



République du Sénégal

**ADF**  
**African Development Fondation**



# ETUDE DE MARCHE SUR LES SAVONS ET COSMETIQUES A BASE DE KARITE AU SENEGAL

JUIN 2006

Réalisée par :

---

**Consultants Associés**

Route de l'Aéroport - Yoff BP 4185 Dakar SENEGAL  
☎ (221) 820 09 37 ou (221) 820 09 42 Fax : (221) 820 09 43  
Mail : consass@sentoo.sn



<b>I. APERÇU DU SECTEUR</b> .....	4
1.1 Le karité, une spécificité africaine .....	4
1.2 Contraintes liées à l'exploitation du karité .....	5
1.3 Initiatives d'appui à la filière Karité .....	5
1.3.1 Institutions / Organes .....	6
1.3.2 Institutions Focales Nationales .....	7
1.3.3 Agences d'Exécution du Projet (PEA) Project Executive Agency .....	7
1.4 Objectifs du Projet Karité .....	8
1.5 Valorisation de la filière .....	8
1.5.1 La maison du Karité .....	8
1.5.2 Le comptoir karité .....	9
1.5.3 Comité national d'animation de la filière karité .....	9
<b>II - LA DEMANDE DE KARITE</b> .....	11
2.1 Contexte mondial actuel .....	11
2.2 Origine de la Demande .....	12
2.3 Débouchés du karité : .....	12
<b>III - L'OFFRE DE KARITE</b> .....	14
3.1 Présentation de l'arbre de karité .....	14
3.2 Production mondiale de karité .....	15
3.2.1 Production de noix de karité .....	15
3.2.2 Beurre de karité .....	15
<b>IV - L'OFFRE DE PRODUITS COSMETIQUES AU SENEGAL</b> .....	17
4.1 Principales références internationales .....	17
4.2 Références nationales .....	17
4.3 Importations de produits cosmétiques au Sénégal .....	17
4.3.1 Produits de maquillage pour lèvres .....	18
4.3.2 Préparations pour manucure et pédicure .....	20
4.3.3 Shampoings .....	24
4.3.4 Dentifrices .....	28
4.3.5 Savons de toilette .....	30
4.4 La production de savons et cosmétique au Sénégal .....	32
4.4.1 Tableau 8: Bilan économique de l'industrie du savon, des détergents et des produits d'entretien .....	32
4.4.2 Production de savons .....	33
4.4.3 Divers produits cosmétiques .....	34

## I. APERÇU DU SECTEUR

### 1.1 Le karité, une spécificité africaine

Le Karité (*Vitellaria paradoxa* Gaerterner de la famille des Sapotaceae), autrement dénommé « arbre à beurre » ou encore « or vert » est un arbre spécifiquement africain dont le parc végétal est concentré, sur une bande de 5000 kilomètres depuis la région ouest jusqu'à l'Est Soudanais.

L'arbre, *Vitellaria pardaxo* Gaaertner, aussi bien que le produit qu'il donne sont désignés sous le nom de « Karité » en français comme en Ouolof et « Karehi » en dialecte Peulh.

Le Karité est donc un produit spécifiquement africain. Le continent africain est aujourd'hui l'unique fournisseur mondial de Karité (sous forme de noix brutes ou de beurre) avec 16 pays producteurs (Bénin, Burkina, Cameroun, Tchad, Côte d'Ivoire, RCA, Ethiopie, Ghana, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Soudan, Togo, Ouganda, république de Guinée), tel que dessiné sur la carte ci-dessous :



#### Carte N°1 : Délimitation de la zone du Karité en Afrique

Au Sénégal, la ressource Karité est concentrée dans la région sud-est, dans le département de Kédougou. Le pays ne dispose pas encore de statistiques relatives à la production mais disposerait d'un parc végétal estimé par la direction des eaux, forêts et chasses à plus d'un million d'arbres de Karité.

## 1.2 Contraintes liées à l'exploitation du karité

Les principales contraintes auxquelles la filière Karité est confrontée au Sénégal sont les suivants :

- l'enclavement des zones de production qui sont impraticables en saison hivernale
- la saison hivernale (pluvieuse) correspond à la période de fructification de l'arbre en même temps qu'elle coïncide avec la saison des travaux champêtres (cultures vivrières singulièrement)
- la saison hivernale caractérisée par les hausses de température (forte chaleur) ralentit la demande de Karité du consommateur traditionnel
- le stockage des noix et du beurre de Karité durant cette période chaude sont des opérations extrêmement délicates pendant lesquelles le risque de dégradation des produits est très sensible.
- L'absence d'infrastructures ou de technologies adéquates permettant de minimiser la dégradation des produits (noix, beurre de Karité)
- La faiblesse dans l'organisation de la filière résultant surtout du manque d'information les producteurs composés essentiellement de femmes analphabètes et pauvres.
- Les femmes qui pratiquent la cueillette des noix de Karité et en assurent la transformation en beurre et huile ne sont pas outillées pour affronter le marché et se hisser au niveau de la concurrence sous régionale qui approvisionne le Sénégal (Mali, république de guinée...)

## 1.3 Initiatives d'appui à la filière Karité

La région sud-est du Sénégal (Kédougou) est pratiquement le seul endroit où pousse naturellement le Karité, une plante à usage multiples pour les populations et générateur de revenus pour les groupements de femmes producteurs de beurre de Karité.

On observe cependant que le Sénégal se place en queue de peloton parmi les pays potentiellement producteurs de Karité comme en témoigne l'absence totale de statistiques pour ce pays dans les publications de la CNUCED / FAO.

Bien que tardive, la réaction des autorités sénégalaises à l'endroit des producteurs, décline une série d'initiatives inspirées par l'approche collective sous-régionale ouest africaine visant le développement optimal et durable de la filière Karité.

Pendant cinq ans le projet de la micro entreprise rurale (PROMER) a développé un certain nombre d'appuis techniques, organisationnels et commerciaux dans le but de rentabiliser la filière Karité dans la zone de production de Kédougou.

Les difficultés rencontrées par PROMER sont principalement liées à l'enclavement des zones de productions caractérisées par la densité de la forêt dans de laquelle se trouve le parc d'arbres de Karité.

Par la suite et sous l'impulsion d'Institutions internationales, d'Institutions supra nationales, sous-régionales et nationales, le projet PROKARITE est lancé à la demande des intervenants dans les filières Karité des 16 pays producteurs réunis en atelier à Dakar du 4 au 6 mars 2002. Il s'agit d'un programme régional ayant des préoccupations techniques réglementaires normatives et commerciales concertées pour le développement de la filière Karité au profit de tous les intervenants, c'est-à-dire les groupements de productrices (principaux bénéficiaires) et les utilisateurs au plan national et régional.

Interviennent sur ce projet les institutions suivantes :

### 1.3.1 Institutions / Organes

- Centre Mondial d'Agroforesterie (**ICRAF – SAHEL**) initiateur du projet
- Fonds Commun des Pays – Bas (**CFC**), principal bailleur
- Organisation Internationale pour l'Alimentation et l'Agriculture (**FAO**)
- le **CFC** : Fonds Commun pour les produits de base des Pays-Bas (Common Fund for Commodities) est le partenaire au développement qui finance principalement le projet et en assure le suivi régulier.
- Le **FIGOOF** : groupe intergouvernemental sur les oléagineux, les huiles et les graisses (Inter-Governmental Group on Oilseeds Oils and Fats) de la FAO assure la supervision du projet dont il coordonne le suivi avec le CFC
- Les **NARS** (Systèmes Nationaux de Recherche Agricole ou SNRA, National Agricultural Research Systems) qui comprennent :
  - Institut de Technologie Alimentaire (ITA) de Dakar
  - Institut d'Economie Rurale (IER) de Bamako et Laboratoire de Technologie Alimentaire (LTA) de Sotuba (Mali)
  - Institut National de Recherche Agronomique de Niamey au Niger (IRAN)

### 1.3.2 Institutions Focales Nationales

- Projet de Promotion des Micro Entreprises Rurales (PROMER – Sénégal)
- Projet Karité MPEF (Mali)
- CECI (Burkina)
- CECI (Niger)

### 1.3.3 Agences d'Exécution du Projet (PEA) Project Executive Agency

- ICRAF : centre International de Recherche en Agroforesterie. Le PEA fournit les mécanismes de planification, programmation et de coordination pour la mise en œuvre du projet
- FIGOOF : organe de supervision (SB) Project Supervisory Body) de la FAO
- Point Filière Karité (PFK) : il s'agit d'une unité locale de mise en œuvre et de vulgarisation du programme de Karité dans chaque pays. Le PFK est à la fois un centre de formation, de démonstration pédagogique et d'échanges de solutions techniques et d'informations sur les marchés entre les productrices / transformatrices (les principales bénéficiaires du projet), les organisations de productrices et les utilisateurs, y compris les négociants et exportateurs au plan national et international. Le PFK assure un cadre flexible et décentralisé pour l'échange au service des productrices et pour le développement de liens commerciaux mutuellement avantageux entre les différents partenaires intervenant au sein de la filière.
- NPM : directeur National du projet (National Project Manager)
- NPC : Coordinateur National de Programme (National Project Coordinator)
- CNP : Comité National de Pilotage, regroupant les différents partenaires de la filière
- CRP : Comité Régional de Pilotage. Au plan régional, le CRP est composé par les PEA, le Coordonnateur Régional du Projet, le NPM, les Représentants des FPK, le secteur Privé, le Représentant du Programme qualité / Certification de l'UEMOA (Union Economique et Monétaire de l'Afrique de l'Ouest)

