointe de l'association professionnelle NOC Sweden et Business Sweden. Pour plus d'informations, veuillez vous référer au site : www.mynewsdesk.com/se/nocsweden/pressreleases/ekologisk-hudvaard-vaexer-starkt-2551627

de définition du segment. Cependant, sur la base des données collectées et la connaissance du secteur, les ventes estimées du segment NOC ont cru de 22,2% en 2017 pour dépasser la barre des 50 millions d'euros.

Les produits sans ingrédients synthétiques et de préférence **non testés sur les animaux** sont recherchés par les consommateurs, qui sont bien informés sur les ingrédients des produits et connaissent les avantages associés aux produits naturels et biologiques, et ils sont conscients des impacts négatifs possibles des composants synthétiques dans les cosmétiques et dans les produits de soins personnels, de sorte que les produits écologiques de différentes catégories sont devenus partie intégrante d'un mode de vie sain pour de nombreux consommateurs suédois. Ni trop, ni trop peu : en Suède, on prône le « lagom », la tendance de la simplicité qui se reflète largement dans l'univers de la cosmétique : le recours à des produits de soin naturels, fabriqués maison, vegans et écologiques y constitue un véritable art de vivre.

Selon KOSMETICAWORLD, la tendance des consommateurs à des modes de vie plus sains et la recherche de produits à faible impact environnemental sont parmi les principaux moteurs de la croissance des cosmétiques naturels. Dans la psychologie du consommateur, souvent, les produits chimiques sont perçus comme une source de problèmes pour l'organisme, par conséquent, ces perceptions ont donné lieu à une demande d'ingrédients biologiques et d'additifs naturels dans la production de cosmétiques.

Trois types de consommateurs de produits naturels en fonction des raisons d'achat sont identifiés :

- Premier type : ce sont les consommateurs qui achètent des produits cosmétiques naturels ou biologiques pour éviter les problèmes de peau ;
- Deuxième type : ce sont les consommateurs qui achètent des produits naturels parce qu'ils veulent protéger la nature et la planète, ils sont particulièrement préoccupés par les processus de production et la durabilité ;
- Troisième type : ce sont les consommateurs qui achètent des cosmétiques naturels car ils font partie de leur mode de vie.



Cette tendance croissante du marché suédois orientée vers les produits de soins de la peau à base d'ingrédients biologiques et naturels peut constituer une opportunité pour l'huile de pépins de figes de barbarie tunisienne : consommateurs suédois réceptif aux nouveautés et aux produits innovants et disposant d'un fort pouvoir d'achat qui est un bon point compte tenu du prix plutôt élevé des huiles végétales de pépins de figes de barbarie.

3.1.2. Production

Selon KOSMETICAWORLD, grâce à l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits de beauté naturels et biologiques, l'industrie cosmétique suédoise a constamment évolué, et elle est aujourd'hui représentée par un nombre croissant d'entreprises proposant des produits de beauté naturels. Selon le rapport de 2012 de l'Agence suédoise des produits médicaux (Läkemedelsverket), environ 600 entreprises (dont des producteurs, des importateurs et des vendeurs), ont enregistré leurs produits cosmétiques en Suède, bien que toutes ces entreprises n'offrent pas de cosmétiques naturels ou biologiques.

Le marché suédois des cosmétiques se caractérise par une concurrence intense dans le secteur et est dominé par les principaux acteurs du marché mondial, L'Oréal, Procter & Gamble, Beiersdorf et Unilever. Les plus grandes parts de marché dans le secteur des cosmétiques naturels sont détenues par des sociétés internationalisées comme Yves Rocher, Lumene Oy et The Body Shop et le reste du marché est partagé entre les petites entreprises, suédoises et étrangères. Il y a des entreprises qui se sont spécialisées uniquement dans les cosmétiques naturels, tandis que d'autres entreprises ont introduit des gammes de produits en réponse à la demande croissante des consommateurs de cosmétiques naturels et biologiques.

L'industrie suédoise des cosmétiques naturels est influencée par des facteurs économiques tels que **l'innovation**, qui a une influence décisive dans ce secteur car elle peut être à l'origine de l'arrivée de nouvelles marques sur le marché suédois ou de produits de substitution, ce qui peut constituer à la fois une menace sérieuse pour les opérateurs économiques suédois et une opportunités pour les entreprises étrangères souhaitant approcher le marché.

Selon Hannah Sjöström - journaliste et auteure des livres "Naturally Stylish, so you do a green beauty detox", "Hello Glow" et fondatrice de naturligtsnygg.se, beaucoup de produits de soins de la peau naturels et biologiques sont fabriqués par des enseignes suédoises à l'instar de MARIA ÅKERBERG, CICAMED, MOONSUN, CARE OF GERD, RENEE VOLTAIRE, ESTELLE & THILD, M PICAUT, ROSENSERIEN, FÖLLINGE, WISE, BJÖRK & BERRIES, MYHAVTORN, NATURE WORKS, ME ANIMA, NEA OF SWEDEN, THE ORGANIC OIL CO, TRUE ORGANIC OF SWEDEN, EILAS, LOELLE, C SKINCARE, BODY BAZAR OCH LINDAROME, etc...

L'ORGANIC BEAUTY AWARDS est le premier concours suédois pour la beauté biologique durable et est géré par l'organisation à but non lucratif NOC SWEDEN. Ce concours est ouvert aux marques suédoises et étrangères, aux membres du CNO suédois et aux marques non membres. Pour avoir une idée sur l'offre de produits innovants de beauté biologiques/durables en 2019 (voir encadré ci-dessous), veuillez vous référer au site www.organicbeautyawards.se/sv-SE/hem/vinnarna/2019-42435769

Encadré : Produits gagnants à l'Organic Beauty Awards 2019



Source : MYNEWSDESK



L'huile de figes de barbarie est un produit nouveau et doit d'être valorisée auprès des consommateurs suédois qui sont à la recherche de produits biologiques, innovants et surtout efficaces. La Suède n'est pas un pays producteur de figes de barbarie et le pays est totalement dépendant des importations pour répondre aux besoins de ses consommateurs.

D'une manière générale, pour répondre aux attentes des consommateurs, les industriels ont intégré une dimension environnementale à leurs stratégies, par exemple en créant des **partenariats durables** avec les producteurs locaux ou en fournissant à leurs consommateurs **l'origine et la qualité de leurs matières premières**. Un plus grand nombre de consommateurs que jamais s'attendent à ce que les ingrédients de leurs produits cosmétiques et articles d'hygiène (toilette) soient commercialisés équitablement, récoltés de manière durable et transformés d'une manière respectueuse de l'environnement.

Selon, Julia Wray, rédactrice, SPC MAGAZINE, dans son article « Capitalising on provenance », affirme que de nos jours ce n'est pas seulement l'efficacité des ingrédients clés qui occupe le devant de la scène, mais aussi **l'histoire**. Un regain d'intérêt pour la **provenance des ingrédients** ressemble à une extension naturelle de la plus grande responsabilité éthique à laquelle l'industrie de la beauté a été confrontée ces dernières années.



Les enseignes tunisiennes de cosmétique, peuvent capitaliser sur l'importance croissante accordée à « L'HISTOIRE DU PRODUIT » : l'huile de pépins de figes de barbarie secret de la beauté berbère pour se positionner sur cette niche de marché d'ingrédients naturels et biologiques.

Cette dimension environnementale valorisée par les industriels de la cosmétique ne concerne pas seulement leurs pratiques d'approvisionnement durables, mais également l'emballage qui est de plus en plus « vert », notamment des **emballages « minimalistes »** fabriqués à partir de matériaux recyclés ou de matériaux plus légers et authentiques. En effet, en quête croissante d'authenticité, on prête au Suède et aux pays nordiques en général, une vie plus proche de la nature et tournée vers les choses essentielles de l'existence. C'est la même chose du côté de la cosmétique, où on recherche des « produits simples ». Un désir de simplicité, de beauté "brute" que l'on retrouve dans les packagings épurés des marques suédoises (voir encadré ci-dessous). La Suède est connue pour son design minimaliste, où **moins est plus**. Souvent, plus le produit **apparaît médicinal**, mieux il est reçu et en fait perçu comme étant de meilleure qualité.

