

Branchestatistikken

*Et flot årsresultat på +8,5%
- det skal man ikke kimse af!*

Der er vel næppe mange andre traditionelle brancher, der samlet set kan fremvise så flotte vækstrater som vores. Og så er her ikke engang tale om en "boble", som det måske har været tilfældet andre steder, for det er nu andet år i træk, at det sker.

2006 endte således med en samlet vækst for branchen på 8,5%. Og selv om der er vindere og tabere som i alle andre konkurrencesituationer, så må det naturligvis være yderst tilfredsstillende for os alle sammen, at vi arbejder i en branche med en sådan udvikling. Derudover kan vi "prale af" at have en udvikling, som ligger blandt de højeste i Europa.

Drivkraften bag denne udvikling har især været hudplejen, der kan notere en fremgang på over 10%, og makeup, der næsten når op på hele +13%. Også dameduften trækker i den rigtige retning med en flot udvikling på over 9%. Kun herrerne halter lidt efter og trækker os "ned" på de nævnte 8,5%, men vi må ikke glemme, at det er efter et rekordår i 2005 med hele +15%. Herreduften er især kommet stærkt tilbage på en lille +1% fremgang efter at have været nede med -2% ved halvåret.

I 3. kvartal fortsatte de flotte takter fra halvårsresultatet, men vi har måttet konstatere en lille afmatning i 4. kvartal, hvor en samlet markedsudvikling på 6% forhindrede os i at fastholde en to-cifret vækstrate. Dog udgør 4. kvartal som bekendt over en tredjedel af årets samlede omsætning, hvorfor +6% må siges at være meget tilfredsstillende.

I distributionen har usikkerheden omkring Matas og CVC - og i særdeleshed Konkurrencestyrelsens involvering - måske haft en vis indflydelse på 4. kvartal, men samtidig kan vi se frem til en generel udvikling af den danske distribution i 2007, der, udover at bringe klarhed, kun kan blive vældigt spændende og udviklende for branchen.

Held og lykke til alle og et stort ønske om et godt og indbringende 2007.

*Kilde: SPT,
bearbejdet af Niels Westerby Juhl*

Hudpleje 2006

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	66.300	11,9%	325
2	Lancôme	41.883	3,6%	324
3	Clinique	41.691	28,8%	257
4	Clarins	33.408	18,7%	239
5	Arden	18.856	-1,7%	230
6	Estée Lauder	16.648	18,5%	173
7	Origins	13.516	10,9%	91
8	Christian Dior	13.481	1,6%	216
9	H. Rubinstein	9.568	1,0%	175
10	Shiseido	7.406	21,5%	81
	Total	282.358	10,6%	

Hudpleje mænd 2006

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	13.630	7,2%	325
2	Clinique	2.331	39,1%	177
3	Clarins	2.282	22,8%	239
4	Hugo Boss	1.640	-19,3%	310
5	Lancôme	1.224	-32,2%	49
6	Zihr	557	32,3%	43
7	Shiseido	485	-14,5%	76
8	Aramis	221	125,5%	24
9	Origins	164	215,4%	91
	Total	22.534	6,2%	

Makeup 2006

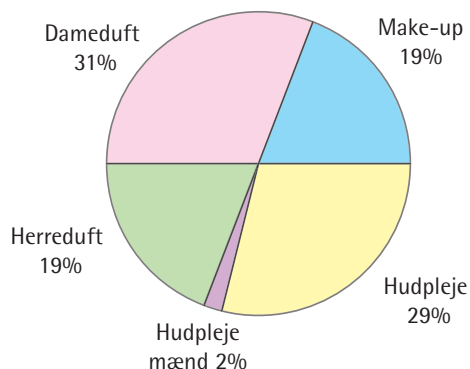
	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	42.535	6,5%	324
2	Clinique	30.314	17,7%	257
3	Christian Dior	24.400	23,0%	216
4	H. Rubinstein	17.019	18,0%	175
5	Estée Lauder	15.106	3,5%	173
6	Chanel	12.902	34,4%	157
7	Arden	22.825	11,6%	230
8	Yves Saint Laurent	9.175	20,5%	89
9	Clarins	8.351	2,8%	239
10	Biotherm	6.724	-10,5%	209
	Total	188.573	12,8%	

