



## INTERNACIONALIZAÇÃO das micro e pequenas empresas

# Mercado de Cosméticos Afro na França

Um estudo realizado pelo Núcleo de Pesquisas em  
Negócios Internacionais (NUPIN) da PUC-Rio  
para o Sebrae Nacional



# Índice

## ESTUDO SOBRE O MERCADO DE COSMÉTICOS AFRO DA FRANÇA

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO</b>	3
<b>INTRODUÇÃO</b>	4
<b>CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MERCADO FRANCÊS</b>	4
Geografia e demografia . . . . .	4
Economia . . . . .	5
Organização política . . . . .	6
<b>MERCADO DE COSMÉTICOS AFRO DA FRANÇA</b>	6
Produtos . . . . .	6
Exportações de cosméticos da França . . . . .	7
Importações de cosméticos da França . . . . .	7
Concorrência no mercado de cosméticos da França . . . . .	9
Importadores/distribuidores no mercado de cosméticos afro da França . . . . .	12
Comportamento do consumidor de cosméticos afro francês . . . . .	13
<b>ASPECTOS LIGADOS ÀS PRÁTICAS DE NEGÓCIOS NA FRANÇA</b>	14
Negociações . . . . .	14
<b>ASPECTOS DE MARKETING</b>	15
Preços e tarifas . . . . .	15
Marcas . . . . .	16
Canais de distribuição . . . . .	17
Feiras . . . . .	18
<b>OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO</b>	18



## SUMÁRIO EXECUTIVO

O objetivo deste estudo é oferecer subsídios aos exportadores brasileiros que desejam ingressar no mercado de cosméticos afro da França. Esse relatório trata especificamente do mercado de cosméticos para imigrantes africanos e afrodescendentes, residentes na França.

- Estima-se que existam cerca de 3 a 4 milhões de africanos e afro-descendentes na França, dos quais cerca de um milhão seria proveniente das Antilhas.
- O mercado de cosméticos afro é objeto de estimativas as mais variadas no que se refere ao número de consumidores e ao valor das compras por eles efetuadas. As estimativas em geral convergem para 40 a 50 milhões de euros. Estima-se que de 80 a 90% desse mercado seja constituído por produtos para o cabelo.
- A despesa média com produtos para tratamento dos cabelos por parte das consumidoras de produtos cosméticos afro é de 318,6 euros por ano, sendo a média nacional de 41 euros. Já no que se refere a produtos para o corpo, 36% das consumidoras apresenta um gasto médio anual de 240 euros. Em produtos de maquiagem, o gasto médio anual é de 184,8 euros. Finalmente, quanto aos produtos de cuidado da pele, 38% das afrofrancesas gastam em média 240 euros.
- A França é o líder mundial de produtos de perfumaria e cosméticos, respondendo por um pouco menos de um quarto das exportações mundiais de produtos de beleza e maquiagem e por aproximadamente 15% das exportações de produtos capilares. Além disso, grandes empresas multinacionais francesas na categoria de perfumaria e cosméticos encontram-se espalhadas por todo o mundo.
- Considerando todos os tipos de produtos de beleza e maquiagem, inclusive preparações para conservação ou cuidados da pele (código NCM 3304), a França é o 5º importador mundial desses produtos e o 6º de preparações capilares.
- Os principais países fornecedores de produtos de beleza e maquiagem para a França são Alemanha, Itália, Espanha e EUA (61,8% das importações francesas dessa categoria). No que se refere a preparações capilares, essas estão concentradas em cinco grandes fornecedores – Bélgica, Alemanha, Espanha e Itália – com 77,3% do total importado. O fornecimento de preparações capilares para ondulação ou alisamento permanentes dos cabelos ao mercado francês também se encontra concentrado nas mãos de cinco fornecedores: África do Sul, Itália, Espanha, Estados Unidos e Alemanha (88,6% do total).
- As mulheres de pele negra são fortes consumidoras de cosméticos: em relação às con-

sumidoras de pele branca, elas consomem nove vezes mais produtos para os cabelos, sete vezes mais produtos de maquiagem e cinco vezes mais produtos de cuidados com a pele. Uma característica marcante dos consumidores de cosméticos afro é a crença de que precisam de produtos desenvolvidos especialmente para atender a suas necessidades.

- Existem diversos canais de distribuição que oferecem cosméticos afro, desde as marcas de maior prestígio, vendidas em redes de perfumaria e lojas de departamento, até as mais populares, em supermercados e hipermercados. Também há lojas especializadas em cosméticos afro, assim como lojas virtuais.

## INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo é oferecer subsídios aos exportadores brasileiros que desejam ingressar no mercado de cosméticos afro da França.

Inicialmente, é importante separar o mercado francês de cosméticos étnicos como um todo do mercado de cosméticos afro. Os cosméticos étnicos cobrem diversos segmentos da população francesa bastante heterogêneos e com necessidades distintas, como é o caso dos segmentos turco, árabe-muçulmano, asiático e da África negra. Este relatório trata especificamente do mercado de cosméticos para imigrantes africanos e afrodescendentes, residentes na França, ou seja, o mercado de cosméticos afro.

O Brasil desenvolveu competências específicas para atender esse mercado, graças à grande parcela de sua população composta por afrodescendentes, que, devido à miscigenação com outras raças, exibem matizes os mais distintos de cor de pele e tipos de cabelos, fazendo do nosso país um mercado rico para

lançamentos de produtos variados dentro da categoria e possibilitando que determinadas empresas se especializem no segmento.

