



Communiqué de presse

## **Le marché du sélectif a résisté en 2013 avec un recul en valeur -1,5%<sup>1</sup> dans un marché qui pèse 2,9 milliards d'euros**

Paris, le 31 janvier 2013 - **Avec un léger recul, à - 1,5 % en termes de chiffre d'affaires par rapport à 2012, la parfumerie sélective a plutôt bien terminé l'année, comparé à d'autres secteurs d'activités liés à l'équipement de la personne.**

**Les résultats sont cependant contrastés en fonction des typologies d'acteurs et des catégories de produits. Ainsi, les chaînes résistent davantage que les grands magasins ou les indépendants ; le maquillage et le soin font mieux que le parfum.**

### **Les indépendants, les plus affectés par la crise**

Cette année encore, tous les acteurs ne sont pas logés à la même enseigne. En effet, les chaînes qui représentent 76 % du chiffre d'affaires du marché, terminent l'année 2013 avec un chiffre d'affaires stable. Un mois de décembre en progression de + 0,5 % en valeur et une augmentation du parc de 59 points de vente<sup>2</sup> expliquent ces résultats.

Les grands magasins, qui représentent 9 % du chiffre d'affaires du secteur, affichent en dépit d'un mois de décembre plus délicat (- 3,8 % en valeur par rapport à décembre 2012) aussi une belle performance avec une progression de + 0,5 % à parc quasi égal (+ 4 magasins en 2013). Ce sont les indépendants qui ont le plus accusé les effets de la crise et enregistrent un recul de - 9,8 % de leur chiffre d'affaires.

### **Le maquillage, la catégorie qui résiste le mieux**

Alors que les trois catégories sont confrontées à une consommation contrastée, chacune a été soutenue par des réussites notables.

Le maquillage, qui termine l'année avec un chiffre d'affaires quasi stable par rapport à 2012 (- 0,7 %), est la catégorie qui a le mieux résisté en 2013, en partie grâce aux produits dédiés aux lèvres et aux giftsets, qui ont connu de fortes croissances (+ de 5 %).

Avec un mois de décembre porteur d'espoir pour l'avenir (+ 0,1 % par rapport à décembre 2012), le soin, après une excellente année 2012, connaît un léger fléchissement en 2013 avec un recul de 1,7 % de son chiffre d'affaires. L'année a été soutenue notamment par les belles performances des soins anti-âges (+ 3,7 %) et des soins hydratants (+ 2,8 %).

Le marché du parfum, lui aussi, a encore démontré son attrait à l'occasion de Noël malgré un contexte économique compliqué. Les clients ont préféré les petits formats, ce qui a eu pour effet de faire légèrement baisser le chiffre d'affaires de cette catégorie (- 2 % par rapport à l'année précédente). Notons que les gros succès de l'année 2013 sont entrés directement dans le top 3

---

<sup>1</sup> Ensemble des chiffres, source NDP 2013

<sup>2</sup> Ensemble chiffres parc réseau NPD 2013

des ventes de parfum, permettant à ce segment de ne subir sur l'année qu'un recul modéré de son chiffre d'affaires à - 1,7 %.

*« Dans un contexte où la consommation a baissé tout au long de l'année, notre marché a plutôt bien résisté. Mais nous devons en tirer les leçons pour l'avenir car nos produits qui ne sont pas de première nécessité ont fait l'objet d'arbitrage de la part de nos clients. Nous devons améliorer l'expérience client pour que celui-ci ne renonce pas à faire plaisir ou se faire plaisir avec nos produits »,* commente William G. Koeberlé, Président de la FFPS.

<fin>

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

Créée en 2000, la FFPS représente plus de 70% des acteurs de la distribution sélective de parfums et 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 (Les Galeries Lafayette, Le Printemps et Le Bon Marché) ainsi que dans une bonne représentation des parfumeurs détaillants indépendants.

Le Directoire de la Fédération est composé de William G. Koeberlé (Marionnaud) président, Marie-Christine Marchives (Sephora France) vice-présidente, Jasmine Petiot (Parfumerie Séduction) vice-présidente et trésorière, Isabelle Parize (Nocibé), Philippe Charoing (Beauty Succes), Charlotte Tasset (Le Printemps) et Robert Leygues, président de la Fédération Européenne des Parfumeurs Détaillants (FEPD). La Déléguée Générale est Marie-Hélène Morin.

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

#### ***Contact presse***

##### **Agence More consulting**

Timothée Lenoir/Marie-Céline Terré : 01 42 85 47 27 - [ffps@ozinfos.com](mailto:ffps@ozinfos.com)