Encadré : Exemple de packaging de marques suédoises



Source : L:A Bruket et Björk & Berries

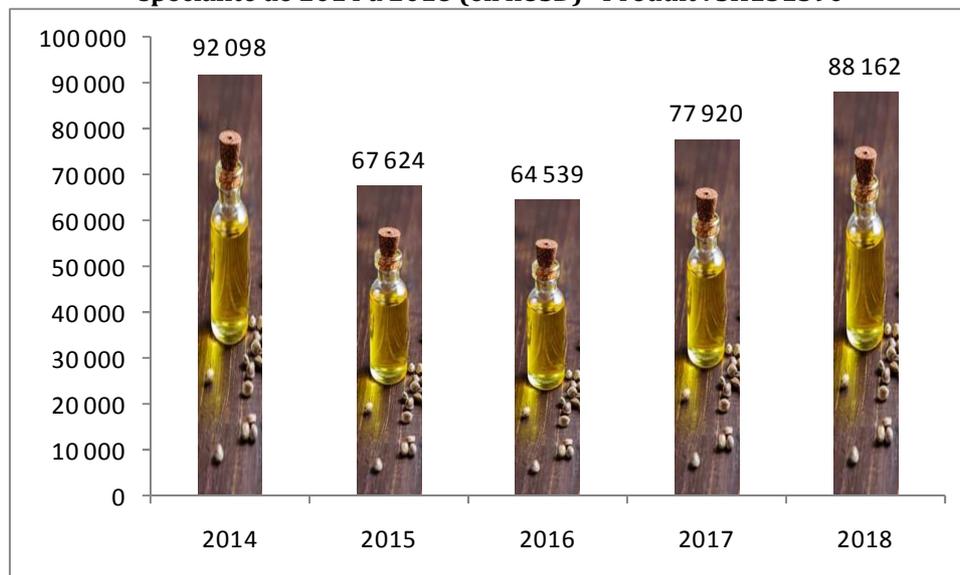
Les fabricants locaux sont excellents dans la fabrication de produits sur mesure pour répondre à ces besoins. Exemple de cette sobriété nordique, la griffe suédoise « L:A Bruket ». Développés par une céramiste, Monica Kylèn, les produits aux ingrédients naturels et anti-oxydants -plantes médicinales, huiles essentielles- sont contenus dans des bouteilles au design épuré et au style apothicaire. La marque immaculée « Björk & Berries », arbore quant à elle un packaging ultra-léché et minimaliste avec des produits de soin bio et naturels composés de plantes cueillies directement dans le jardin de la propriété familiale de la créatrice, Isabelle Lewenhaupt.

Les emballages contenant des couleurs neutres et une quantité limitée de texte sont favorisés par les consommateurs, bien que les tendances changent lentement. Les consommateurs suédois, **très informés**, sont très **sophistiqués et exigeants** dans leurs demandes. Ils recherchent des produits et plus encore des ingrédients de qualité et passent du temps à étudier les compositions des produits sur le «fond de la boîte» et l'emballage. Ils posent des questions et **sont prêts à payer un peu plus pour des produits de bonne qualité** mais s'attendent également à être satisfaits des résultats promis.

3.1.3. Importations

Après avoir chuté en 2015 à 67 624 kUSD, les importations suédoises d'huiles végétales de spécialité ont affiché une croissance soutenue courant la période 2016-2018 pour atteindre 88 162 kUSD en 2018 (voir graphique ci-dessous). Durant la période de référence, les importations suédoises se sont évaluées à une moyenne annuelle de 78 069 kUSD de 2014 à 2018. Les importations en valeurs se sont crues de +1% de 2014 à 2018.

Graphique : Evolution des importations suédoises d'huiles végétales de spécialité de 2014 à 2018 (en kUSD) –Produit : SH151590

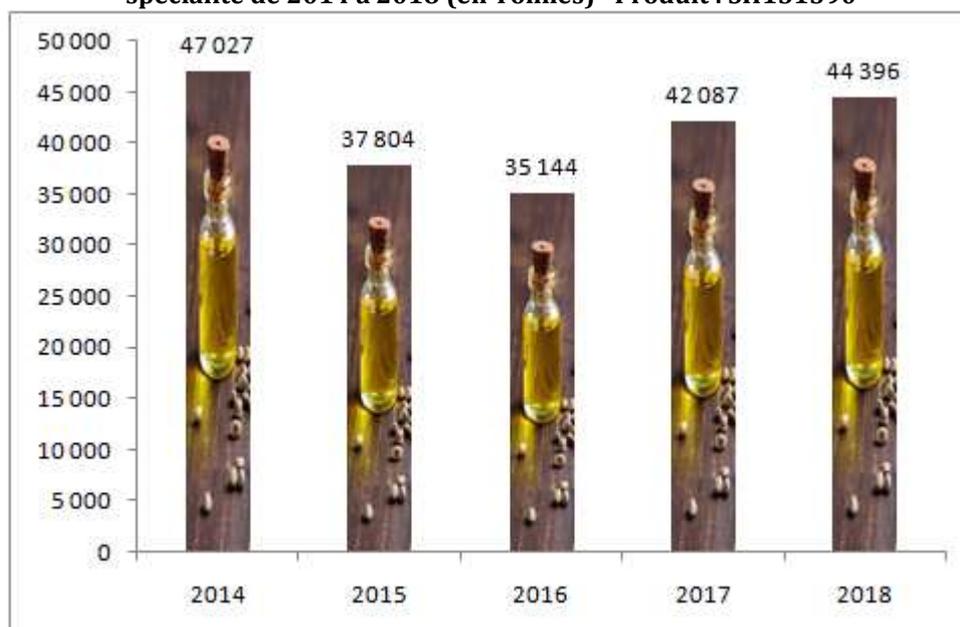


Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap.

En 2018, les importations de la Suède ont représenté 4,1% des importations mondiales pour ce produit, et le pays s'est classé au 6^{ème} rang dans les importations mondiales. Courant cette même année, la Suède s'est approvisionnée en huiles végétales de spécialité auprès de 32 pays fournisseurs.

L'évolution des importations en volumes ont affiché la même tendance que les importations en valeur. En moyenne, la Suède a importé 41 291 tonnes par an durant la même période d'analyse. En 2018, les importations se sont élevées à 44 396 tonnes, contre 42 087 tonnes en 2017.

Graphique : Evolution des importations suédoises d'huiles végétales de spécialité de 2014 à 2018 (en Tonnes) –Produit : SH151590

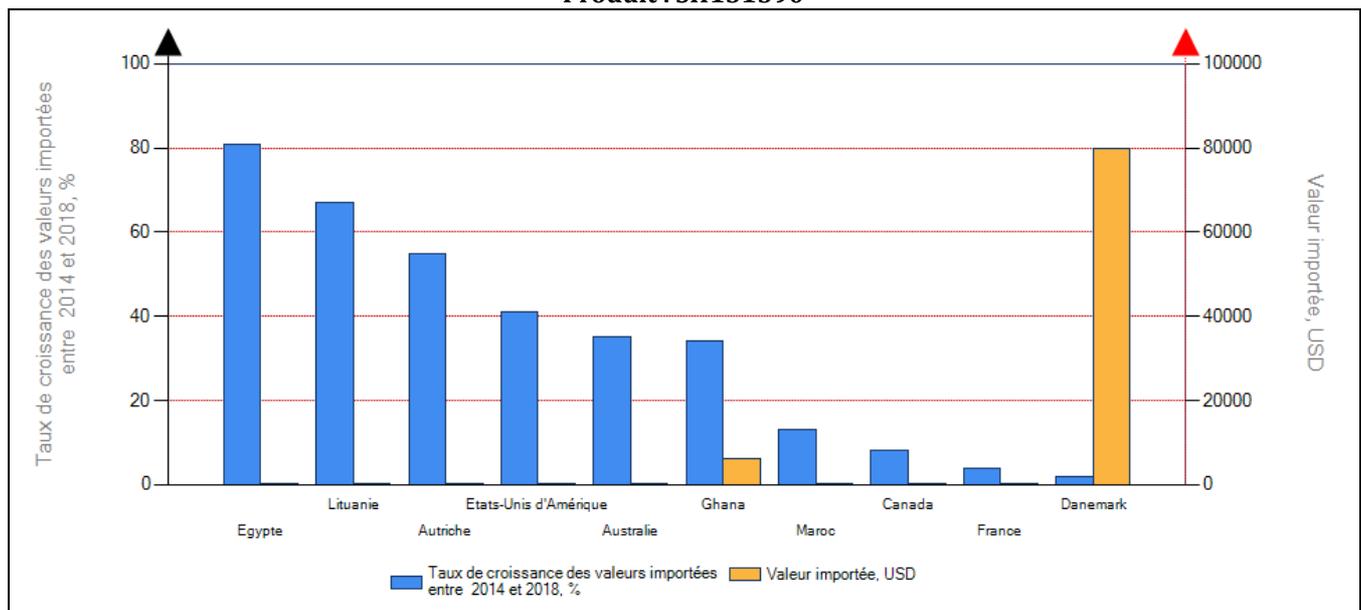


Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap.