O esforço de entender o mercado de cosméticos afro da França não deve se esgotar nesse relatório. O exportador deve utilizá-lo como o passo inicial em sua avaliação do mercado francês para esse tipo de produtos. Outros esforços serão necessários para aprofundar os conhecimentos adquiridos.

## CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MERCADO FRANCÊS

O Quadro 1 apresenta algumas características gerais do mercado da França no que se refere a aspectos geográficos e demográficos, assim como a aspectos de sua economia.

### Geografia e Demografia

A França tem uma população total de 62,8 milhões de habitantes, com crescimento anual positivo (0,5% em 2009) e taxa de fertilidade igual a 1,97 nascimentos por mulher. Trata-se de um país predominantemente urbano, em que a população urbana constitui 77% da população total.

O nível de educação da população é bastante elevado, com apenas 1% de analfabetos e uma expectativa de 16 anos de estudo.

No que se refere à religião, 88% são católico-romanos, de 5 a 10% muçulmanos, 2% protestantes e 1% judeus.

A parcela da população francesa constituída por imigrantes e seus descendentes é calculada em torno



de 20%, ou seja, entre 12 e 14 milhões de pessoas. Estima-se que existam cerca de 3 a 4 milhões de africanos e afrodescendentes na França, dos quais cerca de um milhão seria proveniente das Antilhas. No entanto, há divergências quanto a este número. Esta população goza hoje de um poder de compra mais elevado do que no passado, levando as empresas a dar atenção especial a este segmento.

### Quadro 1 - Características Gerais do Mercado Francês

DADOS GERAIS	
<b>Geografia e Demografia</b>	
População total (milhões) - 2010	62,8
Crescimento anual da população (%) - 2010	0,5
População urbana (% sobre população total)	77
Superfície (milhares de km <sup>2</sup> )	551,5
Área cultivável (% da área total)	35,49
<b>Economia</b>	
PIB oficial (corrente US\$ bilhões) - 2009	2.110
PIB PPP ( <i>Purchasing Power Parity</i> ) – US\$ bilhões 2009	2.666
PIB oficial per capita – 2009 – em US\$	33.599
Crescimento do PIB oficial (anual %) - 2009	-2,2
% do PIB proveniente da agricultura - 2009	1,8
% do PIB proveniente da indústria - 2009	19,3
% do PIB proveniente de serviços - 2009	78,9
Inflação (anual %) - 2009	0,1
Exportações de produtos e serviços (% do PIB) - 2009	22,4
Importações de produtos e serviços (% do PIB) - 2009	25,5
Telefones celulares (por 100 habitantes)	94,4
Usuários de Internet (por 100 habitantes)	67,4

Fonte: CIA, EUA (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fr.html>)

## Economia

A França é uma economia madura, baseada fundamentalmente em serviços, que respondem por 79% do PIB oficial (versus 19% para a indústria e 1,8% para a agricultura). Considerando o PIB segundo a paridade do poder de compra (PPP), a França ocupa o nono lugar no ranking mundial das economias desenvolvidas. No entanto, a economia francesa foi afetada pela recessão econômica mundial de 2008-2009, tendo apresentado crescimento negativo de -2,2% em 2009, versus 0,3% em 2008 e 2,3% em 2007. O país é o sexto maior exportador mundial e o quinto maior importador.

A percentagem da população que vive abaixo da linha de pobreza é de 6,2%. A taxa de desemprego era de 9,1% em 2009 e 7,4% em 2008.

## Organização Política

A França é uma república, em que o chefe de estado é o presidente da república e o chefe de governo é o primeiro ministro. O poder legislativo é formado por duas câmaras: o Senado e a Assembléia Nacional.

A organização administrativa é composta por 26 regiões, sendo 22 regiões metropolitanas (subdivididas em 96 departamentos metropolitanos) e 4 regiões exteriores (Guiana Francesa, Guadalupe, Martinica e Reunion).

## MERCADO DE COSMÉTICOS AFRO DA FRANÇA

O mercado de cosméticos afro é objeto de estimativas as mais variadas no que se refere ao número de consumidores e ao valor das compras por eles efetuadas. As estimativas em geral convergem para 40 a 50 milhões de euros. Estima-se que de 80 a 90% desse mercado seja constituído por produtos para o cabelo.

A despesa média com produtos para tratamento dos cabelos por parte de consumidoras de produtos afro francesas era de 318,6 euros por ano, sendo a média nacional de 41 euros (considerando todos os tipos de produtos para tratamento de cabelos). Já no que se refere a produtos para o corpo, 36% das consumidoras apresenta um gasto médio anual de 240 euros. Em produtos de maquilagem, o gasto médio anual é de 184,8 euros. Finalmente, quanto aos produtos de cuidado da pele, 38% das afro francesas gastam em média 240 euros.<sup>1</sup>

## Produtos

Os produtos examinados nesse relatório são apresentados, com seus respectivos códigos na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), no Quadro 2 a seguir:

Quadro 2 - Produtos Examinados segundo a NCM

Código do produto	Descrição
<b>33.04</b>	<b>Produtos de beleza ou de maquilagem preparados e preparações para conservação ou cuidados da pele (exceto medicamentos), incluídas as preparações anti-solares e os bronzeadores</b>
33.04.10.00	Produtos de maquilagem para os lábios
33.04.20.00	Produtos de maquilagem para os olhos
33.04.91.00	Pós, incluídos os compactos
33.04.99.00	Outros produtos de beleza ou de maquiagem e preparações para conservação ou cuidado da pele (exceto medicamentos)
<b>33.05</b>	<b>Preparações capilares</b>
33.05.10.00	Xampus
<b>33.05.20.00</b>	<b>Preparações para ondulação ou alisamento permanentes dos cabelos</b>
33.05.90.00	Outras preparações (incluindo brilhantinas, óleos, cremes, fixadores, tinturas e produtos descolorantes, cremes para enxaguar)