## 1.4 Objectifs du Projet Karité

Le projet régional Prokarité est articulé aux objectifs prioritaires nationaux au sein de chaque pays impliqué (Sénégal, Mali, Burkina Faso, Niger), à savoir :

- La sécurité alimentaire et valorisation des produits locaux
- La lutte contre la pauvreté
- La promotion de l'entreprenariat féminin, entre autres, qui constitue la finalité

Il s'agit en l'occurrence d'encadrer la filière dont la finalité se résume en deux objectifs principalement :

- augmenter durablement, en milieu rural, la valeur ajoutée des produits à base de Karité par l'amélioration de la qualité conformément aux attentes des marchés
- augmenter les revenus et le niveau de vie des populations rurales, notamment des femmes productrices reconnues comme gardiennes principales de la ressource Karité, par la production et la commercialisation de produits à haute valeur ajoutée dans les marchés nationaux, régionaux et internationaux.

## 1.5 Valorisation de la filière

### 1.5.1 La maison du Karité

Dix années avant le lancement du projet « Prokarité » lors de l'atelier régional de Dakar en Juillet 2004, le promoteur Taïb Diop, fondateur de la Maison du Karité, s'est investi résolument dans la valorisation du Karité au Sénégal. Il en est aujourd'hui le leader exclusif au regard des résultats tangibles obtenus malgré la précarité de l'exploitation du Karité en zone rurale de Kédougou.

Il faut savoir, jusqu'à une date relativement récente, que le parc d'arbres de Karité était méconnu au Sénégal où l'exploitation et la consommation de beurre de Karité étaient confinées dans le Kédougou (populations Bassari et Peuls).



### 1.5.2 Le comptoir karité

L'absence d'informations a contraint la Maison du karité à acheter le beurre de karité en provenance du Mali et plus récemment de la République de Guinée.

Aujourd'hui, le contexte a évolué dans la mesure où le potentiel, très vierge, du parc d'arbres de karité ouvre de bonnes perspectives pour l'approvisionnement de la Maison du Karité et le Développement de la filière au Sénégal.

En 2005, le comptoir du karité a acheté **2000 tonnes** de karité sous l'effet conjugué des approvisionnements en provenance de Kédougou mais aussi du Mali et de la République de Guinée.

Pour 2006, les prévisions sont moins optimistes du fait des variations naturellement observées dans la fructification de l'arbre de karité mais aussi parce que la densité du tapis herbacé consécutive à l'abondante pluviométrie enregistrée au Sénégal rend difficile l'accès aux zones de production très enclavées.

Selon le gérant du Comptoir de karité, les approvisionnements locaux ne devraient guère excéder 500 tonnes en 2006.

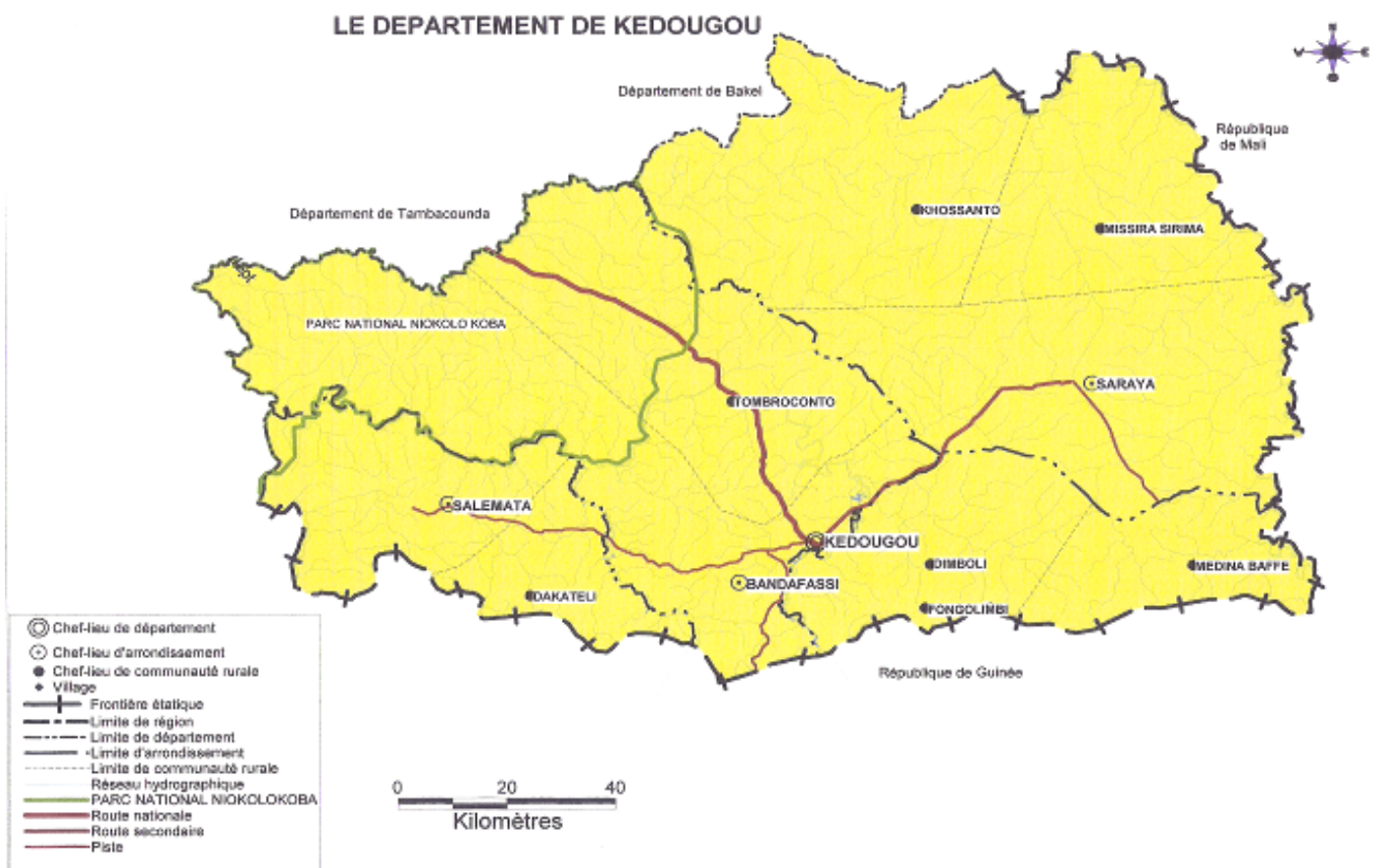
### 1.5.3 Comité national d'animation de la filière karité

La Maison du karité est membre actif du projet Prokarité aux activités duquel elle participe tant au plan national que régional. Les résultats de ses recherches sur la valorisation du karité confèrent à la Maison du karité une place privilégiée à l'occasion des ateliers d'échanges d'expériences ou des forums internationaux à caractère scientifique et technique sur le karité.

Cette participation active au processus d'échanges et de promotion de la filière karité avec des institutions régionales et nationales est complétée à la base par des initiatives propres au Comptoir de karité basé à Salémata dans le Kédougou. Il s'agit d'une adaptation du Point Filière Karité au contexte du comptoir de Karité qui a créé une structure de concertation propre (consortium de Karité) dont le directoire intègre deux (02) représentants des productrices au sein de chacun des quinze (15) principaux villages concernés par la production du beurre de karité. Ainsi, le comptoir du Karité se positionne en tant qu'acteur privilégié apte à s'approprier toute la production marchande de beurre de karité de qualité du département. Des informations disponibles signalent une intense activité d'acheteurs aussi bien nationaux qu'étrangers.

Le comptoir de Karité garantit aux productrices :

- l'achat du produit au comptant dès sa livraison au siège situé à Salemata ;
- La création de points de collecte au sein de chaque village afin de motiver davantage les productrices de beurre de karité. Les villages affiliés au comptoir du karité sont situés dans des arrondissements de Bandafasi, Salemata, Tombroconto, Sareya, Fongolimbi, Medina Baffé, Dakateu, signalés sur la carte départementale ci-dessous :



## Carte N° 2 : Zone de production exclusive de karité an Sénégal

Les 15 groupes villageois affiliés au comptoir du karité sont :

Mbon – Infara - Ebarakh (03 groupes) – Etiolo – Equesse – Zeroune – Egatch – Engaga  
Salemata (3 groupes) – Gagangiri.

## II - LA DEMANDE DE KARITE

### 2.1 Contexte mondial actuel

Le karité, produit spécifiquement africain est consommé en grande partie par les populations locales dans les préparations alimentaires ou pour son utilisation thérapeutique.

