

Branchestatistikken

Atter et fantastisk årsresultat på +8%!

Det er nu for tredje år i træk, at vi oplever et kosmetikmarked i rivende vækst. Efter et resultat i 2006 på +8,5%, lukker vi året 2007 med en samlet vækst på +7,7% - vækstrater man kun kan drømme om i vore europæiske nabolande.

Trods en træg start på året med et halvårsresultat på blot +2,5%, kom der i løbet af andet halvår atter gang i hjulene. Første halvårs moderate vækst skyldtes nok i højere grad tilvænningen blandt personalet i Matas-kæden til ændringerne i ejerforholdene, snarere end en aftagende forbrugslust. At forbrugslysten fortsat er stigende bekræftes i øvrigt af distributionens helt store aktører, Matas og Magasin, som oplever tilsvarende positive vækstrater.

Særligt bemærkelsesværdigt i 2007 er resultatet af 4. kvartal med en vækst på hele +9% oven på en vækst for samme kvartal i 2006 på +6%. Således udgør 4. kvartal hele 37% af årets samlede omsætning. Og noget tyder på, at julesalget - når det handler om kosmetik - vedbliver med at sætte rekord.

Vi kan endnu engang konstatere, at især makeupperen er drivkraften bag den flotte udvikling på kosmetikmarkedet. Oven på en vækst på +12,8% i 2006, fortsætter den tocifrede vækst i 2007 med +11,0%. Dertil kommer en meget flot vækst i kategorien herredufte, som har budt på mange store lanceringer i det forgangne år, og dermed leverer en vækst på hele +15,4% efter et noget moderat år i 2006 med en udvikling på kun +0,9%. Til gengæld har kategorien damedufte ikke udvist samme dynamiske udvikling som i 2006, med en vækst i 2007 på bare +2,2%. Som den sidste kategori kan det nævnes at hudplejen til både damer og herrer fortsat udvikler sig flot med hhv. +6,1% og +8,9%.

Med dette punktum for 2007 bliver det spændende at se, i hvor høj grad det stærke samspil mellem branchens distributører og leverandører i 2008 kan forsatte den dynamiske udvikling, vi nu har været vidne til gennem de seneste 3 år.

Kilde: SPT

Bearbejdet af Gitte Skouenborg Lasnier

Hudpleje 2007

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	68.350	3,1%	331
2	Clinique	42.108	1,0%	271
3	Lancôme	41.720	-0,4%	333
4	Clarins	34.178	2,3%	246
5	Elizabeth Arden	22.789	20,9%	247
6	Estée Lauder	17.286	3,8%	188
7	Origins	16.667	23,3%	125
8	Shiseido	11.630	57,0%	183
9	Christian Dior	11.232	-16,7%	227
10	Helena Rubinstein	8.053	-15,9%	154
	Total	299.580	6,1%	

Hudpleje mænd 2007

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Biotherm	15.941	17,0%	331
2	Clinique	2.655	13,9%	161
3	Clarins	2.543	11,4%	238
4	Hugo Boss	1.338	-18,4%	260
5	Lancôme	1.173	-4,2%	333
6	Christian Dior	442	-	55
7	Origins	271	64,9%	125
8	Aramis	184	-16,7%	15
	Total	24.547	8,9%	

Makeup 2007

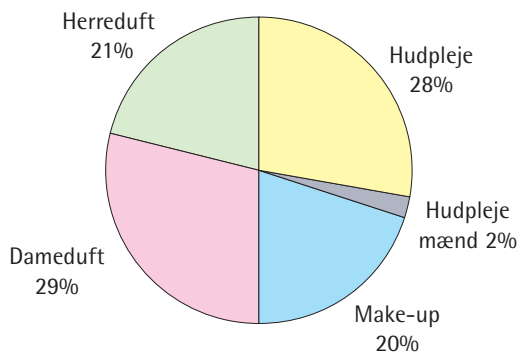
	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	42.927	0,9%	333
2	Clinique	32.754	8,1%	271
3	Christian Dior	28.261	15,8%	227
4	Estée Lauder	19.633	30,0%	188
5	Helena Rubinstein	17.265	1,4%	154
6	Chanel	15.793	22,4%	186
7	Clarins	11.735	40,5%	246
8	Elizabeth Arden	10.937	-8,3%	247
9	Yves Saint Laurent	10.076	9,8%	92
10	Shiseido	6.949	82,2%	183
	Total	209.309	11,0%	