Os produtos cosméticos estão sujeitos a uma série de regulamentações, que podem ser consultadas em um relatório do Ministério das Relações Exteriores do Brasil.<sup>2</sup>

## Exportações de Cosméticos da França

A França é o líder mundial de produtos de perfumaria e cosméticos, respondendo por um pouco menos de um quarto das exportações mundiais de produtos de beleza e maquiagem (NCM 3304) nos últimos anos (cerca de 6,5 bilhões de dólares em 2008) e por aproximadamente 15% das exportações de produtos capilares (NCM 3305), equivalendo a cerca de 1,4 bilhões de dólares em 2008.

Além disso, grandes empresas multinacionais francesas na categoria de perfumaria e cosméticos encontram-se espalhadas por todo o mundo. A principal empresa do setor, a L'Oréal, é francesa.

### Quadro 3 - Exportações de Cosméticos da França nos Últimos 5 Anos

Código do Produto	Exportações de Cosméticos da França para o Mundo (em US\$ mil)				
	Valor em 2005	Valor em 2006	Valor em 2007	Valor em 2008	Valor em 2009
330410	339.163	318.833	347.938	384.120	306.128
330420	352.641	351.985	426.993	516.615	415.835
330491	161.009	163.955	191.090	263.215	181.549
330499	3.516.677	3.833.565	4.525.673	5.210.440	4.502.627
330510	567.929	622.323	764.816	794.257	679.192
330520	15.771	14.469	10.477	11.969	10.792
330590	401.152	445.970	483.302	543.244	548.387

Fonte: BrazilTradeNet

## Importações de Cosméticos da França

Considerando todos os tipos de produtos de beleza e maquiagem, inclusive preparações para conservação ou cuidados da pele (código NCM 3304), a França é o 5º importador mundial desses produtos (Quadro 4). Isso indica tratar-se de um mercado interessante para cosméticos em geral, apesar de esse país ser o primeiro exportador mundial. Não existem dados específicos disponíveis sobre as importações de cosméticos afro.

<sup>2</sup>Ministério de Relações Exteriores Depto de Promoção Comercial. O mercado francês para outros produtos de beleza ou de maquiagem e produtos capilares brasileiros. Novembro 2009. Disponível em: <http://www.braziltradenet.gov.br/PesquisasMercado/Pesquisa/frmPesqPesqMercado.aspx>. (acesso em 05 de junho de 2010).

**Quadro 4 - Posição da França entre os Principais Países Importadores de Produtos de Beleza ou de Maquiagem Preparados e Preparações para Conservação ou Cuidados da Pele nos Últimos 5 Anos (Código NCM do Produto: 3304)**

País Importador	Importações dos Principais Países Importadores de Produtos de Beleza e Maquiagem do Mundo (em US\$ mil)				
	Valor em 2005	Valor em 2006	Valor em 2007	Valor em 2008	Valor em 2009
EUA	1.097.485	1.319.784	1.494.395	1.946.318	1.623.742
Reino Unido	1.371.764	1.471.337	1.525.385	1.685.384	1.898.516
Alemanha	954.244	871.664	1.034.239	1.095.048	1.024.541
Hong Kong	586.925	564.562	584.475	825.843	984.463
França (5º)	624.663	607.659	729.159	725.635	733.728
<b>Total mundo</b>	<b>17.520.528</b>	<b>19.637.156</b>	<b>23.146.612</b>	<b>26.307.228</b>	<b>n.d.</b>

Fonte: BrazilTradeNet  
n.d. = não disponível

Observe-se que as importações da França têm aumentado ao longo dos anos, passando de cerca de 624 milhões de dólares em 2005 para 734 milhões de dólares em 2009, apesar da recessão econômica de 2008-2009.

Além disso, a França é o 6º maior importador mundial de preparações capilares em geral (Quadro 5). Observe-se, porém, que suas importações desse produto têm permanecido mais ou menos estáveis nos últimos cinco anos, com queda em 2009, provavelmente em função da recessão econômica.

**Quadro 5 - Posição da França entre os Principais Países Importadores de Preparações Capilares nos Últimos 5 Anos (Código NCM do Produto: 3305)**

País Importador	Importações dos Principais Países Importadores de Preparações Capilares do Mundo (em US\$ mil)				
	Valor em 2005	Valor em 2006	Valor em 2007	Valor em 2008	Valor em 2009
EUA	405.994	454.713	620.238	605.250	645.470
Reino Unido	463.021	500.425	563.760	599.468	562.939
Canadá	329.591	395.753	417.005	479.566	458.874
Alemanha	411.794	392.556	428.907	471.319	439.650
Rússia	235.111	292.830	422.576	478.094	403.002
França (6º)	338.073	373.138	372.282	398.402	371.809
<b>Total mundo</b>	<b>7.058.205</b>	<b>7.842.828</b>	<b>9.143.453</b>	<b>10.099.342</b>	<b>n.d.</b>

Fonte: BrazilTradeNet  
n.d. = não disponível



No que se refere especificamente a produtos para ondulação ou alisamento dos cabelos (NCM 330520), de especial interesse para o segmento de cosméticos afro, a França ocupa o 4º lugar no ranking dos países importadores, um indicador do potencial desse segmento (Quadro 6).