Il fait aussi l'objet d'un commerce qui reste concentré entre les mains de quelques opérateurs et négociants. Mais ce marché international, étroit et méconnu, souffre d'un déficit de transparence et de statistiques. L'industrie du chocolat absorbe 95% des achats réalisés de préférence sous forme de noix.

Malgré la directive européenne, adoptée le 03 Août 2000, autorisant l'adjonction de matières grasses végétales en substitution au beurre de cacao, le contexte international ne semble pas avoir d'impact majeur sur le marché toujours concentré du Karité.

Il faut rappeler, qu'avant l'Europe occidentale cette directive était déjà autorisée dans diverses régions du monde (États-unis, Japon, Europe orientale). En outre, le karité n'est pas la seule matière grasse végétale de substitution disponible sur le marché international. Il est en concurrence avec des produits plus compétitifs comme l'huile de palme dont le prix est dix fois moins élevée. Parmi les autres matières grasses on peut citer l'ellipé, le sal, le kaogum grugi et les noyaux de mangue. Il s'agit bien d'une concurrence différenciée en d'autres termes c'est selon l'application et/ou le résultat recherché que des contraintes majeures liées à la directive de substitution au beurre de cacao pourrait être le changement du process de fabrication des chocolatiers qui contrôlent le marché du karité.

En effet, les qualités intrinsèques du beurre de Karité, singulièrement son haut point de fusion (22°C) auquel s'ajoute son aspect très luisant ou encore la consistance plus ferme et la conservation plus longue qu'il donne au chocolat comparé au traditionnel beurre de cacao, pourraient accélérer les mutations technologiques au sein de l'industrie chocolatière internationale.

## 2.2 Origine de la Demande

Au niveau mondial, la Suède et le Royaume Uni achètent 97% des noix de karité. Les autres pays importateurs sont l'Inde et l'Indonésie.

Les pays importateurs s'approvisionnent tous au gré de leurs intérêts et recherchent opportunément les qualités supérieures de noix. De 1995 à 2001, par exemple la Suède s'est régulièrement fournie au Ghana, mais aussi en Côte d'Ivoire (1995) au Togo (1997) au Bénin (2000) et en Guinée (2001).

Quant au Royaume Uni, il s'est régulièrement approvisionné en Europe, via le Danemark et les Pays Bas, deux pays réexportateurs de noix de karité.

Aujourd'hui le Royaume Uni tend à acheter directement auprès des pays producteurs comme le Ghana et le Burkina Faso, même si aucune donnée statistique n'est disponible à cet égard selon le rapport de la CNUCED / FAO qui précise ceci :

La demande internationale de beurre de karité est encore plus opaque que celle observée pour la noix de karité. Les importateurs comme les fournisseurs de beurre de karité semblent réticents à communiquer les informations sur les transactions commerciales.

## 2.3 Débouchés du karité :

### Prédominance de la cosmétique

La tendance actuelle de la cosmétique offre des perspectives intéressantes pour le beurre de karité :

Le débouché traditionnel du karité est l'industrie alimentaire. Toutefois, les activités cosmétiques et pharmaceutiques forment un marché d'avenir, à forte valeur ajoutée.

La multinationale française « L'Oréal » s'est lancée à la conquête du marché africain à travers l'Afrique du Sud, sa porte d'entrée, où elle a implanté une unité de production cosmétique. Cette offensive de l'Oréal débute avec le rachat des firmes Américaines « Soft Shean » et « Carson » respectivement en 1998 et 2000. Ainsi, elle est positionnée en Afrique du Sud comme leader mondial des produits capillaires pour fillettes et femmes. L'Oréal capitalise aujourd'hui l'expérience et la spécialisation des firmes absorbées ; **Soft Sheen** et **Carson** dans le créneau des produits cosmétiques « Ethniques ».

En Afrique du Sud où L'Oréal contrôle 41% de parts d'un marché annuel de l'ordre de 62 milliards FCFA, les dits produits cosmétiques « Ethniques » dessinent les contours d'un fort potentiel marchand pour cette multinationale selon le rapport de la CNUCED/FAO sur le karité.

Ailleurs sur le continent, la filiale sud Africaine de l'Oréal exporte à hauteur de 4% sa production annuelle dans les gammes pour coiffage et coloration, soit l'équivalent de 50 milliards de francs CFA selon la même source CNUCED/FAO.

Selon des sources professionnelles spécialisées interrogées par la CNUCED/FAO, le marché des produits cosmétiques est estimé à plus de 600 milliards Francs CFA pour l'ensemble des pays d'Afrique au sud du Sahara.

Aux États-unis, ce marché destiné aux Africains Américains est considéré comme stratégique puisqu'il représentera 14,7 milliards \$ en 2008 selon le rapport de la CNUCED/FAO.

Ces chiffres témoignent du dynamisme du marché cosmétique aussi bien en Afrique que dans le monde où, l'Europe de l'Est, l'Asie et l'Amérique latine se distinguent comparativement aux marchés pionniers de l'Europe du Nord et les États-unis d'Amérique.

Ce fort potentiel de marché international et africain dessine aussi les contours d'un marché de niche pour le karité du fait des mutations perceptibles chez les consommateurs de plus en plus enclins à l'usage de produits cosmétiques naturels. C'est la Revue « Marchés Tropicaux » qui donne ces informations à travers sa publication spéciale consacrée au marché du Karité (N° 3048 – Avril 2004).

### III - L'OFFRE DE KARITE

#### 3.1 Présentation de l'arbre de karité

Depuis la nuit des temps, le karité accompagne la vie des africains, de la naissance à l'âge adulte, en raison de ses vertus fortifiantes et hydratantes, mais aussi pour d'autres usages comme graisse de cuisson, composante dans la fabrication du savon, bougie d'éclairage en milieu rural.

A l'exportation, le karité occupe un marché de niche dans la chocolaterie, la cosmétologie, la pharmacologie.

La production mondiale de karité est concentrée dans la bande soudano – sahélienne du Sénégal jusqu'au soudan et en Angola (cf/ figure 1 – page3)

L'arbre de karité n'a jamais été domestiqué, du fait surtout que sa végétation requiert à la fois des conditions climatiques et pédologiques très éloignées de la mer et une longue patience avant la pleine maturité au bout de 25 ans.

Au Mali, les chercheurs impliqués dans le projet PROKARITE poursuivent entre autres objectifs, le développement de la culture du karité. Ce projet soutenu par le gouvernement malien à hauteur de cent millions (100 000 000) FCFA affecté au centre de recherche de SOTUBA consiste à :

- Identifier les variétés de karité les plus performances
- Mettre en œuvre de nouvelles méthodes de culture afin d'améliorer les rendements

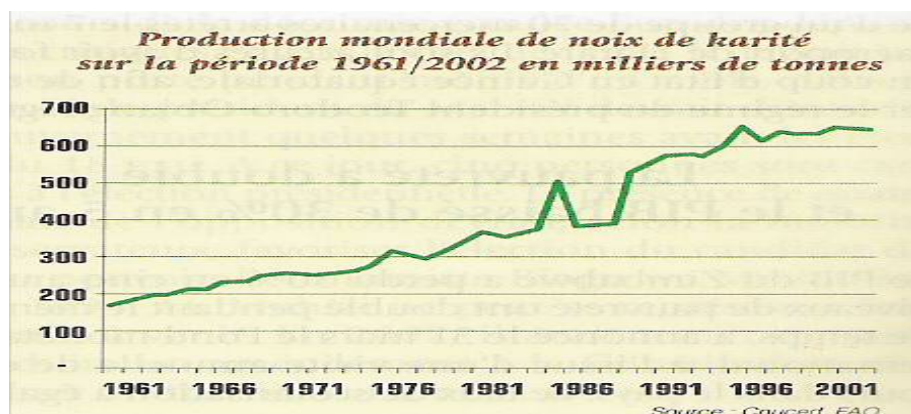
Si l'arbre de karité met du temps à se développer (25 ans avant d'atteindre la pleine maturation), sa longévité, en revanche dure entre 200 et 300 ans. L'arbre s'acclimate bien aux sols pauvres, mais son rendement dépend de la pluviométrie. (en moyenne 600mm par an). L'arbre donne 12 à 15 kilogrammes de noix séchés par an, qui après traitement donne entre 1 et 2 kilogrammes de beurre de karité (soit 11%de rendement en moyenne).

## 3.2 Production mondiale de karité

### 3.2.1 Production de noix de karité

La production de noix de karité passe de 169 000 tonnes en 1961 à 648 000 tonnes en 2001, soit une progression supérieure à 300 % en 40 ans, telle que illustrée dans le graphique ci-dessous :

#### Graphique 1



Source : CNUCED/FAO

Quatre zones d'exploitation s'affirment à la tête du peloton des pays africains producteurs de noix de karité. Ces pays contrôlent plus de 90 % de la production de noix de karité qui se répartit comme suit en 2002.