Dameduft 2007

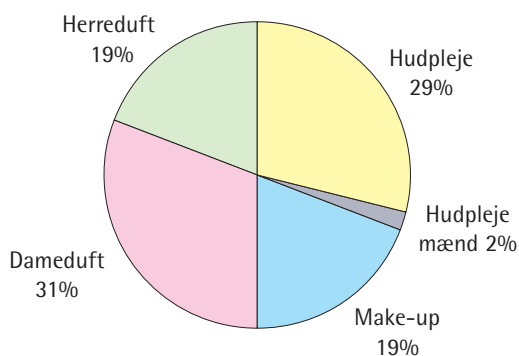
	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Elizabeth Arden	24.448	0,8%	247
2	Cacharel	21.070	2,2%	327
3	Chanel	18.450	46,9%	258
4	Lancôme	16.289	-23,1%	333
5	Hugo Boss	15.695	36,1%	310
6	Christian Dior	13.901	15,8%	227
7	DKNY	13.094	52,0%	271
8	Giorgio Armani	12.974	15,4%	327
9	Calvin Klein	12.423	25,8%	260
10	Gucci	11.514	-38,5%	263
	Total	301.535	2,2%	

2007

Procentuel markedsfordeling 2007



Procentuel markedsfordeling 2006



Herreduft 2007

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Giorgio Armani	34.589	6,1%	327
2	Hugo Boss	29.047	-8,7%	310
3	Van Gils	21.742	47,5%	310
4	Lacoste	15.475	12,9%	310
5	Chanel	9.590	37,4%	258
6	Christian Dior	9.082	28,9%	227
7	Jean Paul Gaultier	8.434	18,7%	202
8	Calvin Klein	8.266	29,2%	260
9	Issey Miyake	4.674	13,7%	193
10	Burberry	4.650	111,7%	245
Total		218.811	15,4%	

Akk. 2007

	Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1	Lancôme	104.770	-2,3%	333
2	Biotherm	89.546	3,3%	331
3	Clinique	83.787	1,3%	271
4	Christian Dior	62.918	10,5%	227
5	Elizabeth Arden	58.174	5,7%	247
6	Chanel	50.118	32,9%	258
7	Clarins	48.838	9,5%	246
8	Giorgio Armani	48.025	9,6%	327
9	Hugo Boss	46.080	2,4%	310
10	Estée Lauder	43.336	9,4%	188
Total		1.053.782	7,7%	

Markedets udvikling i bred distribution

Markedstallene fra den brede distribution viser en samlet vækst på 7%.

Markedet for skønhedspleje er fra 2006 til 2007 vokset med 7% i værdi og med godt 2% i antal styk. Markedets generelle positive økonomiske udvikling har bevirket, at forbrugernes rådighedsbeløb er steget, og man er villig til at betale mere for varen.

Makeup er den helt store vinder. Her er væksten på 12% i værdi og næsten 6% i volumen. Også balsam/kure har oplevet en stor vækst med 10% i værdi, hvoraf kure udgør den største del af væksten.

Produktgruppe	Vækst i værdi	Vækst i volumen
Hårpleje	6,1%	1,3%
- shampoo	4,5%	0,8%
- balsam/kure	10,2%	2,7%
Hårstyling	8,7%	4,2%
Hudpleje	2,4%	0,9%
- ansigt	4,3%	3,6%
- krop	-1,1%	-2,6%
Hårfarver	6,2%	7,9%
Makeup	12,0%	5,7%
Total	6,7%	2,4%

Kilde: AC Nielsen

Bearbejdet af Christian Vilmar

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.