**Quadro 6 - Posição da França entre os Principais Países Importadores de Preparações Capilares para Ondulação ou Alisamento Permanentes dos Cabelos nos Últimos 5 Anos (Código NCM do Produto: 330520)**

País Importador	Importações dos Principais Países Importadores de Preparações Capilares para Ondulação ou Alisamento Permanentes dos Cabelos do Mundo (em US\$ mil)				
	Valor em 2005	Valor em 2006	Valor em 2007	Valor em 2008	Valor em 2009
EUA	6.596	7.210	41.312	36.779	30.832
Alemanha	6.718	6.755	7.929	12.401	20.540
Reino Unido	13.661	15.653	15.524	19.423	19.343
França (4º)	12.180	12.577	8.722	10.525	10.089
<b>Total mundo</b>	130.124	147.166	199.820	191.290	n.d.

Fonte: BrazilTradeNet  
n.d. = não disponível

No entanto, houve queda acentuada das importações em 2007, com alguma recuperação em 2008 e 2009, sem voltar aos níveis anteriores. Pode-se atribuir essa queda à crise econômica, que atingiu fortemente os imigrantes, em particular africanos, reduzindo o poder de compra desse segmento, que é forte usuário de produtos para alisamento dos cabelos.

## Concorrência no Mercado de Cosméticos da França

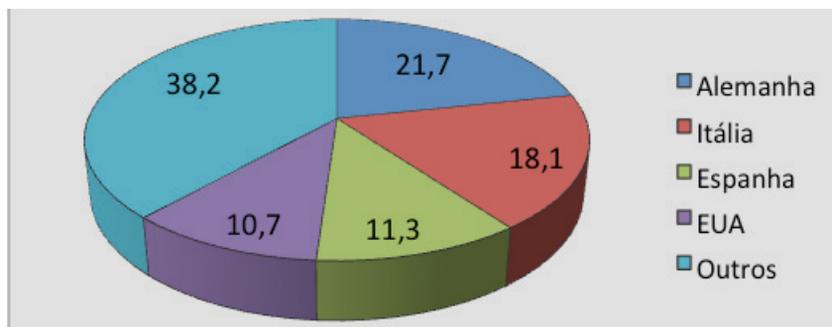
Há forte concorrência no segmento do mercado francês de cosméticos importados, com diversos países fornecedores.

Deve-se chamar a atenção, porém, para o fato de que os principais concorrentes nesse mercado não são os produtos importados, mas os próprios fabricantes franceses que, como vimos, dominam o mercado mundial. No entanto, no que se refere ao segmento de cosméticos afro, há boa presença de produtos importados.

### Produtos de Beleza ou de Maquiagem Preparados e Preparações para Conservação ou Cuidados da Pele (3304)

Os principais países fornecedores de produtos de beleza e maquiagem são Alemanha, Itália, Espanha e EUA, que, juntos, respondem por 61,8% das importações francesas dessa categoria (Figura 1).

**Figura 1 - Participação dos Principais Países Fornecedores nas Importações de Produtos de Beleza ou de Maquiagem Preparados e Preparações para Conservação ou Cuidados da Pele (Código NCM 3304) da França em 2008 (em %)**

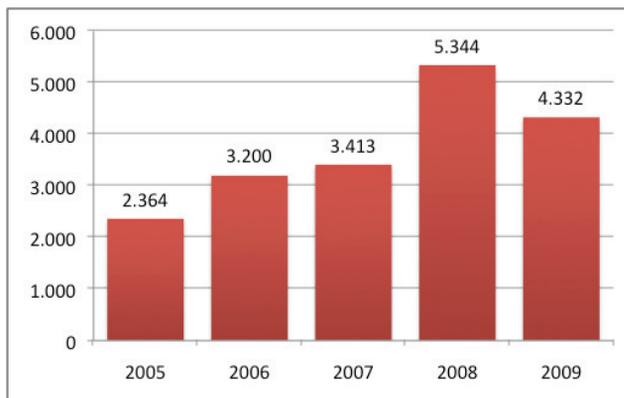


Fonte: BrazilTradeNet

O Brasil ocupa o 17º lugar como país fornecedor do mercado francês de produtos de beleza ou de maquiagem preparados e preparações para conservação ou cuidados da pele, e sua participação (market share) é de apenas 0,5% do mercado, sendo, portanto, pouco significativa.

No entanto, como se pode observar na Figura 2, o volume vem aumentando nos últimos anos, observando-se uma queda em 2009, como resultado da retração desse mercado pela crise econômica. Em linhas gerais, pode-se concluir, porém, que há espaço para o crescimento das exportações brasileiras para o mercado francês, em função da dinâmica demonstrada pelas exportações brasileiras no período de 2005 a 2008. Não há informações específicas com relação a cosméticos afro.

**Figura 2 - Evolução das Importações de Produtos de Beleza ou de Maquiagem Preparados e Preparações para Conservação ou Cuidados da Pele do Brasil pela França (em milhares de dólares)**



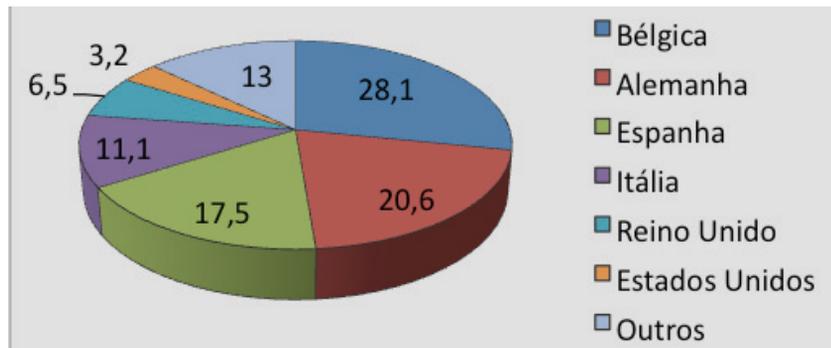
Fonte: BrazilTradeNet



### Preparações Capilares (3305)

As importações de preparações para o cabelo pela França estão concentradas em quatro grandes fornecedores: Bélgica, Alemanha, Espanha e Itália que, juntos, respondem por 77,3% do total importado (Figura 3).