Ce que l'on peut retenir de ces chiffres, c'est l'importance de la production du Nigéria qui occupe le premier rang des pays producteur avec 369 000 T, soit 57% de la production suivi du Mali avec 85 000 F, soit 13%. Le Burkina arrive en 3<sup>ème</sup> position avec une production de 70 000 T soit 11% suivi immédiatement du Ghana dont la production est estimée à 65 000 T soit 10%. Les autres pays producteurs se partagent le reste de la production africaine estimée à 58263T, soit 9%.

### 3.2.2 Beurre de karité

La production de beurre de karité passe de 30 000 tonnes en 1961 à 175 000 tonnes en 2001, soit une progression de l'ordre de 500 % en 40 ans, telle que illustrée dans le graphique ci-dessous :

## Graphique 2

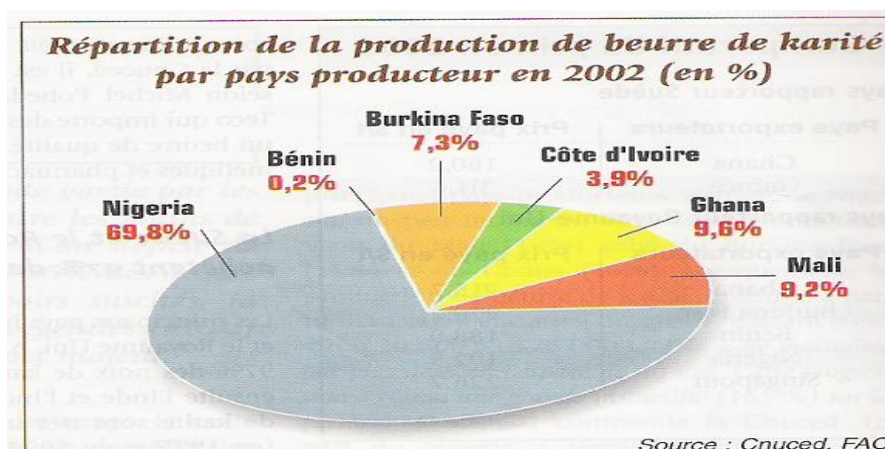


Source : CNUCED/FAO

L'offre de beurre de karité est encore plus concentrée que celle des noix de karité. Trois pays dont le Nigeria, le Mali et le Ghana ont contrôlé la production jusqu'en 2002. Depuis cette année là, le Burkina Faso se positionne parmi les pays africains leaders.

La figure ci-après présente la répartition de la production de beurre de karité en 2002

## Graphique 3



Par rapport à l'offre de beurre de karité, la lecture de la figure ci-dessus nous apprend que le nombre de pays (6) produisant du beurre de karité était inférieur à celui des producteurs (4) de noix non transformés.

Ainsi, les producteurs de beurre de karité en 2002 sont classés par ordre d'importance comme suit :

- 1) Nigéria : 69,8%
- 2) Ghana : 9,6%
- 3) Mali : 9,2%
- 4) Burkina : 7,3%
- 5) Côte d'Ivoire : 3,9%
- 6) Bénin : 0,2%



## **IV - L'OFFRE DE PRODUITS COSMETIQUES AU SENEGAL**

### **4.1 Principales références internationales**

A l'instar des autres pays du continent africain, le marché du Sénégal est inondé de produits cosmétiques en tous genres au profit des grandes marques internationales telles que : L'Oréal, Biodherm, Nivea, Avon, Fashion Fair, etc.

### **4.2 Références nationales**

Depuis les années « 1970 », l'émergence du secteur informel transforme la distribution de produits thérapeutiques et cosmétiques au Sénégal marquée par la progression des produits cosmétiques éclaircissants. Le phénomène de dépigmentation artificiel ou « xessal » bien que déterminant encore de nos jours, semble perdre du terrain parmi la génération de consommatrices actuelles averties des risques cancérigènes attachés à l'usage de cosmétiques chimiques.

Sous ce rapport, deux gammes de base occupent le marché Sénégalais :

- la gamme thérapeutique alimentée pour l'essentiel par les approvisionnements extérieurs destinés à la distribution spécialisée à travers les officines ;
- la gamme cosmétique dont le marché est couvert tant par l'importation que par une production locale assurée par une dizaine d'entreprises industrielles parmi lesquelles on peut citer :

- NSOA (Nouvelle Savonnerie Ouest Africain – Colgate Palmolive)
- CAPARCO (Compagnie de Parfum et des Cosmétiques)
- Parfumerie GANDOUR
- SECOS (Sénégalaise de Cosmétiques)
- SIPARCO (Société Industrielle de Parfums et Cosmétiques)
- SIVOP (Société Ivoirienne de Parfumerie)
- SYBEL Cosmétics SA
- UNIPARCO Sénégal

### **4.3 Importations de produits cosmétiques au Sénégal**

Les tableaux présentés dessinent l'évolution des importations de produits cosmétiques similaires aux gammes transformées par la Maison du Karité.

### 4.3.1 Produits de maquillage pour lèvres

Tableau 1 : Importations et exportations de produits de maquillage pour lèvres

33.04.10.00.00	2001		2002		2003		2004		2005		
	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Produit de maquillage pour lèvres	8.885.583	4.808	8.267.051	9.031	6.083.025	4.249	9.501.665	8.230	10.373.587	4.719	Importations
Alcooliques	-	-	2.536.001	2201	-	-	2.033.476	35	542.628	9	Exportations

Source : DPS / MEF

**Commentaire du tableau :** Les produits de maquillage pour lèvres importés au Sénégal sont tous à base d'alcool et de composants chimiques

La Maison du Karité propose du lipolèvre à base de karité. Mais ce produit n'appartient pas à la gamme Au cours des cinq dernières années, la valeur des importations a progressé globalement de 16,7% avec une pointe de 10 millions F CFA en 2005. Cette valeur des produits maquillant pour lèvres importés est relativement faible au sein du créneau cosmétique en général.

Une valeur de 500 mille F CFA en 2006 les exportation du Sénégal pour les produits maquillant pour lèvres sont relativement très faibles.

**GRAPHIQUES 4/5 :** Evolution des importations et des exportations de produits de maquillage pour lèvres

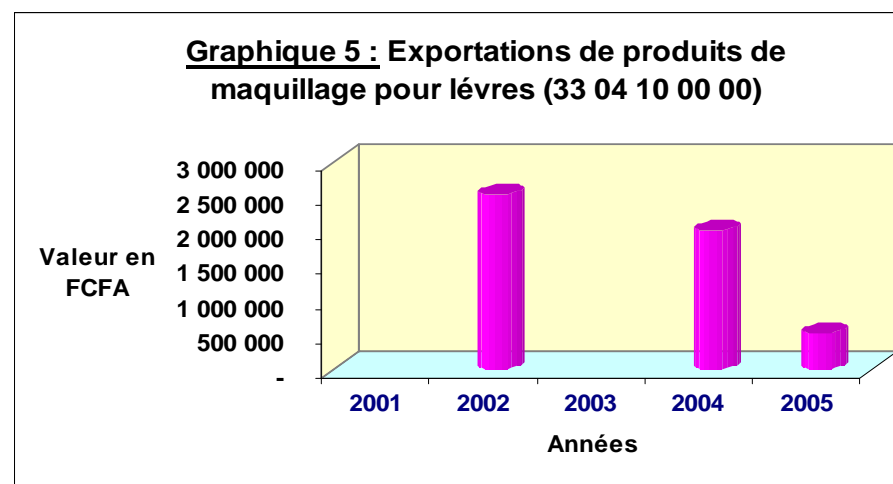
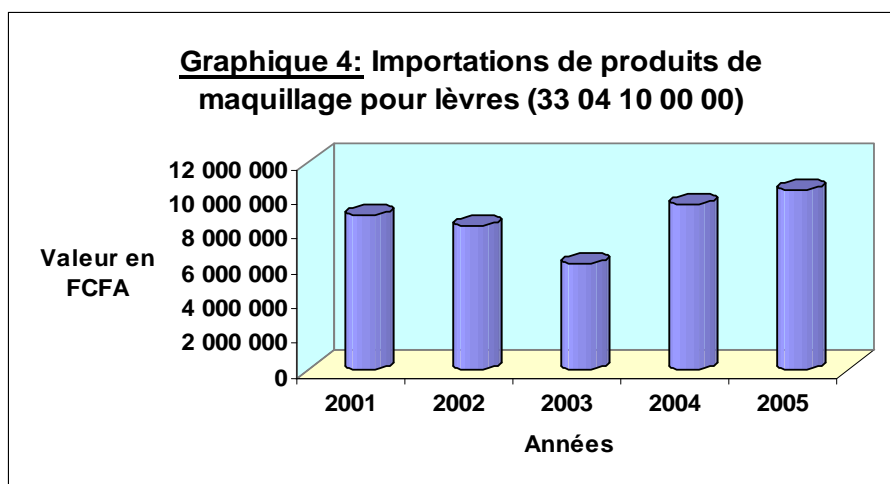


Tableau 1 bis: Origines des importations et destinations des exploitations des maquillages alcooliques pour lèvres (Réf : 33.04.10.00.00) en 2005

Pays de provenance	Valeurs des importations 2005	Valeur relative	Pays de destination	Valeur des exportations 2005	Valeur relative
France	6.339.667	61,10%	Provisions (*)	52.628	100%
Rép. De Chine	3.412.661	32,80%			
U.S.A	245.001	02,30%			
Afrique du Sud	226.258	02,20%			
<b>TOTAUX</b>	<b>10.373.587</b>			<b>52.628</b>	

Avec 61,10% de couverture, la France est le premier fournisseur du Sénégal pour cette rubrique cosmétique, suivie de la République de Chine (32,8% des importations) sur ce chapitre.