En moyenne, près de 92% des importations suédoises annuelles sont en provenance du Danemark, contre 3,1% de l'Allemagne, 1,9% du Ghana et 3% en provenance du reste du monde (27 pays fournisseurs) durant la même période de référence. En 2018, les importations en provenance du Danemark se sont élevées à 80 000 kUSD (41 155 tonnes), 6 092 kUSD (1 054 tonnes) pour le Ghana, 438 kUSD (3 278 tonnes) pour l'Allemagne, et 341 kUSD (45 tonnes) pour la France.

Parmi les pays fournisseurs d'huiles végétales de spécialité vers la Suède, (voir graphique ci-dessous), les importations en provenance de l'Égypte ont affiché la plus grande progression entre 2014 et 2018 avec un taux de croissance annuel de +81%, suivie par la Lituanie (+67%), l'Autriche (+55%), les USA (+41%), l'Australie (+35%), le Ghana (+34%), le Maroc (+13%) et le Danemark (+2%). En revanche, la Russie et les EAU ont affiché les plus grandes régressions avec respectivement -19% et -9% durant la même période de référence.

Graphique : Valeur importée (2018) et taux de croissance des valeurs importées (2014-18) d'huiles végétales de spécialité – Produit : SH151590



Source : TradeMap.

Selon KOSMETICAWORLD, le marché suédois des **cosmétiques naturels** est dominé par les **marques importées**, bien que les consommateurs locaux, en particulier les personnes âgées, manifestent de l'intérêt pour les marques locales tandis que la population plus jeune est influencée par la commercialisation des marques les plus connues au niveau international, mais ne néglige pas les produits des entreprises suédoises, le problème est que la plupart d'entre elles sont de petite taille et ont des ressources limitées pour investir dans le marketing.

En Suède et à l'instar toute la région nordique, le marché des cosmétiques est très matures. Les marques les plus connues et les plus prometteuses ont fait leur entrée sur le marché et la concurrence est rude. La maturité du marché crée à la fois des opportunités et des défis pour les nouvelles marques. C'est une base solide où les consommateurs sont habitués à une variété de marques d'origines différentes et sont prêts à essayer de nouvelles marques, **ce qui rend le marché très réceptif**. D'un autre côté, une stratégie marketing et un engagement financier solides sont extrêmement importants.

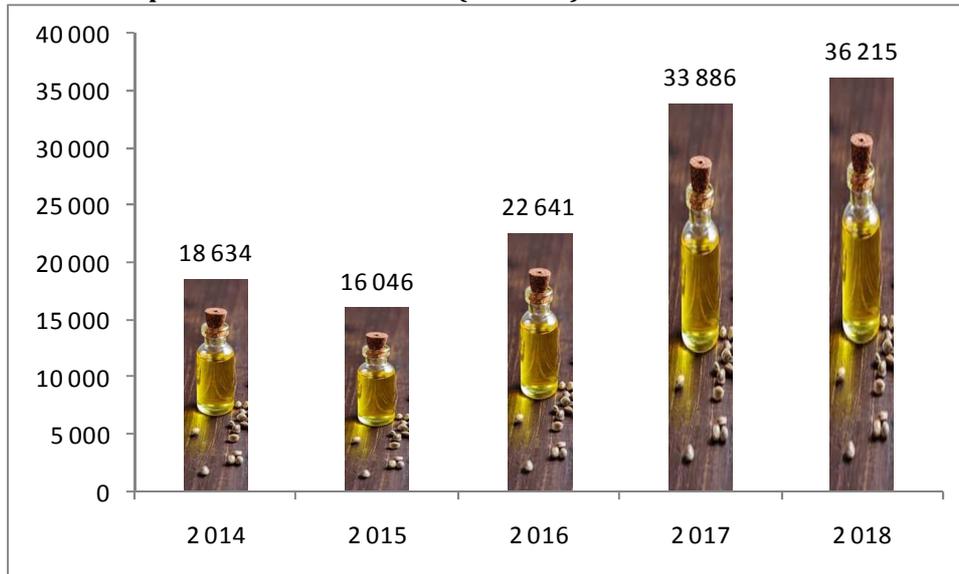
Il est donc recommandé de s'associer avec un **importateur et/ou un distributeur** lorsqu'on souhaite faire des affaires en Suède. De manière générale, les importateurs et les distributeurs sont intéressés par des **relations à long terme** avec des **fournisseurs engagés** pour assurer la qualité des produits ainsi que des livraisons précises. La majorité des agents de beauté et de soins personnels s'efforcent d'accéder au marché à l'ensemble du marché nordique, élargissant ainsi la base de consommateurs finaux.

Le climat général d'importation en Suède est ouvert et réceptif aux produits étrangers et il n'y a pas d'obstacles commerciaux importants. Quand des marchandises sont importées en Suède, il est du ressort de l'importateur ou de son agent de faire la déclaration en douane. Le DAU (document administratif unique) est utilisé à cette fin. Le document peut être présenté en suédois, norvégien, danois, anglais ou allemand. Une facture doit être présentée avec le DAU dûment rempli. Pour plus d'informations, veuillez consulter le portail des douanes suédoises à l'adresse : www.tullverket.se/en/aboutcustoms.4.7df61c5915510cfe9e76715.html.

3.1.4. Exportations

Après avoir chuté en 2015 à 16 046 kUSD, les exportations suédoises d'huiles végétales de spécialité ont affiché une croissance soutenue courant la période 2016-2018 pour atteindre 36 215 kUSD en 2018 (voir graphique ci-dessous). Durant la période de référence, les exportations suédoises se sont évaluées à une moyenne annuelle de 25484 kUSD de 2014 à 2018. Les exportations se sont crues de +23% en valeurs et de +18% en volume de 2014 à 2018.

Graphique : Evolution des exportations suédoises d'huiles végétales de spécialité de 2014 à 2018 (en kUSD) –Produit : SH151590

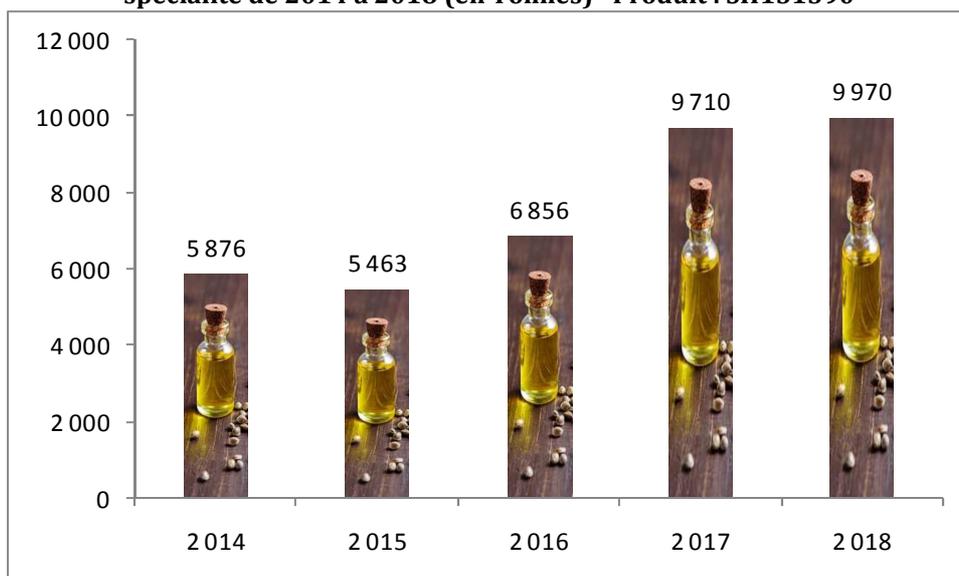


Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap.

