

# Séduire : une arme contre la crise

**En temps de crise, la consommation de rouge à lèvres augmente. Tel est le constat dressé par le groupe français L'Oréal, qui a enregistré une augmentation des ventes de ce produit de 6% au premier semestre 2008.**

**L**ORSQUE LES temps ne vont pas fort et que le budget des familles ne permet pas de faire de grandes folies, les consommateurs ont tendance à se replier sur les petits plaisirs qui remontent le moral. Les femmes, plus particulièrement, se réconfortent à grand renfort de cosmétiques. En particulier de rouge à lèvres. La preuve : sur les six premiers mois de l'année, L'Oréal a enregistré une hausse de 6% des ventes de ce produit à l'effet « bonne mine ». Un chiffre qui conforte la place de l'Espagne sur le marché. Selon une étude réalisée par le groupe français, leader mondial sur le secteur, la vente de rouges à lèvres représente en Espagne un chiffre d'affaires de près de 200 millions d'euros par an, soit près de 20 millions d'unités vendues. Les Espagnoles sont, avec les Anglaises, les premières consommatrices de rouges à lèvres en Europe puisque trois femmes sur quatre en sont utilisatrices, selon le rapport studio Health & Beauty Report d' Ipsos Marketing Research. Dans un contexte de crise, les rouges à lèvres et autres gloss deviennent un nouvel indicateur économique. Un caprice qui traduit la situation économique d'un pays. Car le marché du rouge à lèvres a toujours montré son dynamisme en temps de crise. En 1992-93, en pleine récession économique, ce segment a augmenté de presque 10%. « Il semble bien que, s'il y a une crise et que les taux d'intérêt sont hauts, on peut se priver de l'achat de voitures ou de maisons, tandis que la vente de cosmétiques ne souffre pas autant puisqu'il s'agit d'un caprice qui reste à la portée de tous et peut compenser d'autres sacrifices » commente Luis del Valle, Président de L'Oréal España. Ce qui ne signifie pas forcément que les



Demi Moore incarne la marque L'Oréal, dont le chiffre d'affaires est de 17 milliards d'euros en 2007.

moments de récession économique correspondent aux meilleures ventes, davantage liées à la distribution et à l'investissement publicitaire.

### 4,9 milliards pour la cosmétique

En général, le secteur de la beauté et du bien-être en Espagne connaît un développement constant et brasse des sommes importantes. Le marché des cosmétiques et de la parfumerie représentait ainsi plus de 4,9 milliards d'euros en 2007, soit

une hausse de 6,9% par rapport à l'année précédente (source DBK).

Dans le secteur du bien-être, les spas et centres balnéaires sont également en plein essor, avec un chiffre d'affaires de plus de 3 milliards d'euros en 2007, en hausse de 16% par rapport à 2006. Ce qui permet à l'Espagne d'occuper la sixième place mondiale en termes de consommateurs de spa, devant la France.

S.M.

## Trois questions à...

Olivier Debienne, directeur de l'AFI

## "L'Espagne est la destination préférée des Erasmus français"

**Plus de 1200 personnes ont visité l'exposition « 27 photos d'ERASMUS pour 27 regards européens sur la France », organisée conjointement par l'Ambassade de France en Espagne et l'Association Française Internationale (AFI).**



L'une des photos lauréates de l'exposition présentée au salon TouteLaFrance.

### Qu'est ce que l'AFI ?

L'AFI est une association qui vise à valoriser les séjours en France des étudiants étrangers. Cela peut passer par l'exposition photo qui voyage désormais à travers toute l'Europe, mais aussi par des forums de recrutement pour les étudiants internationaux, en partenariat avec de grandes entreprises françaises. Il existe aussi un réseau d'étudiants-ambassadeurs, qui agissent comme véritables relais auprès des différentes instances de leur communauté.

### Quelle est la place de L'Espagne dans ces partenariats ?

L'Espagne a une place très importante dans la communauté Erasmus en France puisqu'elle est la première destination Erasmus choisie par les étudiants français. Ils sont environ 6000 à partir chaque année, soit 24% du nombre total d'étudiants partants. Et les Espagnols ne sont pas en reste puisqu'ils représentent 16% des étudiants Erasmus en France, juste après les Allemands. C'est pour cette raison que nous tenons beaucoup à notre réseau d'étudiants-ambassadeurs.