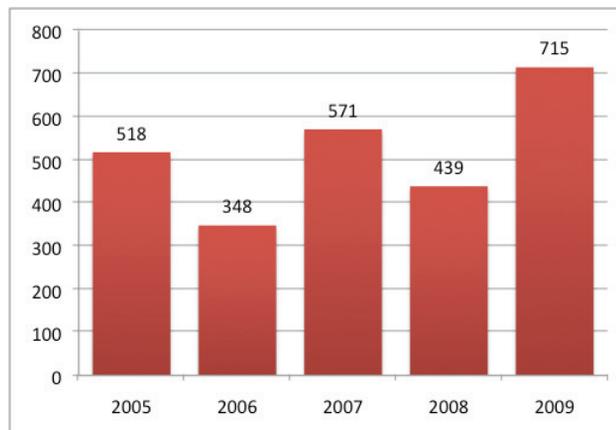
**Figura 3 - Participação dos Principais Países Fornecedores nas Importações de Preparações Capilares da França em 2008 (em %)**



Fonte: BrazilTradeNet

Já no que se refere à posição do Brasil como fornecedor de preparações para cabelo ao mercado francês, verifica-se que tem havido bastante variação no período examinado, de 2005 a 2009 (Figura 4). Em 2009, o Brasil deteve apenas 0,11% das importações francesas desse tipo de produto, ocupando o 20º lugar entre os países fornecedores de preparações para o cabelo para o mercado francês.

**Figura 4 - Evolução das Importações de Preparações Capilares do Brasil pela França (em milhares de dólares)**

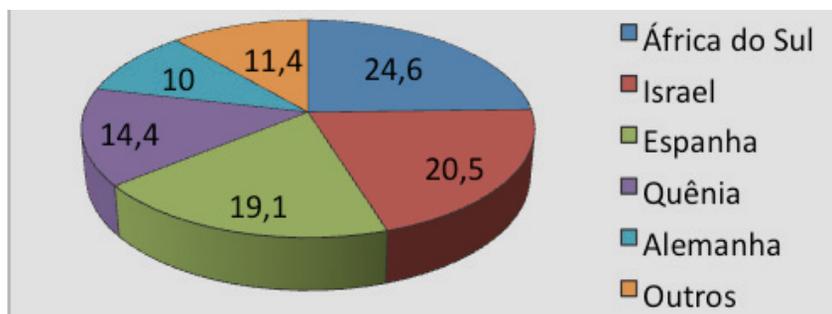


Fonte: BrazilTradeNet

### Preparações Capilares para Ondulação ou Alisamento Permanentes dos Cabelos (330520)

O fornecimento de preparações capilares para ondulação ou alisamento permanentes dos cabelos ao mercado francês também se encontra concentrado nas mãos de cinco fornecedores: África do Sul, Itália, Espanha, Estados Unidos e Alemanha (Figura 5). Esses cinco países detêm 88,6% das importações deste produto pelo mercado francês.

**Figura 5 - Participação dos Principais Países Fornecedores nas Importações de Preparações Capilares para Ondulação ou Alisamento Permanentes dos Cabelos da França em 2008 (em %)**



Fonte: BrazilTradeNet

O Brasil é fornecedor apenas esporádico desse tipo de produto para a França. Em 2007, exportou 73 mil dólares e, em 2009, 22 mil. Não foram feitas exportações desses produtos nos demais anos examinados.

## Importadores/Distribuidores no Mercado de Cosméticos Afro da França

Diversas empresas podem ter interesse em servir como distribuidoras de cosméticos étnicos, com o objetivo de complementar sua própria linha de produtos, entre as quais:

### **CFD- Lise Belle**

Service export  
10 Parc Club du Millénaire,  
1025 rue Henri Becquerel,  
34000 Montpellier.  
e-mail: [info@lisebelle.com](mailto:info@lisebelle.com)  
site: <http://lise.belle.free.fr/>

### **Black Beauty Professionals**

9-11, rue Chaudron  
75010 Paris - France  
Tel.: +33(0)1 42 09 81 33  
Fax: +33(0)1 42 09 81 37  
Site: [www.black-beauty-professionals.com](http://www.black-beauty-professionals.com)



Além disso, as grandes redes de supermercados e hipermercados também importam, como é o caso dos seguintes:

#### **Auchan**

200, rue de la Recherche  
59650 Villeneuve d'Ascq  
Tel.: +33(0) 3 28 37 67 00  
Fax: +33(0) 3 28 37 64 00  
www.auchan.fr

#### **Carrefour**

1, rue Jean Mermoz  
91080 Courcouronnes - France  
Tel.: +33(0) 1 60 91 37 37  
www.carrefour.fr

## Comportamento do Consumidor de Cosméticos Afro Francês

De acordo com estudos realizados na França, as mulheres de pele negra são fortes consumidoras de cosméticos: em relação às consumidoras de pele branca, elas consomem nove vezes mais produtos para os cabelos, sete vezes mais produtos de maquiagem e cinco vezes mais produtos de cuidados com a pele<sup>3</sup>.

