

1 - METHODOLOGIE

	Pages
Présentation	7
Définition de l'échantillon	9
Définition d'une parfumerie	10
Classification des parfumeries	11
Exemple de fiche de parfumerie de la base de données EPL	12
Le critère « cabine »	13
Le critère « vendeuse »	14
Le choix des marques	15

2 - LA DISTRIBUTION SELECTIVE en 2008

Chiffres clés de la distribution française de 2000 à 2008 (<i>Tableau</i>)	17
Part des multiportes dans la distribution 2008 (<i>Tableau</i>)	18
Nombre de points de vente par propriétaire (<i>Tableau</i>)	19
Analyse de l'année 2008 (<i>Synthèse</i>)	20
Analyse des chiffres clés 2008	21 à 23
Créations, rachats et cessations en 2008	24 à 25
Les créations 2008	26
Les rachats 2008	27
Les cessations 2008	28
Focus sur la distribution parisienne en 2008	29 à 30
Répartition qualitative des parfumeries 2008 (<i>Tableau</i>)	31

3 - LES MARQUES SELECTIVES

Les marques face à la distribution	33 à 34
Nombre de points de vente par marque (<i>Tableau</i>)	35
Evolution quantitative des marques sur 6 ans (<i>Tableau</i>)	36
Qualité de la distribution par marque (<i>2 Tableaux</i>)	37 à 38
Distribution des marques dans Paris intra-muros (<i>Tableau</i>)	39
Distribution des marques dans les villes < 15 000 habitants (<i>Tableau</i>)	40
Distribution des marques dans les villes > 15 000 habitants (<i>Tableau</i>)	41
Nombre de cabines par marque (<i>Tableau</i>)	42
Evolution des marques de soins (1) (<i>Graphique</i>)	43
Evolution des marques de soins (2) (<i>Graphique</i>)	44
Evolution des marques de créateurs (<i>Graphique</i>)	45
Evolution des marques de joailliers (<i>Graphique</i>)	46

4 - LES RESEAUX DE DISTRIBUTION

Répartition des 2 511 parfumeries (<i>Graphique</i>)	48
Superficie et nombre de vendeuses par réseau (<i>Tableau</i>)	49

A. LES PARFUMERIES INDÉPENDANTES

Profil des parfumeries indépendantes (<i>Fiche</i>)	55
	56

B. CHAINES NATIONALES

	Pages
Analyse	53 à 54
Evolution des groupements et franchises entre 1998 et 2008 (<i>Tableau</i>)	55
Chiffres clés - franchises et groupements (<i>Tableau</i>)	56
Evolution ds franchises entre 2005 et 2008 (<i>Graphique</i>)	57
MARIONNAUD (Fiche)	58
SEPHORA (Fiche)	59
NOCIBE (Fiche)	60
GALERIES LAFAYETTE (Fiche)	61
DOUGLAS (Fiche)	62
LE PRINTEMPS (Fiche)	63

C. FRANCHISES ET GROUPEMENTS

Analyse	65
Evolution des groupements et franchises entre 1998 et 2008 (<i>Tableau</i>)	66
Chiffres clés - franchises et groupements (<i>Tableau</i>)	67
Evolution ds franchises entre 2005 et 2008 (<i>Graphique</i>)	68
Répartition des franchises et groupements leaders (<i>Graphique</i>)	69
BEAUTY SUCCESS FRANCHISE (Fiche)	70
BEAUTY SUCCESS AFFILIE (Fiche)	71
NOCIBE FRANCHISE (Fiche)	72
NOCIBE AFFILIE (Fiche)	73
PASSION BEAUTE (Fiche)	74
DOUGLAS FRANCHISE (Fiche)	75
DOUGLAS AFFILIÉ (Fiche)	76
UNE HEURE POUR SOIR (Fiche)	77
Exemples de propriétaires franchisés dynamiques (<i>Tableau</i>)	78
ANTOINE (Fiche)	79
GEORGES (Fiche)	80
DESMOULIN (Fiche)	81
SANCHEZ (Fiche)	82

5 - HISTORIQUE SE LA DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les années 2000 à 2007	84 à 91
------------------------	----------------

6 - GRAPHIQUES COMPLEMENTAIRES

Evolution des surfaces entre 1998 et 2008	93
Répartition géographique de la distribution	94
Répartition géographique des franchises et groupements (<i>Tableau</i>)	95
Créations - Rachats - Cessations / 1998-2008 : 10 années de mouvements	96
Mouvements 2008 - Typologie des parfumeries	97
Découpage géographique par département	98