

brancheSTATISTIK 2005 - 1. halvår

Tæt på 10% vækst

Det første halve år oplevede den selektive branche igen et stærkt halvår med 9,1% vækst på indsalget til handelen. Samtidig går det rigtig godt for størstedelen af handelen, så alt i alt må 1. halvår vurderes positivt.

Dufterne er vendt stærk tilbage. Sidste år blev stigningen stærkt støttet af kraftig vækst i hudpleje segmentet. Dette første halve år er rollerne byttet om. Dameduft er steget med 13,3% og herreduft er steget med 15,2%. Hermed ligger duftkategorien væsentligt over den samlede stigning i markedet. Det er værd at notere at hudpleje "kun" er steget med 2,5% mens hudpleje til mænd er steget med hele 36,7%. Hudpleje til mænd udgør stadig kun 2% af det selektive marked, men hold øje med væksten her fremover!

Lanceringer driver duftmarkedet. Store lanceringer i første halvår har været med til at sikre den høje vækst. I de senere år har man oplevet på markedet, at der skal lanceringer til for at sikre udviklingen. Hvor det for få år siden var unikt at lancere og støtte en duft med TV annoncering, er det i dag mere reglen end undtagelsen, for mærker som aspirerer til en top 10 placering. Den periode hvor en ny duft sælger "godt" synes også at blive kortere - der er hele tiden nyt at komme efter for forbrugerne. Med mere end 100 duftlanceringer pr. år er kampen hårdere end nogensinde.

Priskonkurrencen er mere markant end nogensinde, og er blevet meget synlig i den selektive handel. I dette første halve år har vi set aktiviteter med meget lave priser på selektive produkter. Forbrugerne har kunnet glæde sig over tilbud til langt under halv pris, eller at få to produkter til samme pris som ét. Priskonkurrence har naturligvis altid eksisteret, men har aldrig været så markant som nu. Det er et fænomen som kendes meget i udlandet, og på dagligvaremarkedet generelt. Måske er

det en tendens mod mere åbne markeder. Under alle omstændigheder bliver det spændende at følge udviklingen fremover.

Med et så godt 1. halvår, er grundstenen lagt til et rigtig godt 2005. Der kommer store lanceringer i efteråret, og der bliver sikkert også kamp om TV seerne. For vores branche er det alfa og omega om julehandelen går godt. Det gør forskellen mellem et godt og et dårligt år. Derfor allerede nu et ønske om en rigtig god julehandel. - Og en god jul når den kommer!

Akkumuleret 2005 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
1 Lancôme	51.343	11,8%	329
2 Biotherm	37.927	-3,0%	329
3 Clinique	31.899	3,0%	247
4 Arden	24.203	31,9%	225
5 Christian Dior	22.348	2,5%	209
6 Clarins	20.808	14,7%	234
7 Estée Lauder	17.730	0,9%	174
8 Giorgio Armani	15.209	31,7%	314
9 Hugo Boss	15.156	-6,5%	314
10 Chanel	12.220	11,6%	130
Total	384.590	9,1%	

Makeup 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
1 Lancôme	20.705	13,3%	329
2 Clinique	12.551	7,9%	247
3 Christian Dior	9.656	-1,4%	209
4 H. Rubinstein	7.426	-6,5%	175
5 Estée Lauder	6.915	-1,3%	174
6 Arden	6.151	92,0%	225
7 Chanel	4.581	1,8%	130
8 Clarins	3.796	22,3%	234
9 Biotherm	3.742	-17,1%	201
10 Yves Saint Laurent	3.321	9,4%	77
Total	82.966	8,0%	

Hudpleje 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
1 Biotherm	28.579	-5,4%	329
2 Lancôme	21.461	6,0%	329
3 Clinique	15.705	9,7%	247
4 Clarins	14.703	3,7%	234
5 Estée Lauder	7.916	19,7%	174
6 Arden	7.889	4,0%	225
7 Christian Dior	6.713	-4,6%	209
8 Origins	5.276	19,3%	84
9 H. Rubinstein	4.756	-19,9%	175
10 Roc	3.040	81,2%	228
Total	125.381	2,5%	

Hudpleje mænd 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
1 Biotherm	5.606	28,6%	329
2 Lancôme	1.151	143,9%	329
3 Clarins	940	10,3%	234
4 Clinique	883	28,2%	156
5 Zirh	221	33,9%	49
6 Shiseido	176	-	72
7 Aramis	68	-8,1%	12
8 Origins	24	-4,0%	84
9			
10			
Total	9.069	36,7%	