Uma característica marcante dos consumidores de cosméticos afro é a crença de que precisam de produtos desenvolvidos especialmente para atender a suas necessidades. Segundo estudo realizado pela consultoria de marketing especializada Ak-a, na França, 74% das francesas de origem africana afirmam ter necessidades específicas no que se refere a produtos para tratamento da pele e 83% partilham a mesma percepção em relação a produtos para os cabelos. Em função disso, têm preferência por produtos desenvolvidos especialmente para elas.

Uma parcela importante dessas consumidoras está disposta a gastar mais para adquirir produtos de qualidade que efetivamente venham a atender a suas necessidades.

Um estudo com consumidoras de cosméticos afro provenientes das Antilhas Francesas, residentes na França, revelou a existência de seis segmentos, no que se refere ao comportamento de compra desses produtos<sup>4</sup>:

- Consumidoras práticas - Utilizam produtos e métodos mais rápidos e fácil acesso. São consumidoras que geralmente trabalham e não têm muito tempo a perder com cuidados de beleza.
- Consumidoras econômicas – Preocupam-se com preço e buscam informações antes de realizar suas compras.
- Consumidoras ecléticas – Não planejam muito suas compras e são levadas pelo impulso.
- Consumidoras desconfiadas – Conhecem os produtos e escolhem os que consideram melhores, aplicando-os em casa.
- Consumidoras tradicionais – Preferem as marcas tradicionais e não se arriscam muito com novos produtos.

<sup>3</sup><http://www.dissertationsgratuites.fr/dissertations/Ethno-Cosmetique/46199.html> (acesso em 05 de junho de 2010).

<sup>4</sup>Hervouet, L. Cosmétiques ethniques: pratiques et représentations au sein de la communauté afro-antillaise. 2009. <http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/cosmetiques-ethniques-pratiques-representations-communaute-afro-antillaise.html> (acesso em 05 de junho de 2010).2

Ainda de acordo com a agência de pesquisas Ak-a, 73% das consumidoras africanas e afrodescendentes residentes na França afirmavam ter dificuldades para encontrar os produtos adequados para sua pele e cabelo.

## ASPECTOS LIGADOS ÀS PRÁTICAS DE NEGÓCIOS NA FRANÇA

O Quadro 7 refere-se aos procedimentos para realizar uma importação de um carregamento padrão para o mercado francês (exclusive o tempo de transporte propriamente dito, mas incluindo todo o tempo necessário à realização de procedimentos na França).

Os dados mostram que a burocracia de importação na França não é muito grande, seguindo um padrão compatível com a maior parte dos países desenvolvidos europeus.

**Quadro 7 - Procedimentos para Importação**

Natureza dos Procedimentos de Importação	França
Número de documentos necessários	2
Dias necessários	11
Custo por contêiner (US\$)	1.248

Fonte: <http://www.doingbusiness.org/exploreconomies/?economyid=70>

## Negociações

De acordo com vários estudos, são as seguintes as características do negociador francês:<sup>5</sup>

- Formalidade – Os franceses são bastante formais quando se trata de negociar. Dão grande importância à forma de vestir, esperando que seu parceiro comercial se apresente com roupas formais, o que é interpretado como sinal de respeito.
- Comunicação verbal – Os franceses preferem falar francês em lugar de inglês em reuniões de negócios.
- Comunicação não verbal – Como a maior parte dos povos latinos, os franceses usam fortemente a gesticulação e as expressões faciais em uma negociação.
- Técnicas de negociação – São detalhistas e gostam de rever todos os detalhes de uma negociação, inclusive preço, mas não têm o hábito de barganhar com relação a preços.
- Estilo Intelectual – Devido ao seu elevado padrão cultural, característico da França, o negociador francês é por vezes percebido como arrogante.

<sup>5</sup>Almuis, A.; Comparat, D.; Kyselic, A.; Watine, A. The French negotiation style: a comparison with the Harvard concept. [http://www.coverdale.de/cmbt/webat.nsf/files/Downloads/\\$file/Negotiation\\_Management\\_final.pdf](http://www.coverdale.de/cmbt/webat.nsf/files/Downloads/$file/Negotiation_Management_final.pdf) (acesso em 13 de junho de 2010).



- Nacionalismo – O negociador francês é muito nacionalista e mostra muito orgulho de seu país.
- Trata-se de uma sociedade em que a hierarquia é muito respeitada e, portanto, pessoas que se encontram em posições elevadas nas empresas estão mais aptas a tomar decisões de forma independente.
- As reuniões devem ser marcadas com muita antecedência e se espera pontualidade do visitante. Este é um ponto muito importante nos negócios com a França.

Na área de cosméticos, é importante não só apresentar catálogos (eletrônicos ou físicos), mas também levar amostras dos produtos, dado que esses produtos não podem ser avaliados sem a observação direta das amostras.

## ASPECTOS DE MARKETING

### Preços e Tarifas

Os preços variam fortemente em função da reputação da marca e do posicionamento do produto. O Incoterm mais usado é a modalidade FOB, embora alguns clientes possam optar pela modalidade CIF.

O Quadro 8 mostra que se aplica a alíquota zero às tarifas ad valorem para o produto brasileiro. Não se trata, porém, de uma vantagem do produto brasileiro, já que a alíquota é zero para todos os países do mundo.

