

# Branchestatistikken 2005

**Godt år igen!** I 2005 oplevede den selektive branche igen et stærkt år med 8% vækst på indsalget til handelen. Stigningen er igen en af de højeste i Europa, og med ny rekord i julehandelen ser den positive udvikling ud til at fortsætte.

Dufterne vokser mest. Væksten på damedufter er 8%, mens herredufter er vokset med hele 15%. Samtidig er hudpleje til mænd vokset med 38%, så herrerne har virkelig taget deres andel af markedet i 2005. Hudpleje og make-up har mere beskedne stigninger på hhv. 5 og 4%. Disse to kategorier udgør dog stadig 47% af hele det selektive marked.

Nyheder driver duftmarkedet. Vi har tidligere skrevet at lanceringer driver duftmarkedet. I 2005 blev det endnu mere klart, at forbrugere er blevet vænnet til, og efterspørger nye ting. Prada, Britney Spears, Paris Hilton og David Beckham er eksempler på helt nye aktører på duftmarkedet, og de har skabt en del af den vækst, som dufterne har oplevet. Samtidig har de største duftmærker ikke kun haft én, men både to og tre lanceringer i løbet af året. Dette gælder f.eks. for både Hugo Boss og Giorgio Armani.

Julen er alfa og omega. Når man ser på fordelingen af salget til handelen fordelt på årets fire kvartaler, bliver dette meget klart. Specielt dufter er meget afhængige af julehandelen. Hele 42,5% af salget foregår i 4. kvartal alene. Til sammenligning står 1. kvartal for 14,5%, og gør det til årets svageste periode. Når man ser ud af vinduet på en af vinterens snestorme, kan det nok ikke overraske nogen. Hudpleje og make-up fordeles dog mere stabilt over året, så der er stadig kunder i butikkerne til de selektive mærker.

## Salg pr. dør

I år har vi valgt at inkludere en ny kategori i det uddrag, som vises fra statistikken. I den selektive branche er mærker med begrænset distribution også vigtige spillere. Derfor viser vi en liste med top 10 over omsætningen pr. forhandler – også kaldet "dør". Det selektive marked i Danmark omfatter ca. 300-350 forhandlere. Mange mærker har med succes mindre end 100 forhandlere, men derfor en stor omsætning hos den enkelte butik.

Vi må nu nyde vinteren mens den er her. Snart kommer de første sommerdufter frem, og lover varmere tider. Efter sommerferien er vi tilbage for at berette om et forhåbentlig godt 1. halvår.

Kilde: SPT,  
bearbejdet af Tage Juhl Finninge

## Hudpleje 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	59,264	2	326
2	Lancôme	40,436	-1	326
3	Clinique	32,363	7	252
4	Clarins	28,135	1	236
5	Elizabeth Arden	19,177	21	225
6	Estée Lauder	14,050	13	174
7	Christian Dior	13,270	2	214
8	Origins	12,186	26	87
9	Helena Rubinstein	9,473	-25	149
10	ROC	6,353	107	232
<b>Total</b>		<b>255,378</b>	<b>5</b>	

	Serie	Oms. Tkr. Pr. dør
1	Biotherm	182
2	Origins	140
3	Clinique	128
4	Lancôme	124
5	La Prairie	121
6	Clarins	119
7	Elizabeth Arden	85
8	Shiseido	82
9	Estée Lauder	81
10	Helena Rubinstein	64

## Makeup 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	39,932	1	326
2	Clinique	25,757	6	252
3	Christian Dior	19,837	-1	214
4	Estée Lauder	14,589	4	174
5	Helena Rubinstein	14,419	-18	149
6	Elizabeth Arden	10,686	60	225
7	Chanel	9,600	9	133
8	Clarins	8,124	27	236
9	Yves Saint Laurent	7,613	22	84
10	Biotherm	7,517	-10	201
<b>Total</b>		<b>167,240</b>	<b>4</b>	

	Serie	Oms. Tkr. Pr. dør
1	Lancôme	122
2	Clinique	102
3	Guerlain	99
4	Helena Rubinstein	97
5	Christian Dior	93
6	Yves Saint Laurent	91
7	Estée Lauder	84
8	Chanel	72
9	Shiseido	48
10	Elizabeth Arden	47

## Vækst på massemarkedet

Massemarkedet for skønhedspleje\* (ex. Coop) steg i 2005 med 8,3% i værdi og 6% i volumen. Dette er den højeste vækst siden 1999.