Dameduft 2006

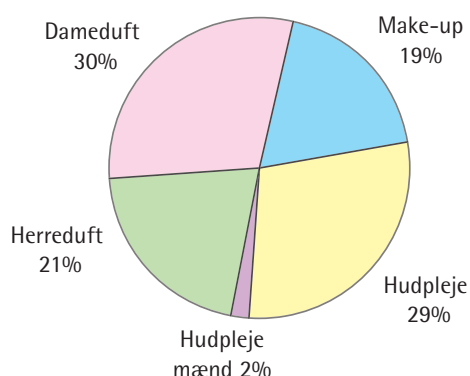
	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Arden	24.263	-4,4%	230
2	Lancôme	21.178	-1,9%	324
3	Cacharel	20.617	-0,7%	321
4	Gucci	18.710	29,8%	314
5	Chanel	12.557	28,3%	157
6	Christian Dior	12.001	20,0%	216
7	Hugo Boss	11.535	24,3%	310
8	Giorgio Armani	11.244	3,9%	318
9	Dolce Et Gabbana	11.109	-33,0%	308
10	Calvin Klein	9.877	-16,7%	254
	Total	295.022	9,4%	

2006

Procentuel markedsfordeling 2006



Procentuel markedsfordeling 2005



Herreduft 2006

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Giorgio Armani	32.587	6,3%	318
2	Hugo Boss	31.805	-16,6%	310
3	Van Gils	14.737	-2,8%	325
4	Lacoste	13.704	-4,6%	310
5	Davidoff	7.248	30,9%	321
6	Jean Paul Gaultier	7.103	20,2%	194
7	Christian Dior	7.045	8,9%	216
8	Chanel	6.978	31,7%	157
9	Calvin Klein	6.398	38,7%	254
10	David Beckham	4.285	42,4%	281
Total		189.549	0,9%	

Akk. 2006

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	107.249	2,4%	324
2	Biotherm	86.654	9,0%	325
3	Clinique	82.721	21,0%	257
4	Christian Dior	56.927	14,8%	216
5	Arden	55.044	-0,3%	30
6	Hugo Boss	44.980	-0,9%	310
7	Clarins	44.590	10,9%	239
8	Giorgio Armani	43.831	5,7%	318
9	Estee Lauder	39.615	8,9%	173
10	Chanel	37.722	30,4%	157
Total		978.036	8,5%	

Markedstal fra den brede distribution

ACNielsen har opgjort markedstallene fra den brede distribution, som viser en samlet vækst på 10%.

OBS. Det skal bemærkes, at disse tal viser salgstallene ud af butik i modsætning til tallene for det selektive marked. De to statistikker er derfor ikke direkte sammenlignelige.

- Markedet for skønhedspleje* er fra 2005 til 2006 vokset med 10% i værdi og 4% i antal styk. I værdi er dette den højeste vækst siden 1998**.
- Det er fortsat de mere "kosmetiske" kategorier, som driver væksten i værdi:

Solcreme	+22%
Ansigtspleje	+16%
Makeup	+14%
Kure til håret	+14%
- Blandt alle kategorier er de hurtigst voksende segmenter:

Ansigtspleje til mænd	+152%
Body-lotions med self tanning	+149%
Neglepleje	+48%
Øjencremer	+45%
Anti-rynke cremer	+26%
- Drug (Matas/Magasin) har fortsat stor vækst og tager andele fra Food:

Drug	+15%
Food	+6%

*Shampoo, balsam, styling, hårfarve, ansigtspleje, bodylotion, solcreme og makeup i bred distribution.

**Sammenligningen fra 1998-2006 er eksklusive solcreme.

Kilde: ACNielsen