En 2018, les exportations de la Suède ont représenté 1,9% des exportations mondiales pour ce produit, et le pays s'est classé au 15^{ème} rang dans les exportations mondiales. Courant cette même année, la Suède a exporté vers l'huile végétale de spécialité vers 41 pays acheteurs.

L'évolution des exportations en volumes ont affiché la même tendance que les importations en valeur. En moyenne, la Suède a exporté 7 575 tonnes par an durant la même période d'analyse. En 2018, les exportations se sont élevées à 9 970 tonnes, contre 9 710 tonnes en 2017.

Graphique : Evolution des exportations suédoises d'huiles végétales de spécialité de 2014 à 2018 (en Tonnes) –Produit : SH151590

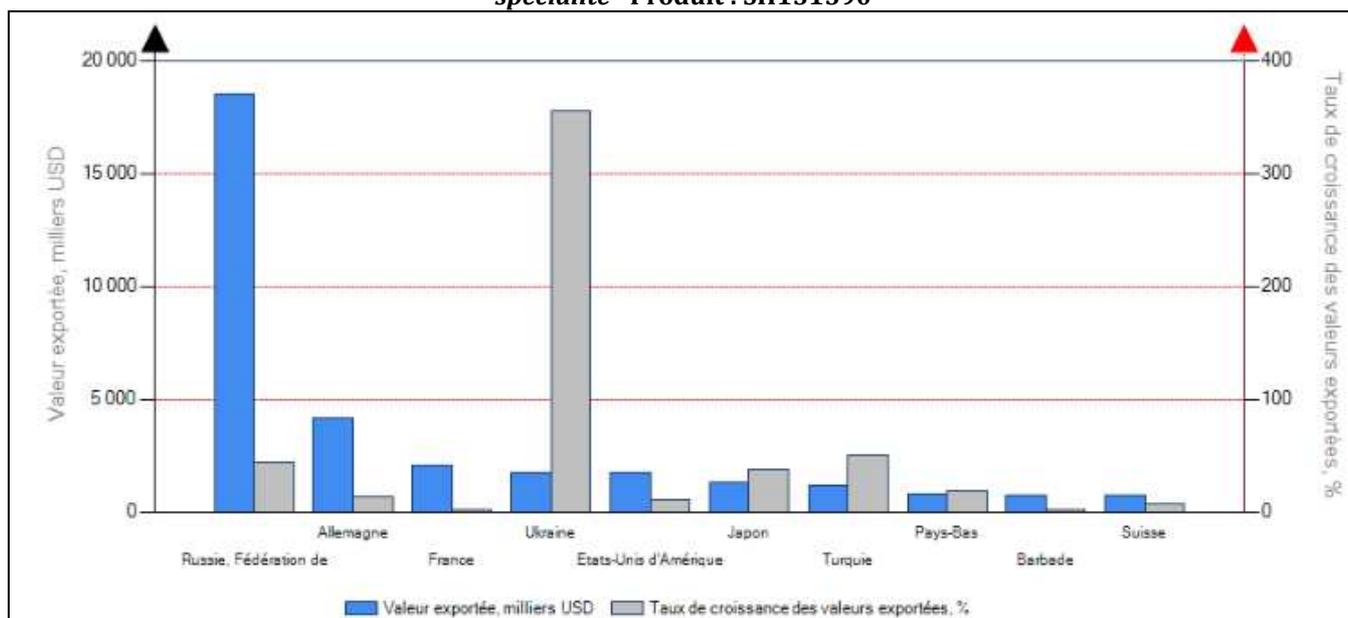


Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap.

En moyenne, près de 43% des exportations suédoises annuelles sont en destinées vers la Russie, contre 14% vers l'Allemagne, 7% vers la France, 6% vers les USA et 31% vers le reste du monde (53 pays fournisseurs) durant la même période de référence. En 2018, les exportations à destination de la Russie se sont élevées à 18 540 kUSD (4 985 tonnes), 4 140 kUSD (1 283 tonnes) vers l'Allemagne, 2 053 kUSD (586 tonnes) vers la France, 1 779 kUSD (331 tonnes) vers les USA et 1 295 kUSD (51 tonnes) vers le Japon.

Parmi les pays clients d'huiles végétales de spécialité de la Suède, (voir graphique ci-dessous), les exportations à destination de l'Ukraine ont affiché la plus grande progression entre 2014 et 2018 avec un taux de croissance annuel de +356%, suivie par le Mexique (+52%), la Turquie (+50%), la Russie (+44%), le Japon (+37%) et la Corée (+31%). En revanche, les exportations vers le Royaume-Uni et la Belgique ont accusé une régression courant la période de référence avec respectivement -26% et -25%.

Graphique : Valeur exportée (2018) et taux de croissance des valeurs exportées (2014-18) d'huiles végétales de spécialité –Produit : SH151590

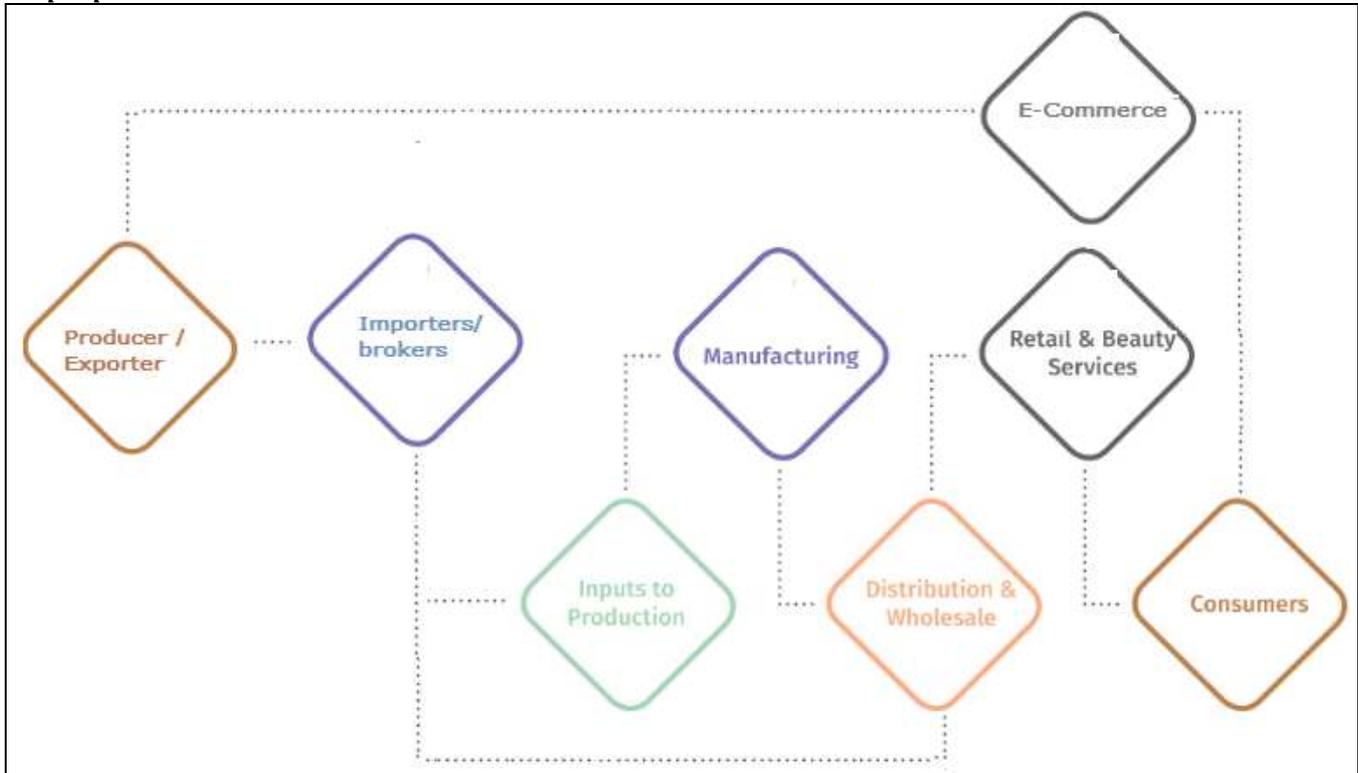


Source : TradeMap.

