



Communiqué de presse

### **1er trimestre 2012, le marché du sélectif attaqué sur les volumes.**

Paris, le lundi 14 mai 2012 – **Alors que l'année 2011 s'est achevée avec un bilan positif pour la parfumerie sélective (+3% sur l'année en valeur et +0,2% en volume), la Fédération Française de la Parfumerie Sélective (FFPS) annonce pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2012, un recul du marché de -1,1% en valeur et de -4,1% en volume.**

#### **Tous les acteurs accusent une baisse des volumes**

Selon NPD Group\*, ce premier trimestre baissier contraste avec les belles performances du dernier trimestre 2011 en volume (-0,6% en octobre 2011, + 4,0% en novembre et + 4,5% en décembre 2011) comme en valeur (+1,8% en octobre 2011, +6,4% en novembre 2011, +7,6% en décembre 2011).

A la suite des Indépendants qui accusent un retrait de -6,4% en volume, les Grands Magasins reculent sur les volumes (-4,8%), les Chaînes contenant leur replis à -3,6% en unités par la petite progression du parc (+16 portes par rapport à la même période en 2011).

En valeur, seuls les Grands magasins parviennent à afficher une progression de leur chiffre d'affaires (+0,2% en valeur) alors que les Chaînes comme les Indépendants, même faiblement, reculent respectivement de - 1,6% et de -0,6%.

#### **Renversement de tendance pour le Parfum et le Maquillage**

Faits marquant de ce premier trimestre : le Parfum et le Maquillage qui ont tiré vers le haut le marché tout au long de l'année 2011, participent au repli général avec une évolution négative (respectivement -2,9% en valeur -1,6% en volume).

Côté Parfums, tous les clignotants sont au rouge pour l'axe majeur du sélectif: -4% en volume -1,6% en valeur, qu'il s'agisse des parfums femmes (-1,4% en valeur) ou des parfums hommes (-1,8% en valeur). Seuls des coffrets, dans cette catégorie ont réussi à tirer leur épingle du jeu (-0,1% pour les femmes et + 3,9% pour les hommes) du fait de la Saint-Valentin.

Si les trois segments du maquillage sont touchés par cette évolution négative sur les trois premiers mois de l'année 2012 (le Teint -3,4% en valeur, les Yeux -3,7% en valeur et les Lèvres -3,7% en valeur), le Maquillage qui affichait en fin d'année 2011 une progression insolente à deux chiffres aussi bien en valeur (+13,1%) qu'en volume (+12,2%) a connu un net repli sur ce premier trimestre (-2,9% en valeur et -6,4% en volume) avec notamment un mois de mars très décevant (-5,2% en valeur et -6,7% en quantité) marqué par une forte baisse du rouge à lèvres (-10,1% en valeur et -11,6% en quantité).

## Femmes et hommes attirés par le Soin

Les Soins, à la traîne depuis plusieurs mois, poursuivent leur redressement amorcé à partir d'octobre 2011 (+1,5% en valeur au 1<sup>er</sup> trimestre 2012 mais de -1,3% en volume).

Si les coffrets ont enregistré des belles performances permettant de compenser la baisse dans la plupart des segments, ce sont les coffrets de Soin Homme qui auront été les plus dynamiques (+116,3% en valeur et 81% en volume) vs les coffrets de Soins femme +10,1% en valeur et 1,3% en volume.

*« Après une belle fin d'année, la Parfumerie Sélective s'aligne, pour ce premier trimestre 2012, sur la baisse de la consommation en général. La Saint-Valentin a été particulièrement décevante cette année et elle n'a pas répondu aux espérances, en particulier pour l'axe Parfums. Nous attendons donc beaucoup des deux moments phares que sont la fête des mères et la fête des pères »* constate Marie-Hélène Morin, Déléguée Générale de la FFPS.

<Fin>.

### *A propos de la Fédération Française de la Parfumerie Sélective (FFPS)*

La FFPS représente l'ensemble des acteurs de la distribution sélective des parfums et des produits de beauté. Elle regroupe les 2100 points de vente français de toutes les chaînes nationales de distribution (Marionnaud, Sephora, Nocibé et Douglas), les groupements et franchises (Beauty-Success, Passion Beauté), les grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps et Bon Marché) ainsi qu'une bonne représentation des parfumeurs détaillants indépendants.

Le Directoire de la Fédération est composé de William G. Koeberlé (Marionnaud) Président de la FFPS, Olivier Badezet (Douglas) Vice-président représentant les chaînes nationales, Jean-François Morinaux (Passion Beauté) Vice-président représentant les grands magasins, les franchises et les groupements, Jasmine Petiot (Parfumerie Séduction) trésorière, Vice-présidente représentant les parfumeries indépendantes, Robert Leygues (Beauty Success) Président de la Fédération Européenne des Parfumeurs Détaillants, Philippe Charoing (Beauty Success), Jean-Luc Jarrin (Sephora Europe) et Isabelle Parize (Nocibé), membres du Directoire. La Déléguée Générale est Marie-Hélène Morin.

Toute l'actualité de la FFPS sur [www.ffps.fr](http://www.ffps.fr).

### **(\*)Le panel NPD trends**

Il couvre les Marques Sélectives des Parfums, Soins, Maquillage sur le périmètre des 2100 parfumeries informatisées en France métropolitaine intégrant : 100% des quatre chaînes nationales, 100% des grands magasins (Galeries Lafayette et Printemps), un échantillon représentatif des Groupements/Franchisés/Indépendants non rattachés à un réseau et des Affiliés.

**Le panel ne prend pas en compte les ventes Internet**, ni les circuits en nom propre ou ventes aux comités d'entreprises.

## Contact presse

### Agence more consulting

Camille Vézirian

Tel : 01 42 85 47 27 - 06 15 55 00 65

ffps@ozinfos.com