**Quadro 8 – Tarifas Ad Valorem Aplicáveis no Mercado Francês de Cosméticos**

Código do produto	Descrição		Tarifa Ad Valorem Aplicável
33.04.10.00	Produtos de maquiagem para os lábios	Tarifa MFN	0,0%
33.04.20.00	Produtos de maquiagem para os olhos	Tarifa MFN	0,0%
33.04.91.00	Pós, incluídos os compactos	Tarifa MFN	0,0%
33.04.99.00	Outros produtos de beleza ou de maquiagem e preparações para conservação ou cuidado da pele (exceto medicamentos)	Tarifa MFN	0,0%
33.05.10.00	Xampus	Tarifa MFN	0,0%
33.05.20.00	Preparações para ondulação ou alisamento permanentes dos cabelos	Tarifa MFN	0,0%
33.05.90.00	Outras preparações capilares	Tarifa MFN	0,0%

Fonte: International Trade Centre, Market Access Map.

Síglas: MFN = Nação mais favorecida (em inglês, Most Favoured Nation)

## Marcas

As primeiras tentativas de lançamento de marcas de cosméticos voltadas para pessoas de pele negra na França foram realizadas na década de 1980, sem muito sucesso. Esse segmento só viria a se desenvolver posteriormente, com diversos lançamentos por parte de empresas globais do ramo de perfumaria e cosméticos<sup>6</sup>.

### *Revlon*

A Revlon foi uma das primeiras marcas a lançar na França um produto voltado para as peles negras, usando a top model da Somália Iman.

### *Iman Color (www.imancosmetiques.com)*

Não satisfeita com o lançamento da Revlon, a modelo Iman lançou sua própria marca em 1994, obtendo grande sucesso em diversos mercados (Estados Unidos, Inglaterra e França), com mais de 800 pontos de venda.

### *Cover Girl (Procter & Gamble)*

A marca Cover Girl dispõe de ampla gama de nuances, buscando atingir mulheres de vários segmentos étnicos, cores de cabelos etc. Trata-se de uma marca popular americana, voltada para o mercado de massa, com boa penetração no mercado francês.

### *L'Oréal (www.softsheen-carson.com)*

Importante marca francesa de cosméticos, vem dando especial atenção aos segmentos étnicos, tornando-se líder mundial em cosméticos formulados para esses segmentos. O grupo é dono da marca Soft Sheen, principal marca global de produtos voltados para pessoas de origem africana, detendo 28% do mercado norte-americano. A empresa é ainda dona da linha Feria, de tintura para cabelos, que atende também este segmento. Recentemente, a L'Oréal

adquiriu a marca de cosméticos afro Dark & Lovely, que já tinha boa penetração no mercado francês. Além dessas, a L'Oréal também tem em seu portfólio a marca Dermablend, dos Laboratórios Vichy ([www.dermablend.com](http://www.dermablend.com)), especializada em cosméticos corretivos para a pele negra. Por fim, a marca Garnier, também pertencente ao grupo, tem produtos dirigidos ao segmento afro.

### *MGC International (www.mgc.fr)*

É uma empresa fabricante proprietária de várias marcas, como a Black Star e a Capilerax ([www.capilerax.com](http://www.capilerax.com) – produtos para cabelos). Embora se trate de uma empresa relativamente pequena, comparativamente com as grandes multinacionais do setor, afirma-se que a empresa tem 35% do mercado francês de cosméticos afro. A MGC é também distribuidora de diversas marcas americanas e exporta para 85 países. A empresa dispõe de uma rede de varejo com oito lojas especializadas em cosméticos afro.

Outras marcas incluem:

- *Activilong* – [www.activelong.com](http://www.activelong.com) – produtos para cabelos
- *Africare* – [www.africare.eu](http://www.africare.eu) – produtos para cabelos
- *Ametis* – [www.ametiscosmetics.com](http://www.ametiscosmetics.com) – produtos para a pele
- *Arsene Valere* – [www.arsenevalere.com](http://www.arsenevalere.com) – produtos de higiene e beleza
- *Be Colored* – [www.becoloredparis.com](http://www.becoloredparis.com) – produtos de maquiagem
- *Black Opal* – [www.blackopalbeauty.com](http://www.blackopalbeauty.com) – cremes, maquiagem, prod. barbear

<sup>6</sup><http://www.dissertationsgratuites.fr/dissertations/Ethno-Cosmetique/46199.html> (acesso em 05 de junho de 2010).



- *Black Up* – [www.blackup.com](http://www.blackup.com) – produtos de higiene e beleza
- *Bump Patrol* – [www.bumppatrol.com](http://www.bumppatrol.com) – cremes para antes e após o barbear
- *Candès* – produtos para clarear a pele
- *Flori Roberts* – [www.floriroberts.com](http://www.floriroberts.com) – [www.diouda.fr](http://www.diouda.fr) – produtos de maquilagem
- *Lyse Belle* – <http://lise.belle.free.fr/> – produtos para maquilagem
- *Mizani* – [www.mizani.fr](http://www.mizani.fr) – produtos afro para cabeleireiros e salões de beleza
- *Nacara* – [www.nacara.com](http://www.nacara.com) – produtos canadenses de maquilagem
- *Nubiane* – [www.nubiane.com](http://www.nubiane.com) – produtos para os cuidados da pele
- *Organic Root* – [www.organicrootstimulator.com](http://www.organicrootstimulator.com) – produtos para fortalecer o cabelo
- *Omoje* – [www.omoje.com](http://www.omoje.com) – cremes e óleos naturais para a pele

O interesse crescente das marcas internacionais pelo segmento afro tem levado as grandes empresas à aquisição de pequenas empresas que já possuíam produtos e marcas voltados para esse segmento, como no caso da aquisição da Soft Sheen e da Carson pela L'Oréal, sendo uma forma de obter rapidamente expertise nesse campo.<sup>7</sup>

Deve-se observar que as grandes marcas também têm feito fortes investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento de produtos para os mercados étnicos, particularmente o mercado afro. É o caso da criação

em Chicago do L'Oréal's Institute for Ethnic Hair & Skin, ligado ao Howard University College of Medicine, patrocinado pela L'Oréal.