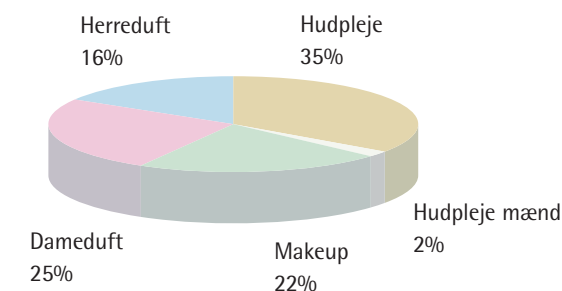
Herreduft 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
1 Hugo Boss	12.089	15,9%	314
2 Giorgio Armani	11.118	27,2%	314
3 Lacoste	4.703	9,9%	313
4 Van Gils	3.798	3,9%	338
5 Davidoff	3.278	55,0%	338
6 Aramis	2.555	36,6%	236
7 Jean Paul Gaultier	2.333	33,8%	179
8 Christian Dior	2.295	-1,9%	209
9 Chanel	2.178	46,5%	130
10 Issey Miyake	2.032	42,1%	175
Total	66.323	15,2%	

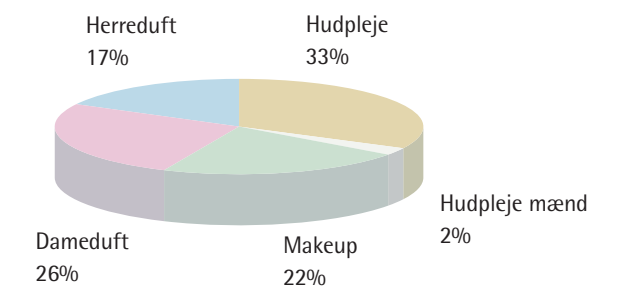
Dameduft 1. halvår 2005

Serie	Oms. Tkr.	Procent	Antal Døre
Arden	10.163	33,8%	225
Lancôme	7.513	16,1%	329
Cacharel	7.028	33,8%	324
Gucci	5.677	-13,0%	302
Dolce Et Gabbana	4.704	8,7%	344
Britney Spears	4.185	-	292
Giorgio Armani	4.091	45,7%	314
Calvin Klein	3.741	-2,4%	260
Christian Dior	3.684	39,5%	209
Chanel	3.605	13,0%	130
Total	100.852	13,3%	

Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2004



Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2005



Duftenes top 10

Hvad er det, der gør, at en duft placerer sig blandt de 10 bedst sælgende dufte? Udover kundens egne ønsker og loyalitet over for sin yndlingsduft, spiller andre faktorer også ind på udfaldet af duftenes top 10. Omtale i pressen, særlige kampagner og tilbud lokker naturligvis kunderne ind i butikken. Og når kunden er dér, er der mange tiltag, der kan være med til at skabe opmærksomhed om de enkelte produkter.

Vi har været i Magasin Kgs. Nytorv og talt med Jytte Møller, Områdechef i Parfumeafdelingen, som fortæller, at en af de ting, der betyder mest for en dufts placering på top 10 er kampagner, der sætter spot på et produkt, ofte med en prisnedsættelse. Endvidere betyder lanceringer meget, især hvis der bliver gjort meget ud af eksponeringen i samarbejde med leverandøren. Et godt eksempel er lanceringen af Britney Spears' Curious, som tiltrak et stort publikum og medførte en flot placering som top 10-listens nr. 1 i april måned. "Det har stor betydning, at der laves en iøjnefaldende frontstand", siger Jytte Møller. Vi har fået lov at kigge med på duftenes top 10 i Magasins forretninger for juni 2005:

Nr.	Damedufte	Herredufte
1	Elizabeth Arden Green Tea	Aqua di Gio
2	Cacharel Amor Amor	Davidoff Cool Water
3	Lancôme Miracle	l'Eau d'Issey
4	Dior J'Adore	Le Male, Jean Paul Gaultier
5	Cacharel Noa	Chrome, Azzaro
6	Davidoff Cool Water Woman	Allure Homme Sport
7	D&G Light Blue	Boss in Motion
8	Coco Mademoiselle	ArmaniMania
9	Attraction	Baldessarini del Mar
10	Paris Hilton	l'Eau par Kenzo