3.2. Identification et analyse des circuits de distribution existants

Le graphique ci-dessous synthétise les circuits de distribution des produits cosmétiques tel qu'il a été identifié auprès de différentes sources de données.

Graphique : Circuit de distribution



Source : Traitements KWC à partir de différentes sources de données.

La vente au détail en magasin continue de dominer les parts de marché suédois où les produits de beauté et de soins personnels sont vendus dans les magasins de santé et de beauté, les magasins de beauté, les pharmacies, les grands magasins, les spas, les hypermarchés, les épicerie et via le commerce électronique.

Comme il l'a été mentionné ci-haut dans le texte, plus le produit **apparaît médicinal**, mieux il est reçu et en fait perçu comme étant de meilleure qualité au Suède. Les pharmacies indépendantes constituent désormais un canal de distribution intéressant pour les huiles végétales biologique et naturelles. En effet, étant donné que les médicaments sur ordonnance sont réglementés par les autorités avec un bénéfice limité, les pharmacies ont traditionnellement fortement compté sur les ventes de gré à gré (en vente libre). Ces dernières années, les gouvernements nordiques ont déréglementé les ventes de gré à gré, les rendant disponibles dans les épicerie et laissant aux pharmacies le besoin d'une nouvelle stratégie de vente. De nombreuses pharmacies ont donc élargi leur gamme de produits de beauté (les pharmacies sont réglementées par le ministère de la Santé pour ne vendre que des produits naturels, appropriés et en accord avec la fonction générale des pharmacies). Avec l'introduction des cosmétiques, du soleil et des soins de la peau, certaines pharmacies connaissent aujourd'hui une augmentation substantielle de leurs ventes.

Selon KOSMETICAWORLD, bien qu'il n'y ait pas beaucoup d'entreprises proposant des cosmétiques naturels, la demande pour cette catégorie de produits est en augmentation. Environ 40 marques **de cosmétiques naturels et biologiques** sont distribuées par l'intermédiaire de huit détaillants (voir aperçu dans le tableau ci-dessous) à savoir The Body Shop, Medstop Apotek, Åhlens, Kronans Droghandel, Apoteket, Nature Livets apotek, Life-Naturligt Hälsa et Kicks.

Tableau : Aperçu de quelques distributeurs de cosmétique naturels et biologiques

Distributeur	Bref aperçu
The Body Shop	Crée en 1976 à Brighton en Angleterre, la vision de « The Body Shop » est d'être une entreprise pionnière qui travaille pour un monde meilleur pour les personnes, les animaux et l'environnement. Avec le lancement du commerce communautaire en 1987, l'entreprise était à la pointe du commerce équitable dans l'industrie de la beauté. Aujourd'hui, elle collabore avec des fournisseurs dans plus de 20 pays et contribue en même temps à une stabilité économique accrue et à des conditions de travail équitables dans les communautés locales. Parmi sa gamme, on trouve l'huile d'argan du Maroc, l'huile de nigelle d'Egypte, l'huile de lavande de France, l'huile de menthe poivrée d'Angleterre, l'huile du babassu du Brésil, l'huile de citronnelle de Thaïlande, l'huile de marula de Namibie, l'huile d'ximenia du Namibie, l'huile de sésame du Nicaragua, l'huile de noix brésilienne du Pérou, l'huile du kuku d'Hawaï, l'huile de graines de camélia de Chine, l'huile de rose musquée du Chili. Pour plus d'informations sur ces huiles, veuillez consulter le site : www.thebodyshop.com/sv-se/alla-ingredienser
Medstop Apotek	Medstop AB, une chaîne de pharmacies suédoise avec 69 pharmacies détenues par la société de capital-risque Segulah, a été créée en 2010 dans le cadre de la liquidation du monopole de la pharmacie. Medstop a réalisé un chiffre d'affaires d'un peu plus de 2,8 milliards SEK. Le principal marché géographique de Medstop était dans les villes moyennes à grandes du sud et du centre de la Suède, et la zone de chalandise s'étendait à Uppsala. Au printemps 2013, Medstop a été acheté par Oriola KD, également oggel Kronans. Le 2 décembre 2013, les deux chaînes de pharmacies ont fusionné avec le nom de Kronans Droghandel Apotek AB. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site : www.medstop.se
Åhlens	L'entreprise familiale Åhléns a été fondée à Insjön en 1899 et est aujourd'hui l'une des marques les plus fortes de Suède, avec 57 magasins en Suède et le commerce électronique via ahlens.se . Åhléns a un chiffre d'affaires de 4,8 milliards. Åhléns Outlet, Beauty Bargain et Designorget sont des filiales. Åhléns fait partie du groupe de vente au détail Axel Johnson AB. Pour plus d'informations sur la gamme de soins de la peau commercialisée, veuillez consulter le site : www.ahlens.se/Skonhet/hudvard-744356
Kronans Droghandel	Kronans Droghandel Apotek AB, faisant affaire sous le nom de Kronans Apotek, est une société de pharmacie suédoise. La chaîne de pharmacies appartient à la société finlandaise Oriola Oyj-KD. Kronans Apotek est l'une des plus grandes chaînes de pharmacies de Suède avec plus de 325 pharmacies dans toute la Suède, de Trelleborg au sud à Malmberget au nord. Pour plus d'informations sur la gamme de produits de soins de la peau, veuillez consulter le site : www.kronansapotek.se/Hudv%C3%A5rd/c/hudvard
Apoteket	Apoteket AB est un détaillant public de produits pharmaceutiques en Suède qui détenait auparavant un monopole sur la vente au détail de médicaments dans le pays. Anciennement dénommée Apoteksbolaget, la société est une entreprise publique relevant du ministère des Finances. Avec 394 pharmacies à travers la Suède, Apoteket a l'ambition d'être le premier acteur de la santé en Suède. Pour de plus amples informations sur la gamme offerte, veuillez consulter le site : www.apoteket.se
Life – Naturligt Hälsa	Life est la chaîne de santé leader du marché dans la région nordique avec un total de 334 magasins répartis en Suède, en Norvège et en Finlande et environ 775 000 membres de club. Le groupe Life compte environ 381 employés et un chiffre d'affaires de 1,2 milliard SEK en 2017. Au total, y compris les magasins membres et franchisés, Life en Suède, en Norvège et en Finlande a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards SEK en 2017. Pour plus d'informations sur la gamme de produits de soins de la peau, veuillez consulter le site : www.lifebutiken.se/skonhet/hudvard

Kicks	KICKS est la première chaîne de beauté de la région nordique et propose un concept complet dans les domaines du maquillage, des parfums, des soins de la peau et des cheveux. Avec des experts en beauté bien formés dans 250 magasins en Suède, en Norvège et en Finlande et une solution omnicanal moderne, où magasin physique et commerce électronique sont intégrés, KICKS propose des services de beauté personnalisés et inspirants et environ 25000 produits de 300 marques. KICKS propose une large gamme de soins de la peau adaptés à tous les types de peau. Pour plus d'informations sur la gamme de produits de soins de la peau, veuillez consulter le site : www.kicks.se/hudvard
-------	---

Source : Traitements KWC à partir de diverses sources de données.

Il est important de signaler qu'il est très rare que les petits exportateurs des pays en développement approvisionnent directement les transformateurs et fabricants européens. Il peut être difficile pour les petits exportateurs de fournir des volumes et une qualité suffisants à des délais de livraison courts. De plus, les transformateurs et les fabricants ne veulent généralement pas acheter des ingrédients d'un grand nombre de fournisseurs. Les importateurs distributeurs suédois constituent le point d'entrée le plus important sur le marché. Ils fourniront l'ingrédient aux transformateurs ou directement aux fabricants de cosmétiques pour certains produits. Les fabricants de cosmétiques utilisent généralement des volumes relativement faibles et préfèrent acheter auprès de distributeurs réputés qui peuvent réduire les risques. De plus, les distributeurs ou agents peuvent aider les petits exportateurs à créer une demande pour de nouveaux extraits. Il est donc recommandé de s'associer avec un **importateur et/ou un distributeur** lorsqu'on souhaite faire des affaires en Suède. De manière générale, les importateurs et les distributeurs sont intéressés par des **relations à long terme** avec des **fournisseurs engagés** pour assurer la qualité des produits ainsi que des livraisons précises.