(\*) La mention provisoire signifie ici que l'opération d'exportation n'est pas justifiée par l'encaissement de la contrepartie de valeur de la marchandise expédiée ou en instance d'exportation.

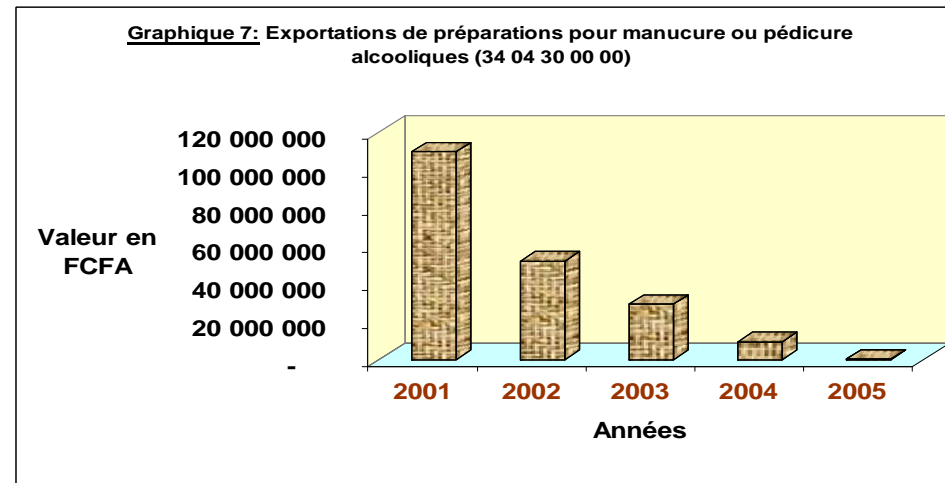
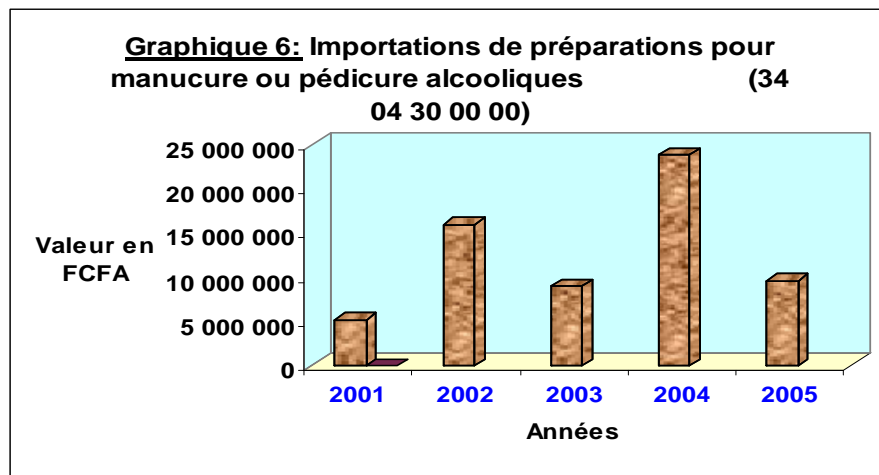
### 4.3.2 Préparations pour manucure et pédicure

Tableau 2: des importations de préparations pour manucure ou pédicure

34.04.30.00.00	2001		2002		2003		2004		2005		
Prep Manucure	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Pédicure	5.211.933	4.294	15.970.308	11.535	8.940.530	4.923	23.819.827	28.941	9.567.780	8.783	Importations
Alcooliques	109.918.181	37.603	51.920.250	17.957	29.316.600	26.798	9.310.000	4084	292.608	538	Exportations

Source : DPS / MEF

**GRAPHIQUES 6/7** : - Evolution des importations et des exportations des préparations pour manucure et pédicure



**Tableau 2 bis : Origines des importations et des exportations des préparations pour manucure ou pédicure alcooliques (Réf : 34.04.30.00.00 en 2005**

<b>IMORTS 2005</b>			<b>EXPORTS 2005</b>		
France	3.427.726	35,80%	Mali	292.608	100%
E.A.U (Emirats Arabes Unis)	2.577.085	26,90%			
République de Chine	1.898.207	19,80%			
Côte d'Ivoire	619.157	06,50%			
Arabie Saoudite	615.303	06,40%			
<b>TOTAUX</b>	<b>9.567.780</b>			<b>292.608</b>	

Source : DPS / MEF

Avec 35,80% de couverture en 2005, la France est le premier fournisseur du Sénégal pour les préparations pour manucure et pédicure alcooliques suivies des Emirats Arabes Unis (26,9%) et de la Chine (19,8%).

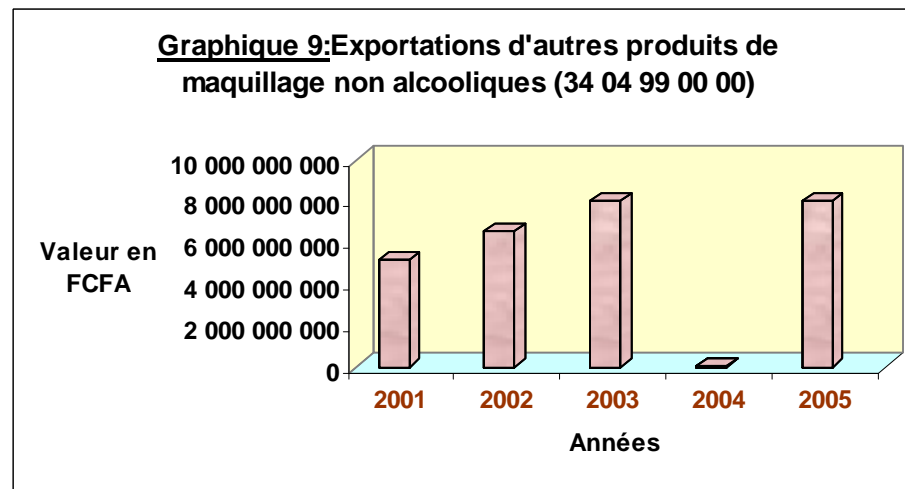
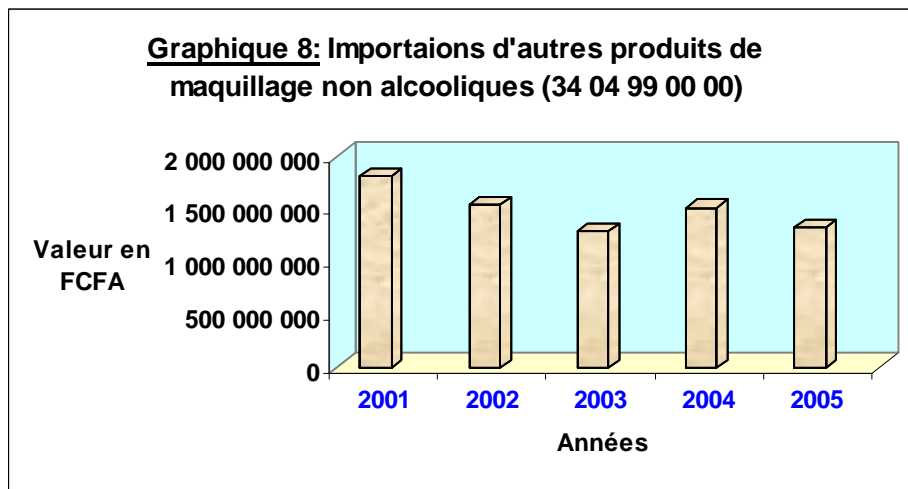
Les exportations sénégalaises des préparations pour manucure et pédicure alcooliques sont destinées exclusivement au Mali en 2005.

**Tableau 3 : Importations et exportations des autres produits de maquillage non alcooliques : valeur en F CFA / Volume en kgs**

33.04..99.00.00	2001		2002		2003		2004		2005		
	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Autres produits de maquillage Non alcooliques	1.808.187.902	1.302.283	1.539.819.486	931.651	1.292.842.074	743.400	1.510.091.980	994.787	1.324.119.501	823.141	Importations
	5.147.974.401	4.338.017	6.578.513.513	5.580.250	8.061.848.389	5.876.356	7.398.389	7.398.389	7.991.306.316	6.094.782	Exportations

Source : DPS/MEF

**Graphiques 8/9 : Evolution des importations et exportations des autres produits de maquillage non alcoolique**



Au cours des cinq dernières années, la valeur des importations des autres produits de maquillage non alcooliques a diminué de - 26,7%/ En 2005, la valeur des importations s'estime à 1,324 milliard F CFA.

