

Branchestatistikken

Totalmarkedet falder – i 1. halvår 2014 faldt totalmarkedet med 4% i forhold til samme periode sidste år.

Markedsudviklingen spænder over, at hudplejemarkedet faldt med 8% for kvinder og med 4% for mænd. Makeup faldt med 7%; mens duftene trak markedet op med en vækst på 1% for damedufte og 2% for herredufte.

Duftmarkedets vækst betyder, at herredufte nu udgør 16% af markedet mod 15% i 2013. Den andel tages fra hudpleje, som reducerer sin andel fra 36% til 35%. Der er derfor ikke tale om de store bevægelser mellem segmenterne.

Hudpleje totalmarkedet er faldet med 8%. De 10 største brands repræsenterer 85% af markedet, sidste år repræsenterede de 10 største brands 86%. De mindre brands har dermed taget 1% markedsandel fra 14% til 15%.

Hudpleje til mænd er ligeledes gået tilbage – denne kategori er præget af en stor koncentration idet markedslederen, Biotherm, har 69% af markedet – de 3 største brands sidder på 90% af markedet. Kiehl's - sidste års nr. 6, dette års nr. 4 - viser dog en spændende udvikling: en vækst på 176% opnået på 6 døre.

Makeupmarkedets tilbagegang på 7% er primært finansieret af den tidligere markedsleder, Lancôme, der kan notere en omsætning, der er reduceret med 22%, hvorfor man har overladt markedslederrollen til Clinique, der har øget sin omsætning med 10%. En vækst der er opnået uden at udvide antallet af døre.

Damedufte er vokset med 1%. De 10 største brands har taget markedsandel. I 2013 udgjorde de 10 største brands 49%. I år udgør de 10 største brands 54% af markedet. Clean er gået fra at være ny i top 10 og på en 10. plads i 2013 til i 2014 at være nr. 4, en placering der er opnået med en vækst på 61%. Giorgio Armani har ligeledes præsteret en flot vækst på 28%, hvilket løfter brandet fra en 7. plads i 2013 til en 3. plads i 2014. Det skal ligeledes bemærkes, at Chanel befæster sin markedslederposition ved en flot vækst på 12%.

Herredufte har haft en fremgang på 2%. Udviklingen i herredufte er dog lidt spændende, idet de to største brands taber henholdsvis 12% og 18% af omsætningen; mens mærkerne fra nr. 3 til nr. 7 vokster med mellem 20% og 279%. Det sidste er fortællingen om et celebrity brand – David Beckham - der har opnået fuld distribution og lidt til med 466 døre. Den generelle udvikling kan være begyndelsen til, at herreduftmarkedet bliver mere fragmenteret og "modent".

Totalmarkedet; sammenholdes akk. 2014 1. halvår oversigten med sidste års oversigt, ser vi, at markedet har fået en ny markedsleder, Clinique, og den tidligere markedsleder, Lancôme, er nu på andenpladsen. Samme skæbne er overgået Biotherm og Elizabeth Arden, der er skubbet ned fra hhv. 3. og 4. pladsen til hhv. 4. og 6. pladsen. 3. pladsen er overtaget af Chanel, der sammen med Clinique, Estee Lauder og Christian Dior skaber vækst blandt top 10 brands.

Alle ønskes et godt kommende halvår og rigtig god julehandel, lad os stå sammen om at vokse og skabe værdi for kategorien. ■

Hudpleje 2014 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Biotherm	25.868	-8%	321
2	Clinique	22.001	-5%	282
3	Yves Rocher	18.305	-12%	-
4	Lancôme	15.943	-13%	319
5	Clarins	15.733	-4%	249
6	Elizabeth Arden	15.613	-6%	297
7	Origins	14.322	-10%	221
8	Estée Lauder	9.170	2%	170
9	Ole Henriksen	7.049	-16%	155
10	Shiseido	5.198	-3%	120
Total	174.688	-8%		

Hudpleje mænd 2014 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Biotherm	7.370	-3%	321
2	Clarins	1.126	-1%	249
3	Clinique	1.125	10%	5
4	Kiehl's	601	176%	6
5	Yves Rocher	315	41%	-
6	Aramis	106	29%	11
7	Christian Dior	24	-20%	8
8	Origins	22	NA	221
9	Sisley	20	-30%	35
10	Giorgio Armani	11	-47%	1
Total	10.728	-4%		

Makeup 2014 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Clinique	20.399	10%	282
2	Lancôme	18.121	-22%	319
3	Christian Dior	17.921	6%	220
4	Chanel	14.575	4%	183
5	Estée Lauder	6.961	19%	170
6	Clarins	5.529	-22%	249
7	Yves Saint Laurent	4.784	4%	148
8	Helena Rubinstein	4.471	-14%	99
9	Yves Rocher	4.191	-7%	-
10	Elizabeth Arden	3.463	-47%	105
Total	112.281	-7%		

Damedufte 2014 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Chanel	10.982	12%	232
2	Elizabeth Arden	9.112	-6%	357
3	Giorgio Armani	6.142	28%	321
4	Clean	6.126	61%	286
5	Marc Jacobs	6.088	16%	236
6	Christian Dior	6.045	11%	237
7	Calvin Klein	5.865	-5%	309
8	Lancôme	4.914	8%	319
9	Dolce Gabbana	4.529	53%	272
10	Gucci	4.221	-17%	270
Total	119.400	1%		

Kilde: SPT. Bearbejdet af Lars Kallestrup, Elements ApS.

1. halvår

2014

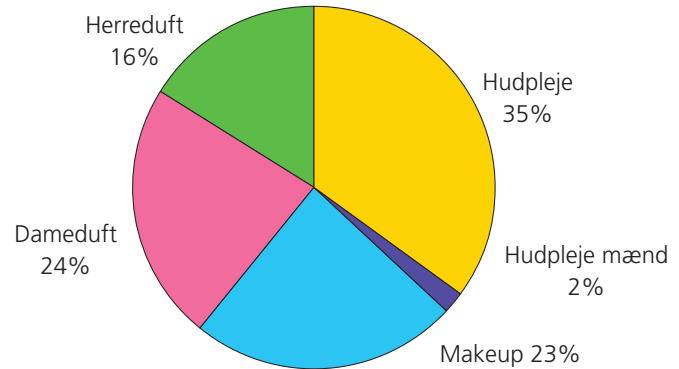
Herreduften 2014 - 1. halvår

Serie		Vækst-procent	Antal Døre	
1	Hugo Boss	11.326	-12%	321
2	Giorgio Armani	10.466	-18%	321
3	Chanel	6.761	22%	232
4	Paco Rabanne	6.247	20%	316
5	Yves Saint Laurent	3.809	48%	148
6	Ralph Lauren	3.463	38%	243
7	David Beckham	3.170	279%	466
8	Christian Dior	2.960	-8%	237
9	Lacoste	2.694	-22%	324
10	Jean Paul Gaultier	2.682	-16%	244
Total		76.716	2%	

Akk. 2014 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Clinique	46.587	4%	282
2	Lancôme	39.001	-15%	319
3	Chanel	35.111	9%	232
4	Biotherm	33.251	-7%	321
5	Christian Dior	30.351	2%	237
6	Elizabeth Arden	28.188	-14%	357
7	Yves Rocher	27.157	-13%	-
8	Clarins	22.388	-9%	249
9	Estée Lauder	18.258	13%	170
10	Origins	17.342	-6%	221
Total	493.813	-4%		

Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2014



Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2013