	<p><i>Quel que soit le canal que vous sélectionnez ou le segment que vous ciblez, il est fortement recommandé de construire une relation de travail à long terme avec vos clients/partenaires. Aussi, il est fortement recommandé de bénéficier de l'expérience et des connaissances des importateurs/distributeurs suédois au lieu de contacter directement les utilisateurs finaux.</i></p>
--	---

Quant au e-commerce, la Suède occupe une position de leader en tant que nation du commerce électronique par rapport au reste des pays nordiques. Le pourcentage de consommateurs qui achètent en ligne en Suède (tous produits confondus) est le plus élevé des pays nordiques, et les Suédois se sont montrés prêts à essayer de nouveaux outils pour rationaliser leurs achats et simplifier la vie quotidienne. Selon des études, la principale raison pour laquelle les Suédois achètent en ligne plutôt qu'en magasin est qu'ils peuvent faire leurs achats quand ils le souhaitent. Des choix plus variés et des produits de meilleure qualité et à prix plus bas sont les autres facteurs attrayants pour l'achat en ligne.

En moyenne, 66% de la population suédoise effectuent des achats en ligne chaque mois ; de ce fait, cette communauté est la plus élevée des pays nordiques avec 3,6 millions de consommateurs. En 2017, chaque personne dépensait en moyenne 233 dollars par achat en ligne. Les Suédois préfèrent acheter sur des sites locaux. Cependant, les vendeurs étrangers sont également populaires. Le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Chine et les États-Unis sont des pays populaires pour effectuer des achats. En 2017, les produits transfrontaliers achetés en ligne les plus populaires sont les vêtements et chaussures, suivis des appareils électroniques pour la maison, des médias, des articles de sport, des soins de beauté et de santé.

41% des acheteurs en ligne ont effectué au moins un achat par mois sur leur mobile, le plus haut taux de Scandinavie (ils utilisent leur téléphone portable pour acheter 21% de plus que le reste de la population des pays nordiques). Les consommateurs suédois se tournent de plus en plus vers les médias sociaux pour rechercher des produits spécifiques qu'ils souhaitent acheter. Les médias sociaux jouent également un rôle important dans le e-commerce transfrontalier. Pour cette raison, les entreprises concentrent désormais leurs stratégies marketing sur Facebook, Instagram et les blogs.

3.3. Identification des exigences des acheteurs ou exigences d'accès au marché

Le règlement UE 1223/2009²⁵ et d'autres actes législatifs en matière d'ingrédients naturels pour les cosmétiques s'appliquent lors de la commercialisation des produits cosmétiques en Suède. Ces exigences comprennent:

- des produits et une documentation d'entreprise bien structurés à fournir aux acheteurs;
- enregistrement, évaluation et autorisation des produits chimiques (REACH). Les huiles végétales non chimiquement modifiées n'ont pas besoin d'être enregistrées;
- Classification, étiquetage et emballage des produits chimiques (CLP). Vous pouvez également discuter de cette exigence avec le transitaire ou la société de transport, qui se fera généralement un plaisir de vous conseiller.

A côté de ces exigences européennes, selon l'association suédoise KOHF, il existe quelques **exigences locales suédoises** dont on peut citer :

- **Exigences linguistiques** (règlement suédois 2013: 413 se référant au règlement sur les cosmétiques 1223/2009) : les exigences d'étiquetage telles que les mesures de précaution (art. 19.1.d) et la fonction du produit (art. 19.1.f) doivent être en suédois (règlement national SFS 2013: 413 , modifié par SFS 2014: 241). Quelques mots, principalement anglais ou français, pourraient cependant être considérés comme des mots établis lors de la communication avec le consommateur ou l'utilisateur final suédois. Veuillez consulter SAOL , liste des mots de l'Académie suédoise, pour obtenir des conseils, ou contactez le NCA, l'Agence des produits médicaux. Les mesures de précaution obligatoires à étiqueter conformément à d'autres actes législatifs, par exemple les aérosols, doivent également être en suédois.
- **Taxes nationales et notifications aux autorités suédoises compétentes** : Si vous importez des cosmétiques en Suède depuis un pays tiers ou si la personne responsable est suédoise, des mesures supplémentaires doivent être prises :
 - ✓ Frais annuels (liés aux notifications au CPNP) à l'Autorité Nationale Compétente des Cosmétiques, l'Agence des Produits Médicaux (avis: l'inscription (notification uniquement au CPNP) est cependant ouverte à toutes les entreprises).
 - ✓ Notification des mélanges contenant de l'alcool (cosmétiques et autres) à l'Agence de la santé publique de Suède s'ils répondent à la définition selon SFS 2010: 1622 (loi sur l'alcool): les préparations alcoolisées sont des mélanges contenant plus de 2,25% en volume d'éthanol, non destinés à la consommation.
- **Interdiction nationale suédoise des microplastiques dans les cosmétiques à rincer** : À partir du 1^{er} juillet 2018 (mise sur le marché) et du 1^{er} janvier 2019 (mise à disposition), seront interdits:
 - ✓ les particules de plastique (définition REACH, article 3.5) qui sont ajoutées à ces produits dans le but de nettoyer, frotter ou polir et
 - ✓ avoir une taille inférieure à cinq millimètres dans n'importe quelle dimension,
 - ✓ et sont insolubles dans l'eau.
 - ✓ Sont exemptés les polymères naturels.
- **Allégations de commercialisation des cosmétiques - règlement UE 655/2013 et directives** : La loi suédoise sur la commercialisation SFS 2008:486 régleme nte par exemple la commercialisation trompeuse et déloyale. Étant donné que la Suède est membre de l'Union européenne, l'acte juridique spécifique de l'UE, le règlement de l'UE 655/2013 sur les allégations de commercialisation des produits cosmétiques s'applique en Suède. Le document technique de la Commission européenne est également un outil important. Un domaine de réclamations mis en évidence dans le document technique est celui des réclamations dites «exemptes de». Plusieurs aspects de ces réclamations sont traités dans le document technique. Bien que la commercialisation trompeuse et déloyale soit déjà réglementée dans la loi suédoise sur la commercialisation depuis avant la réglementation et les orientations de l'UE, le document technique ajoute que "les nouveaux éléments qui y figurent devraient être applicables à compter du 1^{er} juillet 2019".

²⁵ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:en:PDF>

A côté des exigences réglementaires européennes et suédoises, selon le CBI, de nombreux acheteurs ont des exigences supplémentaires qui peuvent aller au-delà de la législation et des normes. Ces éléments sont définis dans les spécifications de l'acheteur et incluent les exigences suivantes:

- fournir un niveau de qualité bon et fiable en suivant des pratiques de base telles que l'analyse des risques et les points de contrôle critiques, ou les bonnes pratiques de fabrication de la Fédération européenne des ingrédients cosmétiques²⁶ si vous voulez en faire plus;
- être un fournisseur durable afin d'assurer la disponibilité future de vos ingrédients. Évitez la surexploitation des plantes sauvages, offrez des salaires décentes à vos collectionneurs et assurez-vous de pouvoir fournir une qualité et une quantité stables d'huiles essentielles. La certification de ces pratiques durables n'est qu'une exigence pour des marchés de niche;
- montrer de bonnes pratiques en matière de responsabilité sociale des entreprises telles que l'élaboration d'un code de conduite et l'amélioration de vos performances dans des domaines clés (par exemple, interdire le travail des enfants et limiter les dommages à l'environnement).

Dans ce sens, la première enquête²⁷ sur le segment suédois des **cosmétiques naturels et biologiques** menée conjointement par NOC SWEDEN et BUSINESS SWEDEN et qui a porté à la fois sur les marques certifiées et non certifiées, a mentionné que le segment de marché étudié (NOC-Natural & Organic Cosmetics) n'est ni réglementé ni défini par la loi de la même manière que le secteur des aliments biologiques. Selon Henrik Olténg, Coordinateur de l'enquête, les marques certifiées représentent environ 20% des ventes, ECOCERT et COSMOS²⁸ dominant actuellement la certification parmi les marques certifiées participantes²⁹.