**Tableau 3 bis : Origines des importations et destinations des exportations des autres produits de Beauté et Maquillage non Alcooliques (Réf : 34.04.99.00.00)**

IMPORTS 2005			EXPORTS 2005		
Origines	Valeur F CFA	Part en %	Destinations	Valeur F CFA	Part en %
France	524.935.537	39,60%	Rép. De Guinée	2.400.553.618	30,04%
Italie	351.313.218	26,50%	Mauritanie	1.198.402.145	15,00%
USA	220.032.461	16,60%	Gambie	1.065.837.756	13,30%
Côte d'Ivoire	94.801.054	07,10%	Mali	941.661.955	11,70%
Rép. De Chine	58.475.604	04,40%	Tanzanie	650.147.405	08,10%
			Togo	459.293.317	05,70%
			Congo	471.611.478	05,90%
			Sierra Léone	175.765.160	02,10%
<b>TOTAUX</b>	<b>1.324.119.501</b>			<b>7.991.306.316</b>	

Source : DPS / MEF

Avec 39,60% de couverture, la France est le premier fournisseur du Sénégal sur ce chapitre cosmétique, suivie de l'Italie (26,50%) et des USA (16,60%)

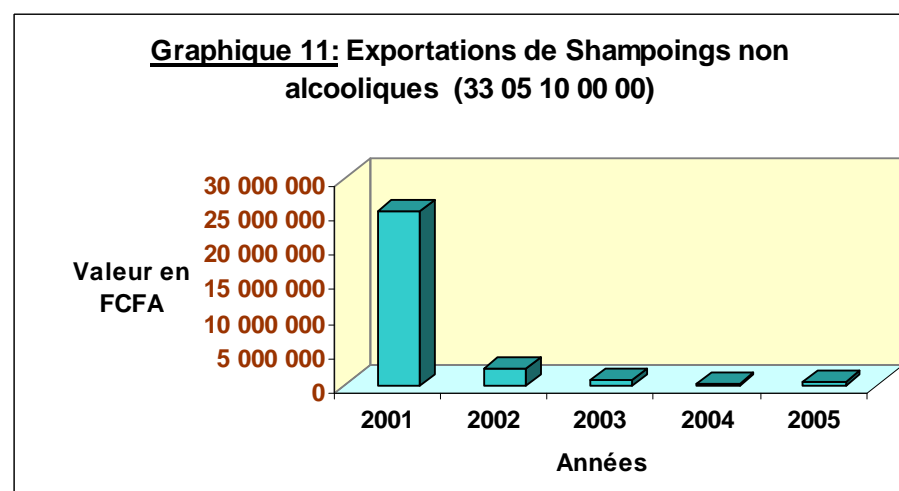
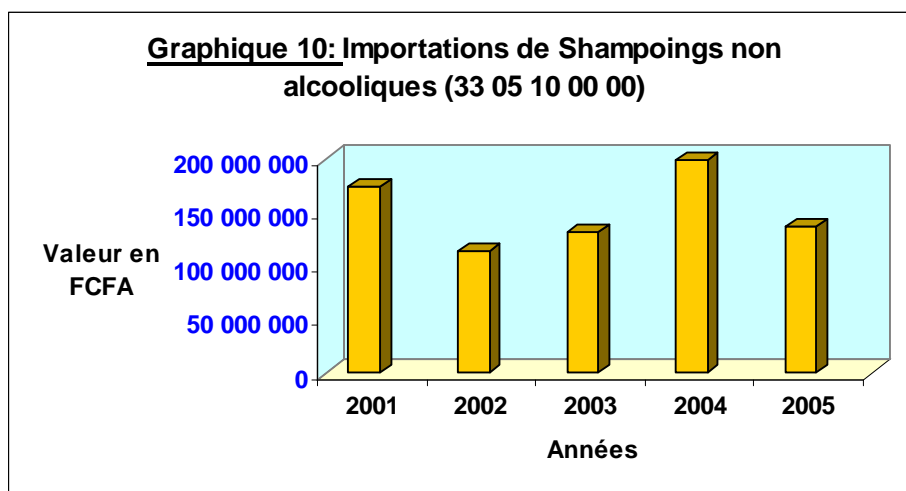
Avec 30,04% de la valeur des exportations, la République de Guinée est le premier client du Sénégal, suivie de la Mauritanie (15%), de la Gambie (13,30%) et du Mali (11,70%).

### 4.3.3 Shampoings

**Tableau 4 : Importations et exportations de Shampoings au Sénégal**

33.05.10.00.00	2001		2002		2003		2004		2005		
	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Shampoings non alcooliques	174.111.239	166.465	114.136.301	104.683	132.044.469	123.550	199.530.191	213.619	137.405.653	124.116	Importations
	25.062.150	19.143	2.454.295	2.420	755.286	1.365	97.794	48	374.462	183	Exportations

**GRAPHIQUES 10/11 : Evolutions des importations et exportations de Shampoings et autres produits capillaires non alcooliques**



Au cours des cinq dernières années, la valeur des importations de shampoings au Sénégal a baissé globalement de - 21%. L'évolution récente s'est faite en dent de scie avec un pic de l'ordre de 200 Millions F CFA de valeur des importations en 2004. Sur la même période 2001 à 2005, les exportations ont très sensiblement chuté (- 98,5%), passant de 25 Millions F CFA en 2001 à 374 Millions F CFA en 2005.



Tableau 4 bis : Origine des importations et destinations des exportations de Shampoings non alcooliques (Réf : 33.05.10.00.00)

IMPORTS 2005			EXPORTS 2005		
France	113.682.268	82,70%	Mali	21.662	05,50%
Espagne	6.369.738	05,90%	Togo	352.800	94,20%
USA	8.094.630	04,60%			
Maroc	3.916.554	02,80%			
Rép. De Chine	2.006.767	01,40%			
Belgique	1.827.021	01,30%			
<b>TOTAUX</b>	<b>137.405.653</b>			<b>374.462</b>	

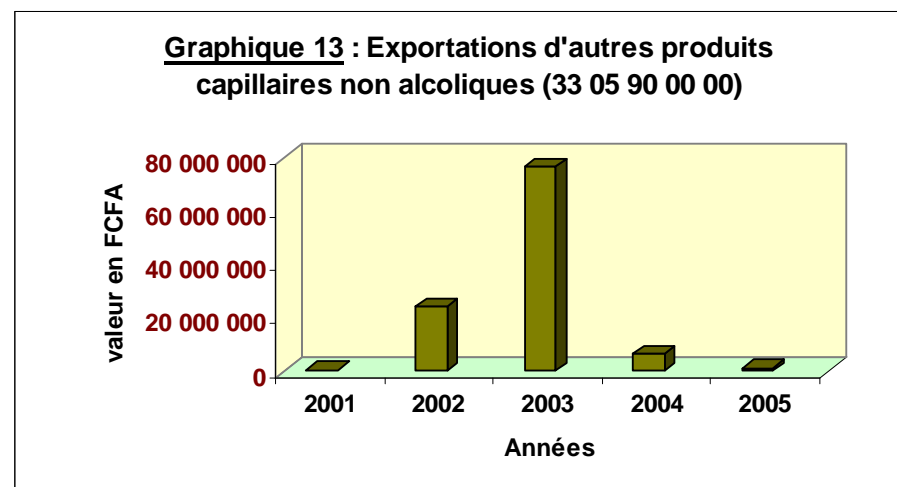
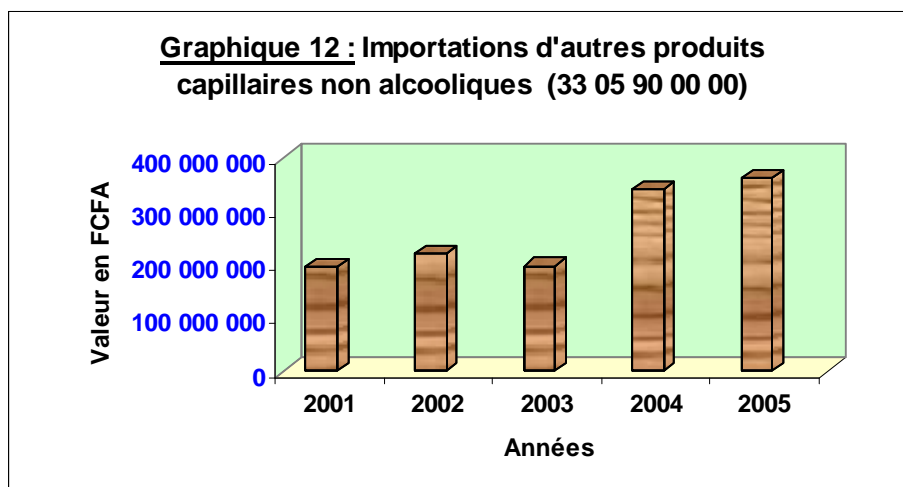
Avec 82,7% de couverture, la France est le premier fournisseur du Sénégal de shampoings non alcooliques, suivi de l'Espagne (5,90%). Avec 94,20% de la valeur des exportations en 2005, le Togo est le premier client du Sénégal pour les shampoings non alcooliques.