### Et pour développer quels projets ?

Grâce à la présence en Espagne ou dans d'autres pays européens d'étudiants avec lesquels nous avons déjà collaboré, il nous est plus facile par la suite de monter des projets comme le Jeune Prix de la Culture Européenne ( nldr : l'exposition photo).

Propos recueillis par Cécile Debarge

### L'Oréal a bonne mine

L'Oréal est le leader mondial sur le marché des cosmétiques, avec un chiffre d'affaires de plus de 17 milliards d'euros en 2007 et près de 63 000 employés. En Espagne, L'Oréal se place aussi comme leader, facturant près de 801,9 millions d'euros en 2007. Un chiffre qui témoigne d'une croissance de 8,8% alors que la marché affichait une hausse de 6,9%. Le groupe commercialise 22 marques internationales en Espagne, parmi lesquelles L'Oréal Paris, Garnier, Maybelline, L'Oréal Professionnel, Kérastase, Matrix, Redken, Lancôme, Biotherm, Cacharel, Armani, Ralph Lauren, Victor & Rolf, Helena Rubinstein, Kiehl's, Vichy, La Roche Posay, Inneov, Sanoflore, SkinCeuticals et The Body Shop.

En Espagne, il compte plus de 2400 employés et trois usines installées en Espagne (Burgos, San Agustín de Guadalix et Alcalá de Henares).

### 2<sup>e</sup> Rencontre acheteurs Beauté/Bien-être

**L**A MISSION Economique de Barcelone organise le vendredi 21 novembre, la deuxième rencontre acheteurs Beauté /Bien-être. A la suite du succès de la première édition (juin 2007 à Barcelone) où 30 exposants français ont rencontré 50 entreprises espagnoles, la Mission Economique a décidé de renouveler l'expérience de ce « show-room » de marques françaises.

Les professionnels espagnols du secteur auront l'opportunité, en une seule journée, de connaître une vingtaine d'entreprises françaises souhaitant s'implanter sur le marché espagnol. L'accent sera mis sur les fabricants de produits bio et naturels, qui représentent la tendance du moment. Les gammes présentées, des cosmétiques aux produits solaires, en passant par les produits d'aromathérapie et les compléments alimentaires, sont destinées aux circuits sélectifs comme au mass-market.

Cette année encore, les exposants français recherchent des collaborations avec des professionnels espagnols du secteur de la beauté et du bien-être, qu'ils soient distributeurs / importateurs, enseignes de grande distribution, chaînes de parfumerie et parapharmacie, gérants de centres de wellness et de spa...

Le 21 novembre au World Trade Center de Barcelone à partir de 9h30.  
Entretiens jusqu'à 15h suivis d'un cocktail.  
Renseignements sur [www.firmafrance.com/bellezaybienestar2008](http://www.firmafrance.com/bellezaybienestar2008).  
Contacts : Mission Economique - Tél: 935 526 293

En tu viaje a París, olvídate de esperar colas.

**Ahora puedes conseguir tus entradas para el Louvre y tus tickets para el metro de París antes de empezar tu viaje.**

Y consultar las mejores ideas para excursiones de día, salidas nocturnas y mucho más.

Descubre que, desde aquí, puedes hacer más fácil tu viaje allí.

Infórmate y hazte con ellos en la sección La Tienda de [www.franceguide.com](http://www.franceguide.com)

Y en:  
Maison de la France Madrid Plaza de España, 18 - Torre de Madrid - 28008,  
Maison de la France Barcelona Fontanella, 21 - 23 - 08010,  
[info.es@franceguide.com](mailto:info.es@franceguide.com) o en el 807 11 71 81 (coste de la llamada 0,36€/min)

Eres lo que vives VIVE PARIS

RATP

Francia, un rendez-vous único

Maison de la France franceguide.com

EL GOURMET DE MI TIERRA®

ALBARICOQUE  
MELOCOTÓN  
FRAMBUESA  
NARANJA  
FRESA  
FRUTOS ROJOS

Preparado de frutas elaboradas de forma artesanal. Solo aceites naturales. Sin aditivos. Existen dos gamas de productos, receta casera y dieta (sin azúcar).

está en su interior