A titre d'exemple, tous les ingrédients³⁰ de l'enseigne suédoise MARIA AKERBERG contribuent à une production et une consommation durables et font partie d'un cycle durable. Cependant, tous ne sont pas certifiés biologiques. Certaines de ses matières premières sont extraites du sol et ne peuvent donc pas être certifiées comme matières premières cultivées. L'argile et l'oxyde de fer en sont des exemples. Cependant, la plupart d'ingrédients utilisés par l'enseigne ont une sorte d'écolabel indépendant et dont on peut citer : ABCERT (abcert.de), RSPO (rspo.org), QC&I (qci.de), BDIH (bdih.de), Association des sols (solassociation.org), Agriculture biologique (organic-farming.europa.eu), Farm Verified Organic (ics-intl.com), NaTrue (natrue.org), COSMOS (cosmos-standard.org), KRAV (krav.se), Austria Bio Garantie (abg.at), Australian Certified Organic (aco.net.au). En plus, tous les ingrédients sont contrôlés en laboratoire avant d'être autorisés à être utilisés dans les produits finaux qui sont testés sur l'homme, jamais sur l'animal. Toutes les expérimentations animales sont actuellement interdites dans l'UE et selon le Règlement UE n° 655/2013, ce n'est pas non plus quelque chose qui peut être communiqué comme un avantage. Les allégations selon lesquelles un produit présente des avantages spécifiques ne sont pas autorisées si ces avantages sont uniquement dus à des exigences légales.



La certification des huiles de pépins de figues de barbarie peut ajouter un plus à l'histoire de marketing. La certification biologique en particulier peut être intéressante pour les huiles de graines de fruits. Vous pouvez utiliser cette certification pour cibler les cosmétiques biologiques. La certification commerce équitable est moins pertinente pour les huiles de graines de fruits. Cependant, vous pouvez utiliser cette certification pour soutenir votre revendication éthique. De plus, si les acheteurs n'ont pas besoin de la certification Fair Trade tout de suite, des acheteurs spécialisés peuvent vous demander de devenir certifiés afin de soutenir vos démarches d'exportation.

²⁶ <http://effci.com>

²⁷ L'enquête menée auprès de 60 marques, est une initiative conjointe de l'association professionnelle NOC Sweden et Business Sweden. Pour plus d'informations, veuillez vous référer au site : www.mynewsdesk.com/se/nocsweden/pressreleases/ekologisk-hudvaard-vaexer-starkt-2551627

²⁸ Pour plus d'informations, veuillez vous référer au site : <http://cosmos-standard.org>

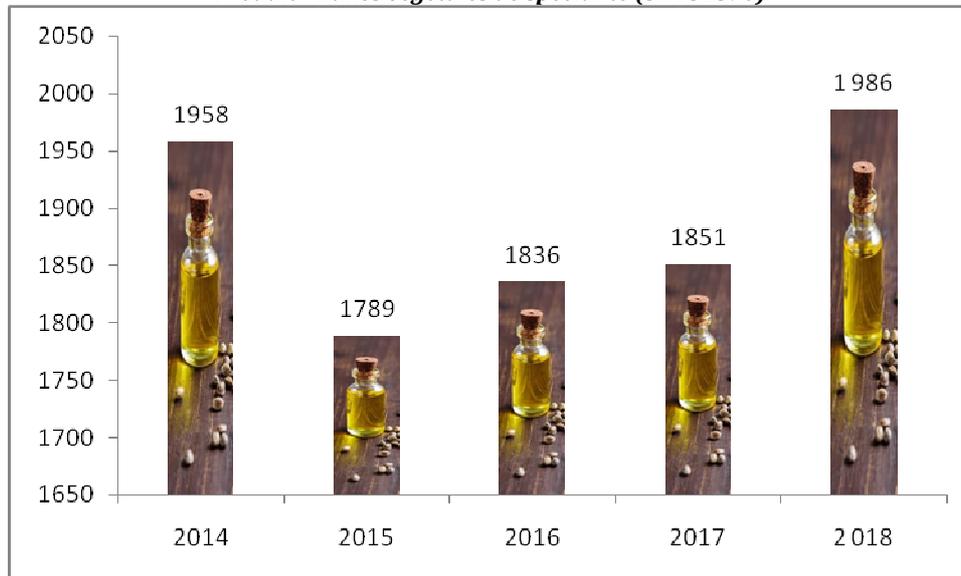
²⁹ <https://www.naturalproductsglobal.com/europe/swedens-natural-and-organic-cosmetics-market-grew-22-2-in-2017/>

³⁰ <https://mariaakerberg.com/page/ingredienser>

3.4. Identification de l'éventail des prix sur le marché

Le graphique ci-après retrace l'évolution des valeurs unitaires moyennes de la tonne importée au Suède de 2014 à 2018. Après une chute en 2015 à 1 789 USD en moyenne, la valeur unitaire de la tonne importée a accusé hausse soutenu de 2015 à 2018 pour atteindre une valeur moyenne de 1 986 USD en 2018. Durant la période de référence, la tonne importée s'est évaluée à une moyenne annuelle de 1 884 USD.

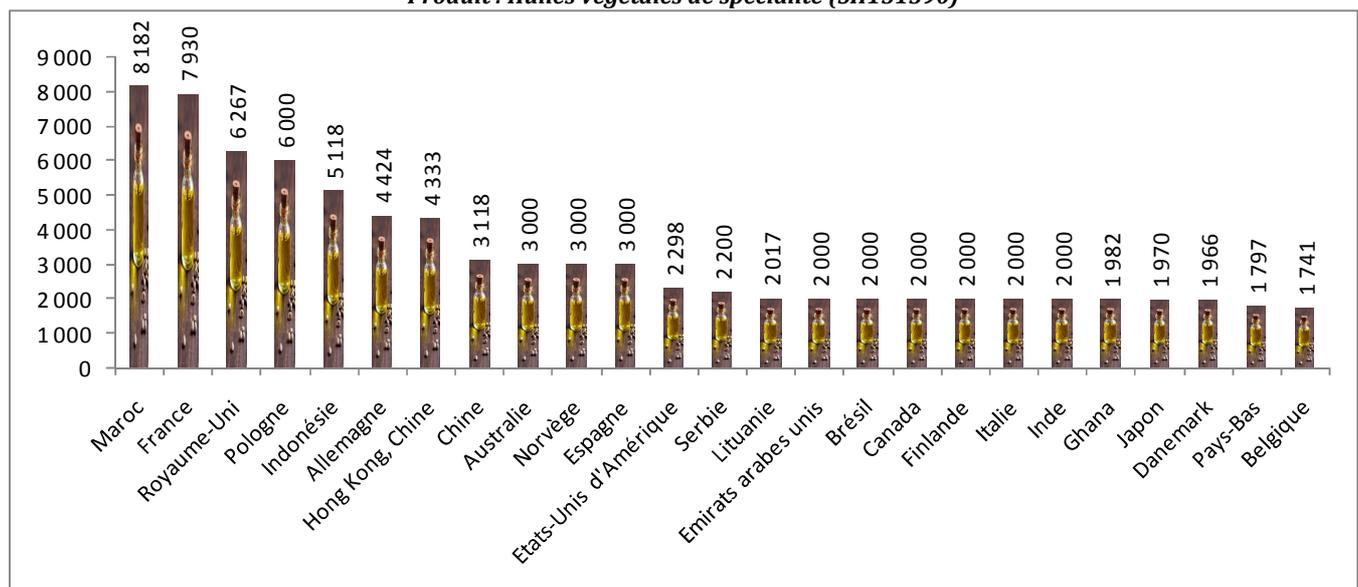
Graphique : Valeur unitaire de la tonne importée au Suède de 2014-2018 (CIF en USD)
Produit : Huiles végétales de spécialité (SH151590)



Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap

Le graphique ci-après retrace la ventilation des valeurs unitaires moyennes de la tonne importée au Suède en 2018 classés par ordre décroissant selon les pays fournisseurs. A l'exception de l'Autriche où la valeur unitaire s'est élevée à 18 000 USD (la valeur unitaire élevée déclarée pour cette année est probablement liée à une anomalie dans les données commerciales rapportées), les importations en provenance du Maroc se sont classées au 1^{er} rang côté valeurs unitaires CIF avec une moyenne de 8 182 USD la tonne importée, contre 7 930 USD pour la France et 6 267 USD pour le Royaume-Uni.