**Tableau 5 : Importations et exportations des autres produits capillaires non alcooliques**

33 05 90 00 00	2001		2002		2003		2004		2005		
	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Autres produits capillaires non alcooliques	197209267	143728	222531653	203817	197940733	188297	341748464	201953	363582302	281182	Importations
	403.200	328	24.209.900	14.204	77.177.000	61.934	6.507.857	8.108	1.216.000	1.662	Exportations

Source : DPS / MEF

**Graphiques 12/13 : Evaluation des importations et des exportations de produits capillaires non alcooliques au Sénégal**



Au cours des cinq dernières années, les importations des autres produits capillaires non alcooliques ont progressé de 84%, avec une valeur estimée de 363 Millions F CFA en 2005.

Sur la même période, des exportations sont multipliées par 3 (+ 301,7%), malgré leur relative faiblesse en valeur (1,2 millions F CFA)

Tableau 5 bis : Origines des importations et destination des exportations des autres produits capillaires non alcooliques (Réf : 33.05.90.00.00) en 2005

IMPORTATIONS 2005			EXPORTATIONS 2005		
France	230.612.811	63,40%	Mali	1.216.000	100%
USA	70.312.067	19,30%			
Ghana	19.810.172	05,40%			
Rép. de Chine	13.518.571	03,70%			
Espagne	7.979.089	02,20%			
Afrique du Sud	7.043.598	01,90%			
Royaume Uni	3.798.202	01,40%			
Italie	3.674.039	01,01%			
<b>TOTAUX</b>	<b>363.582.302</b>			<b>1.216.000</b>	

Source : DPS / MEF

- Avec 63,40% de couverture, la France est le premier fournisseur pour les autres produits capillaires non alcooliques importés au Sénégal, suivie des Etats Unis d'Amérique (19,30%) et du Ghana (5,4%).
- En 2005 toutes les exportations contrôlées de produits capillaires non alcooliques sont destinées au Mali

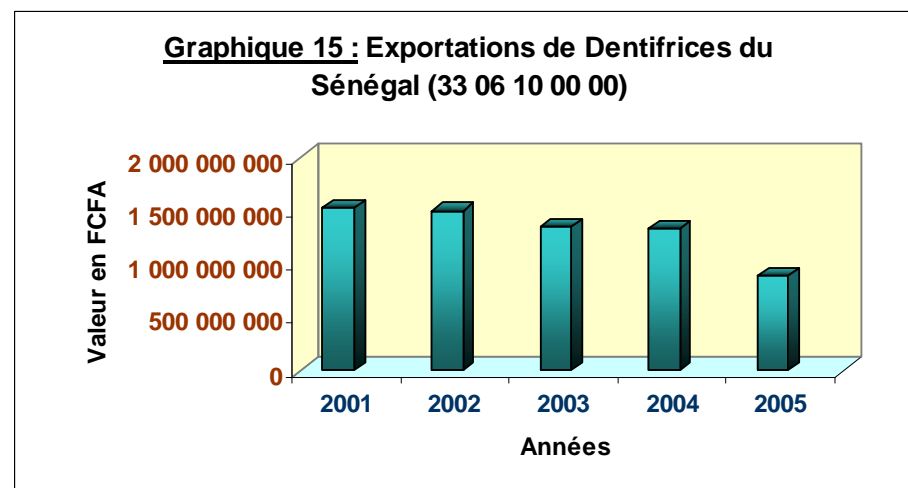
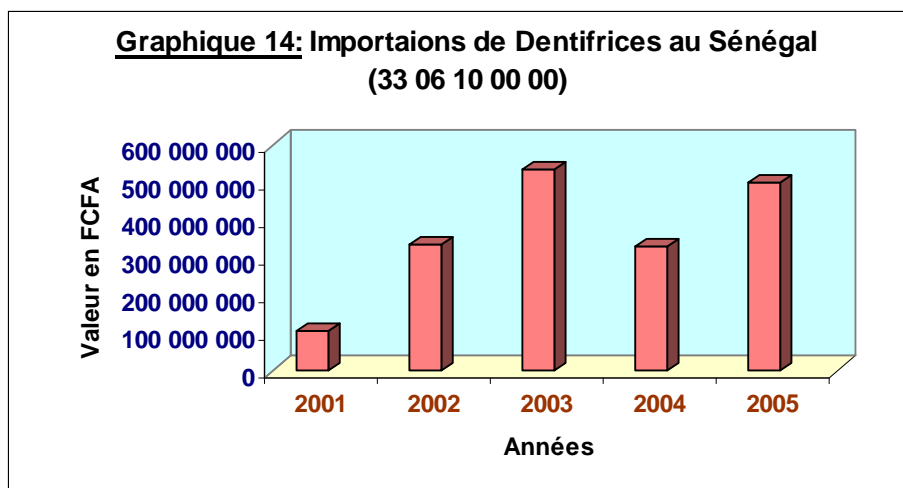
#### 4.3.4 Dentifrices

Tableau 6 : des importations et exportations de Dentifrices au Sénégal

Références	2001		2002		2003		2004		2005		
33.06.10.00.00	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
Dentifrices	104.000.757	64.255	334.406.859	123.404	533.995.818	321.843	331.446.451	227.440	500.467.970	255.588	Importations
	1.535.047.202	672.280	1.509.299.660	675.429	1.356.357.457	613.027	1.341.287.831	593.942	890.137.803	444.542	Exportations

Source : DPS / MEF

Graphiques 14/15 : Evolutions des importations et des exportations globales de dentifrices au Sénégal (33 06 10 00 00 et 33 06 10 00 09)



Les importations de Dentifrices au Sénégal s'estiment à 0,5 Milliard F CFA en 2005. elles ont évolué en dent de scie de 2001 à 2005. la faiblesse relative des importations de Dentifrices s'explique par le dynamisme de la production locale à travers le géant Colgate Palmolive, notamment.

Tableau 6 bis : Origines des importations et destinations des exportation de dentifrices : 33.06.10.00.00

<b>IMPORTATIONS 2005</b>			<b>EXPORTATIONS 2005</b>		
France	230.821.328	46,10%	Côte d'Ivoire	139.401.746	15,60%
Brésil	92.605.016	18,50%	Burkina Faso	188.266.671	21,10%
Egypte	65.571.113	13,10%	Rép. De Guinée	137.502.000	15,40%
Rép. De Chine	44.008.328	08,80%	Iles du Cap-Vert	119.420.280	13,40%
USA	40.228.575	08,03%	Ghana	55.966.704	06,30%
Côte d'Ivoire	7.716.352	01,54%	Gambie	47.980.000	05,40%
			Cameroun	27.000.000	03,00%
			Bénin	20.695.598	02,30%
			Niger	11.775.000	01,30%
			Togo	10.497.671	01,10%
<b>TOTAUX</b>	<b>500.467.670</b>			<b>890.137.803</b>	

Avec 46,10% de couverture, la France est le premier fournisseur de dentifrices au Sénégal, suivie du Brésil (18,50%) et l'Egypte (13,10%)

Avec 21,10% de la valeur globale des exportations en 2005, le Burkina Faso est le premier client du Sénégal, suivi de la Côte d'Ivoire (21,10%) et de la République de Guinée (15,40%) et des Iles du Cap Vert (13,40%).

Nous observons ici une balance commerciale excédentaire de l'ordre de 400 millions F CFA pour le Sénégal.