### Akk. 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	104,751	1	326
2	Biotherm	79,491	4	326
3	Clinique	68,341	5	252
4	Elizabeth Arden	55,230	27	225
5	Christian Dior	49,581	2	214
6	Hugo Boss	49,432	4	310
7	Giorgio Armani	41,471	21	313
8	Clarins	40,198	11	236
9	Estée Lauder	36,394	-1	174
10	Chanel	28,929	19	133
<b>Total</b>		<b>901,323</b>	<b>8</b>	

	Serie	Oms. Tkr. Pr. dør
1	Lancôme	321
2	Clinique	271
3	Elizabeth Arden	245
4	Biotherm	244
5	Christian Dior	232
6	Chanel	218
7	Estée Lauder	209
8	Guerlain	190
9	Anna Sui	185
10	Origins	182

### Hudpleje mænd 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	12,710	26	326
2	Hugo Boss	2,031	0	310
3	Clarins	1,859	4	236
4	Lancôme	1,805	33	326
5	Clinique	1,676	22	176
6	Shiseido	567	263	74
7	Zirh	421	20	49
8	Aramis	98	-30	239
9	Origins	52	-14	87
<b>Total</b>		<b>21,219</b>	<b>38</b>	

### Herreduft 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Hugo Boss	38,121	12	310
2	Giorgio Armani	30,646	30	313
3	Van Gils	15,157	14	336
4	Lacoste	14,366	44	309
5	Aramis	7,066	70	239
6	Christian Dior	6,472	3	214
7	Davidoff	6,299	-6	321
8	Dolce & Gabbana	5,917	60	327
9	Jean Paul Gaultier	5,908	24	189
10	Chanel	5,298	49	133
<b>Total</b>		<b>187,783</b>	<b>15</b>	

	Serie	Oms. Tkr. Pr. dør
1	Hugo Boss	123
2	Giorgio Armani	98
3	Lacoste	46
4	Van Gils	45
5	Chanel	40
6	Rochas	40
7	Jean Paul Gaultier	31
8	Christian Dior	30
9	Aramis	30
10	Bvlgari	28

Det er de mere kosmetiske kategorier som driver markedet:  
Solcreme: Vækst i værdi = 49%  
Make-up: Vækst i værdi = 10%  
Ansigtspjele: Vækst i værdi = 10%  
Kure til håret: Vækst i værdi = 21%

Blandt alle kategorier er de hurtigst voksende segmenter:

Selvbruner: Vækst i værdi = 121%  
Hudpleje til mænd: Vækst i værdi = 115%  
Styling mælk/creme/lotion: Vækst i værdi = 88%  
Body-lotion med "slimming" effekt: Vækst i værdi = 46%

Den høje vækst på massemarkedet er drevet af drug kæderne (Matas, Magasin, Illum), som havde en vækst på 13% i værdi. Supermarkederne havde en vækst på 1,5% i værdi.

De største ændringer på markedet har i 2005 været:

==> Vækst på markedet for hjemme-hårfarver. Markedet har været stagnerende i de sidste 4 år. I 2005 steg markedet med 5% i værdi.

==> Vækst på hudpleje til mænd. Dette har indtil nu været et nichesegment men er i 2005 eksploderet. L'Oréal Men Expert er ledende på massemarkedet.

L'Oréal Danmark er massemarkedets største leverandør og har øget sin markedsandel til 32,3% i værdi i 2005.

Kilde: ACNielsen

\*Skønhedspleje = shampoo/balsam, styling, hårfarve, hud-pleje, solcreme og make-up.

### Dameduft 2005

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Elizabeth Arden	25,367	20	225
2	Lancôme	21,583	6	326
3	Dolce & Gabbana	16,573	21	327
4	Gucci	14,414	-24	314
5	Calvin Klein	11,854	9	260
6	Christian Dior	10,002	3	214
7	Chanel	9,789	17	133
8	Hugo Boss	9,280	-33	310
9	Aramis	7,347	61	239
10	Estée Lauder	7,198	-20	174
<b>Total</b>		<b>269,703</b>	<b>8</b>	

	Serie	Oms. Tkr. Pr. dør
1	Anna Sui	185
2	Elizabeth Arden	113
3	Chanel	74
4	Lancôme	66
5	Dolce & Gabbana	51
6	Christian Dior	47
7	Gucci	46
8	Calvin Klein	46
9	Estée Lauder	41
10	Marc Jacobs	39