

# Groupes de parfums et cosmétiques dans le monde

## Analyse du marché – Forces en présence

Edition – Août 2008

**Réalisation de l'étude :** cette étude a été réalisée par Sylvain Baillehache, Sophie Ferreira. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 60 secteurs traités au plan européen ou mondial selon le degré de pertinence. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- Û le marché international et sa configuration ;
- Û la structure industrielle et financière ;
- Û les principaux groupes.

**Sommaire de l'étude : plus de 75 pages de données, d'analyses et de synthèses**

## 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

---

### 1. MARCHÉ

---

#### 1.1. Le marché mondial des parfums et cosmétiques

- 1.1.1. Panorama
- 1.1.2. Panorama par zone géographique
- 1.1.3. Répartition par activité et par zone géographique
- 1.1.4. Focus sur le marché européen

### 2. FORCES EN PRESENCE

---

#### 2.1. Classement mondial

Chiffre d'affaires

#### 2.2. Positionnement des leaders

Parts de marché géographiques

### 3. STRATEGIES ET CONCURRENCE

---

#### 3.1. Le positionnement des leaders

- 3.1.1. Présence par gamme
- 3.1.2. Présence par segment

#### 3.2. Les performances des leaders

- 3.2.1. Croissance de l'activité des leaders
- 3.2.2. Croissance et diversification
- 3.2.3. Taux de marge opérationnelle

#### 3.3. Les stratégies des leaders

- 3.3.1. Cap sur les marchés émergents
- 3.3.2. La distribution multicanal

### 4. MONOGRAPHIES D'OPERATEURS

---

#### 4.1. Procter & Gamble

De nouvelles cessions à prévoir

#### 4.2. Unilever

Recentrage sur les marques phares

#### 4.3. L'Oréal

Leader mondial des parfums et cosmétiques

#### 4.4. LVMH

Elargissement des gammes de produits

#### 4.5. Henkel

Renforcement de l'activité parfums et cosmétiques

#### 4.6. Kao

Dépendance trop élevée au marché japonais

#### 4.7. Avon

A la conquête des marchés émergents

#### 4.8. Beiersdorf

Cap sur les marchés émergents

#### 4.9. Estée Lauder

Diversification des gammes de produits

#### 4.10. Shiseido

Diversification nécessaire de ses débouchés géographiques

#### 4.11. Coty

Multiplication des contrats de licence

### 5. L'ACTIVITE

---

#### 5.1. Le cadre de l'étude

- 5.1.1. L'essentiel
- 5.1.2. Le périmètre du marché

### 6. BASE STATISTIQUE

---

## La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

### 1. Marché

T1	Le marché mondial des parfums et cosmétiques (1998-2007)
T2	L'évolution des principaux marchés de parfums et cosmétiques (2004-2006)
T3	Etat du marché et prévisions par segments et zones géographiques
T4	La répartition du marché mondial des parfums et cosmétiques par catégorie de produits en 2007
T5	La répartition géographique du marché mondial des parfums et cosmétiques par zone géographique en 2007
T6	La répartition du marché européen des parfums et cosmétiques par catégorie de produits en 2007
T7	La répartition géographique du marché européen des parfums et cosmétiques par zone géographique en 2007

### 2. Forces en présence

T8	Classement des principaux groupes de parfums et cosmétiques dans le monde en 2007
T9	Parts de marché mondiales des groupes de parfums et cosmétiques en 2006
T10	Positionnement des principales marques par région

### 3. Stratégies et concurrence

T11	Positionnement des principaux groupes par gamme
T12	Présence des principales sociétés par segment
T13	L'activité des principaux groupes de parfums et cosmétiques dans le monde en 2007
T14	La croissance de l'activité parfums et cosmétiques et degré de diversification en 2007
T15	Le taux de marge et variation 2007/2006 en 2007
T16	Opérations récentes dans les pays émergents
T17	Positionnement des principaux groupes par mode de distribution
T18	Faits Marquants Récents

### 4. Monographies d'opérateurs

Procter & Gamble	
T19	Le chiffre d'affaires de Procter & Gamble (2001-2007)
T20	Le résultat net de Procter & Gamble (2001-2007)
T21	Le chiffre d'affaires du groupe par métier en 2007
T22	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T23	Rentabilité opérationnelle « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
Unilever	
T24	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T25	Rentabilité opérationnelle « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T26	Le résultat net d'Unilever (2001-2007)
T27	Le chiffre d'affaires d'Unilever par zone géographique en 2007
L'Oréal	
T28	Le chiffre d'affaires de L'Oréal (2001-2007)
T29	Rentabilité opérationnelle de L'Oréal (2001-2007)
T30	Le résultat net de L'Oréal (2001-2007)

T31	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » par zone géographique en 2007
T32	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » par métier en 2007

#### LVMH

T33	Le chiffre d'affaires de LVMH (2001-2007)
T34	Le résultat net de LVMH (2002-2007)
T35	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T36	Rentabilité opérationnelle « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T37	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » par métier en 2007
T38	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » par zone géographique en 2007

#### Henkel

T39	Le chiffre d'affaires d'Henkel (2001-2007)
T40	Le résultat net du groupe (2001-2007)
T41	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T42	Rentabilité opérationnelle « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T43	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » par métier en 2007

#### Kao

T44	Le chiffre d'affaires de Kao (2001-2007)
T45	Le résultat net de Kao (2001-2007)
T46	Le chiffre d'affaires de Kao par zone géographique en 2008
T47	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » de Kao (2006-2007)
T48	Rentabilité opérationnelle « parfums et cosmétiques » (2006-2007)

#### Avon

T49	Le chiffre d'affaires d'Avon (2001-2007)
T50	Rentabilité opérationnelle d'Avon (2001-2007)
T51	Le résultat net d'Avon (2001-2007)
T52	Le chiffre d'affaires « parfums et cosmétiques » (2001-2007)
T53	Le chiffre d'affaires du groupe par zone géographique en 2007

#### Beiersdorf

T54	Le chiffre d'affaires de Beiersdorf (2001-2007)
T55	Le résultat net de Beiersdorf (2001-2007)
T56	Le chiffre d'affaires cosmétique de Beiersdorf (2001-2007)
T57	Rentabilité opérationnelle « cosmétique » (2001-2007)
T58	Le chiffre d'affaires cosmétique par zone géographique en 2007

#### Estée Lauder

T59	Le chiffre d'affaires d'Estée Lauder (2001-2007)
T60	Rentabilité opérationnelle d'Estée Lauder (2001-2007)
T61	Le résultat net du groupe (2001-2007)
T62	Le chiffre d'affaires du groupe par métier en 2007
T63	Le chiffre d'affaires du groupe par zone géographique en 2007

#### Shiseido

T64	Le chiffre d'affaires de Shiseido (2001-2007)
T65	Rentabilité opérationnelle de Shiseido (2001-2007)
T66	Le résultat net de Shiseido (2001-2007)
T67	Le chiffre d'affaires du groupe par zone géographique en 2008

#### Coty

T68	Le chiffre d'affaires de Coty (2006-2007)
T69	Le chiffre d'affaires de Coty par métier en 2007
T70	Le chiffre d'affaires de Coty par zone géographique en 2007

## Liste des principaux groupes cités dans l'étude

AVON  
BEIERSDORF  
CLARINS  
COLGATE PALMOLIVE  
COTY  
ESTEE LAUDER  
HENKEL  
JOHNSON & JOHNSON

KAO  
L'OREAL  
LVMH  
NATURA  
PROCTER & GAMBLE  
REVLON  
SHISEIDO  
UNILEVER

