



Communiqué de presse

Les ventes en parfumerie sélective restent stables

Paris, le 22 février 2016 – **Dans un contexte difficile pour le commerce, la parfumerie sélective maintient en 2015, son chiffre d'affaire à 2,9 milliards d'euros. Alors que les ventes en magasins de marques propres continuent de progresser, les marques de produits sélectifs ne reculent sur l'année que de -0,9% en valeur selon NPDP, malgré l'effet des vagues d'attentats de janvier et de la fin d'année (-1,9% en décembre). C'est le recul du parfum en fin d'année qui a freiné la croissance générale du secteur. Le maquillage et les produits de soins ont été eux en progression.**

Recul inégal des ventes de parfum

Le recul cumulé du parfum en 2015 (- 1,6% en valeur) s'explique pour une large part par de mauvais chiffres en novembre et décembre qui sont les mois les plus importants pour cette catégorie de produits. Les alcools féminins et masculins n'ont pas réagi de la même manière en 2015. Ce sont les féminins qui s'affaissent avec une baisse de 2,8% en valeur, seuls les coffrets voient leurs ventes augmenter de 4,7%, tandis que les parfums masculins sont quasi flat à - 0,6%.

De beaux résultats pour le soin et le maquillage

Les ventes de produits de soins affichent leur meilleur résultat en valeur depuis deux ans avec une augmentation de 0,6%. Malgré un mois de décembre difficile (-1,1%), le maquillage accomplit également sa meilleure performance depuis 2013 avec une progression de 0,4% en valeur, boosté par les rouges à lèvres dont les ventes affichent + 8,5%.

« Les parfumeries sélectives maintiennent leur chiffre d'affaire en 2015. Les enseignes ont su s'adapter à l'évolution du marché en proposant une expérience client omnicanale, en maintenant une accessibilité des prix par des offres privilégiant la fidélité. Le marché était orienté à la hausse avant les attentats qui ont entraînés une baisse de fréquentation sur les deux derniers mois de l'année, mois les plus importants en chiffre d'affaire de la profession » souligne William G. Koeberlé, Président de la FFPS.

<fin>

A propos de la FFPS

La FFPS représente plus de 80% des acteurs de la distribution sélective des parfums et des produits de beauté. Elle regroupe près de 1700 points de vente français répartis dans les principales chaînes nationales de distribution (Sephora, Marionnaud, Nocibé), les groupements et franchises (Beauty Success), les grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps et Bon Marché) ainsi que dans une bonne représentation des parfumeurs détaillants indépendants. Le Directoire de la Fédération est composé de William G. Koeberlé Président, David Verccruysse (Sephora France), Vice-président, Jasmine Petiot Vice-présidente et trésorière, Isabelle Parize (Nocibé Group), Eileen Yeo (Marionnaud Parfumeries) Philippe Charoing (Beauty Success), Delphine Hervé-Turra, (Le Printemps).

Toute l'actualité de la FFPS sur www.ffps.fr

Contacts presse

More consulting

Sophie Odeh

ffps@ozinfos.com – Tél : 01 42 85 47 33 / 06 15 55 00 65