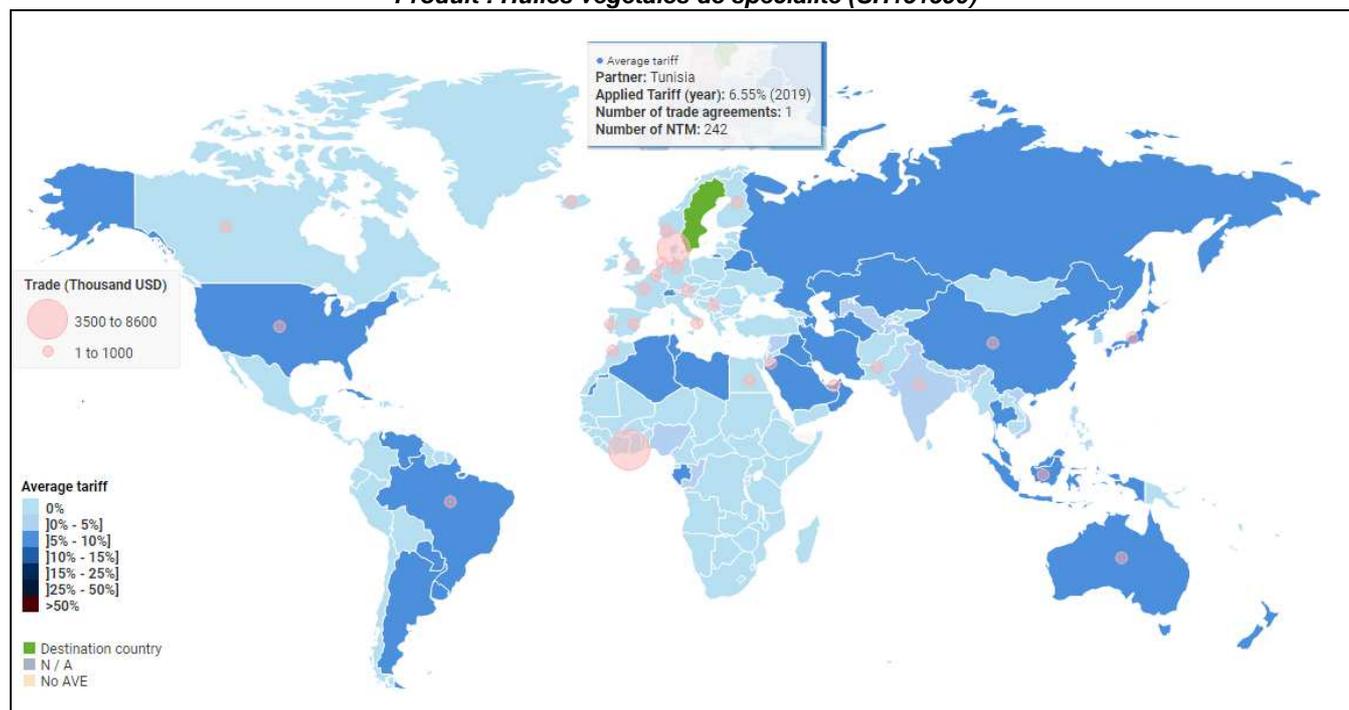
Graphique : Ventilation de valeur unitaire de la tonne importée au Suède auprès des pays fournisseurs en 2018
Produit : Huiles végétales de spécialité (SH151590)



Source : Traitements KWC à partir de données TradeMap

Au prix CIF s'ajoutent les droits de douane, les autres taxes à la consommation (s'ils existent) et la TVA (25%). Le tarif effectivement appliqué par le Suède aux importations en provenance de la Tunisie est 6,55% (voir graphique ci-dessous).

Graphique: Répartition géographique des tarifs appliqués par la Suède à tous les pays exportateurs
Produit : Huiles végétales de spécialité (SH151590)



Source : MacMap

Plus le nombre d'intervenants dans la chaîne de distribution est élevé, plus ***l'empilement des marges*** est conséquent et le prix final sera élevé (perte de compétitivité). D'une manière générale, il est courant dans la région nordique que les détaillants exigent une marge brute de 40-55% et les importateurs/distributeurs entre 25-55%, pour les marques de masse et considérablement plus pour les marques premium.



Comme l'huile de pépins de figes de barbarie est un produit nouveau et afin d'affiner les analyses sur les prix, il est fortement conseillé d'effectuer une étude de marché approfondie et d'en déterminer le prix psychologique. Il est à rappeler que le prix du produit sur les marchés internationaux varie de 700 à 1000 EUR le litre.

3.5. Identification et analyse des moyens de promotion sur le marché

Plusieurs moyens de promotion existent sur le marché suédois et dont on peut citer les foires et salons spécialisés, la presse spécialisée, les médias sociaux et la promotion via les associations professionnelles (pour la recherche de prospects). Le tableau ci-après en synthétise les principaux moyens de promotion sur le marché cible.

Tableau : Principaux moyens de promotion sur le marché ciblé

Salons spécialisés et foires	Associations professionnelles	Presse spécialisée	
FIT FOR LIFE WKND: ACADERMIA www.acadermia.se/	NOC SWEDEN (association et organisation commerciale à but non lucratif pour les cosmétiques biologiques naturels) www.nocsweden.se/en-GB	TIDNINGEN KOSMETIK AB (le plus ancien magazine professionnel suédois pour tous les acteurs de l'industrie de la beauté) www.tidningenkosmetik.se	
ALLT FÖR HÄLSAN www.alltforhalsan.se/	SWEDISH COSMETICS, DETERGENTS AND TOILETRIES ASSOCIATION (KTF) www.ktf.se		
SWEDISH BEAUTY & COSMETICS AWARDS www.beautyawards.nu/	SWEDISH BEAUTICIANS ASSOCIATION www.shr.nu		DAISY BEAUTY www.daisybeauty.com
APOTEK & EGENVÅRD www.easyfairs.com/sv/events_2016/apotek-egenvaard	SVENSKT VÄXTSKYDD (Association professionnelle des entreprises suédoises de protection des végétaux) www.svensktvaxtskydd.se		LIFESTYLE MAGAZINE (le premier premier magazine de luxe en Suède) https://www.lifestyleworld.se/beauty/
HUD & KOSMETIK www.hudochkosmetikmassan.se	KOSMETIK- OCH HYGIENFÖRETAGE (The Swedish Cosmetics, Toiletries and Detergents Association (KoHF)) www.kohf.se/		
NATURAL ORGANIC COSMETICS www.nocsweden.se/			
NATURAL PRODUCTS SCANDINAVIA www.naturalproductsscandinavia.com			
STOCKHOLM BEAUTY WEEK www.stockholmbeautyweek.se/hem/			

Source : Traitement KWC à partir de diverses sources de données.

Il est important de signaler en outre que les consommateurs suédois sont extrêmement connectés en ligne et les **médias sociaux** jouent un rôle important dans leur vie quotidienne. C'est particulièrement le cas des jeunes de 18 à 23 ans qui ont numérisé leur vie sociale et jouent un rôle actif dans la génération «YouTube». Certaines des chaînes/personnalités YouTube les plus populaires qui répondent à cette tranche d'âge, se concentrent uniquement sur le style et les cosmétiques, et ont un public étonnamment important. En juillet 2018, les réseaux de médias sociaux les plus populaires du pays classés par part de marché étaient Facebook (65,24%), Twitter (10,05%), Pinterest (8,35%), Instagram (7,09%), YouTube (5,56%) et Tumblr (1,82%).



Les tendances changent constamment et la chasse intense aux « likes », « l'effet du premier arrivé » et l'effet «-suiveur » sur les médias sociaux, crée une plate-forme intéressante pour les nouveaux acteurs du marché des cosmétiques en Suède.

Contacts :



28, Avenue du Lac du Nord,
Les Jardins du Lac, Tunisia

info@sippo.tn
www.sippo.tn
+216 71 19 66 95