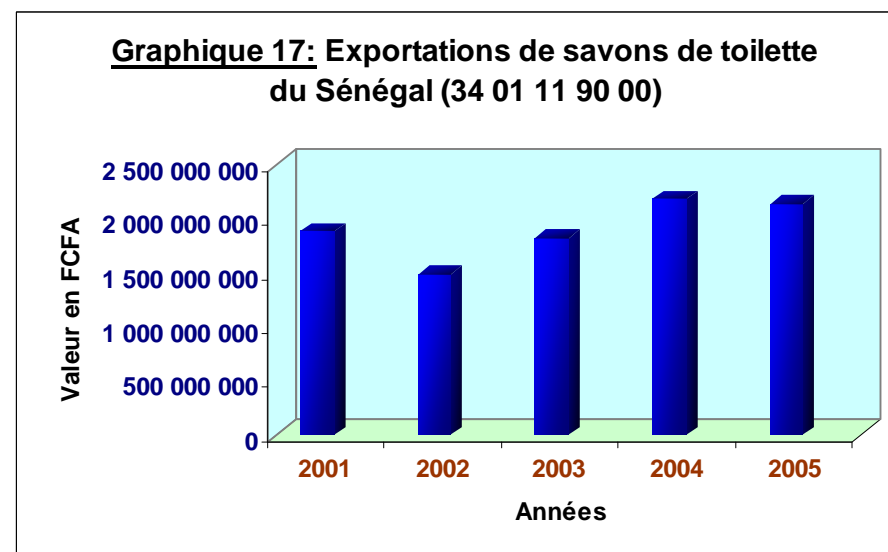
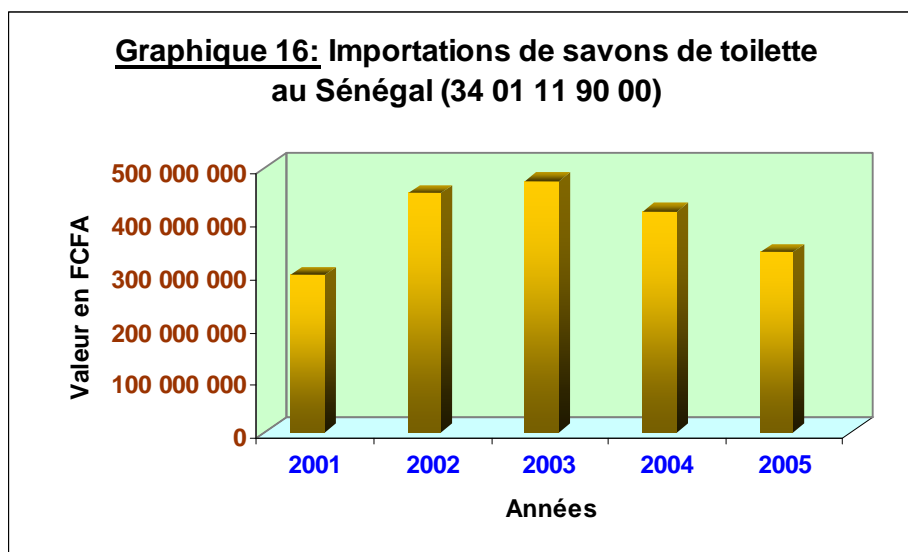
### 4.3.5 Savons de toilette

Tableau 7 : Importations et exportation de savons de toilettes au Sénégal

34.01.11.10.00	2001		2002		2003		2004		2005		
	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	
34.01.11.90.00	-	-	24.200	1210	-	-	-	-	-	-	Importations
Savons de toilette	297.464.183	399.795	451.280.344	722.874	475.664.430	945.562	417.132.232	750.669	339.977.869	729.363	Importations
	1.882.942.769	1.939.119	1.485.495.307	1.472.518	1.826.527.729	1.849.306	2.183.557.395	2.275.884	2.146.001.606	2.412.699	Exportations

Source : DPS / MEF

Graphiques 16/17 : Evolutions des importations et des exportations de savons de toilette au Sénégal



Les importations de savons de toilette sont relativement faibles comparées au dynamisme du secteur savonnerie au Sénégal. Il faut savoir que la production locale couvre largement la demande domestique activée par une action publicitaire et promotionnelle très dynamique, y compris les spots télévisuels. Ce dynamisme de l'industrie de la savonnerie s'exprime surtout par le niveau des exportations de savons de toilettes par le Sénégal avec une valeur commerciale supérieure à 2 Milliards F CFA en 2005.

**Tableau 7 bis : Origines des importations et destinations des exportations de savons de toilette (Réf : 34.01.11.90.00)**

<b>IMPORTS 2005</b>			<b>EXPORTS 2005</b>		
Côte d'Ivoire	108.708.475	31,90%	Côte d'Ivoire	438.246.548	15,60%
France	55.125.672	16,20%	Cameroun	404.667.835	21,10%
Indonésie	56.895.125	16,70%	Bénin	164.667.835	15,40%
Turquie	41.867.470	12,30%	Togo	163.393.708	13,40%
Italie	27.373.079	08,00%	Mali	158.591.522	06,30%
Allemagne	13.296.060	03,90%	Mauritanie	94.210.000	05,40%
			Rép. De Guinée	62.827.500	03,00%
			Iles du Cap-Vert	58.683.203	02,30%
			Gambie	55.278.400	01,30%
<b>TOTAUX</b>	<b>3.399.777.969</b>			<b>2.146.001.606</b>	

Source : DPS / MEF

- Avec 31,90% de couverture, la Côte d'Ivoire est le premier fournisseur de savons de toilette importés au Sénégal, suivie de la France (16,20% des importations).
- Avec 20,42% de sa valeur des exportations, la Côte d'Ivoire est le premier client du Sénégal sur ce chapitre, suivie du Cameroun (18,80%).

#### 4.4 La production de savons et cosmétique au Sénégal

Le Sénégal se positionne assez bien sur le marché du savon et de la cosmétique sur le continent africain. L'industrie savonnaire aussi bien que l'industrie cosmétique participent du dynamisme du secteur chimique et para chimique au Sénégal.

En 2004 : la production locale a généré une valeur ajoutée supérieure à douze milliards FCFA, pour un chiffre d'affaires global de l'ordre de cinquante trois milliards (53 000 000 000 FCFA), absorbé par le marché local (83%) et par l'exportation (17%).

Le tableau ci-dessous décline l'évolution récente des performances du secteur savonnerie, détergents et cosmétiques au Sénégal en 2002, 2003 et 2004.

##### 4.4.1 Tableau 8: Bilan économique de l'industrie du savon, des détergents et des produits d'entretien

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
C.A	44.208.504.978	51.003.147.214	53.196.532.504
Exportations	84,6%	77,8%	82,8%
Valeur ajoutée	6.788.965.596	11.306.493.759	9.135.124.885
	15,3%	22,1%	17,1%
Charges de personnel	7.090.704.117	10.201.772.191	12.245.215.199
	16%	20%	23%
	5.377.211.204	5.703.853.932	6.231.954.226
	12,1%	11,1%	11,7%
Résultats d'exploitation	476.753.639	2.081.166.082	2.665.999.466
	1%	4%	5%

**Source :** DPS / MEF

Les secteurs qui concourent à la réalisation du bilan économique industriel décrit au tableau 9 ci-dessus se répartissent en trois sous activités ou branches d'activités distinctes à savoir :

- les savons
- les dentifrices
- les cosmétiques



#### 4.4.2 Production de savons

On distingue à ce niveau :

**Savons de ménages** utilisés couramment pour le lavage du linge. Son usage s'étend parfois à l'entretien du corps pour les personnes qui s'en accommodent du fait que le produit n'irrite pas les peaux sensibles. Nous poursuivons notre recherche d'informations de statistiques comparatives sur la production de savons de ménages au Sénégal. Les renseignements obtenus à ce jour auprès de la Direction de la Prévision et de la Statistique (DPS) sont globalisés et n'autorisent pas une perception transparente des acteurs de la concurrence industrielle en savonnerie.

Notons cependant que deux entreprises Colgate Palmolive et SAF (Savonnerie Africaine Fakry) se partagent le marché à hauteur de 80% très probablement.

L'unité de savons de la SONACOS (Société Nationale des Oléagineux du Sénégal) aurait suspendu sa production dans l'attente de la privatisation de cette entreprise nationale.

La savonnerie du Saloum, installée à Kaolack vise principalement les marchés régionaux du centre de l'Est et du Sud du Sénégal, y compris le marché de la Gambie et de la Guinée Bissau.

**Savons de Toilette** : les principales industries concurrentes dans la production de savons de toilette au Sénégal sont les suivantes :

- SAD (Société Africaine de Détergents) qui fabrique le Persavon
- SAF (Société Africaine Fakry) qui fabrique le Sabou parfumé SAF
- Cotivoire qui fabrique le savon Crocco
- Colgate Palmolive qui fabrique le savon Pharmapur
- SAYAP MATSURAKA (Indonésie) qui fabrique le savon Santex

Les savons à base de Karité : Outre la Maison du Karité et son rôle pionnier dans le marché domestique, une deuxième unité de transformation aurait été mise en œuvre à travers la Société Phytopharma dont la promotrice Madame Diallo serait pharmacienne de profession.

Les produits Kariessence et phytokarité sont distribués à travers le réseau d'officines mais les échantillons que nous avons achetés sont datés de 2004 qui plus est aucune adresse n'est portée sur l'emballage en boîte des dits savons.

Nos sources dernières renseignent sur l'incapacité des distributeurs à localiser l'entreprise qui traiterait directement avec les grossistes pharmaceutiques. Selon le promoteur de la Maison du Karité, l'entreprise phytopharma n'existe plus

#### **4.4.3 Divers produits cosmétiques**

Une quinzaine d'unités industrielles compétissent sur le marché de la cosmétique avec des gammes diversifiées. Sans doute existe-t-il des ateliers clandestins sur ce créneau porteur.

Ces unités sont les suivantes :

1. 3S (Ste Sénégalaise de parfumerie)
2. Acropole redia
3. Atol
4. Coparco
5. Cosmétique senameric - SARL
6. Detco SARL
7. Parfumerie Gandour
8. Prodisen SARL
9. Secos industrie
10. Siparco
11. Sivop. SARL
12. Soprocos – SARL
13. Soproka – SA
14. Sosed – SARL
15. Sybel cosmétique
16. Uniparco Sénégal - SA