## Canais de distribuição

No passado, os canais de distribuição para cosméticos étnicos eram principalmente as lojas de vizinhança, em áreas urbanas onde esses grupos étnicos se encontravam concentrados. Com o aumento do número e do poder aquisitivo desses consumidores, os cosméticos étnicos começaram a ser vendidos em maior variedade de canais, sem, contudo, deixar de lado o comércio de vizinhança.

À medida que as grandes empresas começaram a lançar linhas de produto voltadas para os segmentos étnicos, a presença desses produtos no grande varejo aumentou. Assim, hoje podem se encontrar marcas de produtos voltadas, por exemplo, para o segmento afro em grandes lojas de departamento (tais como Galeries Lafayette e Printemps), supermercados e hipermercados e nas redes de perfumarias.

Os supermercados e hipermercados (por exemplo, Auchan e Carrefour) têm presença mais forte nos produtos populares e de massa.

Um dos canais mais importantes para a distribuição de perfumaria e cosméticos são as redes de perfumaria especializadas, que, no total, respondem por aproximadamente 90% da venda de perfumes e cerca de 25% das de cosméticos. Quatro dessas redes dominam o mercado francês de perfumaria e cosméticos. A primeira, Marionnaud, declara ter 30% do mercado francês de perfumaria e cosméticos como um todo. Em seguida vêm Sephora, Nocibé e Douglas (grupo alemão que adquiriu a rede Elytis). Essas lojas oferecem cosméticos étnicos, principalmente no que se refere às marcas posicionadas nos segmentos mé-

<sup>7</sup>Koda, M. Beauté: le success des cosmétiques ethniques. [http://www.rfo.fr/infos/dossiers/beaute-le-succes-des-cosmetiques-ethniques\\_96.html/](http://www.rfo.fr/infos/dossiers/beaute-le-succes-des-cosmetiques-ethniques_96.html/) (acesso em 05 de junho de 2010).

dio e alto de preços. No entanto, é pequena a parcela das vendas e produtos posicionados neste segmento.

Surgiram também, nas principais cidades francesas, estabelecimentos comerciais dedicados exclusivamente à beleza de homens e mulheres de pele negra, como é o caso da rede de butiques Arsène Valère, marca surgida em 1965, que oferece ampla variedade de produtos de higiene e beleza. Outra cadeia especializada em cosméticos afro é de propriedade da MGC International, que tem oito grandes lojas em Paris. Outro exemplo é a butique Colorii, com duas lojas. Algumas dessas lojas são canais exclusivos de fabricantes (monomarcas), enquanto outras vendem produtos de terceiros (multimarcas).

Outro canal de distribuição para os cosméticos étnicos na França são as farmácias e drogarias. Um canal de grande importância são ainda os salões de beleza e cabeleireiros.

Por fim, os cosméticos étnicos também são vendidos em lojas virtuais, tais como:

- [www.peaux-noires.com](http://www.peaux-noires.com)
- [www.eugenicocosmetics.com](http://www.eugenicocosmetics.com)
- [www.afroservice.com](http://www.afroservice.com)
- [www.cosmetiques-peaux-noires.com](http://www.cosmetiques-peaux-noires.com)

As lojas de departamento, super e hipermercados e redes de perfumaria também realizam vendas online.

## Feiras

### *Afro Hair and Beauty Show*

Esta feira é voltada para beleza, cabelo e estilo de vida de mulheres de pele negra, atraindo tanto empresas como o público em geral.

### Organizadores:

#### **Afro Hair & Beauty - Hawker Consumer Publications Ltd.**

Culvert House, Culvert Road

London, SW11 5DH, United Kingdom

Phone: +44 (0)20/7498-1795

Fax: +44 (0)20/7498-3023

<http://www.afrohairshow.com/>

#### *Beyond Beauty Paris*

Feira reunindo fabricantes, distribuidores e profissionais do ramo.

### Organizador: ITEC France

55, rue Pierre Charron

75008 - Paris

Tel.: +33 (0)1 44 69 95 69

Fax: +33 (0)1 44 69 95 68

E-mail: [cosmeeting@beyondbeautyparis.com](mailto:cosmeeting@beyondbeautyparis.com)

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

## OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO

As seguintes fontes podem ser úteis ao exportador de cosméticos afro para a França:

- Ministério de Relações Exteriores Departamento de Promoção Comercial. Como exportar: França. Brasil, 2009. Disponível em:



*<http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/ComoExportar/CEXFranca.pdf>*

- Ministério de Relações Exteriores Departamento de Promoção Comercial. O mercado francês para outros produtos de beleza ou de maquiagem e produtos capilares brasileiros. Novembro 2009. Disponível em:

*<http://www.braziltradenet.gov.br/PesquisasMercado/Pesquisa/frmPesqPesqMercado.aspx>*

- International Finance Corporation. Doing Business in France 2010. <http://www.doingbusiness.org/Documents/CountryProfiles/FRA.pdf>
- U.S. Commercial Service. Doing Business in France: 2010 Country Commercial Guide for U.S. Companies. [http://www.buyusainfo.net/docs/x\\_514492.pdf](http://www.buyusainfo.net/docs/x_514492.pdf)
- Annuaire Afro - <http://www.annuaire-afro.com/nacara-maquillage-beaute-peaux-ethniques,s,494.php>